



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพ
ด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๘,๔๔๘,๓๖๖.๖๗ บาท (แปดล้านสี่แสนสี่หมื่นแปดพันสามร้อยหกสิบหกบาทหกสิบเจ็ดสตางค์) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ เวลา ๑๓.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนอตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เลขที่ ๖๓ /๒๕๖๙ ลงวันที่ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th

ประกาศ ณ วันที่ ๓ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๙



รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๖๓ /๒๕๖๙

การจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพ

ด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๓ กุมภาพันธ์ 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) หลักประกันการเสนอราคา
 - (๒) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการทำงาน
- ๑.๘ ใบแจ้งการชำระเงิน สำหรับหลักประกันการเสนอราคา
- ๑.๙ แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

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 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

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

๒.๑๒ 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 เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือน มกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตาม กฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุน จดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณี ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา 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 บุคคลธรรมดาที่มิได้ถือสัญชาติไทย 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 หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ - ข้อ ๕ ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(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

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้างภายใต้โครงการ และมีประสบการณ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี และต้องแสดงผลงานที่เกี่ยวข้องงานในโครงการไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน

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) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช่นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

๓. สำหรับการซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัท

เงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น 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 หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(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) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(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 ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๙

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงานฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ 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 หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ว่า ก่อนหรือ ในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นข้อเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการพิจารณาผลฯ เชื่อว่ามีการกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำการดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

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 ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่ระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

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

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๔๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สี่แสนบาทถ้วน)

๕.๑ เงินสด

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่ คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่าง หนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอประสงค์จะวางหลักประกันการเสนอราคาเป็นเงินสด ให้ผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงิน ดังนี้

ผ่านบริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ผ่านระบบ KTB Corporate Online ตามใบแจ้งการชำระเงิน ที่แนบมาพร้อมกับเอกสารเชิญชวนนี้

และส่งหลักฐานการชำระเงินกับธนาคาร พร้อมทั้งแบบแจ้งความประสงค์ชำระเงินค่าหลักประกันการเสนอราคา (เฉพาะกรณีที่มิใช่หลักประกันการเสนอราคาหลายรายการพิจารณา) มาให้ กรมตรวจสอบความถูกต้อง โดยยื่นมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอผ่านระบบ e-GP โดยการชำระเงินและส่งหลักฐานการชำระเงินให้ดำเนินการในวันและเวลาที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันและเวลาเสนอราคาเท่านั้น

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ำรายที่ สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอให้กับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ กรมจะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้าประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่กรมได้พิจารณาเห็นชอบรายงานผลคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาเรียบร้อยแล้ว เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่คัดเลือกไว้ซึ่งเสนอราคาต่ำสุดหรือได้คะแนนรวมสูงสุดไม่เกิน ๓ ราย ให้คืนได้ต่อเมื่อได้ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือผู้ยื่นข้อเสนอได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้ หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ จ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ $100 - (((\text{ราคาของผู้เสนอราคา} - \text{ราคาต่ำสุด}) / \text{ราคาต่ำสุด}) * 100)$

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

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

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดท้ายจะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้อง

ค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษ ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลลธรรมดา หรือนิตบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

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

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน 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 ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๙

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๙

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

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

๑๑. ข้อสงวนสิทธิ์ในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องสั่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ ดังนี้

(๑) แจ้งการสั่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างสั่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้นโดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่มิปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกธำนาจจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกธำนาจให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๑.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)
โครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ
ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลก โดยการทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ให้สินค้าและธุรกิจบริการของไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการของประเทศอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการให้ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้พบปะเจรจาการค้าทั้งผ่านช่องทาง On site ในรูปแบบต่างๆ เช่นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (International Trade Fair) และการจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) เป็นต้น และ online รูปแบบต่างๆ เช่น Website หรือ Social Media ต่างๆ นอกจากนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของไทย เช่นการพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป้าหมายและตลาดโลก รวมถึงจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการดำเนินกระบวนการส่งออก และให้มีความรู้เรื่องการตลาด สินค้า บริการ แนวโน้มตลาด แนวโน้มสินค้าและบริการ รวมถึงกฎระเบียบการส่งออกนำเข้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทสำคัญที่เกี่ยวกับการค้าในมิติต่างประเทศในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การรับรู้ที่ดีของสินค้าและบริการศักยภาพของไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตที่มีคุณภาพในสายตานักธุรกิจและผู้ประกอบการต่างชาติ รวมทั้งการยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศเพื่อกระตุ้นความต้องการบริโภคให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประชาชนทั่วไปในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ สำหรับภารกิจในประเทศ กรมยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคส่งออกของประเทศ เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการสำหรับการเตรียมพร้อมด้านการค้าผ่านการนำเสนอข้อมูลและโอกาสการเข้าถึงตลาดในต่างประเทศ ให้กับนักธุรกิจส่งออกและผู้สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศทั่วไป

ในการนี้ สปส. พิจารณาแล้วเห็นว่า การดำเนินโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ด้วยการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม จะส่งเสริมให้เกิดการรับรู้เชิงบวกและเข้าถึงเข้าใจสินค้าและบริการศักยภาพของไทยในต่างประเทศ อีกทั้ง ยังเป็นการสื่อสารข้อมูลโอกาสทางการค้าที่สำคัญให้กับผู้ประกอบการในประเทศให้สามารถพัฒนาเป็นผู้ส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนอีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๒.๑ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการซอฟต์พาวเวอร์ไทยให้กับตลาดในประเทศและต่างประเทศ

๒.๒ ส่งเสริมการจดจำภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตสินค้าและบริการซอฟต์พาวเวอร์ไทยที่มีคุณภาพ

๒.๓ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์ในประเทศและต่างประเทศของรัฐบาล

๒.๔ เพื่อสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความต้องการการบริโภคสินค้าไทยในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการส่งออกสินค้าและกระตุ้นภาพรวมเศรษฐกิจของไทย

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

๔. ขอบเขตการดำเนินการ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในโครงการ ได้แก่

๔.๑.๑ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๔.๑.๑.๑ สื่อนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ โดยให้ครอบคลุมเป้าหมายอย่างน้อยดังนี้

ภูมิภาคเป้าหมาย	ลักษณะของนิตยสาร
๑. ไทย-ทั่วโลก	นิตยสารประจำสายการบินนานาชาติ (In-Flight Magazine)
๒. ตะวันออกกลาง	นิตยสารด้านเศรษฐกิจที่มีฐานผู้รับรู้สื่อในภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นหลัก
๓. เอเชีย-ยุโรป-แอฟริกา	นิตยสารด้านเศรษฐกิจที่มีฐานผู้รับรู้สื่อในภูมิภาคเอเชีย ยุโรปและแอฟริกาเป็นหลัก
๔. ลาตินอเมริกา	นิตยสารด้านเศรษฐกิจที่มีฐานผู้รับรู้สื่อในภูมิภาคลาตินอเมริกาเป็นหลัก

๔.๑.๑.๒ สื่อออนไลน์ของนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน โดยสื่อออนไลน์นี้จะต้องเป็นช่องทางทางการออนไลน์ (Official) ของสื่อ นิตยสารข้างต้น ตามข้อ ๔.๑.๑.๑ อย่างน้อยนิตยสารละ ๑ สื่อออนไลน์

๔.๑.๑.๓ สื่อออนไลน์อื่นๆ อาทิ เว็บไซต์ข่าว หรือ สื่อโซเชียลมีเดีย สำหรับเพิ่มการมองเห็นสื่อให้มากขึ้น

๔.๑.๒ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๔.๑.๒.๑ สื่อวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ ครั้ง แบ่งเป็น ๒ ลักษณะ ดังนี้

(๑) สื่อวิทยุภาษาไทย ซึ่งจะต้องเป็นสื่อวิทยุสำหรับกระจายข่าวทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด

(๒) สื่อวิทยุภาษาอังกฤษ ซึ่งจะต้องเป็นสื่อวิทยุสำหรับกระจายข่าวทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

๔.๑.๒.๒ สื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

(๑) เว็บไซต์ข่าวสำนักข่าวด้านเศรษฐกิจ สำหรับเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและการส่งเสริมด้านการค้าระหว่างประเทศ

(๒) สื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, X, YouTube, TikTok หรืออื่นๆ

๔.๒ จัดทำแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) พร้อมทั้งนำเสนอช่องทางสื่อสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของแต่ละสื่อโดยที่จะต้องมีความคิดและรูปแบบดังกล่าวที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยที่

๔.๒.๑ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ จะต้องเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๑.๑ และระบุเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละตลาดในต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการผลักดันให้มีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก อีกทั้ง จะต้องสามารถยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการไทยให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางในตลาดต่างประเทศได้

..... ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ

๔.๒.๒ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในประเทศ จะต้องเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๑.๒ และระบุเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในประเทศ เพื่อก่อให้เกิดการกระจายข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ในด้านการชี้ช่องทางโอกาสทางการค้า กิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกและบริการสาธารณะด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม

อีกทั้ง ให้จัดทำกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ (Timeline) ของการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนที่แสดงให้เห็นการวางแผนการทำงานที่สามารถเกิดขึ้นจริงได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยต้องครอบคลุมเนื้อหาในรูปแบบ ตามข้อ ๔.๑

๔.๓ การผลิตเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๓.๑ ผลิตเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ในต่างประเทศ

๔.๓.๑.๑ สื่อนิตยสาร

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ ตามข้อ ๔.๑.๑.๑ โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตามข้อ ๔.๒.๑

๔.๓.๑.๒ สื่อออนไลน์ของนิตยสาร

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน ตามข้อ ๔.๑.๑.๒ โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตามข้อ ๔.๒.๑

ทั้งนี้ การออกแบบและจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ข้างต้นจะต้องมีความน่าสนใจทั้งในรูปแบบสื่อ นิตยสาร และสื่อออนไลน์ ซึ่งจะต้องประกอบไปด้วย หัวข้อ ข้อความ รูปภาพ โลโก้ อินโฟกราฟิก หรืออื่นๆ ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบการรับรู้สื่อของผู้ฟังของแต่ละช่องทางสื่อ ซึ่งจะต้องสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศักยภาพสินค้าและบริการของไทยในต่างประเทศ พร้อมทั้งสร้างการรับรู้ที่ดีต่ออุตสาหกรรมต่างๆ ของไทยทั้งในมิติของสินค้าและบริการ หรืออื่นๆ ที่กรมกำหนด เป็นต้น

๔.๓.๒ ผลิตเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่ในประเทศ

๔.๓.๒.๑ สื่อวิทยุภาษาไทย

- ผลิตสปอตวิทยุที่มีเนื้อหา ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สปอต และจิงเกิ้ลวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๘ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จิงเกิ้ล

๔.๓.๒.๒ สื่อวิทยุภาษาอังกฤษ

- ผลิตและจัดทำสื่อบัณฑิต ภาษาอังกฤษความยาว ตอนละไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตอนต่อเดือน รวมไม่น้อยกว่า ๖ ตอนตลอดทั้งโครงการ

๔.๓.๒.๓ สื่อออนไลน์

- ผลิตสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งในรูปแบบของเว็บไซต์ข่าวและสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ บทความ รูปภาพ อินโฟกราฟิก หรือ กราฟิกต่างๆ ที่เหมาะสมกับสื่อที่จะนำไปเผยแพร่ ตามข้อ ๔.๔.๒.๓

๔.๔ ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๔.๑ ช่องทางสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๔.๔.๑.๑ สื่อนิตยสาร

ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารในต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ โดยที่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารแต่ละฉบับจะต้องเป็นการจัดพิมพ์ในเล่มเป็นหน้าคู่สี่ และใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร (เป็นอย่างน้อย) โดยนิตยสารแต่ละฉบับจะต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

ภูมิภาคเป้าหมาย	จำนวนการจัดพิมพ์ต่อครั้ง	ระยะเวลาการเผยแพร่	เงื่อนไขของนิตยสาร
๑. ไทย-ทั่วโลก	ไม่น้อยกว่า ๑๒๐,๐๐๐ ฉบับ	รายสัปดาห์	นิตยสารประจำสายการบิน (In-Flight Magazine) ที่เป็นสายการบินประเภท Full Service ซึ่งมีเส้นทางการบินระหว่างไทยและทั่วโลก ไม่น้อยกว่า ๓ ทวีป (เอเชีย ยุโรป และออสเตรเลีย) โดยนิตยสารดังกล่าวต้องมีการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยให้กับชาวต่างชาติหรือผู้โดยสาร
๒. ตะวันออกกลาง	ไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ ฉบับ	รายเดือน	นิตยสารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของภูมิภาคตะวันออกกลางและก่อตั้งมาไม่น้อยกว่า ๒๐ ปี ที่เน้นข่าวสารวิเคราะห์ และข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจและเศรษฐกิจในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ GCC และยังเป็นนิตยสารชั้นนำที่มุ่งเป้าไปที่ผู้นำองค์กรและผู้บริหารระดับสูงทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ
๓. เอเชีย-ยุโรป-แอฟริกา	ไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ ฉบับ	รายเดือน	นิตยสารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของภูมิภาคเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ที่มีการเสนอข่าวสารวิเคราะห์ที่ครอบคลุมเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงิน เทคโนโลยี และแนวโน้มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อโลกธุรกิจ และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริหาร นักลงทุน และนักธุรกิจที่ต้องการข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ
๔. ลาตินอเมริกา	ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ฉบับ	รายสัปดาห์	นิตยสารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของภูมิภาคลาตินอเมริกาและก่อตั้งมาไม่น้อยกว่า ๒๐ ปี ที่ครอบคลุมข้อมูลธุรกิจระดับโลกในลาตินอเมริกาและแคริบเบียน สำหรับนักธุรกิจ นักลงทุนในลาตินอเมริกาและต่างชาติ

ทั้งนี้ การเลือกสื่อ นิตยสารที่จะเผยแพร่ จะต้องแสดงหลักฐานที่น่าเชื่อถือว่ามีนิตยสารดังกล่าวตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดข้างต้นด้วยเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาของกรมต่อไป

๔.๔.๑.๒ สื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ของนิตยสารที่ได้จากการผลิตสื่อตาม ข้อ ๔.๓.๑.๒ ลงบนช่องทางออนไลน์ทางการของนิตยสารที่นำมาเผยแพร่ในโครงการไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์

๔.๔.๒ ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๔.๔.๒.๑ สื่อวิทยุภาษาไทย

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่รูปแบบสื่อต่างๆ ที่ได้จากการผลิตตาม ข้อ ๔.๓.๒.๑ ผ่านสื่อวิทยุ ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และในต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๖ จังหวัด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รูปแบบสื่อ	ความถี่ (ต่อวัน)	จำนวนทั้งโครงการ
๑. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล		
๑. สปอตวิทยุ	ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้งต่อวัน	ไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ครั้ง
๒. จิงเกิ้ล	ไม่น้อยกว่า ๖ ครั้งต่อวัน	ไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ครั้ง
๓. พุดประชาสัมพันธ์ข่าว	-	ไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง
๒. ต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๖ จังหวัด		
๑. สปอตวิทยุ	ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้งต่อวันต่อจังหวัด	ไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ครั้ง ต่อจังหวัด และไม่น้อยกว่า ๒,๔๐๐ ครั้งทั้งโครงการ

๔.๔.๒.๒ สื่อวิทยุภาษาอังกฤษ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่สื่อบุคคลภาษาอังกฤษที่ได้จากการผลิต ตามข้อ ๔.๓.๒.๒ ทางสถานีวิทยุที่ใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล โดยจะต้องออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๙๐ ครั้งต่อเดือน รวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า ๖๐๐ ครั้งทั้งโครงการ

๔.๔.๒.๓ สื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อาทิ การให้บริการสาธารณะของกรม การเผยแพร่ข้อมูลโอกาสทางการค้า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ตลอดจน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้ง การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและผู้สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยที่ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสื่อออนไลน์สำหรับเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าว จำนวน ๒ ช่องทางหลัก ดังนี้

(๑) เว็บไซต์ข่าวสำนักข่าว

ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิต ตามข้อ ๔.๓.๒.๓ ผ่านทางเว็บไซต์ข่าวสำนักข่าวด้านเศรษฐกิจที่เป็นที่รู้จัก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

(๒) สื่อโซเชียลมีเดีย

ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้จากการผลิต ตามข้อ ๔.๓.๒.๓ อาทิ Facebook, Instagram, X, YouTube, TikTok หรืออื่นๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทสื่อโซเชียลมีเดีย	ผู้ติดตาม	จำนวนไม่น้อยกว่า (ครั้ง)
๑. สำนักข่าวด้านเศรษฐกิจ	ไม่น้อยกว่า ๒ ล้านผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
	ไม่น้อยกว่า ๑ ล้านผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
	ไม่น้อยกว่า ๕ แสนผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
๒. สำนักข่าวทั่วไป	ไม่น้อยกว่า ๒ ล้านผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
	ไม่น้อยกว่า ๑ ล้านผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง
	ไม่น้อยกว่า ๕ แสนผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง
๓. อินฟลูเอนเซอร์/บุคคลที่เป็นที่รู้จักในด้านเศรษฐกิจหรือธุรกิจ	ไม่น้อยกว่า ๑ ล้านผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
	ไม่น้อยกว่า ๕ แสนผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

ทั้งนี้ การเลือกสื่อออนไลน์ข้างต้นที่จะเผยแพร่ จะต้องนำเสนอข้อมูลจำนวนผู้ติดตามสื่อออนไลน์ดังกล่าวให้ตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดข้างต้นด้วย เพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาของกรมต่อไป

๔.๕ การเพิ่มการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศและในประเทศด้วยการ Boost Post หรือ ยิ่งแอด (Ads) หรือ การเพิ่มการมองเห็นในรูปแบบต่างๆ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โดยขอให้เลือกเนื้อหาที่ได้รับความนิยมและมีศักยภาพในการเพิ่มการมองเห็น หรือ โฟสต์ตามที่กรมกำหนด เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายตัวชี้วัดของโครงการ

๔.๖ รายงานผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดทำผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๓ อย่างละเอียด โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๖.๑.๑ รายงานรายเดือน ผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อ ตามข้อ ๔.๔ โดยให้จัดส่งให้กรมเป็นประจำทุกเดือนภายใน ๗ วันทำการของเดือนถัดไป (เดือนสุดท้ายคือรายงานรายเดือนของเดือนสิงหาคม ๒๕๖๔) โดยมีสถิติหรือข้อมูลให้ครบถ้วนอย่างน้อย ดังนี้

- (๑) ช่องทางการเผยแพร่ (อาทิ นิติสาร วิทยู ออนไลน์)
- (๒) รายชื่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่
- (๓) รายชื่อประเทศที่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- (๔) จำนวนครั้งที่มีการรับรู้ หรือ มองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์
- (๕) อื่นๆ ตามที่กรมกำหนด

๔.๖.๑.๒ รายงานสรุปภาพรวมโครงการ โดยให้จัดส่งให้กรมจำนวน ๑ ฉบับ เมื่อได้ดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานของโครงการเรียบร้อยแล้ว โดยให้เนื้อหารายงานอย่างน้อย ดังนี้

(๑) รายงานผลภาพรวมของการดำเนินงานตามระยะเวลารวมทั้งหมดของโครงการ โดยมีสถิติหรือข้อมูลในรูปแบบเช่นเดียวกันกับข้อ ๔.๖.๑.๑

(๒) รวบรวมภาพประกอบผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อทั้งหมดที่ได้ดำเนินการ หรือ หลักฐานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

(๓) รวบรวมเนื้อหาที่ได้จัดทำทั้งในสื่อนิติสาร สื่อวิทยู และสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตาม หากเนื้อหาประเภทใดไม่สามารถนำมาใส่ในรายงานได้ ขอให้บรรจุลงในพื้นที่ออนไลน์ (Drive) และแสดงลิงก์ดังกล่าวลงในรายงาน

(๔) จัดทำข้อมูลเชิงสถิติเบื้องต้นประกอบการรายงานผล อาทิ ช่องทางของสื่อ/ประเทศที่มีจำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์มากที่สุด-น้อยที่สุด สัดส่วนหรือร้อยละจำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งหมด เป็นต้น และสามารถแสดงผลของข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบของกราฟหรือไดอะแกรมได้

(๕) จัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิเคราะห์การดำเนินงานโครงการเพื่อการปรับปรุงการทำงานของกรมในอนาคต อาทิ ข้อเสนอแนะในการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เนื้อหาการจัดทำประชาสัมพันธ์ การเลือกประเทศในการเผยแพร่ หรือกลยุทธ์เสริมต่างๆ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายอย่างแท้จริงได้

(๖) อื่นๆ ตามที่กรมกำหนด

๔.๗ ประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๗.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบสอบถามอย่างง่ายเพื่อประเมินผลและสำรวจทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศต่อภาพลักษณ์สินค้าและบริการ รวมทั้ง ภาพลักษณ์ประเทศตามความเหมาะสม ตลอดจน การให้บริการสาธารณะของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในภาพรวม

๔.๗.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการกระจายและเก็บแบบสอบถามตามช่องทางที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การสำรวจทัศนคติและเป้าหมายของโครงการ

๔.๗.๓ จัดทำรายงานผลการสำรวจ ตามข้อ ๔.๗.๑ พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนะประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อกรมในอนาคตต่อไป

๔.๘ การจัดหาเจ้าหน้าที่ในโครงการ

๔.๘.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ที่มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการผลิตเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี

๔.๘.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานสำหรับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ที่มีความเชี่ยวชาญในการประสานงานและสื่อสารความต้องการของกรมให้เกิดความเรียบร้อย และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี

๔.๘.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย เพื่อให้มีการใช้ภาษาอังกฤษในสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเป็นมืออาชีพและส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทยต่อไป และมีประสบการณ์การทำงาน ไม่น้อยกว่า ๒ ปี

๔.๙ อื่นๆ

๔.๙.๑ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหรือช่องทางใดๆ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อนดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง และถือว่างานทุกชิ้นที่จัดทำขึ้น และ ไฟล์ต่างๆ ที่ได้ดำเนินการขึ้น หรือ working file ต่างๆ หรือ ไฟล์ดิบต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของกรม

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

๔.๙.๓ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้โครงการ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์และสำเร็จไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

๔.๙.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. ตัวชี้วัด

จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๖. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่

จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรม ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๑) การจัดทำแนวคิด รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ ตามข้อ ๔.๒

(๒) ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามข้อ ๔.๔.๑ และ ๔.๔.๒

(๓) ประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๗

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของขอบเขตการดำเนินงานอื่นๆ ตาม TOR ข้อ ๔ ขอให้ผู้เสนอราคาได้นำเสนอแนวทางการทำงานในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิคในแต่ละข้อให้ครบถ้วน รวมทั้ง ต้องแสดงเอกสารประสบการณ์การทำงานของบริษัท ตามข้อ ๘.๑๑

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๑๐ ก.พ. ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมเพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๗. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา 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 ตามข้อ ๔.๒ กำหนดให้ ๒๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑ จัดทำแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) แผนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๒ ได้อย่างครบถ้วน และมีการยกตัวอย่างการผลิตบทความข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ในประเทศ ตามข้อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๓.๒.๓ อย่างน้อย ๑ บทความข่าว รวมทั้ง จะต้องยกตัวอย่างการออกแบบและผลิตเนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ของนิตยสาร ตามข้อ ๔.๓.๑.๒ อย่างน้อย ๑ สื่อออนไลน์ ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและสามารถปรับใช้แนวคิดข้อ ๔.๒ มาใช้ในการผลิตบทความข่าวได้	๒๐	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากความชัดเจนและถูกต้อง และต้องมีความสอดคล้องแนวทางการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และจะต้องนำเสนอให้มีความละเอียดครบถ้วนในแต่ละขั้นตอน	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
๑.๒ จัดทำแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) แผนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๒ ได้อย่างครบถ้วน และมีการยกตัวอย่างการผลิตบทความข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่ในประเทศ ตามข้อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๓.๒.๓ อย่างน้อย ๑ บทความข่าว ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและสามารถปรับใช้แนวคิดข้อ ๔.๒ มาใช้ในการผลิตบทความข่าวได้	๑๔		
๑.๓ จัดทำแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) แผนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน (Timeline) ตามข้อ ๔.๒ ได้อย่างครบถ้วน	๘		

๒. ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ

๒.๑ ช่องทางสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ตามข้อ ๔.๔.๑ กำหนดให้ ๓๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน				
๒.๑.๑ รายชื่อและจำนวนของสื่อ นิตยสารและสื่อออนไลน์ของนิตยสารที่จะใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๔.๑ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <table><tr><th>สื่อ นิตยสาร</th><th>สื่อออนไลน์ของนิตยสาร หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ</th></tr><tr><td>ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ</td><td>ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร และสื่อออนไลน์อื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๒ สื่อออนไลน์</td></tr></table>	สื่อ นิตยสาร	สื่อออนไลน์ของนิตยสาร หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ	ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ	ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร และสื่อออนไลน์อื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๒ สื่อออนไลน์	๓๕	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากความละเอียด ความครบถ้วน และความถูกต้องที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR และข้อเสนอที่ยื่นมาจะต้องมีความครบถ้วนสมบูรณ์ จึงจะได้คะแนนเท่ากับเกณฑ์คะแนนนั้นๆ เท่านั้น	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
สื่อ นิตยสาร	สื่อออนไลน์ของนิตยสาร หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ						
ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ	ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร และสื่อออนไลน์อื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๒ สื่อออนไลน์						
๒.๑.๒ รายชื่อและจำนวนของสื่อ นิตยสารและสื่อออนไลน์ของนิตยสารที่จะใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๔.๑ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <table><tr><th>สื่อ นิตยสาร</th><th>สื่อออนไลน์ของนิตยสาร หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ</th></tr><tr><td>ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ</td><td>ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร และสื่อออนไลน์อื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๑ สื่อออนไลน์</td></tr></table>	สื่อ นิตยสาร	สื่อออนไลน์ของนิตยสาร หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ	ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ	ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร และสื่อออนไลน์อื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๑ สื่อออนไลน์	๒๗		
สื่อ นิตยสาร	สื่อออนไลน์ของนิตยสาร หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ						
ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ	ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร และสื่อออนไลน์อื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๑ สื่อออนไลน์						
๒.๑.๓ รายชื่อและจำนวนของสื่อ นิตยสารและสื่อออนไลน์ของนิตยสารที่จะใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๔.๑ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <table><tr><th>สื่อ นิตยสาร</th><th>สื่อออนไลน์ของนิตยสาร</th></tr><tr><td>ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ</td><td>ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร</td></tr></table>	สื่อ นิตยสาร	สื่อออนไลน์ของนิตยสาร	ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ	ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร	๒๐		
สื่อ นิตยสาร	สื่อออนไลน์ของนิตยสาร						
ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ	ไม่น้อยกว่า ๔ สื่อออนไลน์นิตยสาร						

๒.๒ ช่องทางสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในประเทศ ตามข้อ ๔.๔.๒ กำหนดให้ ๓๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน										
๒.๒.๑ รายชื่อและจำนวนการเผยแพร่สื่อวิทยุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวออนไลน์ ตามข้อ ๔.๔.๒ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <table><tr><th>วิทยุภาษาไทย</th><th>วิทยุภาษาอังกฤษ</th><th>สื่อออนไลน์</th></tr><tr><td>สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๘๐ ครั้ง</td><td rowspan="4">ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๘ ตอน</td><td>เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง</td></tr><tr><td>จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๔๐๐ ครั้ง</td><td rowspan="3">สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๘ ครั้ง</td></tr><tr><td>พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง</td></tr><tr><td>สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๘๐๐ ครั้ง</td></tr></table>	วิทยุภาษาไทย	วิทยุภาษาอังกฤษ	สื่อออนไลน์	สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๘๐ ครั้ง	ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๘ ตอน	เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง	จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๔๐๐ ครั้ง	สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๘ ครั้ง	พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง	สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๘๐๐ ครั้ง	๓๕	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากความละเอียด ความครบถ้วน และความถูกต้องที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR และข้อเสนอที่ยื่นมาจะต้องมีความครบถ้วนสมบูรณ์ จึงจะได้คะแนนเท่ากับเกณฑ์คะแนนนั้นๆ เท่านั้น	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
วิทยุภาษาไทย	วิทยุภาษาอังกฤษ	สื่อออนไลน์											
สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๘๐ ครั้ง	ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๘ ตอน	เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง											
จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๔๐๐ ครั้ง		สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๘ ครั้ง											
พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง													
สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๘๐๐ ครั้ง													
๒.๒.๒ รายชื่อและจำนวนการเผยแพร่สื่อวิทยุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวออนไลน์ ตามข้อ ๔.๔.๒ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <table><tr><th>วิทยุภาษาไทย</th><th>วิทยุภาษาอังกฤษ</th><th>สื่อออนไลน์</th></tr><tr><td>สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๔๐ ครั้ง</td><td rowspan="4">ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๗ ตอน</td><td>เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง</td></tr><tr><td>จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐ ครั้ง</td><td rowspan="3">สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง</td></tr><tr><td>พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๗ ครั้ง</td></tr><tr><td>สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๖๐๐ ครั้ง</td></tr></table>	วิทยุภาษาไทย	วิทยุภาษาอังกฤษ	สื่อออนไลน์	สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๔๐ ครั้ง	ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๗ ตอน	เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง	จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐ ครั้ง	สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง	พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๗ ครั้ง	สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๖๐๐ ครั้ง	๒๗		
วิทยุภาษาไทย	วิทยุภาษาอังกฤษ	สื่อออนไลน์											
สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๔๐ ครั้ง	ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๗ ตอน	เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง											
จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐ ครั้ง		สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง											
พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๗ ครั้ง													
สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๖๐๐ ครั้ง													
๒.๒.๓ รายชื่อและจำนวนการเผยแพร่สื่อวิทยุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวออนไลน์ ตามข้อ ๔.๔.๒ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <table><tr><th>วิทยุภาษาไทย</th><th>วิทยุภาษาอังกฤษ</th><th>สื่อออนไลน์</th></tr><tr><td>สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ครั้ง</td><td rowspan="4">ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๖ ตอน</td><td>เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง</td></tr><tr><td>จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ครั้ง</td><td rowspan="3">สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๑๘ ครั้ง</td></tr><tr><td>พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง</td></tr><tr><td>สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๔๐๐ ครั้ง</td></tr></table>	วิทยุภาษาไทย	วิทยุภาษาอังกฤษ	สื่อออนไลน์	สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ครั้ง	ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๖ ตอน	เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง	จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ครั้ง	สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๑๘ ครั้ง	พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง	สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๔๐๐ ครั้ง	๒๐		
วิทยุภาษาไทย	วิทยุภาษาอังกฤษ	สื่อออนไลน์											
สพตวิทยุในกรุงเทพและปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ครั้ง	ผลิตและออกอากาศไม่น้อยกว่า ๖ ตอน	เว็บไซต์ข่าว ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง											
จึงเกิดไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ครั้ง		สื่อโซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๑๘ ครั้ง											
พูดประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง													
สพตวิทยุในต่างจังหวัด รวมไม่น้อยกว่า ๒,๔๐๐ ครั้ง													

๓. ประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๗ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑ นำเสนอรูปแบบการประเมินผลและสำรวจทัศนคติ ตามข้อ ๔.๗.๑ และ ยกตัวอย่างคำถามของแบบสอบถามอย่างง่าย ตามข้อ ๔.๗.๒ พร้อมนำเสนอวิธีการกระจายแบบสอบถาม และยกตัวอย่างข้อเสนอแนะและแนวทางการวิเคราะห์ผลการประเมิน ตามข้อ ๔.๗.๓	๑๐	ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา ที่แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอวิธีการประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่มีความถูกต้องและครบถ้วน	คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกันเป็นเอกฉันท์
๓.๒ นำเสนอรูปแบบการประเมินผลและสำรวจทัศนคติ ตามข้อ ๔.๗.๑ และ ยกตัวอย่างคำถามของแบบสอบถามอย่างง่าย ตามข้อ ๔.๗.๒	๕		
๓.๓ นำเสนอรูปแบบการประเมินผลและสำรวจทัศนคติ ตามข้อ ๔.๗.๑	๓		

๘. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๘.๕ ไม่เป็นบุคคล ซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงาน 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
- ๘.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับงานที่จัดจ้างภายใต้โครงการ และมีประสบการณ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ปี และต้องแสดงผลงานที่เกี่ยวข้องงานในโครงการไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน

๙. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ – กันยายน ๒๕๖๙

๑๐. งบประมาณในการดำเนินโครงการ

วงเงินงบประมาณ ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน)

..... ประธานกรรมการ กรรมการ กรรมการ

๑๑. กำหนดเวลาการส่งมอบงาน : ภายในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๙

๑๒. ระยะเวลาการส่งมอบงานและการชำระเงิน

กรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๙

๑๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) แผนการดำเนินงาน และกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนต่างๆ ทั้งการผลิตเนื้อหาและการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยละเอียดและครบถ้วน ตามข้อ ๔.๒

๑๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งสื่อวิทยุภาษาไทยที่ได้จากการผลิต ได้แก่ สปอตวิทยุและจิงเกิ้ลวิทยุ ตามข้อ ๔.๓.๒.๑ ให้ครบถ้วน

๑๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องส่งผลการจัดหาเจ้าหน้าที่ในโครงการให้ครบถ้วน ตามข้อ ๔.๘

ทั้งนี้ ขอให้ผู้รับจ้างจัดส่งเอกสารข้างต้นตามข้อ ๑๒.๑ – ๑๒.๓ ในรูปแบบเอกสารจำนวน ๓ ฉบับและบรรจุไฟล์เนื้อหาดังกล่าวลงใน USB Drive จำนวน ๓ ชิ้น

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๙

๑๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศผ่านสื่อ นิตยสารและออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒ ฉบับนิตยสาร และไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงานสื่อออนไลน์ ตามข้อ ๔.๓.๑ และ ๔.๔.๑ โดยให้นำส่งสื่อ นิตยสารให้กรมที่ได้รับการเผยแพร่แล้ว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เล่มต่อฉบับนิตยสาร

๑๒.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเผยแพร่สื่อวิทยุภาษาไทย ได้แก่ สปอตวิทยุในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง จิงเกิ้ลวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๖๐๐ ครั้ง พุดข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง และสปอตวิทยุในต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ครั้ง ตามข้อ ๔.๔.๒.๑

๑๒.๖ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเผยแพร่สื่อวิทยุภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า ๓ ตอน และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ครั้ง ตามข้อ ๔.๓.๒.๒ และ ๔.๔.๒.๒

๑๒.๗ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๙ สื่อออนไลน์ ตามข้อ ๔.๔.๒.๓

๑๒.๘ ผู้รับจ้างจะต้องนำส่งและรวบรวมรายงานรายเดือนของทุกเดือนตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๙ ตามข้อ ๔.๖

ทั้งนี้ ขอให้ผู้รับจ้างจัดส่งเอกสารข้างต้นตามข้อ ๑๒.๔ – ๑๒.๘ ในรูปแบบเอกสารจำนวน ๓ ฉบับและบรรจุไฟล์เนื้อหาดังกล่าวลงใน External Hard Disk ที่มีความจุไม่น้อยกว่า ๑ TB จำนวน ๓ ชิ้น โดยขอให้บรรจุไฟล์ทุกประเภททั้งไฟล์ดิบ, working file และไฟล์สำเร็จรูปภายใต้โครงการทุกไฟล์อย่างละเอียด

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๙

๑๒.๙ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศผ่านสื่อ นิตยสารและออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒ ฉบับนิตยสาร และไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงานสื่อออนไลน์ ตามข้อ ๔.๓.๑ และ ๔.๔.๑ โดยให้นำส่งสื่อ นิตยสารให้กรมที่ได้รับการเผยแพร่แล้ว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เล่มต่อฉบับนิตยสาร

๑๒.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเผยแพร่สื่อวิทยุภาษาไทย ได้แก่ สปอตวิทยุในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง จิงเกิ้ลวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๖๐๐ ครั้ง พุดข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง และสปอตวิทยุในต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ครั้ง ตามข้อ ๔.๔.๒.๑

๑๒.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเผยแพร่สื่อวิทยุภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า ๓ ตอน และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ครั้ง ตามข้อ ๔.๓.๒.๒ และ ๔.๔.๒.๒

๑๒.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ สื่อออนไลน์ ตามข้อ ๔.๔.๒.๓

๑๒.๑๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการเพิ่มการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการภายใต้โครงการ ตามข้อ ๔.๖

๑๒.๑๔ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๖

๑๒.๑๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งผลการประเมินผลการดำเนินการเผยแพร่ ตามข้อ ๔.๗

ทั้งนี้ ขอให้ผู้รับจ้างจัดส่งเอกสารข้างต้นตามข้อ ๑๒.๙ - ๑๒.๑๕ ในรูปแบบเอกสารจำนวน ๓ ฉบับและบรรจุไฟล์เนื้อหาดังกล่าวลงใน External Hard Disk ที่มีความจุไม่น้อยกว่า ๑ TB จำนวน ๓ ชิ้น โดยขอให้บรรจุไฟล์ทุกประเภททั้งไฟล์ดิบ, working file และไฟล์สำเร็จรูปภายใต้โครงการทุกไฟล์อย่างละเอียด ของข้อความ รูปภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว และสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๑๓. เงื่อนไขการดำเนินงาน

๑๓.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษารายละเอียดของโครงการให้เข้าใจ พร้อมทั้งเตรียมทีมงานที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อทำหน้าที่หาข้อมูลและติดต่อประสานงานในขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้โดยตรงตลอดโครงการตามสัญญา

๑๓.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการจัดซื้อจัดจ้างโครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๑๓.๓ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนและแนวทางการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมตาม TOR ข้อ ๔.๒ เสนอแก่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ พิจารณาอย่างชัดเจนภายใน ๓๐ วันทำการ หลังจากลงนามในสัญญาจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๓.๔ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในกรณีนำเสนอเนื้อหาผิดพลาดหรือมีการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และจะต้องดำเนินการชี้แจงหรือแก้ไขให้ถูกต้องโดยด่วน และการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นนั้นจะไม่นำมานับรวมขึ้นงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบทางกฎหมาย

๑๓.๕ ผลงานที่ผู้รับจ้างจัดทำและผลิต เมื่อเผยแพร่แล้วให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมายของผู้ว่าจ้างที่สามารถนำไปเผยแพร่ซ้ำได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป และห้ามผู้รับจ้างไปจำหน่าย หรือทำซ้ำ ดัดแปลงและเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมเป็นลายลักษณ์อักษร

๑๔. อัตราค่าปรับ

๑๔.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมฯ จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๔.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๔.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. ข้อสงวนสิทธิ์

กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมฯ พิจารณาและเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมฯ ทั้งสิ้น

๑๖. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมฯ ได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๗. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มงานยุทธศาสตร์ภาพลักษณ์การค้า สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

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

โทร. ๐๒-๕๐๗-๗๙๓๔ และ ๐๒-๕๐๗-๗๙๕๙

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียด
ค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑	ชื่อโครงการ โครงการสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟพาวเวอร์แห่งชาติ
๒	หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
๓	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เงินกองทุน)
๔	วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๙ โดยสืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นเงิน ๘,๔๔๘,๓๖๖.๖๗ บาท /
๔.๑	ค่าการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในต่างประเทศ - นิตยสาร ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน วงเงิน ๓,๖๑๕,๘๖๖.๖๗ บาท / - สื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน วงเงิน ๒,๖๑๖,๖๖๖.๖๗ บาท /
๔.๒	ค่าการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในประเทศ - วิทยู ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ ครั้ง วงเงิน ๑,๖๙๑,๓๓๓.๓๓ บาท / - สื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง วงเงิน ๕๒๔,๕๐๐ บาท /
๕	แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๕.๑ บริษัท มอริล เน็ทเวิร์ค จำกัด / ๕.๒ บริษัท เจพีพี (ประเทศไทย) จำกัด / ๕.๓ บริษัท N.J. International Media Co.,Ltd./
๖	รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง ๖.๑ นายศุภชัย ศาสตร์ แสงจันทร์ / (.....) ประธานกรรมการ ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ / ๖.๒ นายอาจพงษ์ ฉันทปัญญา (กรรมการ) / (.....) กรรมการ ตำแหน่ง นักวิชาการช่างศิลป์ปฏิบัติการ / ๖.๓ นางสาวพริมรดา ศิริพงษ์ / (.....) กรรมการ ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ /

ตารางการจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()

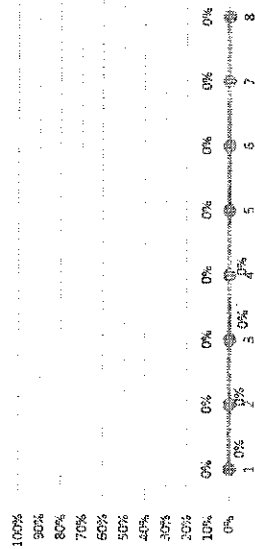
ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

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							

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%



1) กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานพื้นฐาน 8 เดือน

2) หมายถึง ระยะเวลาก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่รายการก่อสร้าง เช่น งานโครงสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างผิวทาง)

3) หมายถึง ร้อยละของงานที่ได้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่รายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %

4) มูลค่างานแต่ละรายการ ค่ารวมจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ

5) ร้อยละของแผนดำเนินงาน ค่ารวมจากมูลค่าตามแผนดำเนินงาน เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

หมายเหตุ:

Money
% PLAN