



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย
ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการ
ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงิน
ทั้งสิ้น ๒๐,๑๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ยี่สิบล้านหนึ่งแสนบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ใน
วันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นที่ไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
ในวันที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสาร
ข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการ
ตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๙ เวลา ๙.๐๐ น. เป็นต้นไป
(นำเสนอรายละเอียด ๓๐ นาที และตอบคำถามคณะกรรมการ ๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักประชาสัมพันธ์และ
สื่อสารองค์กร ชั้น ๗ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ฝั่งริมน้ำ) โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการ
เสนองานขนาด A๔ ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มา
นำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด และไม่พิจารณาข้อเสนอที่นอกเหนือจากรายละเอียดในเอกสาร
นำเสนองานที่ได้อัปโหลดในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
เลขที่ ๑๐๒ /๒๕๖๙ ลงวันที่ ๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ
www.gprocurement.go.th

ประกาศ ณ วันที่ ๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙



(นายพรวิษ ศลาออน)
รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๑๐๒ /๒๕๖๙

การจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมและบริการของไทย

ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๙

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ตามรายการ ดังนี้

จ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ 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 สำหรับชำระเงินหลักประกันการเสนอราคา
- 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 กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

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 กฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุน จดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 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 บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย 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 หรือ บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

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

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

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) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีในนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น 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 โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปีได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

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

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

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

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอกวเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น 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 หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(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 ให้

ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๙

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงานฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท 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 เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่งาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

(๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
(๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวันเวลาที่กำหนด

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

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

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่มีระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

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

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

๕.๑ เงินสด

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอประสงค์จะวางหลักประกันการเสนอราคาเป็นเงินสด ให้ผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงิน ดังนี้

ผ่านบริการรับชำระเงิน (Bill Payment) ผ่านระบบ KTB Corporate Online ตามใบแจ้งการชำระเงิน ที่แนบมาพร้อมกับเอกสารเชิญชวนนี้

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

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ำราคาที่สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอให้กับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ กรมจะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้ำประกันภายใน 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 จ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

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

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา

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 หรือราคาที่ยื่นทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือว่า

การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนออื่นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

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 และค่าใช้จ่ายที่ส่งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๙

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๙

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๐ 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 ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ติดตั้งเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. ข้อสงวนสิทธิ์ในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้นโดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

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

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะรับหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกร้องจากผู้ออก

หนังสือคำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ 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

๑๑.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ





จดหมาย

✓ โฟลเดอร์

📁 กล่องขาเข้า ☰

✍️ ร่าง ...

📧 ส่ง ...

⚠️ จดหมายขยะ ...

🗑️ ถังขยะ ...

> 📁 Migrate ...

📁 กล่องจดหมาย... ...

📁 บันทึกย่อ ...

📁 ประวัติการสนท... ...

📁 รายการที่ส่ง ...

📁 อีเมลขยะ ...

📁 เก็บถาวร ...

📁 แบบร่าง ...

+ เพิ่มโฟลเดอร์

✓ แท็ก +

- กล่องขาเข้า ↓ วันที่ ▾
- WordPress มี.ค. 28
- You emailed Pinnacle Enterprise Solutions
Name: 合Q微6-866119买单报t关做资料99商检600产地证50船ef Email:...
- GET Events-UAE มี.ค. 12
- iq 2026 IRAQ Exhibitions
['https://e.getevents.org/system/emailshow.php?mid=7061dcb0a6f5f...
- Iraq Exhibitions 2026 มี.ค. 6
- 2026 Iraq International Events
2026 == **IRAQ ** == **Exhibitions ==** **April & October ==** **...
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงเทพมหานคร มี.ค. 5
- ขอนำส่งแบบรายงานผลการปฏิบัติราชการแทนอธิบดี ตามแบบท้ายคำสั่งกรมส...
เรียน กลุ่มงานพัสดุ สคต. ฮานอย ขอส่งหนังสือที่ 57010/550 ลงวันที่ 5 มกร...
- Iraq Exhibitions 2026 22/12/2025
- 3 International Events
2026 == **IRAQ ** == **Exhibitions ==** Greetings from Burcu Uca...
- นนทพร เสาชงทอง, supplies supplies 18/12/2025
- ข้อเสนอแนะการปรับปรุงถ้วยค่าในข้อ 4.10 และ 5) ในหัวข้อ 11 เพิ่มเติม 4.12....
เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาโครงการติดตามและประเมินผลเพื่อพัฒนาศักยภาพ... 2
- GET Events-UAE 10/12/2025
- iq Iraq Exhibitions 2026
['https://e.getevents.org/system/emailshow.php?mid=258555e3f7adc...
- Iraq Exhibitions 2025/26 09/12/2025
- 8th Iraq Buildex 2026
Greetings from Burcu Uca, We cordially invite you to join the 8th I...
- Iraq Exhibitions 2025/26 05/12/2025
- Iraq Market Reports
2026 IRAQ Exhibitions == **Greetings from GET Events,** We will ...
- DGA Contact Center 30/10/2025
- เรื่อง แจ้งเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการระบบการสื่อสารแบบรวมศูนย์ (work...
เรียน ผู้ให้บริการ workD ตามที่ สพร. ได้แจ้งปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการตาม... 3
- THAI TRADE CENTER HCMC 28/10/2025
- การทำประกันภัยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์
เรียน อธิบดี สคต. ณ นครโฮจิมินห์ขอส่งบันทึกที่ 57310/2341 และบันทึก... 2
- supplies supplies, สนง.คลังจังหวัดนนทบุรี 15/10/2025
- ขอความอนุเคราะห์เปลี่ยนแปลงชื่อหัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุของกรมส่งเสริมการค้า...
สำนักงานคลังจังหวัดนนทบุรี อนุมัติเรียบร้อยแล้ว โปรดเช็คกล่องข้อความ... 6
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงเทพมหานคร 03/10/2025
- ขอนำส่งแบบรายงานผลการปฏิบัติราชการแทนอธิบดี ตามแบบท้ายคำสั่งกรมส...
เรียน กลุ่มงานพัสดุ สคต. ฮานอย ขอส่งหนังสือ ที่ 57010/16 ลงวันที่ 2 ตุลาคม...

ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย
ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลก โดยการทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ให้สินค้าและธุรกิจบริการของไทยให้สามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการของประเทศอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการให้ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้พบปะเจรจาการค้าทั้งผ่านช่องทาง on site ในรูปแบบต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (International Trade Fair) และการจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) เป็นต้น และ Online รูปแบบต่างๆ เช่น website หรือ social media ต่างๆ นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของไทย เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป้าหมายและตลาดโลก รวมถึงจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการดำเนินกระบวนการส่งออก และให้มีความรู้เรื่องการตลาด สินค้า บริการ แนวโน้มตลาด แนวโน้มสินค้าและบริการ รวมถึงกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้าเพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร พิจารณาแล้วเห็นว่า การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้งในและต่างประเทศ จะเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมให้ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการค้าระหว่างประเทศ สร้างการรับรู้สินค้าและบริการไทยในตลาดเป้าหมาย สร้างโอกาสทางการค้าด้านการส่งออก เผยแพร่ ตัวอย่างความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งออกไทย การสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ รวมทั้งกิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมได้สะดวก รวดเร็วและเข้าใจง่าย เพื่อผลักดันให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดด้านการส่งออกในตลาดเป้าหมาย ที่สามารถนำไปสู่การส่งออกและการขยายตัวด้านการค้าระหว่างประเทศต่อไป

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๑. เพื่อสร้างการรับรู้สินค้า และบริการไทยในตลาดเป้าหมาย


๒. เพื่อผลักดันให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดด้านการส่งออกในตลาดเป้าหมายสามารถนำไปสู่การขยายตัวด้านการค้าระหว่างประเทศ

๓. กลุ่มเป้าหมาย


ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก รวมทั้งประชาชนที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ

๔. ขอบเขตการดำเนินการ

โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ มีรายละเอียด ดังนี้



 นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
 ประธานกรรมการ



 นางสาวพิชริกา กันแก้ว
 กรรมการ



 นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
 กรรมการ

๔.๑ นำเสนอกลยุทธ์และแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทยผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย

๔.๑.๑ วิเคราะห์สถานการณ์สินค้าไทยในต่างประเทศ และสถานการณ์การส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ รวมถึงตลาดส่งออกสำคัญและตลาดศักยภาพของไทย และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดังกล่าว เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์/แนวคิดการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑.๒ นำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารเนื้อหา เพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Content Strategy) ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ ๔.๒.๒ และ ๔.๒.๓ เพื่อให้การสื่อสารเกิดภาพลักษณ์เชิงบวกและเป็นประโยชน์ด้านการค้าระหว่างประเทศต่อกลุ่มเป้าหมาย และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย

๔.๑.๓ กำหนดแนวคิด (Concept) รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ออกแบบธีม (Theme) ของแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ ๔.๒.๒ และ ๔.๒.๓ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ พร้อมข้อมูลและเหตุผลสนับสนุนแต่ละแนวความคิดรูปแบบและธีมในการนำเสนอดังกล่าว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของกรม เพื่อสร้างการจดจำ ดึงดูดความสนใจของผู้ชมและสื่อสารข้อความสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าประทับใจ อีกทั้งมีความเข้าใจง่าย สวยงาม ทันสมัย และสื่อถึงกรมได้อย่างเหมาะสม

๔.๑.๔ จัดทำแผนการดำเนินโครงการตลอดระยะเวลาโครงการและรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) รวมทั้ง แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (Production Plan) แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ แผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ (Media Plan) โดยมีกรอบระยะเวลาการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (Timeline) แบบรายเดือน และนำเสนอแผนการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินโครงการให้มีประสิทธิภาพ (Risk Management Plan)

๔.๒ การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ฯ

๔.๒.๑ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL)

โดยประชาสัมพันธ์ถึงโอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในประเทศที่เป็นตลาดศักยภาพของไทย สื่อวิดีโอแต่ละตอนจะต้องนำเสนอสินค้าหรือบริการของไทยที่มีความแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของสินค้า/บริการ โดยเป็นการถ่ายทำขึ้นมาใหม่ทั้งหมดในประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากเป็นตลาดศักยภาพของไทย

อีกทั้งมีการสอดแทรกบทบาท ภารกิจ และกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอนตามความเหมาะสม และเชิญชวนให้ผู้รับชมได้รับทราบและติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ ของกรม ทั้งนี้ สื่อวิดีโอทุกตอนจะต้องมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่างความยาวไม่เกิน ๑ นาที (VDO DEMO) จำนวน ๑ ชิ้น เพื่อแสดงให้เห็น Mood & Tone ของรูปแบบรายการให้เหมาะสม ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) สื่ออาร์ตเวิร์ก สำหรับใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบสื่อออนไลน์ โดยออกแบบธีม (Theme) ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ และ ๔.๒.๑

(๑.๑) ออกแบบและจัดทำโลโก้รายการ โดยนำเสนอชื่อรายการที่สอดคล้องกับ TOR ข้อ ๔.๑.๓ และ ๔.๒.๑

(๑.๒) ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์กภาพรวมหลักของรายการ สำหรับเผยแพร่ลงในช่องทางออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พร้อมทั้งปรับขนาดให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทางออนไลน์ที่จะเผยแพร่

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

(๑.๓) ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์กประกอบปกสื่อวิดีโอ (Video Cover) ตอนละ ๑ ชิ้นงาน จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน พร้อมใส่โลโก้รายการในแต่ละอาร์ตเวิร์กด้วย

(๑.๔) ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์กประกอบปกสื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video Cover) ตอนละไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน พร้อมใส่โลโก้รายการในแต่ละอาร์ตเวิร์กด้วย

หมายเหตุ บริษัทต้องนำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์ก ตามจำนวนสื่อวิดีโอที่นำเสนอในทุกตอน เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา

(๒) สื่อวิดีโอ

(๒.๑) จัดทำสื่อวิดีโอแนวนอน ซึ่งมีผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ดำเนินรายการในแต่ละตอนจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ท่าน โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนต้องมีความยาวระหว่าง ๑๐ - ๒๕ นาที โดยสื่อวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์ (Effect) เพื่อความน่าสนใจและตื่นตาตื่นใจ และใส่ข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอเพื่ออธิบายหรือเน้นข้อความที่ต้องการจะสื่อสารให้ผู้ชมวิดีโอเข้าใจง่ายขึ้น (Superimpose) ให้เหมาะสมในแต่ละตอน โดยในทุกวิดีโอจะต้องแสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรมในตอนท้าย

(๒.๒) จัดทำวิดีโอแนวตั้งฉบับตัดต่อ (Highlight Video) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที - ๑.๓๐ นาที สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล อาทิ YouTube Shorts, Facebook Reels, TikTok, และ Instagram Reels เป็นต้น

หมายเหตุ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ดำเนินการเดินทางไปบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในประเทศเป้าหมาย โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำทั้งหมด ทั้งนี้หากมีการใช้ภาพประกอบ (บางส่วน) ที่มีอยู่แล้ว ต้องเป็นภาพที่ถูกลิขสิทธิ์และต้องให้กรมพิจารณาก่อนใช้งาน

๔.๒.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL)

โดยนำเสนอเรื่องราว ประวัติความเป็นมา ปัญหา อุปสรรค และผลสำเร็จในการส่งออกของผู้ส่งออกในแต่ละตอน และต้องสร้างแรงบันดาลใจในการส่งออกให้แก่ผู้รับชม มีการกล่าวถึงประโยชน์/ผลลัพธ์ที่ได้ร่วมกิจกรรมกับกรมในการส่งออก

อีกทั้งมีการสอดแทรกบทบาท ภารกิจ และกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอนตามความเหมาะสม และเชิญชวนให้ผู้รับชมได้รับทราบและติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ ของกรม ทั้งนี้ สื่อวิดีโอทุกตอนจะต้องมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่างความยาวไม่เกิน ๑ นาที (VDO DEMO) จำนวน ๑ ชิ้น เพื่อแสดงให้เห็น Mood & Tone ของรูปแบบรายการ ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ และ ๔.๒.๒ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) สื่ออาร์ตเวิร์ก สำหรับใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบสื่อออนไลน์ โดยออกแบบธีม (Theme) ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ และ ๔.๒.๒

(๑.๑) ออกแบบและจัดทำโลโก้รายการ โดยนำเสนอชื่อรายการที่สอดคล้องกับ TOR ข้อ ๔.๑.๓ และ ๔.๒.๒

(๑.๒) ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์กภาพรวมหลักของรายการ สำหรับเผยแพร่ลงในช่องทางออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พร้อมทั้งปรับขนาดให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทางออนไลน์ที่จะเผยแพร่

(๑.๓) ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์กประกอบปกสื่อวิดีโอ (Video Cover) ตอนละ ๑ ชิ้นงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน พร้อมใส่โลโก้รายการในแต่ละอาร์ตเวิร์กด้วย

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

(๑.๔) ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์กประกอบปกสื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video Cover) ตอนละไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน พร้อมใส่โลโก้รายการ ในแต่ละอาร์ตเวิร์กด้วย
 หมายเหตุ บริษัทต้องนำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์ก ตามจำนวนสื่อวิดีโอที่นำเสนอ
 ในทุกตอน เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา

(๒) สื่อวิดีโอ

(๒.๑) จัดทำสื่อวิดีโอแวนอน ซึ่งมีผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ดำเนินรายการในแต่ละตอน โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนต้องมีความยาวระหว่าง ๑๐ - ๒๕ นาที โดยสื่อวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์ตัดต่อวิดีโอ (Effect) เพื่อความน่าสนใจและตื่นตาตื่นใจ และใส่ข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอเพื่ออธิบายหรือเน้นข้อความที่ต้องการจะสื่อสารให้ผู้ชมวิดีโอเข้าใจง่ายขึ้น (Superimpose) ให้เหมาะสมในแต่ละตอน โดยในทุกวิดีโอจะต้องแสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรม ในตอนท้าย

(๒.๒) จัดทำวิดีโอแนวตั้งฉบับตัดต่อ (Highlight Video) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที - ๑.๓๐ นาที สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล อาทิ YouTube Shorts, Facebook Reels, TikTok, และ Instagram Reels เป็นต้น

หมายเหตุ สื่อวิดีโอที่ผลิตทุกชิ้นงาน ผู้รับจ้างต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในสถานประกอบการของผู้ประกอบการในแต่ละตอน และจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำทั้งหมด ทั้งนี้หากมีการใช้ภาพประกอบ (บางส่วน) ที่มีอยู่แล้ว ต้องเป็นภาพที่ถูกลิขสิทธิ์และต้องให้กรมพิจารณาก่อนใช้งาน

(๓) นำเสนอรายชื่อผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย โดยเน้นธุรกิจหรืออุตสาหกรรมบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจบริการของไทย และส่งเสริมผู้ประกอบการประเภทธุรกิจบริการสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายจะต้องมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับกรมที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อผลิตสื่อวิดีโอในแต่ละตอน

๔.๒.๓ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย

(๑) สื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video)

ดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้งแบบสั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนมีความยาวไม่เกิน ๒ นาที โดยสื่อวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอเพื่ออธิบายหรือเน้นข้อความที่ต้องการจะสื่อสารให้ผู้ชมวิดีโอเข้าใจง่ายขึ้น (Superimpose) มีเพลงประกอบวิดีโอ และหรือมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย และตัดต่อภาพให้มีความน่าสนใจให้เหมาะสมในแต่ละตอน โดยในทุกวิดีโอจะต้องแสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรมในตอนท้าย โดยจะต้องนำเสนอข้อมูลเป็น ๒ แนวทาง ดังนี้

(๑.๑) จัดทำวิดีโอร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์การสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในการตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียว และสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มสินค้า/ธุรกิจบริการที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนในการสร้างมูลค่า



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
 ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
 กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
 กรรมการ

(๑.๒) จัดทำวิดีโอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ วิดีโออาจมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอน ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ หากมีการลงพื้นที่ถ่ายทำในบริเวณกรุงเทพมหานคร หรือปริมณฑล ให้บริษัทจัดหาช่างบันทึกภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ท่าน/ครั้ง สำหรับถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวด้วยอุปกรณ์ระดับมืออาชีพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ทั้งหมด

หมายเหตุ สื่อวิดีโอแบบสั้นทุกตอนจะต้องได้รับการพิจารณาจากกรม ก่อนทำการเผยแพร่ ทั้งนี้สื่อวิดีโอทุกตอนจะต้องมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอร่าง Demo Short VDO จำนวน ๒ แนวทาง ตามข้อ (๑.๑) และ (๑.๒) เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๓ ผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL)

นำเสนอผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ที่มีผู้ติดตามผ่านช่องทางต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook, TikTok, Instagram, และ YouTube เพื่อเป็นผู้ดำเนินรายการในสื่อประชาสัมพันธ์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑, ๔.๒.๒, และ ๔.๒.๓ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน (ไม่น้อยกว่า)	จำนวนผู้ดำเนินรายการ	ผู้ติดตาม (รวมทุกช่องทาง)	ประสบการณ์/คุณสมบัติ/ ผลงาน
วิดีโอเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย (ถ่ายทำในต่างประเทศ)	๔ ตอน	ท่านที่ ๑	ไม่น้อยกว่า ๑.๕ ล้านผู้ติดตาม	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ - สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี - มีอายุไม่น้อยกว่า ๓๐ ปี นับจากวันยื่นข้อเสนอ - มีประสบการณ์ในการเป็นนักแสดงหรือผู้ดำเนินรายการ <u>ไม่น้อยกว่า ๓ ปี</u> - มีประสบการณ์ด้านการแสดงหรือผู้ดำเนินรายการที่ถ่ายทำในต่างประเทศ <u>ไม่น้อยกว่า ๒ ผลงาน</u> - มีผลงานที่ผ่านมาที่เกี่ยวกับการพาไปศึกษาโอกาสสินค้า/บริการไทยในต่างประเทศ <u>ไม่น้อยกว่า ๑ ผลงาน</u>
		ท่านที่ ๒	ไม่น้อยกว่า ๕ แสนผู้ติดตาม	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ - มีประสบการณ์ในการเป็นนักแสดงหรือผู้ดำเนินรายการ <u>ไม่น้อยกว่า ๑ ปี</u>
วิดีโอเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ	๔ ตอน	๑ ท่าน	ไม่น้อยกว่า ๑ ล้าน /ท่าน	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ - สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

(ถ่ายทำในประเทศไทย)				- มีอายุไม่น้อยกว่า ๓๐ ปี นับจากวันยื่นข้อเสนอ - มีประสบการณ์เป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ <u>ไม่น้อยกว่า ๓ ปี</u>
วิดีโอเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ	๕ วิดีโอสั้น	๑ ท่าน	ไม่น้อยกว่า ๑ แสน	มีประสบการณ์ในการเป็นพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ <u>ไม่น้อยกว่า ๓ ปี</u>

หมายเหตุ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแนบประวัติการทำงานและผลงานของผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ที่นำเสนอทุกรายเพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๔ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๔.๔.๑ จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อตามข้อ ๔.๔ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

๔.๔.๒ เผยแพร่วิดีโอสำหรับเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทยร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด มีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ
สื่ออาร์ตเวิร์ก	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับคามนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ใน ๘ สื่อ
สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video)	สื่อออนไลน์ของผู้ดำเนินรายการ ทั้ง ๒ ท่าน	บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง	ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับคามนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ใน ๘ สื่อ



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๔.๔.๓ วิดีโอสำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL)

ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ
สื่ออาร์ตเวิร์ก	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ใน ๘ สื่อ
สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video)	สื่อออนไลน์ของผู้ดำเนินรายการ	บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ใน ๘ สื่อ

๔.๔.๔ วิดีโอสำหรับเผยแพร่ข้อมูล/ ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ (Short Video)

ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ
ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๒๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง ใน ๑ สื่อ
สื่อออนไลน์ของผู้ดำเนินรายการ	บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง	ไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

๔.๕ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีรายละเอียด ดังนี้

(๑) สื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ จะต้องเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เหมาะสมในแต่ละช่องทาง และจะต้องโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนที่ได้จัดทำขึ้นที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอย่างน้อยตอนละ ๒ ช่องทาง (Boost Post) โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปยัง ๒ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และการโปรโมท ไปยังผู้นำเข้าต่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศได้รับชมสื่อวิดีโอทุกตอนในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้มากขึ้น โดยการโปรโมทในแต่ละช่องทางจะต้องได้รับการเห็นชอบจากกรมก่อนทุกครั้ง

(๒) สื่อวิดีโอตามข้อ ๔.๒.๓ (๑) จะต้องเผยแพร่ในทุกสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และจะต้องโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนที่ได้จัดทำขึ้นที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอย่างน้อยตอนละ ๑ ช่องทาง (Boost Post) โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ

(๓) สื่อวิดีโอทุกตอนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑, ๔.๒.๒, และ ๔.๒.๓ ที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะต้องมียอดครั้งในการมองเห็นสื่อ (Impression) ทางสื่อสังคมออนไลน์แก่ผู้รับสื่อในประเทศ รวมกันไม่น้อยกว่า ๕ ล้านครั้ง และผู้รับสื่อในต่างประเทศ รวมกันไม่น้อยกว่า ๑ ล้านครั้ง (ไม่รวมสื่อวิดีโอตาม TOR ข้อ ๔.๒.๓)

(๔) ลงโฆษณาแบนเนอร์ผ่าน Google Display Network เพื่อประชาสัมพันธ์สื่ออาร์ตเวิร์กที่จัดทำขึ้น เพื่อเพิ่มการสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้รับรู้และจดจำ รวมกันไม่น้อยกว่า ๕ ล้านครั้ง

(๕) จัดทำ Template Artwork สำหรับลงข่าวประชาสัมพันธ์ของกรมผ่านสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้น

(๖) จัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๓ ปี ในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอทุกตอนลงในสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรมให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ

หมายเหตุ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแนบประวัติการทำงานของแอดมินที่นำเสนอทุกรายเพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๖ ดำเนินการจัดหาทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ

ทีมงานผู้แปลภาษาอังกฤษต้องมีทักษะด้านการแปลภาษาอังกฤษในระดับดีเยี่ยม โดยประกอบด้วยทีมงานแปลภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ท่าน โดยแต่ละท่านต้องมีประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่า ๕ ปี

หมายเหตุ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารรับรอง ประกอบด้วย ๑) ประวัติการทำงาน ๒) เอกสารที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา (ในกรณีที่ผู้แปลเป็นชาวไทย) เพื่อประกอบการพิจารณาคุณสมบัติ นอกจากนี้ต้องแนบผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ผ่านมาจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ผลงานในแต่ละท่านเพื่อใช้เป็นหลักฐานแสดงถึงศักยภาพ ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของทีมงานที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานตามโครงการ

๔.๗ การประเมินผลโครงการ

(๑) เก็บสถิติจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) / ผู้เข้าถึง (Reach) / จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) ความพึงพอใจของผู้รับสื่อ พร้อมนำเสนอแนวทางในการวัดความพึงพอใจดังกล่าว

(๒) สรุปรายงานการประเมินผล ตามข้อ ๔.๗ พร้อมข้อเสนอแนะและแนวทางในการดำเนินงานในอนาคต (Social Listening) ไม่ต่ำกว่า ๒ หน้าขึ้นไป เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง/พัฒนาโครงการในปีถัดไปให้ดียิ่งขึ้น


.....

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


.....

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ


.....

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๔.๘ ประสบการณ์ทำงานของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างต้องมีประสบการณ์การทำงานในด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน อย่างน้อย ๓ ปี โดยมีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๘ ล้านบาท อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน และมีผลงานการผลิตสื่อในต่างประเทศที่มีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๒ ล้านบาท อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองชิ้นงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันยื่นเอกสารมาแสดงด้วย

หมายเหตุ

๑) ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๒) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ หากมีการใช้เพลงหรือดนตรีประกอบ ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่างๆ จะต้องถูกต้องตามลิขสิทธิ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์บริษัทจะต้องรับผิดชอบทั้งหมด

๓) ผู้รับจ้างจะต้องรายงาน/ แจ้งความคืบหน้า/ กรมให้ความเห็นชอบ ในการดำเนินงานต่างๆ ตามขอบเขตของงาน รูปแบบการถ่ายทำจะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมจากทางกรม ก่อนดำเนินการผลิตเผยแพร่ หรือประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง ทั้งนี้ เพื่อให้เนื้อหา มีความสอดคล้องกับนโยบายและทิศทางการสื่อสารของกรม

๕. ตัวชี้วัด

๑. จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ผ่านสื่อต่างๆ ต้องมีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๒. ความพึงพอใจของผู้รับรู้อ้างอิง ต้องไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐

๓. เพิ่มจำนวนคำค้นหาใน Google Trends ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย DITP การส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ThaiTrade ทูตพาณิชย์ โดยจะต้องจัดทำรายงานการเพิ่มจำนวนคำค้นหาใน Google Trends ประกอบด้วย การดำเนินงาน การติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงาน การเรียนรู้ ปัญหา อุปสรรค สรุปผลการดำเนินงาน แนวทางการปรับปรุงผลการดำเนินงาน และความท้าทายของโครงการ

๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ผู้นำเข้า ส่งออก รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศทั้งในและต่างประเทศทราบถึงภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภาพลักษณ์อันดีต่อโครงการและกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเชื่อมั่นในศักยภาพ คุณภาพของอุตสาหกรรมสินค้าและบริการของไทย

๒. ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ผู้นำเข้า ส่งออก ทั้งในและต่างประเทศสามารถรับรู้สินค้าและบริการไทยในมุมมองใหม่ที่เพิ่มขึ้น นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าด้านการส่งออกและการบริโภคสินค้าและบริการของไทย

๓. เกิดภาพลักษณ์ การตระหนักรับรู้ ภาพจำที่ดีแก่สินค้าและบริการไทย นำไปสู่ความร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศ

๗. ระยะเวลาการดำเนินการ เดือนเมษายน ๒๕๖๙ – ๑๐ กันยายน ๒๕๖๙

๘. งบประมาณ ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน)

๙. กำหนดเวลาการส่งมอบงาน ภายในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๙

๑๐. เงื่อนไขในการส่งมอบงานและการชำระเงิน



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะจ่ายเงินให้ผู้รับจ้างเป็นรายงวด ทั้งหมด ๓ งวด โดยการเบิกค่าใช้จ่ายของแต่ละงวดงานให้ดำเนินการได้เมื่อการส่งมอบงานแต่ละงวดงานเสร็จสิ้นสมบูรณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินงาน ตาม TOR ข้อ ๔.๑ โดยกรมจะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมด โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๙

งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินงาน ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๕๐ ของจำนวนทั้งหมดที่น่าเสนอ โดยกรมจะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนอัตราร้อยละ ๔๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมด โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๙

งวดที่ ๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินงาน ตาม TOR ข้อที่เหลือทั้งหมด โดยกรมจะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนอัตราร้อยละ ๕๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมด โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๙

๑๑. สิ่งที่ต้องส่งมอบหลังเสร็จงาน

๑๑.๑ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมส่งหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานจำนวน ๓ เล่ม (ในแต่ละงวดงานทั้ง ๓ งวด)

๑๑.๒ รวบรวมข้อมูลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง ภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่ายและ Stock-shot อาร์ตเวิร์กทุกชิ้นงาน ที่ได้จากการดำเนินการทั้งหมดให้เป็นลิขสิทธิ์ของกรม โดยนำส่งไฟล์ต้นฉบับที่มีคุณภาพสูง (Full HD) โดยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและบรรจุรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ทั้ง ๓ งวดงาน ให้บันทึกลงใน External hard disk จำนวน ๓ ชุด

๑๑.๓ กรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติมเพื่อให้การตรวจรับเป็นไป โดยความเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๑๒. เงื่อนไขการดำเนินงาน

๑๒.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษารายละเอียดของโครงการเพื่อให้เกิดความเข้าใจพร้อมทั้งจัดเตรียมทีมงานและบุคลากรที่มีความสามารถและประสบการณ์ในภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อทำหน้าที่หาข้อมูลและติดต่อประสานงานในขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้โดยตรงตลอดระยะเวลาโครงการ

๑๒.๒ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในกรณีนำเสนอข้อมูล เนื้อหาผิดพลาด และจะต้องดำเนินการชี้แจงหรือแก้ไขให้ถูกต้องโดยด่วน และการแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นจะไม่นำมานับรวมในชิ้นงานตามสัญญา

๑๒.๓ ผลงานที่ผู้รับจ้างจัดทำและผลิต เมื่อเผยแพร่แล้วให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายของผู้ว่าจ้างที่สามารถนำไปเผยแพร่ซ้ำได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกรมต่อไป

๑๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๑๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๑๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๑๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๑๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๑๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจกรรมของนิติบุคคลนั้นด้วย


.....

นางสาวไอริน อัดตัสอรณวารี
ประธานกรรมการ


.....

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ


.....

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๑๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๑๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๑๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๑๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e – GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๔. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นยื่นการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๑) นำเสนอกลยุทธ์และแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทยผ่านสื่อออนไลน์ ตาม TOR ข้อ ๔.๑

(๒) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑

(๓) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒

(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๓

(๕) ผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ตาม TOR ข้อ ๔.๓

(๖) การเผยแพร่สื่อสำหรับเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ตาม TOR ๔.๔.๒

(๗) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๔.๓

(๘) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๔.๔



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

(๙) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๕

(๑๐) ดำเนินการจัดหาที่มงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ตาม TOR ข้อ ๔.๖

(๑๑) ประสพการณ์การทำงานของผู้รับจ้าง กำหนดให้คะแนน ๕ คะแนน

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่..... ๒๒ เม.ย. ๒๕๖๙..... เวลา ๙.๐๐ น. เป็นต้นไป (นำเสนอรายละเอียด ๓๐ นาที และตอบคำถามคณะกรรมการ ๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ชั้น ๗ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ฝั่งริมน้ำ) โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด และไม่พิจารณาข้อเสนอที่นอกเหนือจากรายละเอียดในเอกสารนำเสนอที่ได้อัปโหลดในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมจะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรม เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๕. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะพิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคา โดยใช้วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๕.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐกรมบัญชีกลาง กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๕.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค และข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน โดยพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

๑. นำเสนอกยุทธ์และแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทยผ่านสื่อออนไลน์ ตาม TOR ข้อ ๔.๑ กำหนดให้คะแนน ๒ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) วิเคราะห์สถานการณ์สินค้าไทยในต่างประเทศ และสถานการณ์การส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ ตลาดส่งออกสำคัญและตลาดศักยภาพของไทย นำเสนอกยุทธ์ในการสื่อสารเนื้อหา เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับแต่ละช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ โดยแสดงแนวคิด รูปแบบในการ	๒	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าไทย ตลาด กลยุทธ์ แนวคิด รูปแบบการนำเสนอ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและ การนำเสนอที่ผู้

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>นำเสนอ (Mood & Tone) ของสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมข้อมูลและเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดและรูปแบบในการนำเสนอดังกล่าว อีกทั้ง จัดทำแผนการดำเนินโครงการตลอดระยะเวลาโครงการและรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) รวมทั้ง แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (Production Plan) แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ แผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ (Media Plan) โดยมีกรอบระยะเวลาการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (Timeline) แบบรายเดือน โดยให้นำเสนอจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ และนำเสนอได้อย่างละเอียดและครอบคลุมครบถ้วน และนำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินโครงการให้มีประสิทธิภาพ (Risk Management Plan) ทั้งบริบทด้านเนื้อหา การผลิต การเผยแพร่สื่ออย่างครบถ้วน</p>		<p>แผนการดำเนินงานละเอียดครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการละเอียดครบถ้วน และสามารถนำเสนอให้คณะกรรมการเข้าใจได้อย่างชัดเจน</p>	<p>ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา</p>
<p>(๒) วิเคราะห์สถานการณ์สินค้าไทยในต่างประเทศ และสถานการณ์การส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ ตลาดส่งออกสำคัญและตลาดศักยภาพของไทย นำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารเนื้อหา เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับแต่ละช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ โดยแสดงแนวคิด รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ของสื่อประชาสัมพันธ์ อีกทั้ง จัดทำแผนการดำเนินโครงการตลอดระยะเวลาโครงการและรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) รวมทั้ง แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (Production Plan) แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ แผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ (Media Plan) โดยมีกรอบระยะเวลาการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (Timeline) แบบรายเดือน และนำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินโครงการให้มีประสิทธิภาพ (Risk Management Plan)</p>	๑		



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๒. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของ ไทย ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ กำหนดให้คะแนน ๒๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

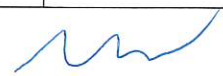
เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ผลิตสื่อวิดีโอจำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ตอน ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความละเอียดภาพระดับ Full HD ความยาว ๑๐ - ๒๕ นาที/ตอน นำเสนอชื่อรายการ พร้อมโลโก้รายการ มีเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ ใส่ Effect ภาพ และข้อความ Superimpose โดยสื่อวิดีโอทุกชิ้นต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในประเทศออสเตรเลีย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เมือง สื่อวิดีโอแต่ละตอนประชาสัมพันธ์โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทย และนำเสนอสินค้าหรือบริการของไทยที่มีความแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของสินค้า/บริการ อีกทั้งวิดีโอแต่ละตอนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายโครงการ และเนื้อหาครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และจัดทำวิดีโอฉบับตัดต่อในแต่ละตอน สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้น และสื่ออาร์ตเวิร์ก จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้น พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่าง (VDO DEMO) ๑ ชิ้น โดยจำลองเหตุการณ์สถานที่และสินค้า/บริการที่ต้องการสื่อ พร้อมผู้ดำเนินรายการที่นำเสนอจริงอย่างน้อย ๑ ท่าน	๒๐	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงจำนวนสื่อที่ผลิต จำนวนสถานที่ถ่ายทำ การนำเสนอร่าง Story board และ VDO Demo ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร และการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) ผลิตสื่อวิดีโอจำนวน ๕ ตอน ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความละเอียดภาพระดับ Full HD ความยาว ๑๐ - ๒๕ นาที/ตอน นำเสนอชื่อรายการ พร้อมโลโก้รายการ มีเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ ใส่ Effect ภาพ และข้อความ Superimpose โดยสื่อวิดีโอทุกชิ้นต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในประเทศออสเตรเลีย จำนวน ๒ เมือง สื่อวิดีโอแต่ละตอนประชาสัมพันธ์โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทย และนำเสนอสินค้าหรือบริการของไทยที่มีความแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของสินค้า/บริการ อีกทั้งวิดีโอแต่ละตอนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายโครงการ และเนื้อหาครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และจัดทำวิดีโอฉบับตัดต่อในแต่ละตอน สำหรับ	๑๐		



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญจญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวน ๕ ชิ้น และสื่ออาร์ตเวิร์ก จำนวน ๕ ชิ้น พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่าง (VDO DEMO) ๑ ชิ้น โดยจำลองเหตุการณ์ สถานที่และสินค้า/บริการที่ต้องการสื่อ พร้อมผู้ดำเนินรายการตัวอย่าง			
(๓) ผลิตสื่อวิดีโอจำนวน ๔ ตอน ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความละเอียดภาพระดับ Full HD ความยาว ๑๐ - ๒๕ นาที/ตอน นำเสนอชื่อรายการ พร้อมโลโก้รายการ มีเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ ใส่ Effect ภาพ และข้อความ Superimpose โดยสื่อวิดีโอทุกชิ้นต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในประเทศออสเตรเลีย สื่อวิดีโอแต่ละตอนประชาสัมพันธ์โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทย และนำเสนอสินค้าหรือบริการของไทยที่มีความแตกต่างกันตามแต่ละประเภทของสินค้า/บริการ อีกทั้งวิดีโอแต่ละตอนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายโครงการ และเนื้อหาครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และจัดวิดีโอฉบับตัดต่อในแต่ละตอน สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวน ๔ ชิ้น และสื่ออาร์ตเวิร์ก จำนวน ๔ ชิ้น พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่าง (VDO DEMO) ๑ ชิ้น	๕		


 นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
 ประธานกรรมการ


 นางสาวพิชริกา กันแก้ว
 กรรมการ


 นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
 กรรมการ

๓. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ร่วมกับผู้มีอิทธิพลความคิด (Influencer/ KOL) ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ กำหนดให้คะแนน ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>(๑) ผลิตสื่อวิดีโอจำนวน ๖ ตอน ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความละเอียดภาพระดับ Full HD ความยาว ๑๐ - ๒๕ นาที/ตอน นำเสนอชื่อรายการ พร้อมโลโก้รายการ มีเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ ใส่ Effect ภาพ และข้อความ Superimpose โดยนำเสนอเรื่องราว ประวัติความเป็นมา ปัญหา อุปสรรค และผลสำเร็จในการส่งออกของผู้ส่งออกในแต่ละตอน และต้องสร้างแรงบันดาลใจในการส่งออกให้แก่ผู้รับชม มีการกล่าวถึงประโยชน์/ผลลัพธ์ที่ได้ร่วมกิจกรรมกับกรมในการส่งออก อีกทั้งวิดีโอแต่ละตอนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายโครงการ และเนื้อหาครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ และจัดวิดีโอฉบับตัดต่อในแต่ละตอน สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวน ๖ ชิ้น และสื่ออาร์ตเวิร์ก จำนวน ๖ ชิ้น พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่าง (VDO DEMO) ๑ ชิ้น โดยจำลองเหตุการณ์สถานที่และสินค้า/บริการที่ต้องการสื่อ พร้อมผู้ดำเนินรายการที่นำเสนอจริง</p>	๑๕	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงจำนวนสื่อที่ผลิต การนำเสนอร่าง Story Board และ VDO Demo ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา
<p>(๒) ผลิตสื่อวิดีโอจำนวน ๕ ตอน ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความละเอียดภาพระดับ Full HD ความยาว ๑๐ - ๒๕ นาที/ตอน นำเสนอชื่อรายการ พร้อมโลโก้รายการ มีเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ ใส่ Effect ภาพ และข้อความ Superimpose โดยนำเสนอเรื่องราว ประวัติความเป็นมา ปัญหา อุปสรรค และผลสำเร็จในการส่งออกของผู้ส่งออกในแต่ละตอน และต้องสร้างแรงบันดาลใจในการส่งออกให้แก่ผู้รับชม มีการกล่าวถึงประโยชน์/ผลลัพธ์ที่ได้ร่วมกิจกรรมกับกรมในการส่งออก อีกทั้งวิดีโอแต่ละตอนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายโครงการ และเนื้อหาครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ และจัดวิดีโอฉบับตัดต่อในแต่ละตอน สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวน ๕ ชิ้น และสื่ออาร์ตเวิร์ก จำนวน ๕ ชิ้น พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่าง (VDO DEMO) ๑ ชิ้น โดยจำลอง</p>	๑๐		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ


นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
เหตุการณ์ สถานที่และสินค้า/บริการที่ต้องการสื่อ <u>พร้อมผู้ดำเนินรายการตัวอย่าง</u>			
(๓) ผลิตสื่อวิดีโอจำนวน <u>๔</u> ตอน ร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ความละเอียดภาพระดับ Full HD ความยาว ๑๐ - ๒๕ นาที/ตอน นำเสนอชื่อรายการ พร้อมโลโก้รายการ มีเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ ใส่ Effect ภาพ และข้อความ Superimpose โดยนำเสนอเรื่องราว ประวัติความเป็นมา ปัญหา อุปสรรค และผลสำเร็จในการส่งออกของผู้ส่งออกในแต่ละตอน และต้องสร้างแรงบันดาลใจในการส่งออกให้แก่ผู้รับชม มีการกล่าวถึงประโยชน์/ผลลัพธ์ที่ได้ร่วมกิจกรรมกับกรมในการส่งออก อีกทั้งวิดีโอแต่ละตอนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย โครงการ และเนื้อหาครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ และจัดวิดีโอฉบับตัดต่อในแต่ละตอน สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จำนวน <u>๔</u> ชิ้น และสื่ออาร์ตเวิร์ก จำนวน <u>๔</u> ชิ้น พร้อมนำเสนอร่าง Story Board แต่ละตอน และนำเสนอร่างสื่อวิดีโอตัวอย่าง (VDO DEMO) ๑ ชิ้น	๕		

๔. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๓ กำหนดให้คะแนน ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ผลิตสื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) จำนวน <u>ไม่น้อยกว่า ๕๐</u> ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนมีความยาวไม่เกิน ๒ นาที โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ๑) จัดทำวิดีโอร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) จำนวน <u>ไม่น้อยกว่า ๑๕</u> ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์การสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในการตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ เศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียว และสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้พัฒนาและส่งเสริมการค้า	๑๐	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงจำนวนสื่อที่ผลิต ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ ดี


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ


นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>ระหว่างประเทศในกลุ่มสินค้า/ธุรกิจบริการที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนในการสร้างมูลค่า</p> <p>๒) จัดทำวิดีโอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๕ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ วิดีโออาจมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอนตามความเหมาะสม</p>			<p>ครบถ้วนที่สุด เรียงลำดับลงมา</p>
<p>(๒) ผลิตสื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนมีความยาวไม่เกิน ๒ นาที โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๑) จัดทำวิดีโอร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์การสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในการตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ เศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียว และสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มสินค้า/ธุรกิจบริการที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนในการสร้างมูลค่า</p> <p>๒) จัดทำวิดีโอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๘ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ วิดีโออาจมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอนตามความเหมาะสม</p>	๖		
<p>(๓) ผลิตสื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนมีความยาวไม่เกิน ๒ นาที โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๑) จัดทำวิดีโอร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์การสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในการตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ เศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียว และสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง</p>	๓		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ


เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ระหว่างประเทศในกลุ่มสินค้า/ธุรกิจบริการที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนในการสร้างมูลค่า ๒) จัดทำวิดีโอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ วิดีโออาจมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอนตามความเหมาะสม			

๕. นำเสนอผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/KOL) ตาม TOR ข้อ ๔.๓ กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้


เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน															
(๑) นำเสนอผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ KOL) โดยผู้ดำเนินรายการที่นำเสนอจะต้องมีผู้ติดตาม ในทุกช่องทาง Social Media จำนวนรวมไม่น้อยกว่าจำนวนดังต่อไปนี้ <table border="1" data-bbox="204 1064 810 1989"> <thead> <tr> <th>สื่อวิดีโอ</th> <th>ผู้ดำเนินรายการ</th> <th>ผู้ติดตามรวม (ไม่น้อยกว่า)</th> <th>ประสบการณ์ (ไม่น้อยกว่า)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">วิดีโอเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย (ถ่ายทำในต่างประเทศ)</td> <td>ท่านที่ ๑</td> <td>๒ ล้าน</td> <td>๗ ปี</td> </tr> <tr> <td>ท่านที่ ๒</td> <td>๑ ล้าน</td> <td>๕ ปี</td> </tr> <tr> <td>วิดีโอเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออก</td> <td>ท่านที่ ๑</td> <td>๑.๕ ล้าน</td> <td>๗ ปี</td> </tr> </tbody> </table>	สื่อวิดีโอ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ติดตามรวม (ไม่น้อยกว่า)	ประสบการณ์ (ไม่น้อยกว่า)	วิดีโอเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย (ถ่ายทำในต่างประเทศ)	ท่านที่ ๑	๒ ล้าน	๗ ปี	ท่านที่ ๒	๑ ล้าน	๕ ปี	วิดีโอเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออก	ท่านที่ ๑	๑.๕ ล้าน	๗ ปี	๑๕	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงจำนวนผู้ดำเนินรายการ และจำนวนผู้ติดตามของผู้ที่ถูกนำเสนอ และประสบการณ์ทำงานที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ตีความที่ถูกต้องครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา
สื่อวิดีโอ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ติดตามรวม (ไม่น้อยกว่า)	ประสบการณ์ (ไม่น้อยกว่า)															
วิดีโอเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย (ถ่ายทำในต่างประเทศ)	ท่านที่ ๑	๒ ล้าน	๗ ปี															
	ท่านที่ ๒	๑ ล้าน	๕ ปี															
วิดีโอเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออก	ท่านที่ ๑	๑.๕ ล้าน	๗ ปี															



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญูญา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน				คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ไทยในตลาดต่างประเทศ (ถ่ายทำในประเทศไทย)						
วิดีโอเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ	ท่านที่ ๑	๑.๒ แสน	๗ ปี			
(๒) นำเสนอผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ KOL) โดยผู้ดำเนินรายการที่นำเสนอจะต้องมีผู้ติดตามในทุกช่องทาง Social Media จำนวนรวมไม่น้อยกว่าจำนวนดังต่อไปนี้				๑๐		
สื่อวิดีโอ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ติดตามรวม (ไม่น้อยกว่า)	ประสบการณ์ (ไม่น้อยกว่า)			
วิดีโอเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย (ถ่ายทำในต่างประเทศ)	ท่านที่ ๑	๑.๗๕ ล้าน	๕ ปี			
	ท่านที่ ๒	๗.๕ แสน	๓ ปี			
วิดีโอเผยแพร่	ท่านที่ ๑	๑.๒๕ ล้าน	๕ ปี			


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน				คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ (ถ่ายทำในประเทศไทย)						
วิดีโอเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ	ท่านที่ ๑	๑.๑ แสน	๕ ปี			
(๓) นำเสนอผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ KOL) โดยผู้ดำเนินรายการที่นำเสนอจะต้องมีผู้ติดตามในทุกช่องทาง Social Media จำนวนรวมไม่น้อยกว่าจำนวนดังต่อไปนี้				๕		
สื่อวิดีโอ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ติดตามรวม (ไม่น้อยกว่า)	ประสบการณ์ (ไม่น้อยกว่า)			
วิดีโอเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย	ท่านที่ ๑	๑.๕ ล้าน	๓ ปี			
	ท่านที่ ๒	๕ แสน	๑ ปี			


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ


เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน				คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(ถ่ายทำในต่างประเทศ)						
วิดีโอ เผยแพร่ ความสำเร็จ ของผู้ส่งออก ไทยในตลาด ต่างประเทศ (ถ่ายทำใน ประเทศ ไทย)	ท่านที่ ๑	๑ ล้าน	๓ ปี			
วิดีโอ เผยแพร่ ข้อมูล/ ความรู้ ด้านการค้า ระหว่าง ประเทศ	ท่านที่ ๑	๑ แสน	๓ ปี			



 นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
 ประธานกรรมการ



 นางสาวพิชริกา กันแก้ว
 กรรมการ



 นางสาวเบญญาภา เบญกุล
 กรรมการ

๖. การเผยแพร่สื่อสำหรับเผยแพร่โอกาสทางการค้าของสินค้า/บริการไทยในตลาดศักยภาพของไทย ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/ KOL) ตาม TOR ข้อ ๔.๔.๒ กำหนดให้คะแนน ๑๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>(๑) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๒ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้</p> <p>การเผยแพร่สื่อวิดีโอแบบตัดต่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL) ที่เป็นผู้ดำเนินรายการ <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง</u> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ สื่อ</u> <p>การเผยแพร่สื่ออาร์ตเวิร์ก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมี <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ สื่อ</u> 	๑๐	เอกสารของผู้ยื่น เสนอ งาน โดยพิจารณาถึงแผนการประชาสัมพันธ์ สื่อ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ และ จำนวนสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ให้ ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบ จากเอกสาร และการ นำเสนอที่ผู้ ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนน พิจารณาจาก ข้อมูล ที่ดี ครบถ้วนที่สุด เรียงลำดับลงมา


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>(๒) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๒ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>การเผยแพร่สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL) ที่เป็นผู้ดำเนินรายการ <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐-๑๑ ครั้ง</u> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</u> <p>การเผยแพร่สื่ออาร์ตเวิร์ก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมี <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</u> 	๖		
<p>(๓) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๒ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>การเผยแพร่สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL) ที่เป็นผู้ดำเนินรายการ <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๘-๙ ครั้ง</u> 	๓		


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>- เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ สื่อ</u></p> <p>การเผยแพร่สื่ออาร์ตเวิร์ก</p> <p>- ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมี <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ สื่อ</u></p>			

๗. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๔.๓ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>(๑) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๓ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p>	๑๐	เอกสารของผู้ยื่น เสนอ งาน โดยพิจารณาถึงแผนการประชาสัมพันธ์ สื่อ ที่ ใช้ ใน การ ประชาสัมพันธ์ และ จำนวนสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ให้ ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร และการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาร และการให้คะแนนพิจารณาจาก



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>การเผยแพร่สื่อวิดีโอแบบตัดต่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL) ที่เป็นผู้ดำเนินรายการ <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง</u> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ สื่อ</u> <p>การเผยแพร่สื่ออาร์ตเวิร์ก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมี <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ สื่อ</u> 			ข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา
<p>(๒) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๓ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>การเผยแพร่สื่อวิดีโอแบบตัดต่อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL) ที่เป็นผู้ดำเนินรายการ <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง</u> - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม <u>จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</u> และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มี 	๖		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>มีผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</p> <p>การเผยแพร่สื่ออาร์ตเวิร์ก</p> <p>- ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมี จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ</p>			
<p>(๓) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๓ ในช่องออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>การเผยแพร่สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ</p> <p>- เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (KOL) ที่เป็นผู้ดำเนินรายการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง</p> <p>- เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่มีผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ สื่อ</p> <p>การเผยแพร่สื่ออาร์ตเวิร์ก</p> <p>- ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมี จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ สื่อ</p>	๓		



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญูภา เบญจกุล
กรรมการ

๘. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ข้อมูล/ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๔.๔ กำหนดให้ ๕ คณะ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>(๑) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๔ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องทางสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>- เผยแพร่สื่อวิดีโอ ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการและเป็นสื่อที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน <u>ไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ</u> โดยมีจำนวนการเผยแพร่รวม <u>ไม่น้อยกว่า ๕๕ ครั้ง</u> โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Subscribers) จำนวน <u>ไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม</u></p>	๕	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงแผนการประชาสัมพันธ์ สื่อ ที่ ใช้ ใน การ ประชาสัมพันธ์ และ จำนวนสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร และการ นำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ตีพิมพ์ไว้ ณ วันที่ที่สุดเรียงลำดับลงมา
<p>(๒) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๔ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องทางสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>- เผยแพร่สื่อวิดีโอ ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการและเป็นสื่อที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน <u>๒ สื่อ</u> โดยมีจำนวนการเผยแพร่รวม <u>ไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้ง</u> โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Subscribers) จำนวน <u>ไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม</u></p>	๓		
<p>(๓) จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สื่อตาม TOR ข้อ ๔.๔.๔ ในช่องทางออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องทางสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีการวางแผนจำนวนครั้งในการเผยแพร่</p>	๑		



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กิ้นแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>สื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางตลอดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>- เผยแพร่สื่อวิดีโอ ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการและเป็นสื่อที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ สื่อ โดยมีจำนวนการเผยแพร่รวมไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Subscribers) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม</p>			

๙. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ กำหนดให้คะแนน ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>(๑) สื่อวิดีโอทุกตอน ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ จะต้องเผยแพร่ในสื่อ Online ของกรม และโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนไม่น้อยกว่าตอนละ ๓ Platform โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้ง โปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนที่เผยแพร่ในสื่อ Online ของกรมไม่น้อยกว่าตอนละ ๒ Platform ไปยังกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศที่ถ่ายทำหรือเกี่ยวข้องให้เหมาะสม</p> <p>สื่อวิดีโอตามข้อ ๔.๒.๓ (๑) ต้องเผยแพร่ในทุกสื่อ Online ของกรม และจะต้องโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอน <u>ไม่น้อยกว่าตอนละ ๓ Platform</u> โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ</p> <p>ทั้งนี้สื่อวิดีโอทุกตอนที่เผยแพร่ในทุกสื่อ Online ของกรมจะต้องมีจำนวนครั้งในการมองเห็นสื่อ (Impression) แก่ผู้รับสื่อในประเทศ <u>รวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง</u> และผู้รับสื่อในต่างประเทศ <u>รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง</u> (ไม่รวม VDO ตามข้อ ๔.๒.๓) ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๓)</p> <p>มีการลงโฆษณาแบนเนอร์ผ่าน Google Display Network เพื่อประชาสัมพันธ์สื่ออาร์ตเวิร์ก เพื่อสร้าง Awareness ให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศได้รับรู้</p>	๕	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึง การโปรโมทสื่อทั้งในและต่างประเทศ และจำนวนครั้งในการมองเห็นสื่อ การมีส่วนร่วม การรับชมวิดีโอ และประสบการณ์ของแอดมินที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร และการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมารับพิจารณาจากข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และจัดทำ Template Artwork จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้น พร้อมจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และแผนการโปรโมทสื่อวิดีโอทั้งหมด ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๔) และ (๕) อีกทั้งมีการจัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี ในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอทุกตอนลงในสื่อ Online ของกรม และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรมให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๖)</p>			
<p>(๒) สื่อวิดีโอทุกตอน ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ จะต้องเผยแพร่ในสื่อ Online ของกรม และโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนไม่น้อยกว่าตอนละ ๒ Platform โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้ง โปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนที่เผยแพร่ในสื่อ Online ของกรม <u>ไม่น้อยกว่าตอนละ ๑ Platform</u> ไปยังกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศที่ถ่ายทำหรือเกี่ยวข้องให้เหมาะสม</p> <p>สื่อวิดีโอตามข้อ ๔.๒.๓ (๑) ต้องเผยแพร่ในทุกสื่อ Online ของกรม และจะต้องโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอน <u>ไม่น้อยกว่าตอนละ ๒ Platform</u> โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ</p> <p>ทั้งนี้สื่อวิดีโอทุกตอนที่เผยแพร่ในทุกสื่อ Online ของกรมจะต้องมีจำนวนครั้งในการมองเห็นสื่อ (Impression) แก่ผู้รับสื่อในประเทศ รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และผู้รับสื่อในต่างประเทศ รวมกันไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง (ไม่รวม VDO ตามข้อ ๔.๒.๓) ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๓)</p> <p>มีการลงโฆษณาแบนเนอร์ผ่าน Google Display Network เพื่อประชาสัมพันธ์สื่ออาร์ตเวิร์ก เพื่อสร้าง Awareness ให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศได้รับรู้ <u>ไม่น้อยกว่า ๗,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง</u> และจัดทำ Template Artwork จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ชิ้น ตาม TOR ๔.๕ (๔) และ (๕)</p> <p>พร้อมจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และแผนการโปรโมทสื่อวิดีโอทั้งหมด อีกทั้งมีการจัดหาแอดมิน (Admin)</p>	๓		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นางสาวพัชริกา กันแก้ว
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ


เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีประสบการณ์ <u>๔ ปี</u> ในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอทุกตอนลงในสื่อ Online ของกรม และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรม ให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๖)</p>			
<p>(๓) สื่อวิดีโอทุกตอน ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ จะต้องเผยแพร่ในสื่อ Online ของกรม และโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนไม่น้อยกว่าตอนละ <u>๑ Platform</u> โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอนที่เผยแพร่ในสื่อ Online ของกรม <u>ไม่น้อยกว่าตอนละ ๑ Platform</u> ไปยังกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศที่ถ่ายทำหรือเกี่ยวข้องให้เหมาะสม</p> <p>สื่อวิดีโอตามข้อ ๔.๒.๓ (๑) ต้องเผยแพร่ในทุกสื่อ Online ของกรม และจะต้องโปรโมทสื่อวิดีโอทุกตอน <u>ไม่น้อยกว่าตอนละ ๑ Platform</u> โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปที่ผู้ประกอบการส่งออกไทย รวมทั้งประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๓)</p> <p>ทั้งนี้สื่อวิดีโอทุกตอนที่เผยแพร่ในทุกสื่อ Online ของกรมจะต้องมีจำนวนครั้งในการมองเห็นสื่อ (Impression) แก่ผู้รับสื่อในประเทศ <u>รวมกันไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง</u> และผู้รับสื่อในต่างประเทศ <u>รวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง</u> (ไม่รวม VDO ตามข้อ ๔.๒.๓) ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๓)</p> <p>มีการลงโฆษณาแบนเนอร์ผ่าน Google Display Network เพื่อประชาสัมพันธ์สื่ออาร์ตเวิร์ก เพื่อสร้าง Awareness ให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศได้รับรู้ <u>ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง</u> และจัดทำ Template Artwork จำนวนไม่น้อยกว่า <u>๓๐ ชิ้น</u> ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๔) และ (๕)</p> <p>พร้อมจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และแผนการโปรโมทสื่อวิดีโอทั้งหมด อีกทั้งมีการจัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีประสบการณ์ <u>ไม่ต่ำกว่า ๓ ปี</u> ในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอทุกตอนลงในสื่อ Online ของกรม และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรม</p>	๑		



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ (๖)			

๑๐. ดำเนินการจัดหาทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ตาม TOR ข้อ ๔.๖ กำหนดให้คะแนน ๓ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้


เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ทีมงานผู้แปลภาษาอังกฤษต้องมีทักษะด้านการแปลภาษาอังกฤษในระดับดีเยี่ยม ทั้งนี้ ทีมงานแปลภาษาจะต้องประกอบด้วย เจ้าของภาษาอังกฤษ (Native English Speaker) อย่างน้อย ๑ ราย ในการตรวจสอบการใช้ภาษา (Proof Reading) และทีมงานแปลภาษาอังกฤษอีกไม่น้อยกว่า ๑ ท่าน โดยแต่ละท่านต้องมีการประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี พร้อมทั้งจัดเตรียมเอกสารรับรอง เช่น ประวัติการทำงานหรือเอกสารที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา และแนบผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ผ่านมา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ผลงานในแต่ละท่าน	๓	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงรายละเอียดของทีมงานแปลภาษาอังกฤษที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดและข้อมูลที่ตีความได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) ทีมงานผู้แปลภาษาอังกฤษต้องมีทักษะด้านการแปลภาษาอังกฤษในระดับดีเยี่ยม โดยประกอบด้วยทีมงานแปลภาษาอังกฤษ จำนวน ๒ ท่าน โดยแต่ละท่านต้องมีการประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า ๕ ปี พร้อมทั้งจัดเตรียมเอกสารรับรอง เช่น ประวัติการทำงาน หรือเอกสารที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา และแนบผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ผ่านมาจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ผลงานในแต่ละท่าน	๑		

๑๑. ประสบการณ์การทำงานของผู้รับจ้าง ตาม TOR ข้อ ๔.๘ กำหนดให้คะแนน ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ประสบการณ์การทำงานของผู้รับจ้าง ตาม TOR ข้อ ๔.๘ - บริษัทต้องมีผลงานในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน อย่างน้อย ๓ ปี โดยมีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๘ ล้านบาท อย่างน้อย ๒ ชิ้นงาน	๕	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงประสบการณ์การ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร


.....

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


.....

นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ


.....

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>- มีผลงานการผลิตสื่อในต่างประเทศที่มีมูลค่าการจ้างงาน ไม่น้อยกว่า <u>๔ ล้านบาท</u> อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน</p> <p>โดยผู้เสนองานต้องแนบเอกสารหลักฐานหนังสือรับรองผลงาน และ/หรือสำเนาสัญญาจ้างดังกล่าวในวันที่ยื่นข้อเสนอ</p>		ทำงานของผู้รับจ้างที่ให้ประโยชน์สูงสุด	แ ล ก า ร นำเสนอมือเขียน ข้อเสนอได้ เสนอมารและ การให้คะแนน พิจารณาจาก แนวคิดและ ข้อมูลที่ดี ครบถ้วนที่สุด เรียงลำดับ ลงมา
<p>(๒) ประสบการณ์การทำงานของผู้รับจ้าง ตาม TOR ข้อ ๔.๘</p> <p>- บริษัทต้องมีผลงานในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน อย่างน้อย ๓ ปี โดยมีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า <u>๘ ล้านบาท</u> อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน</p> <p>- มีผลงานการผลิตสื่อในต่างประเทศที่มีมูลค่าการจ้างงาน ไม่น้อยกว่า <u>๒ ล้านบาท</u> อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน</p> <p>โดยผู้เสนองานต้องแนบเอกสารหลักฐานหนังสือรับรองผลงาน และ/หรือสำเนาสัญญาจ้างดังกล่าวในวันที่ยื่นข้อเสนอ</p>	๑		

๑๖. อัตราค่าปรับ

๑๖.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่ง โดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๖.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๖.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

กรม ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรม พิจารณาและเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากกรม ทั้งสิ้น

๑๘. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๙. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

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

โทร. ๐๒ ๕๐๗ ๗๙๓๒



นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นางสาวพิชริกา กันแก้ว
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียด

ค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑ ชื่อโครงการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

๒ หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

๓ วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เงินกองทุนฯ)

๔ วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๔

คำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นเงิน ๒๐,๑๐๐,๐๐๐ บาท

๔.๑ ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

๔.๑.๑ วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๒๐๐,๐๐๐ บาท

๔.๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๑๔,๓๐๐,๐๐๐ บาท

๔.๑.๒.๑ สื่อวิดีโอแบบยาวในรูปแบบรายการ ร่วมกับ KOL พร้อมสื่ออาร์ตเวิร์ก (จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้น)

วงเงิน ๑๓,๐๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท

๔.๑.๒.๒ สื่อวิดีโอแบบสั้น วงเงิน ๑,๒๑๖,๖๖๖.๖๗ บาท

- สื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไทย ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ร่วมกับ KOL

(จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น) วงเงิน ๗๖๖,๖๖๖.๖๗ บาท

- สื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น) วงเงิน ๔๕๐,๐๐๐ บาท

๔.๑.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการโปรโมทสื่อประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท

๔.๑.๔ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ วงเงิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท

๕ แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๕.๑ บริษัท เวอร์โก้ ไบโอส จำกัด

๕.๒ บริษัท ซีเครท อินเทลลิเจนท์ เอเจนซี จำกัด (สนง.)

๕.๓ บริษัท วอทเอฟเวอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

๖ รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง

๖.๑ นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี

(.....) ประธานกรรมการ

ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๒ นายยศไชยศาสตร์ แสงจันทร์

(.....) กรรมการ

ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๓ นางสาวเบญญาภา เบญจกุล

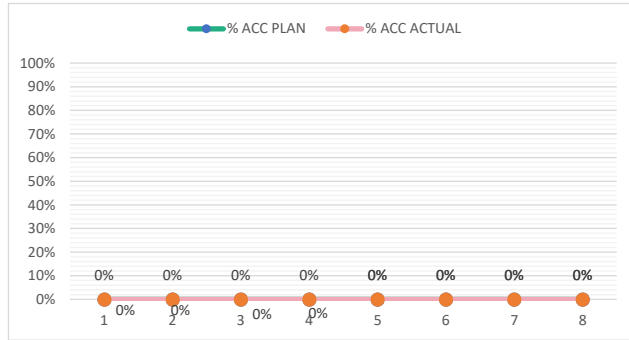
(.....) กรรมการ

ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

ที่	รายการ	หน่วย	ปริมาณงาน	ราคาต่อหน่วย	เป็นเงิน	%
1	งานรื้อโครงสร้างเดิม					
	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								

- หมายเหตุ:
- กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสัญญา จำนวน 8 เดือน
 - หมายถึง ระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่ละรายการก่อสร้าง เช่น งานรื้อโครงสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างผิวทาง)
 - 25 หมายถึง ร้อยละของงานที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %
 - Money มูลค่างานแต่ละรายการ คำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ
 - % PLAN ร้อยละของแผนดำเนินงาน คำนวณจากร้อยละของงานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ
โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	พัสดุ ในประเทศ	พัสดุ ต่างประเทศ
๑							
๒							
๓							
๔							
๕							
รวม							
อัตรา (ร้อยละ)							

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()