



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย
ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๓๕๘,๓๓๓.๓๔ บาท (สี่ล้านสามแสนห้าหมื่นแปดพันสามร้อยสามสิบสามบาทสามสิบสี่สตางค์) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๖๙ เวลา ๙.๓๐ น. เป็นต้นไป (นำเสนอรายละเอียด ๓๐ นาที และตอบคำถามคณะกรรมการ ๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ชั้น ๗ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ฝั่งริมน้ำ) โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด และไม่พิจารณาข้อเสนอที่นอกเหนือจากรายละเอียดในเอกสารนำเสนองานที่ได้อัปโหลดในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เลขที่ ๑๔๖ / ๒๕๖๙ ลงวันที่ ๒๗ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายพรวิษ ศิลาอ่อน)
รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๑๔๖ / ๒๕๖๙

การจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย

ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๙

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ตามรายการ ดังนี้

จ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ จำนวน ๑ โครงการ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

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

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

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

ของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วนประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา ของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (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 โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกรณียางานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรณียางานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

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

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

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

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ 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 ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการ

ต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าว ในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่น ข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ – ข้อ ๕ ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตาม พระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๔๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงาน ก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มี คุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(๖.๔) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่ง พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(๖.๕) การซื้อสิ่งหาริมทรัพย์และการเช่าสิ่งหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้าง พนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อ จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรอง การจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจด ทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล ให้ ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอขอตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตร ประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่น สำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือ ต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหัก ด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปี สุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะ การเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้ง ขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคล ยื่นงบ แสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดย นิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

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

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมี แต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

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

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงิน สินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ เงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อ บริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัท เงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตาม ประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับ มอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตรา แลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและ เอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับ มูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวง การต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสาร ดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอมิได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

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

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

๔. การเสนอราคา

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

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามข้อ ๖.๒ ให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๙

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงาน ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไขในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ **๕** สิงหาคม ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา **๙.๐๐** น. ถึง **๑๒.๐๐** น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท 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 เชื่อว่ามีการกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำความผิดและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว
- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวันเวลาที่กำหนด

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

(๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคาด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่ระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

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

๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้ หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ จ้างโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

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

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินใจประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลลธรรมดา หรือนิตยบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มี

ผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือ
สมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการ
เสนอราคา

๖. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุใน
ข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับกรม ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวาง
หลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้กรม
ยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้
เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่
คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่
กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต
ให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย
ไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือ
ค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวด
ราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พันจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้
แล้ว

๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวง
ด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้องและครบถ้วน
ตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลง และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลง
จ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับ
อนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วง
นั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็น
รายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓
หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายใน

ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ ดั่งเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อสงวนสิทธิ์ในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๙

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจาก กองทุนฯ ปี ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการ ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจาก ต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตาม กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง คมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับ เรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรือ อื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่มิปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่า ด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ ภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกวงเงินจากผู้ออกหนังสือ คำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกวงให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณา ให้เป็นผู้ที่ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือ ข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือ แย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะ เรียกวงเงินค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่ เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการ คัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็น ธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือ กระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๐.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

๒๓

กรกฎาคม ๒๕๖๙



ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย
ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลก โดยการทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ให้สินค้าและธุรกิจบริการของไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการของประเทศอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการให้ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้พบปะเจรจาการค้าทั้งผ่านช่องทาง on site ในรูปแบบต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (International Trade Fair) และการจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) เป็นต้น และ Online รูปแบบต่างๆ เช่น website หรือ social media ต่างๆ นอกจากนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของไทย เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป้าหมายและตลาดโลก รวมถึงจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความพร้อมในการดำเนินกระบวนการส่งออก และให้มีความรู้เรื่องการตลาด สินค้า บริการ แนวโน้มตลาด แนวโน้มสินค้าและบริการรวมถึงกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร พิจารณาแล้วเห็นว่า การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้งในและต่างประเทศ จะเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมให้ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการค้าระหว่างประเทศ สร้างการรับรู้สินค้าและบริการไทยในตลาดเป้าหมาย สร้างโอกาสทางการค้าด้านการส่งออก เผยแพร่ ตัวอย่างความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งออกไทย กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมได้สะดวก รวดเร็วและเข้าใจง่าย เพื่อผลักดันให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดด้านการส่งออกในตลาดเป้าหมาย ที่สามารถนำไปสู่การส่งออกและการขยายตัวด้านการค้าระหว่างประเทศต่อไป

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๑. เพื่อสร้างการรับรู้สินค้า และบริการไทยในตลาดเป้าหมาย
๒. เพื่อผลักดันให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดด้านการส่งออกในตลาดเป้าหมายสามารถนำไปสู่การขยายตัวด้านการค้าระหว่างประเทศ

๓. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก รวมทั้งประชาชนที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ

๔. ขอบเขตการดำเนินการ

โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ มีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ นำเสนอกลยุทธ์และแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทยผ่านสื่อออนไลน์
ประกอบด้วย

๔.๑.๑ วิเคราะห์สถานการณ์ส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์/แนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ

นายจิรุตติ ลิ้มโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญภา เบญจกุล
กรรมการ

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

๔.๑.๓ นำเสนอแนวคิด (Concept) รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ของแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ พร้อมเหตุผลสนับสนุนแต่ละแนวความคิดและรูปแบบในการนำเสนอดังกล่าว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของกรม เพื่อสร้างการจดจำ ดึงดูดความสนใจของผู้ชมและสื่อสารข้อความสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าประทับใจ อีกทั้งมีความเข้าใจง่าย สบายงาม ทันสมัย และสื่อถึงกรมได้อย่างเหมาะสม

๔.๑.๔ จัดทำแผนการดำเนินโครงการตลอดระยะเวลาโครงการและรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) รวมทั้ง แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (Production Plan) แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (Media Plan) และนำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินโครงการให้มีประสิทธิภาพ (Risk Management Plan)

๔.๒ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๒.๑ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ อาทิ YouTube ที่มีผู้ติดตามเกิน ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม โดยเป็นช่องที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) จัดทำสื่อวิดีโอแนวนอน โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที โดยสื่อวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์ตัดต่อวิดีโอ (Effect) เพื่อความน่าสนใจและตื่นตาตื่นใจ และใส่ข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอเพื่ออธิบายหรือเน้นข้อความที่ต้องการจะสื่อสารให้ผู้ชมวิดีโอเข้าใจง่ายขึ้น (Superimpose) ให้เหมาะสมในแต่ละตอน โดยในทุกวิดีโอจะต้องแสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรม ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอร่าง Story board ในแต่ละตอน ประกอบการพิจารณา

ทั้งนี้ สื่อวิดีโอต้องนำเสนอเรื่องราว ประวัติความเป็นมา ปัญหา อุปสรรค เส้นทางความสำเร็จ และผลสำเร็จในการส่งออกของผู้ส่งออกในแต่ละตอน และต้องสร้างแรงบันดาลใจในการส่งออกให้แก่ผู้รับชม มีการกล่าวถึงประโยชน์/ผลลัพธ์ที่ได้ร่วมกิจกรรมกับกรมในการส่งออก อีกทั้งมีการสอดแทรกบทบาทภารกิจ และกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอนตามความเหมาะสม และเชิญชวนให้ผู้รับชมได้รับทราบและติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ ของกรม ทั้งนี้ กำหนดให้ผู้ดำเนินรายการที่เป็นพิธีกรหลักของรายการนั้นๆ ในการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทย โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายชื่อผู้ส่งออกไทยไปต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย โดยเน้นผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจบริการของไทย และส่งเสริมผู้ประกอบการประเภทธุรกิจบริการสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายจะต้องมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับกรมที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อผลิตสื่อวิดีโอในแต่ละตอน โดยจะต้องนำเสนอชื่อตอนในแต่ละตอนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ทั้งนี้ สื่อวิดีโอทุกตอนจะต้องมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลิน

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

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สีสโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

(๓) จัดทำสื่ออาร์ตเวิร์กในแต่ละตอน พร้อมใส่โลโก้กรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- สื่ออาร์ตเวิร์กประกอบปกสื่อวิดีโอแนวนอน จำนวน ๔ ชิ้น
- สื่ออาร์ตเวิร์กประกอบปกสื่อวิดีโอแนวตั้งฉบับตัดต่อ (Highlight Video) จำนวน ๔ ชิ้น
- สื่ออาร์ตเวิร์กเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในสื่อออนไลน์และสื่อสังคม

ออนไลน์ให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทาง พร้อมใส่ช่องทางการติดต่อของกรม

หมายเหตุ - สื่อวิดีโอที่ผลิตทุกชิ้นงาน ผู้รับจ้างต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในสถานประกอบการของผู้ประกอบการในแต่ละตอน และจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำทั้งหมด ทั้งนี้หากมีการใช้ภาพประกอบ (บางส่วน) ที่มีอยู่แล้ว ต้องเป็นภาพที่ถูกลิขสิทธิ์และต้องให้กรมพิจารณาก่อนใช้งาน

- ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอชื่อรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ ที่มีจำนวนผู้ติดตามและประเภทของรายการให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ และนำเสนอตัวอย่างสื่ออาร์ตเวิร์กตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ (๓) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๒.๒ จัดทำสื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ
มีรายละเอียด ดังนี้

ดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้งแบบสั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ซึ่งวิดีโอแต่ละตอนมีความยาวไม่เกิน ๒ นาที เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ โดยสื่อวิดีโอดังกล่าวอาจมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาทภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอน ตามความเหมาะสม โดยจะต้องมีข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอเพื่ออธิบายหรือเน้นข้อความที่ต้องการจะสื่อสารให้ผู้ชมวิดีโอเข้าใจง่ายขึ้น (Superimpose) มีเพลงประกอบวิดีโอหรือมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย และตัดต่อภาพให้มีความน่าสนใจให้เหมาะสมในแต่ละตอน โดยในทุควิดีโอจะต้องแสดงโลโก้กรม และช่องทางการติดต่อกรมในตอนท้าย ทั้งนี้ หากมีการลงพื้นที่ถ่ายทำในบริเวณกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล ให้บริษัทจัดเตรียมทีมงานและอุปกรณ์สำหรับถ่ายทำหนึ่งหรือภาพเคลื่อนไหวระดับมืออาชีพ และจัดหาช่างบันทึกภาพและวิดีโอ โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ทั้งหมด และบริษัทต้องสามารถถ่ายทำ ตัดต่อและส่งร่างวิดีโอในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ได้

หมายเหตุ สื่อวิดีโอแบบสั้นทุกตอนจะต้องได้รับการพิจารณาจากกรม ก่อนทำการเผยแพร่ ทั้งนี้ สื่อวิดีโอทุกตอนจะต้องมีการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Short VDO ด้านข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ที่สอดคล้องกับแนวคิด (Concept) และรูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ที่นำเสนอมาตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ เพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๓ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่จะใช้ประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๓.๑ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ อาทิ YouTube ที่มีผู้ติดตามเกิน ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม โดยเป็นช่องที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, หรือ Instagram เป็นต้น มีรายละเอียด ดังนี้

.....
นางสาวไอริน นิตสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ

.....
นายฐิติ ลีละโรจน์
กรรมการ

.....
นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อ จะต้องมียจำนวน ไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้ง ในการเผยแพร่สื่อ
สื่อวิดีโอแวนอน	รายการสัมภาษณ์ออนไลน์ (อาทิ YouTube) ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
สื่อวิดีโอฉบับ ตัดต่อ	สื่อออนไลน์ของรายการ สัมภาษณ์ออนไลน์ ตามข้อ TOR ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศ ที่ได้รับความนิยม (โดยเป็นสื่อ ที่ไม่ซ้ำกับสื่อของรายการ สัมภาษณ์ออนไลน์)	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง
สื่ออาร์ตเวิร์ก	สื่อออนไลน์ของรายการ สัมภาษณ์ออนไลน์ ตามข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศ ที่ได้รับความนิยม (โดยเป็นสื่อ ที่ไม่ซ้ำกับสื่อของรายการ สัมภาษณ์ออนไลน์)	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

๔.๓.๒ เผยแพร่สื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ มีรายละเอียด ดังนี้

ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อ จะต้องมียจำนวน ไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้ง ในการเผยแพร่สื่อ
ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

๔.๔ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีรายละเอียด ดังนี้

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

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สิละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศได้รับชมสื่อวิดีโอทุกตอนในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้มากขึ้น โดยการโปรโมทในแต่ละช่องทางจะต้องได้รับการเห็นชอบจากกรมก่อนทุกครั้ง

(๒) จัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑ ปี ในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอทุกตอนลงในสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรมให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ

หมายเหตุ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแนบประวัติการทำงานของแอดมินเพื่อประกอบการพิจารณา

๔.๕ ดำเนินการจัดหาผู้แปลภาษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ท่าน โดยต้องมีประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่า ๑ ปี

หมายเหตุ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารรับรอง ประกอบด้วย ๑) ประวัติการทำงาน ๒) เอกสารที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา เพื่อประกอบการพิจารณาคุณสมบัติ นอกจากนี้ต้องแนบผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ผ่านมาจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ผลงานในแต่ละท่าน เพื่อใช้เป็นหลักฐานแสดงถึงศักยภาพ ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของผู้ที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานตามโครงการ

๔.๖ การประเมินผลโครงการ

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

(๒) สรุปรายงานผลการดำเนินโครงการ ตาม TOR ข้อ ๔.๒ - ๔.๖ (๑) โดยใช้เครื่องมือ Social Listening ในการนำเสนอข้อเสนอแนะและแนวทางในการดำเนินงานในอนาคต ไม่ต่ำกว่า ๒ หน้าขึ้นไป เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง/พัฒนาโครงการในปีถัดไปให้ดียิ่งขึ้น

๔.๗ ประสบการณ์ทำงานของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างต้องมีประสบการณ์การทำงานในด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน โดยมีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๒ ล้านบาท อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองชิ้นงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันยื่นเอกสารมาแสดงด้วย

หมายเหตุ

๑) ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นวัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๒) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ หากมีการใช้เพลง หรือดนตรีประกอบ ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่างๆ จะต้องถูกต้องตามลิขสิทธิ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์บริษัทจะต้องรับผิดชอบทั้งหมด

๓) ผู้รับจ้างจะต้องรายงาน/ แจ้งความคืบหน้า/ กรมให้ความเห็นชอบ ในการดำเนินงานต่างๆ ตามขอบเขตของงาน รูปแบบการถ่ายทำจะต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมจากทางกรม ก่อนดำเนินการผลิต เผยแพร่ หรือประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง ทั้งนี้ เพื่อให้เนื้อหา มีความสอดคล้องกับนโยบาย และทิศทางการสื่อสารของกรม



นางสาวไอรีน อัครสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ



นายจิตติ ลีละโรจน์
กรรมการ



นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๕. ตัวชี้วัด

๑. จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และผ่านสื่อของกรม มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง โดยมีกลุ่มเป้าหมายในประเทศ ไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๒. ความพึงพอใจของผู้รับสื่อ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐

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 เดือนสิงหาคม - ๒๐ กันยายน ๒๕๖๙

๘. งบประมาณ ๔,๒๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านสองแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๙. ระยะเวลาการส่งมอบงานและการชำระเงิน โดยกรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๑ งวด เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๙ และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๐. สิ่งที่ต้องส่งมอบหลังเสร็จงาน

๑๐.๑ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมส่งหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานจำนวน ๓ เล่ม

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

๑๐.๓ กรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติมเพื่อให้การตรวจรับเป็นไปโดยความเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๑๑. เงื่อนไขการดำเนินงาน

๑๑.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษารายละเอียดของโครงการเพื่อให้เกิดความเข้าใจพร้อมทั้งจัดเตรียมทีมงานและบุคลากรที่มีความสามารถและประสบการณ์ในภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อทำหน้าที่หาข้อมูลและติดต่อประสานงานในขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้โดยตรงตลอดระยะเวลาโครงการ

๑๑.๒ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการนำเสนอข้อมูล เนื้อหาผิดพลาด และจะต้องดำเนินการชี้แจงหรือแก้ไขให้ถูกต้องโดยด่วน และการแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นจะไม่นำมานับรวมในชิ้นงานตามสัญญา

๑๑.๓ ผลงานที่ผู้รับจ้างจัดทำและผลิต เมื่อเผยแพร่แล้วให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายของผู้ว่าจ้างที่สามารถนำไปเผยแพร่ซ้ำได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกรมต่อไป

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สิละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๑๒. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๑๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๑๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๑๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๑๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๑๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจกรรมของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๑๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๑๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๑๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๑๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๑๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e – GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๓. แนวทางการเสนองาน

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

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

- (๑) นำเสนอกลยุทธ์และแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทยผ่านสื่อออนไลน์ ตาม TOR ข้อ ๔.๑ กำหนดให้คะแนน ๒ คะแนน
- (๒) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ อาทิ YouTube ที่มีผู้ติดตามเกิน ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม โดยเป็นช่องที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ กำหนดให้คะแนน ๓๐ คะแนน
- (๓) จัดทำสื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ กำหนดให้คะแนน ๒๐ คะแนน


นางสาวไอริน ฉัตรสุรณวารี
ประธานกรรมการ


นายจิตติ สิละโรจน์
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

(๔) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ อาทิ YouTube ที่มีผู้ติดตามเกิน ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม โดยเป็นช่องที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ กำหนดให้คะแนน ๒๐ คะแนน

(๕) การเผยแพร่สื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๒ กำหนดให้คะแนน ๑๐ คะแนน

(๖) การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๔ กำหนดให้คะแนน ๑๒ คะแนน

(๗) ดำเนินการจัดหาผู้แปลภาษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ กำหนดให้คะแนน ๓ คะแนน

(๘) ประสิทธิภาพการทำงานของผู้รับจ้าง ตาม TOR ข้อ ๔.๗ กำหนดให้คะแนน ๓ คะแนน

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๕๖ ส.ค. ๒๕๖๔ เวลา ๙.๓๐ น. เป็นต้นไป (นำเสนอรายละเอียด ๓๐ นาที และตอบคำถามคณะกรรมการ ๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ชั้น ๗ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ฝั่งริมน้ำ) โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด และไม่พิจารณาข้อเสนอที่นอกเหนือจากรายละเอียดในเอกสารนำเสนองานที่ได้อัปโหลดในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมจะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรม เพื่อให้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

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

๑๔.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐกรมบัญชีกลาง กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๔.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค และข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน โดยพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

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


.....

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


.....

นายจิติ สิละโรจน
กรรมการ


.....

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) วิเคราะห์สถานการณ์ส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ นำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ และนำเสนอ แนวคิด (Concept) รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ของแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ พร้อมเหตุผล สนับสนุนแต่ละแนวความคิดและรูปแบบในการนำเสนอ ดังกล่าว จัดทำแผนการดำเนินโครงการตลอดระยะเวลา โครงการและรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) โดยมีกรอบระยะเวลาแบบรายสัปดาห์ และ นำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินโครงการ ให้มีประสิทธิภาพ (Risk Management Plan) <u>ทั้งบริบท</u> <u>ด้านเนื้อหา การผลิต การเผยแพร่สื่ออย่างครบถ้วน</u>	๒	เอกสารของผู้ยื่นเสนอ งานโดยพิจารณาถึง การวิเคราะห์ สถานการณ์สินค้าไทย ตลาด กลยุทธ์ แนวคิด รูปแบบการนำเสนอ แผนการดำเนินงาน วัตถุประสงค์และ กลุ่มเป้าหมายของ โครงการละเอียด ครบถ้วน และสามารถ นำเสนอให้ คณะกรรมการเข้าใจได้ อย่างชัดเจน	คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสาร และการ นำเสนอที่ผู้ ยื่นข้อเสนอได้ เสนอมาและ การให้คะแนน พิจารณาจาก ข้อมูลที่ดี ครบถ้วนที่สุด เรียงลำดับ ลงมา
(๒) วิเคราะห์สถานการณ์ส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ นำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ และนำเสนอ แนวคิด (Concept) รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ ของแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ เพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ พร้อมเหตุผลสนับสนุนแต่ละแนวความคิด และรูปแบบในการนำเสนอดังกล่าว จัดทำแผนการดำเนิน โครงการตลอดระยะเวลาโครงการและรายละเอียดกรอบ ระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) และนำเสนอ แผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินโครงการให้มี ประสิทธิภาพ (Risk Management Plan)	๑		
(๓) ไม่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ส่งออกสินค้าไทย ไปต่างประเทศ หรือไม่นำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารเนื้อหาที่มี ประสิทธิภาพและเหมาะสมกับแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์ หรือไม่นำเสนอแนวคิด (Concept) รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ ของแต่ละสื่อ ประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ เพื่อใช้ ในการประชาสัมพันธ์ หรือไม่มีเหตุผลสนับสนุนแต่ละ แนวความคิดและรูปแบบในการนำเสนอดังกล่าว หรือไม่จัดทำ แผนการดำเนินโครงการตลอดระยะเวลาโครงการ และรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) หรือไม่นำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนิน โครงการให้มีประสิทธิภาพ (Risk Management Plan)	๐		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สิละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๒. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ อาทิ YouTube ที่มีผู้ติดตามเกิน ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม โดยเป็นช่องที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ กำหนดให้คะแนน ๓๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน										
(๑) <table><tr><th colspan="2">จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์</th></tr><tr><th>ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)</th><th>จำนวน (รายการ)</th></tr><tr><td>เกิน ๕๐๐,๐๐๐</td><td>๑</td></tr><tr><td>เกิน ๘๐๐,๐๐๐</td><td>๑</td></tr><tr><td>เกิน ๑,๐๐๐,๐๐๐</td><td>๒</td></tr></table> - นำเสนอชื่อรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ ประเภทของรายการให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จำนวนผู้ติดตามของช่อง พร้อมนำเสนอชื่อตอน และนำเสนอร่าง Story board ในแต่ละตอน - จัดทำสื่อวิดีโอแอนิเมชัน ความละเอียด Full HD ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที/ตอน มีเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์ และ Superimpose แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรม ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการต้องเป็นพิธีกรหลักของรายการนั้นๆ ในการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทย โดยต้องนำเสนอรายชื่อผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย เน้นผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกัน และมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับกรม ต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในสถานประกอบการของผู้ประกอบการในแต่ละตอน พร้อมจัดทำสื่อวิดีโอแอนิเมชันแบบตัดต่อ (Highlight Video) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น และจัดทำสื่ออาร์ตเวิร์ก ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์		ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)	เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๑	เกิน ๘๐๐,๐๐๐	๑	เกิน ๑,๐๐๐,๐๐๐	๒	๓๐	เอกสารของผู้ยื่นเสนอ งานโดยพิจารณาถึงจำนวนผู้ติดตามในช่อง YouTube ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ที่ให้ประโยชน์สูงสุด และการนำเสนอร่าง Story board	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร และการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ตีความได้ดีที่สุด เรียงลำดับลงมา
จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์													
ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)												
เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๑												
เกิน ๘๐๐,๐๐๐	๑												
เกิน ๑,๐๐๐,๐๐๐	๒												


 นางสาวไอริน จิตสุวรรณาวรี
 ประธานกรรมการ


 นายฐิติ สละโรจน์
 กรรมการ


 นางสาวเบญญาภา เบญกุล
 กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน								
(๒) <table><tr><th colspan="2">จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์</th></tr><tr><th>ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)</th><th>จำนวน (รายการ)</th></tr><tr><td>เกิน ๕๐๐,๐๐๐</td><td>๒</td></tr><tr><td>เกิน ๘๐๐,๐๐๐</td><td>๒</td></tr></table> - นำเสนอชื่อรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ ประเภทของรายการให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จำนวนผู้ติดตามของช่อง พร้อมนำเสนอชื่อตอน และนำเสนอร่าง Story board ในแต่ละตอน - จัดทำสื่อวิดีโอแอนิเมชัน ความละเอียด Full HD ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที/ตอน มีเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์ และ Superimpose แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรม ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการต้องเป็นพิธีกรหลักของรายการนั้นๆ ในการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทย โดยต้องนำเสนอรายชื่อผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย เน้นผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกัน และมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับกรม ต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในสถานประกอบการของผู้ประกอบการในแต่ละตอน พร้อมจัดทำสื่อวิดีโอแอนิเมชันฉบับตัดต่อ (Highlight Video) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น และจัดทำสื่ออาร์ตเวิร์ก ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์		ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)	เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๒	เกิน ๘๐๐,๐๐๐	๒	๒๐		
จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์											
ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)										
เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๒										
เกิน ๘๐๐,๐๐๐	๒										
(๓) <table><tr><th colspan="2">จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์</th></tr><tr><th>ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)</th><th>จำนวน (รายการ)</th></tr><tr><td>เกิน ๕๐๐,๐๐๐</td><td>๔</td></tr></table> - นำเสนอชื่อรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ ประเภทของรายการให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จำนวนผู้ติดตามของช่อง พร้อมนำเสนอชื่อตอน และนำเสนอร่าง Story board ในแต่ละตอน - จัดทำสื่อวิดีโอแอนิเมชัน ความละเอียด Full HD ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที/ตอน มีเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์		ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)	เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๔	๑๐				
จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์											
ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)										
เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๔										

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายจิตรี ลีละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน						
และ Superimpose แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรม ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการต้องเป็นพิธีกรหลักของรายการนั้นๆ ในการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทย โดยต้องนำเสนอรายชื่อผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย เน้นผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกัน และมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับกรม ต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในสถานประกอบการของผู้ประกอบการในแต่ละตอน พร้อมจัดทำสื่อวิดีโอแนวตั้งฉบับตัดต่อ (Highlight Video) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น และจัดทำสื่อบีอาร์ทีวีอาร์ ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น									
(๔) <table><tr><th colspan="2">จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์</th></tr><tr><th>ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)</th><th>จำนวน (รายการ)</th></tr><tr><td>เกิน ๕๐๐,๐๐๐</td><td>๔</td></tr></table> - ไม่มีการนำเสนอชื่อรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ และประเภทของรายการไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ไม่แสดงจำนวนผู้ติดตามของช่อง ไม่นำเสนอชื่อตอน อีกทั้งไม่นำเสนอร่าง Story board ในแต่ละตอน - หรือไม่มีการจัดทำสื่อวิดีโอแนวนอน ความละเอียด Full HD ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที/ตอน มีเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ มีการใส่เอฟเฟกต์ และ Superimpose แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรม ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการต้องเป็นพิธีกรหลักของรายการนั้นๆ ในการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทย หรือไม่นำเสนอรายชื่อผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ราย ที่เน้นผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกัน และมีประสบการณ์ในการร่วมกิจกรรมกับกรม ต้องถ่ายทำใหม่ทั้งหมดในสถานประกอบการของผู้ประกอบการในแต่ละตอน หรือไม่นำเสนอสื่อวิดีโอแนวตั้งฉบับตัดต่อ (Highlight Video) ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น และสื่อบีอาร์ทีวีอาร์ ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์		ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)	เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๔	๐		
จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์									
ผู้ติดตามต่อช่องทาง (ผู้ติดตาม)	จำนวน (รายการ)								
เกิน ๕๐๐,๐๐๐	๔								

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิต ลีละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๓. จัดทำสื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ กำหนดให้คะแนน ๒๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้งแบบสั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๔ ตอน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที สื่อวิดีโอมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอน มีข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอ มีเพลงประกอบวิดีโอ และหรือมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรมในตอนท้าย พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Short VDO ทั้งนี้ หากมีการลงพื้นที่ถ่ายทำในบริเวณกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล ให้บริษัทจัดเตรียมทีมงานและอุปกรณ์สำหรับถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวด้วยระดับมืออาชีพ และจัดหาช่างบันทึกภาพและวิดีโอ โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ทั้งหมด	๒๐	เอกสารของผู้ยื่นเสนอ งานโดยพิจารณาถึง จำนวนสื่อที่ผลิตและ ตัวอย่าง Short VDO ด้านข้อมูลการค้า ระหว่างประเทศ ที่ สอดคล้องกับแนวคิด (Concept) และ รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) ที่นำเสนอมาตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสาร และการ นำเสนอที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้ เสนอมาและ การให้คะแนน พิจารณาจาก ข้อมูลที่ดี ครบถ้วนที่สุด เรียงลำดับลงมา
(๒) ผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้งแบบสั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ตอน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที สื่อวิดีโอมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอน มีข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอ มีเพลงประกอบวิดีโอ และหรือมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรมในตอนท้าย พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Short VDO ทั้งนี้ หากมีการลงพื้นที่ถ่ายทำในบริเวณกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล ให้บริษัทจัดเตรียมทีมงานและอุปกรณ์สำหรับถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวด้วยระดับมืออาชีพ และจัดหาช่างบันทึกภาพและวิดีโอ โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ทั้งหมด	๑๐		
(๓) ผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้งแบบสั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที สื่อวิดีโอมีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอน มีข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอ มีเพลงประกอบวิดีโอ และหรือมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย แสดงโลโก้กรม และช่องทางติดต่อกรมในตอนท้าย พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Short VDO ทั้งนี้ หากมีการลงพื้นที่ถ่ายทำในบริเวณกรุงเทพมหานคร	๕		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ ลีละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
หรือปริมณฑล ให้บริษัทจัดเตรียมทีมงานและอุปกรณ์สำหรับถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวด้วยระดับมืออาชีพ และจัดหาช่างบันทึกภาพและวิดีโอ โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ทั้งหมด			
(๔) ไม่ผลิตสื่อวิดีโอแนวตั้งแบบสั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที สื่อวิดีโอไม่มีการกล่าวถึงกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งบทบาท ภารกิจของกรมหรือกระทรวงพาณิชย์ หรือสอดแทรกกิจกรรมของกรมให้เหมาะสมในแต่ละตอน ไม่มีข้อความ/ตัวอักษร ลงบนวิดีโอ ไม่มีเพลงประกอบวิดีโอ และหรือมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทย ไม่แสดงโลโก้กรม หรือไม่แสดงช่องทางติดต่อกรมในตอนท้าย หรือไม่นำเสนอตัวอย่าง Short VDO หรือไม่มีการนำเสนอการลงพื้นที่ ถ่ายทำในบริเวณกรุงเทพมหานคร หรือปริมณฑล ไม่มีการจัดเตรียมทีมงานและอุปกรณ์สำหรับถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวด้วยระดับมืออาชีพ หรือไม่จัดหาช่างบันทึกภาพและวิดีโอ อีกทั้งไม่นำเสนอการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ทั้งหมด	๐		

๔. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ อาทิ YouTube ที่มีผู้ติดตามเกิน ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม โดยเป็นช่องที่ไม่ซ้ำกัน สำหรับเผยแพร่ความสำเร็จของผู้ส่งออกไทยในตลาดต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ กำหนดให้คะแนน ๒๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน								
(๑) นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้	๒๐	เอกสารของผู้ยื่นเสนอ งานโดยพิจารณาถึง จำนวนผู้ติดตามของแต่ละ สื่อที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ที่ให้ ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสาร และการ นำเสนอที่ผู้ ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนน พิจารณาจาก ข้อมูลที่ตี ครบถ้วนที่สุด								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ประเภทสื่อ</th><th>ช่องทาง</th><th>จำนวนผู้ติดตามแต่ละสื่อต้องไม่น้อยกว่า</th><th>จำนวนครั้งในการเผยแพร่</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สื่อวิดีโอแนวนอน</td><td>สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม</td><td>๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม</td><td>ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง</td></tr> </tbody> </table>	ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตามแต่ละสื่อต้องไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่	สื่อวิดีโอแนวนอน	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตามแต่ละสื่อต้องไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่								
สื่อวิดีโอแนวนอน	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง								

นางสาวไอรัน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สีสะโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

	TOR ข้อ ๔.๒.๑					เรียงลำดับลงมา
สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video)	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
		๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
สื่ออาร์ตเวิร์ก	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
		๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			

(๒) นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้				๑๕		
ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตามแต่ละสื่อ ต้อง ไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่			
สื่อวิดีโอแนวนอน	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video)	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
		๘๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
สื่ออาร์ตเวิร์ก	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สีสะโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
		๘๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง			
(๓) นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้				๑๐		
ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตามแต่ละสื่อ ต้อง ไม่น้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่			
สื่อวิดีโอแนวนอน	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
สื่อวิดีโอฉบับตัดต่อ (Highlight Video)	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			

	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instragram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง			
สื่ออาร์ตเวิร์ก	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง			
	ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instragram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง			
(๔) ไม่นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน หรือไม่แสดงจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ หรือทั้งไม่แสดงรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ไม่มีรายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้				๐		
ประเภทสื่อ	ช่องทาง	จำนวนผู้ติดตามแต่ละสื่อน้อยกว่า	จำนวนครั้งในการเผยแพร่			
สื่อวิดีโอแนวนอน	สื่อออนไลน์ของรายการสัมภาษณ์	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	น้อยกว่า ๔ ครั้ง			

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ

นายรัฐดี ลีละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

	ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑					
สื่อวิดีโอ ฉบับ ตัดต่อ (Highlight Video)	สื่อออนไลน์ ของรายการ สัมภาษณ์ ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	น้อยกว่า ๔ ครั้ง ✓			
	ผ่านสื่อ ออนไลน์ใน ประเทศที่ ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง ✓			
สื่ออาร์ต เวิร์ก	สื่อออนไลน์ ของรายการ สัมภาษณ์ ออนไลน์ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	น้อยกว่า ๔ ครั้ง ✓			
	ผ่านสื่อ ออนไลน์ใน ประเทศที่ ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น	๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง ✓			

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวาริ
ประธานกรรมการ

นายฐิติ ลีละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญภา เบญจกุล
กรรมการ

๕. การเผยแพร่สื่อวิดีโอแบบสั้น (Short Video) สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๒ กำหนดให้คะแนน ๑๐ คะแนน มีรายละเอียด ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้ เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram ที่มีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง และ ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง	๑๐	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงจำนวนผู้ติดตามของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และจำนวนครั้งในการเผยแพร่ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาจากข้อมูลที่ตีความได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้ เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram ที่มีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวน ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง และ ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง	๕		
(๓) นำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้ เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram ที่มีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง	๓		
(๔) ไม่มีการนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ในแต่ละตอน พร้อมจำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อ รวมทั้งรายละเอียดการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้ เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram ที่มีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) แต่ละสื่อไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม จำนวน น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง	๐		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ ลีละโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๖. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตาม TOR
ข้อ ๔.๔ กำหนดให้คะแนน ๑๒ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และโปรโมทสื่อวิดีโอ (Boost Post) อย่างน้อยตอนละ ๓ ช่องทาง โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปยัง ผู้ส่งออกไทย และประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และโปรโมทไปยังผู้นำเข้าต่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ พร้อมจัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๓ ปี พร้อมประวัติการทำงาน ของแอดมินเพื่อประกอบการพิจารณาในการบริหารจัดการ สื่อวิดีโอ และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรม ให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดโครงการ	๑๒	เอกสารของผู้ยื่นเสนอ งานโดยพิจารณาถึง จำนวนช่องทางของ การโปรโมทสื่อทั้งใน และต่างประเทศ (Boost Post) และ ประสบการณ์ของ แอดมินที่ให้ประโยชน์ สูงสุด	คณะกรรมการ พิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสาร และการ นำเสนอที่ผู้ ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนน พิจารณาจาก ข้อมูลที่ดี ครบถ้วนที่สุด เรียงลำดับ ลงมา
(๒) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และโปรโมทสื่อวิดีโอ (Boost Post) อย่างน้อยตอนละ ๒ ช่องทาง โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปยัง ผู้ส่งออกไทย และประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และโปรโมทไปยังผู้นำเข้าต่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ พร้อมจัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๒ ปี พร้อมประวัติการทำงาน ของแอดมินเพื่อประกอบการพิจารณาในการบริหารจัดการ สื่อวิดีโอ และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรม ให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดโครงการ	๖		
(๓) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และโปรโมทสื่อวิดีโอ (Boost Post) อย่างน้อยตอนละ ๑ ช่องทาง โดยเจาะกลุ่มการโปรโมทสื่อไปยัง ผู้ส่งออกไทย และประชาชนไทยที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และโปรโมทไปยังผู้นำเข้าต่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ พร้อมจัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑ ปี พร้อมประวัติการทำงาน	๓		

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ

นายฐิติ สีสะโรจน์
กรรมการ

นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ของแอดมินเพื่อประกอบการพิจารณาในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอ และบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรมให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ			
(๔) ไม่เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และ ๔.๒.๒ ในสื่อออนไลน์ (Online) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือไม่โปรโมทสื่อวิดีโอ (Boost Post) หรือไม่จัดหาแอดมิน (Admin) ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๑ ปี ไม่แสดงประวัติการทำงานของแอดมินเพื่อประกอบการพิจารณาในการบริหารจัดการสื่อวิดีโอ หรือไม่นำเสนอการบริหารจัดการช่องทาง LINE Official ของกรมให้สามารถ Broadcast ข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดโครงการ	๐		

๗. ดำเนินการจัดหาผู้แปลภาษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ตาม TOR ข้อ ๔.๕ กำหนดให้คะแนน ๓ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) จัดหาผู้แปลภาษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ท่าน โดยต้องมีประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่า ๓ ปี ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารรับรอง ประกอบด้วย ๑) ประวัติการทำงาน ๒) เอกสารที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา ๓) ผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ผ่านมามีจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ผลงาน	๓	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษ และจำนวนผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสาร และการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดและข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) จัดหาผู้แปลภาษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ท่าน โดยต้องมีประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่า ๑ ปี ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารรับรอง ประกอบด้วย ๑) ประวัติการทำงาน ๒) เอกสารที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา ๓) ผลงานการแปลภาษาอังกฤษที่ผ่านมามีจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ผลงาน	๑		
(๓) ไม่จัดหาผู้แปลภาษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ	๐		


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


นายฐิติ สิละโรจน์
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๘. ประสิทธิภาพการทำงานของผู้รับจ้าง ตาม TOR ข้อ ๔๗ กำหนดให้คะแนน ๓ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(๑) ผู้รับจ้างต้องมีประสิทธิภาพการทำงานในด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน โดยมีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๔ ล้านบาท อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองชิ้นงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันยื่นเอกสาร	๓	เอกสารของผู้ยื่นเสนองานโดยพิจารณาถึงประสิทธิภาพมูลค่าการจ้างงาน ที่ให้ประโยชน์สูงสุด	คณะกรรมการพิจารณาโดยพิจารณาจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมารับพิจารณาจากแนวคิดและข้อมูลที่ดีครบถ้วนที่สุดเรียงลำดับลงมา
(๒) ผู้รับจ้างต้องมีประสิทธิภาพการทำงานในด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน โดยมีมูลค่าการจ้างงานไม่น้อยกว่า ๒ ล้านบาท อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองชิ้นงานภายในระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันยื่นเอกสาร	๑		
(๓) ผู้รับจ้างไม่นำเสนอประสิทธิภาพการทำงานในด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กับภาครัฐหรือเอกชน	๐		

๑๕. อัตราค่าปรับ

๑๕.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่ง โดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๕.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๕.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๖. ข้อสงวนสิทธิ์

กรม ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรม พิจารณาและเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากกรม ทั้งสิ้น

๑๗. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง


นางสาวไอริน จิตรสุวรรณา
ประธานกรรมการ


นายฐิติ ลิ้มโรจน์
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

๑๘. เจ้าหน้าที่โครงการ

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
นายฐิติ สีสะโรจน์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
นางสาวเบญญาภา เบญจกุล นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

๑๙. สถานที่ติดต่อ

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
๕๖๓ ถนนนนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี ๑๑๐๐๐
โทร. ๐๒ ๕๐๗ ๗๙๓๒


นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี
ประธานกรรมการ


นายฐิติ สีสะโรจน์
กรรมการ


นางสาวเบญญาภา เบญจกุล
กรรมการ

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียด
ค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

- ๑ ชื่อโครงการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ
- ๒ หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- ๓ วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๔,๒๐๐,๐๐๐ บาท (เงินกองทุนฯ)
- ๔ วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๙
คำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นเงิน ๔,๓๕๘,๓๓๓.๓๔ บาท
 - ๔.๑ ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์
 - ๔.๑.๑ วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๕๓,๓๓๓.๓๓ บาท
 - ๔.๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
 - ๔.๑.๒.๑ สื่อวิดีโอแบบยาวร่วมกับรายการสัมภาษณ์ออนไลน์ที่มีชื่อเสียง (จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น)
พร้อมวิดีโอแนวตั้งฉบับตัดต่อ และสื่ออาร์ตเวิร์ก วงเงิน ๑,๖๖๐,๐๐๐ บาท
 - ๔.๑.๒.๒ สื่อวิดีโอแบบสั้นเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ (จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น)
วงเงิน ๓๕๖,๖๖๖.๖๗ บาท
 - ๔.๑.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการโปรโมทสื่อประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๒,๒๐๖,๖๖๖.๖๗ บาท
 - ๔.๑.๔ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ วงเงิน ๘๑,๖๖๖.๖๗ บาท
- ๕ แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - ๕.๑ บริษัท เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
 - ๕.๒ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)
 - ๕.๓ บริษัท ไอแซค รีซอร์ส จำกัด
- ๖ รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง
 - ๖.๑ นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี (.....) ประธานกรรมการ
ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
 - ๖.๒ นายฐิติ ลีละโรจน์ (.....) กรรมการ
ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
 - ๖.๓ นางสาวเบญญาภา เบญจกุล (.....) กรรมการ
ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ
โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

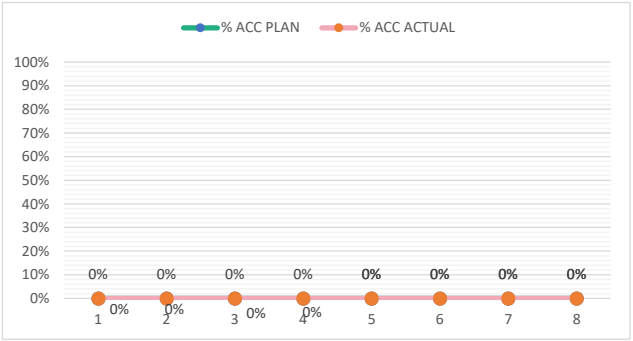
ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()

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...



หมายเหตุ:

- 1) กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสัญญา จำนวน 8 เดือน

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

3) 25 หมายถึง ร้อยละของงานที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %

4) Money มูลค่างานแต่ละรายการ คำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ

5) % PLAN ร้อยละของแผนดำเนินงาน คำนวณจากมูลค่าของงานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

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