

ร่างประกาศ และขอบเขตการจ้าง (TOR)

ชื่อหน่วยงาน	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ชื่อเรื่อง	ประกวดราคาจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
วงเงินงบประมาณเบื้องต้น	๑๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
อีเมลแอดเดรส	supplies@ditp.go.th
หมายเลขโทรศัพท์	๐-๒๕๐๗-๗๗๕๑
ที่อยู่หน่วยงาน	๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
วันที่ประกาศ	๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖
วันสิ้นสุดการประกาศ	๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

(ร่าง)

ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาค้างครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑๖,๑๒๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สิบหกล้านบาทหนึ่งแสนสองหมื่นบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

จ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024
จำนวน ๑ โครงการ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย

๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ

หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เชื่อถือ โดยมีหลักฐานการดำเนินงาน /เอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองผลงาน หรือผลงานที่สามารถนำมาแสดงประกอบให้เห็นความสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ และทางกรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกิจการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่.....ระหว่างเวลา.....น. ถึง.....น.

ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดในขอบเขตการจ้างงาน (TOR) ในวันที่.....ตั้งแต่เวลา..... น.

เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ชั้น ๘ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (อาคารริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ทั้งนี้ กรณียกเว้น จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มาเสนองาน ตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๕๐๗๗๗๕๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่

พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(นายพรวิษ ศิลาอ่อน)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(ร่าง)

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ /๒๕๖๗

ประกวดราคาจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference : TOR)
- 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 แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ
- ๑.๘ แผนการทำงาน

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 วน ประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับ หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เชื่อถือ โดยมีหลักฐานการ ดำเนินงาน /เอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองผลงาน หรือผลงานที่สามารถนำมาแสดงประกอบให้เห็น ความสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ และทางกรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบใน ปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใด รายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่น ข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่น ข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียน เกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบ แสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกร
รายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดย
ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณี
ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่น
ข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือ
รายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้อง
แสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่
ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ
มูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ
บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ
ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่ง
ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่
สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น
ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ
ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรอง
การจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรอง
การจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และ
บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ให้
ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตร
ประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๔.๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นงบแสดงฐานะการเงินที่มี
การรับรองแล้ว ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา

(๔.๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้ยื่นหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก ไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา และจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔.๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการและทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(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) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือ มอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๓) สำเนาหนังสือรับรองผลงานประเภทเดียวกันกับงานจ้างประกวดราคา

(๔) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

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

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

๔. การเสนอราคา

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

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

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๗

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญา ร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference : TOR) ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่.....ระหว่างเวลา.....น. ถึง.....น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาข้อเสนอให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำได้กล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

(๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

(๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี)

รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่กำหนด

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

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

๔.๙ ผู้สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามใน สัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณี สัญญาที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตใน ประเทศ และแผนการใช้เหล็กที่ผลิตในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลง นามในสัญญา

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๗๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

๕.๑ เช็ครีพอร์ตที่ธนาคารเซ็นส่งง่าย ซึ่งเป็นเช็ครีพอร์ตลงวันที่ที่ใช้เช็ครีพอร์ตนั้นชำระต่อเจ้าหนี้ในวันที่ยื่นข้อเสนอ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่ คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต ให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่าง หนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอนำเช็ครีพอร์ตที่ธนาคารเซ็นส่งง่ายหรือพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้อง ส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่.....ระหว่าง เวลา.....น. ถึง.....น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือ ค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ารายที่ สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ กรมจะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้ำประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่กรมได้พิจารณาเห็นชอบรายงานผลคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาเรียบร้อยแล้ว เว้น แต่ผู้ยื่นเสนอรายที่คัดเลือกไว้ซึ่งเสนอราคาต่ำสุดหรือได้คะแนนรวมสูงสุดไม่เกิน ๓ ราย ให้คืนได้ต่อเมื่อได้ ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือผู้ยื่นข้อเสนอได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ จ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผล การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่า การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนออื่นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๗. การทำสัญญาจ้าง

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

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารส่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญญัติกลางกำหนด

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 และค่าใช้จ่ายที่ปวงแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลง และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๗ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๗ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ ดังนี้

(๑) แจกการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้นโดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ฝ่าฝืนปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวิ

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกมัดจำจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกมัดจำชดเชยความเสียหายอื่น (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 หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

พฤษภาคม ๒๕๖๖

ขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
การจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024

.....

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุก เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ และสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ และขยายช่องทางการตลาดแก่สินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงนโยบายรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ ในการผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการของไทยพร้อมกับผลักดันซอฟต์แวร์ไทยสู่ตลาดโลก รวมถึงส่งเสริม SMEs ไทยทุกระดับให้มีความเข้มแข็ง โดยจัดกิจกรรมพัฒนาส่งเสริมสินค้าและผู้ส่งออกให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ รวมถึงการจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok เป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นระดับนานาชาติ (International Trade Fair) ซึ่งเกิดจากการรวมงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ ๓ งาน ได้แก่ งานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน Bangkok International Gift Fair + Bangkok International Houseware Fair (BIG+BIH) ซึ่งจัดมาแล้ว ๔๓ ครั้ง งานแสดงสินค้าแฟชั่นและงานแสดงสินค้าเครื่องหนัง Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair (BIFF&BIL) ซึ่งจัดมาแล้ว ๓๔ ครั้ง และงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ Thailand International Furniture Fair (TIFF) ซึ่งจัดมาแล้ว ๒๑ ครั้ง เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้นำเข้า (Importer) ผู้ซื้อ (Buyer) ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศที่มีแนวโน้มความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายในคราวเดียว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

งาน STYLE Bangkok 2024 เป็นการจัดงานครั้งที่ ๗ ซึ่งจัดครั้งแรกในเดือนตุลาคม ๒๕๖๐ โดยในปี ๒๕๖๗ กรมฯ ร่วมมือกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยจัดงาน STYLE Bangkok 2024 เป็นครั้งที่ ๒ เพื่อเป็นเวทีเจรจาการค้าระหว่างผู้แสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และงานคราฟต์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ SMEs ไทย (Thai Exhibitor) กว่าร้อยละ ๘๕ ของงาน STYLE Bangkok โดยมุ่งเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและซอฟต์แวร์ของไทยสู่ตลาดโลก และผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าที่มีดีไซน์ของอาเซียน

ดังนั้น กรมฯ จึงกำหนดจัดการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ภายใต้แนวคิด Chicnature เพื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า “STYLE Bangkok” เป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติในอาเซียนที่ส่งเสริมซอฟต์แวร์และสินค้าที่มีดีไซน์ในด้านไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และงานคราฟต์ ให้เป็นที่รับรู้อย่างกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นต่อการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ STYLE Bangkok Fair ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย กว้างขวางทั้งต่างประเทศและในประเทศ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ก่อให้เกิดการส่งต่อข้อมูลทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2024 ว่าเป็นช่องทางการส่งออกที่สำคัญ และเพิ่มมูลค่าการส่งออกซอฟต์แวร์ และสินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และงานคราฟต์ สำหรับผู้ผลิต/ส่งออกไทย และประชาชนทั่วไป (ประชาสัมพันธ์ ในประเทศ) และเป็นเวทีการค้าสินค้าที่มีคุณภาพของผู้ประกอบการส่งออกไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตเองที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก (ประชาสัมพันธ์ต่างประเทศและในประเทศ)

๒.๓ เชิญชวนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น (Exhibitor) ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้น

๑๐ 

๒.๔ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นผู้นำซอฟต์แวร์และเทรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์ระดับโลก สนับสนุนแบรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และงานคราฟต์ไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และส่งเสริมนักออกแบบไทยให้มีเวทีแสดงศักยภาพและเผยแพร่ผลงานสู่สายตาชาวต่างชาติ

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๓.๒ ผู้เข้าชมงาน (Visitor) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ ผู้ค้าส่ง (Wholesaler) ผู้ค้าปลีกย่อย (Retailer) ตัวแทนจัดซื้อ (Buying Agent, Trading) ผู้ซื้อจากธุรกิจ Concept Store, Showroom, Selected Shop, Fashion House ห้างสรรพสินค้า ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท วิลล่าและเรซิเดนซ์ ผู้ค้าออนไลน์ นักออกแบบ มัณฑนากร สถาบันการออกแบบต่าง ๆ รวมทั้งผู้ที่อยู่ในวงการแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ รวมถึงธุรกิจต่างชาติที่เกี่ยวข้องที่มีเครือข่ายอยู่ในประเทศไทยและในต่างประเทศ

๓.๓ ประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย ผู้ค้าปลีกท้องถิ่น ประชาชนทั่วไป นักเรียน และนักศึกษา

๓.๔ กลุ่มชุมชนชาวต่างชาติในประเทศไทย (Expatriate) อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย รัสเซีย และอื่น ๆ

๓.๕ สื่อมวลชน (Media) ประกอบด้วยสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เช่น สื่อด้าน Trade Lifestyle Fashion Product ทั้งจากต่างประเทศ และในประเทศ รวมถึงกลุ่มสื่อออนไลน์ Vlogger, Blogger, Influencer, KOL และ Content Creator เป็นต้น

๔. ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย (๑) ในประเทศ และ (๒) ต่างประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศอาเซียน (สิงคโปร์, มาเลเซีย และเวียดนาม) อินเดีย สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป (Factsheet ตามเอกสารแนบ)

๕. กลุ่มสินค้าเป้าหมาย ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ ของขวัญของชำร่วย ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว ของเล่น เครื่องเขียน เคหะสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง ผ้าผืน หนังสือ สินค้าแฟชั่น สินค้าสัตว์เลี้ยง สินค้าสปา เป็นต้น

๖. ข้อมูลเบื้องต้น

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย จัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ดังนี้

๖.๑ วันจัดงาน: ระหว่างวันที่ ๒๐ - ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๗

- ผู้เข้าชมงานที่เป็นกลุ่มผู้ค้า (Trade Visitor) วันที่ ๒๐ - ๒๒ มีนาคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ - ๑๘.๐๐ น.

- ผู้เข้าชมงานทั่วไป (Public Visitor) วันที่ ๒๓ - ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ - ๒๑.๐๐ น.

๖.๒ สถานที่: ฮอลล์ ๑ - ๔ ชั้น G ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (พื้นที่ประมาณ ๒๒,๓๓๕ ตารางเมตร)

๖.๓ เป้าหมายผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงาน (คาดการณ์)

- ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) ๔๐๐ บริษัท ๑,๐๐๐ คูหา

- ผู้เข้าชมงาน (Visitor) ๓๐,๐๐๐ ราย

- ค่าธรรมเนียมมูลค่า ๑,๔๕๐ ล้านบาท

๖.๔ กรมได้จัดพื้นที่เจรจาการค้าออนไลน์ (Online Business matching) ระหว่างการจัดงาน ไปพร้อมกับการจัดงานแสดงสินค้า ณ บริเวณ Buyer Lounge

๖.๕ Official Online Media ของงาน ได้แก่ เว็บไซต์: www.stylebangkokfair.com และโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook: [stylebangkokfair](https://www.facebook.com/stylebangkokfair), Instagram: [@stylebangkokfair](https://www.instagram.com/stylebangkokfair) และ Tiktok : [stylebangkokfair](https://www.tiktok.com/@stylebangkokfair)

๖.๖ Official Email ของงาน คือ pr@stylebangkokfair.com

o du

๖.๗ ช่องทางการสื่อสารออนไลน์อื่น ๆ ทั้งของกรมและพันธมิตร ได้แก่ เว็บไซต์: www.ditp.go.th www.thaichamber.org และ Facebook : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

๗. ขอบเขตการดำเนินงาน

การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 แบ่งออกเป็น ๖ ส่วนหลัก ตั้งแต่ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน โดยมีสัดส่วนการประชาสัมพันธ์ในประเทศ ร้อยละ ๗๐ และต่างประเทศ ร้อยละ ๓๐ ซึ่งผู้รับจ้างต้องดำเนินการอย่างน้อย ดังนี้

ส่วนที่ ๑ : การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม

๑.๑ นำเสนอการวางแผน จัดทำแผนงาน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลา จะเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม และเตรียมการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

(๑) จัดทำแผน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลา (Time Frame) ในภาพรวมและรายละเอียดของการดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 โดยครอบคลุมทุกส่วนของ TOR ข้อ ๗ และทุกกิจกรรมตลอดการจัดงาน ที่สร้างสรรค์และโดดเด่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า (Exhibitor) ผู้ซื้อ (Buyer) สื่อมวลชน (Press) และผู้เข้าชมงาน (Visitor) เข้าร่วมงานมากขึ้น เพื่อให้ประชาสัมพันธ์ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จำนวนการรับรู้รวมตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการผ่านสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๓๐ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน reaches และบริหารจัดการอีเมลหลักของงาน pr@stylebangkokfair.com ในการต่ออายุหากจำเป็น

(๒) นำเสนอประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic messages) ที่จำเป็นสำหรับการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2024 ในภาพรวม โดยแนวคิดหลักของการจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 คือ “Chicnature” ความชิคอย่างเป็นธรรมชาติที่แตกต่าง ที่ทุกคนสามารถค้นหาได้ทั้งงาน STYLE Bangkok

(๓) ดำเนินการใช้ Key visual และ Corporate Identity (CI) ของงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok เพื่อใช้การจัดทำกราฟิกและอาร์ตเวิร์คสำหรับการจัดทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของงาน STYLE Bangkok 2024 โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก และใช้ภาษาไทยประกอบตามความเหมาะสม และใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ตามที่กรมฯ พิจารณาเห็นควรตามความเหมาะสมของแต่ละตลาดเป้าหมาย เพื่อใช้เผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ** อาร์ตเวิร์คทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม ** (เอกสารแนบ)

๑.๒ ถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวและจัดทำเซตภาพสินค้าที่โดดเด่น เพื่อใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณางานแสดงสินค้า ดังนี้

๑.๒.๑ คัดเลือกสินค้าสำหรับการถ่ายภาพจากผู้แสดงสินค้านงาน STYLE Bangkok 2024 โดยครอบคลุมสินค้าจาก ๕ กลุ่มหลักของงาน ได้แก่ ๑) Furniture : สินค้าเฟอร์นิเจอร์ ที่นอน หมอน พูก และเคาะ สิ่งทอ ๒) Gifts : สินค้าของขวัญ เครื่องเขียน ของเล่น สปา ๓) Home Décor : สินค้าตกแต่งบ้าน ๔) Houseware : สินค้าของใช้ในบ้าน และ ๕) Fashion : สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า ผ้าผืน เครื่องหนังและหนังผืน เป็นต้น

๑.๒.๒ นำเสนอแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อยอย่างละ ๑ แนวคิด พร้อมจัดหาช่างภาพมืออาชีพ อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๕ ปี ด้านการถ่ายภาพทั้งสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น พร้อมผลงานอย่างน้อย ๕ ผลงาน ซึ่งมีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยจัดทำรูปถ่ายสินค้าและคลิปวิดีโอสินค้า ดังนี้

(๑) รูปสินค้าไฮไลท์อย่างน้อย ๑๐ รูปต่อกลุ่มสินค้า และรูปเซตรวมทุกกลุ่มสินค้าไฮไลท์เข้าด้วยกัน อย่างน้อย ๑๐ รูป

(๒) คลิปวิดีโอความยาว อย่างน้อย ๓๐ วินาที อย่างน้อย ๓ คลิปวิดีโอ

(๓) ดำเนินการเผยแพร่ภาพถ่ายสินค้าและคลิปวิดีโอลงในสื่อออนไลน์ของงาน

ทั้งนี้ ภาพถ่ายสินค้าและคลิปวิดีโอ รวมถึงภาพถ่ายสำรอง ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม และต้องเสนอให้กรมพิจารณาเห็นควรก่อนดำเนินการ อีกทั้ง บริษัทต้องประสานงานกับสมาคม ผู้ประกอบการ พร้อมทั้งรับผิดชอบในการยืมและส่งคืนสินค้าที่นำมาถ่ายภาพดังกล่าว

๑.๓ การบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลและสื่อที่เกี่ยวกับงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริหารจัดการผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดหา แบ่งเป็นตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังจัดงาน อาทิ การเชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงาน งานแถลงข่าว พิธีเปิด สินค้าโดดเด่นภายในงาน กิจกรรมไฮไลท์ภายในงาน ผู้ประกอบการหรือแบรนด์ที่น่าสนใจ และอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ดังนี้

๑.๓.๑ จัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์ อาทิ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ แบบตัวอักษร และกราฟิกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาพสินค้าของผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024

๑.๓.๒ จัดทำข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์หลักของงานเป็นภาษาอังกฤษ (ภาษาหลัก) และภาษาไทย หรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เพื่อสร้างและกระตุ้นการรับรู้ให้ผู้ซื้อผู้นำเข้าทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเข้าร่วมเจรจาธุรกิจ และผู้ที่สนใจเข้าชมงานมากขึ้น ทั้งนี้ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ต้องจัดให้มี Admin ตอบคำถาม และพร้อม update ข้อมูลต่างๆ ตลอดระยะเวลาโครงการ

๑.๓.๓ นำเสนอและจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาสำหรับการจัดทำข้อมูล อย่างน้อย ๓ ภาษา อาทิ อังกฤษ ญี่ปุ่น และ จีน เป็นต้น โดยจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านภาษา ครอบคลุมทั้งการแปล และตรวจสอบเนื้อหาอย่างเชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของภาษาในทุกภาษา ซึ่งเหมาะสมกับการทำการตลาดและประเทศเป้าหมาย พร้อมประวัติและประสบการณ์การทำงานของผู้แปล อย่างน้อย ๓ ปี

๑.๔ จัดทำและส่งข่าวประชาสัมพันธ์การจัดงาน รวมถึงประสานงานเชิญสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศเพื่อเผยแพร่ข่าว และเชิญชวนเข้าร่วมงาน โดยตลอดทั้งโครงการ มีข่าวเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างน้อย ๒๐ หัวข้อข่าว รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง ทั้งในประเทศและต่างประเทศครอบคลุมทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วงเวลา

(๑) ก่อนงาน ๑๐๐ ครั้ง

(๒) ระหว่างงาน ๘๐ ครั้ง

(๓) หลังการจัดงาน ๒๐ ครั้ง

๑.๕ จัดให้มีเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ โดยบริษัทต้องนำเสนอประสบการณ์และประวัติการทำงาน เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณา ได้แก่

(๑) ผู้บริหารจัดการโครงการ (Project Manager) ๑ คน ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เกี่ยวข้องการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติหรืองานในลักษณะเดียวกัน และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ ปี

(๒) Art Director ๑ คน เป็นผู้กำหนดทิศทางและวิธีการในการสื่อสารภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าให้สื่อประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับประเภทของสื่อในแต่ละสื่อ และเหมาะสมทั้งกับกลุ่มเป้าหมายและสินค้า โดยเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ ปี

(๓) นักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer) ๑ คน ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (เชี่ยวชาญโปรแกรมด้านการออกแบบ อาทิ Photoshop, Illustrator, InDesign เป็นต้น) และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๓ ปี

(๔) Editor ๑ คน ที่มีประสบการณ์ในการจัดทำ รวบรวม ตรวจสอบ คัดเลือก หรือควบคุมเนื้อหาและภาพ ก่อนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย ๕ ปี ขึ้นไป พร้อมทีมนักเขียน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๓ ปี

(๕) ทีมงานด้านประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย ๑ ปี ขึ้นไป ทั้งนี้ สามารถนำเสนอบุคลากรเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสมเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

๐ ch

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ดังกล่าวจะต้องมีธรรมาจริยที่ดีในการประสานงานกับบุคคล หน่วยงานต่าง ๆ เช่น ผู้ผลิต ผู้ส่งออก สมาคมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนโครงการเพื่อดำเนินโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

ส่วนที่ ๒ การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

เน้นการประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ๒ กลุ่ม ได้แก่ สื่อมวลชน และ Buyer กลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงการจัดงาน STYLE Bangkok 2024 รวมถึงจุดเด่นต่าง ๆ ภายในงาน อาทิ สินค้าที่มีการออกแบบที่ดีและมีดีไซน์ ผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) กิจกรรมภายในงาน การเจรจาการค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกในงาน ดังนี้

๒.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและกลุ่มสินค้า โดยมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศแบ่งเป็น ๓ ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน

๒.๒ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมออกแบบกราฟิก อาร์ตเวิร์ค และจัดทำ Content เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายหลักตาม TOR ข้อ ๔ และ ข้อ ๕ ดังนี้

๒.๒.๑ สื่อออนไลน์

(๑) จัดหาสื่อและลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Youtube Trueview Ads, Google Display Network, Taboola และสื่อออนไลน์ของจีน เป็นต้น

(๒) จัดหาสื่อด้านไลฟ์สไตล์และแฟชั่นหรือการออกแบบ เพื่อจัดทำ Content ออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2024 เช่น Designboom เป็นต้น

(๓) บรรจุชื่องาน STYLE Bangkok 2024 ในปฏิทินงานแสดงสินค้านานาชาติที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในต่างประเทศ พร้อมดำเนินการเผยแพร่ ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง

(๔) จัดหา Search engine ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศเป้าหมาย ได้แก่

- อาเซียน เช่น Google เป็นต้น
- ญี่ปุ่น เช่น Yahoo เป็นต้น
- เกาหลีใต้ เช่น Naver เป็นต้น
- จีน เช่น Baidu เป็นต้น

โดยเมื่อมีการค้นหาคำหรือข้อความที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok จะต้องมีการแสดงผลลัพธ์เป็นเว็บไซต์ หรือ รูปภาพ หรือ วิดีโอ เพื่อให้เกิดการสร้างการรับรู้ เข้าถึง และเป็นการเชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในช่วงก่อนงาน ๒ เดือน

๒.๒.๒ สื่อออฟไลน์

จัดหาสื่อและลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อาทิ In-flight Magazine ของสายการบิน บ่ายโฆษณาภายในอาคารของท่าอากาศยานนานาชาติดูไบ เป็นต้น เพื่อเชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 รวมถึงเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีดีไซน์และมีคุณภาพ

๒.๓ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ในสื่อต่างประเทศ

๒.๓.๑ นำเสนอและจัดทำกราฟิก อาร์ตเวิร์ค และ Content สำหรับประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ในต่างประเทศให้สอดคล้องกับสื่อที่ได้จัดหา รวมถึงสื่อโซเชียลของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.)

๒.๓.๒ ออกแบบและจัดทำชุดสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ สำหรับการเชิญชวนผู้ซื้อผู้นำเข้าชาวต่างชาติเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024 อาทิ บัตรเชิญอิเล็กทรอนิกส์ (E-Invitation) ข้อมูลงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 เป็นต้น

๑ ch
๗

๒.๓.๓ ผลิตและจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสะท้อนการเป็นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติที่เป็นศูนย์รวมงานแสดงสินค้าที่มีดีไซน์ในกลุ่มสินค้าเป้าหมาย เพื่อสำหรับเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงานและใช้เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน มีเสียงพากย์ ๓ ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่น โดยมีบทบรรยายไทย พร้อมนำเสนอร่าง Storyboard ๑ งาน

ส่วนที่ ๓ การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๓.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและกลุ่มสินค้า รวมถึงดำเนินการบริหารจัดการสื่อออนไลน์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสื่อหลักของงานและที่ได้จัดทำมา โดยมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในประเทศแบ่งเป็น ๓ ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน ดังนี้

๓.๒ การผลิตและซื้อสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์งาน ประกอบด้วย

๓.๒.๑ สื่อโทรทัศน์ พุดประชาสัมพันธ์ในรายการโทรทัศน์ อาทิ เรื่องเล่าเช้านี้ เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง พร้อมจัดวางสินค้าตัวอย่างหรือเผยแพร่ภาพสินค้าของผู้ประกอบการในรายการ

๓.๒.๒ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อลงโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ในหน้าข่าวเศรษฐกิจ ขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นี้วี่ สี่สี ทั้งฉบับภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ อาทิ ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ เป็นต้น พร้อมลงโฆษณานิตยสารแพชั่น/ไลฟ์สไตล์ชั้นนำ ขนาดเต็มหน้า สี่สี รวมสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ เพื่อเชิญชวนผู้ที่สนใจเข้าร่วมงาน

๓.๒.๓ สื่อป้ายโฆษณา โดยออกแบบ ผลิต พร้อมบริหารจัดการติดตั้ง ดังนี้

(๑) ป้ายโฆษณา Billboard ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ตารางเมตร อย่างน้อย ๑ ป้าย ระยะเวลาอย่างน้อย ๑ เดือนก่อนเริ่มงาน และระหว่างงาน ๕ วัน ในจุดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง เช่น บริเวณทางด่วนพิเศษศรีรัชระหว่างด่านพหลโยธิน ๑ จนถึงช่วงก่อนทางแยกไปดินแดง-บางนา ย่านธุรกิจการค้าใจกลางเมือง เป็นต้น

(๒) ป้ายโฆษณาบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐ ป้าย ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน

(๓) ป้ายโฆษณาที่ทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และทำอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ในรูปแบบตามความเหมาะสมกับสถานที่ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐ ป้าย โดยอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ระยะเวลารวมไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน

(๔) ป้ายโฆษณา Billboard หรือ ป้ายจอ LED ขนาด ๑,๐๘๐ x ๖๒๔ บริเวณกระทรวงพาณิชย์ อย่างน้อย ๑ ป้าย ระยะเวลารวมไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน ก่อนเริ่มงาน

(๕) ป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หรือ LED บริเวณภายในอาคารของสถานที่จัดงานในช่วงระหว่างการจัดงาน โดยดำเนินการตามที่กรมเห็นชอบ

๓.๒.๔ สื่อออนไลน์ โดยออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ พร้อมบริหารจัดการเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังนี้

(๑) จัดหาเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จัก อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์ข่าวหลัก อาทิ ไทยรัฐออนไลน์ เป็นต้น พร้อมจัดหาเว็บไซต์ข่าวอื่น ๆ จำนวนตามความเหมาะสม

(๒) จัดหาเว็บไซต์สื่อบทความออนไลน์ อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์บทความหลัก อาทิ The Standard POP เป็นต้น พร้อมจัดหาเว็บไซต์บทความอื่น ๆ จำนวนตามความเหมาะสม

(๓) ผลิตสปอตวิดีโอประชาสัมพันธ์สำหรับ Online Application ด้านความบันเทิง อาทิ VIU เป็นต้น ความยาวอย่างน้อย ๑๕ วินาที จำนวน ๒ สปอต โดยเผยแพร่จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง

(๔) ผลิตสปอตสำหรับ Music Streaming ทางออนไลน์ อาทิ Spotify, Joox เป็นต้น จำนวน ๑ สปอต โดยเผยแพร่จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง

(๕) ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เพื่อโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์อย่างเป็นทางการของกรม อาทิ YouTube, Facebook, Instagram เป็นต้น ทั้งในรูปแบบของภาพนิ่ง ๑๐๐ รูป และวิดีโอ (ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ วิดีโอ โดยเหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้าหลักในงาน และสินค้าใหม่ที่น่าสนใจ โดยจัดให้มี Admin ตอบคำถาม และ update ข้อมูลต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการ ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลจะเผยแพร่เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาหลัก โดยภาษาไทยเป็นภาษารอง

(๖) ออกแบบผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) ที่เข้าร่วมงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปโพสต์ในสื่อโซเชียลของตนเอง อาทิ Facebook, Instagram เป็นต้น

(๗) บรรจุชื่องานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ในปฏิทินงานแสดงสินค้า Fair Calendar, Facebook ที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมในประเทศ พร้อมเผยแพร่บนสื่อที่จัดทำมา ไม่นต่ำกว่า ๑๐ แห่ง ล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ เดือน

(๘) จัดหา Search engine ที่เป็นที่ยอมรับในประเทศ ได้แก่ Google Search Engine หรือ Search Engine ที่เทียบเท่า โดยเมื่อมีการค้นหาคำหรือข้อความที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok จะต้องมีการแสดงผลขึ้นในอันดับแรก โดยแสดงเป็นเว็บไซต์ รูปภาพ วิดีโอ เพื่อให้เกิดการสร้างการรับรู้ และเป็นการเชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในช่วงก่อนงาน ๒ เดือน

(๙) ออกแบบสื่อและดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในรูปแบบ Banner และ วิดีโอในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Streaming, Google Display Network (GDN), Web link, Banner, Google AdWords, Facebook, Twitter, Instagram, LINE, Email, SMS, VIU, WeTV, iQIYI, Youtube ads เป็นต้น (ทั้งนี้ : การเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ขอให้ระบุข้อมูลของสื่อ เช่น จำนวนผู้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และความนิยม (rating)) เพื่อประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ บริษัทสามารถนำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่สามารถส่งเสริมการขายภายในงานรูปแบบใหม่ ๆ เพิ่มเติมได้ (ถ้ามี) อาทิ การใช้ Interactive Marketing, Interactive Application การตลาดแบบ Viral Marketing เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเดิมและใหม่มากขึ้น

๓.๒.๕ สื่อวิทยุ

พูดประชาสัมพันธ์ในรายการของคลื่นวิทยุที่ได้รับความนิยมชั้นนำและมีกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงาน อาทิ Green Wave ๑๐๖.๕ , Met ๑๐๗.๐ เป็นต้น ทั้งล่วงหน้าก่อนการจัดงานอย่างน้อย ๕ วัน และในช่วงระหว่างการจัดงาน ๕ วัน

๓.๒.๖ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงทั้งกลุ่มธุรกิจชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศ โดยนำเสนอรูปแบบ วิธีการ และบริหารจัดการ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ กลุ่มห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีก แฟชั่นแบรนด์ Selected store กลุ่มสังฆาริมทรัพย์ นักออกแบบ สถาปนิก กลุ่มโรงแรม รีสอร์ท วิลล่า และเรซิเดนซ์ กลุ่มธุรกิจเรือยอร์ชเรือสำราญ เป็นต้น และรวมถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น พร้อมดำเนินการจัดส่งข่าวประชาสัมพันธ์และข้อมูลงานไปยังกลุ่มธุรกิจและชุมชนชาวต่างชาติดังกล่าว อย่างน้อย ๑ เดือน ก่อนเริ่มงาน

๓.๓ การจัดงานแถลงข่าว (Press Conference) ก่อนเริ่มงานอย่างน้อย ๒ อาทิตย์

๓.๓.๑ นำเสนอแนวคิด Theme หรือ Concept และรูปแบบการจัดงานแถลงข่าวที่น่าสนใจ สร้างสรรค์ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน

๓.๓.๒ จัดหาและตกแต่งสถานที่จัดงานให้เหมาะสมเทียบเท่ากับโรงแรมระดับ ๔ ดาวขึ้นไป หรือ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ หรือ สถานที่จัดงาน STYLE Bangkok 2024 โดยใช้เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าที่น่าสนใจจากผู้ประกอบการที่นำสินค้าเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024 ประดับตกแต่ง โดยจัดให้มีระบบแสง สี เสียง และพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญดำเนินรายการภายในงาน

๓.๓.๓ จัดรูปแบบโชว์ หรือรูปแบบการแสดง หรือกิจกรรมบนเวทีที่น่าสนใจ และมีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ สอดคล้องกับ Concept งาน พร้อมจัดแสดงสินค้าที่โดดเด่น น่าสนใจของผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) ที่สมัครเข้าร่วมงาน

๐
๗

๓.๓.๔ จัดทำวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์การจัดงานสำหรับงานแถลงข่าว ๑ เรื่อง ความยาว ๑ - ๒ นาที โดยมีเสียงพากย์ภาษาไทย และมีบทบรรยายภาษาอังกฤษ โดยทำการแปล และตรวจสอบเนื้อหาด้วยบริษัทเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญและน่าเชื่อถือ

๓.๓.๕ จัด Backdrop ถ่ายภาพ และโต๊ะลงทะเบียนสื่อมวลชน และแขกที่เข้าร่วมงาน

๓.๓.๖ จัดของที่ระลึกที่สอดคล้องตามแนวนโยบายสำหรับผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด

๓.๓.๗ จัดทำแผนการจัดที่นั่ง Seating Plan และป้ายบอกทางเข้าร่วมงาน

๓.๓.๘ จัดทำและส่งหนังสือเชิญสื่อมวลชนและแขกเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๕๐ คน

๓.๓.๙ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงานแถลงข่าว โดยมีผู้สื่อข่าวเข้าร่วมอย่างน้อย ๒๐ สื่อ พร้อมรับประกันการลงข่าวอย่างน้อย ๓๐ ข่าว

๓.๓.๑๐ จัดทำคำกล่าวประธานเปิดงานแถลงข่าว คำกล่าวรายงาน และบทพิธีกรเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมจัดส่งร่างให้กรมฯ ล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ สัปดาห์ และนำเสนอรายชื่อพิธีกรอย่างน้อย ๑ คน มีประวัติและประสบการณ์การทำงานด้านพิธีกรอย่างน้อย ๕ ปี ขึ้นไป

๓.๓.๑๑ จัดทำประเด็นคำถาม - คำตอบสื่อมวลชนสำหรับการสัมภาษณ์ของผู้บริหารภาครัฐ/ผู้แทนจากภาคเอกชน เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

๓.๓.๑๒ จัดทำแฟ้ม Press Kit สำหรับสื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วยกำหนดการ คำกล่าวประธานสรุปข้อมูลงานแสดงสินค้า สรุปข้อมูลสินค้า (Factsheet) พร้อมใส่แฟ้ม จำนวน ๑๕๐ ชุด

๓.๓.๑๓ จัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่มสำหรับรับรองแขกที่มาร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด

๓.๓.๑๔ บันทึกภาพนิ่ง และภาพวิดีโอความละเอียดสูง (Full HD) ภายในงาน

๓.๓.๑๕ จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่จำเป็น สำหรับเจ้าหน้าที่เพื่อเตรียมจัดงานแถลงข่าว

๓.๓.๑๖ จัดเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน โดยมีหน้าที่ต้อนรับสื่อมวลชน รับรองแขกและอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในงาน

๓.๓.๑๗ จัดให้มีการ LIVE ทางโซเชียลมีเดียของงานในระหว่างงานแถลงข่าว พร้อมเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ และระบบอินเทอร์เน็ต พร้อมจัดหาเจ้าหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลการ LIVE

๓.๓.๑๘ จัดหาผู้ทรงอิทธิพล KOL, Influencer, Celebrity อย่างน้อย ๒ คน โดยมีจำนวนผู้ติดตามของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคนตั้งแต่ ๕๐,๐๐๐ รายขึ้นไป ซึ่งได้รับความนิยมในด้านไลฟ์สไตล์และแฟชั่น เพื่อนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2024 ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพล โดยสามารถนำเสนอได้ทั้งแบบรูปภาพ การ Live วิดีโอที่ตัดต่อแล้วเสร็จ หรือรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ที่ถูกปรับให้เข้ากับตัวผู้สื่อสารและแพลตฟอร์มที่ผู้สื่อสารนั้น ๆ ใช้

๓.๔ การดำเนินกิจกรรมในระหว่างวันจัดงานและหลังงาน

ระหว่างวันจัดงาน

๓.๔.๑ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าวในพิธีเปิดงาน โดยมีผู้สื่อข่าวเข้าร่วมอย่างน้อย ๒๐ สื่อ และมีเผยแพร่ข่าวอย่างน้อย ๒๐ ข่าว

๓.๔.๒ บริหารจัดการศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) ตลอดระยะเวลาของการจัดงาน โดยดำเนินการ ดังนี้

(๑) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงาน อุปกรณ์เครื่องเขียน กระดาษเครื่องถ่ายเอกสาร เครื่อง Printer และคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กพร้อมอินเทอร์เน็ต จำนวน ๓ ชุด เพื่อรับรองสื่อมวลชน ตลอดการจัดงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

(๒) จัดอุปกรณ์บันทึกความจำ (Thumb drive) ขนาดความจุ ๑๐ GB ขึ้นไป จำนวน ๒๐๐ ชิ้น พร้อมบรรจุข้อมูล

๐ dr
w

(๓) จัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษแจกระหว่างงาน การจัดทำเอกสารต่างๆ และสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับสื่อมวลชนพร้อม ทั้งนี้ ข้อมูลข่าวสาร เช่น งานแถลงข่าว ภาพถ่าย ข้อมูลงาน ที่ได้ส่งไปรวมทั้งข่าวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้บรรจุในอุปกรณ์บันทึกความจำ (Thumb drive)

(๔) จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มหรืออาหารและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมชมงานตลอดการจัดงานตามความเหมาะสมสอดคล้องกับจำนวนสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงานในแต่ละวัน

(๕) รับรองและอำนวยความสะดวกสื่อมวลชนที่เข้าเยี่ยมชมงาน รวมทั้งการประสานงาน นัดหมายสัมภาษณ์ผู้นำเข้าต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้บริหารภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการถ่ายทำรายการต่าง ๆ ภายในงาน

๓.๔.๓ จัดทำของที่ระลึกเพื่อการประชาสัมพันธ์ พร้อมสกรีนตราสัญลักษณ์งาน STYLE Bangkok จำนวน ๓๐๐ ชิ้น พร้อมจัดส่งไปยังสถานที่จัดงาน โดยจะต้องทำการเสนอของที่ระลึกให้กรมพิจารณาเลือกก่อนการผลิต อย่างน้อย ๓ รูปแบบ

๓.๔.๔ บันทึกภาพและวิดีโอความละเอียดสูง (Full HD) ในพิธีเปิดงาน บรรยากาศการเจรจาธุรกิจ การเลือกซื้อสินค้าภายในงาน การสัมมนา นิทรรศการต่าง ๆ ภายในงาน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดงาน รวมทั้งการบันทึกภาพมุมสูงของงานด้วยโดรน และสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมชมงานทั้งผู้ซื้อผู้นำเข้าชาวไทยและต่างชาติ ผู้จัดแสดงงาน ผู้เข้าเยี่ยมชมงาน พร้อมตัดต่อภาพการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้น และใช้เป็นข้อมูลเพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ของงานและเผยแพร่ภายในงานบริเวณจุดประชาสัมพันธ์ พร้อมนำเสนอการบริหารจัดการและเผยแพร่ภาพและวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ Facebook Instagram และ YouTube ของงาน ในช่วงระหว่างงานและหลังจัดงาน

๓.๔.๕ จัดทำและส่งข่าวประชาสัมพันธ์ภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้แก่สื่อมวลชน เช่น ความเคลื่อนไหวของงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าที่มีสินค้าโดดเด่น กิจกรรมการเจรจาการค้าออนไลน์ นิทรรศการ โซนสินค้าที่น่าสนใจภายในงาน เป็นต้น จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่อง

๓.๔.๖ ดำเนินการคัดเลือกสินค้าของผู้ประกอบการไทยที่มีความโดดเด่น มีดีไซน์ เพื่อนำมาถ่ายเป็นภาพนิ่งภายในงานในช่วงระหว่างการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชิ้นงาน และคลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน ๑๕ วินาที จำนวน ๕ ชิ้นงาน พร้อมบริหารจัดการเผยแพร่ภาพสินค้าลงบนสื่อออนไลน์ของงาน เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องภายหลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น และนำเสนอรูปแบบ วิธีการเผยแพร่ และประเภทของสื่อออนไลน์ และจัดทำรายละเอียดของสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ รวมถึงภาพและคลิปวิดีโอต่าง ๆ

๓.๔.๗ บริหารจัดการการเข้าเยี่ยมชมงานของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เช่น มหาวิทยาลัย เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจก่อนเข้าร่วมชมงาน ดังนี้

(๑) จัดให้มีผู้บรรยายอย่างน้อย ๒ คน (เจ้าหน้าที่กรม) เพื่อให้คำอธิบายและคำแนะนำเกี่ยวกับงานแสดงสินค้าสำหรับผู้เข้าเยี่ยมชมงานหรือนักศึกษา

(๒) จัดเตรียม Presentation นำเสนองานแสดงสินค้า STYLE Bangkok สำหรับผู้เข้าเยี่ยมชมและนักศึกษา เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok พร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์และเอกสาร เช่น โพรเจคเตอร์ โน้ตบุ๊ก เป็นต้น

(๓) จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการบรรยายพร้อมเครื่องเสียง อาทิ โพรเจคเตอร์ โน้ตบุ๊ก ลำโพง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๔) จัดหาเจ้าหน้าที่ ๑ คน สำหรับการประสานงานการเข้าเยี่ยมชมงานของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องประสานสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ในการจัดเตรียมข้อมูล รวมถึงประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดเตรียมห้องประชุม โดยกรมจะเป็นผู้จัดหาห้องประชุมในสถานที่จัดงานสำหรับการเข้าเยี่ยมชมของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

๓.๔.๘ บริหารจัดการสื่อออนไลน์หลักของงานทั้งเว็บไซต์และโซเชียล และบริหารจัดการป้ายประชาสัมพันธ์จอ LED โดยสามารถนำเสนอและจัดทำได้ทั้งในรูปแบบของภาพ Content และคลิปวิดีโอ เพื่อให้เกิด

๗ ๗ ๗

การเคลื่อนไหวในช่วงระหว่างการจัดงาน อาทิ บรรยากาศงานแถลงข่าว บรรยากาศพิธีเปิด บรรยากาศภายในงาน ภาพสินค้าโดดเด่น คลิปการสัมภาษณ์ผู้ซื้อและผู้เข้าชมงาน เป็นต้น

๓.๔.๙ นำเสนอรูปแบบและวิธีการสำหรับการส่งเสริมการค้าเชิงรุกอื่น ๆ ซึ่งไม่เป็นรูปแบบและวิธีการเดียวกับขอบเขตของงานข้างต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทำให้เกิดการเข้าร่วมงานของผู้ซื้อ ผู้เข้าชมงาน เพิ่มขึ้น และส่งผลทำให้เกิดการเจรจาการค้า และซื้อขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น

หลังจัดงาน

๓.๔.๑๐ จัดทำวิดีโอรายงานผลการจัดงาน (Post Show Video) มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ คลิป พร้อมตัดต่อให้มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ คลิป พร้อมเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ของกรม ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ต้องจัดทำร่าง Story board และ Script วิดีโอให้กรมพิจารณาล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ สัปดาห์ รวมถึงต้องให้กรมพิจารณาก่อนเผยแพร่ลงสื่อออนไลน์

๓.๔.๑๑ เผยแพร่ภาพและวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ Facebook, Instagram, YouTube และ เว็บไซต์ของงานในช่วงหลังงาน เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและความต่อเนื่องภายหลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น

๓.๔.๑๒ รวบรวม Footage ทั้งภาพนิ่งและคลิปวิดีโอ สินค้า การจัดกิจกรรม ภาพบรรยากาศ ภายในงาน ซึ่งประกอบด้วยภาพนิ่งจำนวนไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ ภาพ และวิดีโอไม่ต่ำกว่า ๒๐ วิดีโอ

๓.๔.๑๓ จัดทำและส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผลการจัดงาน จำนวนอย่างน้อย ๒ ข่าว ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ พร้อมจัดส่งให้สื่อลงประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ภายใน ๗ วัน หลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น

๓.๔.๑๔ จัดทำสรุปผลการจัดงาน (Post Show Report) เป็นภาษาอังกฤษ พร้อมเผยแพร่ทาง เว็บไซต์ และนำข้อมูลสรุปผลมาจัดทำเป็น Content เพื่อเผยแพร่ในสื่อโซเชียลของงาน ได้แก่ Facebook และ Instagram

๓.๔.๑๕ จัดทำชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับใช้เผยแพร่งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ได้แก่

- วิดีโอประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที พร้อมนำเสนอร่าง Story board และ Script เพื่อให้กรมพิจารณาล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ สัปดาห์
- ข้อมูลงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทย
- Roll up ภาษาอังกฤษ อย่างน้อย ๔ ชิ้นงาน

หมายเหตุ: รูปแบบการดำเนินกิจกรรมในระหว่างวันจัดงานแสดงสินค้า หากมีเหตุการณ์ ไม่ปกติ/จำเป็น สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ เพื่อประโยชน์สูงสุดของโครงการ ทั้งนี้ ต้องไม่กระทบต่อวัตถุประสงค์ของงาน และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมฯ

ส่วนที่ ๔ การผลิตและจัดทำเอกสารเผยแพร่

๔.๑ การออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค E-Fair Catalogue ฉบับภาษาอังกฤษ

๔.๑.๑ นำเสนอการออกแบบกราฟฟิกและอาร์ตเวิร์คสำหรับ E-Fair Catalogue พร้อม นำเสนอรายละเอียดภายในเล่ม และจัดทำ E-Fair Catalogue เป็นภาษาอังกฤษ ๔ สี รูปแบบ PDF หรือ รูปแบบอื่นตามความเหมาะสม โดยสามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสามารถดาวน์โหลด ได้โดยการสแกน QR - Code หรือ ลิงค์สำหรับเปิดออนไลน์ และนำ E-Fair Catalogue ใส่ไว้ในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com ต้องแล้วเสร็จก่อนเริ่มจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024

๔.๑.๒ จัดทำบทนำเกี่ยวกับการจัดงาน สารบัญแบ่งประเภทสินค้าและบริษัทที่เข้าร่วมทั้งหมด

๔.๑.๓ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดเตรียมอาร์ตเวิร์ค ข้อมูลกิจกรรม และนิทรรศการต่าง ๆ ภายในงานเพื่อประกอบใน E-Fair Catalogue

๐
Sh
w

๔.๑.๔ ประสานผู้จัดทำระบบในการดึงข้อมูลผู้สมัครเข้าร่วมจัดแสดงงานทั้งชาวไทยและต่างชาติ รวบรวมข้อมูล อาทิ ชื่อ-ที่อยู่ผู้ประกอบการ ข้อมูลติดต่อกลับ ข้อมูลสินค้า และรูปสินค้า เพื่อนำมาจัดหมวดหมู่โดยเรียงตามกลุ่มสินค้า เลขบูท และตามตัวอักษร (Alphabet) ให้ถูกต้องครบถ้วน

๔.๑.๕ บริษัทต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่จำนวน ๔ - ๖ ราย เพื่อตรวจสอบข้อมูลจากผู้ประกอบการในวันประชุมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อเข้าร่วมงาน (Exhibitor Meeting) และจัดเตรียมจุดสำหรับตรวจสอบข้อมูล โดยมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกขั้นตอนต่างๆ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งเตรียมการรองรับดังกล่าว หากมีการจัดประชุมในรูปแบบออนไลน์

๔.๑.๖ มีการตรวจพิสูจน์อักษร และนำส่งข้อมูลที่แก้ไขให้กรมฯ พิจารณา

๔.๒ ออกแบบป้ายข้อความเชิญชวนให้สแกน QR Code หรือลิงค์ สำหรับ E-Fair Catalogue และดำเนินการติดตั้งในจุดต่าง ๆ ภายในงาน STYLE Bangkok 2024 ไม่น้อยกว่า ๒๐ จุด

๔.๓ ออกแบบและจัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 อย่างน้อย ๒๐ แผ่น

ส่วนที่ ๕ การบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com

๕.๑ บริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com ให้เป็นปัจจุบัน และครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน เพื่อให้ผู้ซื้อผู้นำเข้าผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก และผู้ที่สนใจ สามารถเข้ารับชมสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ของงาน

๕.๒ จัดทำกราฟิกและอาร์ตเวิร์คที่เกี่ยวข้องสำหรับเว็บไซต์ โดยจะต้องสอดคล้องกับ Key Visual และ CI ของงาน STYLE Bangkok

๕.๓ จัดเตรียมข้อมูลภายในหัวข้อต่าง ๆ ของเว็บไซต์งาน อาทิ หน้า Home, About STYLE, For visitor, For exhibitor, Press, Activities, Gallery, Post show report, Contact us, Social update และ News เป็นต้น รวมถึงส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในเว็บไซต์ทั้งภาพถ่าย Banner ภาพเคลื่อนไหว เพื่อนำไปอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com ในช่วงก่อนงานและระหว่างงาน

๕.๔ นำข้อมูล ภาพกิจกรรมต่าง ๆ และคลิปวิดีโอที่ได้ดำเนินการในส่วนต่าง ๆ อัปเดตใส่ในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น

๕.๕ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่อย่างน้อย ๒ คน ในการบริหารจัดการและรวบรวมข้อมูล เพื่ออัปเดตข้อมูลภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com ให้เป็นปัจจุบัน ร่วมกับบริษัทที่กรมจัดจ้างให้ดูแลเว็บไซต์ของงาน รวมถึงประสานข้อมูลและปรับปรุงข้อมูลกับผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนอื่น ๆ พร้อมนำเสนอประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๓ ปี

๕.๖ ประสานบริษัทที่กรมจัดจ้างในการดูแลเว็บไซต์ stylebangkokfair.com และ thaitradefair.com เพื่อนำข้อมูลที่ได้จัดเตรียมทั้งหมด อัปเดตขึ้นในเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน

ส่วนที่ ๖ การส่งมอบสรุปผลการดำเนินงาน

เป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และรูปแบบไฟล์บรรจุใส่ External Drive ขนาดความจุ ๑ TB จำนวน ๓ ชุด ประกอบด้วย

๖.๑ รายงานสรุปผลดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการดำเนินการ พร้อมข้อเสนอแนะและคำแนะนำ

๖.๒ รูปภาพบรรยากาศ วิดีโอการจัดกิจกรรมระหว่างการจัดงานฯ และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๖.๓ หากมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า และต้องได้รับความเห็นชอบก่อน จึงจะดำเนินการได้

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

หมายเหตุ:

๑. ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการจัดเตรียมเนื้อหา ภาพถ่าย ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยลิขสิทธิ์ต่างๆ เป็นของกรม

๒. คุณภาพและขนาดของกระดาษในการจัดทำเอกสารเผยแพร่ สามารถนำเสนอกระดาษประเภทอื่นที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือดีกว่าได้ (ถ้ามี)

๓. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านภาษา ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ ตามที่กรมฯ เห็นสมควร เพื่อจัดทำเนื้อหาต่างๆ รวมทั้งการตรวจพิสูจน์อักษรให้ถูกต้อง โดยบริษัทเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญและมีความน่าเชื่อถือ

๔. จัดส่ง Digital Proof ให้กรมพิจารณาล่วงหน้า ๓ - ๗ วัน ก่อนการผลิตทุกสื่อประชาสัมพันธ์

๕. การดำเนินโครงการทั้งหมดสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดของโครงการ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรม

๖. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับปรุงเพิ่มเติมรายละเอียดบางประการในแต่ละกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี

๗. การเสนอรูปแบบ ช่องทาง สื่อออฟไลน์ สื่อออนไลน์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง และความเห็นชอบจากกรมฯ ก่อนที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชนทุกครั้ง

๘. ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๗

๙. งบประมาณ

วงเงินการจ้าง ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๑๐. ระยะเวลาการส่งมอบงานและการชำระเงิน

ส่งมอบงานภายในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยกรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงิน งวดเดียว ในอัตราร้อยละ ๑๐๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และกรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๑. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา มีสิทธิเสนอราคาจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑๑.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๑๑.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๑๑.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๑๑.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๑๑.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๑๑.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๑๑.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๑๑.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๖ ๐ dr

๑๑.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๑๑.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เชื่อถือ โดยมีหลักฐานการดำเนินงาน /เอกสารที่เกี่ยวข้องหรือหนังสือรับรองผลงาน หรือผลงานที่สามารถนำมาแสดงประกอบให้เห็นความสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ และทางกรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๑๒. แนวทางการเสนองาน

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

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

ผู้เสนอราคาจะต้องยื่นเอกสารตามส่วนที่ ๑ และส่วนที่ ๒ ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (e-GP) ตามวัน เวลาที่กำหนด

ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำเอกสารประกอบการเสนองานไม่เกิน ๓๐๐ หน้า จำนวน ๓ ชุด เรียงถึงประธานคณะกรรมการจัดจ้าง โดยนำเสนอแนวคิด แผนการดำเนินงาน รายละเอียดการดำเนินงาน รูปแบบการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการจ้างงาน (TOR) อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ พร้อมตารางเวลาทำงาน ประวัติของผู้เสนอราคา/เอกสารหนังสือจดทะเบียนบริษัทและผลงานที่ผ่านมา รายชื่อเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดในขอบเขตการ จ้างงาน (TOR) ในวันที่.....ตั้งแต่เวลา..... น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ชั้น ๘ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (อาคารริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองาน ตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมฯ เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๐

๑๓. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา โดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๓.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลาง เป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๓.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนน ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

๑. การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม (๓๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑ นำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งาน แสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 และ การนำเสนอการบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	๘	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสารสรุปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๑.๑ จะได้ ๘ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงแผนการจัดงาน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ในภาพรวม พร้อมรายละเอียดครอบคลุมทุกกิจกรรมตาม TOR ๒) แสดงการบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยแบ่งเป็นช่วงเวลาก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังการจัดงานโดยละเอียดชัดเจน ๓) แสดงจำนวนการรับรู้ของสื่อออนไลน์จะต้องไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน impressions ๔) แสดงจำนวนการรับรู้ของสื่อออนไลน์จะต้องไม่น้อยกว่า ๓๕ ล้าน impressions และจะต้องไม่น้อยกว่า ๑๕ reaches
๑.๑.๑ นำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งาน แสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ในภาพรวม พร้อมรายละเอียดครอบคลุมทุกกิจกรรมตาม TOR และนำเสนอการบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยแบ่งเป็นช่วงเวลาก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังการจัดงานโดยละเอียดชัดเจน เพื่อให้ เกิดการเข้าถึงจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๓๕ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน reaches พร้อมแสดงรายละเอียด และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนและที่มาของการเข้าถึงยอดติดตาม รวมถึงแสดงสัดส่วนการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (๗๐ : ๓๐) พร้อมเหตุผล และมีจำนวนหน้าเอกสารที่นำมาเสนองานไม่เกินหรือเท่ากับ ๓๐๐ หน้า โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ครอบคลุมขอบเขตของงานตามข้อ ๗	๘	ข้อ ๑.๑.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์	

๑๐ dh

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑.๒ การนำเสนอการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม และนำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ในภาพรวม พร้อมรายละเอียดครอบคลุมทุกกิจกรรมตาม TOR และนำเสนอการบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแบ่งเป็นช่วงเวลาก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังการจัดงานโดยละเอียดชัดเจน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๓ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๓๓ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๓ ล้าน reaches รวมถึงแสดงสัดส่วนการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (๗๐ : ๓๐) พร้อมเหตุผล และมีจำนวนหน้าเอกสารที่นำมาเสนองานมากกว่า ๓๐๐ หน้า โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงานตามข้อ ๗	๔		๕) แสดงรายละเอียด และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนและที่มาของการเข้าถึงยอดติดตาม ๖) แสดงสัดส่วนการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (๗๐ : ๓๐) พร้อมเหตุผล ๗) เอกสารนำเสนอานมีจำนวนหน้าไม่เกินหรือเท่ากับ ๓๐๐ หน้า รวมหน้าปกแล้ว โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงานตามข้อ ๗ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๑.๑.๓ การนำเสนอการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม และนำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 ในภาพรวม พร้อมรายละเอียดครอบคลุมทุกกิจกรรมตาม TOR และนำเสนอการบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยแบ่งเป็นช่วงเวลาก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังการจัดงานโดยละเอียดชัดเจน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๓๐ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน reaches รวมถึงแสดงสัดส่วนการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (๗๐ : ๓๐) พร้อมเหตุผล และมีจำนวนหน้าเอกสารที่นำมาเสนองานมากกว่า ๓๐๐ หน้า โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงานตามข้อ ๗	๑		
๑.๒ นำเสนอการจัดวางกราฟิก และอาร์ตเวิร์คในสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยใช้ Key	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณา

๗ ๑๐ ๑๕

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
Visual และ Coporate identity (CI) ของงาน STYLE Bangkok		และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณา	ที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๒.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๑.๒.๑ นำเสนอ Strategic Message ภาษาอังกฤษที่สอดคล้องกับแนวคิด CHICNATURE อย่างน้อย ๒ ประโยค และนำเสนอการจัดวางกราฟิก และอาร์ตเวิร์ค ในสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยใช้ Key Visual และ Coporate identity (CI) ของงาน STYLE Bangkok อย่างน้อย ๒ รูปแบบ ไปจัดทำตัวอย่างสื่อ ในทุก ๆ สื่อ ตาม TOR ข้อ ๗ ส่วนที่ ๑ - ๕ เพื่อให้กรมพิจารณาคัดเลือก	๕	ตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๒.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดง Strategic Message ภาษาอังกฤษ ที่สอดคล้องกับแนวคิด CHICNATURE อย่างน้อย ๒ ประโยค เพื่อให้กรมคัดเลือก ๑ ประโยค ๒) แสดงการจัดวางกราฟิก และอาร์ตเวิร์ค โดยใช้ Key Visual และ Coporate identity (CI) ของงาน STYLE Bangkok ในทุก ๆ สื่อ
๑.๒.๒ นำเสนอ Strategic Message ภาษาไทยที่สอดคล้องกับแนวคิด CHICNATURE ๑ ประโยค และนำเสนอการจัดวางกราฟิก และอาร์ตเวิร์ค ในสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยใช้ Key Visual และ Coporate identity (CI) ของงาน STYLE Bangkok จำนวน ๑ รูปแบบ ไปจัดทำตัวอย่างสื่อ ในทุก ๆ สื่อ ตาม TOR ข้อ ๗ ส่วนที่ ๑ - ๕ ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้กรมพิจารณาคัดเลือก	๑		ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ตาม TOR ข้อ ๗ ส่วนที่ ๑ - ๕ อย่างน้อย ๒ รูปแบบ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๑.๓ ธีม (Theme) การถ่ายภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว สำหรับ ๕ กลุ่มสินค้า	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณา
๑.๓.๑ นำเสนอธีม (Theme) และแนวคิดของการถ่ายภาพนิ่งอย่างน้อย ๒ ธีม และการถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๒ ธีม เพื่อให้กรมเลือกอย่างละ ๑ ธีมสำหรับ ๕ กลุ่มสินค้า พร้อมตัวอย่างแนวทางภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในแต่ละธีม โดยช่างภาพมืออาชีพที่มีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทั้งการถ่ายภาพสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น อย่างน้อย ๑ คน และภาพเคลื่อนไหว ๑ คน พร้อมประวัติผลงานอย่างน้อย ๑๐ ผลงาน และประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๑๐ ปี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และกลุ่มสินค้าเป้าหมาย	๕	และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๓.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	ที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๓.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงธีม (Theme) พร้อมอธิบายแนวคิดการถ่ายภาพนิ่ง อย่างน้อย ๒ ธีม เพื่อให้กรมเลือก ๑ ธีม พร้อมแสดงตัวอย่างภาพถ่ายในแต่ละธีม ๒) แสดงธีม (Theme) พร้อมอธิบายแนวคิดการถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๒ ธีม เพื่อให้กรมเลือก ๑ ธีม ๓) แสดงรายชื่อช่างภาพมืออาชีพที่มีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทั้งการถ่ายภาพสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น อย่างน้อย ๑ คน และภาพเคลื่อนไหว ๑ คน
๑.๓.๒ นำเสนอธีม (Theme) การถ่ายภาพนิ่ง อย่างน้อย ๑ ธีม และการถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๑ ธีม สำหรับ ๕ กลุ่มสินค้า โดยช่างภาพมืออาชีพที่มีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างภาพลักษณ์ที่ดี อย่างน้อย ๑ คน พร้อมประวัติผลงานอย่างน้อย ๕ ผลงาน และประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๕ ปี โดย	๑		

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และกลุ่ม สินค้าเป้าหมาย			๔) แสดงประวัติผลงานของ ช่างภาพอย่างน้อย ๑๐ ผลงาน ๕) แสดงประสบการณ์การทำงาน ช่างภาพของอย่างน้อย ๑๐ ปี ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่น จากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมา ตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๑.๔ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการ แปลภาษา	๗	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณา ตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๔.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัด จ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณาความ ครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณา ที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๔.๑ จะได้ ๗ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ด้านการแปลภาษาที่สามารถ ตรวจสอบเนื้อหาอย่าง เชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมี ความสามารถในการเขียน ข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับ เจ้าของภาษา โดยแปลจาก ภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษา รวมอย่างน้อย ๔ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน และ ภาษาต่างประเทศอื่นอีก ๑ ภาษา ๒) แสดงประวัติการศึกษาระดับ ปริญญาตรีด้านภาษา หรือ ใบประกาศนียบัตรด้านการแปล ๓) อย่างน้อย ๑ ใบ ๔) แสดงประสบการณ์การ ทำงานของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๗ ปี ๕) แสดงประสบการณ์ของ ผู้เชี่ยวชาญภาษาอังกฤษที่ ทำงานกับสื่อที่ใช้ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาหลัก ๖) แสดงตัวอย่างการเขียนข่าว หรือ Content ที่มีลักษณะ
๑.๔.๑ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการ แปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่าง เชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลัก ไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการ เขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของ ภาษา โดยแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่าง ประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษา รวมอย่าง น้อย ๓ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น และจีน พร้อมประวัติการศึกษาระดับปริญญาตรีด้าน ภาษา หรือใบประกาศนียบัตรด้านการแปล อย่างน้อย ๑ ใบ และประสบการณ์การทำงาน ของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๗ ปี โดยเฉพาะ ผู้เชี่ยวชาญภาษาอังกฤษจะต้องมีประสบการณ์ การทำงานกับสื่อที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษา หลักด้วย พร้อมแสดงตัวอย่างการเขียนข่าวหรือ Content ที่มีลักษณะเดียวกันกับงาน STYLE Bangkok อย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน ทั้งนี้ ต้อง สอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ	๗		
๑.๔.๒ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการ แปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่าง เชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลัก ไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการ เขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของ ภาษา โดยแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่าง ประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษา รวมอย่าง น้อย ๓ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน พร้อมประวัติการศึกษาระดับปริญญาตรีด้าน ภาษา หรือใบประกาศนียบัตรด้านการแปล อย่างน้อย ๑ ใบ และประสบการณ์การทำงาน ของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๕ ปี ทั้งนี้ ต้อง สอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ	๓		

๗ ๐ dr

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๔.๓ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่างเชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของภาษา โดยแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษา รวมอย่างน้อย ๓ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน พร้อมประวัติและประสบการณ์การทำงานของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๓ ปี ทั้งนี้ ต้องสอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ	๑		เดียวกันกับงาน กับงาน STYLE Bangkok อย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๑.๕ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน สำหรับการดำเนินโครงการ	๕	เอกสารที่ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๕.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๑.๕.๑ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้ - ผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี และเป็นผู้ไม่เคยมีประวัติที่ทำให้ภาครัฐเสื่อมเสียชื่อเสียง - Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี - นักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี - Editor ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๑๐ ปี และทีมนักเขียนอย่างน้อย ๒ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน และ อย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๑ คน - ทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๒ ปี และระบุหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ เพื่อที่จะทำให้คณะกรรมการเชื่อว่ามีความพร้อมในการดำเนินงาน	๕	Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๕.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดงรายชื่อผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี และเป็นผู้ไม่เคยมีประวัติที่ทำให้ภาครัฐเสื่อมเสียชื่อเสียง ๒) แสดงรายชื่อ Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี ๓) แสดงรายชื่อนักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี ๔) แสดงรายชื่อ Editor ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี และทีมนักเขียนอย่างน้อย ๒ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน และ อย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๑ คน ๕) แสดงรายชื่อทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมแสดงประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๒ ปี
๑.๕.๒ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้ - ผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๖ ปี - Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๖ ปี - นักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๔ ปี	๓		

๒ ๑ dr

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
- Editor ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปีและทีมนักเขียนอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๓ ปี - ทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๒ ปี และระบุหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ เพื่อที่จะทำให้คณะกรรมการ เชื่อว่ามีความพร้อมในการดำเนินงาน			และแสดงหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๑.๕.๓ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้ - ผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี - Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี - นักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๓ ปี - Editor ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปีและทีมนักเขียนอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๓ ปี - ทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๑ ปี และระบุหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ เพื่อที่จะทำให้คณะกรรมการ เชื่อว่ามีความพร้อมในการดำเนินงาน	๑		

๒. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ (๒๓ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	๘	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๑.๑ ครอบคลุม พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๒.๑.๑ จะได้ ๘ คะแนน ดังนี้
๒.๑.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับทั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ในประเภทต่าง ๆ พร้อมตัวอย่างรูปแบบภาพ และวิธีการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับประเภทของสื่อที่จัดหามาตาม TOR พร้อมระบุรายชื่อสื่อ รวมถึงการวิเคราะห์ Factsheet เพิ่มเติม เพื่อกำหนดแนวทางไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และนำเสนอชุดสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย พร้อมตัวอย่าง ได้แก่ EDM, E-Invitation และข้อมูลงาน สำหรับส่ง	๘		๑) แสดงแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับทั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ในประเภทต่าง ๆ ๒) แสดงรูปแบบภาพ และวิธีการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับ

๗ ๑ ๑๐

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
เชิญชวนผู้ซื้อต่างชาติเข้าร่วมงานทางอีเมล พร้อมระบุจำนวนการมองเห็นในภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศอย่างชัดเจน สอดคล้องกับสัดส่วนของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ			ประเภทของสื่อที่จัดทำตาม TOR พร้อมระบุรายชื่อสื่อ ๓) แสดงการวิเคราะห์ Factsheet เพิ่มเติม เพื่อกำหนดแนวทางไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น
๒.๑.๒ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับทั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ในประเภทต่าง ๆ พร้อมตัวอย่างรูปแบบภาพ และวิธีการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับประเภทของสื่อที่จัดทำตาม TOR พร้อมระบุรายชื่อสื่อ และนำเสนอชุดสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย อาทิ ได้แก่ E-Invitation และข้อมูลงาน สำหรับส่งเชิญชวนผู้ซื้อต่างชาติเข้าร่วมงานทางอีเมล พร้อมระบุจำนวนการมองเห็นในภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศโดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ	๔		๔) แสดงชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และ ภาษาจีน สำหรับส่งเชิญชวนผู้ซื้อต่างชาติเข้าร่วมงานทางอีเมล ๕) แสดงตัวอย่างสื่อที่ใช้ในชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับส่งเชิญชวนผู้ซื้อต่างชาติเข้าร่วมงานทางอีเมล ได้แก่ EDM, E-Invitation และข้อมูลงาน ๖) แสดงจำนวนการมองเห็นในภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ อย่างชัดเจน สอดคล้องกับสัดส่วนของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในภาพรวม
๒.๑.๓ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับทั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ในประเภทต่าง ๆ พร้อมตัวอย่างรูปแบบภาพ และวิธีการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับประเภทของสื่อที่จัดทำตาม TOR พร้อมระบุรายชื่อสื่อ และนำเสนอชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย อาทิ ได้แก่ E-Invitation และข้อมูลงาน สำหรับส่งเชิญชวนผู้ซื้อต่างชาติเข้าร่วมงานทางอีเมล โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ	๑		ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๒.๒ การจัดหาสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๒.๑	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๒.๒.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๒.๒.๑ นำเสนอการจัดหาสื่อออนไลน์สำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Youtube Trueview Ads, Google Display Network, Taboola และBaidu สื่อออนไลน์ของจีน เป็นต้น พร้อมแผนและรูปแบบของการลงสื่อตามสื่อที่จัดหาตามตัวอย่างสื่อข้างต้น และนำเสนอสื่อ Content อาทิ Designboom พร้อมหัวข้อ Content และกราฟิกและอาร์ตเวิร์ค และจัดหาปฏิทินงาน	๕	ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดงสื่อออนไลน์สำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Youtube Trueview Ads, Google Display Network, Taboola

๗ ๑๐ ๑๕

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
แสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2024 ลงในปฏิทิน ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง และจัดหา Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับตามกลุ่มประเทศเป้าหมาย ได้แก่ อาเซียน อาทิ Google , ญี่ปุ่น อาทิ Yahoo , เกาหลีใต้ อาทิ Naver , จีน อาทิ Baidu และนำเสนอ Search engine อื่น ๆ อีก ๑ Search Engine โดยเมื่อแสดงผลการค้นหาข้อมูลอยู่ตั้งแต่ลำดับที่ ๑ - ๘			และ Baidu สื่อออนไลน์ของจีน เป็นต้น ๒) แสดงแผนและรูปแบบของการลงสื่อตามสื่อที่จัดหาตามตัวอย่างสื่อข้างต้น ๓) แสดงสื่อ Content อาทิ Designboom พร้อมหัวข้อ Content และกราฟิกและอาร์ตเวิร์ค
๒.๒.๒ นำเสนอการจัดหาสื่อออนไลน์สำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Youtube Trueview Ads, Google Display Network, Taboola และสื่อออนไลน์ของจีน เป็นต้น และนำเสนอสื่อ Content อาทิ Designboom และจัดหาปฏิทินงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2024 ลงในปฏิทิน ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง และจัดหา Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับตามกลุ่มประเทศเป้าหมาย ได้แก่ อาเซียน อาทิ Google , ญี่ปุ่น อาทิ Yahoo , เกาหลีใต้ อาทิ Naver , จีน อาทิ Baidu โดยเมื่อแสดงผลการค้นหาข้อมูลจะอยู่ตั้งแต่ลำดับที่ ๘ - ๒๐	๒		๔) แสดงปฏิทินงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2024 ลงในปฏิทิน ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง ๕) แสดง Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับ ได้แก่ Google (อาเซียน) Yahoo (ญี่ปุ่น) Naver (เกาหลีใต้) จีน (Baidu) และอื่น ๆ อีก ๑ Search Engine ๖) แสดงผลลัพธ์ของการค้นหาอยู่ในลำดับที่ ๑ - ๘ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๒.๓ การจัดหาสื่อออฟไลน์ในต่างประเทศ	๕	เอกสารที่ยื่นข้อเสนอขึ้นมาโดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๒.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๒.๒.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เมืองคูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อาทิ In-flight Magazine ของสายการบิน โดยมียอดการอ่านสูงที่สุด พร้อมยอดดังกล่าว ๒) แสดงภาพกราฟิกและอาร์ตเวิร์คอย่างน้อย ๒ รูปแบบตามแนวคิด ๓) แสดงจำนวนการมองเห็นเมื่อสื่อที่สร้างขึ้นได้เผยแพร่แล้ว ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๒.๓.๑ นำเสนอการจัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เมืองคูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อาทิ In-flight Magazine พร้อมออกแบบกราฟิกและอาร์ตเวิร์คอย่างน้อย ๒ รูปแบบ สอดคล้องกับสิ่งที่นำเสนอ โดยแสดงให้เห็นถึงงาน STYLE Bangkok 2024 เป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และงานคราฟต์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย พร้อมจำนวนการมองเห็นเมื่อสื่อที่สร้างขึ้นได้เผยแพร่แล้ว	๕		
๒.๓.๒ นำเสนอการจัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เมืองคูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อาทิ In-flight Magazine พร้อมออกแบบกราฟิกและอาร์ตเวิร์คอย่างน้อย ๑ รูปแบบ สอดคล้องกับสิ่งที่นำเสนอ โดยแสดงให้เห็นถึงงาน STYLE Bangkok 2024 เป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และงานคราฟต์	๒		

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย พร้อมแสดงจำนวนการมองเห็นเมื่อสื่อที่สร้างขึ้นได้เผยแพร่แล้ว			
๒.๔ จัดทำคลิปวิดีโอ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและตลาดในต่างประเทศ	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๒.๔.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๒.๔.๑ นำเสนอแนวคิด พร้อม Mood & Tone สำหรับจัดทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยจัดทำร่าง Storyboard ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน พร้อมจัดทำเนื้อหาบทบรรยายภาษาไทย และบทพากษ์ภาษาอังกฤษ และแสดงคลิปวิดีโอตัวอย่าง ๑ คลิป เพื่อให้เข้าใจถึงแนวทางการจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ และนำเสนอผู้พากษ์เสียงอย่างน้อย ๑ คน โดยสอดคล้องวัตถุประสงค์ของงาน	๕	Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๔.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดงแนวคิดสำหรับจัดทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ๒) แสดง Mood & Tone ของคลิปวิดีโอ ๓) แสดงร่าง Storyboard ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน ๔) แสดงเนื้อหาบทบรรยายภาษาไทย ๕) แสดงเนื้อหาบทพากษ์ภาษาอังกฤษ ๖) คลิปวิดีโอตัวอย่าง ๑ คลิป เพื่อให้เข้าใจถึงแนวทางการจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ กรมขอสงวนสิทธิ์การใช้คลิปเดิมของงาน STYLE Bangkok 2023 เป็นคลิปวิดีโอตัวอย่าง
๒.๔.๒ นำเสนอแนวคิด สำหรับจัดทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยจัดทำร่าง Storyboard ความยาวเท่ากับ ๑ นาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน พร้อมจัดทำเนื้อหาบทบรรยายภาษาไทย และบทพากษ์ภาษาอังกฤษ และแสดงคลิปวิดีโอตัวอย่าง ๑ คลิป เพื่อให้เข้าใจถึงแนวทางการจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ โดยสอดคล้องวัตถุประสงค์ของงาน	๓		๗) นำเสนอผู้พากษ์เสียงอย่างน้อย ๑ คน โดยสอดคล้องวัตถุประสงค์ของงาน
๒.๔.๓ นำเสนอแนวคิดสำหรับจัดทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และร่าง Storyboard จำนวน ๑ ชิ้นงาน พร้อมจัดทำเนื้อหาบทบรรยายภาษาไทย และบทพากษ์ภาษาอังกฤษ โดยสอดคล้องวัตถุประสงค์ของงาน	๑		ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป

๓. การประชาสัมพันธ์ในประเทศ (๓๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑ แผน กลยุทธ์ รูปแบบและกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ พร้อมการบริหารจัดการในภาพรวม	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๑.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๓.๑.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อ	๕	Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๑.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อ	๑) แสดงแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ

๗ ๐ ๘

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและกลุ่มสินค้าและการบริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศ การจัดงานแถลงข่าว การดำเนินกิจกรรมในระหว่างการจัดงานและหลังจัดงาน และนำเสนอรูปแบบและวิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างจากสื่อและวิธีการข้างต้นตามขอบเขตการดำเนินงาน อย่างน้อย ๒ วิธี เพื่อให้กรมพิจารณาคัดเลือก ๑ วิธี พร้อมรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของโครงการได้อย่างชัดเจน		จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	ภาพรวม โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจัดงาน ๒) แสดงรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและกลุ่มสินค้า และการบริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ ให้ถึงกลุ่มธุรกิจเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่อยู่ในไทย รวมถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติ การจัดงานแถลงข่าว และการดำเนินกิจกรรมในระหว่างการจัดงานและหลังจัดงาน
๓.๑.๒ นำเสนอแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและกลุ่มสินค้าและการบริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ การจัดงานแถลงข่าว การดำเนินกิจกรรมในระหว่างการจัดงานและหลังจัดงาน และวิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างจากสื่อและวิธีการข้างต้นตามขอบเขตการดำเนินงาน อย่างน้อย ๑ วิธี พร้อมรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของโครงการได้อย่างชัดเจน	๒		๓) แสดงรูปแบบและวิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างจากสื่อและวิธีการข้างต้นตามขอบเขตการดำเนินงาน อย่างน้อย ๒ วิธี เพื่อให้กรมพิจารณาคัดเลือก ๑ วิธี ๔) แสดงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าวตามข้อ ๑ - ๓ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป

๐ d

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑.๓ นำเสนอแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายและกลุ่มสินค้า และการบริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ การจัดงานแถลงข่าว การดำเนินกิจกรรมในระหว่างการจัดงานและหลังจัดงาน พร้อมรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของโครงการได้อย่างชัดเจน			
๓.๒ การจัดงานแถลงข่าว Press Conference ก่อนการจัดงาน STYLE Bangkok 2024	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๒.๑ จะได้
๓.๒.๑ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบการจัดงานแถลงข่าวที่มีความคิดสร้างสรรค์ อย่างน้อย ๒ แนวคิด ที่น่าสนใจและสร้างสรรค์ พร้อมอธิบายรายละเอียด และนำเสนอสถานที่จัดงาน อย่างน้อย ๓ แห่ง ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงาน เพื่อให้กรมพิจารณา โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของงาน พร้อมนำเสนอรายชื่อผู้ทรงอิทธิพลอย่างน้อย ๔ คน ที่มียอดการติดตามมากกว่า ๒๕๐,๐๐๐ ราย จำนวน ๒ คน และยอดติดตาม ๕๐,๐๐๐ ราย ๒ คน เพื่อให้กรมคัดเลือก ๒ ราย	๕	Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๒.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๕ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงแนวคิดและรูปแบบการจัดงานแถลงข่าว Press Conference ที่มีความคิดสร้างสรรค์ อย่างน้อย ๒ แนวคิด ที่น่าสนใจและสร้างสรรค์ ๒) แสดงสถานที่การจัดงานแถลงข่าว อย่างน้อย ๓ แห่ง ๓) ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงาน เพื่อให้กรมคัดเลือก ๑ แห่ง สอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของงาน ๔) แสดงรายชื่อผู้ทรงอิทธิพล อย่างน้อย ๔ คน ที่มียอดการติดตามมากกว่า ๒๕๐,๐๐๐ ราย จำนวน ๒ คน และยอดการติดตาม ๕๐,๐๐๐ ราย ๒ คน เพื่อให้กรมคัดเลือก ๒ ราย
๓.๒.๒ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบการจัดงานแถลงข่าว อย่างน้อย ๑ แนวคิด ที่น่าสนใจและสร้างสรรค์ พร้อมรายละเอียด และนำเสนอสถานที่จัดงาน อย่างน้อย ๑ แห่ง โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของงาน พร้อมนำเสนอรายชื่อผู้ทรงอิทธิพลอย่างน้อย ๒ คน ที่มียอดการติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ราย	๒		

๑ ๑๗

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
			ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๓.๓ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศ เพื่อเชิญชวนเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณา	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๓.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๓.๓.๑ นำเสนอรูปแบบและวิธีการเชิงรุก ๒ วิธี เพื่อให้กรมเลือก ๑ วิธี เพื่อเข้าถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติในประเทศโดยตรง ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี และชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต พร้อมบริหารจัดการ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ สำหรับเชิญชวนกลุ่มชุมชนดังกล่าวเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024 และนำเสนอตัวอย่างสื่อที่จะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร่วมกับรูปแบบ และวิธีการที่นำเสนอ โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานในภาพรวม	๕	ตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๓.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดงรูปแบบและวิธีการเชิงรุก ๒ วิธี เพื่อให้กรมเลือก ๑ วิธี เพื่อประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติในประเทศโดยตรง ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี และชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ๒) แสดงการบริหารจัดการ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์สำหรับเชิญชวนกลุ่มชุมชนดังกล่าวเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024
๓.๓.๒ นำเสนอรูปแบบและวิธีการ ๑ วิธี เพื่อเข้าถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติในประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี พร้อมบริหารจัดการ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์สำหรับเชิญชวนกลุ่มชุมชนดังกล่าวเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024 พร้อมเสนอตัวอย่างสื่อที่จะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร่วมกับรูปแบบและวิธีการที่นำเสนอ โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานในภาพรวม	๒		๓) แสดงตัวอย่างสื่อที่จะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร่วมกับรูปแบบและวิธีการที่นำเสนอ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๓.๓.๓ นำเสนอรูปแบบและวิธีการ ๑ วิธี เพื่อเข้าถึงกลุ่มชุมชนชาวต่างชาติในประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี พร้อมบริหารจัดการ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์สำหรับเชิญชวนกลุ่มชุมชนดังกล่าวเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2024	๑		
๓.๔ นำเสนอสื่อสำหรับเว็บไซต์ข่าว เว็บไซต์บทความ Music streaming แอปพลิเคชันออนไลน์ด้านความบันเทิง	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา และหลักฐานยอดการเข้าชมย้อนหลัง ๒ ปี โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๔.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๓.๔.๑ นำเสนอสื่อ ดังนี้ - เว็บไซต์ข่าว อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์ข่าวหลักที่มียอดการเข้าชมข่าวสูงสุด พร้อมแสดงสถิติในการเผยแพร่ข่าวงาน STYLE Bangkok 2024	๕	ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๔.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ใน	๑) แสดงชื่อเว็บไซต์ข่าวหลัก ที่มียอดการเข้าชมสูงสุด โดยวัดจาก truehits.net หมวดข่าว-สื่อ โดยวัดจาก UIP

๑ dr

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ในเว็บไซต์ข่าวหลัก ตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังงาน - เว็บไซต์บทความ อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์ บทความหลัก ที่มีความเป็น Creative news ด้านไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และศิลปะ เพื่อเจาะกลุ่มใหม่ๆ เช่น Urban young adult เป็นต้น โดยแสดง UIP ตั้งแต่ ๖๕,๐๐๐ ขึ้นไป - แอปพลิเคชัน Music streaming ยอดนิยม สำหรับการจัดทำสปอต อย่างน้อย ๒ แอปพลิเคชัน โดยมีอุปกรณ์รองรับการเข้าถึง สูงสุดอย่างน้อย ๑ แอปพลิเคชันจากที่นำเสนอ - นำเสนอแอปพลิเคชันออนไลน์ด้านความบันเทิง ซีรีส์ไทยและต่างประเทศ สำหรับสปอต อย่างน้อย ๒ ช่องทาง อาทิ VIU		ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๒) แสดงความถี่ในการเผยแพร่ ข่าวงาน STYLE Bangkok 2024 ในเว็บไซต์ข่าวหลัก ตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังงาน ๓) แสดงชื่อเว็บไซต์บทความหลักที่มีความเป็น Creative news ด้านไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และศิลปะ เพื่อเจาะกลุ่มใหม่ๆ เช่น Urban young adult เป็นต้น และแสดง UIP ตั้งแต่ ๖๕,๐๐๐ ขึ้นไป โดยวัดจาก truehits.net ๔) แสดงรายชื่อแอปพลิเคชัน ของ Music streaming อย่างน้อย ๒ แอปพลิเคชัน ที่เป็น ยอดนิยม โดยวัดจากอุปกรณ์รองรับการเข้าถึงสูงสุดอย่างน้อย ๑ แอปพลิเคชันหลัก ๕) แสดงชื่อแอปพลิเคชันออนไลน์ด้านความบันเทิง ซีรีส์ไทยและต่างประเทศ สำหรับสปอต อย่างน้อย ๒ ช่องทาง อาทิ VIU
๓.๔.๒ นำเสนอสื่อ ดังนี้ - เว็บไซต์ข่าว อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์ข่าวหลักที่มี ยอดการเข้าชมข่าวรองลงมา พร้อมแสดงความถี่ ในการเผยแพร่ข่าวงาน STYLE Bangkok 2024 ในเว็บไซต์ข่าวหลัก ตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังงาน - เว็บไซต์บทความ อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์ บทความหลัก โดยแสดง UIP น้อยกว่า ๖๕,๐๐๐ - แอปพลิเคชัน Music streaming ยอดนิยม สำหรับการจัดทำสปอต อย่างน้อย ๒ แอปพลิเคชัน โดยมีอุปกรณ์รองรับการเข้าถึง น้อยกว่า - นำเสนอแอปพลิเคชันออนไลน์ด้านความบันเทิง ของไทย สำหรับสปอต อย่างน้อย ๑ ช่องทาง อาทิ VIU	๒		๕) แสดงชื่อแอปพลิเคชัน ออนไลน์ด้านความบันเทิง ซีรีส์ไทยและต่างประเทศ สำหรับสปอต อย่างน้อย ๒ ช่องทาง อาทิ VIU ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่น จากผู้ที่เสนอเว็บไซต์หลักที่จะได้ คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์ คะแนนในข้อถัดไป
๓.๕ นำเสนอสื่อป้ายโฆษณา คลื่นวิทยุ และ โทรทัศน์	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และหลักฐานยอดการเข้าชม ย้อนหลัง ๒ ปี โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ	คณะกรรมการจะพิจารณาความ ครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณา ที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๕.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๓.๕.๑ นำเสนอสื่อ ดังนี้ - ป้ายโฆษณา Billboard ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ตร.ม. อย่างน้อย ๑ ป้าย พร้อมแสดงบริเวณ ติดตั้ง อาทิ บริเวณทางด่วนพิเศษศรีรัชระหว่าง ด้านพหลโยธิน ๑ จนถึงช่วงก่อนทางแยกไป ดินแดง-บางนา พร้อมแสดงตัวอย่างป้ายเชิญชวน ผู้ซื้อและผู้สนใจเข้าร่วมงานอย่างน้อย ๒ รูปแบบ - นำเสนอคลื่นวิทยุในกรุงเทพมหานคร เพลง ภาษาไทย ๑ คลื่น อาทิ Greenwave ๑๐๖.๕	๕	ขอ ๓.๕.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ใน ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดงป้าย Billboard ดังนี้ - แสดงบริเวณติดตั้งป้าย อาทิ บริเวณทางด่วนพิเศษศรีรัช ระหว่างด้านพหลโยธิน ๑ จนถึง ช่วงก่อนทางแยกไปดินแดง-บางนา

๗ ๑ dr

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
FM และเพลงภาษาอังกฤษ ๑ คลื่น อาทิ MET ๑๐๗.๐ FM สำหรับการพูดประชาสัมพันธ์งาน โดยเป็นคลื่นวิทยุที่มีภาพลักษณ์สอดคล้องกับงาน แสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 และพูดประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลา Prime time และช่วงเวลาอื่น ๆ ตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน - นำเสนอรายการโทรทัศน์ยอดนิยม อาทิ เรื่องเล่าเช้านี้ สำหรับพูดประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 อย่างน้อย ๑ ครั้ง และแสดงช่วงเวลาการเผยแพร่และรูปแบบการเผยแพร่			- พร้อมแสดงตัวอย่างป้ายเชิญชวนผู้ซื้อและผู้สนใจเข้าร่วมงานอย่างน้อย ๒ รูปแบบ ๒) แสดงรายชื่อคลื่นวิทยุในกรุงเทพมหานคร โดยมีภาพลักษณ์สอดคล้องกับงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 - เพลงภาษาไทย ๑ คลื่น อาทิ Greenwave ๑๐๖.๕ FM - เพลงภาษาอังกฤษ ๑ คลื่น อาทิ MET ๑๐๗.๐ FM - แสดงจำนวนความถี่ในการพูดประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลา Prime time ตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และจะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบความถี่การพูดออกอากาศในช่วง Prime time มากที่สุด - แสดงจำนวนความถี่ในการพูดประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบความถี่ในการพูดมากที่สุด ๔) แสดงรายชื่อรายการโทรทัศน์ อาทิ เรื่องเล่าเช้านี้ พร้อมแสดงช่วงเวลาการเผยแพร่และรูปแบบการเผยแพร่ ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ไม่เสนอเว็บไซต์หลักที่จะได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๓.๕.๒ นำเสนอสื่อ ดังนี้ - ป้ายโฆษณา Billboard ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ตร.ม. อย่างน้อย ๑ ป้าย อาทิ บริเวณทางด่วนพิเศษศรีรัชระหว่างด่านพหลโยธิน ๑ จนถึงช่วงก่อนทางแยกไปดินแดง-บางนา พร้อมแสดงตัวอย่างป้าย อย่างน้อย ๑ รูปแบบ - นำเสนอคลื่นวิทยุในกรุงเทพมหานคร อาทิ Greenwave ๑๐๖.๕ FM, MET ๑๐๗.๐ FM, หรือคลื่นอื่น ๆ สำหรับการพูดประชาสัมพันธ์งาน โดยเป็นคลื่นวิทยุที่มีภาพลักษณ์สอดคล้องกับงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 และพูดประชาสัมพันธ์ในเวลาใดก็ได้ตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน - นำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับพูดประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024 อาทิ เรื่องเล่าเช้านี้ พร้อมแสดงรูปแบบการเผยแพร่	๒		
๓.๖ นำเสนอรายชื่อปฏิทินงานแสดงสินค้าในประเทศที่มีชื่อเสียง และการออกแบบผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) เพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อโซเชียลของ บริษัท	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา และหลักฐานยอดการเข้าชมย้อนหลัง ๒ ปี โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๖.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑) รายชื่อปฏิทินงานแสดงสินค้าในประเทศที่มีชื่อเสียงตามขอบเขตของงาน มากกว่า ๑๒ แห่ง
๓.๖.๑ นำเสนอรายชื่อปฏิทินงานแสดงสินค้าในประเทศที่มีชื่อเสียงตามขอบเขตของงาน มากกว่า ๑๒ แห่ง และนำเสนอการออกแบบผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับผู้จัดแสดง	๕	ข้อ ๓.๖.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ใน	

๗ ๐ ๘

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
สินค้า (Exhibitor) อย่างน้อย ๒ รูปแบบ เพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อโซเชียลของบริษัท โดยให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ Key visual และ CI ของงานแสดงสินค้า		ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๒) แสดงรูปแบบสื่อที่ออกแบบสำหรับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) อย่างน้อย ๒ รูปแบบ เพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อโซเชียลของบริษัท โดยให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ Key visual และ CI ของงานแสดงสินค้า ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๓.๖.๒ นำเสนอรายชื่อปฏิทินงานแสดงสินค้าในประเทศที่มีชื่อเสียงตามขอบเขตของงาน ไม่ต่ำกว่า ๑๐ แห่ง และนำเสนอการออกแบบผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) อย่างน้อย ๒ รูปแบบ เพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อโซเชียลของบริษัท โดยให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ Key visual และ CI ของงานแสดงสินค้า	๒		
๓.๗ การบริหารจัดการสื่อโซเชียลหลักของงาน STYLE Bangkok ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๗.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๗.๑ จะได้ ๑๐ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงรูปแบบการโพสต์และแนวคิดการบริหารจัดการสื่อโซเชียลของงานแสดงสินค้าให้มีความน่าสนใจ โดยมีรูปแบบที่สร้างสรรค์และวิธีการประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังจัดงาน ๑.๑) Facebook เป็นการเล่าเรื่องโดยเน้น Content พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบบนสื่อและวิธีการใช้งาน ๑.๒) Instagram เน้นภาพถ่ายสวยงาม พร้อมแสดงภาพถ่ายบนสื่อ และวิธีการใช้งาน ๑.๓) Tiktok เน้นคลิปสั้น พร้อมแสดงตัวอย่าง และวิธีการใช้งาน ๑.๔) Youtube เน้นคลิปยาว พร้อมแสดงตัวอย่างและวิธีการใช้งาน
๓.๗.๑ นำเสนอรูปแบบการโพสต์ และแนวคิดการบริหารจัดการสื่อโซเชียลของงานแสดงสินค้าให้มีความน่าสนใจ ได้แก่ Facebook, Instagram, Tiktok และ Youtube มีรูปแบบที่สร้างสรรค์และวิธีการประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังจัดงาน พร้อมนำเสนอสื่อโซเชียลของงานเพิ่มเติมอย่างน้อย ๑ สื่อ และนำเสนอแนวทางการยิงแอดผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลักของงาน พร้อมกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการยิงแอดอย่างชัดเจน เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายและเข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากขึ้น พร้อมคำอธิบายและแสดงจำนวนการเข้าถึงสื่อ	๕		
๓.๗.๒ นำเสนอรูปแบบการโพสต์ และแนวคิดการบริหารจัดการสื่อโซเชียลของงานแสดงสินค้าให้มีความน่าสนใจ ได้แก่ Facebook, Instagram, Tiktok และ Youtube มีรูปแบบที่สร้างสรรค์และวิธีการประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังจัดงาน และนำเสนอแนวทางการยิงแอดผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลักของงาน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๒		

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๗.๓ นำเสนอรูปแบบการโพสต์ และแนวคิดการบริหารจัดการสื่อโซเชียลของงานแสดงสินค้าให้มีความน่าสนใจ ได้แก่ Facebook, Instagram, Tiktok และ Youtube มีรูปแบบที่สร้างสรรค์และวิธีการประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงาน ระหว่างจัดงาน และหลังจัดงาน	๑		๒) นำเสนอสื่อโซเชียลอื่น ๆ เพิ่มเติมอย่างน้อย ๑ สื่อ ๓) แสดงแนวทางการยิงแอดผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลักของงาน ๔) แสดงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการยิงแอดอย่างชัดเจน เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายและเข้าร่วมงานแสดงสินค้ามากขึ้น และแสดงจำนวนการเข้าถึงสื่อทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป

๔. การบริหารจัดการและปรับปรุงข้อมูลภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com

(๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๔.๑ แนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินงานบริหารจัดการและปรับปรุงข้อมูลภายในเว็บไซต์	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๔.๑.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๔.๑.๑ นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการและปรับปรุงข้อมูลใน เว็บไซต์ และตัวอย่างการออกแบบกราฟฟิคภายในเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับกราฟฟิคหลักงานของงาน และเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างน้อย ๒ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๗ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน	๕	Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๔.๑.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑) แสดงแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการและปรับปรุงข้อมูลใน เว็บไซต์ และตัวอย่างการออกแบบกราฟฟิคภายในเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับกราฟฟิคหลักงานของงาน ๒) แสดงรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างน้อย ๒ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๗ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป
๔.๑.๒ นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการและปรับปรุงข้อมูลใน เว็บไซต์ และตัวอย่างการออกแบบกราฟฟิคภายในเว็บไซต์ และเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างน้อย ๒ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๑ คน	๒		
๔.๑.๓ นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการและปรับปรุงข้อมูลใน เว็บไซต์ และตัวอย่างการออกแบบกราฟฟิค	๑		

๗ ๐ ๐

ภายในเว็บไซต์ ๑ รูปแบบ และเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างน้อย ๒ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อยคนละ ๓ ปี			
---	--	--	--

๕. ประสบการณ์ทำงานของผู้เสนองาน (๗ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑ มีผลงานประเภทการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok ที่ประกวดราคาจ้างที่มีวงเงิน ดังนี้ (๑) ตั้งแต่ ๑๔,๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) จำนวน ๑ สัญญา (๒) วงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) จำนวน ๒ สัญญา	๗	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา ซึ่งจะต้องมีหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาครบถ้วน แสดงสัญญาประเภทการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๕.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๕.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑) แสดงสัญญาที่มีวงเงินตั้งแต่ ๑๔,๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) จำนวน ๑ สัญญา ๒) แสดงสัญญา ที่มีวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) จำนวน ๒ สัญญา ทั้งนี้ จะต้องเป็นงานรับจ้างที่เป็นงานประชาสัมพันธ์ลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะพิจารณาเฉพาะคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือกำหนด ซึ่งจะพิจารณาตามข้อ ๑ - ๒ ข้างต้น จะได้คะแนนมากที่สุด และลำดับรองลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามลำดับเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน และหากผลงานที่ยื่นเสนอมาเป็นผลงานประเภทการประชาสัมพันธ์ร่วมกับการจัดงานประเภทอื่นในสัญญาเดียวกัน จะพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนนในลำดับสุดท้าย
๕.๒ มีผลงานประเภทการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันกับการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok ที่ประกวดราคาจ้างที่มีวงเงิน ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) จำนวน ๑ สัญญา	๑		

๑๓.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามหลักฐานการเสนอราคา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของ

พัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินใจผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๑๓.๔ กรมฯ สงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของกรม

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๑๓.๕ ในการตัดสินใจการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรมฯ มีสิทธิ์ให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมฯ มีสิทธิ์ที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๑๓.๖ กรมฯ ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมฯ เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมฯ จะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรมฯ จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่ยอมรับได้ กรมฯ มีสิทธิ์ที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใด ๆ จากกรมฯ

๑๓.๗ ก่อนลงนามในสัญญา กรมฯ อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๑๔. ข้อตกลงหลังการคัดเลือก/ว่าจ้าง

๑๔.๑ ตลอดระยะเวลาในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด โดยอนุญาตให้คณะกรรมการตรวจรับ หรือผู้แทนกรมฯ ที่เกี่ยวข้องร่วมพิจารณาเสนอความคิดเห็นตลอดการทำงาน และต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายทุกๆ ๑ เดือน หรือตามที่กรมฯ กำหนด

๑๔.๒ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนองานให้คณะกรรมการฯ ตรวจพิจารณารูปแบบการนำเสนอ อักษร ภาพ เสียง รูปแบบกิจกรรม รวมถึงสิ่งของ บริการ หรือการนำเสนอในรูปแบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งงานฯ และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อนจึงจะสามารถดำเนินการผลิต เผยแพร่ และตกแต่งงานฯ ได้

๑๔.๓ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในการปรับปรุงแก้ไขงานตามที่คณะกรรมการฯ ให้ข้อคิดเห็น

๑๐

๑๕.๔ หากมีการเปลี่ยนแปลงขนาดพื้นที่การจัดงาน และ/หรือปรับลดงบประมาณในการตกแต่งงาน ขึ้นมาภายหลัง ผู้ที่ได้รับคัดเลือกยินยอมที่จะปรับลดราคาค่าจัดทำ ติดตั้ง และตกแต่งงาน ให้เหมาะสมสอดคล้อง กับพื้นที่ และ/หรืองบประมาณใหม่ที่จัดสรรไว้สำหรับงานนั้นๆ

๑๕.๕ หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๙ ทาง กรมฯ จะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้างเหมาบริการฯ ตามเงื่อนไขที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

๑๕.๖ ผู้ที่ได้รับคัดเลือกจะต้องไม่มอบเอกสารและข้อมูลที่ได้จัดเตรียมให้แก่ผู้ใด หรือนำข้อมูลจาก การดำเนินการครั้งนี้ไปใช้ โดยไม่ได้รับอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากกรมฯ และถือว่าข้อมูลดังกล่าวฯ เป็น ทรัพย์สินของกรมฯ

๑๕.๗ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องไม่ประชาสัมพันธ์บริษัทของตนลงบนผลงานหรือสื่อต่าง ๆ ที่ผลิต ขึ้นจากงบประมาณของทางราชการ รวมถึงห้ามติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ใด ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานของทาง ราชการ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางราชการก่อน

๑๕. อัตราค่าปรับ

๑๕.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมฯ จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๕.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๕.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันใน อัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๖. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้อง รับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมฯ ได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับ แจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตาม หลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่ เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากกรมฯ ทั้งสิ้น

๑๘. เจ้าหน้าที่โครงการ

๑๘.๑ นางนิศาบุษย์ วีรบุตร หัวหน้าโครงการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๗๒

๑๘.๒ นายอรรถพล สุจริตญกุล เจ้าหน้าที่โครงการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๘๗

๑๙. สถานที่ติดต่อ

กลุ่มงานสินค้าไลฟ์สไตล์ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ชั้น ๘ อาคาร ๒ (ฝั่งริมถนน) กรมส่งเสริม การค้าระหว่างประเทศ (บางกระสอ) หมายเลขโทรสาร ๐ ๒๕๔๗ ๔๒๘๑ E-mail: lifestyleunit.ditp@gmail.com

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

พฤศจิกายน ๒๕๖๖

๐ ๕

เอกสารแนบ

ลิงก์ Corporate Identity ของงาน STYLE Bangkok

<https://drive.google.com/file/d/1oFOMUSCMOeIEZ3G4Nb4ftMZa4XnCbxzK/view?usp=sharing>



ลิงก์ Key Visual ของงาน STYLE Bangkok

<https://drive.google.com/drive/folders/1R1P7uUtreezoGW6kVUbTTp0FGk0MiCXs?usp=sharing>



ลิงก์โลโก้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

<https://drive.google.com/drive/folders/12qR-pSHLLmMy58q1VrW-L534pqmoQis?usp=sharing>



ลิงก์โลโก้สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

https://drive.google.com/file/d/1ZB3DRE9zls9SJBV0sz_yAnWgxT1Z2ZSd/view?usp=sharing



ลิงก์ Factsheet ข้อมูลการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น

https://drive.google.com/drive/folders/1k-t8rhdore-H7GJjQ9_egV-yfhU2oBt?usp=sharing



ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียด
ค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ การจ้างดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท

๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เป็นเงิน ๑๖,๑๒๐,๐๐๐ บาท (สิบหกล้านหนึ่งแสนสองหมื่นบาทถ้วน)

๔.๑ ค่าออกแบบจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ Key Visual เนื้อหา และ Artwork	๓,๗๕๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๔.๒ ค่าสื่อโทรทัศน์	๑,๒๔๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๔.๓ ค่าสื่อสิ่งพิมพ์	๒,๒๕๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๔.๔ ค่าสื่อป้ายโฆษณา	๓,๐๖๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๔.๕ ค่าสื่อออนไลน์	๔,๖๖๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๔.๖ ค่าจัดกิจกรรมแถลงข่าว	๑,๑๖๐,๐๐๐.๐๐	บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- ๕.๑ บริษัท ดีวีเอ็ม จำกัด
- ๕.๒ บริษัท ซิลเลเบล จำกัด
- ๕.๓ บริษัท หูคอมมู จำกัด
- ๕.๔ บริษัท เวอร์ค อิท จำกัด
- ๕.๕ บริษัท โพสต์ อินเตอร์เนชั่นแนล มีเดีย จำกัด

๖. รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๖.๑ ลงนาม.....ประธานกรรมการ
(นายอรรถพล สุจิรปัญญากุล)

นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการ

๖.๒ ลงนาม.....กรรมการ
(นางอุไรพร ตันตินันท์)

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

๖.๓ ลงนาม.....กรรมการ
(นางสาวพิมพ์สุธัญ ธารสารสมบัติ)

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()