



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างการจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX - HOREC ASIA 2025)
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างการจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX - HOREC ASIA 2025) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๕,๖๕๑,๔๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านหกแสนห้าหมื่นหนึ่งพันสี่ร้อยบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

จ้างการจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX - HOREC ASIA 2025) 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. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑๒..๑ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิตที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ของ ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียนโดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

๑๒..๒ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา

ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา ทั้งนี้ หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากซึ่งธนาคารออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอหรือวันลงนามในสัญญา ไม่เกิน ๙๐ วัน

๑๒..๓ กรณีที่ผู้ยื่นเสนอมีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามข้อ ๑๒..๑ (๑) ข้อ ๑๒..๑ (๒) และข้อ ๑๒..๒ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้

ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อจากธนาคารไม่น้อยกว่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง

๑๒..๔ กรณีตามข้อ ๑๒..๑ - ๑๒..๓ ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(๑) การจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท

(๒) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

(๔) การซื้อและการเช่าอสังหาริมทรัพย์

๑๓. ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ **๔** ธันวาคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา **๐๙.๐๐** น. ถึง **๑๒.๐๐** น.

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ **๖** ธันวาคม ๒๕๖๗ เวลา **๑๓.๓๐** น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม ๗๐๑ ชั้น ๗ (ตึกริมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A๔ ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม และภาพขาวดำ จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

ผู้สนใจสามารถรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๕๐๗๗๕๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ **๒๖** พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นางสาวณัฐยา สัจจินดา)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๒๕ /๒๕๖๘

ประกวดราคาจ้างการจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX - HOREC ASIA 2025)

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๗

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างการจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX - HOREC ASIA 2025) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference : TOR)
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ แบบสัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ 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 วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกิจการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่น

ข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

๒.๑๓ ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๔.๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นงบแสดงฐานะการเงินที่มีการรับรองแล้วของ ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา

(๔.๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้ยื่นหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก ไม่เกิน ๙๐ วัน นับถึงวันยื่นข้อเสนอหรือวันลงนามในสัญญา โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา และจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔.๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการและทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ (สินเชื่อที่ธนาคาร ภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการ พาณิชยและประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่ รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)

(๖) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

(๗) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ตามแบบ ในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบ หนังสือ มอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบ อำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๓) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

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

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วย อิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้อง กรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของ ผู้ยื่นข้อเสนอโดย ไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและ ราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอ ราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน ๒๕๖๘

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

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

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

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่งาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำความผิดและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่พึงปวงไว้ด้วยแล้ว
- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่กำหนด
- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้
- (๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคาด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๙ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาททั้งนี้ แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ และแผนการใช้เหล็กที่ผลิตในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ จ้างการจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX - HOREC ASIA 2025)

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณา ผล การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะ

ยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้อยค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคุณธรรมตา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอนั้นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่ยอมรับได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้อยค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๖. การทำสัญญาจ้าง

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

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พันจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายที่
ปวงแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้องและครบถ้วน
ตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลง และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลง
จ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับ
อนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงาน
จ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับ
เป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓
หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายใน
ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้
ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘
การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงิน
งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการ
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องสั่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจาก
ต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้
ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตาม
กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจ้งการสั่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า
ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างสั่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
คมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับ
เรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น
โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

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

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็น
หนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกมัดจำผู้ออก

หนังสือคำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว



รายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)
การจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX – HOREC ASIA 2025)

๑. วัตถุประสงค์ :

- ๑.๑. เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า (THAIFEX – HOREC ASIA 2025) และร่วมเจรจาการค้ากับ ผู้ผลิต/ผู้ส่งออก รวมถึงผู้ให้บริการในอุตสาหกรรม HoReCa ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรม (Hotel) ร้านอาหาร (Restaurant) และธุรกิจจัดเลี้ยง (Catering) ที่เข้าร่วมงานทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์
- ๑.๒. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ให้กับงานฯ ซึ่งจะสามารถส่งผลทำให้งานมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม HoReCa ทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล
- ๑.๓. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม HoReCa

๒. กลุ่มเป้าหมาย/ตลาดเป้าหมาย :

๒.๑. ผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitor)

- ในประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้า/บริการไปต่างประเทศ
- ต่างประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ บริษัทต่างชาติ หรือ บริษัทตัวแทนจำหน่ายสินค้า/บริการในประเทศไทย

๒.๒. ผู้เข้าชมงาน (Visitor)

- ในประเทศ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง/ปลีก ตลอดจนประชาชนทั่วไป
- ต่างประเทศ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง/ปลีก จากต่างประเทศ หรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย

๓. ข้อมูลเบื้องต้น :

งานแสดงสินค้า (THAIFEX – HOREC ASIA 2025) จัด ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น ฮอลล์ ๘ – ๑๒ โดยมีพื้นที่รวม ๓๒,๐๐๐ ตารางเมตร โดยมีกำหนดการ ดังนี้

๓.๑. วันเจรจาธุรกิจ : ระหว่างวันที่ ๕ – ๗ มีนาคม ๒๕๖๘

๓.๒. เว็บไซต์ : <https://thaifex-horec.asia/>

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน :

๔.๑. การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑.๑. อาร์ตเวิร์คและสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่

(๑) นำอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) Tagline และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้าฯ ที่มีอยู่เดิม (ตามภาคผนวก) มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ พร้อมทั้งปรับเป็นขนาดต่าง ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด ทั้งนี้ ดีไซน์ของ Key Visual และ Logo ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้

(๒) ออกแบบและผลิตบัตรเชิญเข้าร่วมพิธีเปิดงานในรูปแบบ E-Invitation Card

 กรรมการ

 ประธานกรรมการ

 กรรมการ

๔.๑.๒. สื่อภาพยนตร์/วิดีโอ ได้แก่

(๑) บันทึกภาพนิ่งความละเอียดสูง (ไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ DPI) และภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศตลอดงาน ประกอบด้วย วันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน และวันจัดงานทุกวัน ทั้งนี้ ให้มีการใช้ Drone เพื่อเก็บภาพจากมุมสูงบรรยากาศของงาน พร้อมทั้งคัดเลือกภาพเพื่อเผยแพร่ให้สื่อมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(๒) ผลิต VDO Presentation โดยมีความยาวอย่างน้อย ๑ นาที แต่ไม่เกิน ๑.๓๐ นาที สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงก่อนการจัดงานฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ กำหนดการบรรยายเสียงและคำบรรยาย (Subtitle) ดังนี้

๑. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาไทย	มี Subtitle เป็นภาษาไทย ๑ วิดีโอ
๒. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ	มี Subtitle ๓ ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น ภาษาละ ๑ วิดีโอ

(๓) ผลิต VDO สำหรับงานแถลงข่าว ความยาวอย่างน้อย ๑ นาที แต่ไม่เกิน ๑.๓๐ นาที (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ ๑ วิดีโอ)

(๔) ผลิต VDO ภาพบรรยากาศและไฮไลต์ของงานฯ ในแต่ละวัน ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ นาที (วันละ ๑ วิดีโอ ตลอดการจัดงาน ๓ วัน)

(๕) ผลิต VDO สรุปผลการจัดงานฯ ความยาวอย่างน้อย ๑.๓๐ นาที แต่ไม่เกิน ๒ นาที (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ ๑ วิดีโอ พร้อม Subtitle ของแต่ละภาษา)

(๖) ผลิต VDO สำหรับการเชิญชวน Exhibitor และ Visitor รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์งานฯ ครั้งต่อไป ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ นาที กำหนดการบรรยายเสียงและ Subtitle ดังนี้

๑. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาไทย	มี Subtitle เป็นภาษาไทย ๑ วิดีโอ
๒. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ	มี Subtitle ๓ ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น ภาษาละ ๑ วิดีโอ

(๗) ผลิต Short Video จาก Video Presentation ชุดต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น สำหรับการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียหรือบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๑.๓. ข้อมูลและข่าวสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

(๑) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ และจัดทำข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดโครงการ (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด)

(๒) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) การจัดงานครั้งต่อไป (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด)

(๓) จัดทำ E-Direct Mail (EDM) จำนวน ๓ ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ในต่างประเทศให้เข้าร่วม และเยี่ยมชมงานฯ

(๔) จัดทำ E-Direct Mail (EDM) ภาษาไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ เพื่อประชาสัมพันธ์งานให้กับ Exhibitors และ Visitors ชาวไทยเข้าร่วม และ/หรือเยี่ยมชมงานฯ

(๕) จัดทำข้อมูลและข่าวสารสำหรับประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๔.๑.๔. สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ได้แก่

- (๑) จัดทำสโปตโฆษณาเป็นภาษาไทยสำหรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ โดยมีความยาว ๑๕ วินาที เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนงานฯ ตามสื่อต่าง ๆ ในประเทศ
- (๒) จัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ อาทิ แบนเนอร์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) ออกแบบและจัดทำ E-Catalog รายละเอียดสินค้า ช่องทางการติดต่อ (Contact) และข้อมูลรายละเอียดของผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อนำส่งให้สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศเชิญแขกเข้าชมงาน
- (๔) จัดทำสื่อ Social Media Post เกี่ยวกับการจัดงานฯ และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ภายในงาน หรือเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa หรือข้อมูลอื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้นงาน ตลอดโครงการ
- (๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานและแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของงานฯ สำหรับสื่อมวลชนหรือผู้เข้าร่วมงาน และจัดส่งไปยังสถานที่จัดงาน จำนวน ๗๐๐ ชิ้น โดยแบ่งเป็น งานแถลงข่าว ๒๐๐ ชิ้น และพิธีเปิดงาน ๕๐๐ ชิ้น
- (๖) บริษัทสามารถนำเสนอการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติม (หากมี) เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการจัดงาน

๔.๒. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

- ๔.๒.๑. ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในต่างประเทศให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมไปถึง ระยะเวลาการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อในกลุ่ม ประเทศเป้าหมาย และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้อง กับสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๔.๒.๒. จัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ผู้จัดงานฯ กำหนด โดยเน้นรายชื่อของผู้ซื้อ ผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยให้มี จำนวนรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ รายชื่อ (จำนวนครั้งที่ส่งไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง) โดยจะต้องนำเสนอ แผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) ชื่อและแหล่งที่มาของฐานข้อมูล และกรอบระยะเวลา ในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.๒๕๖๒ (PDPA) โดยต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่จะส่ง
- ๔.๒.๓. จัดส่งและเผยแพร่ E-Direct Mail (EDM) ที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑.๓. จำนวน ๓ ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ต่างประเทศ หรือตัวแทนในประเทศไทย ให้เข้าร่วมเยี่ยมชมงาน ทั้งนี้ ให้อ้างอิงรายชื่อผ่านฐานข้อมูลของผู้จัดงานและของบริษัท
- ๔.๒.๔. ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑.๓. เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน และ กิจกรรมต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชน ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

๔.๒.๕. จัดส่งและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑. ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa

๔.๒.๖. จัดส่งและเผยแพร่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑. ไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประชาสัมพันธ์งานทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

๔.๒.๗. จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑. ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, Youtube, X (twitter), Tiktok และ Weibo รวมถึงช่องทาง Search Engine Marketing (SEM) อาทิ Google, Baidu ในตลาดเป้าหมายในภูมิภาคเอเชีย จีน อเมริกา และยุโรป ในช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจบงานเพื่อประชาสัมพันธ์งานในครั้งต่อไป โดยต้องนำเสนอรายชื่อสื่อ และแผนการประชาสัมพันธ์ (Media Plan)

๔.๒.๘. เชิญตัวแทนสื่อมวลชนต่างประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรม HoReCa ซึ่งมีตัวแทนอยู่ในประเทศไทย (หากมี) เข้าร่วมเยี่ยมชมงานและจัดทำข่าวในวันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน ตลอดจนในวันจัดงาน ณ สถานที่จัดงาน ทั้งนี้ รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าว เข้าเยี่ยมชมงานและกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๒.๙. บริษัทสามารถเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เหมาะสม (หากมี) ในวันนำเสนองาน

๔.๓. การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๔.๓.๑. ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในประเทศไทยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมไปถึงระยะเวลาการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้เข้าร่วมงานภายในประเทศ รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๔.๓.๒. จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในเชิงรุกให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ โดยระบุช่วงเวลาเผยแพร่สื่อที่เหมาะสม (โดยไม่ซ้ำกับสื่อที่ผู้จัดงานจัดซื้อไว้แล้ว) ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่

(๑) เผยแพร่ Banner หรือ Advertorial ที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔. บนเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ (Online Publishers) อาทิ ไทยรัฐทีวี, Manager, Pantip, Nation, Bangkok Post, Wongnai เว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์อื่น ๆ ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความนิยมในอุตสาหกรรม HoReCa โดยมีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ แห่ง

(๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔. บนสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อาทิ ช่อง ๓, ช่อง ๕, ช่อง ๗, ช่อง ๙, ช่องอมรินทร์ทีวี และช่องไทยรัฐทีวี โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ช่อง รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

(๓) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔. บนสื่อออนไลน์ใน YouTube หรือทางช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยต้องเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู ไม่สามารถกดข้ามได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ Impressions ในช่วงก่อนการจัดงานและ/หรือระหว่างการจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนเข้าร่วมงาน

(๔) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔. ผ่านช่องทางวิทยุในคลื่นที่มีการเผยแพร่ทั่วประเทศ และต้องเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง

(๕) สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Facebook, Instagram, GDN, YouTube, X (twitter), Tiktok (ระบุรายละเอียดและวิธีการดำเนินการในวันนำเสนองาน)

.....กรรมการ

.....อธิบดี

.....กรรมการ

(๖) สื่อ Search Engine Marketing (SEM) อาทิ Google, Baidu เป็นต้น โดยมียอดการคลิกเข้าชม ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ครั้ง

(๗) เชิญอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากหลากหลายสาขาในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ HoReCa เพื่อเข้าร่วมงาน แบ่งเป็นการผลิตคอนเทนต์เชิญชวนผู้เข้าร่วมงานฯ และผลิตคอนเทนต์ภายในงาน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของงาน โดยเชิญอินฟลูเอนเซอร์ไม่น้อยกว่า ๕ คน และคละกลุ่มธุรกิจให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สามารถชักกลุ่มได้บ้าง

(๘) จัดส่งและเผยแพร่ E-Direct Mail (EDM) ภาษาไทยที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑.๓. จำนวน ไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ในประเทศ หรือตัวแทนในประเทศไทย ให้เข้าร่วมเยี่ยมชมงาน ทั้งนี้ ให้อ้างอิงรายชื่อผ่านฐานข้อมูลของผู้จัดงานและของบริษัท

(๙) ป้ายโฆษณา แบ่งเป็น

๙.๑) ป้ายขนาด ๓ x ๘ เมตร จำนวน ๑ ป้าย

โดยนำมาติดตั้งบริเวณป้ายประตูทางเข้ากระทรวงพาณิชย์

๙.๒) ป้าย Billboard หรือ Digital Billboard โดยทำการออกแบบ และติดตั้งบนป้าย ที่อยู่ในตำแหน่งสะดุดตามองเห็นได้อย่างชัดเจน และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของงานแสดงสินค้าฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในตัวเมืองกรุงเทพฯ ทั้งนี้ จะต้องติดตั้งป้ายจำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ป้าย (สามารถคละขนาดป้ายได้ทั้งขนาดเล็กและใหญ่) เป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ เดือน ทั้งนี้ บริษัทต้องระบุจำนวนป้ายและตำแหน่งของป้ายที่จะติดตั้งในวันนำเสนอาน

(๑๐) บริษัทสามารถเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อโครงการในวันนำเสนอาน (หากมี)

๔.๓.๓. อัปเดตและบริหารจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์ หรือบนช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของงาน อาทิ Facebook/Instagram Official Account ของงานฯ รวมถึงการเป็น Admin ตอบคำถามและให้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างน้อย ๒ ภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ในทุกช่องทาง ทั้งนี้ คำตอบต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้จัดงานก่อน

๔.๓.๔. ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่ทำขึ้นตามข้อ ๔.๑.๓. เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและ กิจกรรมต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชน นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

๔.๓.๕. ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่มีการนำสินค้ามา ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ พร้อมทั้งรับผิดชอบการยืมและการส่งคืนสินค้านี้ด้วย

๔.๓.๖. จัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ที่ทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑. ไปยังสถานที่จัดงานหรือสถานที่อื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด

๔.๓.๗. ดำเนินการจัดงานแถลงข่าว ดังนี้

(๑) นำเสนอแนวคิดและรูปแบบงานแถลงข่าว สถานที่จัดงาน พร้อมแผนการดำเนินงาน

(๒) จัดเตรียมสถานที่พร้อมออกแบบ ตกแต่งให้เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน พร้อมจัดหาอุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

(๓) จัดหาพิธีกร ๒ ภาษา ระดับมืออาชีพจำนวน ๑ คน ดำเนินรายการภายในงาน

(๔) จัดเจ้าหน้าที่ดำเนินงานต้อนรับแขก และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในงาน

(๕) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมืออาชีพ บนช่องทางออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(๖) เชิญสื่อมวลชนในประเทศเข้าร่วมงานแถลงข่าวไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษสำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่าน QR Code

(๗) จัดทำคำถามเปิดงานแถลงข่าว เตรียมประเด็นคำถาม - คำตอบผู้บริหารของผู้จัดงานสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาไทย จัดทำสคริปต์พิธีกร รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ

(๘) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงานในวันแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่

(๙) จัดเตรียมการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานแถลงข่าว รวมถึงประสานการทำงานร่วมกับตัวแทนประชาสัมพันธ์ของผู้จัดงาน (หากมี)

๔.๓.๘. เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมพิธีเปิดงาน

(๑) ต้องมีสื่อมวลชนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๓๐ สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒๐ ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์ และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น QR Code

(๒) จัดเตรียมคู่มือรับประทานอาหารสำหรับสื่อมวลชนในวันพิธีเปิดงานฯ จำนวนทั้งสิ้น ๑๕๐ ชุด โดยคู่มือแต่ละชุดจะต้องมี มูลค่าอย่างน้อย ๑๕๐ บาท

(๓) เชิญสื่อมวลชนในประเทศ เข้าร่วมเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า ในวันพิธีเปิดงาน ตลอดจนวันจัดงาน ณ สถานที่จัดงาน รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๔) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมืออาชีพบนช่องทางออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(๕) จัดทำประเด็นคำถาม - คำตอบของผู้บริหารสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาไทย รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนจากหน่วยงานเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ

(๖) ลงข่าวการจัดงานในหน้าธุรกิจของหนังสือที่ได้รับความนิยมอย่างน้อย ๑ ฉบับ (เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ประชาชาติธุรกิจ หรือบางกอกโพสต์)

๔.๓.๙. บริหารจัดการศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) ตลอดระยะเวลาการจัดงาน ๓ วัน โดยจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงาน อุปกรณ์การสื่อสาร อุปกรณ์สำนักงาน โทรศัพท์/โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ (Printer) และคอมพิวเตอร์พร้อมอินเทอร์เน็ตจำนวน ๒ ชุด และติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ภายในศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) รวมถึงการทำความสะอาด การเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สำหรับสื่อมวลชนที่ได้เชิญมา

๔.๓.๑๐. รับรองและอำนวยความสะดวกสื่อมวลชนที่เข้าเยี่ยมชมงาน รวมทั้งประสานงานนัดหมายและถ่ายภาพประกอบการให้สัมภาษณ์ของผู้นำเข้าต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้บริหารจากภาครัฐและเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นถามตอบในแต่ละภาษากรณีมีการสัมภาษณ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๔.๓.๑๑. จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานกับผู้จัดงาน ๓ ฝ่าย ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) หอการค้าไทย (TCC) และโคโลญเมสเช่ (KM) ประเทศเยอรมนี ตลอดระยะเวลาโครงการ

๔.๓.๑๒. จัดทำข่าวประจำวัน (Daily report) เกี่ยวกับการจัดงาน อาทิ กิจกรรมไฮไลต์ บรรยากาศภายในงาน ผลการจัดงาน และรูปภาพภายในงานที่น่าสนใจ จำนวน ๑ ข่าว/วัน (แต่ละข่าวประกอบไปด้วยภาษาไทย ๑ ฉบับ และภาษาอังกฤษ ๑ ฉบับ) และจะต้องผลิต VDO ภาพบรรยากาศของงานประจำวัน ตามข้อ ๔.๑.๒ (๔)

๔.๓.๑๓. จัดทำ Press Clipping ระหว่างการจัดงาน

๔.๓.๑๔. จัดส่งข่าวผลการจัดงานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไปยังสื่อมวลชน ภายใน ๓ วันหลังงานสิ้นสุด ทั้งนี้ ให้นำส่งร่างผลการจัดงานให้ผู้จัดงานพิจารณาก่อนวันจัดงานสิ้นสุด

๔.๓.๑๕. จัดทำสรุปผลการจัดงาน (Post Show Report) ในรูปแบบ infographic เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และนำไปเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด ภายใน ๑๕ วันหลังงานสิ้นสุด

๔.๓.๑๖. ประเมินผลกิจกรรม

(๑) เก็บสถิติจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (Views) และจำนวนครั้งที่มีคนเข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ (Engagement) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

(๒) จัดทำแบบสอบถามและเก็บสถิติเกี่ยวข้อง เพื่อวัดการระดับรับรู้การจัดงานแสดงสินค้าผ่านระบบการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน

หมายเหตุ :

** หากมีการออกอากาศ ผู้รับจ้างต้องนำคลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์โฆษณาสั้นไปให้คณะกรรมการของสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งตรวจพิจารณาให้ผ่านเรียบร้อยก่อนนำไปออกอากาศ **

** อาร์ตเวิร์คทั้งหมด เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้จัดงาน **

** การจัดทำอาร์ตเวิร์ค ข่าวแจก สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน จะต้องมีการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ ตรวจพิสูจน์อักษร ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษา ซึ่งมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี และตรวจสอบความถูกต้องในภาพรวมทั้งหมดก่อนส่งให้ผู้จัดงานพิจารณาทุกครั้ง **

** ผู้รับจ้างไม่สามารถนำเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์งานโฆษณา ภาพงานแสดงสินค้า ข้อมูลและรายชื่อกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานฯ ไปเผยแพร่หรือแจกจ่ายแก่สาธารณชน ก่อนได้รับอนุญาตจากผู้จัดงาน **

** เนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่าง ๆ และการแปลข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ ต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ใด หากมีการละเมิด ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น **

** ผู้รับจ้างต้องมีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติไม่น้อยกว่า ๑ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี **

** ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา **

๕. ระยะเวลาการดำเนินงาน : ระหว่างเดือนธันวาคม ๒๕๖๗ – เมษายน ๒๕๖๘

๖. งบประมาณ : ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๗. การส่งมอบงานและการชำระเงิน :

๗.๑ จ่ายค่าจ้างเป็นอัตราร้อยละ ๑๐๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานให้กรมภายในเดือนเมษายน ๒๕๖๘ ซึ่งต้องส่งมอบงานตามรายละเอียดการดำเนินการจัดกิจกรรมทั้งหมดตั้งแต่ช่วงก่อนการจัดงานแสดงสินค้า จนถึงหลังจบงานฯ โดยส่งมอบรายละเอียด ดังนี้

.....กรรมการ

.....ไฟค.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

(๑) รายงานสรุปผลการจัดกิจกรรมในช่วงระยะเวลาดังกล่าวที่จัดทำขึ้นทั้งหมด พร้อมส่งมอบหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานจำนวน ๓ เล่ม

(๒) รวบรวมและบรรจุไฟล์รายงานสรุปผลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย อาร์ตเวิร์ค และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้น ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงานฯ จนถึงหลังจบงาน ลงใน Hard Drives ขนาดความจุไม่น้อยกว่า ๒ TB จำนวน ๒ ชิ้น พร้อมทั้ง Upload ไฟล์บนพื้นที่จัดเก็บข้อมูลออนไลน์ที่สามารถแชร์ผ่าน Link ได้ และไม่จำกัดอายุการใช้งาน

(๓) อื่น ๆ ที่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับที่สามารถนำมาเก็บรักษาได้

(๔) คณะกรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติม เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปโดยเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๘. คุณสมบัติของผู้เสนองาน :

๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๘.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๘.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๘.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้

๘.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธการขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

๘.๑๐ ต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๘.๑๑ ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑ งาน

๙. หลักฐานการยื่นข้อเสนอและการเสนอราคา :

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นยื่นการเสนอราคาแล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการนำเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

- จัดทำรายละเอียดการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ประวัติเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน

- ส่งเอกสารประกอบการเสนองานในขนาด A4 โดยจัดเตรียมเอกสารให้ครบตามข้อกำหนดในประกาศของกรม โดยมีสาระสำคัญประกอบด้วย

(๑) รายละเอียดแผนการดำเนินงาน รูปแบบการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตารางการทำงานระยะเวลาการดำเนินการ

(๒) ประวัติและผลงานของผู้เสนองานที่ผ่านมา และเอกสารหนังสือจดทะเบียนบริษัท

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๖ ธ.ค. ๒๕๖๗ เวลา ๑๓.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม ๗๐๑ ชั้น ๗ (ตึกริมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม และภาพขาวดำ จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญา กรมจะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรม เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๐. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณาคัดเลือก :

๑๐.๑ กรมจะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา โดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๐.๑.๑ ราคาที่ยื่นข้อเสนอกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลางเป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๐.๑.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

วิธีการประเมินและให้คะแนน

๑) การนำเสนอแนวคิดและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

 กรรมการ

 ประธานกรรมการ

 กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ สามารถสร้างการจดจำได้ดี โดยผ่านการศึกษาวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของงาน พร้อมข้อมูลประกอบที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการจัดงานได้ครบถ้วน โดยมีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการกำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงานที่ละเอียดครบถ้วน ครอบคลุม ชัดเจน มีแผนการวัดผลที่ชัดเจน ละเอียด สามารถติดตาม และประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีแนวทางปรับปรุงตามสถานการณ์	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๑.๒) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ สามารถสร้างการจดจำได้ดี โดยผ่านการศึกษาวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของงาน พร้อมข้อมูลประกอบที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการจัดงานได้ครบถ้วน โดยมีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการกำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงานที่ละเอียดครบถ้วน ครอบคลุม ชัดเจน	๘		
๑.๓) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าที่เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ โดยผ่านการศึกษาวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของงานพร้อมข้อมูลประกอบ	๖		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการกำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงานที่ละเอียดครบถ้วน			
๑.๔) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าที่เป็นสากล โดยผ่านการศึกษาวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของงานพร้อมข้อมูลประกอบที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบที่ละเอียดครบถ้วน	๔		

๒) การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๔๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๒.๑) สื่อวิดีโอ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑.๑) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอครบถ้วนตาม TOR พร้อมตัวอย่าง (Reference) และ Mood and Tone โดยวิดีโอมีความแปลกใหม่ทันสมัย กำหนดกลุ่มเป้าหมายของวิดีโอแต่ละชิ้นงาน พร้อมนำเสนอความยาวของวิดีโอชุดต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและช่องทางในการเผยแพร่ โดยมีการนำเสนอตัวอย่างวิดีโอที่จะจัดทำซึ่งต้องสะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงานในระดับสากล	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุม แก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๑.๒) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอ ครบถ้วนตาม TOR พร้อมตัวอย่าง (Reference) และ Mood and Tone ที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายสะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงานในระดับสากลและตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการนำเสนอ Storyboard หรือเค้าโครงวิดีโอที่จะจัดทำ	๘		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑.๓) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอครบถ้วนตาม TOR ที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของงานระดับสากลและตรงกลุ่มเป้าหมาย	๖		
๒.๑.๔) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอครบถ้วนตาม TOR กำหนด	๔		

๒.๒) อาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๒.๑) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) Tagline และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Shaping the Future of HORECA” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาออกแบบ จัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงความเป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรม HoReCa ระดับนานาชาติได้อย่างโดดเด่น ชัดเจน เข้าใจง่าย สะท้อนเอกลักษณ์และจุดเด่นของงาน โดยสามารถอธิบายความหมายและที่มาของการออกแบบชิ้นงานได้อย่างน่าสนใจ พร้อมทั้งนำเสนอชิ้นงานอาร์ตเวิร์คขนาดและรูปแบบต่าง ๆ ที่จะใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและน่าสนใจ	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๒.๒) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Shaping the Future of HORECA” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงความเป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรม HoReCa ระดับนานาชาติอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย สะท้อนเอกลักษณ์และจุดเด่นของงาน พร้อมทั้งนำเสนอชิ้นงานอาร์ตเวิร์คขนาดและรูปแบบต่าง ๆ ที่จะใช้สำหรับ	๘		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
การประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ อย่างครบถ้วน			
๒.๒.๓) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Shaping the Future of HORECA” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวางหรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงการเป็นงานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรม HoReCa ระดับนานาชาติ	๖		
๒.๒.๔) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Shaping the Future of HORECA” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวางหรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ	๔		

๒.๓) ข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๓.๑) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media พร้อมรูปแบบ ตัวอย่าง หัวข้อหรือประเด็นข้อมูลเนื้อหา และตัวอย่างการเขียนคอนเทนต์ที่น่าสนใจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนนำเสนอตัวอย่างผลงานต่าง ๆ ที่เคยทำ รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๓.๒) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media พร้อมรูปแบบ ตัวอย่าง หัวข้อหรือประเด็นข้อมูลเนื้อหา และการเขียนคอนเทนต์ที่จะจัดทำ	๓		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล			
๒.๓.๓) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล	๑		

๒.๔) สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๔.๑) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงาน แสดงสินค้าฯ สามารถสร้างกระแส กระตุ้นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงานได้เป็นอย่างดี พร้อมนำเสนอแผน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างสื่อ แนวทางการเผยแพร่ และการจัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วนและเห็นภาพชัดเจน	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมาโดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๔.๒) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงาน แสดงสินค้าฯ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงาน พร้อมนำเสนอแผนและแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว	๘		
๒.๔.๓) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงาน	๖		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
แสดงสินค้า และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงาน			
๒.๔.๔) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน	๔		

๒.๕) ฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๕.๑) นำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa ในประเทศกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้จัดงานฯ กำหนด โดยเน้นรายชื่อของผู้ซื้อผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยให้มีจำนวนรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ไม่น้อยกว่า ๙๐,๐๐๐ รายชื่อ (จำนวนครั้งที่ส่งไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง) โดยจะต้องนำเสนอแผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) ชื่อและแหล่งที่มาของฐานข้อมูล และกรอบระยะเวลาในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.๒๕๖๒ (PDPA) โดยต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่ส่ง	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๕.๒) นำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa ในประเทศกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้จัดงานฯ กำหนด โดยเน้นรายชื่อของผู้ซื้อผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยให้มีจำนวนรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ไม่น้อยกว่า ๗๐,๐๐๐ รายชื่อ (จำนวนครั้งที่ส่งไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง) โดยจะต้องนำเสนอแผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) ชื่อและแหล่งที่มาของฐานข้อมูล และกรอบ	๓		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ระยะเวลาในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ (PDPA) โดยต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่ส่ง			
๒.๕.๓) นำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa ในประเทศกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้จัดงานฯ กำหนด โดยเน้นรายชื่อของผู้ซื้อผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยให้มีจำนวนรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ รายชื่อ (จำนวนครั้งที่ส่งไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง) โดยจะต้องนำเสนอแผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) ชื่อและแหล่งที่มาของฐานข้อมูล และกรอบระยะเวลาในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ (PDPA) โดยต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่ส่ง	๑		

๓) การเผยแพร่สื่อในประเทศ กำหนดให้ ๒๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๓.๑) การซื้อสื่อและเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑.๑) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม HoReCa อีกทั้งนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อมข้อมูลสถิติประกอบการพิจารณา รวมถึงนำเสนอการจัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อ	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ (๑) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๓) บนสื่อออนไลน์ใน YouTube หรือทางช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม โดยต้องเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู ไม่สามารถกดข้ามได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๗๐๐,๐๐๐ Impressions (๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๔) ผ่านช่องทางวิทยุ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ครั้ง (๓) สื่อ Search Engine Marketing ตามข้อ ๔.๓.๒ (๖) มียอดการคลิกเข้าชมไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐ ครั้ง			
๓.๑.๒) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม HoReCa พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอการจัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ (๑) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๓) บนสื่อออนไลน์ใน YouTube หรือทางช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม โดยต้องเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู ไม่สามารถกดข้ามได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๖๐๐,๐๐๐ Impressions (๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๔) ผ่านช่องทางวิทยุ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๔๐ ครั้ง (๓) สื่อ Search Engine Marketing ตามข้อ ๔.๓.๒ (๖) มียอดการคลิกเข้าชมไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ครั้ง	๘		
๓.๑.๓) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายใน	๖		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
อุตสาหกรรม HoReCa พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอการจัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ (๑) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๓) บนสื่อออนไลน์ใน YouTube หรือทางช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม โดยต้องเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู ไม่สามารถกดข้ามได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Impressions (๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๔) ผ่านช่องทางวิทยุ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๓๐ ครั้ง (๓) สื่อ Search Engine Marketing ตามข้อ ๔.๓.๒ (๖) มียอดการคลิกเข้าชมไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ครั้ง			
๓.๑.๔) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอการจัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ (๑) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๓) บนสื่อออนไลน์ใน YouTube หรือทางช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม โดยต้องเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู ไม่สามารถกดข้ามได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ Impressions (๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ ๔.๓.๒ (๔) ผ่านช่องทางวิทยุ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง (๓) สื่อ Search Engine Marketing ตามข้อ ๔.๓.๒ (๖) มียอดการคลิกเข้าชมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ครั้ง	๔		

๓.๒) การนำเสนออินฟลูเอนเซอร์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๒.๑) นำเสนออินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมจากหลากหลายสาขาในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ HoReCa เพื่อเชิญเข้าร่วมงาน รวมถึงผลิตคอนเทนต์สำหรับเชิญชวนผู้เข้าร่วมงานฯ และผลิตคอนเทนต์ภายในงาน โดยเชิญอินฟลูเอนเซอร์ ไม่น้อยกว่า ๘ คน คละกลุ่มธุรกิจ ให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สามารถซ้ำกลุ่มได้บ้าง โดยเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในระดับ Macro Influencer (มีผู้ติดตาม ๑๐๐,๐๐๐ - ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน) อย่างน้อย ๒ คน และ ระดับ Micro Influencer (มีผู้ติดตาม ๑๐,๐๐๐ - ๕๐,๐๐๐ คน) อย่างน้อย ๖ คน	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๓.๒.๒) นำเสนออินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมจากหลากหลายสาขาในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ HoReCa เพื่อเชิญเข้าร่วมงาน รวมถึงผลิตคอนเทนต์สำหรับเชิญชวนผู้เข้าร่วมงานฯ และผลิตคอนเทนต์ภายในงาน โดยเชิญอินฟลูเอนเซอร์ ไม่น้อยกว่า ๖ คน คละกลุ่มธุรกิจ ให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สามารถซ้ำกลุ่มได้บ้าง โดยเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในระดับ Macro Influencer (มีผู้ติดตาม ๑๐๐,๐๐๐ - ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน) อย่างน้อย ๑ คนและระดับ Micro Influencer (มีผู้ติดตาม ๑๐,๐๐๐ - ๕๐,๐๐๐ คน) อย่างน้อย ๕ คน	๓		
๓.๒.๓) นำเสนออินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมจากหลากหลายสาขาในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ HoReCa เพื่อเชิญเข้าร่วมงาน รวมถึงผลิตคอนเทนต์สำหรับเชิญชวนผู้เข้าร่วมงานฯ และผลิตคอนเทนต์ภายในงาน โดยเชิญอินฟลูเอนเซอร์ ไม่น้อยกว่า ๕ คน คละกลุ่มธุรกิจ ให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สามารถซ้ำกลุ่มได้บ้าง	๑		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๓.๓) การจัดงานแถลงข่าว ให้ ๑๐ คณะ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๓.๑) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ หัวข้อหรือประเด็นเนื้อหา และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เห็นภาพได้ชัดเจน แปลกใหม่ โดดเด่น ทันสมัย เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีกำหนด Timeline ชัดเจน โดยงานแถลงข่าวจะต้องแสดงให้เห็นว่าจะสามารถสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้าฯ ได้อย่างกว้างขวาง รวมถึงนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน พร้อมทั้งเสนอแผนรองรับกรณีเกิดเหตุสุดวิสัย	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๓.๓.๒) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ หัวข้อหรือประเด็นเนื้อหา และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เห็นภาพได้ชัดเจน โดดเด่น เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีกำหนด Timeline ชัดเจน พร้อมทั้งนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน	๘		
๓.๓.๓) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีกำหนด Timeline ชัดเจน พร้อมทั้งนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน	๖		

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๓.๔) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้า รวมถึงการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าว	๔		

๔) การเผยแพร่สื่อต่างประเทศ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๔.๑) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และซื้อพื้นที่สื่อโซเชียลมีเดียครบทุกช่องทาง ได้แก่ Facebook, Instagram, Youtube, X (twitter), Tiktok และ Weibo รวมถึงช่องทาง Search Engine Marketing (SEM) Google, Baidu และสื่อโซเชียลมีเดียอื่นเพิ่มเติม ในทุกภูมิภาคที่เป็นตลาดเป้าหมาย ได้แก่ เอเชีย จีน อเมริกา และยุโรป นำเสนอแนวทางการใช้สื่อโซเชียลมีเดียให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรม HoReCa พร้อมเหตุผลและข้อมูลประกอบ โดยนำเสนอการลงสื่อโซเชียลมีเดียทั้งช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจบงาน มีการนำเสนอการวัดความคุ้มค่าและประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ตัวเลขคาดการณ์จากข้อมูลตลาด และใช้ตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ Cost Per Acquisition (CPA), Engagement Rate, Reach, และ Impressions ในการประเมินความคุ้มค่า เพื่อให้แน่ใจว่าการประชาสัมพันธ์สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าได้อย่างครบถ้วน	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๔.๒) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และซื้อพื้นที่สื่อโซเชียลมีเดียจำนวน ๕ - ๖ ช่องทาง ในทุกภูมิภาคที่เป็นตลาดเป้าหมาย ได้แก่ เอเชีย จีน อเมริกา และยุโรป นำเสนอแนวทางการใช้สื่อ	๘		

.....กรรมการ

.....โฆษก.....ประธานกรรมการ

.....ผู้ประสานงาน.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
โซเซียลมีเดียให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรม HoReCa พร้อมเหตุผลและข้อมูลประกอบ โดยนำเสนอการลงสื่อโซเซียลมีเดียทั้งช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจบงาน มีการนำเสนอการวัดความคุ้มค่าและประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์นี้ โดยใช้ตัวเลขคาดการณ์จากข้อมูลตลาด และใช้ตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ Cost Per Acquisition (CPA), Engagement Rate ในการประเมินความคุ้มค่า เพื่อให้แน่ใจว่าการประชาสัมพันธ์สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าได้อย่างครบถ้วน			
๔.๓) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และซื้อพื้นที่สื่อโซเซียลมีเดียจำนวน ๓ - ๔ ช่องทาง ในทุกภูมิภาคที่เป็นตลาดเป้าหมาย ได้แก่ เอเชีย จีน อเมริกา และยุโรป นำเสนอแนวทางการใช้สื่อโซเซียลมีเดียให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรม HoReCa พร้อมเหตุผลและข้อมูลประกอบ โดยนำเสนอการลงสื่อโซเซียลมีเดียทั้งช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจบงาน มีการนำเสนอการวัดความคุ้มค่าและประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์นี้ โดยใช้ตัวเลขคาดการณ์จากข้อมูลตลาด และใช้ตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ Cost Per Acquisition (CPA) ในการประเมินความคุ้มค่า เพื่อให้แน่ใจว่าการประชาสัมพันธ์สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าได้อย่างครบถ้วน	๖		
๔.๔) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และซื้อพื้นที่สื่อโซเซียลมีเดียจำนวน ๑ - ๒ ช่องทาง ในทุกภูมิภาคที่เป็นตลาดเป้าหมาย ได้แก่ เอเชีย จีน อเมริกา และยุโรป นำเสนอแนวทางการใช้สื่อโซเซียลมีเดียให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรม HoReCa พร้อมเหตุผลและข้อมูลประกอบ โดยนำเสนอการลงสื่อโซเซียลมีเดียทั้งช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจบงาน	๔		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๕) คุณสมบัติและประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้เสนองาน กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๕.๑) ประสบการณ์ของผู้เสนองานในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑.๑) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนมากกว่า ๔ งาน	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๕.๑.๒) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๔ งาน	๔		
๕.๑.๓) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๓ งาน	๓		
๕.๑.๔) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๒ งาน	๒		
๕.๑.๕) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๑ งาน	๑		

๕.๒) องค์ประกอบและประสบการณ์ของทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๒.๑) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวนมากกว่า ๔ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๕.๒.๒) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวน ๔ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๔		
๕.๒.๓) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวน ๓ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๓		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๒.๔) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวน ๒ คน และมีความรู้และประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๒		
๕.๒.๕) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวน ๑ คน และมีความรู้และประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๑		

๕.๓) คุณสมบัติและประสบการณ์ของผู้แปลภาษา ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๓.๑) มีผู้แปลภาษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียบเรียงเป็นภาษาต่าง ๆ เทียบเท่าระดับเจ้าของภาษา และมีประสบการณ์มากกว่า ๑๐ ปี พร้อมนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยทำ	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุม แก่คณะกรรมการพิจารณา คัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตาม เกณฑ์
๕.๓.๒) มีผู้แปลภาษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียบเรียงเป็นภาษาต่าง ๆ และมีประสบการณ์จำนวน ๘ - ๑๐ ปี พร้อมนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยทำ	๓		
๕.๓.๓) มีผู้แปลภาษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียบเรียงเป็นภาษาต่าง ๆ และมีประสบการณ์จำนวน ๕ - ๗ ปี	๑		

๑๐.๒ คณะกรรมการจัดจ้างฯ ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่า การตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ มิได้

๑๐.๓ หากมีเหตุที่เชื่อว่าการเสนอราคากระทำไปโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคาเอกสารอันเป็นเท็จหรือใช้ข้อมูลคุณธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น คณะกรรมการจัดจ้างฯ สามารถพิจารณายกเลิกการเสนอราคาและลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม

๑๐.๔ หากผลงานและประสิทธิภาพ ไม่ตรงตามข้อตกลงทั้งหมดตามข้างต้น กรมมีสิทธิพิจารณาปรับบริษัทได้ตามสมควร

๑๑. ข้อตกลงหลังการคัดเลือก/ว่าจ้าง :

๑๑.๑ ตลอดระยะเวลาในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด โดยอนุญาตให้คณะกรรมการตรวจรับ หรือผู้แทนกรม ที่เกี่ยวข้องร่วมพิจารณาเสนอความคิดเห็นตลอดการทำงาน และต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กรมกำหนด

.....กรรมการ

.....จพค.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๑๑.๒ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนองานให้คณะกรรมการฯ ตรวจสอบพิจารณารูปแบบการนำเสนอ อักษร ภาพ เสียง รวมถึงบริการ หรือการนำเสนอในรูปแบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์งานแสดงสินค้า และ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อนจึงจะสามารถดำเนินการผลิตและเผยแพร่ได้

๑๑.๓ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในการปรับปรุงแก้ไขงานตามที่คณะกรรมการฯ ให้ข้อคิดเห็น

๑๑.๔ หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๔ ทางกรม จะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้าง ตามเนื้องานที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

๑๒. อัตราค่าปรับ :

๑๒.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๒.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๒.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๓. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง :

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้างจะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๔. ข้อสงวนสิทธิ์ :

กรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ที่ได้รับการคัดเลือกในครั้งนี หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมพิจารณาแล้วเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับการคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากกรมทั้งสิ้น

๑๕. สถานที่ติดต่อ :

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กลุ่มงานสินค้าอาหาร ชั้น ๗ (อาคารริมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๙๔ E-mail : supachatk@ditp.go.th

.....กรรมการ

.....จพต.....ประธานกรรมการ

.....ผู้ช่วย.....กรรมการ

ภาคผนวก

๑. Logo ของงาน



๒. Logo หน่วยงาน



๓. Tagline ของงาน

Tagline หลัก - Shaping the Future of HORECA (ภาษาอังกฤษ)

- ปลดล็อกอนาคตของอุตสาหกรรม HORECA (ภาษาไทย)

Tagline รอง - Elevating the hospitality industry to new heights (ภาษาอังกฤษ)

- ยกกระดับอุตสาหกรรมการบริการไปสู่อีกระดับ (ภาษาไทย)

๖. ตัวอย่าง Key Visual ของงานในปีที่ผ่านมา



สแกน QR Code เพื่อ Download ไฟล์สำหรับออกแบบ

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

งบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. ชื่อโครงการ | การจัดจ้างผู้ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (THAIFEX – HOREC ASIA 2025) |
| 2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ | สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม
กลุ่มงานสินค้าอาหาร |
| 3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร | 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) |
| 4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) | 19 พฤศจิกายน 2567 |

โดยคำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง 3 ราย แล้วปรากฏว่า คิดได้เป็นจำนวนเงิน 5,651,400 บาท (ห้าล้านหกแสนห้าหมื่นหนึ่งพันสี่ร้อยบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ประกอบด้วย

ลำดับ	รายการ	ราคา
1	ค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์	
	1.1 การประชาสัมพันธ์ในประเทศ	3,984,733.33
	1.1.1) ค่าจัดทำสื่อและเอกสารต่าง ๆ	1,200,000.00
	- ค่าออกแบบ จัดทำอาร์ตเวิร์ก	146,666.67
	- ค่าผลิตสื่อภาพยนตร์/วิดีโอ	381,666.67
	- ค่าจัดทำสปอตวิทยุ/โทรทัศน์/สื่อออนไลน์	128,333.33
	- ค่าจัดทำข้อมูล เอกสาร สำหรับการประชาสัมพันธ์	216,666.67
	- การบริหารจัดการเว็บไซต์และช่องทางออนไลน์	93,333.33
	- ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์งาน	233,333.33
	1.1.2) ค่าโฆษณาและเผยแพร่	1,863,333.33
	- สื่อออนไลน์ (สื่อโซเชียล/สื่อดิจิทัล)	400,000.00
	- สื่อโทรทัศน์	393,333.33
	- สื่อวิทยุ	201,666.67
	- ป้ายโฆษณา (Billboard หรือ Digital Billboard)	428,333.33
	- สกู๊ปพิเศษ บทความ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อออฟไลน์ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	190,000.00
	- Influencers/ Bloggers	250,000.00
	1.1.3) ค่าจัดงานแถลงข่าว	478,066.67
	- ค่าออกแบบ และตกแต่งสถานที่จัดงานแถลงข่าว	300,000.00
	- ค่าเช่าอุปกรณ์ภาพและเสียง	120,000.00
	- ค่าพิธีกร	58,066.67
	1.1.4) ค่าบริการ ดูแล และอำนวยความสะดวก Press Center (ศูนย์บริการสื่อมวลชน) ระหว่างวันจัดงาน	160,000.00

	- ค่าเช่าเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องพิมพ์ และเครื่องถ่ายเอกสาร	63,333.33
	- ค่าอินเทอร์เน็ต	43,333.33
	- ค่าทำความสะอาดสถานที่	20,000.00
	- ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงาน	33,333.33
	1.1.5) ค่าประสานงาน จัดส่งข่าว และเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน	283,333.33
	1.2 การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	1,506,666.67
	1.2.1) ค่าแปลเอกสารเป็นภาษาต่างประเทศ	90,000.00
	1.2.2) ค่าจัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า	433,333.33
	1.2.3) ค่าโฆษณาและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ (สื่อโซเชียล/สื่อดิจิทัล)	983,333.33
	1.3 ค่าจัดทำสรุปและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	160,000.00
	รวม	5,651,400.00

5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- 5.1 บริษัท อามิน บาบ่า จำกัด
- 5.2 บริษัท มิวท์ จำกัด
- 5.3 บริษัท อินทิเกรเต็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด

6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

6.1 วิภา เทตพ ประธานกรรมการ

นางสาวปิยธิดา เทศธรรม
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

6.2 ณัฏฐ์ วัฒนา กรรมการ

ร้อยโทสมิทธิ ศิริศักดิ์
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

6.3 สุภาวดี กรรมการ

นายสุภาวดี คล่องเชิงสาร
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

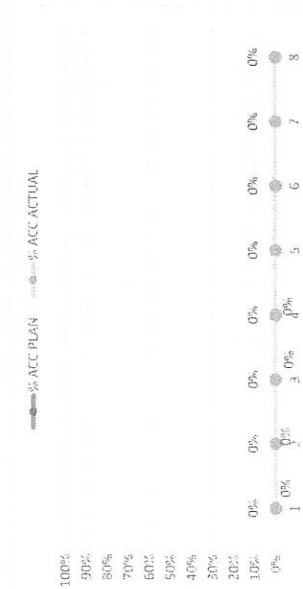
()

ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

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

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

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



1) กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสัญญา จำนวน 8 เดือน

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

3) ร้อยละของงานที่ผู้จ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %

4) มูลค่างานแต่ละรายการคำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ

5) ร้อยละของแผนดำเนินงานคำนวณจากมูลค่าของงานตามแผนดำเนินงานเมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ

หมายเหตุ: