



## ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการผ่านสื่อดิจิทัล ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างกิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการผ่านสื่อดิจิทัล ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๙๔๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สี่ล้านเก้าแสนสี่หมื่นบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

จ้างกิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการผ่านสื่อดิจิทัล 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. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ 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 ๖ พฤษภาคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๘ เวลา ๐๘.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ชั้น ๗ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี ๑๑๐๐๐ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด และไม่พิจารณาข้อเสนอที่นอกเหนือจากรายละเอียดในเอกสารนำเสนองานที่ได้อัปโหลดในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

ผู้สนใจสามารถรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๕๐๗๗๗๕๑ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๒๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๘



(นายพรวิษ ศีลาอ่อน)

รองอธิบดีปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๙๔ / ๒๕๖๘

ประกวดราคาจ้างกิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ  
ผ่านสื่อดิจิทัล ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๘

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคา  
จ้างกิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ ผ่านสื่อดิจิทัล  
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 แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ
- ๑.๘ แผนการทำงาน

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงาน  
ของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ  
ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของ  
กรมบัญชีกลาง
- ๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ท  
งานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็น  
หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้า ที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็น ผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใด รายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่น ข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่น ข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียน เกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏใน งบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มี การรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณี ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือ รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมี แต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของ

มูลค่าประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และ ประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตาม

พระราชบัญญัติล้มละลาย (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 ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจด ทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช่นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตร ประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๔.๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นงบแสดงฐานะการเงินที่มี การรับรองแล้วของ ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา

(๔.๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้ยื่นหนังสือรับรองบัญชี เงินฝาก ไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา และจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชี เงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔.๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการและทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ (สินเชื่อที่ธนาคาร ภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการ พาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่ รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (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) เอกสารข้อเสนอทางด้านเทคนิค

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

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

#### ๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกันให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

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

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๖ พฤษภาคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

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

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำความผิดอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

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](http://www.gprocurement.go.th)

๔.๙ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีสัญญาที่มีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือสัญญางบเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ 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 จ้างกิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ  
ให้กับผู้ประกอบการ ผ่านสื่อดิจิทัล

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน  
โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่น  
ข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผล  
การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใด  
เสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอ  
รายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วน  
ที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือ  
เป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน  
ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้าง  
ด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์  
ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา  
คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริง  
เพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสม  
หรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอ  
ทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะ  
ยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดท้ายจะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์  
ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย  
หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่น  
ข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่น  
ข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่น  
มายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจ  
ดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคา  
อิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถ  
ดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิ  
ที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้อง  
ค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์  
หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก  
มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือ

สมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือส่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

## ๖. การทำสัญญาจ้าง

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

### ๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา 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) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

## ๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลง และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

## ๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

## ๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

## ๑๐. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๘

การลงนามในสัญญาจะกระทำได้อีกเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินกองทุนฯ ปี ๒๕๖๘ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใบเรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ฝ่าฝืนปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ ภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกเงินจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกหรือให้ชดเชยความเสียหายอื่น (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 หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



## ขอบเขตของงาน (Term of Reference)

### กิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ ผ่านสื่อดิจิทัล

#### ๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลกโดยการทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ให้สินค้าและธุรกิจบริการของไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าและบริการของประเทศอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการให้ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศได้พบปะเจรจาการค้าทั้งผ่านช่องทาง Onsite ในรูปแบบต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้านานาชาติ (International Trade Fair) และการจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) เป็นต้น และ Online รูปแบบต่างๆ เช่น Website หรือ social media ต่างๆ นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมสินค้าและบริการของไทย เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป้าหมายและตลาดโลก รวมถึงจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความพร้อม ในการดำเนินกระบวนการส่งออก และให้ความรู้เรื่องการตลาด สินค้า บริการ แนวโน้มตลาด แนวโน้มสินค้าและบริการรวมถึงกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

ปัจจุบัน มวยไทยได้รับความนิยมอย่างมากในทั่วโลกและมีผู้สนใจเพิ่มมากขึ้นทุกปี มีโรงเรียน ยิมออกกำลังกายมากกว่า ๑๐,๐๐๐ แห่งทั่วโลก มูลค่าส่งออกสินค้ากว่า ๑๗๗ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ดังนั้นการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ศักยภาพในสินค้าและบริการมวยไทยในระดับนานาชาติ จะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และเกิดการรับรู้ในคุณค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการจากไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ก่อให้เกิดการขยายโอกาสทางการค้าของธุรกิจมวยไทยและสินค้าที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง สามารถต่อยอดไปยังสินค้าศักยภาพอื่นๆ ของไทยในตลาดโลกต่อไปได้ในอนาคต ดังนั้น กิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ ผ่านสื่อดิจิทัล จะเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์พฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งตลาดสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการต่อไป

#### ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการไทยไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดกิจกรรมทางการตลาดด้านการส่งออกในตลาดเป้าหมาย นำไปสู่การขยายตัวด้านการค้าระหว่างประเทศ

๒.๒ เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าศักยภาพของไทยในตลาดต่างประเทศจนก่อให้เกิดกระแสการบริโภคสินค้าและบริการของไทยเพิ่มมากขึ้น

#### ๓. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ และผู้บริโภคในต่างประเทศ

#### ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

บริษัทจะต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการส่งออก และผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๑ วางแผนกลยุทธ์และแนวทางในการประชาสัมพันธ์มวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้ง อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ อาทิ Arts and Craft/ Food/ Fruit/ Fashion and Lifestyle/ ธุรกิจบริการ เป็นต้น

- กำหนดแนวคิด (Concept) รูปแบบในการนำเสนอ (Mood & Tone) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ พร้อมข้อมูลและเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

- กำหนด Key Message ที่สามารถสร้างการรับรู้และนำไปใช้สื่อสารเพื่อสร้าง Impact ให้กับสินค้าและบริการ

- วางแผนกลยุทธ์ในรูปแบบ Collaboration Marketing พร้อมแนวทางในการประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมการบริโภคมวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้งอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร แพชั่น ภาพยนตร์ไทย เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้ ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดกิจกรรมทางการตลาดในด้านการส่งออก โดยการนำเสนอพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการ ทั้งนี้การวางแผนประชาสัมพันธ์จะต้องกำหนดการใช้สื่อ และช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคตได้อย่างเหมาะสม

- จัดทำแผนการทำงานและรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ในการผลิตสื่อ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

- แนวคิด กลยุทธ์ และแผนการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์สินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสถานการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสดังเกิดขึ้นในอนาคต

#### ๔.๒ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

##### ๔.๒.๑ สื่อวิดีโอ

- ดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอ โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน ซึ่งวิดีโอแต่ละชิ้นงานต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐-๓๐ นาที โดยสื่อวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีเสียงพากย์เป็นภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ และจัดทำวิดีโอฉบับตัดต่อที่มีความยาวเหมาะสม สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล อาทิ Youtube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น โดยเน้นเนื้อหา ในการเจาะพฤติกรรมผู้บริโภคในกีฬามวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้ง อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะต้องมีการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ Entertainment ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอ ตัวอย่าง Story Board เพื่อประกอบการพิจารณา

- สื่อวิดีโอข้างต้นจะต้องมีการกล่าวถึงกรม ตามความเหมาะสม เพื่อเชิญชวนให้ผู้รับชม ได้ทราบและติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ ของกรม โดยต้องได้รับการพิจารณาจากกรม ก่อนทำการเผยแพร่

- สื่อวิดีโอที่ผลิตต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ทั้งหมด หรือหากมีการใช้ภาพประกอบที่มีอยู่แล้ว ต้องเป็นภาพที่ถูกลิขสิทธิ์และต้องให้กรม พิจารณาก่อนใช้งาน

- ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเดินทางไปบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในประเทศเป้าหมาย โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำทั้งหมด

- นำเสนอผู้ดำเนินรายการ โดยต้องเป็นผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ Youtuber/ KOL) โดยมีผู้ติดตามผ่านช่องทาง Youtube, Facebook, TikTok, Instagram จำนวนอย่างน้อย ๑ ล้าน แต่ละท่าน มีผู้ติดตามทางช่องทาง Social Media จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑ ล้านผู้ติดตาม โดยผู้มีชื่อเสียงแต่ละท่าน จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ผ่านมามีความสอดคล้องกับสินค้าและบริการหรือตลาดเป้าหมายอย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของผู้ดำเนินรายการต้องมีความเหมาะสมและมีภาพลักษณ์ที่ดี สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ของโครงการ

##### ๔.๒.๒ สื่ออาร์ตเวิร์ค

เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดทั้งในรูปแบบสื่อออนไลน์และออฟไลน์

- ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คประกอบสื่อวิดีโอ ที่มีความเข้าใจง่าย สวยงาม และทันสมัย โดยให้มีความสอดคล้องกับสื่อวิดีโอ จำนวนอย่างน้อย ๔ ชิ้นงาน โดยนำเสนอแนวคิดในการจัดทำอาร์ตเวิร์ค ที่สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ตามข้อ ๔.๒.๑

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

- ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค (Key Visual) ในรูปแบบออนไลน์แบนเนอร์ (Online Banner) ให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย และแปลกใหม่ โดยให้มีความสอดคล้องกับสื่อวิดีโอจำนวนอย่างน้อย ๔ ชิ้นงาน รวมทั้งปรับแก้ไขอาร์ตเวิร์ค เพื่อนำไปใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่กรมกำหนด และปรับแก้ไขให้เหมาะสมกับช่องทางในการประชาสัมพันธ์

- บริษัทต้องนำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คออนไลน์แบนเนอร์ (Online Banner) เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา

#### ๔.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

##### ๔.๓.๑ เผยแพร่สื่อผ่านช่องทางออนไลน์

- ประชาสัมพันธ์สื่อวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น จำนวนรวมอย่างน้อย ๘ สื่อ โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Followers

- ประชาสัมพันธ์อาร์ตเวิร์คผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม อาทิ YouTube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น จำนวนรวมอย่างน้อย ๘ สื่อ โดยในแต่ละสื่อออนไลน์จะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Followers

- จะต้องจัดทำแผนการและนำเสนอวิธีการ (Media Plan) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ และนำเสนอชื่อช่องสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสื่อ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงเวลา ที่เหมาะสมของแต่ละสื่อ รวมทั้ง รายละเอียดในการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

- ยิงสื่อโฆษณา (สื่อวิดีโอและอาร์ตเวิร์ค) ที่ได้จัดทำขึ้นบนช่องทางออนไลน์ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มยอดเข้าชมสื่อวิดีโอมากขึ้น

๔.๔ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้แปลภาษาที่เป็นเจ้าของภาษาอังกฤษ (Native English Speaker) ซึ่งผู้แปลภาษาท่านนั้นจะต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษ อย่างน้อย ๑ ปีขึ้นไป พร้อมนำเสนอผลงานที่ผ่านมาอย่างน้อย ๑ ชิ้น

##### ๔.๕ ประเมินผลกิจกรรม

๑) เก็บสถิติจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) จำนวนครั้งที่เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Audience Reach) รวมถึงจำนวนผลตอบรับจากคนเข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ (Engagement)

๒) จัดทำสรุปผลการดำเนินโครงการ พร้อมข้อเสนอแนะ และแนวทางในการดำเนินงานในอนาคต

๔.๖ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นวัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๔.๗ ผู้รับจ้างต้องมีผลงานประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกับงานประกวดราคาจ้าง มีประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๑ ปี พร้อมนำเสนอผลงานประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกับงานประกวดราคาจ้างอย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน

##### หมายเหตุ

๑) เนื้อหาและรูปแบบของสื่อทุกประเภทถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การดำเนินการจัดทำสื่อวิดีโอ จะต้องจัดทำ Title และ End credit โดยหากมีการใช้เพลง หรือดนตรีประกอบ ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่างๆ จะต้องถูกต้องตามลิขสิทธิ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์บริษัทจะต้องรับผิดชอบทั้งหมด รวมทั้งดำเนินการจัดหา/คัดเลือกผู้บรรยายหรือผู้ดำเนินรายการ ดำเนินการจัดทำและจัดหา

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

ภาพประกอบ ภาพกราฟิก องค์ประกอบต่างๆ ในการผลิตตามความเหมาะสม เพื่อให้งานสมบูรณ์ เป็นไปตามวัตถุประสงค์

๒) อาร์ตเวิร์คทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม

๓) ผู้รับจ้างจะต้องรายงาน/ แจ้งความคืบหน้า/ กรมให้ความเห็นชอบ ในการดำเนินงานต่างๆ ตามขอบเขต การดำเนินงานให้กรมทราบหรือพิจารณาในทุกขั้นตอนการทำงาน

#### ๕. ตัวชี้วัด

จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ผ่านสื่อต่างๆ ต้องมีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านครั้ง

#### ๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๖.๑ ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ผู้นำเข้าส่งออก รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศทราบ ถึงกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเข้าถึงกิจกรรมหรือบริการด้านการค้าระหว่างประเทศได้มากขึ้น

๖.๒ จำนวนผู้ประกอบการขยายตัวด้านการส่งออกในตลาดเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น

๖.๓ การรับรู้สินค้าบริการไทยที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าด้านการส่งออกและการบริโภคสินค้าและบริการของไทย

#### ๗. คุณสมบัติของผู้เสนองาน

๗.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๗.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๗.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๗.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๗.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงาน ของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๗.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ ภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๗.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกวด ราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๗.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่น ข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

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

#### ๘. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน ๒๕๖๘



ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

## ๙. งบประมาณในการดำเนินโครงการ

วงเงินงบประมาณ ๔,๘๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านแปดแสนบาทถ้วน)

## ๑๐. กำหนดเวลาการส่งมอบงาน : ภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

## ๑๑. แนวทางการเสนองาน

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Uploads) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรม ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นขอเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

### ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

(๑) นำเสนอการวางแผนกลยุทธ์และแนวทางในการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์สินค้าไทย นำเสนอแนวความคิด (Concept) รูปแบบ (Mood & Tone) รวมทั้งกำหนด Key Message ที่สามารถสร้างการรับรู้และนำไปใช้สื่อสารเพื่อสร้าง Impact ให้กับสินค้าและบริการมวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้ง วัสดุหัตถกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ที่ผ่านการศึกษา วิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสดังขึ้นในอนาคต พร้อมจัดทำแผนการทำงานโดยละเอียด (Timeline) มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

(๒) นำเสนอแนวความคิดและรูปแบบการผลิตสื่อวิดีโอ พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Story Board ให้มีความแปลกใหม่ ทันสมัย ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภค กระแส หรือเทรนด์ในตลาดเป้าหมาย โดยมีการสื่อสารชัดเจนเข้าใจง่าย นำเสนอในมุมมองที่แปลกใหม่ น่าสนใจ ในรูปแบบ Entertainment ให้ความเพลิดเพลิน

(๓) นำเสนอบุคคลผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ Youtuber/ KOL)

(๔) นำเสนอแนวคิดในการออกแบบ พร้อมนำเสนอตัวอย่างการจัดทำอาร์ตเวิร์ค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำอาร์ตเวิร์คอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

(๕) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ พร้อมแผนการประชาสัมพันธ์

(๖) นำเสนอรูปแบบการประเมินผลกิจกรรม

(๗) ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้แปลภาษาที่เป็นเจ้าของภาษา (Native English Speaker) ซึ่งจะต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษประสบการณ์อย่างน้อย ๑ ปีขึ้นไป พร้อมนำเสนอผลงานที่ผ่านมาอย่างน้อย ๑ ชิ้น

(๘) ประสบการณ์การทำงานของผู้นำเสนองานที่ผ่านมา และเอกสารจดทะเบียนบริษัทและประวัติ

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๒๕ พ.ค. ๒๕๖๘ เวลา ๐๘.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ชั้น ๗ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี ๑๑๐๐๐ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่นำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด และไม่พิจารณาข้อเสนอที่นอกเหนือจากรายละเอียดในเอกสารนำเสนองานที่ได้อัปโหลดในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมจะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรม เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

## ๑๒. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาจัดจ้าง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะพิจารณาตัดสินจัดจ้างผู้เสนอราคา โดยใช้แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๒.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลางเป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่เสนอ (Price)

๑๒.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

### วิธีการประเมินและให้คะแนน

๑. วางแผนกลยุทธ์และแนวทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่น่าสนใจในตลาดเป้าหมายกำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                                                                               | วิธีการให้คะแนน                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ๑. นำเสนอแนวความคิด (Concept) รูปแบบการนำเสนอ (Mood & Tone) และนำเสนอตัวอย่างพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่เป็นกระแส หรือสินค้าและบริการที่น่าสนใจ ในตลาดเป้าหมายจำนวนอย่างน้อย ๖ ชิ้นงาน โดยใช้กลยุทธ์ Collaboration Marketing ในการสร้างการรับรู้สามารถสร้าง Impact ให้กับสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าใจง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ ครอบคลุมตาม TOR ข้อ ๔.๑-๔.๒ มีการนำเสนอ Key Message ที่สะท้อนถึงสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน มีการวิเคราะห์ตัวอย่างสินค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสดังขึ้นในอนาคต | ๑๐    | ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวความคิดการวางกลยุทธ์รวมทั้งสินค้าและบริการที่เป็นกระแสในตลาดเป้าหมาย จากหลักการและเหตุผลที่อ้างอิงมาจากการศึกษา ค้นคว้าหรือวิเคราะห์กลยุทธ์ | คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน |

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|
| <p>๒. นำเสนอแนวความคิด (Concept) รูปแบบการนำเสนอ (Mood &amp; Tone) และนำเสนอตัวอย่างสินค้าและบริการที่น่าสนใจ เป็นกระแสในตลาดเป้าหมายจำนวนอย่างน้อย ๕ ชิ้นงาน โดยใช้กลยุทธ์ Collaboration Marketing ในการสร้างการรับรู้สามารถสร้าง Impact ให้กับสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าใจง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ ครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๑-๔.๒ มีการนำเสนอ Key Message ที่สะท้อนถึงสินค้าและบริการ เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ตัวอย่างสินค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต</p> | ๖ |  |  |
| <p>๓. นำเสนอแนวความคิด (Concept) รูปแบบการนำเสนอ (Mood &amp; Tone) และนำเสนอตัวอย่างสินค้าและบริการที่น่าสนใจ เป็นกระแสในตลาดเป้าหมายจำนวนอย่างน้อย ๔ ชิ้นงาน โดยใช้กลยุทธ์ Collaboration Marketing ในการสร้างการรับรู้สามารถสร้าง Impact ให้กับสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าใจง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ ครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๑-๔.๒ มีการนำเสนอ Key Message ที่สะท้อนถึงสินค้าและบริการ เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ตัวอย่างสินค้า ตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ที่คาดว่าจะมีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต</p> | ๓ |  |  |

**๒. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๕๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้**

**๒.๑ ผลิตภัณฑ์วิดีโอ กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้**

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                  | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                           | วิธีการให้คะแนน                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <p>๑. ผลิตภัณฑ์วิดีโอ โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ - ๓๐ นาที โดยวิดีโอต้องประกอบด้วยเสียงพากย์ภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษและจัดทำวิดีโอฉบับตัดต่อที่มีความยาวเหมาะสมสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล อาทิ Youtube, Facebook, TikTok,</p> | ๑๕    | <p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมาโดยพิจารณาจาก Story Board ตัวอย่างคลิปวิดีโอและภาพยนตร์ตัดต่อ (Mock Up) หรือตัวอย่างคลิป</p> | <p>คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน</p> |



..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |    |                                               |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------|--|
| Instagram เป็นต้น โดยเน้นเนื้อหาในการเจาะพฤติกรรมผู้บริโภคในกีฬามวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้งอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะต้องมีการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ Entertainment ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Story Board เพื่อประกอบการพิจารณา                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    | วิดีโอและภาพยนตร์ที่ใช้งานจริงของผู้นำเสนองาน |  |
| ๒. ผลิตสื่อวิดีโอ โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ - ๓๐ นาที โดยวิดีโอต้องประกอบด้วยเสียงพากย์เป็นภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ และจัดทำวิดีโอฉบับตัดต่อที่มีความยาวเหมาะสมสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล อาทิ Youtube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น โดยเน้นเนื้อหาในการเจาะพฤติกรรมผู้บริโภคในกีฬามวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้ง อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะต้องมีการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ Entertainment ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Story Board เพื่อประกอบการพิจารณา | ๑๐ |                                               |  |
| ๓. ผลิตสื่อวิดีโอ โดยมีความละเอียดของภาพระดับ Full HD จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ - ๓๐ นาที โดยวิดีโอต้องประกอบด้วยเสียงพากย์เป็นภาษาไทยพร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ และจัดทำวิดีโอฉบับตัดต่อที่มีความยาวเหมาะสมสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล อาทิ Youtube, Facebook, TikTok, Instagram เป็นต้น โดยเน้นเนื้อหาในการเจาะพฤติกรรมผู้บริโภคในกีฬามวยไทยและสินค้าเกี่ยวเนื่อง อีกทั้ง อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะต้องมีการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย น่าสนใจ Entertainment ให้ความเพลิดเพลิน พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Story Board เพื่อประกอบการพิจารณา | ๕  |                                               |  |

๒.๒ นำเสนอบุคคลผู้มีชื่อเสียง(Influencer/ Youtuber/ KOL) กำหนดให้ ๒๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                         | วิธีการให้คะแนน                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ๑. มีการออกแบบสร้างสรรค์สื่อร่วมกับผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ Youtuber/ KOL) โดยนำเสนอผู้มีชื่อเสียงจำนวนอย่างน้อย ๒ ท่าน แต่ละท่านมีจำนวนผู้ติดตามผ่านช่องทาง Social Media ต่างๆ รวมไม่น้อยกว่า ๑ ล้านผู้ติดตาม และนำเสนอผลงาน ที่ผ่านมาของผู้มีชื่อเสียงแต่ละท่าน อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยผู้มีชื่อเสียงที่นำเสนอมานั้นต้องมีความสอดคล้องกับสินค้าและบริการ หรือตลาดเป้าหมาย | ๒๕    | ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาจากจำนวนผู้ติดตามรวมที่ให้ประโยชน์สูงสุด | คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน |
| ๒. มีการออกแบบสร้างสรรค์สื่อร่วมกับผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ Youtuber/ KOL) โดยนำเสนอผู้มีชื่อเสียงจำนวนอย่างน้อย ๑ ท่าน มีจำนวนผู้ติดตามผ่านช่องทาง Social Media ต่างๆ รวมไม่น้อยกว่า ๑.๕ ล้านผู้ติดตาม และนำเสนอผลงานที่ผ่านมาของผู้มีชื่อเสียงอย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยผู้มีชื่อเสียงที่นำเสนอมานั้นต้องมีความสอดคล้องกับสินค้าและบริการ หรือตลาดเป้าหมาย                   | ๑๖    |                                                                                        |                                     |
| ๓. มีการออกแบบสร้างสรรค์สื่อร่วมกับผู้มีชื่อเสียง (Influencer/ Youtuber/ KOL) โดยนำเสนอผู้มีชื่อเสียงจำนวนอย่างน้อย ๑ ท่าน มีจำนวนผู้ติดตามผ่านช่องทาง Social Media ต่างๆ รวมไม่น้อยกว่า ๑ ล้านผู้ติดตาม และนำเสนอผลงานที่ผ่านมาของผู้มีชื่อเสียงอย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน โดยผู้มีชื่อเสียงที่นำเสนอมานั้นต้องมีความสอดคล้องกับสินค้าและบริการ หรือตลาดเป้าหมาย                     | ๘     |                                                                                        |                                     |

๒.๓ อาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                                                                | วิธีการให้คะแนน                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ๑. นำเสนอการออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค Key Visual เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำอาร์ตเวิร์ค Print Ads นำเสนอตัวอย่างการออกแบบจำนวนอย่างน้อย ๖ ชิ้นงาน เพื่อให้เห็นภาพ การนำเสนอมีความโดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย สามารถสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่ายถึงวัตถุประสงค์โครงการสามารถอธิบายถึงที่มาและความหมายของการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ | ๑๕    | ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาการออกแบบและแนวคิดการจัดทำ Key Visua อาร์ตเวิร์ค และกราฟิกต่างๆ ที่บริษัทนำเสนอ | คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน |
| ๒. นำเสนอการออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค Key Visual เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำอาร์ตเวิร์ค Print Ads นำเสนอตัวอย่างการออกแบบจำนวนอย่างน้อย ๕ ชิ้นงาน เพื่อให้เห็นภาพ การนำเสนอมีความ                                                                                                                                                | ๑๐    |                                                                                                                               |                                     |

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|
| โดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย สามารถสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่ายถึงวัตถุประสงค์โครงการ สามารถอธิบายถึงที่มาและความหมายของการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ                                                                                                                                                                    |   |  |  |
| ๓. นำเสนอการออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค Key Visual เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำอาร์ตเวิร์ค Print Ads นำเสนอตัวอย่างการออกแบบจำนวนอย่างน้อย ๔ ชิ้นงาน การนำเสนอมีความโดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย สามารถสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ ได้ง่ายถึงวัตถุประสงค์โครงการ สามารถอธิบายถึงที่มาและความหมายของการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ | ๕ |  |  |

๓. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                              | วิธีการให้คะแนน                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ๑. นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์พร้อมแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่จะเป็นการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในต่างประเทศ พร้อมทั้งนำเสนอรายชื่อสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ในวงกว้างจำนวนอย่างน้อย ๑๐ ช่องทาง สำหรับสื่อวิดีโอ และ ๑๐ ช่องทาง สำหรับสื่ออาร์ตเวิร์ค มีการนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า เน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ มีการระบุกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อที่นำมาเสนอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ | ๑๕    | ประเมินจากเอกสารที่ ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณารายชื่อสื่อปริมาณ และฐานผู้ชมของสื่อดังกล่าว | คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน |
| ๒. นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์พร้อมแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่จะเป็นการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในต่างประเทศ พร้อมทั้งนำเสนอรายชื่อสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ในวงกว้างจำนวนอย่างน้อย ๙ ช่องทาง สำหรับสื่อวิดีโอ และ ๙ ช่องทาง สำหรับสื่ออาร์ตเวิร์ค มีการนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า เน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ มีการระบุกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อที่นำมาเสนอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑   | ๗     |                                                                                             |                                     |
| ๓. นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์พร้อมแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่จะเป็นการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในต่างประเทศ พร้อมทั้งนำเสนอรายชื่อสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ในวงกว้างจำนวน                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ๓     |                                                                                             |                                     |



ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| อย่างน้อย ๘ ช่องทาง สำหรับสื่อวิดีโอ และ ๘ ช่องทาง สำหรับสื่ออาร์ตเวิร์ค มีการนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า เน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ มีการระบุกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อที่นำมาเสนอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|

๔. ประเมินผลการดำเนินโครงการ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                                                                     | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                       | วิธีการให้คะแนน                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ๑. มีการรายงานจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) จำนวนครั้งที่เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Audience Reach) รวมถึงจำนวนผลตอบรับจากคนเข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ (Engagement) รวมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ | ๑๐    | ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมาโดยพิจารณาจากรูปแบบและแนวทางในการประเมินผลกิจกรรม | คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน |
| ๒. มีการรายงานจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) จำนวนครั้งที่เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Audience Reach) รวมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ                                                              | ๕     |                                                                                      |                                     |

๕. ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้แปลภาษาที่เป็นเจ้าของภาษาอังกฤษ (Native English Speaker) ซึ่งผู้แปลภาษาท่านนั้นจะต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและประสบการณ์การทำงานด้านการแปลภาษาอังกฤษ อย่างน้อย ๑ ปีขึ้นไป พร้อมนำเสนอผลงานที่ผ่านมาอย่างน้อย ๑ ชิ้น กำหนดให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                     | วิธีการให้คะแนน                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ๑. ผู้แปลภาษาที่เป็นเจ้าของภาษา มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ๑ ท่าน ที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า ๓ ปีขึ้นไป พร้อมนำเสนอผลงานที่ผ่านมาอย่างน้อย ๑ ชิ้น | ๕     | ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นเสนอมา โดยพิจารณาจากผลงานและประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้แปล | คณะกรรมการพิจารณาและให้คะแนนร่วมกัน |
| ๒. ผู้แปลภาษาที่เป็นเจ้าของภาษา มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ๑ ท่านที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า ๒ ปีขึ้นไป พร้อมนำเสนอผลงานที่ผ่านมาอย่างน้อย ๑ ชิ้น  | ๓     |                                                                                    |                                     |
| ๓. ผู้แปลภาษาที่เป็นเจ้าของภาษา มีความเชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาอังกฤษ ๑ ท่าน ที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า ๑ ปีขึ้นไป พร้อมนำเสนอผลงานที่ผ่านมาอย่างน้อย ๑ ชิ้น | ๑     |                                                                                    |                                     |

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

๖. ประสิทธิภาพการทำงานของบริษัท กำหนดให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                    | คะแนน | วิธีการประเมิน                                                                         | วิธีการให้คะแนน                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ๑. ผู้รับจ้างต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานประกวดราคาจ้าง มีประสิทธิภาพการทำงานอย่างน้อย ๓ ปี พร้อมนำเสนอผลงานอย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน ตาม TOR ข้อ ๔.๗ | ๕     | ประเมินจากเอกสารที่ผู้ยื่นเสนอมานำมา โดยพิจารณาจากผลงานและประสบการณ์ที่ผ่านมาของบริษัท | คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารและการนำเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำเสนอและการให้คะแนนพิจารณาจาก |
| ๒. ผู้รับจ้างต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานประกวดราคาจ้าง มีประสิทธิภาพการทำงานอย่างน้อย ๒ ปี พร้อมนำเสนอผลงานอย่างน้อย ๒ ชิ้นงาน ตาม TOR ข้อ ๔.๗ | ๓     |                                                                                        | ประสบการณ์และการทำงานที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา                                                               |
| ๓. ผู้รับจ้างต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานประกวดราคาจ้าง มีประสิทธิภาพการทำงานอย่างน้อย ๑ ปี พร้อมนำเสนอผลงานอย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน ตาม TOR ข้อ ๔.๗ | ๑     |                                                                                        |                                                                                                              |

๑๓. สิ่งที่ต้องส่งมอบหลังเสร็จงาน

๑๓.๑ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นภายใต้โครงการฯ พร้อมส่งมอบหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานจำนวน ๓ เล่ม

๑๓.๒ รวบรวมและบรรจุรายงานสรุปผลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง ภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย และ Stock-shot อาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม โดยนำเสนอไฟล์ต้นฉบับที่มีคุณภาพสูง (Full HD) ในรูปแบบ Hard Drives ขนาดความจุ ไม่น้อยกว่า ๑ TB จำนวน ๓ ชิ้น

๑๓.๓ อื่นๆ ที่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับ

๑๓.๔ กรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติม เพื่อให้การตรวจรับเป็นไปโดยเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๑๔. ข้อตกลงหลังการคัดเลือก/ว่าจ้าง

๑๔.๑ ตลอดระยะเวลาในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด โดยอนุญาตให้คณะกรรมการตรวจรับ หรือผู้แทนกรมที่เกี่ยวข้องร่วมพิจารณาเสนอความคิดเห็นตลอดการทำงาน และต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กรมกำหนด

๑๔.๒ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนองานให้คณะกรรมการฯ ตรวจพิจารณารูปแบบการนำเสนอ อักษร ภาพ เสียง รวมถึงการนำเสนอในรูปแบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อน จึงจะสามารถดำเนินการผลิตและเผยแพร่ได้

๑๔.๓ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในการปรับปรุงแก้ไขงานตามที่คณะกรรมการฯ ให้ข้อคิดเห็น

๑๔.๔ หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๔ ทางกรมจะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้าง ตามเนื้องานที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

๑๕. อัตราค่าปรับ

๑๕.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น



ประธานกรรมการ



กรรมการ



กรรมการ

๑๕.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๕.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

#### ๑๖. ข้อสงวนสิทธิ์

กรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมพิจารณาและเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมทั้งสิ้น

#### ๑๗. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

#### ๑๘. ผู้รับผิดชอบโครงการ

นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณวารี นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ  
สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์  
๕๖๓ ถนนนนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี ๑๑๐๐๐  
โทร. ๐๒-๕๐๗-๗๙๒๓ , ๐๒-๕๐๗-๗๙๓๒

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร  
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

..... ประธานกรรมการ ..... กรรมการ ..... กรรมการ

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียด

ค่าใช้จ่ายการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

- ๑ ชื่อโครงการ กิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ ผ่านสื่อดิจิทัล
- ๒ หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- ๓ วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๔,๘๐๐,๐๐๐ บาท (เงินกองทุนฯ)
- ๔ วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๘  
คำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นเงิน ๔,๙๔๐,๐๐๐ บาท
  - ๔.๑ วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๑๘๓,๓๓๓.๓๓ บาท
  - ๔.๒ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย
    - ๔.๒.๑ สื่อวีดิโอภาพรวมสินค้าและบริการของไทย วงเงิน ๑,๘๘๐,๐๐๐ บาท
    - ๔.๒.๒ สื่ออาร์ตเวิร์ค วงเงิน ๔๒๑,๖๖๖.๖๗ บาท
  - ๔.๓ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ Youtube/ Facebook/ Website/ Instagram/ TIKTOK เป็นต้น วงเงิน ๒,๔๑๖,๖๖๖.๖๗ บาท
  - ๔.๔ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ วงเงิน ๓๘,๓๓๓.๓๓ บาท
- ๕ แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
  - ๕.๑ บริษัท บาร์คคีเทค จำกัด
  - ๕.๒ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
  - ๕.๓ บริษัท ทูมอร์โรว์ (ไทยแลนด์) จำกัด
- ๖ รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง
  - ๖.๑ นางสาวณิษฐดา พัยคณินิ  
ตำแหน่ง นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ  
() ประธานกรรมการ
  - ๖.๒ นางสาวไอริน ฉัตรสุวรรณาริ  
ตำแหน่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ  
() กรรมการ
  - ๖.๓ นายวิษณุ แสงวงศ์ศรีมี  
ตำแหน่ง นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ  
() กรรมการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

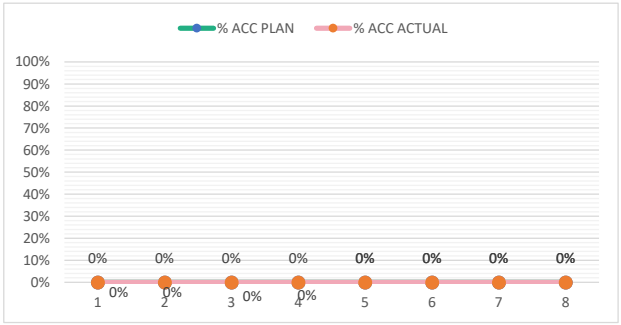
ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

( )

## ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

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

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



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

### หมายเหตุ:

- |    |              |                                                                                                                                                                  |
|----|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) | กรณีตัวอย่าง | กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสัญญา จำนวน 8 เดือน                                                                                                   |
| 2) |              | หมายถึง ระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่ละรายการก่อสร้าง เช่น งานรื้อโครงสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างผิวทาง) |
| 3) | 25           | หมายถึง ร้อยละของงานที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำปีของ แต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %                              |
| 4) | Money        | มูลค่างานแต่ละรายการ คำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานของแต่ละรายการ                                                                                      |
| 5) | % PLAN       | ร้อยละของแผนดำเนินงาน คำนวณจากมูลค่าของงานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ                                                                   |