



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘  
(THAIFEX - ANUGA ASIA 2025) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2025) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑๔,๖๗๑,๖๖๖.๖๖ บาท (สิบสี่ล้านหกแสนเจ็ดหมื่นหนึ่งพันหกร้อยหกสิบหกบาทหกสิบหกสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

จ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA 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. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้  
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงานสิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมคำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมคำที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมคำ การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมคำ

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (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 ๓ ล้านบาท

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

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

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

๑๓. ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) ในวันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๘ เวลา ๙.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม ๗๐๑ ชั้น ๗ (ตึกกรมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม และภาพขาวดำ จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ 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 ๐๒๕๐๗๗๘๑๔ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗





เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๓๘ / ๒๕๖๘

ประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘  
(THAIFEX - ANUGA ASIA 2025) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๗

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA 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) หลักประกันการเสนอราคา
  - (๒) 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 เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้  
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำกำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้ำหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ำรายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำกำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก กิจการร่วมค้ำนั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้ำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้ำที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก ผู้เข้าร่วมค้ำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวนหรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำกำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้ำ การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้ำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้ำ

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 ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ 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 ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

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

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย

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

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๔.๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นงบแสดงฐานะการเงินที่มีการรับรองแล้วของ ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา

(๔.๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้ยื่นหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก ไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยให้ยื่นขณะเข้าเสนอราคา และจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔.๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการและทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ 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 ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือ มอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๓) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

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

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

#### ๔. การเสนอราคา

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

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

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน

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

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

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

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

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

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 หรือสัญญาวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ และแผนการใช้เหล็กที่ผลิตในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา



## ๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๗๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน)

๕.๑ เช็ครหัสหรือตราประทับที่ธนาคารเซ็นส่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็ครหัสหรือตราประทับลงวันที่ที่ใช้เช็ครหัส หรือตราประทับนั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันที่ยื่นข้อเสนอ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่ คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต ให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่าง หนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำเช็ครหัสหรือตราประทับที่ธนาคารส่งจ่ายหรือพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้อง ส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือ ค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ารายที่ สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

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

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

## ๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะ พิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ กรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ จ้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2025)

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้ เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินสิทธิ ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือบิดเบือนข้อมูลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

## ๗. การทำสัญญาจ้าง

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

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรม ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

## ๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๒ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามรายละเอียดที่ระบุไว้ใน TOR ให้แล้วเสร็จภายในเดือนมีนาคม ๒๕๖๘

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

## ๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

## ๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

### ๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์ ดังนี้

(๑) แจกการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

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

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะรับหลักการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกร้องจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้ผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือ กระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว



รายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)  
กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX – ANUGA ASIA 2025)

๑. วัตถุประสงค์ :

- ๑.๑ เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2025) และร่วมเจรจาการค้ากับผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทย
- ๑.๒ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานแสดงสินค้า ในฐานะที่เป็นงานฯ ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในระดับสากล
- ๑.๓ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทย

๒. กลุ่มเป้าหมาย/ตลาดเป้าหมาย :

- ๒.๑ ผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitor)
  - ในประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ
  - ต่างประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ บริษัทต่างชาติ หรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย
- 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 :

งานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2025) จัด ณ อาคารอิมแพ็ค ชาเลนเจอร์ ๑ - ๓ และอาคารศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ๕ - ๑๒ โดยมีกำหนดการ ดังนี้

- ๓.๑ วันเจรจาธุรกิจ : ๒๗ - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘ เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๘.๐๐ น.
- ๓.๒ วันจำหน่ายปลีก : ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘ เวลา ๑๐.๐๐ - ๒๐.๐๐ น.
- ๓.๓ เว็บไซต์ : <http://www.thaifex-anuga.com>

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน :

๔.๑ การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑.๑ อาร์ตเวิร์คและสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่

(๑) นำอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) โลโก้ (Logo) (ตามภาคผนวก) พร้อมธีม “Beyond Food Experience” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ ซึ่งสามารถออกแบบโดยใช้ส่วนประกอบของ Key Visual เป็นชิ้นงานที่มีความสร้างสรรค์ใหม่ภายใต้แนวคิดความคิดหลัก พร้อมทั้งปรับเป็นขนาดต่างๆ ตามที่กรมกำหนด ทั้งนี้ ดีไซน์ของ Key Visual และ Logo ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้

(๒) ออกแบบและผลิตบัตรเชิญเข้าร่วมพิธีเปิดงานในรูปแบบ e-Invitation Card

๔.๑.๒ สื่อภาพยนตร์ / วิดีโอ ได้แก่

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

..........กรรมการ

..........ประธานกรรมการ

..........กรรมการ

(๒) ผลิต VDO สำหรับงานแถลงข่าว และใช้ประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดงานฯ ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ - ๑.๔๕ นาที (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ ๑ วิดีโอ)

(๓) ผลิต VDO ภาพบรรยากาศและไฮไลท์ของงานฯ ในแต่ละวัน ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ - ๑.๔๕ นาที วันละ ๑ วิดีโอ ตลอดการจัดงาน ๕ วัน

(๔) ผลิต VDO สรุปผลการจัดงานฯ ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ - ๑.๔๕ นาที (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ ๑ วิดีโอ พร้อม Subtitle ของแต่ละภาษา)

(๕) ผลิต VDO เชิญชวน Visitor เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนเข้าร่วมชมงาน และประชาสัมพันธ์งานฯ ครั้งต่อไป ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ - ๑.๔๕ นาที กำหนดการบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ และกำหนดให้มีการจัดทำ Subtitle ๔ ภาษา คือ อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น และสเปน อย่างละ ๑ วิดีโอ

(๖) ผลิต VDO เกี่ยวกับขั้นตอน กฎระเบียบ ข้อกำหนด การเข้าร่วมชมงานของ Visitor ความยาวไม่เกิน ๑.๐๐ - ๑.๓๐ นาที กำหนดการบรรยายเสียงภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และกำหนดให้มีการจัดทำ Subtitle ๕ ภาษา คือ ไทย อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น และสเปน ไม่น้อยกว่า ๑ วิดีโอ

(๗) ผลิต VDO เพื่อเชิญชวน Exhibitor เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์งานฯ ครั้งต่อไป ความยาวไม่เกิน ๑.๓๐ - ๑.๔๕ นาที กำหนดการบรรยายเสียงและ Subtitle เป็นภาษาไทย ๑ วิดีโอ

(๘) ตัดความยาว VDO Presentation ชุดต่างๆ ที่จัดทำขึ้น เพื่อให้เหมาะสมแก่การนำไปประชาสัมพันธ์บนช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หรือบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### ๔.๑.๓ ข้อมูลและข่าวสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

(๑) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ และจัดทำข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดโครงการ (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่นๆ ตามที่กรมกำหนด)

(๒) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) การจัดงานครั้งต่อไป (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่นๆ ตามที่กรมกำหนด)

(๓) จัดทำ E-Direct Mail (EDM) จำนวน ๔ ภาษา คือ จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ และสเปน จำนวนภาษาละ ๕ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ในต่างประเทศให้เข้าร่วม และเยี่ยมชมงานฯ รวมถึงประชาสัมพันธ์งานในครั้งต่อไป พร้อมจัดทำ EDM จำนวน ๒ ฉบับ ฉบับละ ๒ ภาษา คือ ไทย และอังกฤษ สำหรับกรมส่งให้ผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน

(๔) จัดทำข้อมูลและข่าวสารสำหรับประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

(๕) จัดทำข้อมูลและข่าวสารสำหรับประชาสัมพันธ์ไปยังผู้เข้าร่วมเยี่ยมชมงาน (Visitors) เกี่ยวกับข้อมูล คำแนะนำ กฎระเบียบ รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าชมงาน

(๖) จัดทำสื่อ Social Media Post เกี่ยวกับการจัดงานฯ รวมถึงกิจกรรมพิเศษต่างๆ ภายในงาน หรือเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร หรือข้อมูลอื่นๆ ตามที่กรมกำหนด เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ตลอดโครงการ

#### ๔.๑.๔ สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ได้แก่

(๑) จัดทำสปอตโฆษณาเป็นภาษาไทยสำหรับสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ความยาว ๑๕ วินาที เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนงานฯ ตามสื่อต่างๆ ในประเทศ

(๒) จัดทำสปอตโฆษณาเพื่อเผยแพร่ผ่านรายการวิทยุในประเทศที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความยาว ๓๐ วินาที

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

(๓) จัดทำสคริปต์และภาพประกอบการพูดประชาสัมพันธ์ในรายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที

(๔) จัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ อาทิ แบนเนอร์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางอีเมลไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๕) จัดทำป้ายโรลอัพ (Roll up) ขนาดตามที่กรมกำหนด จำนวน ๖ ชิ้น (เฉพาะป้ายไม่มีโครงโรลอัพ) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX - ANUGA ASIA 2025)

(๖) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานและแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของงานฯ สำหรับสื่อมวลชนหรือผู้เข้าร่วมงาน และจัดส่งไปยังสถานที่จัดงาน จำนวน ๑,๘๐๐ ชิ้น โดยแบ่งเป็น งานแถลงข่าว ๓๐๐ ชิ้น และพิธีเปิดงาน ๑,๕๐๐ ชิ้น

#### ๔.๒ การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๔.๒.๑ ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในต่างประเทศให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมระยะเวลาดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อในกลุ่มประเทศเป้าหมาย และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๔.๒.๒ ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคมที่ประชาชนได้รับจากการจัดงานที่อาจเกิดขึ้น อาทิ ปัญหาจราจร ปัญหาการเดินทางเข้าร่วมงาน ปัญหาการลงทะเบียน ในมุมมองผู้บริโภคสื่อในต่างประเทศ โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับวิกฤต/กระแสสังคมในกรณีต่างๆ กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย/ประเด็นปัญหา พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดระยะเวลาในการควบคุมสถานการณ์

๔.๒.๓ จัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ กลุ่มเป้าหมายตามที่คุณจัดงานฯ กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ รายชื่อ เพื่อดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยรายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๔.๒.๔ จัดส่งและเผยแพร่ E-Direct Mail (EDM) ที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑.๓ จำนวน ๔ ภาษา คือ จีน ญี่ปุ่น อังกฤษ และสเปน จำนวนภาษาละ ๕ ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ต่างประเทศ หรือตัวแทนในประเทศไทย ให้เข้าร่วมและเยี่ยมชมงาน รวมถึงประชาสัมพันธ์งานในครั้งต่อไป โดยจะต้องนำเสนอแผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) และกรอบระยะเวลาในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ ต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่จะส่ง

๔.๒.๕ ดำเนินการจัดส่งและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลข่าวสาร/สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน และกิจกรรมต่างๆ ไปยังสื่อมวลชน ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศ สมาคมการค้า สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์งาน

๔.๒.๖ จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพและได้รับความนิยมแพร่หลายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในตลาดเป้าหมายในภูมิภาคเอเชีย จีน อเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลาง และลาตินอเมริกา อย่างน้อยภูมิภาคละ ๒ สื่อ สื่อละอย่างน้อย ๒ ครั้ง แต่ละสื่อมีระยะเวลาการลงสื่อรวมกันไม่น้อยกว่า ๒ เดือน โดยต้องลงสื่อช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และช่วงหลังจบงานเพื่อประชาสัมพันธ์งานในครั้งต่อไป รวมถึงการซื้อโฆษณาและเผยแพร่

.....กรรมการ

.....อธิบดี

.....กรรมการ



ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, GDN, Youtube, Twitter, Tiktok และ Weibo โดยต้องมีการนำเสนอรายชื่อสื่อและแผนการประชาสัมพันธ์ (Media Plan)

๔.๒.๗ เชิญตัวแทนสื่อมวลชนต่างประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมีตัวแทนอยู่ในไทย (หากมี) เข้าร่วมเยี่ยมชมงานและจัดทำข่าวในวันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน ตลอดจนถึงงานจัดงาน ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ทั้งนี้ รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานและกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### ๔.๓ การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๔.๓.๑ ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในประเทศให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมระยะเวลาดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายภายในประเทศ และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๔.๓.๒ ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคมที่ประชาชนได้รับจากการจัดงานที่อาจเกิดขึ้น อาทิ ปัญหาจราจร ปัญหาการเดินทางเข้าร่วมงาน ปัญหาการลงทะเบียน ในมุมมองผู้บริโภคสื่อในประเทศ โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับวิกฤต/กระแสสังคมในกรณีต่างๆ กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย/ประเด็นปัญหา พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดระยะเวลาในการควบคุมสถานการณ์

๔.๓.๓ จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาชั้นนำระดับประเทศและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ โดยระบุช่วงเวลาเผยแพร่สื่อที่เหมาะสม ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่

(๑) เผยแพร่ Banner หรือ Advertorial ที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ บนเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ (Online Publishers) อาทิ ไทยรัฐทีวี, Manager, Pantip, Nation, Bangkok Post, Wongnai เว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความนิยมในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ แห่ง

(๒) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ บนสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อาทิ ช่อง ๓, ช่อง ๕, ช่อง ๗, ช่อง ๙, อัมรินทร์ทีวี และไทยรัฐทีวี จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ช่อง รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง

(๓) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ บนสื่อออนไลน์ใน Youtube หรือช่องทางอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู กดข้ามไม่ได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Impression

(๔) พูดประชาสัมพันธ์ตามสคริปต์ที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ ผ่านรายการโทรทัศน์ที่มีการออกอากาศในช่องทางออนไลน์ไปพร้อมกัน และได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ชม เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงการจัดงาน จำนวน ๒ รายการ ประกอบด้วย รายการข่าวช่วงเช้า ๑ รายการ และรายการข่าวช่วงเย็น ๑ รายการ ( อาทิ รายการเรื่องเล่าเช้านี้ รายการเรื่องเด่นเย็นนี้) รายการละไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยออกอากาศในช่วงเวลาที่กรมกำหนด

(๕) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ ๔.๑.๔ ผ่านช่องทางวิทยุที่มีการเผยแพร่ทั่วประเทศ โดยเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ครั้ง

(๖) สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) อาทิ Facebook, Instagram, GDN, Youtube, Twitter, TikTok (ระบุรายละเอียดและวิธีการดำเนินการในวันนำเสนองาน)

(๗) จัดให้มี Blogger/Influencer/YouTuber ชาวไทยหรือชาวต่างชาติชื่อดังในแวดวงธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก มาถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) เชิญชมงานฯ

.....กรรมการ

.....จพท.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

หรือจัดทำเป็นวิดีโอในรูปแบบ Vlog หรือวิดีโอเชิญชวนเข้าร่วมชมงาน และอัปโหลดเผยแพร่ในช่องทางของ Blogger/Influencer/YouTuber นั้นๆ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่กำหนด แบ่งเป็น

๗.๑) ไม่ต่ำกว่าระดับ Macro Influencer จำนวนอย่างน้อย ๕ ราย และจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ วิดีโอ โดยจะต้องไม่ซ้ำกัน

๗.๒) ไม่ต่ำกว่าระดับ Micro Influencer โดยเฉพาะใน TikTok จำนวนอย่างน้อย ๑๐ ราย และจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ วิดีโอ โดยจะต้องไม่ซ้ำกัน

๗.๓) ไม่ต่ำกว่าระดับ Nano Influencer จำนวนอย่างน้อย ๑๐ ราย และจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ วิดีโอ โดยจะต้องไม่ซ้ำกัน

หมายเหตุ : ระดับของ Influencer ๓ ระดับ ดังนี้

- ระดับ Macro Influencer คือ Influencer ที่มีผู้ติดตามจำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ถึง ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย

- ระดับ Micro Influencer คือ Influencer ที่มีผู้ติดตามจำนวน ๑๐,๐๐๐ ถึง ๑๐๐,๐๐๐ ราย

- ระดับ Nano Influencer คือ Influencer ที่มีผู้ติดตามจำนวน ๑,๐๐๐ ถึง ๑๐,๐๐๐ ราย

(๘) ป้ายโฆษณา แบ่งเป็น

๘.๑) ป้ายขนาด ๓x๘ เมตร จำนวน ๑ ป้าย โดยนำมาติดตั้งบริเวณป้ายประตูทางเข้ากระทรวงพาณิชย์

๘.๒) ป้าย Billboard หรือ Digital Billboard โดยทำการออกแบบ ผลิต และติดตั้งป้ายในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของงานแสดงสินค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถมองเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณใกล้เคียงสถานทูตต่างประเทศประจำประเทศไทย และในตัวเมืองกรุงเทพฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ป้าย (สามารถลดขนาดป้ายได้ทั้งขนาดเล็กและใหญ่) เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับจนถึงวันสุดท้ายของการจัดงาน ทั้งนี้ บริษัทต้องระบุจำนวนป้ายและสถานที่ติดตั้งป้ายในวันนำเสนองานฯ

๘.๓) ป้าย Billboard บริเวณสนามบินสุวรรณภูมิ โดยออกแบบ ผลิต และติดตั้งป้ายให้อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ครอบคลุมกลุ่มผู้โดยสารขาเข้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวนอย่างน้อย ๑ ป้าย เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับจนถึงวันสุดท้ายของการจัดงาน (บริษัทต้องระบุจำนวนป้ายและสถานที่ติดตั้งป้ายในวันนำเสนองานฯ)

๘.๓.๔) อัปเดตและบริหารจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์ หรือบนช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของงาน อาทิ Facebook/Instagram Official Account ของงาน รวมถึงเป็น Admin ตอบคำถามและให้ข้อมูลอย่างน้อย ๒ ภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ในทุกช่องทาง ทั้งนี้ คำตอบต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมก่อน

๘.๓.๕) ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามข้อ ๔.๑.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและกิจกรรมต่างๆ ไปยังสื่อมวลชน นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

๘.๓.๖) ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่มีการนำสินค้ามาดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ พร้อมทั้งรับผิดชอบการยืมและการส่งคืนสินค้านี้ด้วย

๘.๓.๗) จัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๔.๑ ไปยังสถานที่จัดงานหรือสถานที่อื่นๆ ตามที่กรมกำหนด

๘.๓.๘) ดำเนินการจัดงานแถลงข่าว ดังนี้

(๑) นำเสนอแนวคิดและรูปแบบงานแถลงข่าว สถานที่จัดงาน พร้อมแผนการดำเนินงาน

(๒) จัดเตรียมสถานที่พร้อมออกแบบ ตกแต่งให้เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน พร้อมจัดหาอุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

.....กรรมการ

.....ผู้อำนวยการ

.....กรรมการ

- (๓) จัดหาพิธีกร ๒ ภาษาระดับมืออาชีพดำเนินการภายในงาน จำนวน ๑ คน
- (๔) จัดหาเจ้าหน้าที่ดำเนินงานต้อนรับแขก และอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในงาน
- (๕) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมืออาชีพ

บนช่องทางออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(๖) เชิญสื่อมวลชนในประเทศเข้าร่วมงานแถลงข่าวไม่น้อยกว่า ๓๐ สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒๐ ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่าน QR Code

(๗) จัดทำคำกล่าวสำหรับงานแถลงข่าว เตรียมประเด็นคำถาม-คำตอบของผู้บริหารสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ จัดทำสคริปต์พิธีกร รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนจากหน่วยงาน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ

(๘) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงานในวันแถลงข่าวจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่

#### ๔.๓.๙ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมพิธีเปิดงาน

(๑) โดยจะต้องมีสื่อมวลชนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๔๐ สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๓๐ ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่าน QR Code

(๒) จัดเตรียมคูปองรับประทานอาหารสำหรับสื่อมวลชนในวันพิธีเปิด มูลค่า ๒๐๐ บาท จำนวน ๒๕๐ ใบ

(๓) เชิญสื่อมวลชนในประเทศ เข้าร่วมเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า วันพิธีเปิดงาน ตลอดจนถึงงานจัดงาน ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๔) จัดเตรียมประเด็นสัมภาษณ์ของผู้บริหารสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาไทยและ/หรือภาษาอังกฤษ (หากมี) รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกในกรณีที่สื่อมวลชนขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร

(๕) ลงข่าวการจัดงานพิธีเปิดในหน้า ๑ ของหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมอย่างน้อย ๒ ฉบับ (อาทิ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ประชาชาติธุรกิจ หรือบางกอกโพสต์)

๔.๓.๑๐ บริหารจัดการศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) ตลอดระยะเวลาการจัดงาน ๕ วัน โดยจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงาน อุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์สำนักงาน โทรศัพท์/โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ (Printer) และคอมพิวเตอร์พร้อมอินเทอร์เน็ตจำนวน ๓ ชุด และติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ภายในศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) รวมถึงการทำความสะอาด การเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

๔.๓.๑๑ รับรองและอำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนที่มาเยี่ยมชมงาน รวมทั้งประสานงานนัดหมาย และถ่ายภาพประกอบการให้สัมภาษณ์ของผู้นำเข้าต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้บริหารจากภาครัฐและเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นถามตอบในแต่ละภาษา กรณีมีการสัมภาษณ์

๔.๓.๑๒ จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทหารการค้าไทย (TCC) และโคโลญเมสเซ่ (KM) ประเทศเยอรมนี ตลอดระยะเวลาโครงการ

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๔.๓.๑๓ จัดทำข่าว/ข้อมูลเกี่ยวกับงานในช่วงเวลาต่างๆ ตลอดระยะเวลาสัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น/ช่วงเวลา (แต่ละข่าวประกอบไปด้วยภาษาไทย ๑ ฉบับ และภาษาอังกฤษ ๑ ฉบับ) รวมทั้งผลิต VDO ภาพบรรยากาศของงานตามข้อ ๔.๑.๒ โดยมีช่วงเวลาดังนี้

(๑) ตั้งแต่ลงนามในสัญญา - ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๖๘ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลช่วงก่อนงาน อาทิ ข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับงาน ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน (Pre-Register) ข้อมูลกิจกรรมที่น่าสนใจ ข้อมูลการเดินทาง

(๒) ข่าว/ข้อมูลพิธีเปิดงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX-ANUGA ASIA 2025)

(๓) ตั้งแต่วันที่ ๒๗ - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘ อาทิ กิจกรรมไฮไลท์ บรรยากาศภายในงาน

(๔) ตั้งแต่วันที่ ๑ มิถุนายน ๒๕๖๘ เป็นต้นไป อาทิ ผลการจัดงาน ข้อมูลการจัดงานในปีถัดไป

๔.๓.๑๔ จัดทำ Press Clipping ระหว่างการจัดงาน

๔.๓.๑๕ สรุปการลงข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ในรูปแบบ News Clipping โดยรวบรวม Link ข่าวในทุกๆ ครั้งที่ส่งภายในวันที่มีการเผยแพร่ Press Release ทั้งนี้ หากสื่อมีการลงข่าวเพิ่ม ให้รวบรวมและส่ง Link ข่าวให้กรมเพิ่มเติม

๔.๓.๑๖ จัดส่งข่าวผลการจัดงานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไปยังสื่อมวลชน ภายใน ๓ วัน หลังงานสิ้นสุด ทั้งนี้ ให้นำส่งร่างข่าวผลการจัดงานให้กรมพิจารณาก่อนวันจัดงานสิ้นสุด

๔.๓.๑๗ จัดทำสรุปผลการจัดงาน (Post Show Report) ความยาวไม่เกิน ๑๐ หน้า และจัดทำในรูปแบบอินโฟกราฟิก เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และนำไปเผยแพร่ในช่องทางต่างๆ ตามที่กรมกำหนด ภายใน ๑๕ วัน หลังงานสิ้นสุด

๔.๓.๑๘ ประเมินผลกิจกรรม

(๑) เก็บสถิติจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (Views) และจำนวนครั้งที่มีการเข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ (Engagement) ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

(๒) จัดทำแบบสอบถามและเก็บสถิติเกี่ยวข้อง เพื่อวัดการรับรู้การจัดงานแสดงสินค้า ผ่านระบบการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน

#### หมายเหตุ :

\*\* หากมีการออกอากาศ ผู้รับจ้างต้องนำคลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์โฆษณาสั้นไปให้คณะกรรมการของสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งตรวจพิจารณาให้ผ่านเรียบร้อยก่อนนำไปออกอากาศ \*\*

\*\* อาร์ตเวิร์คทั้งหมด เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม \*\*

\*\* การจัดทำอาร์ตเวิร์ค ข่าวแจก สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน จะต้องมีการแปลและเขียนเรียบเรียงเป็นภาษาต่างๆ ตรวจสอบพิสูจน์อักษร ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียบเรียงเป็นภาษาต่างๆ ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี โดยต้องตรวจสอบความถูกต้องในภาพรวมทั้งหมดก่อนส่งให้กรมพิจารณาทุกครั้ง \*\*

\*\* ผู้รับจ้างไม่สามารถนำเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์งานโฆษณา ภาพงานแสดงสินค้า ข้อมูลและรายชื่อกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานฯ ไปเผยแพร่หรือแจกจ่ายแก่สาธารณชน ก่อนได้รับอนุญาตจากกรม \*\*

\*\* เนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่างๆ และการแปลข้อมูลเอกสารต่างๆ ที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ ต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ใด หากมีการละเมิด ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น \*\*

\*\* ผู้รับจ้างต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน และมีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี \*\*

\*\* ผู้เสนองานต้องนำเสนอประวัติการศึกษาและประสบการณ์การทำงานของผู้แปลภาษาและทีมงานทุกคน \*\*

\*\* ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา \*\*

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๕. ระยะเวลาการดำเนินงาน : เดือนมกราคม - เดือนกันยายน ๒๕๖๘

๖. งบประมาณ : ๑๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบสี่ล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๗. การส่งมอบงานและการชำระเงิน :

๗.๑ งวดที่ ๑ จ่ายค่าจ้างเป็นอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานให้กรม ภายในเดือนมีนาคม ๒๕๖๘ โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงาน ดังนี้

(๑) แบบร่างการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ๑) อาร์ตเวิร์คและสื่อสิ่งพิมพ์ ๒) สื่อภาพยนตร์ / วิดีโอ ๓) ข้อมูลและข่าวสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ และ ๔) สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตาม TOR ข้อ ๔.๑

(๒) แผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในต่างประเทศ และในประเทศ แผนงานสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคม ตาม TOR ข้อ ๔.๒ และ ข้อ ๔.๓

(๓) รายงานสรุปผลการดำเนินการในช่วงระยะเวลาดังกล่าวที่จัดทำขึ้นทั้งหมด พร้อมส่งมอบหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม

(๔) รวบรวมและบรรจุไฟล์รายงานสรุปผลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย อาร์ตเวิร์ค และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้น โดย Upload ไฟล์บนพื้นที่จัดเก็บข้อมูลออนไลน์ที่สามารถแชร์ผ่าน Link ได้ และสามารถใช้งานได้จนสิ้นสุดการจัดงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)

(๕) อื่นๆ ที่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับที่สามารถนำมาเก็บรักษาได้

(๖) คณะกรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติม เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปโดยเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๗.๒ งวดที่ ๒ จ่ายค่าจ้างเป็นอัตราร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานให้กรม ภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๘ ซึ่งต้องส่งมอบงานตามรายละเอียดการดำเนินการจัดกิจกรรมทั้งหมดในช่วงหลังจบงานแสดงสินค้า ซึ่งครอบคลุมการประชาสัมพันธ์งานฯ ในครั้งต่อไป โดยส่งมอบรายละเอียด ดังนี้

(๑) รายงานสรุปผลการดำเนินการตลอดทั้งโครงการ ตาม TOR ข้อ ๔ พร้อมส่งมอบหลักฐานชิ้นงานที่เกี่ยวข้องลงในเล่มส่งมอบงานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม

(๒) รวบรวมและบรรจุไฟล์รายงานสรุปผลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ภาพถ่าย อาร์ตเวิร์ค และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้น ตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงานฯ จนถึงการประชาสัมพันธ์งานฯ ในครั้งต่อไป (เนื่องงานงวดที่ ๑ และงวดที่ ๒) ลงใน External Hard Drives ขนาดความจุไม่น้อยกว่า ๒ TB จำนวน ๒ ชิ้น พร้อมทั้ง Upload ไฟล์บนพื้นที่จัดเก็บข้อมูลออนไลน์ที่สามารถแชร์ผ่าน Link ได้ และสามารถใช้งานได้จนสิ้นสุดการจัดงานแสดงสินค้าอาหาร ๒๕๖๘ (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)

(๓) อื่นๆ ที่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับที่สามารถนำมาเก็บรักษาได้

(๔) คณะกรรมการตรวจรับทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะเรียกเอกสาร/หลักฐานเพิ่มเติม เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปโดยเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

๘. คุณสมบัติของผู้เสนองาน :

๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว

เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

๘.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง 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 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๘.๑๑ ต้องมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ งาน

#### ๙. แนวทางการเสนองาน :

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

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 ๑๕ มี.ค. ๒๕๖๘ เวลา ๙.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๓๐ นาที) ณ ห้องประชุม ๗๐๑ ชั้น ๗ (ตึกกรมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ โดยจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนองานขนาด A4 ภาพสี จำนวน ๓ เล่ม และภาพขาวดำ จำนวน ๓ เล่ม ทั้งนี้ กรมจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมกำหนด

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

**เอกสารข้อเสนอด้านราคา**

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญา กรมจะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรม เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

**๑๐. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก :**

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 ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

**วิธีการประเมินและให้คะแนน**

๑) การนำเสนอแนวคิด การวางแผนการประชาสัมพันธ์ และการวางแผนสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/ กระแสสังคม กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๑.๑) การนำเสนอแนวคิดและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑.๑) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า ทั้งในต่างประเทศตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ ที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้า โดยผ่านการศึกษาวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของงานพร้อมข้อมูลประกอบ และสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการจัดงานได้ครบถ้วน โดยมีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการกำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงานที่ละเอียดครบถ้วน ครอบคลุม ชัดเจน	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑.๒) นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ ทั้งในต่างประเทศตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ ที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ และตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการจัดงาน โดยมีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และมีการกำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงานที่ละเอียดครบถ้วน ครอบคลุม ชัดเจน	๘		
๑.๑.๓) นำเสนอแนวคิดและการวางแผนการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ ทั้งในต่างประเทศตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ ที่เป็นสากล สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงานแสดงสินค้าฯ มีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ และกำหนดระยะเวลาหรือปฏิทินการดำเนินงาน	๖		
๑.๑.๔) นำเสนอแนวคิดและการวางแผนการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าฯ ทั้งในต่างประเทศตาม TOR ข้อ ๔.๒.๑ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๑ มีรายละเอียดประเด็นการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอน รูปแบบ พร้อมกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน	๔		

๑.๒) การนำเสนอแผนสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคม กำหนดให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๒.๑) นำเสนอแผนงานสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคมที่ประชาชนได้รับจากการจัดงานที่อาจเกิดขึ้น ในมุมมองผู้บริโภคสื่อทั้งต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๒ โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับวิกฤต/กระแสสังคมในกรณีต่างๆ กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย/ประเด็นปัญหา	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....กรรมการ

.....กรรมการ



เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดระยะเวลาในการควบคุมสถานการณ์ โดยยกตัวอย่างวิกฤต/กระแสสังคม จำนวน ๒ กรณี			
๑.๒.๒) นำเสนอแผนงานสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคมที่ประชาชนได้รับจากการจัดงานที่อาจเกิดขึ้น ในมุมมองผู้บริโภคสื่อทั้งต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๒ โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับวิกฤต/กระแสสังคมในกรณีต่างๆ กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย/ประเด็นปัญหา พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดระยะเวลาในการควบคุมสถานการณ์ โดยยกตัวอย่างวิกฤต/กระแสสังคม จำนวน ๑ กรณี	๓		
๑.๒.๓) นำเสนอแผนงานสำหรับการบริหารจัดการวิกฤต/กระแสสังคมที่ประชาชนได้รับจากการจัดงานที่อาจเกิดขึ้น ในมุมมองผู้บริโภคสื่อทั้งต่างประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๒.๒ และในประเทศ ตาม TOR ข้อ ๔.๓.๒ โดยวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับวิกฤต/กระแสสังคมในกรณีต่างๆ กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย/ประเด็นปัญหา พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดระยะเวลาในการควบคุมสถานการณ์	๑		

๒) การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กำหนดให้ ๔๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๒.๑) สื่อวิดีโอ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑.๑) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๑.๒ พร้อมตัวอย่าง (Reference) และ Mood and Tone โดยนำเสนอวิดีโอที่มีความแปลกใหม่ทันสมัย กำหนดกลุ่มเป้าหมายของวิดีโอแต่ละชิ้นงาน พร้อมนำเสนอความยาวของวิดีโอ	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้

.....กรรมการ

..... จฟท .....ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ชุดต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและช่องทางในการเผยแพร่ โดยมีการนำเสนอตัวอย่างวิดีโอที่จะจัดทำซึ่งต้องสะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงานในระดับสากล		ประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๑.๒) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอ ครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๑.๒ พร้อมตัวอย่าง (Reference) และ Mood and Tone ที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงานในระดับสากลและตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการนำเสนอ Storyboard หรือเค้าโครงวิดีโอที่จะจัดทำ	๘		
๒.๑.๓) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๑.๒ ที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของงานระดับสากลและตรงกลุ่มเป้าหมาย	๖		
๒.๑.๔) นำเสนอแนวคิดและแนวทางในการผลิตวิดีโอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๑.๒ กำหนด	๔		

๒.๒) อาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๒.๑) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และ โลโก้ (Logo) พร้อมธีม "Beyond Food Experience" ของงาน แสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาออกแบบ จัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงความ เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ระดับนานาชาติได้อย่างโดดเด่น ชัดเจน เข้าใจง่าย สะท้อนเอกลักษณ์และจุดเด่นของงาน โดยสามารถอธิบายความหมายและที่มาของการออกแบบชิ้นงานได้อย่างน่าสนใจ พร้อมทั้งนำเสนอชิ้นงานอาร์ตเวิร์คขนาดและรูปแบบต่างๆ ที่จะใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ ในช่องทางต่างๆ อย่างครบถ้วนและน่าสนใจ	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการ ดำเนินการ และหัวข้อใน เอกสารประกอบการ ประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้ คะแนนพิจารณาตาม เกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๒.๒) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Beyond Food Experience” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงความเป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับนานาชาติอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย สะท้อนเอกลักษณ์และจุดเด่นของงาน พร้อมทั้งนำเสนอชิ้นงานอาร์ตเวิร์คขนาดและรูปแบบต่างๆ ที่จะใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ อย่างครบถ้วน	๘		
๒.๒.๓) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Beyond Food Experience” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ สื่อถึงการเป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับนานาชาติ	๖		
๒.๒.๔) นำเสนอตัวอย่างอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) พร้อมธีม “Beyond Food Experience” ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ ออกแบบขึ้นใหม่ให้ดูน่าสนใจ	๔		

๒.๓) ข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๓.๑) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ พร้อมรูปแบบ ตัวอย่าง หัวข้อหรือประเด็น ข้อมูล เนื้อหา และตัวอย่างการเขียนคอนเทนต์ที่น่าสนใจทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนนำเสนอตัวอย่างผลงานต่างๆ ที่เคยทำ รวมถึงกำหนด	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
แผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล			
๒.๓.๒) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ พร้อมรูปแบบ ตัวอย่าง หัวข้อหรือประเด็น ข้อมูล เนื้อหา และการเขียนคอนเทนต์ที่จะจัดทำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล	๘		
๒.๓.๓) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ พร้อมรูปแบบ ตัวอย่าง หัวข้อหรือประเด็น ข้อมูลที่จะจัดทำ รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล	๖		
๒.๓.๔) นำเสนอการจัดทำข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้ง E-Direct Mail (EDM) ข่าว Press Release และข่าวสารลงสื่อ Social Media ตาม TOR ข้อ ๔.๑.๓ รวมถึงกำหนดแผนและกรอบระยะเวลาในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล	๔		

๒.๔) สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นๆ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๔.๑) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงาน แสดงสินค้าฯ สามารถสร้างกระแส กระตุ้นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงานได้เป็นอย่างดี พร้อมนำเสนอแผน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างสื่อ แนวทางการเผยแพร่ และการจัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ดังกล่าวไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วนและเห็นภาพชัดเจน			
๒.๔.๒) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนถึงภาพลักษณ์อันดีของงานแสดงสินค้าฯ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงาน พร้อมนำเสนอแผนและแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว	๓		
๒.๔.๓) นำเสนอการออกแบบและแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ตามข้อ ๔.๑.๔ ครบถ้วน โดยสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สะท้อนภาพลักษณ์อันดีของงานแสดงสินค้าฯ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาเยี่ยมชมงาน	๑		

๒.๕) ฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๕.๑) นำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า พร้อมแหล่งที่มาที่มีคุณภาพ และเหตุผลที่เลือกฐานข้อมูลดังกล่าว สำหรับจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยรายชื่อดังกล่าวต้องถูกต้องตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงเสนอวิธีการสรุปและประเมินผลการจัดส่ง EDM ในแต่ละครั้ง เพื่อวิเคราะห์คุณภาพของฐานข้อมูล พร้อมแนวทางในการปรับปรุงเพื่อให้การจัดส่ง EDM ครั้งต่อไปมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จำนวน ๗๐,๐๐๑ รายชื่อขึ้นไป	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๒.๕.๒) นำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า พร้อมแหล่งที่มา และเหตุผลที่เลือกฐานข้อมูลดังกล่าว สำหรับจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยรายชื่อดังกล่าวต้องถูกต้องตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน ๖๐,๐๐๑ - ๗๐,๐๐๐ รายชื่อ	๓		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๕.๓) นำเสนอตัวอย่างฐานข้อมูลผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า สำหรับจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยรายชื่อดังกล่าวต้องถูกต้องตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน ๕๐,๐๐๐ - ๖๐,๐๐๐ รายชื่อ	๑		

๓) การเผยแพร่สื่อในประเทศ กำหนดให้ ๒๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๓.๑) การซื้อสื่อและเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑.๑) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อมข้อมูลสถิติประกอบการพิจารณา รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer หรือ Youtuber ชาวไทยหรือชาวต่างชาติชื่อดังในแวดวงธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ที่เป็นระดับ Macro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๕๐๐,๐๐๑ รายขึ้นไป โดยผู้ที่เป็นระดับ Micro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๕๐,๐๐๑ ขึ้นไป และโดยผู้ที่เป็นระดับ Nano Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๕,๐๐๑ รายขึ้นไป	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง * ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอ นำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer หรือ Youtuber ที่มีจำนวนผู้ติดตามไม่ตรงตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน คณะกรรมการจะพิจารณาให้คะแนนตามระดับที่ต่ำสุดของจำนวนผู้ติดตามที่เสนอ	
๓.๑.๒) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer หรือ Youtuber ชาวไทยหรือชาวต่างชาติ	๘		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ชื่อดังในแวดวงธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ที่เป็นระดับ Macro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๔๐๐,๐๐๑ - ๕๐๐,๐๐๐ ราย โดยผู้ที่เป็นระดับ Micro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๔๐,๐๐๑ - ๕๐,๐๐๐ ราย และโดยผู้ที่เป็นระดับ Nano Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๔,๐๐๑ - ๕,๐๐๐ ราย			
๓.๑.๓) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ มีการนำข้อมูลเชิงปริมาณมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer หรือ Youtuber ชาวไทยหรือชาวต่างชาติชื่อดังในแวดวงธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ที่เป็นระดับ Macro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๓๐๐,๐๐๑ - ๔๐๐,๐๐๐ ราย โดยผู้ที่เป็นระดับ Micro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๓๐,๐๐๑ - ๔๐,๐๐๐ ราย และโดยผู้ที่เป็นระดับ Nano Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๓,๐๐๑ - ๔,๐๐๐ ราย	๖		
๓.๑.๔) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer หรือ Youtuber ชาวไทยหรือชาวต่างชาติชื่อดังในแวดวงธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ที่เป็นระดับ Macro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่	๔		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒๐๐,๐๐๑ - ๓๐๐,๐๐๐ ราย โดยผู้ที่เป็นระดับ Micro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๒๐,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ ราย และโดยผู้ที่เป็นระดับ Nano Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๒,๐๐๑ - ๓,๐๐๐ ราย			
๓.๑.๕) นำเสนอสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ทั้งนี้ เน้นการลงสื่อชั้นนำระดับประเทศ พร้อมนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์ในประเทศได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงนำเสนอรายชื่อ Blogger หรือ Influencer หรือ Youtuber ชาวไทยหรือชาวต่างชาติชื่อดังในแวดวงธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้ที่เป็นระดับ Macro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๑๐๐,๐๐๐ - ๒๐๐,๐๐๐ ราย โดยผู้ที่เป็นระดับ Micro Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐ ราย และโดยผู้ที่เป็นระดับ Nano Influencer จะต้องเป็นผู้ติดตามจำนวนตั้งแต่ ๑,๐๐๐ - ๒,๐๐๐ ราย	๒		

๓.๒) การจัดงานแถลงข่าว ให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๒.๑) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ หัวข้อหรือประเด็นเนื้อหา และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เห็นภาพได้ชัดเจน แปลกใหม่ โดดเด่น ทันสมัย เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีกำหนด Timeline ชัดเจน โดยงานแถลงข่าวจะต้องแสดงให้เห็นว่าจะสามารถสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้าฯ ได้อย่างกว้างขวาง รวมถึงนำเสนอการออกแบบตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๘ และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน พร้อมทั้งเสนอแผนรองรับกรณีเกิดเหตุสุดวิสัย	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ



เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๒.๒) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ หัวข้อหรือประเด็นเนื้อหา และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เห็นภาพได้ชัดเจน โดดเด่น เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีการกำหนด Timeline ชัดเจน พร้อมทั้งนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๘ และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน	๘		
๓.๒.๓) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่เป็นสากล สะท้อนภาพลักษณ์อันดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ มีการกำหนด Timeline ชัดเจน พร้อมทั้งนำเสนอการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๘ และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าวได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของงาน	๖		
๓.๒.๔) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ และแผนการจัดงานแถลงข่าวที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าฯ รวมถึงการออกแบบ ตกแต่ง จัดหาพิธีกร อุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๓.๘ และนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดสดงานแถลงข่าว	๔		

๔) การเผยแพร่สื่อต่างประเทศ กำหนดให้ ๑๐ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๔.๑) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายและประเทศที่คาดว่าจะเป็ตลาดเป้าหมายในอนาคต ซึ่งเน้นการลงสื่อชั้นนำ และตรงกลุ่มเป้าหมาย มีการนำเสนอรายชื่อสื่อที่จะลง พร้อมเหตุผลและข้อมูลประกอบการเลือกสื่อ โดยนำเสนอครบถ้วน	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ตาม TOR ข้อ ๔.๒ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ อีกทั้งนำเสนอข้อมูลมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า		ประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	
๔.๒) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย เน้นการลงสื่อที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ อีกทั้งนำเสนอข้อมูลมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า	๘		
๔.๓) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ตาม TOR ข้อ ๔.๒ มีการนำเสนอข้อมูลมาสนับสนุนวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า	๖		
๔.๔) นำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศครบถ้วนทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตลอดโครงการ ครบถ้วนตาม TOR ข้อ ๔.๒	๕		

๕) คุณสมบัติและประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้เสนองาน กำหนดให้ ๑๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๕.๑) ประสบการณ์ของผู้เสนองานในลักษณะงานประชาสัมพันธ์ ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑.๑) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๕ งาน	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำ และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๕.๑.๒) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๔ งาน	๔		
๕.๑.๓) ผู้นำเสนองานมีประสบการณ์ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน ๓ งาน	๓		

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
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 จำนวน ๕ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	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		
๕.๒.๔) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวน ๒ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๒		
๕.๒.๕) มีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ จำนวน ๑ คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๑		

๕.๓) คุณสมบัติและประสบการณ์ของผู้แปลภาษา ให้ ๕ คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๓.๑) ผู้แปลภาษาต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียบเรียงเป็นภาษาต่างๆ เทียบเท่าระดับเจ้าของภาษา	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอมา โดยพิจารณาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการ	คณะกรรมการพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
โดยมีประสบการณ์ ๙ ปี พร้อมนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยทำ		ดำเนินการ และหัวข้อในเอกสารประกอบการประชุมแก่คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง	ได้เสนอมา และการให้คะแนนพิจารณาตามเกณฑ์
๕.๓.๒) ผู้แปลภาษาต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียงเรียงเป็นภาษาต่างๆ ที่มีประสบการณ์ ๘ ปี พร้อมนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยทำ	๔		
๕.๓.๓) ผู้แปลภาษาต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียงเรียงเป็นภาษาต่างๆ ที่มีประสบการณ์ ๗ ปี พร้อมนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยทำ	๓		
๕.๓.๔) ผู้แปลภาษาต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียงเรียงเป็นภาษาต่างๆ ที่มีประสบการณ์ ๖ ปี พร้อมนำเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยทำ	๒		
๕.๓.๕) ผู้แปลภาษาต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาและเขียนเรียงเรียงเป็นภาษาต่างๆ ที่มีประสบการณ์ ๕ ปี	๑		

๑๐.๒ คณะกรรมการจัดจ้างฯ ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้

๑๐.๓ หากมีเหตุที่เชื่อว่าการเสนอราคากระทำไปโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคาเอกสารอันเป็นเท็จหรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น คณะกรรมการจัดจ้างฯ สามารถพิจารณายกเลิกการเสนอราคาและลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม

๑๐.๔ หากผลงานและประสิทธิภาพ ไม่ตรงตามข้อตกลงทั้งหมดตามข้างต้น กรมมีสิทธิพิจารณาปรับบริษัทได้ตามสมควร

**๑๑. ข้อตกลงหลังการคัดเลือก/ว่าจ้าง :**

๑๑.๑ ตลอดระยะเวลาในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด โดยอนุญาตให้คณะกรรมการตรวจรับ หรือผู้แทนกรม ที่เกี่ยวข้องร่วมพิจารณาเสนอความคิดเห็นตลอดการทำงาน และต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กรมกำหนด

๑๑.๒ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนองานให้คณะกรรมการฯ ตรวจพิจารณารูปแบบการนำเสนอ อักษร ภาพเสียง รวมถึงบริการ หรือการนำเสนอในรูปแบบอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์งานแสดงสินค้า และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อนจึงจะสามารถดำเนินการผลิตและเผยแพร่ได้

๑๑.๓ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในการปรับปรุงแก้ไขงานตามที่คณะกรรมการฯ ให้ข้อคิดเห็น

๑๑.๔ หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๔ ทางกรมจะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้าง ตามเนื้องานที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

**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 โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

**๑๔. ข้อสงวนสิทธิ์ :**

กรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ที่ได้รับการคัดเลือกในครั้งนี หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมพิจารณาแล้วเห็นว่าการจ้างผู้ที่ได้รับการคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมทั้งสิ้น

**๑๕. สถานที่ติดต่อ :**

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กลุ่มงานสินค้าอาหาร ชั้น ๗ (อาคารริมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๓๖ E-mail : pr.thaifex@ditp.go.th

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

ภาคผนวก



Key Visual



Logo



สแกน QR Code เพื่อ Download

ไฟล์ Key Visual และ Logo ของงานแสดงสินค้าฯ

.....กรรมการ

.....ประธานกรรมการ

.....กรรมการ

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1. ชื่อโครงการ                       | กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร 2568 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2025) |
| 2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ            | สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม<br>กลุ่มงานสินค้าอาหาร                   |
| 3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร     | 14,000,000 บาท (สิบสี่ล้านบาทถ้วน)   |
| 4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) | 6 ธันวาคม 2567   |

โดยคำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง 3 ราย แล้วปรากฏว่า คิดได้เป็นจำนวนเงิน 14,671,666.66 บาท (สิบสี่ล้านหกแสนเจ็ดหมื่นหนึ่งพันหกกร้อยหกสิบหกบาทหกสิบหกสตางค์) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ประกอบด้วย

ลำดับ	รายการ	ราคา
1	ค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์	
	1.1 การประชาสัมพันธ์ในประเทศ	11,761,666.66
	1.1.1) ค่าจัดทำสื่อและเอกสารต่างๆ	3,206,666.67
	- ค่าออกแบบ จัดทำอาร์ตเวิร์ก	550,000.00
	- ค่าผลิตสื่อภาพยนตร์/วิดีโอ	906,666.67
	- ค่าจัดทำสปอตวิทยุ/โทรทัศน์/สื่อออนไลน์	466,666.67
	- ค่าจัดทำข้อมูล เอกสาร สำหรับการประชาสัมพันธ์	433,333.33
	- การบริหารจัดการเว็บไซต์และช่องทางออนไลน์	333,333.33
	- ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์งาน	516,666.67
	1.1.2) ค่าโฆษณาและเผยแพร่	6,516,666.66
	- สื่อออนไลน์	1,783,333.33
	- สื่อโทรทัศน์	2,300,000.00
	- สื่อวิทยุ	566,666.67
	- ป้ายโฆษณา	1,483,333.33
	- สกู๊ปพิเศษ บทความ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	383,333.33
	1.1.3) ค่าจัดงานแถลงข่าว	823,333.33
	- ค่าออกแบบ และตกแต่งสถานที่จัดงานแถลงข่าว	483,333.33
	- ค่าเช่าอุปกรณ์ภาพและเสียง	260,000.00
	- ค่าพิธีกร	80,000.00
	1.1.4) ค่าบริการ ดูแล และอำนวยความสะดวก (ศูนย์นักข่าว) ระหว่างวันจัดงาน Press Center	431,666.67
	- ค่าเช่าเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องพิมพ์ และเครื่องถ่ายเอกสาร	211,666.67
	- ค่าอินเทอร์เน็ต	106,666.67
	- ค่าทำความสะอาดสถานที่	40,000.00
	- ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงาน	73,333.33
	1.1.5) ค่าประสานงาน จัดส่งข่าว และเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน	783,333.33

ลำดับ	รายการ	ราคา
	1.2 การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	2,626,666.67
	1.2.1) ค่าแปลเอกสารเป็นภาษาต่างประเทศ	426,666.67
	1.2.2) ค่าจัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า	550,000.00
	1.2.3) ค่าโฆษณาและเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์	1,650,000.00
	1.3 ค่าจัดทำสรุปและประเมินผลการประชาสัมพันธ์	283,333.33
	รวม	14,671,666.66

5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- 5.1 บริษัท มิวท์ จำกัด
- 5.2 บริษัท อินทีเกรเต็ด คอมมูนิเคชั่น จำกัด
- 5.3 บริษัท อามิน บาบา จำกัด

6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

6.1 ..... *จิตภา ทศพ* ..... ประธานกรรมการ

นางสาวปิยธิดา เทศธรรม  
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

6.2 ..... *ณัฏฐ์ อธิวัฒน์* ..... กรรมการ

นางสาวณัชจรี อภิญามนตรี  
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

6.3 ..... *อัญญา* ..... กรรมการ

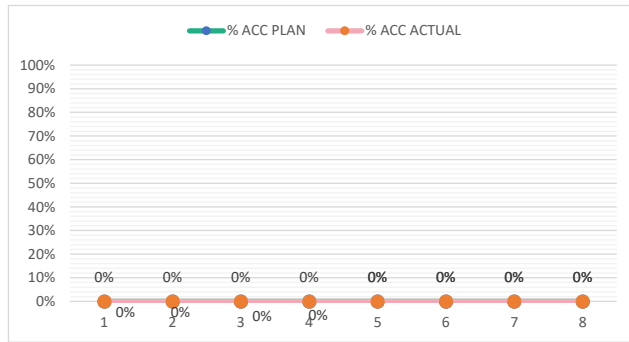
นางสาวอัญญา บัญญาทร  
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ



ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

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

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



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

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

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ  
โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ  
แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

( )