



ประกาศกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เรื่อง ประกวดราคาจ้างการจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างการจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑๓,๘๑๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สิบสามล้านบาทแปดแสนหนึ่งหมื่นบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

จ้างการจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 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. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เชื่อถือ โดยมีหลักฐานการดำเนินงาน/เอกสารที่เกี่ยวข้อง/หนังสือรับรองผลงาน/หนังสือสัญญาการดำเนินงานโครงการที่เสร็จสิ้นแล้ว อย่างน้อย ๑ สัญญา

หรือผลงานที่สามารถนำมาแสดงประกอบให้เห็นความสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ และทางกรม
ของสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วม
ค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน
สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วม
ค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่น
ข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้า
หลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดราย
หนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่น
ข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่น
ข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกิน
กว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดง
ฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดง
ฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่น
ข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่น
ข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ
โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่
ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือ
รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะ
เข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่า
งบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุน
หลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตาม
ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ
โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณี
ได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ **๒๓** มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา **๐๙.๐๐** น. ถึง **๑๒.๐๐** น.

ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดในขอบเขตการจ้างงาน (TOR) ในวันที่ **๒๔** มกราคม ๒๕๖๘ ตั้งแต่เวลา **๑๓.๓๐** น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ชั้น ๘ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (อาคารริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๕๐๗๗๘๑๔ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ **๖** มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๘





เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๔๕ /๒๕๖๘

ประกวดราคาจ้างการจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ลงวันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๘

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างการจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 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 แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ
- ๑.๘ แผนการทำงาน

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรม ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เชื้อถือ โดยมีหลักฐานการดำเนินงาน/เอกสารที่เกี่ยวข้อง/หนังสือรับรองผลงาน/หนังสือสัญญาการดำเนินงานโครงการที่เสร็จสิ้นแล้วอย่างน้อย ๑ สัญญา หรือผลงานที่สามารถนำมาแสดงประกอบให้เห็นความสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ และทางกรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวนหรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียนโดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว 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

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

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

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคล 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 (สินเชื่อที่ธนาคาร

ภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)

(๖) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

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

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

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือ มอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๓) สำเนาหนังสือรับรองผลงานประเภทเดียวกันกับงานจ้างประกวดราคา

(๔) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

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

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

๔. การเสนอราคา

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

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

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๘

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

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอและการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

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

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอมิผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่งาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมีใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

(๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
(๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวันเวลาที่กำหนด

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่ไม่ได้

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

๔.๙ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณี

สัญญาที่มีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือสัญญาวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาททั้งนี้ แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสาร ส่วนหนึ่งของสัญญา

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ และแผนการใช้เหล็กที่ผลิตในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๖๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (หกแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

๕.๑ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าทีในวันที่ยื่นข้อเสนอ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่ คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาต ให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่าง หนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ยื่นข้อเสนอนำเช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายหรือพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้อง ส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้กรมตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่าง เวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

กรณีที่ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "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 ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่น ข้อเสนอกรมจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ จ้างการจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE

- (๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐.๐๐
- (๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

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

๖.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

- (๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

- (๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินใจการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือว่า การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือ

สมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

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 และค่าใช้จ่ายที่ส่งแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลง และกรมได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๙.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๙.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๙.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

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

๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ การลงนามในสัญญาจะกระทำได้ต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๘ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตาม การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจาก ต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขน ได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตาม กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง คมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

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

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย ว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็น หนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกธำจากผู้ออก หนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกธำให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะ พิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือ ข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัด หรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่น ข้อเสนอ ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่ เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับ การ คัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็น ธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่น ใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือ กระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไว้ชั่วคราว

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



มกราคม ๒๕๖๘

ขอบเขตของงานหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
การจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025

.....

๑. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุก เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ และสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ และขยายช่องทางการตลาดแก่สินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงนโยบายรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ ในการผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการของไทยพร้อมกับผลักดันซอฟต์แวร์ไทยสู่ตลาดโลก รวมถึงส่งเสริม MSMEs ทุกระดับให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งปัจจุบันมี MSMEs กว่า ๓ ล้านรายทั่วประเทศ โดยกรมฯ ได้จัดกิจกรรมพัฒนาส่งเสริมสินค้าและผู้ส่งออกให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ รวมถึงการจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งเกิดจากการรวมงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ ๓ งาน ได้แก่ งานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน Bangkok International Gift Fair + Bangkok International Houseware Fair (BIG+BIH) งานแสดงสินค้าแฟชั่นและงานแสดงสินค้าเครื่องหนัง Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair (BIFF&BIL) และงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ Thailand International Furniture Fair (TIFF) เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้นำเข้า (Importer) ผู้ซื้อ (Buyer) ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ ที่มีแนวโน้มความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายในคราวเดียว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 เป็นการจัดงานครั้งที่ ๘ ซึ่งจัดครั้งแรกในเดือนตุลาคม ๒๕๖๐ โดยในปี ๒๕๖๘ กรมฯ ร่วมมือกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยจัดงาน STYLE Bangkok 2025 เป็นครั้งที่ ๓ เพื่อเป็นเวทีเจรจาการค้าระหว่างผู้แสดงสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ MSMEs ไทย (Thai Exhibitor) และผู้ประกอบการจากต่างประเทศ (International Exhibitor) โดยมุ่งเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นของไทยสู่ตลาดโลก และมุ่งให้งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok เป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นที่มีดีไซน์ระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน และมีคุณภาพได้มาตรฐานได้รับการยอมรับในตลาดโลก

ดังนั้น กรมฯ จึงกำหนดจัดการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ภายใต้แนวคิดหลัก The International Trade Fair for Visionary Design, Lifestyle, Fashion & Experience และแนวคิดรอง Boundless STYLE Visionaries เพื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok เป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้านานาชาติชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน เป็นเวทีเจรจาการค้าและส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีหลากหลายสินค้าที่มีดีไซน์ ไลฟ์สไตล์ แฟชั่น และเป็นเวทีที่สร้างความตระหนักในด้านความยั่งยืน การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นเวทีแสดงถึงศักยภาพของผู้ประกอบการไทย ผลักดันให้ซอฟต์แวร์ของไทยเป็นที่รับรู้อย่างกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นต่อการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ STYLE Bangkok ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย กว้างขวางทั้งต่างประเทศและในประเทศ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ก่อให้เกิดการส่งต่อข้อมูลทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2025 ว่าเป็นช่องทางการส่งออกที่สำคัญ และเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและซอฟต์แวร์ สำหรับผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทย และประชาชนทั่วไป และเป็นเวทีการค้าสินค้าที่มีคุณภาพของผู้ประกอบการส่งออกไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตเองที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก

๒.๓ เพื่อกระตุ้นเชิญชวนผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้น

๒.๔ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นผู้นำซอฟต์แวร์ เทรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์ และสนับสนุนแบรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นของไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ตลอดจนส่งเสริมนักออกแบบและศิลปินไทยให้มีเวทีแสดงศักยภาพและเผยแพร่ผลงานสู่สายตาชาวต่างชาติ

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๓.๒ ผู้เข้าชมงาน (Visitor) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ ผู้ค้าส่ง (Wholesaler) ผู้ค้าปลีกรายย่อย (Retailer) ตัวแทนจัดซื้อ (Buying Agent, Trading) ผู้ซื้อจากธุรกิจ Concept Store, Showroom, Selected Shop, Fashion House ห้างสรรพสินค้า ธุรกิจอาหารมัลติแบรนด์ ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท วิลล่าและเรซิเดนซ์ ธุรกิจ E-Commerce และผู้ค้าออนไลน์ นักออกแบบ สถาปนิก มัณฑนากร สถาบันการออกแบบต่าง ๆ รวมทั้งผู้ที่อยู่ในวงการแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ รวมถึงธุรกิจต่างชาติที่เกี่ยวข้องที่มีเครือข่ายอยู่ในประเทศไทยและในต่างประเทศ

๓.๓ ประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย ผู้ค้าปลีกท้องถิ่น ประชาชนทั่วไป นักเรียน และนักศึกษา

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

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

๔. ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย (๑) ในประเทศ (๒) ต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น กลุ่มตะวันออกกลาง (ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) อินเดีย สหภาพยุโรป กลุ่มประเทศอาเซียน (สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) และประเทศในกลุ่มการค้าชายแดนกับประเทศไทย (ลาว เมียนมา และกัมพูชา) เป็นต้น

๕. กลุ่มสินค้าเป้าหมาย ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ ของขวัญของขวัญของขวัญ ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัวเรือน ของเล่น เครื่องเขียน เคหะสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง ผ้าฝ้าย หนังสือนิตยสาร สินค้าแฟชั่น สินค้าสัตว์เลี้ยง สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม สินค้าสปา เป็นต้น

๖. ข้อมูลเบื้องต้น

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย จัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ดังนี้

๖.๑ วันจัดงาน ระหว่างวันที่ ๒ - ๖ เมษายน ๒๕๖๘

- วันเจรจาธุรกิจ (Trade Visitor) วันที่ ๒ - ๔ เมษายน ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. โดยผู้เข้าชมงานที่เป็นทั้งกลุ่มผู้ค้าและผู้ชมงานทั่วไป

- วันจำหน่ายปลีก (Public Visitor) วันที่ ๕ - ๖ เมษายน ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ - ๒๑.๐๐ น. โดยผู้เข้าชมงานที่เป็นทั้งกลุ่มผู้ค้าและผู้ชมงานทั่วไป


๖.๒ สถานที่ : ฮอลล์ ๑ - ๓ ชั้น G ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

๖.๓ เป้าหมายผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงาน (คาดการณ์)

- ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) ๕๐๐ บริษัท ๘๐๐ คูหา

- ผู้เข้าชมงาน (Visitor) ๒๕,๐๐๐ ราย

- คาดการณ์มูลค่า ๑,๖๐๐ ล้านบาท



๖.๔ Official Online Media ของงาน ได้แก่ เว็บไซต์: www.stylebangkokfair.com และโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook : Style Bangkok Fair, Instagram: @stylebangkokfair, Youtube : Style Bangkok Fair Tiktok : stylebangkokfair และ LINE : STYLE Bangkok

๖.๕ Official Email ของงาน คือ pr@stylebangkokfair.com

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

๗. ขอบเขตการดำเนินงาน

การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 แบ่งออกเป็น ๖ ส่วนหลัก ตั้งแต่ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน ซึ่งผู้รับจ้างต้องดำเนินการอย่างน้อย ดังนี้

ส่วนที่ ๑ : การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม

๑.๑ นำเสนอการวางแผน จัดทำแผนงาน แนวคิดการเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลา จะเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม และเตรียมการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

(๑) จัดทำแผน แนวคิด กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลา (Time Frame) ในภาพรวม พร้อมรายละเอียดของการดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 โดยครอบคลุมทุกส่วน TOR ข้อ ๗ และทุกกิจกรรมตลอดการจัดงาน ที่สร้างสรรค์โดดเด่นและเกิด Impact ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพตามกลุ่มเป้าหมายตาม TOR ข้อ ๔ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อ (Buyer) สื่อมวลชน (Press) และผู้เข้าชมงาน (Visitor) เข้าร่วมงานมากขึ้น โดยแบ่งเป็นช่วงก่อนงาน ระหว่างงาน และหลังการจัดงาน ทั้งนี้ จำนวนการรับรู้รวมตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการผ่านสื่อออฟไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๓๐ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน reaches ตลอดจนจัดทำและบริหารจัดการการใช้ LINE Official ของงาน และดำเนินการต่ออายุและบริหารจัดการอีเมลหลักของงาน pr@stylebangkokfair.com ให้อยู่ในสภาพที่ข้อมูลอัปเดตและพร้อมใช้งานตลอดเวลา

(๒) นำ Corporate Identity (CI) หลักของงาน Key Visual และแนวคิดหลัก “The International Trade Fair for Visionary Design, Lifestyle, Fashion & Experience” แนวคิดรอง “Boundless STYLE Visionaries” พร้อมประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic messages) ของงานที่กรมได้จัดทำขึ้นไปใช้เพื่อการจัดทำกราฟิก Tagline และอาร์ตเวิร์คสำหรับการจัดทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของงาน โดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก และใช้ภาษาไทยประกอบตามความเหมาะสม รวมถึงใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ตามที่กรมฯ พิจารณาเห็นควรตามความเหมาะสมของแต่ละตลาดเป้าหมาย เพื่อใช้เผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ** บริษัทสามารถปรับได้ตามความเหมาะสม โดยต้องให้สะท้อนถึงความโดดเด่นของงานและสินค้าที่จัดแสดง ทั้งนี้ อาร์ตเวิร์คทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม หากมีการปรับเปลี่ยนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรม ** (เอกสารแนบ)

๑.๒ ถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวและจัดทำเซตภาพสินค้าที่โดดเด่น เพื่อใช้ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณางานแสดงสินค้า ดังนี้

๑.๒.๑ คัดเลือกสินค้าสำหรับการถ่ายภาพจากผู้แสดงสินค้านงาน STYLE Bangkok 2025 โดยครอบคลุมสินค้าจาก ๗ กลุ่มหลักของงาน ได้แก่ ๑) Furniture ๒) Gifts ๓) Home Décor ๔) Houseware ๕) Fashion ๖) Health and Beauty และ ๗) Toys

๑.๒.๒ นำเสนอรูปแบบการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสอดคล้องแนวคิดหลัก อย่างน้อย ๑ แนวทาง พร้อมจัดหาช่างภาพสำหรับถ่ายภาพนิ่ง อย่างน้อย ๑ คน และช่างภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๑ คน โดยมีประสบการณ์การทำงานด้านการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวทั้งสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น อย่างน้อย

๕ ปี พร้อมผลงานอย่างน้อย ๕ ผลงาน ซึ่งมีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์ โดยบริหารจัดการและจัดทำรูปถ่ายสินค้าและคลิปวิดีโอสินค้า ดังนี้

(๑) รูปสินค้าไฮไลท์อย่างน้อย ๓๐ รูปต่อกลุ่มสินค้า และรูปเซ็ตรวมทุกกลุ่มสินค้าไฮไลท์เข้าด้วยกัน อย่างน้อย ๒๐ รูป พร้อมดำเนินการรีทัชตกแต่งภาพให้สวยงาม

(๒) คลิปวิดีโอความยาว อย่างน้อย ๓๐ วินาที อย่างน้อย ๓ คลิปวิดีโอ

(๓) คลิป Graphic Motion อย่างน้อย ๒๐ ชิ้นงาน

(๔) ดำเนินการเผยแพร่ภาพถ่ายสินค้าและคลิปวิดีโอลงในสื่อออนไลน์ของงาน

ทั้งนี้ ภาพถ่ายสินค้าและคลิปวิดีโอ รวมถึงภาพถ่ายสำรองถือเป็นลิขสิทธิ์ของกรม และต้องเสนอให้กรมพิจารณาเห็นควรก่อนดำเนินการ อีกทั้ง บริษัทต้องประสานงานกับสมาคม ผู้ประกอบการ พร้อมทั้งรับผิดชอบในการยืมและส่งคืนสินค้าที่นำมาถ่ายภาพดังกล่าว รวมถึงรวบรวมภาพนิ่งทุกภาพที่ยังไม่ได้ดำเนินการรีทัชหรือแก้ไขปรับปรุง (Raw file) และ Footage วิดีโอทุกชิ้นที่ได้ดำเนินการจัดทำแล้วทั้งหมด พร้อมจัดระบบเชื่อมโยงกับรูปภาพ ซึ่งจะต้องส่งมอบให้กรมทั้งหมด

๑.๓ การบริหารจัดการในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลและสื่อที่เกี่ยวข้องกับงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริหารจัดการผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดหา ดังนี้

๑.๓.๑ จัดเตรียมข้อมูลและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ อาทิ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบแบบตัวอักษร และกราฟิกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาพสินค้าของผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 2025 พร้อมดำเนินการจัดทำและประสานข้อมูลสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์งานในรูปแบบต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดหา เพื่อให้เนื้อหามีความสอดคล้องกัน

๑.๓.๒ บริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อสร้างและกระตุ้นการรับรู้ให้มีผู้ซื้อผู้นำเข้าทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยเข้าร่วมเจรจาธุรกิจและผู้ที่สนใจเข้าชมงานมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ของงาน อาทิ Facebook และ Instagram เป็นต้น โดยจะต้องวางแผนให้มียอดผู้ติดตามทั้งของ Facebook และ Instagram เพิ่มขึ้นรวมอย่างน้อย ๕,๐๐๐ ราย (ยอดเดิมของ FB จำนวน ๑๑๒,๔๕๖ แसनราย และ IG จำนวน ๓,๕๓๘ ราย) และต้องจัดให้มี Admin ตอบคำถาม และพร้อม update ข้อมูลต่างๆ ตลอดระยะเวลาของสัญญา ทั้งนี้ ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักของงาน โดยภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ใช้เป็นภาษาลำดับรอง ในกรณีที่กรมและสภาหอฯ เห็นควรปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสื่อที่จะเผยแพร่

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

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

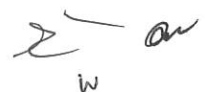
(๑) ก่อนงาน ๑๐๐ ครั้ง

(๒) ระหว่างงาน ๗๐ ครั้ง

(๓) หลังการจัดงาน ๓๐ ครั้ง

๑.๕ จัดให้มีเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ โดยบริษัทต้องนำเสนอประสบการณ์และประวัติการทำงาน เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณา ได้แก่

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



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

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

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

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

(๖) ทีมช่างภาพสำหรับการถ่ายภาพระหว่างการจัดงานแสดงสินค้า ได้แก่ ทีมช่างภาพนิ่ง ๒ ทีม ทีมช่างภาพเคลื่อนไหว ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายมุมสูงจากโดรน ๑ ทีม โดยทุกทีมมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๓ ปี

(๗) ทีม Admin สำหรับการตอบคำถามบนสื่อโซเชียลของงานอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๒ ปี

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ดังกล่าวจะต้องมีอัตราย้ายที่ดีในการประสานงานกับบุคคล หน่วยงานต่าง ๆ เช่น ผู้ผลิต ผู้ส่งออก สมาคมที่เกี่ยวข้อง ตลอดโครงการเพื่อดำเนินโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

ส่วนที่ ๒ การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

เน้นการประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ๒ กลุ่ม ได้แก่ สื่อมวลชน และ Buyer กลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงการจัดงาน STYLE Bangkok 2025 รวมถึงจุดเด่นต่าง ๆ ภายในงาน อาทิ สินค้าที่มีการออกแบบที่ดีและมีดีไซน์ ผู้จัดแสดงสินค้า (Exhibitor) กิจกรรมภายในงาน การเจรจาการค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกในงาน ดังนี้

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

๒.๒ ออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ในสื่อต่างประเทศ

๒.๒.๑ นำเสนอการจัดทำกราฟิก การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์ค และ จัดเตรียม Content สำหรับประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในสื่อออฟไลน์และออนไลน์ในต่างประเทศ ในรูปแบบต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสื่อที่ได้จัดหา ตลอดจนจัดทำชุดสื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่น สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดงานให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ E-Invitation, EDM และ Factsheet เป็นต้น

๒.๒.๒ ปรับปรุงวิดีโอประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ที่กรมได้จัดทำขึ้น โดยจัดทำซับไตเติลเพิ่มเป็นภาษาต่างประเทศ ได้แก่ อังกฤษ จีน และ ญี่ปุ่น

๒.๓ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๒.๓.๑ สื่อออนไลน์

(๑) จัดหาสื่อและลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์ อย่างน้อย ๑๐ สื่อ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Google Display Network, Taboola, Youtube ads และสื่อออนไลน์ของจีน เช่น Weibo, Xiaohongshu เป็นต้น

(๒) ดำเนินการยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียลของงาน ได้แก่ Facebook, Instagram Tiktok และ Youtube โดยจะต้องเสนอพื้นที่สำหรับปกคลุมทั้งในแบบวงกว้างและแบบเฉพาะพื้นที่ พร้อมเสนอ

กลุ่มเป้าหมายสำหรับการยิงแอดโฆษณา อาทิ เมืองหรือสถานที่ที่จัดงานแสดงสินค้า ทำอากาศยานนานาชาติ กลุ่มผู้สนใจงานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อให้โฆษณาสามารถเข้าถึงได้ทั้งในวงกว้างและทั้งกลุ่มผู้ซื้อและผู้จัดแสดงสินค้าในเวลาเดียวกัน

(๓) จัดหาสื่อด้านไลฟ์สไตล์และแฟชั่นหรือการออกแบบที่มีชื่อเสียง อย่างน้อย ๑ สื่อ เพื่อจัดทำ Content ออนไลน์ในต่างประเทศ สำหรับการประชาสัมพันธ์งาน STYLE Bangkok 2025 เช่น Designboom เป็นต้น

(๔) บรรจุชื่องาน STYLE Bangkok 2025 ในปฏิทินงานแสดงสินค้านานาชาติออนไลน์ ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในต่างประเทศ พร้อมดำเนินการเผยแพร่ ไม่ต่ำกว่า ๒ แหล่ง ทั้งนี้ จะต้องไม่ดำเนินการซ้ำกับที่กรมฯ ได้ดำเนินการแล้ว

(๕) จัดหา Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศเป้าหมาย พร้อมดำเนินการจัดทำ Search Engine Optimisation (SEO) ที่จะช่วยเพิ่มการค้นหาของ Search Engine ตลอดจนดำเนินการจัดทำ Search Engine Marketing (SEM) เพื่อโปรโมตให้เว็บไซต์โดยติดอันดับอยู่ในหน้าแรกเวลาค้นหา โดยแสดงเป็นเว็บไซต์ สื่อโซเชียล รูปภาพ วิดีโอ เพื่อสร้างการรับรู้ และเป็นการเชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในช่วงก่อนงาน ๒ เดือน ได้แก่

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

(๖) จัดส่งข่าวประชาสัมพันธ์ อาทิ Press Release ข้อมูลงาน EDM, E-Invitation และรูปภาพโปรโมตงานให้กับสื่อและกลุ่มผู้ซื้อในประเทศเป้าหมายสอดคล้องกับ TOR ข้อ ๔ เพื่อโปรโมตงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok ทั้งนี้ จะต้องให้กรมพิจารณาก่อนการส่งข่าว

๒.๓.๒ สื่อออฟไลน์

จัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ อย่างน้อย ๑ สื่อ สอดคล้องกับกลุ่มประเทศเป้าหมายหรือสอดคล้องกับเขตอาณาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในสหรัฐอเมริกา อาทิ นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส โดยจัดหาสื่อ อาทิ ป้ายโฆษณาภายในเมือง สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ ป้ายโฆษณาในงานแสดงสินค้า เช่น NY now, ASD Market Week เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 รวมถึงเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok เป็นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติที่มีสินค้าที่มีดีไซน์ หลากหลาย มีความยั่งยืน และมีความสร้างสรรค์ โดยพบกับครีเอเตอร์และผู้ผลิตตัวจริงด้านดีไซน์ ไลฟ์สไตล์ และแฟชั่นแนวหน้าทั้งของไทยและต่างชาติ

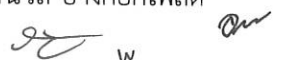
ส่วนที่ ๓ การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

๓.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในประเทศ พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับกลุ่มสินค้าของงานและกลุ่มเป้าหมายทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ประเทศไทย รวมถึงการบริหารจัดการสื่อออนไลน์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสื่อหลักของงานและที่ได้จัดทำมา โดยมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในประเทศแบ่งเป็น ๓ ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน ดังนี้

๓.๒ การผลิตและซื้อสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์งาน ประกอบด้วย

๓.๒.๑ สื่อโทรทัศน์หรือสื่อช่อง Youtube เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดงานทางสื่อโทรทัศน์ อย่างน้อย ๒ สื่อ อาทิ เรื่องเล่าเช้านี้ เสือร้องไห้ เทพธิดา บ้านและสวนทีวี เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ในแต่ละช่อง

๓.๒.๒ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมงาน ทั้งฉบับภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๔ ฉบับ อาทิ หนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐ มติชน เดลินิวส์ บางกอกโพสต์



นิตยสาร เช่น WOM Japan บ้านและสวน Masala magazine เป็นต้น ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์ โดยขนาดไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว สีสี่ และนิตยสารขนาดเต็มหน้า สีสี่ พร้อมกับเผยแพร่ข่าวงานในช่องทางโซเชียลของสื่อสิ่งพิมพ์ข้างต้นที่ได้จัดหามาด้วยเช่นกัน

๓.๒.๓ สื่อป้ายโฆษณา โดยออกแบบ ผลิต พร้อมบริหารจัดการติดตั้ง ดังนี้

(๑) ป้ายโฆษณาป้ายนิ่ง (Billboard) ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ตารางเมตร อย่างน้อย ๑ ป้าย ระยะเวลาอย่างน้อย ๑ เดือนก่อนเริ่มงาน และระหว่างงาน ๕ วัน ในจุดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง

(๒) ป้ายโฆษณาจอดิจิทัลและป้ายนิ่ง บริเวณที่มีการจราจรพลุกพล่านหรือสี่แยกหรือทางด่วนหรือเกาะกลางถนนทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างน้อย ๒๐ ป้าย ระยะเวลาอย่างน้อย ๑ เดือนก่อนเริ่มงาน และระหว่างงาน ๕ วัน

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

(๔) ป้ายโฆษณาที่ทำอากาศยานนานาชาติในประเทศ อาทิ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ทำอากาศยานดอนเมือง ทำอากาศยานภูเก็ต เป็นต้น ในรูปแบบตามความเหมาะสมกับสถานที่ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ป้าย โดยอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน ก่อนเริ่มงาน

(๕) ป้ายโฆษณา Billboard ขนาด ๓ x ๘ ตร.ม. หรือ ป้ายจอ LED ขนาด ๑,๐๘๐ x ๖๒๔ px บริเวณกระทรวงพาณิชย์ อย่างน้อย ๑ ป้าย ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒๐ วัน ก่อนเริ่มงาน

(๖) ป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หรือ LED บริเวณภายในอาคารของสถานที่จัดงานในช่วงระหว่างการจัดงาน โดยดำเนินการตามที่กรมเห็นชอบ

๓.๒.๔ สื่อออนไลน์ โดยออกแบบ จัดทำเนื้อหา และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ พร้อมบริหารจัดการเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังนี้

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

(๒) จัดหาเว็บไซต์สื่อบทความออนไลน์ อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์บทความหลัก อาทิ The Standard, The Cloud เป็นต้น พร้อมจัดหาโซเชียลสื่อบทความสำหรับประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าเพิ่มเติม อย่างน้อย ๒ สื่อ อาทิ A Day, Happening and friends และสื่อที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

(๓) จัดหาเว็บ Top Portal (ที่มียอดผู้ติดตามหลักล้าน) เพื่อโปรโมตงานแสดงสินค้าและเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจเข้าร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๒ เว็บไซต์

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

(๕) ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เพื่อโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์อย่างเป็นทางการของงาน ได้แก่ YouTube, Facebook, Instagram, LINE, Tiktok, Weibo เป็นต้น ทั้งในรูปแบบของทั้งภาพนิ่งและภาพ Graphic Motion รวมจำนวน ๑๐๐ รูป และวิดีโอ (ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ วิดีโอ โดยเหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้าหลักในงาน และสินค้าใหม่ที่น่าสนใจ พร้อมดำเนินการบูสโพสต์และยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียลของงาน โดยเฉพาะ FB และ IG เพื่อให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับ TOR ส่วนที่ ๑ ข้อ ๑.๓.๒ และยิงแอดโฆษณาในช่วงก่อนการจัดงานอย่างน้อยอาทิตย์ละ ๑ ครั้ง และในระหว่างการจัดงาน ๕ วัน ๆ ละ ๑ ครั้ง เพื่อให้เข้าถึงแฟนเพจและกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเฟซบุ๊กจะต้องระบุพื้นที่ทั้งในแบบวงกว้าง และในแบบเฉพาะพื้นที่ โดยในแบบเฉพาะพื้นที่ระบุอย่างน้อย ๓ พื้นที่ อาทิ

- พื้นที่ของศูนย์การประชุมและศูนย์จัดแสดงสินค้าในขณะที่มีการจัดงานแสดงสินค้า อาทิ ThaiFex-Horec Asia, Bangkok Design Week และงานแสดงสินค้าอื่น ๆ เป็นต้น

- พื้นที่ห้างสรรพสินค้า อาทิ วันแบงค็อก ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พารากอน ไอคอนสยาม เอ็มสเฟียร์ เป็นต้น

- พื้นที่ท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศ อาทิ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ภูเก็ต ดอนเมือง ขอนแก่น เชียงใหม่ กระบี่ เป็นต้น

- พื้นที่บริเวณเขตชุมชนคนต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ อาทิ ทองหล่อ เอกมัย สีลม สาทร นานา จ.ภูเก็ต (เชิงทะเล ไร่ไฉญ์ ลากูน่า กะทู้) เป็นต้น

- พื้นที่บริเวณป้ายโฆษณาตามข้อ ๓.๒.๓ อาทิ MRT BTS สีแยจจราชร เป็นต้น รวมถึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้งในแบบกลุ่มเฉพาะและกลุ่มทั่วไป เช่น กลุ่มผู้มีกำลังซื้อสูง กลุ่มบริษัทอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มบริษัทออกแบบ กลุ่มผู้เดินทางแฟร์ กลุ่มผู้สนใจสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น และกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ตลอดจนวางแผน กรอบระยะเวลา และบริหารจัดการในการยิงแอด และเผยแพร่โฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และทำให้กลุ่มผู้ซื้อและผู้จัดแสดงสินค้าเห็นสื่อในช่วงเดียวกัน หรือทำให้ผู้ที่เห็นสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ของงาน สามารถเห็นสื่อออนไลน์ไปด้วยในช่วงเดียวกัน

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

(๗) บรรจุชื่องานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ในปฏิทินงานแสดงสินค้า Fair Calendar เพจ Facebook ที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยมในประเทศ อาทิ Thailand Exhibition, Mice in Thailand, ปฏิทินกิจกรรมของกรุงเทพมหานคร เป็นต้น พร้อมเผยแพร่บนสื่อที่จัดหามา ไม่ต่ำกว่า ๑๐ แห่ง ล่วงหน้าอย่างน้อย ๒ เดือน

(๘) จัดทำ Search Engine Optimisation (SEO) ที่จะช่วยเพิ่มการค้นหาของ Search Engine ต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในประเทศ อาทิ Google, Yahoo เป็นต้น ตลอดจนจัดทำคีย์เวิร์ดของงานเพื่อให้คีย์เวิร์ดเหล่านั้นแสดงบน Search Engine ตามที่มีการค้นหา และดำเนินการจัดทำ Search Engine Marketing (SEM) เพื่อโปรโมตให้เว็บไซต์โดยติดอันดับอยู่ในหน้าแรกเวลาค้นหา โดยแสดงเป็นเว็บไซต์ รูปภาพ วิดีโอ เพื่อสร้างการรับรู้ และเป็นการเชิญชวนผู้ซื้อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในช่วงก่อนงาน ๒ เดือน

(๙) ออกแบบสื่อ จัดหาสื่อ และดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งในรูปแบบ Banner และ วิดีโอในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Streaming, Google Display Network (GDN), Web link, Banner, Google AdWords, Facebook ads, Twitter, Instagram ads, LINE ads, Email, SMS, VIU, WeTV, iQIYI, Youtube ads, Mobile app ads เป็นต้น โดยเมื่อกลุ่มเป้าหมายพบเห็นพีดโฆษณา และมีการคลิกเข้าชม โฆษณาจะต้องเจอหน้า Landing page ของงานแสดงสินค้า (ทั้งนี้ : การเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ขอให้ระบุ ข้อมูลของสื่อ เช่น จำนวนผู้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายและความนิยม (rating))

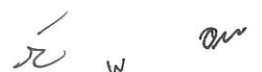
๓.๒.๕ สื่อวิทยุ

ผลิตสโปตวิทยุสำหรับการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ความยาวไม่เกิน ๑๕ วินาที จำนวน ๑ สโปต พร้อมบริหารจัดการและประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

๓.๒.๖ SMS Broadcast โดยจัดหาผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ อาทิ True และ AIS เป็นต้น สำหรับการส่งข้อความสั้นโดยระบุพื้นที่ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok ให้กับผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในช่วงที่ผู้ใช้บริการดังกล่าว เดินทางเข้าสู่สถานที่จัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok รวมถึงงานแสดงสินค้าอื่น ๆ หรือศูนย์การค้า พร้อมวางแผนและบริหารจัดการการเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้เข้าร่วมงาน

๓.๒.๗ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจต่างชาติและชุมชนชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ โดยนำเสนอรูปแบบ วิธีการหรือแคมเปญ และบริหารจัดการ เพื่อที่จะสามารถทำให้เกิดการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ซื้อและผู้สนใจได้รู้จักและสนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok มากขึ้น อาทิ

- ห้างสรรพสินค้าที่ชาวต่างชาตินิยม อาทิ Fuji Super สยามพารากอน เอ็มควอเทียร์ เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นต้น



- ชุมชนชาวต่างชาติ หรือ Expatriate ที่อาศัยอยู่ในประเทศ อาทิจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย และอินเดีย เป็นต้น

- นิตยสารออนไลน์และออฟไลน์ของชาวต่างชาติในไทย อาทิ Wom Japan, Masala magazine, Daco เป็นต้น

- ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

โดยเริ่มดำเนินการก่อนเริ่มงานอย่างน้อย ๒ อาทิตย์ ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมดังกล่าว สามารถเผยแพร่ข่าวไปพร้อมกับการยิงแอดโฆษณาออนไลน์ของงานไปพร้อมกัน

๓.๓ การจัดงานแถลงข่าว (Press Conference) ก่อนเริ่มงานอย่างน้อย ๒ สัปดาห์

๓.๓.๑ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบการจัดงานแถลงข่าว พร้อมจัดหาและตกแต่งสถานที่จัดงานในกระทรวงพาณิชย์

๓.๓.๒ จัดกิจกรรมบนเวทีที่น่าสนใจ อาทิ การเสวนา เป็นต้น พร้อมจัดให้มีระบบแสง สี เสียง และพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญดำเนินรายการภายในงาน

๓.๓.๓ จัดทำวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์การจัดงานสำหรับงานแถลงข่าว ๑ เรื่อง ความยาว ๑ - ๒ นาที โดยมีเสียงพากย์ภาษาไทย และมีบทบรรยายภาษาอังกฤษ โดยทำการแปล และตรวจสอบเนื้อหา

๓.๓.๔ จัด Backdrop ถ่ายภาพ และโต๊ะลงทะเบียนสำหรับสื่อมวลชนและแขกที่เข้าร่วมงาน

๓.๓.๕ จัดของที่ระลึกที่สอดคล้องตามแนวคิดงานสำหรับผู้ร่วมงานไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด

๓.๓.๖ จัดทำแผนการจัดที่นั่ง Seating Plan และป้ายบอกทางเข้าร่วมงาน

๓.๓.๗ จัดทำและส่งหนังสือเชิญสื่อมวลชนและแขกเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๕๐ คน

๓.๓.๘ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงานแถลงข่าว โดยมีผู้สื่อข่าวเข้าร่วมอย่างน้อย ๒๐ สื่อ พร้อมรับประกันการลงข่าวอย่างน้อย ๓๐ ข่าว

๓.๓.๙ จัดทำคำกล่าวประธานเปิดงานแถลงข่าว คำกล่าวรายงาน และบทพิธีกรเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ พร้อมจัดส่งร่างให้กรมฯ พิจารณา และนำเสนอรายชื่อพิธีกรอย่างน้อย ๑ คน มีประวัติและประสบการณ์การทำงานด้านพิธีกรอย่างน้อย ๕ ปี ขึ้นไป

๓.๓.๑๐ จัดทำประเด็นคำถาม - คำตอบสื่อมวลชนสำหรับการสัมภาษณ์ของผู้บริหารภาครัฐ/ผู้แทนจากภาคเอกชน เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

๓.๓.๑๑ จัดทำแฟ้ม Press Kit สำหรับสื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วยกำหนดการ คำกล่าวประธาน สรุปข้อมูลงานแสดงสินค้า สรุปข้อมูลสินค้า (Factsheet) พร้อมใส่แฟ้ม จำนวน ๑๕๐ ชุด

๓.๓.๑๒ จัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่มสำหรับรับรองแขกที่มาร่วมงาน ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด

๓.๓.๑๓ บันทึกภาพนิ่ง และภาพวิดีโอความละเอียดสูง (Full HD) ภายในงาน

๓.๓.๑๔ จัดเจ้าหน้าที่ อย่างน้อย ๔ ราย โดยมีหน้าที่ต้อนรับสื่อมวลชน รับรองแขก และอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในงาน

๓.๓.๑๕ จัดให้มีการ LIVE ทางโซเชียลมีเดียของงานในระหว่างงานแถลงข่าว พร้อมเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ และระบบอินเทอร์เน็ต พร้อมจัดหาเจ้าหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลการ LIVE

๓.๔ การจัดกิจกรรมพิเศษภายในงานแสดงสินค้า อย่างน้อย ๑ กิจกรรม ตลอดระยะเวลาการจัดงาน เพื่อการสร้างประสบการณ์การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า อาทิ คูหาถ่ายภาพ Photo booth ทั้งนี้ จะต้องนำเสนอรูปแบบ การออกแบบและตกแต่งพื้นที่ให้สอดคล้องกับ KV ของงาน รวมถึงจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือที่จำเป็น และระบบไฟฟ้า พร้อมบริหารจัดการกิจกรรม และจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลกิจกรรมสำหรับเชิญชวนผู้คนเข้าร่วมกิจกรรม ร่วมกดไลค์ กดแชร์ และกดติดตามเพจโซเชียลมีเดียของงาน เพื่อเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดียของงาน



๓.๕ การดำเนินกิจกรรมในระหว่างวันจัดงานและหลังงาน

ระหว่างวันจัดงาน

๓.๕.๑ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าวในพิธีเปิดงาน โดยมีผู้สื่อข่าวไทยและต่างชาติเข้าร่วมอย่างน้อย ๒๐ สื่อ และมีเผยแพร่ข่าวอย่างน้อย ๒๐ ข่าว

๓.๕.๒ บริหารจัดการศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) ตลอดระยะเวลาของการจัดงาน โดยดำเนินการ ดังนี้

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

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

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

(๔) จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มหรือภัตตาหารและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมชมงานตลอดการจัดงาน อย่างน้อย ๒๐ ชุดในแต่ละวัน หรือจัดเตรียมให้เท่ากับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงานในแต่ละวัน

(๕) รับรองและอำนวยความสะดวกสื่อมวลชนที่เข้าเยี่ยมชมงาน รวมทั้งการประสานงาน นัดหมายสัมภาษณ์ผู้นำเข้าต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้บริหารภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการถ่ายทำรายการต่าง ๆ ภายในงาน

(๖) จัดให้มีการ LIVE ทางสื่อโซเชียลเพชบุคของงานในช่วงพิธีเปิด พร้อมเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ และระบบอินเทอร์เน็ต พร้อมจัดหาเจ้าหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลการ LIVE

๓.๕.๓ จัดทำของที่ระลึกเพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๓๐๐ ชิ้น พร้อมจัดส่งไปยังสถานที่จัดงาน โดยจะต้องทำการเสนอของที่ระลึกให้กรมพิจารณาเลือกก่อนการผลิต อย่างน้อย ๓ รูปแบบ

๓.๕.๔ วางแผนและบริหารจัดการถ่ายภาพให้สอดคล้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายในงาน เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในงาน โดยบันทึกภาพและวิดีโอความละเอียดสูง (Full HD) เช่น พิธีเปิดงาน การเจรจาธุรกิจออนไลน์และออฟไลน์ การเลือกซื้อสินค้าภายในงาน การสัมมนา นิทรรศการต่าง ๆ ภายในงาน บรรยายภาคสนาม และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดงาน ตลอดจนถ่ายภาพนิ่งมุมสูง และบันทึกภาพมุมสูงของงานด้วยโดรน รวมถึงสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมชมงานทั้งผู้สื่อข่าวไทยและต่างชาติ ผู้จัดแสดงงาน ผู้เข้าเยี่ยมชมงาน ทั้งนี้ จะต้องตัดต่อภาพการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้น

๓.๕.๕ จัดทำและส่งข่าวประชาสัมพันธ์ภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้แก่สื่อมวลชน เช่น ความเคลื่อนไหวของงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าที่มีสินค้าโดดเด่น กิจกรรมการเจรจาการค้าออนไลน์ นิทรรศการ โชนสินค้าที่น่าสนใจภายในงาน เป็นต้น จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่อง

๓.๕.๖ ดำเนินการจัดเตรียมสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ถ่ายภาพ และช่างภาพ ตลอดจนคัดเลือกสินค้าของผู้ประกอบการไทยที่มีความโดดเด่น มีดีไซน์ เพื่อนำมาถ่ายเป็นภาพนิ่งในช่วงระหว่างการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชิ้นงาน รวมถึงจัดทำคลิปวิดีโอความยาว ไม่เกิน ๑๕ วินาที จำนวน ๑๕ ชิ้นงาน พร้อมบริหารจัดการเผยแพร่ภาพสินค้าบางส่วนลงบนสื่อออนไลน์ของงาน เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและต่อเนื่องภายหลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น

๓.๕.๗ บริหารจัดการการเข้าเยี่ยมชมงานของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจก่อนเข้าร่วมชมงาน ดังนี้

(๑) จัดให้มีผู้บรรยายอย่างน้อย ๑ คน (เจ้าหน้าที่กรม) เพื่อให้คำอธิบายและคำแนะนำเกี่ยวกับงานแสดงสินค้าสำหรับผู้เข้าเยี่ยมชมงานหรือนักศึกษา

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

(๓) จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการบรรยายพร้อมเครื่องเสียง อาทิ โพรเจคเตอร์ โน้ตบุ๊ก ลำโพง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๔) จัดหาเจ้าหน้าที่ ๑ คน สำหรับการประสานงานการเข้าเยี่ยมชมงานของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องประสานสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ในการจัดเตรียมข้อมูล รวมถึงประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดเตรียมห้องประชุม โดยกรมจะเป็นผู้จัดหาห้องประชุมในสถานที่จัดงานสำหรับการเข้าเยี่ยมชมของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

๓.๕.๘ บริหารจัดการสื่อออนไลน์หลักของงานทั้งเว็บไซต์และโซเชียล และบริหารจัดการป้ายประชาสัมพันธ์บนจอ LED ภายในสถานที่จัดงาน โดยสามารถนำเสนอและจัดทำทั้งในรูปแบบของภาพ Content และคลิปวิดีโอ เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวในช่วงระหว่างการจัดงาน อาทิ บรรยากาศงานแถลงข่าว บรรยากาศพิธีเปิด บรรยากาศภายในงาน ภาพสินค้าโดดเด่น คลิปการสัมภาษณ์ผู้ซื้อและผู้เข้าชมงาน เป็นต้น

๓.๕.๙ นำเสนอรูปแบบและวิธีการสำหรับการส่งเสริมการค้าเชิงรุกอื่น ๆ ซึ่งไม่เป็นรูปแบบและวิธีการเดียวกับขอบเขตของงานข้างต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดการเข้าร่วมงานของผู้ซื้อ ผู้เข้าชมงานเพิ่มขึ้น และส่งผลทำให้เกิดการเจรจาการค้า และซื้อขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น อย่างน้อย ๑ วิธี

๓.๕.๑๐ จัดทำวิดีโอไฮไลท์ประจำวัน จำนวนอย่างน้อยวันละ ๑ คลิป ความยาวอย่างน้อย ๒๕ - ๓๐ วินาที เพื่อใช้สำหรับเผยแพร่ในโซเชียลในช่วงของการจัดงาน โดยคลิปวิดีโอเป็นภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว Graphic Motion ที่เป็นไฮไลท์ที่น่าสนใจของงาน ทั้งนี้ จะต้องวางแผนช่วงเวลาในการเผยแพร่

หลังจัดงาน

๓.๕.๑๑ บริหารจัดการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพ ข่าว และคลิปวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok, LINE และเว็บไซต์ ภายหลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025

(๑) จัดทำวิดีโอรายงานผลการจัดงาน (Post Show Video) มีความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ คลิป พร้อมตัดต่อให้มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ คลิป พร้อมเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ของงานตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ต้องจัดทำร่าง Story board และ Script วิดีโอให้กรมพิจารณาล่วงหน้า อย่างน้อย ๑ สัปดาห์ รวมถึงต้องให้กรมพิจารณา ก่อนเผยแพร่ลงสื่อออนไลน์

(๒) จัดทำและส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผลการจัดงาน จำนวนอย่างน้อย ๒ ข่าว ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ พร้อมจัดส่งให้สื่อลงประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ภายใน ๗ วัน หลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น

(๓) จัดทำสรุปผลการจัดงาน (Post Show Report) เป็นภาษาไทยและอังกฤษ พร้อมเผยแพร่ทางเว็บไซต์ และนำข้อมูลสรุปผลมาจัดทำเป็น Content เพื่อเผยแพร่ในโซเชียลของงาน ได้แก่ Facebook และ Instagram

(๔) รวบรวม Footage คลิปวิดีโอ ไม่ต่ำกว่า ๓๐ คลิปวิดีโอ และภาพนิ่งในรูปแบบ Raw File อาทิ ภาพสินค้า การจัดกิจกรรม ภาพบรรยากาศภายในงาน และอื่น ๆ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๗๐๐ ภาพ

๓.๕.๑๒ นำเสนอแผนและกรอบระยะเวลา พร้อมจัดทำและบริหารจัดการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2026 ในโซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์ของงาน Facebook, Instagram, Tiktok, LINE และเว็บไซต์ จนถึงช่วงเวลาก่อนส่งมอบงานในวันสุดท้ายของสัญญาจ้าง

(๑) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการการเผยแพร่สื่องานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2026 ทั้งในเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของงานทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง หรือ ภาพ Graphic Motion

เพื่อให้การเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องบนสื่อออนไลน์ของงาน อาทิ การรับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมเป็น Exhibitor เป็นต้น

(๒) บรรจุชื่องาน STYLE Bangkok 2026 ในปฏิทินงานแสดงสินค้านานาชาติที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม พร้อมดำเนินการเผยแพร่ โดยเป็นสื่อในต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๑ แห่ง และสื่อในประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง

(๓) จัดทำ Roll up อย่างน้อย ๕ ชิ้นงาน สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2026

หมายเหตุ: รูปแบบการดำเนินกิจกรรมในระหว่างวันจัดงานแสดงสินค้า หากมีเหตุการณ์ไม่ปกติ/จำเป็น สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ เพื่อประโยชน์สูงสุดของโครงการ ทั้งนี้ ต้องไม่กระทบต่อวัตถุประสงค์ของงาน และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมฯ

ส่วนที่ ๔ การผลิตและจัดทำเอกสารเผยแพร่

๔.๑ การออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค E-Fair Catalogue ฉบับภาษาอังกฤษ

๔.๑.๑ นำเสนอการออกแบบกราฟิกและอาร์ตเวิร์คสำหรับ E-Fair Catalogue พร้อมนำเสนอรายละเอียดภายในเล่ม และจัดทำ E-Fair Catalogue เป็นภาษาอังกฤษ ๔ สี รูปแบบ PDF หรือรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม โดยสามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้โดยการสแกน QR - Code หรือ ลิงค์สำหรับเปิดออนไลน์ และนำ E-Fair Catalogue ใส่ไว้ในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com ต้องแล้วเสร็จก่อนเริ่มจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025

๔.๑.๒ จัดทำบทบาทเกี่ยวกับการจัดงาน สารบัญแบ่งประเภทสินค้าและบริษัทที่เข้าร่วมทั้งหมด

๔.๑.๓ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดเตรียมอาร์ตเวิร์ค ข้อมูลกิจกรรมและนิทรรศการต่าง ๆ ภายในงานเพื่อประกอบใน E-Fair Catalogue

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

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

๔.๑.๖ มีการตรวจพิสูจน์อักษร และนำส่งข้อมูลที่แก้ไขให้กรมฯ พิจารณา

๔.๒ ออกแบบป้ายข้อความเชิญชวนให้สแกน QR Code หรือลิงค์ สำหรับ E-Fair Catalogue และดำเนินการติดตั้งในจุดต่าง ๆ ภายในงาน STYLE Bangkok 2025 ไม่น้อยกว่า ๒๐ จุด

ส่วนที่ ๕ การบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com

๕.๑ บริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com ให้เป็นปัจจุบัน และครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังการจัดงาน เพื่อให้ผู้ซื้อผู้เข้าชม ผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก และผู้ที่สนใจ สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของงาน

๕.๒ จัดทำกราฟิกและอาร์ตเวิร์คที่เกี่ยวข้องสำหรับเว็บไซต์ โดยจะต้องสอดคล้องกับ Key Visual และ CI ของงาน STYLE Bangkok

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

๕.๔ นำข้อมูล ภาพกิจกรรมต่าง ๆ และคลิปวิดีโอที่ได้ดำเนินการในส่วนต่าง ๆ อัปเดตใส่ในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการจัดงานเสร็จสิ้น

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

๕.๖ ประสานบริษัทที่กรมจัดจ้างในการดูแลเว็บไซต์ stylebangkokfair.com และ thaitradefair.com เพื่อนำข้อมูลที่ได้จัดเตรียมทั้งหมด อัปเดตขึ้นในเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน

๕.๗ ดำเนินการอัปเดตข้อมูลการจัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2026 ภายหลังจากการจัดงานปี ๒๐๒๕ เสร็จสิ้น (หากมี)

ส่วนที่ ๖ การส่งมอบสรุปผลการดำเนินงาน

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

๖.๑ สรุปผลดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการดำเนินการ พร้อมข้อเสนอแนะและคำแนะนำในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์งานในอนาคต

๖.๒ รวบรวมรูปภาพบรรยากาศ วิดีโอการจัดกิจกรรมระหว่างการจัดงานฯ และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ไฟล์ภาพสินค้าจะต้องระบุชื่อบริษัทหรือแบรนด์เป็นชื่อไฟล์

๖.๓ หากมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า และต้องได้รับความเห็นชอบก่อน จึงจะดำเนินการได้

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

หมายเหตุ:

๑. ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการจัดเตรียมเนื้อหา ภาพถ่าย ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยลิขสิทธิ์ต่างๆ เป็นของกรม

๒. คุณภาพและขนาดของกระดาษในการจัดทำเอกสารเผยแพร่ สามารถนำเสนอกระดาษประเภทอื่นที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือดีกว่าได้ (ถ้ามี)

๓. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านภาษา ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ ตามที่กรมฯ เห็นสมควร เพื่อจัดทำเนื้อหาต่างๆ รวมทั้งการตรวจพิสูจน์อักษรให้ถูกต้อง โดยบริษัทเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญและมีความน่าเชื่อถือ

๔. จัดส่ง Digital Proof ให้กรมพิจารณาล่วงหน้า ๓ - ๗ วัน ก่อนการผลิตทุกสื่อประชาสัมพันธ์

๕. การดำเนินโครงการทั้งหมดสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดของโครงการ ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรม

๖. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับปรุงเพิ่มเติมรายละเอียดบางประการในแต่ละกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี



๗. การเสนอรูปแบบ ช่องทาง สื่อออฟไลน์ สื่อออนไลน์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง และความเห็นชอบจากกรมฯ ก่อนที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชนทุกครั้ง

๘. ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนกุมภาพันธ์ - เดือนมิถุนายน ๒๕๖๘

๙. งบประมาณ

วงเงินการจ้าง ๑๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

 
W

๑๐. ระยะเวลาการส่งมอบงานและการชำระเงิน

ส่งมอบงานภายในเดือนมิถุนายน ๒๕๖๘ โดยกรมจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินงวดเดียวในอัตราร้อยละ ๑๐๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และกรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

๑๑. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา มีสิทธิเสนอราคาจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- ๑๑.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๑๑.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๑๑.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๑๑.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๑๑.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๑๑.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๑๑.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๑๑.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๑๑.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๑๑.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
- ๑๑.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชื่อถือ โดยมีหลักฐานการดำเนินงาน/เอกสารที่เกี่ยวข้อง/หนังสือรับรองผลงาน/หนังสือสัญญาการดำเนินงานโครงการที่เสร็จสิ้นแล้ว อย่างน้อย ๑ สัญญา หรือผลงานที่สามารถนำมาแสดงประกอบให้เห็นความสำเร็จของการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ และทางกรมขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง

๑๒. แนวทางการเสนองาน

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

ส่วนที่ ๑ เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นเสนอราคาตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

W 

ส่วนที่ ๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค

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

ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำเอกสารประกอบการเสนองานไม่เกิน ๓๐๐ หน้า จำนวน ๓ ชุด เรียงถึง ประธานคณะกรรมการจัดจ้าง โดยนำเสนอแนวคิด แผนการดำเนินงาน รายละเอียดการดำเนินงาน รูปแบบการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการจ้างงาน (TOR) อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ พร้อมตารางเวลาทำงาน ประวัติของผู้เสนอราคา/เอกสารหนังสือจดทะเบียนบริษัทและผลงานที่ผ่านมา รายชื่อเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและขั้นตอนการดำเนินโครงการตามรายละเอียดในขอบเขตการ จ้างงาน (TOR) ในวันที่ ๒๕ มี.ค. ๒๕๖๘ ตั้งแต่เวลา ๑๓.๓๐ น. เป็นต้นไป (รายละเอียด ๔๕ นาที) ณ ห้องประชุมสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ชั้น ๘ อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (อาคารริมถนน) กระทรวงพาณิชย์ เลขที่ ๕๖๓ ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐ ทั้งนี้ กรมฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองาน ตามวันและเวลาที่กรมฯ กำหนด

เอกสารข้อเสนอด้านราคา

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

ทั้งนี้ ก่อนลงนามสัญญากรมฯ จะแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำใบแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายภายในวงเงินที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอราคาผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์หรือราคาที่ได้มีการต่อรองแล้วมามอบให้กับทางกรมฯ เพื่อใช้ประกอบการทำสัญญาต่อไป

๑๓. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

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

๑๓.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐ ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรมบัญชีกลาง เป็นผู้กำหนดการให้คะแนนราคาที่นำเสนอ (Price)

๑๓.๒ ข้อเสนอทางเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐ (คิดจากคะแนน ๑๐๐ คะแนน) ซึ่งประกอบด้วย

๑. การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม (๓๐ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๑.๑ การนำเสนอการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยนำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิดการเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025	๑๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๑.๑ จะได้ ๑๐ คะแนน ดังนี้
๑.๑.๑ การนำเสนอการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยนำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิดการเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการ	๑๐	๑.๑.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	๑. แสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยนำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิดการเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ และ

Handwritten signature/initials

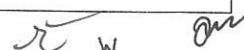
เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ที่สร้างสรรค์โดดเด่นและเกิด Impact แบ่งเป็นช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังงาน โดยละเอียดครบถ้วนและครอบคลุม TOR ข้อ ๗ สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของงาน เพื่อเชิญชวนผู้ซื้อ สื่อมวลชน และผู้เข้าชมงาน ทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ เข้าร่วมงานเพิ่มมากขึ้น ตลอดจน นำเสนอการนำ Coporate identity (CI) และ Key Visual ของปี ๒๐๒๕ ไปใช้งานสำหรับ ออกแบบกราฟิก Tagline การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์คภาพรวมการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ของงานทั้งสื่อออนไลน์และ ออฟไลน์อย่างถูกต้อง พร้อมนำเสนอหัวข้อข่าว อย่างน้อย ๒๐ หัวข้อข่าว เพื่อให้กรมพิจารณา คัดเลือก และมีการเข้าถึงจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อ ออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๒๐ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๔๐ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๗ ล้าน reaches พร้อมแสดงรายละเอียด และชี้แจง เหตุผลสนับสนุนและที่มาของการเข้าถึงยอด ติดตาม ตลอดจนแสดงแนวทางการในเพิ่มยอด ติดตามในสื่อโซเชียลของงานให้มียอดติดตาม เพิ่มขึ้นมากกว่า ๕,๐๐๐ ราย และคาดการณ์ จำนวนผู้ติดตามที่จะเพิ่มขึ้นมากที่สุด</p>			<p>กรอบระยะเวลาในการ ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ที่ สร้างสรรค์โดดเด่นและเกิด Impact แบ่งเป็นช่วงก่อน เริ่มงาน ระหว่างงาน และหลัง งาน โดยละเอียดครบถ้วนและ ครอบคลุม TOR ข้อ ๗ ส่วนที่ ๑ - ๕ โดยสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของงาน</p> <p>๒. แสดงการนำ Coporate identity (CI) และ Key Visual ของปี ๒๐๒๕ ไปใช้งานสำหรับ ออกแบบกราฟิก Tagline การจัดวาง Layout และ อาร์ตเวิร์คภาพรวมการจัดทำ สื่อประชาสัมพันธ์ของงานทั้ง สื่อออนไลน์และออฟไลน์อย่าง ถูกต้อง</p> <p>๓. แสดงหัวข้อข่าว อย่างน้อย ๒๐ หัวข้อข่าว</p> <p>๔. แสดงจำนวนการรับรู้ผ่าน - สื่อออฟไลน์ไม่น้อยกว่า ๒๐ ล้าน impressions - สื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๔๐ ล้าน impressions และง ไม่น้อยกว่า ๑๗ ล้าน reaches พร้อมแสดงรายละเอียด และ ชี้แจงเหตุผลสนับสนุนและที่มา ของการเข้าถึงยอดติดตาม</p> <p>๕. แสดงแนวทางการในเพิ่ม ยอดติดตามในสื่อโซเชียลของ งานให้มียอดติดตามเพิ่มขึ้น มากกว่า ๕,๐๐๐ ราย</p> <p>๖. แสดงการคาดการณ์จำนวน ผู้ติดตามที่จะเพิ่มขึ้นมากที่สุด</p>
<p>๑.๑.๒ การนำเสนอการบริหารจัดการดูแลการ ประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยนำเสนอแผนการ จัดงาน แนวคิดการเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการ ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ที่สร้างสรรค์โดดเด่นและเกิด Impact แบ่งเป็นช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังงาน โดยละเอียดครบถ้วนและ ครอบคลุม TOR ข้อ ๗ สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของงาน เพื่อเชิญชวนผู้ซื้อ สื่อมวลชน และผู้เข้าชมงาน ทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ เข้าร่วมงานเพิ่มมากขึ้น ตลอดจน นำเสนอการนำ Coporate identity (CI) และ Key Visual ของปี ๒๐๒๕ ไปใช้งานสำหรับ ออกแบบกราฟิก Tagline การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์คภาพรวมการจัดทำสื่อ</p>	<p>๕</p>		<p>ทั้งนี้ จะพิจารณาคะแนน ลดหลั่นจากผู้ที่ได้คะแนนสูงสุด</p>

๓๕ พ ๑๓๓

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>ประชาสัมพันธ์ของงานทั้งสื่อออนไลน์ และ ออฟไลน์ พร้อมนำเสนอหัวข้อข่าว อย่างน้อย ๒๐ หัวข้อข่าว เพื่อให้กรมพิจารณาคัดเลือก และ มีการเข้าถึงจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออฟไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๕ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๓๕ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๓ ล้าน reaches ตลอดจนแสดงแนวทางการในเพิ่มยอดติดตามในสื่อโซเชียลของงานให้มียอดติดตามเพิ่มขึ้นมากกว่า ๕,๐๐๐ ราย และคาดการณ์จำนวนผู้ติดตามที่จะเพิ่มขึ้นรองลงมา</p>			<p>ลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป</p>
<p>๑.๑.๓ การนำเสนอการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยนำเสนอแผนการจัดงาน แนวคิดการเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025 ที่สร้างสรรค์โดดเด่นและเกิด Impact แบ่งเป็นช่วงก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังงาน ตาม TOR ข้อ ๗ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน เพื่อเชิญชวนผู้ซื้อ สื่อมวลชน และผู้เข้าชมงาน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เข้าร่วมงานเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนนำเสนอการนำ Coporate identity (CI) และ Key Visual ของปี ๒๐๒๕ ไปใช้งานสำหรับออกแบบกราฟิก Tagline การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์คภาพรวมการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของงานทั้งสื่อออนไลน์ และ ออฟไลน์ พร้อมนำเสนอหัวข้อข่าว อย่างน้อย ๒๐ หัวข้อข่าว เพื่อให้กรมพิจารณาคัดเลือก และ มีการเข้าถึงจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออฟไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน impressions และการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๓๐ ล้าน impressions และไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้าน reaches ตลอดจนแสดงแนวทางการในเพิ่มยอดติดตามในสื่อโซเชียลของงานให้มียอดติดตามอย่างน้อย ๕,๐๐๐ ราย และคาดการณ์จำนวนผู้ติดตามน้อยที่สุด</p>	<p>๑</p>		
<p>๑.๒ แนวคิดการถ่ายภาพนิ่ง และ ภาพเคลื่อนไหว สำหรับ ๗ กลุ่มสินค้า</p>	<p>๑๐</p>	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณา ความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน</p>
<p>๑.๒.๑ นำเสนอแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งอย่างน้อย ๒ แนวคิด และการถ่ายภาพเคลื่อนไหว</p>	<p>๑๐</p>	<p>จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ</p>	

Handwritten signatures and initials at the bottom right corner.

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>อย่างน้อย ๒ แนวคิด เพื่อให้กรมเลือกอย่างละ ๑ แนวคิด พร้อมตัวอย่างภาพแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และเสนอรายชื่อช่างถ่ายภาพนิ่ง ๑ คน และรายชื่อทีมงาน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว ๑ คน และรายชื่อทีมงาน ซึ่งเป็นช่างภาพมืออาชีพที่มีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์ทั้งสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น พร้อมประวัติผลงานอย่างน้อยคนละ ๑๐ ผลงาน โดยเฉพาะผลงานของช่างภาพถ่ายภาพนิ่งจะต้องมีผลงานการถ่ายภาพสินค้าตามกลุ่มสินค้าเป้าหมายในทุกผลงาน ทั้งนี้ ไม่นับรวมอาหารและเครื่องดื่ม และมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อยคนละ ๗ ปี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและกลุ่มสินค้าเป้าหมาย</p>		<p>ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๒.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>ข้อ ๑.๒.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แสดงแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งอย่างน้อย ๒ แนวคิด พร้อมแสดงตัวอย่างภาพแนวคิด ๒. แสดงแนวคิดการถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๒ แนวคิด พร้อมแสดงตัวอย่างภาพแนวคิด ๓. แสดงชื่อช่างภาพถ่ายภาพนิ่งจำนวน ๑ คน และรายชื่อทีมงานช่างภาพ พร้อมผลงานช่างภาพถ่ายภาพนิ่งอย่างน้อย ๑๐ ผลงาน โดยเป็นตัวอย่างภาพที่เกี่ยวข้องกับสินค้าตามกลุ่มสินค้าเป้าหมายทุกผลงาน ทั้งนี้ ไม่นับรวมอาหารและเครื่องดื่ม และแสดงประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๗ ปี ๔. แสดงรายชื่อช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ คน และรายชื่อทีม พร้อมผลงานช่างภาพถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๑๐ ผลงาน และแสดงประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๗ ปี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และกลุ่มสินค้าเป้าหมาย ทั้งนี้ จะพิจารณา คะแนนลดหลั่นจากผู้ที่ได้ คะแนนสูงสุดลงมาตามเกณฑ์คะแนนในข้อถัดไป</p>
<p>๑.๒.๒ นำเสนอแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งอย่างน้อย ๑ แนวคิด และการถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๑ แนวคิด พร้อมตัวอย่างแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และเสนอรายชื่อช่างภาพอย่างละ ๑ คน ที่เป็นมืออาชีพที่มีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์ทั้งสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น พร้อมประวัติผลงานอย่างน้อยคนละ ๗ ผลงาน และประสบการณ์การทำงานอย่างน้อยคนละ ๕ ปี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และกลุ่มสินค้าเป้าหมาย</p>	๕		
<p>๑.๒.๓ นำเสนอแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งอย่างน้อย ๑ แนวคิด และการถ่ายภาพเคลื่อนไหว อย่างน้อย ๑ แนวคิด พร้อมตัวอย่างแนวคิดการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และเสนอชื่อช่างภาพภาพนิ่ง ๑ คน และช่างภาพเคลื่อนไหว ๑ คน ที่เป็นมืออาชีพที่มีความสามารถถ่ายภาพเชิงสร้างสรรค์ทั้งสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น พร้อมประวัติผลงานอย่างน้อยคนละ ๕ ผลงาน และประสบการณ์การทำงานอย่างน้อยคนละ ๕ ปี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และกลุ่มสินค้าเป้าหมาย</p>	๑		
<p>๑.๓ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการแปลภาษา</p>	๕	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน</p>
<p>๑.๓.๑ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่าง</p>	๕	<p>จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอ</p>	



เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>เชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของภาษา โดยแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษารวมอย่างน้อย ๓ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น และจีน พร้อมประวัติการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านภาษา หรือใบประกาศนียบัตรด้านการแปล อย่างน้อย ๑ ใบ และประสบการณ์การทำงานของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๗ ปี โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญภาษาอังกฤษจะต้องมีประสบการณ์การทำงานกับสื่อที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักด้วย พร้อมแสดงตัวอย่างการเขียนข่าวหรือ Content ที่มีลักษณะเดียวกันกับงาน STYLE Bangkok หรือสินค้าตามกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน ทั้งนี้ ต้องสอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ</p>		<p>ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๓.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>ข้อ ๑.๓.๑ จะได้ ๕ คะแนน โดยแสดงรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่างเชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมี ความสามารถในการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของภาษา ดังนี้ ๑. ภาษาอังกฤษ ๑ คน ดังนี้ - แสดงใบปริญญาตรีด้านภาษา หรือ ใบประกาศนียบัตรด้านการแปล - แสดงประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๗ ปี - แสดงประสบการณ์การทำงานกับสื่อที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก - แสดงตัวอย่างการเขียนข่าวหรือ Content ที่มีลักษณะเดียวกันกับงาน STYLE Bangkok หรือสินค้าตามกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน</p>
<p>๑.๓.๒ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่างเชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของภาษา โดยแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษารวมอย่างน้อย ๓ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน พร้อมประวัติการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านภาษา หรือใบประกาศนียบัตรด้านการแปล อย่างน้อย ๑ ใบ และประสบการณ์การทำงานของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๕ ปี โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญภาษาอังกฤษจะต้องมีประสบการณ์การทำงานกับสื่อที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักด้วย พร้อมแสดงตัวอย่างการเขียนข่าวหรือ Content ที่มีลักษณะเดียวกันกับงาน STYLE Bangkok หรือสินค้าตามกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน ทั้งนี้ ต้องสอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ</p>	<p>๓</p>		<p>๒. ภาษาจีน ๑ คน ดังนี้ - แสดงใบปริญญาตรีด้านภาษา หรือ ใบประกาศนียบัตรด้านการแปล - แสดงประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๗ ปี ๓. ภาษาญี่ปุ่น ๑ คน ดังนี้ - แสดงใบปริญญาตรีด้านภาษา หรือ ใบประกาศนียบัตรด้านการแปล - แสดงประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๗ ปี</p>
<p>๑.๓.๓ นำเสนอรายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลภาษาที่สามารถตรวจสอบเนื้อหาอย่าง</p>	<p>๑</p>		<p>ทั้งนี้ ต้องสอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>

(Handwritten signature and initials)

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>เชี่ยวชาญในระดับสากล ให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Grammar) และมีความสามารถในการเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ในระดับเจ้าของภาษา โดยแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ จำนวน ๑ รายต่อ ๑ ภาษารวมอย่างน้อย ๓ ภาษา อาทิ ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น จีน พร้อมประวัติและประสบการณ์การทำงานของผู้แปลทั้ง ๓ คน อย่างน้อย ๓ ปี ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับประเทศเป้าหมายของโครงการ</p>			
<p>๑.๔ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน สำหรับการดำเนินโครงการ</p>	<p>๕</p>	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพพรม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๑.๔.๑</p>
<p>๑.๔.๑ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๑๐ ปี และแสดงผลงานที่มีในลักษณะเดียวกันกับการจัดทำประชาสัมพันธ์สำหรับงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติด้านสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น (ในประเทศ) อย่างน้อย ๑ งาน และงานแสดงสินค้าระดับประเทศ ๑ งาน และเป็นผู้ไม่เคยมีประวัติที่ทำให้ภาครัฐเสื่อมเสียชื่อเสียง - Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี - นักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี พร้อมแสดงผลงานที่ผ่านมาของนักออกแบบกราฟิกอย่างน้อย ๕ ผลงาน - Editor ๑ คน พร้อมแสดงประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๑๐ ปี และผลงานที่เคยดูแลอย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน และมีทีมนักเขียนอย่างน้อย ๒ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน และ อย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๑ คน - ทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๒ ปี และระบุหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ เพื่อที่จะทำ คณะกรรมการเชื่อว่ามีความพร้อมในการดำเนินงาน 	<p>๕</p>	<p>เป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๑.๔.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>จะได้ ๕ คะแนน โดยแสดงรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้</p> <p>๑. แสดงชื่อผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๑๐ ปี และแสดงผลงานที่มีในลักษณะเดียวกันกับการจัดทำประชาสัมพันธ์สำหรับงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติด้านสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น (ในประเทศ) อย่างน้อย ๑ งาน และงานแสดงสินค้าระดับประเทศ ๑ งาน และเป็นผู้ไม่เคยมีประวัติที่ทำให้ภาครัฐเสื่อมเสียชื่อเสียง</p> <p>๒. แสดงชื่อ Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี</p> <p>๓. แสดงชื่อนักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี พร้อมแสดงผลงานที่ผ่านมาของนักออกแบบกราฟิกอย่างน้อย ๕ ผลงาน</p>

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>- ทีมช่างภาพสำหรับถ่ายภาพในช่วงระหว่างงานแสดงสินค้า ได้แก่ ทีมช่างภาพถ่ายภาพนิ่ง ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายภาพเคลื่อนไหว ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายภาพมุมสูงจากโดรน ๑ ทีม โดยทุกทีมมีประสบการณ์อย่างน้อย ๗ ปี</p> <p>- Admin สำหรับการตอบคำถามบนสื่อโซเชียลของงานอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๒ ปี</p> <p>- ทีมกลยุทธ์ด้านการตลาดออนไลน์ ๑ ทีม ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี</p>			<p>๔. แสดง Editor ๑ คน พร้อมแสดงประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๑๐ ปี และผลงานที่เคยดูแลอย่างน้อย ๓ ชิ้นงาน</p> <p>๕. แสดงรายชื่อทีมนักเขียนอย่างน้อย ๒ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๒ ปี จำนวน ๑ คน</p> <p>๖. แสดงรายชื่อทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๒ ปี และระบุหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ เพื่อที่จะทำให้องค์กรมีความพร้อมในการดำเนินงาน</p> <p>๗. แสดงรายชื่อทีมช่างภาพสำหรับถ่ายภาพในช่วงระหว่างงานแสดงสินค้า ได้แก่</p> <p>- รายชื่อทีมช่างภาพถ่ายภาพนิ่ง ๒ ทีม และมีประสบการณ์อย่างน้อย ๗ ปี</p> <p>- รายชื่อทีมช่างภาพถ่ายภาพเคลื่อนไหว ๒ ทีม และมีประสบการณ์อย่างน้อย ๗ ปี</p> <p>- รายชื่อทีมช่างภาพถ่ายภาพมุมสูงจากโดรน ๑ ทีม และมีประสบการณ์อย่างน้อย ๗ ปี</p> <p>๘. แสดงชื่อ Admin สำหรับการตอบคำถามบนสื่อโซเชียลของงานอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๒ ปี</p> <p>๙. แสดงรายชื่อทีมกลยุทธ์ด้านการตลาดออนไลน์ ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ อย่างน้อย ๕ ปี</p>
<p>๑.๔.๒ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้</p> <p>- ผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี และแสดงผลงานที่มีในลักษณะเดียวกันกับการจัดทำประชาสัมพันธ์สำหรับงานแสดงสินค้าระดับประเทศ ๑ งาน และเป็นผู้ไม่เคยมีประวัติที่ทำให้ภาครัฐเสื่อมเสียชื่อเสียง</p> <p>- Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี</p> <p>- นักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี พร้อมแสดงผลงานที่ผ่านมาของนักออกแบบกราฟิกอย่างน้อย ๓ ผลงาน</p> <p>- Editor ๑ คน พร้อมแสดงประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๗ ปี และผลงานที่เคยดูแลอย่างน้อย ๑ ชิ้นงาน และมีทีมนักเขียนที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๒ คน</p> <p>- ทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๑ ปี และระบุหน้าที่การดำเนินงานในแต่ละส่วนของโครงการ เพื่อที่จะทำให้องค์กรมีความพร้อมในการดำเนินงาน</p> <p>- ทีมช่างภาพสำหรับถ่ายภาพในช่วงระหว่างงานแสดงสินค้า ได้แก่ ทีมช่างภาพถ่ายภาพนิ่ง ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายภาพเคลื่อนไหว ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายภาพมุมสูงจากโดรน ๑ ทีม โดยทุกทีมมีประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี</p>	<p>๓</p>		

(Handwritten signatures and initials)

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
- Admin สำหรับการตอบคำถามบนสื่อโซเชียลของงานอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๒ ปี			
๑.๔.๓ นำเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่หลักของโครงการ และทีมงาน ดังนี้ - ผู้บริหารจัดการโครงการ ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี - Art Director ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี - นักออกแบบกราฟิก ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๓ ปี - Editor ๑ คน พร้อมแสดงประวัติและมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๕ ปี และมีทีมนักเขียน จำนวน ๒ คน ที่มีประสบการณ์อย่างน้อย ๓ ปี - ทีมงานด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๔ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์อย่างน้อย ๑ ปี - ทีมช่างภาพสำหรับถ่ายภาพในช่วงระหว่างงานแสดงสินค้า ได้แก่ ทีมช่างภาพถ่ายภาพนิ่ง ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายภาพเคลื่อนไหว ๒ ทีม ทีมช่างภาพถ่ายภาพมุมสูงจากโดรน ๑ ทีม โดยทุกทีมมีประสบการณ์อย่างน้อย ๕ ปี - Admin สำหรับการตอบคำถามบนสื่อโซเชียลของงานอย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย ๒ ปี	๑		

๒. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ (๒๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๒.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน
๒.๑.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยละเอียด พร้อมรูปแบบการจัดทำกราฟิก การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์ค และจัดเตรียม Content พร้อมตัวอย่างภาพ และวิธีการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับประเภทของสื่อตามที่ได้จัดหามาตาม TOR พร้อมระบุรายชื่อสื่อ และนำเสนอรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ จีนตัวเต็ม จีนตัวย่อ และญี่ปุ่น พร้อมตัวอย่าง ได้แก่ EDM ข้อมูลงาน	๕	จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๑.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	ข้อ ๒.๑.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แสดงแผน กลยุทธ์ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยละเอียด ๒. แสดงรูปแบบการจัดทำกราฟิก การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์ค และจัดเตรียม

๒ พ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
(Factsheet) และ E-invitation ในทุกภาษา และแสดงรายละเอียดแผนและวิธีการยิงแอด โฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พร้อมระบุ กลุ่มเป้าหมาย และจำนวนการมองเห็น ในภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ อย่างชัดเจน โดยสอดคล้องกับ TOR และ วัตถุประสงค์ของโครงการ			Content พร้อมตัวอย่างภาพ และวิธีการเผยแพร่ให้เหมาะสม กับประเภทของสื่อตามที่ได้ จัดหามาตาม TOR ๓. แสดงรายชื่อสื่อที่ได้จัดหา ๔. แสดงรูปแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ จีนตัวเต็ม จีนตัวย่อ และญี่ปุ่น พร้อมแสดงตัวอย่าง ได้แก่ EDM, ข้อมูลงาน (Factsheet) และ E-invitation ในทุกภาษา ๕. แสดงรายละเอียดแผนและ วิธีการยิงแอดโฆษณาเพื่อให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พร้อม ระบุกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ๖. แสดงจำนวนการมองเห็นใน ภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ ในต่างประเทศอย่างชัดเจน สอดคล้องกับสัดส่วนของการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ใน ภาพรวม โดยสอดคล้องกับ TOR และ วัตถุประสงค์ของโครงการ
๒.๑.๒ นำเสนอแผน กลยุทธ์ และกรอบ ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ พร้อมรูปแบบการจัดทำกราฟิก การจัดวาง Layout และอาร์ตเวิร์ค และจัดเตรียม Content พร้อมตัวอย่างภาพ และวิธีการ เผยแพร่ให้เหมาะสมกับประเภทของสื่อตามที่ได้ จัดหามาตาม TOR และนำเสนอชุดสื่อ ประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่น ได้แก่ EDM ข้อมูลงาน (Factsheet) และ E-invitation และแสดงรายละเอียดการยิงแอด โฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดย สอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของ โครงการ	๒		
๒.๒ การจัดหาสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ	๑๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา	คณะกรรมการจะพิจารณา
๒.๒.๑ นำเสนอการจัดหาสื่อออนไลน์สำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๑๐ สื่อ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Google Display Network, Taboola, Youtube ads, Mobile app ads และ สื่อออนไลน์ของจีน เช่น Weibo, Xiaohongshu เป็นต้น พร้อมรูปแบบของการ ลงสื่อตามสื่อที่จัดหาตามตัวอย่างสื่อข้างต้น และ นำเสนอสื่อด้านไลฟ์สไตล์และแฟชั่นหรือการ ออกแบบ มากกว่า ๑ สื่อ อาทิ Designboom พร้อมหัวข้อ Content และกราฟิกและ อาร์ตเวิร์ค และจัดหาปฏิทินงานแสดงสินค้า ระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2025 ลงในปฏิทิน ไม่ต่ำกว่า ๓ แห่ง โดยในแต่ละแห่งจะต้องมีบรรจงานแสดงสินค้า ชั้นนำ อาทิ Ambiente หรือ Maison&Objet หรือ Salone del Mobile และนำเสนอสื่อ	๑๕	และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๒.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์	ความครบถ้วนตามเกณฑ์การ พิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๒.๒.๑ จะได้ ๑๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แสดงการจัดหาสื่อออนไลน์ สำหรับการลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๑๐ สื่อ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Youtube Ads, Google Display Network, Taboola, Youtube Ads, Mobile app ads และสื่อออนไลน์ของจีน เช่น Weibo, Xiaohongshu เป็นต้น พร้อมแสดงรูปแบบ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>สำนักข่าวออนไลน์ในต่างประเทศตามกลุ่มประเทศเป้าหมายของงานอย่างน้อย ๓ สำนักข่าว และจัดหา Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับตามกลุ่มประเทศเป้าหมายพร้อมดำเนินการจัดทำ SEO และ SEM เพื่อโปรโมตให้เว็บไซต์ของงานติดอันดับอยู่ในหน้าแรกของการค้นหา โดยแสดงผลลัพธ์อยู่ระหว่าง ๑ - ๕ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส) อาทิจ Google เอเชีย อาทิจ Google, ญี่ปุ่น อาทิจ Yahoo, เกาหลีใต้ อาทิจ Naver, จีน อาทิจ Baidu และนำเสนอ Search engine อื่น ๆ อีก ๑ Search Engine และนำเสนอแนวทาง กลยุทธ์ และวิธีการยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียลของงานโดยเสนอพื้นที่สำหรับปักหมุดทั้งในแบบวงกว้างและแบบเฉพาะพื้นที่ พร้อมเสนอกลุ่มเป้าหมายโดยละเอียด อาทิจ เมือง หรือสถานที่ที่จัดงานแสดงสินค้า ทำอากาศยานนานาชาติ กลุ่มผู้สนใจงานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อให้โฆษณาเข้าถึงในวงกว้างและทั้งกลุ่มผู้ซื้อและผู้จัดแสดงสินค้าในเวลาเดียวกัน และเกิดการติดตามบนสื่อโซเชียลของงานเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR</p>			<p>ของการลงสื่อตามสื่อที่จัดหาตามตัวอย่างสื่อข้างต้น</p> <p>๒. แสดงรายชื่อสื่อบทความไลฟ์สไตล์และแฟชั่นหรือการออกแบบ มากกว่า ๑ สื่อ อาทิ Designboom พร้อมแสดงหัวข้อ Content และกราฟิกและอาร์ตเวิร์ค</p> <p>๓. แสดงรายชื่อปฏิทินงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2025 ลงในปฏิทินไม่ต่ำกว่า ๓ แห่ง โดยในแต่ละแห่งจะต้องมีบรรจงานแสดงสินค้าชั้นนำ อาทิ Ambiente หรือ Maison&Objet หรือ Salone del Mobile</p> <p>๔. แสดงรายชื่อสื่อสำนักข่าวออนไลน์ในต่างประเทศตามกลุ่มประเทศเป้าหมายของงานอย่างน้อย ๓ สำนักข่าว</p>
<p>๒.๒.๒ นำเสนอการจัดหาสื่อออนไลน์สำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๑๐ สื่อ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Google Display Network, Taboola, Youtube Ads, Mobile app ads และ สื่อออนไลน์ของจีน เช่น Weibo, Xiaohongshu เป็นต้น พร้อมรูปแบบของการลงสื่อตามสื่อที่จัดหาตามตัวอย่างสื่อข้างต้น และนำเสนอสื่อด้านไลฟ์สไตล์และแฟชั่นหรือการออกแบบ อย่างน้อย ๑ สื่อ อาทิ Designboom พร้อมหัวข้อ Content และกราฟิกและอาร์ตเวิร์ค และจัดหาปฏิทินงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2025 ลงในปฏิทิน ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง และนำเสนอสื่อสำนักข่าวออนไลน์ในต่างประเทศตามกลุ่มประเทศเป้าหมายของงานอย่างน้อย ๑ สำนักข่าว และจัดหา Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับตามกลุ่มประเทศเป้าหมายพร้อมดำเนินการจัดทำ SEO และ SEM เพื่อโปร</p>	<p>๑๐</p>		<p>๕. แสดงรายชื่อ Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับตามกลุ่มประเทศเป้าหมาย และแสดงรายละเอียดการจัดทำ SEO และ SEM โดยยื่นรับการแสดงผลลัพธ์อยู่ระหว่าง ๑ - ๕ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - สหรัฐอเมริกา (นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส) อาทิจ Google - เอเชีย อาทิจ Google - ญี่ปุ่น อาทิจ Yahoo - เกาหลีใต้ อาทิจ Naver - จีน อาทิจ Baidu - แสดง Search engine อื่น ๆ อีก ๑ Search Engine <p>๖. แสดงรายละเอียดวิธีการยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียลของงานโดยเสนอพื้นที่สำหรับ</p>

Handwritten signature/initials

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>โมตให้เว็บไซต์ของงานติดอันดับอยู่ในหน้าแรกของการค้นหา โดยแสดงผลอยู่ระหว่าง ๖ - ๑๐ ได้แก่ อาเซียน อาทิ Google, ญีปุ่น อาทิ Yahoo, เกาหลีใต้ อาทิ Naver, จีน อาทิ Baidu และนำเสนอแนวทาง กลยุทธ์ และวิธีการยิงแอด โฆษณบนสื่อโซเชียลของงานโดยเสนอพื้นที่สำหรับปักหมุดทั้งในแบบวงกว้างและแบบเฉพาะพื้นที่ พร้อมเสนอกลุ่มเป้าหมาย อาทิ เมือง หรือสถานที่ที่จัดงานแสดงสินค้า ทำอากาศยานนานาชาติ กลุ่มผู้สนใจงานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อให้โฆษณาเข้าถึงในวงกว้างและทั้งกลุ่มผู้ซื้อและผู้จัดแสดงสินค้าในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR</p>			<p>ปักหมุดทั้งในแบบวงกว้างและแบบเฉพาะพื้นที่ พร้อมเสนอกลุ่มเป้าหมายโดยละเอียด อาทิ เมือง หรือสถานที่ที่จัดงานแสดงสินค้า ทำอากาศยานนานาชาติ กลุ่มผู้สนใจงานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อให้โฆษณาเข้าถึงในวงกว้างและทั้งกลุ่มผู้ซื้อและผู้จัดแสดงสินค้าในเวลาเดียวกัน และเกิดการติดตามบนสื่อโซเชียลของงานเพิ่มขึ้น</p>
<p>๒.๒.๓ นำเสนอการหาสื่อออนไลน์สำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๑๐ สื่อ เช่น Web banner, Facebook ads, Instagram ads, Google Adwords, Google Display Network, Taboola, Youtube Ads, Mobile app ads และสื่อออนไลน์ของจีน เช่น Weibo, Xiaohongshu เป็นต้น พร้อมรูปแบบของการลงสื่อตามสื่อที่จัดหาตามตัวอย่างสื่อข้างต้น และนำเสนอสื่อด้านไลฟ์สไตล์และแฟชั่นหรือการออกแบบ อย่างน้อย ๑ สื่อ อาทิ Designboom พร้อมหัวข้อ Content และกราฟิกและอาร์ตเวิร์ค และจัดหาปฏิทินงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับบรรจงาน STYLE Bangkok 2025 ลงในปฏิทิน ไม่ต่ำกว่า ๒ แห่ง และจัดหา Search Engine ที่เป็นที่ยอมรับตามกลุ่มประเทศเป้าหมายพร้อมดำเนินการจัดทำ SEO และ SEM เพื่อโปรโมตให้เว็บไซต์ของงานติดอันดับอยู่ในหน้าแรกของการค้นหา โดยแสดงผลตั้งแต่ลำดับที่ ๑๑ เป็นต้นไป ได้แก่ อาเซียน อาทิ Google, ญีปุ่น อาทิ Yahoo, เกาหลีใต้ อาทิ Naver, จีน อาทิ Baidu และนำเสนอแนวทาง กลยุทธ์ และวิธีการยิงแอด โฆษณบนสื่อโซเชียลของงานโดยเสนอพื้นที่สำหรับปักหมุดทั้งในแบบวงกว้างและแบบเฉพาะพื้นที่ พร้อมเสนอกลุ่มเป้าหมายโดยละเอียด อาทิ เมือง หรือสถานที่ที่จัดงานแสดงสินค้า ทำอากาศยานนานาชาติ กลุ่มผู้สนใจงานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อให้โฆษณาเข้าถึงในวงกว้างและทั้งกลุ่มผู้ซื้อ</p>	<p>๕</p>		<p>โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR</p>

Handwritten initials and marks at the bottom right corner.

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
และผู้จัดแสดงสินค้าในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR			
๒.๓ การจัดหาสื่อออฟไลน์ในต่างประเทศ	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา	คณะกรรมการจะพิจารณา
๒.๓.๑ นำเสนอการจัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศสอดคล้องกับกลุ่มประเทศเป้าหมายหรือสอดคล้องกับเขตอาณาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในสหรัฐอเมริกา อาทิ นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส โดยจัดหาสื่อ อาทิ ป้ายโฆษณาภายในเมือง สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ ป้ายโฆษณาในงานแสดงสินค้า เช่น NY now, ASD Market Week อย่างน้อย ๒ สื่อ โดยสื่อออฟไลน์ที่จัดหามาจะต้องมีสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์งานลงในสื่อออนไลน์อย่างน้อย ๑ สื่อ พร้อมระบุรายละเอียดประเภทสื่ออย่างชัดเจน และออกแบบกราฟิก Layout และอาร์ตเวิร์คอย่างน้อย ๑ รูปแบบ สอดคล้องกับสื่อที่นำเสนอ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR	๕	และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๒.๓.๑ ครบถ้วน พร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	ความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๒.๓.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แสดงการจัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศสอดคล้องกับกลุ่มประเทศเป้าหมายหรือสอดคล้องกับเขตอาณาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในสหรัฐอเมริกา อาทิ นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส โดยจัดหาสื่อ อาทิ ป้ายโฆษณาภายในเมือง สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ ป้ายโฆษณาในงานแสดงสินค้า เช่น NY now, ASD Market Week อย่างน้อย ๒ สื่อ
๒.๓.๒ นำเสนอการจัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศสอดคล้องกับกลุ่มประเทศเป้าหมายหรือสอดคล้องกับเขตอาณาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในสหรัฐอเมริกา อาทิ นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส โดยจัดหาสื่อ อาทิ ป้ายโฆษณาภายในเมือง สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ ป้ายโฆษณาในงานแสดงสินค้า เช่น NY now, ASD Market Week อย่างน้อย ๑ สื่อ พร้อมระบุรายละเอียดประเภทสื่ออย่างชัดเจน และออกแบบกราฟิก Layout และอาร์ตเวิร์คอย่างน้อย ๑ รูปแบบ สอดคล้องกับสื่อที่นำเสนอ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR	๓		๒. แสดงชื่อสื่อออนไลน์ของสื่อออฟไลน์ที่ได้จัดหามา อย่างน้อย ๑ สื่อ พร้อมระบุรายละเอียดประเภทสื่ออย่างชัดเจน ๓. แสดงการออกแบบกราฟิก Layout และอาร์ตเวิร์คอย่างน้อย ๑ รูปแบบ สอดคล้องกับสื่อที่นำเสนอ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR
๒.๓.๓ นำเสนอการจัดหาสื่อสำหรับการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศสอดคล้องกับกลุ่มประเทศเป้าหมายหรือสอดคล้องกับเขตอาณาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในสหรัฐอเมริกา อาทิ นิวยอร์ก หรือ ลอสแอนเจลิส โดยจัดหาสื่อ อาทิ ป้ายโฆษณาภายในเมือง สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ ป้ายโฆษณาในงานแสดงสินค้า เช่น NY now, ASD Market Week อย่างน้อย ๑ สื่อ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR	๑		

๕ w Au

๓. การประชาสัมพันธ์ในประเทศ (๓๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๓.๑ แผน กลยุทธ์ รูปแบบและกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ พร้อมการบริหารจัดการในภาพรวม	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ	คณะกรรมการจะพิจารณา ความครบถ้วนตามเกณฑ์การ พิจารณาที่ให้คะแนน
๓.๑.๑ นำเสนอแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม รวมถึงออกแบบ กราฟิก และ อาร์ตเวิร์ค อย่างน้อยสี่ละ ๑ รูปแบบ โดย แบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัด งาน และหลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและวิธีการที่ มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสมกับกลุ่ม สินค้าของงาน และกลุ่มเป้าหมายทั้งคนไทยและ ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ประเทศไทย และการ บริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวมโดย ละเอียดครบถ้วน ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์หรือ สื่อช่อง Youtube สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา การผลิตสื่อวิทยุ SMS Broadcast สื่อออนไลน์ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึง กลุ่มธุรกิจต่างชาติและชุมชนชาวต่างชาติที่ อาศัยอยู่ในประเทศ การจัดงานแถลงข่าว การ จัดกิจกรรมพิเศษ การดำเนินกิจกรรมในระหว่าง การจัดงานและหลังจัดงาน พร้อมรายละเอียด การดำเนินการของแต่ละสื่อ และนำเสนอรูปแบบ และวิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ที่ แตกต่างจากสื่อและวิธีการข้างต้นตามขอบเขต การดำเนินงาน อย่างน้อย ๒ วิธี เพื่อให้กรม คัดเลือก ๑ วิธี ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ งาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจง เหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้ คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของ โครงการได้อย่างชัดเจน	๕	เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๑.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์	ข้อ ๓.๑.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แสดงแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการ ประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม รวมถึงออกแบบ กราฟิก และอาร์ตเวิร์ค อย่าง น้อยสี่ละ ๑ รูปแบบ โดย แบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัด งาน ระหว่างการจัดงาน และ หลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและ วิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อ ออฟไลน์และสื่อออนไลน์ ประเภทต่าง ๆ และมีความ เหมาะสมกับกลุ่มสินค้าของงาน และกลุ่มเป้าหมายทั้งคนไทย และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ ประเทศไทย และการบริหาร จัดการสื่อในประเทศใน ภาพรวมโดยละเอียดครบถ้วน ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์หรือ สื่อช่อง Youtube สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา การผลิตสื่อ วิทยุ SMS Broadcast สื่อ ออนไลน์ การบริหารจัดการ ประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึง กลุ่มธุรกิจต่างชาติและชุมชน ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ใน ประเทศไทย การจัดงานแถลงข่าว การ จัดกิจกรรมพิเศษ การ ดำเนินกิจกรรมในระหว่าง การจัดงานและหลังจัดงาน พร้อม รายละเอียดการดำเนินการของ แต่ละสื่อ
๓.๑.๒ นำเสนอแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม รวมถึงออกแบบ กราฟิก และ อาร์ตเวิร์ค อย่างน้อยสี่ละ ๑ รูปแบบ โดย แบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัด งาน และหลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและ วิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อ ออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสม กับกลุ่มสินค้าของงาน และกลุ่มเป้าหมายทั้งคน	๓		๒. แสดงรูปแบบและวิธีการ ใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์

8-14 On

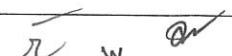
เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>ไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ประเทศไทย และการบริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์หรือสื่อช่อง Youtube สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา การผลิตสื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ SMS Broadcast การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจต่างชาติและชุมชนชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ การจัดงานแถลงข่าว การจัดกิจกรรมพิเศษ การดำเนินกิจกรรมในระหว่างการจัดงานและหลังจัดงาน และนำเสนอรูปแบบและวิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ที่แตกต่างจากสื่อและวิธีการข้างต้นตามขอบเขตการดำเนินงาน อย่างน้อย ๑ วิธี พร้อมรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของโครงการได้อย่างชัดเจน</p>			<p>ที่แตกต่างจากสื่อและวิธีการข้างต้นตามขอบเขตการดำเนินงาน อย่างน้อย ๒ วิธี เพื่อให้กรมคัดเลือก ๑ วิธี ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของโครงการได้อย่างชัดเจน</p>
<p>๓.๑.๓ นำเสนอแผน กลยุทธ์ รูปแบบ และกรอบระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ภาพรวม โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วง ก่อนการจัดงาน ระหว่างการจัดงาน และหลังจัดงาน พร้อมรูปแบบและวิธีการที่มีความเหมาะสมกับสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และมีความเหมาะสมกับกลุ่มสินค้าของงาน และกลุ่มเป้าหมายทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ประเทศไทย และการบริหารจัดการสื่อในประเทศในภาพรวม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์หรือสื่อช่อง Youtube สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา การผลิตสื่อวิทยุ SMS Broadcast สื่อออนไลน์ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจต่างชาติและชุมชนชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ การจัดงานแถลงข่าว การจัดกิจกรรมพิเศษ การดำเนินกิจกรรมในระหว่างการจัดงานและหลังจัดงาน พร้อมรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และชี้แจงเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว เพื่อให้คณะกรรมการ มีความมั่นใจ และเห็นภาพรวมของโครงการได้อย่างชัดเจน</p>	<p>๑</p>		

๓ ๖ ๐๗

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๓.๒ สื่อโทรทัศน์หรือสื่อช่อง Youtube สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และ SMS Broadcast</p>	๕	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณา</p>
<p>๓.๒.๑ นำเสนอแนวทางการจัดหาสื่อ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารงาน โดย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อโทรทัศน์หรือสื่อช่อง Youtube สำหรับ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์การจัดงาน อย่าง น้อย ๓ สื่อ จำนวนการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ในแต่ละช่อง พร้อมเสนอรูปแบบและ วิธีการเผยแพร่ - สื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ฉบับ ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ จำนวนไม่น้อย กว่า ๕ ฉบับ พร้อมแสดงจำนวนการเผยแพร่ข่าว ในช่องทางโซเชียลตามจำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้จัดหา - สื่อวิทยุ จัดทำร่างเนื้อหา จำนวน ๑ ร่าง และ รายละเอียดการผลิตสโปตวิทยุ - SMS Broadcast จัดทำเครือข่ายโทรศัพท์มือถือสำหรับการส่ง SMS ให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์ที่เดินทางเข้าร่วมงานแสดง สินค้า STYLE Bangkok รวมถึงงานแสดงสินค้า อื่น ๆ หรือศูนย์การค้า โดยเสนอแผน กรอบ ระยะเวลา และการบริหารจัดการ และตัวอย่าง ข้อความ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและ กิจกรรมภายในงาน ในช่วงก่อนงานและระหว่างงาน 	๕	<p>จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ</p> <p>ข้อ ๓.๒.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>ความครบถ้วนตามเกณฑ์การ พิจารณาที่ให้คะแนน</p> <p>ข้อ ๓.๒.๑ จะได้ ๕ คะแนน โดยแสดงแนวทางการจัดหาสื่อ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ข่าวสารงาน โดยสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. แสดงรายชื่อสื่อโทรทัศน์ หรือสื่อช่อง Youtube สำหรับ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์การ จัดงาน ไม่น้อยกว่า ๓ สื่อ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ในแต่ละช่อง พร้อมแสดง รูปแบบและวิธีการเผยแพร่ ๒. แสดงรายชื่อสื่อสิ่งพิมพ์ ฉบับภาษาไทยและภาษา อังกฤษจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ฉบับ ๓. แสดงจำนวนการเผยแพร่ ข่าวในช่องทางโซเชียลตามจำนวน สื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้จัดหา ๔. แสดงร่างเนื้อหาจำนวน ๑ ร่าง และรายละเอียดการ ผลิตสโปตวิทยุ ๕. จัดทำเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ สำหรับ SMS Broadcast เพื่อ ส่ง SMS ให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์ที่เดินทางเข้า ร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok รวมถึงงานแสดง สินค้าอื่น ๆ หรือศูนย์การค้า ๖. แสดงแผน กรอบระยะเวลา และการบริหารจัดการ และ ตัวอย่างข้อความ เพื่อ ประชาสัมพันธ์การจัดงานและ กิจกรรมภายในงาน หรือ ศูนย์การค้า ในช่วงก่อนงาน และระหว่างงาน
<p>๓.๒.๒ นำเสนอแนวทางการจัดหาสื่อ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารงาน โดย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อโทรทัศน์หรือสื่อช่อง Youtube สำหรับ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์การจัดงาน อย่าง น้อย ๒ สื่อ จำนวนการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ในแต่ละช่อง พร้อมเสนอรูปแบบและ วิธีการเผยแพร่ - สื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ฉบับ ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ จำนวนไม่น้อย กว่า ๔ ฉบับ พร้อมแสดงจำนวนการเผยแพร่ข่าว ในช่องทางโซเชียลตามจำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้จัดหา - สื่อวิทยุ จัดทำร่างเนื้อหา จำนวน ๑ ร่าง และ รายละเอียดการผลิตสโปตวิทยุ 	๒		<p>๕. จัดทำเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ สำหรับ SMS Broadcast เพื่อ ส่ง SMS ให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการ เครือข่ายโทรศัพท์ที่เดินทางเข้า ร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok รวมถึงงานแสดง สินค้าอื่น ๆ หรือศูนย์การค้า</p> <p>๖. แสดงแผน กรอบระยะเวลา และการบริหารจัดการ และ ตัวอย่างข้อความ เพื่อ ประชาสัมพันธ์การจัดงานและ กิจกรรมภายในงาน หรือ ศูนย์การค้า ในช่วงก่อนงาน และระหว่างงาน</p>

๕ w an

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>- SMS Broadcast จัดหาเครือข่ายโทรศัพท์มือถือสำหรับการส่ง SMS ให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ที่เดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok รวมถึงงานแสดงสินค้าอื่น ๆ หรือศูนย์การค้า</p>			
<p>๓.๓ สื่อป้ายโฆษณา</p>	<p>๕</p>	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณา</p>
<p>๓.๓.๑ นำเสนอแนวทางการออกแบบ รูปแบบ การบริหารจัดการ และการจัดหาสื่อป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับ TOR และ วัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วย ป้าย Billboard ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ตร.ม. ป้ายจอดิจิทัลและป้ายนิงบริเวณที่มีการจราจร พลุกพล่านหรือสี่แยกหรือทางด่วน ป้ายโฆษณา บริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ป้ายโฆษณาที่ทำอากาศยานนานาชาติ ในประเทศ ป้ายโฆษณา Billboard ขนาด ๓ x ๘ ตร.ม. หรือ ป้ายจอ LED ขนาด ๑,๐๘๐ x ๖๒๔ px บริเวณกระทรวงพาณิชย์ และป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลหรือ LED ภายใน สถานที่จัดงาน ตลอดจนสามารถสอดคล้องกับการยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียลของงานโดยปักหมุดเฉพาะพื้นที่ เพื่อให้เกิดการสร้างการรับรู้ ให้กับกลุ่มเป้าหมายในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ในเวลาเดียวกัน พร้อมระบุพื้นที่</p>	<p>๕</p>	<p>และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๓.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>ความครบถ้วนตามเกณฑ์การ พิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๓.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้</p> <p>๑. แสดงแนวทางการออกแบบ รูปแบบ การบริหารจัดการ และการและการจัดหาสื่อป้าย โฆษณาประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ TOR และ วัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ป้าย Billboard ขนาดไม่ น้อยกว่า ๑๘๐ ตร.ม. - ป้ายจอดิจิทัลและป้าย บริเวณที่มีการจราจรพลุกพล่าน หรือสี่แยกหรือทางด่วน - ป้ายโฆษณาบริเวณสถานีและ ภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS - ป้ายโฆษณาที่ทำอากาศยาน นานาชาติในประเทศ - ป้ายโฆษณา Billboard ขนาด ๓ x ๘ ตร.ม. หรือ ป้ายจอ LED ขนาด ๑,๐๘๐ x ๖๒๔ px บริเวณกระทรวง พาณิชย์ - ป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หรือ LED ภายในสถานที่จัดงาน
<p>๓.๓.๒ นำเสนอแนวทางการออกแบบ รูปแบบ การบริหารจัดการ และการจัดหาสื่อป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับ TOR และ วัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วย ป้าย Billboard ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ตร.ม. ป้ายจอดิจิทัลและป้ายนิงบริเวณที่มีการจราจร พลุกพล่านหรือสี่แยกหรือทางด่วน ป้ายโฆษณา บริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ป้ายโฆษณาที่ทำอากาศยานนานาชาติ ในประเทศ ป้ายโฆษณา Billboard ขนาด ๓ x ๘ ตร.ม. หรือ ป้ายจอ LED ขนาด ๑,๐๘๐ x ๖๒๔ px บริเวณกระทรวงพาณิชย์ และป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลหรือ LED ภายใน สถานที่จัดงาน</p>	<p>๒</p>		<p>๒. แสดงความสอดคล้องกับ การยิงแอดโฆษณาบนสื่อ โซเชียลของงานโดยปักหมุด เฉพาะพื้นที่ เพื่อให้เกิดการ สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่ม เป้าหมายในช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ในเวลาเดียวกัน และแสดงพื้นที่ในการยิงแอด โฆษณา</p>



เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๓.๔ สื่อออนไลน์</p> <p>๓.๔.๑ นำเสนอแนวทางการออกแบบ รูปแบบ อย่างน้อย ๑ รูปแบบ การบริหารจัดการ และการจัดหาสื่อออนไลน์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของโครงการ และ TOR ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อโซเชียลของงาน ได้แก่ Youtube, Facebook, Instagram, LINE, Tiktok และ Weibo - เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ อย่างน้อย ๒ เว็บไซต์ และเว็บไซต์อื่น ๆ ตามความเหมาะสม เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการรับรู้ข่าว - เว็บไซต์สื่อบทความออนไลน์ ๒ เว็บไซต์หลัก และจัดหาเว็บไซต์รองเพิ่มเติม ๑ เว็บไซต์ และ จัดหาสื่อโซเชียลสื่อบทความ อย่างน้อย ๒ สื่อ - เว็บ Top Portal อย่างน้อย ๒ เว็บไซต์ ที่มี ผู้ติดตามมากกว่า ๑ ล้านคน - การบุสโพล์และยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียล ของงาน โดยเฉพาะ FB และ IG เพื่อให้มีผู้ติดตาม เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับ TOR ส่วนที่ ๑ ข้อ ๑.๓.๒ และยิงแอดโฆษณาในช่วงก่อนการจัดงานอย่าง น้อยอาทิตย์ละ ๓ ครั้ง และในระหว่างการจัดงาน ๕ วัน ๆ ละ ๓ ครั้ง เพื่อให้เข้าถึงแฟนเพจและ กลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเฟซบุ๊กจะต้องระบุพื้นที่ ทั้งในแบบวงกว้าง และในแบบเฉพาะพื้นที่ ใน แบบเฉพาะพื้นที่ระบุอย่างน้อย ๔ พื้นที่ และ คาดการณ์จำนวนยอดการติดตามบนสื่อโซเชียล ของงานเพิ่มขึ้นที่มีผลจากการบุสโพล์และยิงแอด โฆษณา และสามารถทำให้มีการเข้าถึงสื่อรวม มากกว่า ๕ ล้าน Reaches - ออกแบบสื่อ จัดหาสื่อ และดำเนินการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การจัดงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งใน รูปแบบ Banner และ วิดีโอในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Streaming, Google Display Network (GDN), Web link, Banner, Google AdWords, Facebook ads, Twitter, Instagram ads, LINE ads, Email, SMS, VIU, WeTV, iQIYI, Youtube ads, Mobile app ads เป็นต้น โดยเมื่อ กลุ่มเป้าหมายพบเห็นพีดโฆษณา และมีการคลิก เข้าชมโฆษณาจะต้องเจอหน้า Landing page ของงานแสดงสินค้าหรือสื่อโซเชียลของงาน 	<p>๕</p> <p>๕</p>	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๔.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณา ความครบถ้วนตามเกณฑ์การ พิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๔.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. แสดงสื่อโซเชียลของงาน ได้แก่ Youtube, Facebook, Instagram, LINE, Tiktok และ Weibo ๒. แสดงการออกแบบ รูปแบบ การบริหารจัดการ ตามการ จัดหาสื่อออนไลน์ อย่างน้อย ๑ รูปแบบ ๓. แสดงเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ อย่างน้อย ๒ เว็บไซต์ และ จัดหาเว็บไซต์รองเพิ่มเติม ๑ เว็บไซต์ และจัดหาสื่อ โซเชียลสื่อบทความ อย่างน้อย ๒ สื่อ ๔. แสดงเว็บไซต์สื่อบทความ ออนไลน์ ๒ เว็บไซต์หลัก และ จัดหาเพิ่มเติม ๒ เว็บไซต์ ๕. แสดงเว็บ Top Portal อย่างน้อย ๒ เว็บไซต์ ที่มี ผู้ติดตามมากกว่า ๑ ล้านคน แสดงการบุสโพล์และยิงแอด โฆษณาบนสื่อโซเชียลของงาน โดยเฉพาะ FB และ IG เพื่อให้มี ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับ TOR ส่วนที่ ๑ ข้อ ๑.๓.๒ และ ยิงแอดโฆษณาในช่วงก่อนการจัด งานอย่างน้อยอาทิตย์ละ ๓ ครั้ง และในระหว่างการจัดงาน ๕ วัน ๆ ละ ๓ ครั้ง เพื่อให้ เข้าถึงแฟนเพจและกลุ่ม เป้าหมายใหม่ โดยเฟซบุ๊ก จะต้องระบุพื้นที่ทั้งในแบบวง กว้าง และในแบบเฉพาะพื้นที่ ในแบบเฉพาะพื้นที่ระบุอย่าง น้อย ๔ พื้นที่ และแสดงการ คาดการณ์จำนวนยอดการ

π w @

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>๓.๔.๒ นำเสนอแนวทางการออกแบบ รูปแบบ อย่างน้อย ๑ รูปแบบ การบริหารจัดการ และการจัดหาสื่อออนไลน์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อโซเชียลของงาน ได้แก่ Youtube, Facebook, Instagram, LINE, Tiktok และ Weibo - เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ อย่างน้อย ๑ เว็บไซต์ และเว็บไซต์อื่น ๆ ตามความเหมาะสม - เว็บไซต์สื่อบทความออนไลน์ ๒ เว็บไซต์หลัก และจัดหาสื่อโซเชียลสื่อบทความ อย่างน้อย ๒ สื่อ - เว็บ Top Portal อย่างน้อย ๒ เว็บไซต์ ที่มีผู้ติดตามมากกว่า ๑ ล้านคน - การบูสโพล์และยิงแอดโฆษณาบนสื่อโซเชียลของงาน โดยเฉพาะ FB และ IG เพื่อให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับ TOR ส่วนที่ ๑ ข้อ ๑.๓.๒ และยิงแอดโฆษณาในช่วงก่อนการจัดงานอย่างน้อยอาทิตย์ละ ๑ ครั้ง และในระหว่างการจัดงาน ๕ วัน ๆ ละ ๑ ครั้ง เพื่อให้เข้าถึงแฟนเพจและกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเฟซบุ๊กจะต้องระบุพื้นที่ทั้งในแบบวงกว้าง และในแบบเฉพาะพื้นที่ ในแบบเฉพาะพื้นที่ระบุอย่างน้อย ๓ พื้นที่ - ออกแบบสื่อ จัดหาสื่อ และดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในรูปแบบ Banner และ วิดีโอในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Streaming, Google Display Network (GDN), Web link, Banner, Google AdWords, Facebook ads, Twitter, Instagram ads, LINE ads, Email, SMS, VIU, WeTV, iQIYI, Youtube ads, Mobile app ads เป็นต้น โดยเมื่อกลุ่มเป้าหมายพบเห็นพีดโฆษณา และมีการคลิกเข้าชมโฆษณาจะต้องเจอหน้า Landing page ของงานแสดงสินค้า 	<p>๒</p>		<p>ติดตามบนสื่อโซเชียลของงาน เพิ่มขึ้นที่มีผลจากการบูสโพล์ และยิงแอดโฆษณา</p> <p>๖. แสดงการเข้าถึงสื่อรวม มากกว่า ๕ ล้าน Reaches</p> <p>๗. แสดงการออกแบบสื่อ จัดหาสื่อ และดำเนินการ โฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในรูปแบบ Banner และ วิดีโอในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Streaming, Google Display Network (GDN), Web link, Banner, Google AdWords, Facebook ads, Twitter, Instagram ads, LINE ads, Email, SMS, VIU, WeTV, iQIYI, Youtube ads, Mobile app ads เป็นต้น โดยเมื่อกลุ่มเป้าหมายพบเห็นพีดโฆษณา และมีการคลิกเข้าชมโฆษณาจะต้องเจอหน้า Landing page ของงานแสดงสินค้าหรือสื่อโซเชียลของงาน โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และ TOR</p>
<p>๓.๕ การบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งานให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจชาวต่างชาติและชุมชนชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ</p>	<p>๕</p>	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณา ความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน</p>
<p>๓.๕.๑ นำเสนอรูปแบบ วิธีการหรือแคมเปญ อย่างน้อย ๒ รูปแบบ เพื่อให้กรมเลือก ๑ รูปแบบ พร้อมการบริหารจัดการ แผน ระยะเวลาในการดำเนินการ และแสดงรายละเอียดอื่น ๆ ที่</p>	<p>๕</p>	<p>เป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๕.๑ ครบถ้วน พร้อม</p>	<p>ข้อ ๓.๕.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้</p>

๓๒

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
<p>เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อที่จะสามารถทำให้เกิดการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ซื้อและผู้ที่สนใจได้ รู้จักและสนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok มากขึ้น อาทิ ห้างสรรพสินค้าที่ชาวต่างชาตินิยม ชุมชนชาวต่างชาติ หรือ Expatriate ที่อาศัยอยู่ในประเทศ นิตยสารของชาวต่างชาติในไทย ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่จัดขึ้น สามารถทำให้จำนวนผู้ติดตามในสื่อโซเชียลของงานเพิ่มมากขึ้น โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>		<p>ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑. แสดงรูปแบบ วิธีการหรือแคมเปญ อย่างน้อย ๒ รูปแบบ เพื่อให้กรมเลือก ๑ รูปแบบ ๒. แสดงการบริหารจัดการ แผนระยะเวลาในการดำเนินการ และแสดงรายละเอียดอื่นๆที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อที่จะสามารถทำให้เกิดการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ซื้อและผู้ที่สนใจได้ รู้จักและสนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok มากขึ้น อาทิ ห้างสรรพสินค้าที่ชาวต่างชาตินิยม ชุมชนชาวต่างชาติ หรือ Expatriate ที่อาศัยอยู่ในประเทศ นิตยสารของชาวต่างชาติในไทย ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์</p> <p>๓. แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่จัดขึ้น สามารถทำให้จำนวนผู้ติดตามในสื่อโซเชียลของงานเพิ่มมากขึ้น</p>
<p>๓.๕.๒ นำเสนอรูปแบบ วิธีการหรือแคมเปญ อย่างน้อย ๑ รูปแบบ พร้อมการบริหารจัดการ แผน และระยะเวลาในการดำเนินการ เพื่อที่จะสามารถทำให้เกิดการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ซื้อและผู้ที่สนใจได้ รู้จักและสนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok มากขึ้น อาทิ ห้างสรรพสินค้าที่ชาวต่างชาตินิยม ชุมชนชาวต่างชาติ หรือ Expatriate ที่อาศัยอยู่ในประเทศ นิตยสารของชาวต่างชาติในไทย ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>๒</p>		<p>๓. แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่จัดขึ้น สามารถทำให้จำนวนผู้ติดตามในสื่อโซเชียลของงานเพิ่มมากขึ้น</p>
<p>๓.๕.๓ นำเสนอรูปแบบ วิธีการหรือแคมเปญ อย่างน้อย ๑ รูปแบบ พร้อมการบริหารจัดการ เพื่อที่จะสามารถทำให้เกิดการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ซื้อและผู้ที่สนใจได้ รู้จักและสนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok มากขึ้น อาทิ ห้างสรรพสินค้าที่ชาวต่างชาตินิยม ชุมชนชาวต่างชาติ หรือ Expatriate ที่อาศัยอยู่ในประเทศ นิตยสารของชาวต่างชาติในไทย ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยสอดคล้องกับ TOR และวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>๑</p>		<p>โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและ TOR</p>
<p>๓.๖ การจัดงานแถลงข่าว Press Conference ก่อนการจัดงาน STYLE Bangkok 2025</p>	<p>๕</p>	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม</p>	<p>คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน</p>
<p>๓.๖.๑ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบ พร้อมรายละเอียดการจัดงานแถลงข่าวโดยละเอียดชัดเจนตาม TOR พร้อมนำเสนอสถานที่จัดงานแถลงข่าวในกระทรวงพาณิชย์ อย่างน้อย ๒ แห่ง รายชื่อพิธีกร อย่างน้อย ๓ ราย เพื่อให้กรม</p>	<p>๕</p>	<p>จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๖.๑ ครบถ้วน พร้อม</p>	<p>ข้อ ๓.๖.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แนวคิดและรูปแบบ พร้อมรายละเอียดการจัดงานแถลง</p>

W

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
คัดเลือก และการจัดทำคลิปวิดีโองานแถลงข่าว ๑ เรื่อง ความยาวไม่เกิน ๒ นาที พร้อมตัวอย่างร่าง Storyboard บทพากย์เสียงภาษาไทยและ บทบรรยายภาษาอังกฤษ โดยสอดคล้องกับ Key visual วัตถุประสงค์ของงาน และ TOR		ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์	ข่าวโดยละเอียดชัดเจนตาม TOR ๒. แสดงรายชื่อสถานที่จัดงานแถลงข่าวในกระทรวงพาณิชย์อย่างน้อย ๒ แห่ง เพื่อให้กรมเลือก ๑ แห่ง ๓. แสดงรายชื่อพิธีกร อย่างน้อย ๓ ราย เพื่อให้กรมเลือก ๑ ราย ๔. แสดงการจัดทำคลิปวิดีโองานแถลงข่าว ๑ เรื่อง ความยาวไม่เกิน ๒ นาที พร้อมแสดงตัวอย่างร่าง Storyboard และ บทพากย์เสียงภาษาไทยและ บทบรรยายภาษาอังกฤษ
๓.๖.๒ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบ พร้อมรายละเอียดการจัดงานแถลงข่าว พร้อมนำเสนอสถานที่จัดงานแถลงข่าวในสถานที่ราชการ อย่างน้อย ๑ แห่ง รายชื่อพิธีกร อย่างน้อย ๑ ราย และการจัดทำคลิปวิดีโองานแถลงข่าว ๑ เรื่อง ความยาวไม่เกิน ๒ นาที พร้อมตัวอย่างร่าง Storyboard บทพากย์เสียงภาษาไทยและ บทบรรยายภาษาอังกฤษ โดยสอดคล้องกับ Key visual วัตถุประสงค์ของงาน และ TOR	๓		โดยสอดคล้องกับ Key visual วัตถุประสงค์ของงาน และ TOR
๓.๖.๓ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบ พร้อมรายละเอียดการจัดงานแถลงข่าว พร้อมนำเสนอสถานที่จัดงานแถลงข่าวในสถานที่ราชการ อย่างน้อย ๑ แห่ง รายชื่อพิธีกร อย่างน้อย ๑ ราย และการจัดทำคลิปวิดีโองานแถลงข่าว ๑ เรื่อง ความยาวไม่เกิน ๒ นาที บทพากย์เสียงภาษาไทยและบทบรรยายภาษาอังกฤษ โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และ TOR	๑		
๓.๗ การจัดกิจกรรมพิเศษภายในงานแสดงสินค้า	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา และเอกสาร รูปภาพรวม	คณะกรรมการจะพิจารณา
๓.๗.๑ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบกิจกรรมพิเศษ อย่างน้อย ๒ กิจกรรม เพื่อให้กรมเลือก ๑ กิจกรรม พร้อมแสดงรูปแบบ การออกแบบ และ ตกแต่งพื้นที่ให้สอดคล้องกับ KV ของงาน ตลอดจนรายละเอียดวิธีดำเนินการ เจ้าหน้าที่ดูแลกิจกรรม อย่างน้อย ๑ คน ที่มีประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๒ ปี เพื่อให้เป็นกิจกรรมที่สร้าง ประสิทธิภาพให้กับผู้เข้าร่วมชมงาน โดยสามารถ ทำให้เพิ่มจำนวนผู้ติดตามโซเชียลมีเดียของงาน ตลอดจนเกิดการกดไลค์และกดแชร์ภาพกิจกรรม หรืองานแสดงสินค้า โดยสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของโครงการ Key Visual และ TOR	๕	จำนวนการรับรู้ โดยจัดทำ เป็น PDF File และนำเสนอ ในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๓.๗.๑ ครบถ้วน พร้อม ส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์	ความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๓.๗.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้ ๑. แสดงแนวคิดและรูปแบบ กิจกรรมพิเศษ อย่างน้อย ๒ กิจกรรม เพื่อให้กรมเลือก ๑ กิจกรรม ๒. แสดงรูปแบบ การออกแบบ และตกแต่งพื้นที่ให้สอดคล้องกับ KV ของงาน รายละเอียดวิธี ดำเนินการ ๓. แสดงสถานที่จัดกิจกรรม ภายในงานแสดงสินค้า
๓.๗.๒ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบกิจกรรมพิเศษ อย่างน้อย ๑ กิจกรรม พร้อมแสดงรูปแบบ การออกแบบ และตกแต่งพื้นที่ให้สอดคล้องกับ KV ของงาน ตลอดจนรายละเอียดวิธีดำเนินการ เจ้าหน้าที่ดูแลกิจกรรม อย่างน้อย ๑ คน ที่มี	๒		๔. แสดงชื่อเจ้าหน้าที่ดูแล กิจกรรม อย่างน้อย ๑ คน ที่มี ประสบการณ์สอดคล้องกับ กิจกรรม อย่างน้อย ๒ ปี

Handwritten signature or initials at the bottom right corner.

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย ๑ ปี เพื่อให้เป็นกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมชมงาน โดยสามารถทำให้เพิ่มจำนวนผู้ติดตามสื่อโซเชียลของงาน ตลอดจนเกิดการกดไลค์และกดแชร์ภาพกิจกรรมหรืองานแสดงสินค้า โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ Key Visual และ TOR			๕. แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่จัดขึ้น สามารถทำให้จำนวนผู้ติดตามในสื่อโซเชียลของงานเพิ่มมากขึ้น โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ Key Visual และ TOR

๔. การบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลภายในเว็บไซต์ stylebangkokfair.com (๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๔.๑ แนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินงานบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลภายในเว็บไซต์	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๔.๑.๑ ครบถ้วนพร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๔.๑.๑ จะได้ ๕ คะแนน ดังนี้
๔.๑.๑ นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับภาพรวมของงานโดยละเอียด และเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการเว็บไซต์อย่างน้อย ๒ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๗ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน	๕		๑. แสดงแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับภาพรวมของงานโดยละเอียด
๔.๑.๒ นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการ และอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับภาพรวมของงาน และเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการเว็บไซต์อย่างน้อย ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๑ คน	๓		๒. แสดงรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างน้อย ๒ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๗ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน
๔.๑.๓ นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการดำเนินการบริหารจัดการ และอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับภาพรวมของงาน และเสนอรายชื่อเจ้าหน้าที่บริหารจัดการและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างน้อย ๑ คน พร้อมประวัติและมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย ๓ ปี จำนวน ๑ คน และอย่างน้อย ๑ ปี จำนวน ๑ คน	๑		

๕. ประสบการณ์ทำงานของผู้เสนองาน (๕ คะแนน) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
๕.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอองานต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ดำเนินโครงการที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งาน ซึ่งจะต้องเป็นผลงาน	๕	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจัดทำเป็น PDF File และนำเสนอในรูปแบบ Power	คณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วนตามเกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน ข้อ ๕.๑

๕ พ ๑๖

<p>ประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างที่มีวงเงิน ดังนี้</p> <p>(๑) ตั้งแต่ ๑๓,๐๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๑ สัญญา</p> <p>(๒) วงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๑ สัญญา</p> <p>(๓) วงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๓ สัญญา</p>		<p>Point โดยพิจารณาตามเกณฑ์ฯ ข้อ ๕.๑ ครบถ้วนพร้อมส่งข้อมูล (Upload) ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>จะได้ ๕ คะแนน โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ดำเนินโครงการที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งาน ซึ่งจะต้องเป็นผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างที่มีวงเงิน ดังนี้</p>
<p>๕.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ดำเนินโครงการที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งาน ซึ่งจะต้องเป็นผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้าง ดังนี้</p> <p>(๑) วงเงินไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๑ สัญญา</p> <p>(๒) วงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๓ สัญญา</p>	<p>๒</p>		<p>๑. ตั้งแต่ ๑๓,๐๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๑ สัญญา</p> <p>๒. วงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๑ สัญญา</p> <p>๓. วงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๓ สัญญา</p>
<p>๕.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ดำเนินโครงการที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์งาน ซึ่งจะต้องเป็นผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม อย่างน้อย ๑ สัญญา</p>	<p>๑</p>		

๑๓.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามหลักฐานการเสนอราคา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินคดีผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๑๓.๔ กรมฯ สงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของกรม

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๑๓.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรมฯ มีสิทธิ์ให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมฯ มีสิทธิ์ที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๑๓.๖ กรมฯ ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เหมาะสมก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมฯ เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกรมฯ จะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ที่จ้าง ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือกรมฯ จะให้ผู้ยื่นข้อเสนออื่นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรมฯ มีสิทธิ์ที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใด ๆ จากกรมฯ

๑๓.๗ ก่อนลงนามในสัญญา กรมฯ อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๑๔. ข้อตกลงหลังการคัดเลือก/ว่าจ้าง

๑๔.๑ ตลอดระยะเวลาในขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด โดยอนุญาตให้คณะกรรมการตรวจรับ หรือผู้แทนกรมฯ ที่เกี่ยวข้องร่วมพิจารณาเสนอความคิดเห็นตลอดการทำงาน และต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายทุกๆ ๑ เดือน หรือตามที่กรมฯ กำหนด

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

๑๔.๓ ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในการปรับปรุงแก้ไขงานตามที่คณะกรรมการฯ ให้ข้อคิดเห็น

๑๕.๔ หากมีการเปลี่ยนแปลงขนาดพื้นที่การจัดงาน และ/หรือปรับลดงบประมาณในการตกแต่งงานขึ้นมาจากหลัง ผู้ที่ได้รับคัดเลือกยินยอมที่จะปรับลดราคาค่าจัดทำ ติดตั้ง และตกแต่งงาน ให้เหมาะสมสอดคล้องกับพื้นที่ และ/หรืองบประมาณใหม่ที่จัดสรรไว้สำหรับงานนั้นๆ

๑๕.๕ หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๗ ทางกรมฯ จะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้างเหมาบริการฯ ตามเนื้องานที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ

๑๕.๖ ผู้ที่ได้รับคัดเลือกจะต้องไม่มอบเอกสารและข้อมูลที่ได้จัดเตรียมให้แก่ผู้ใด หรือนำข้อมูลจากการดำเนินการครั้งนี้ไปใช้ โดยไม่ได้รับอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากกรมฯ และถือว่าข้อมูลดังกล่าวฯ เป็นทรัพย์สินของกรมฯ

๑๕.๗ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องไม่ประชาสัมพันธ์บริษัทของตนลงบนผลงานหรือสื่อต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นจากงบประมาณของทางราชการ รวมถึงห้ามติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ใด ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานของทางราชการ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางราชการก่อน

๑๕. อัตราค่าปรับ

๑๕.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรมฯ จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๕.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๕.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

๑๖. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับถัดจากวันที่กรมฯ ได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่ว่าจ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อกรมฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าการจ้างผู้ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือก โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากกรมฯ ทั้งสิ้น

๑๘. เจ้าหน้าที่โครงการ

๑๘.๑ นางสาวภัทรา อัจฉรานิววัฒน์ หัวหน้าโครงการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๗๒

๑๘.๒ นายอรรถพล สุจิรวิญญูกุล เจ้าหน้าที่โครงการ หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๕๐๗ ๘๓๘๗

๑๙. สถานที่ติดต่อ

กลุ่มงานสินค้าไลฟ์สไตล์ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ชั้น ๘ อาคาร ๒ (ฝั่งริมถนน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (บางกระสอบ) E-mail: lifestyleunit.ditp@gmail.com

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ธันวาคม ๒๕๖๗

(Handwritten signature)
W

เอกสารแนบ

ลิงก์ Corporate Identity ของงาน STYLE Bangkok

<https://drive.google.com/file/d/1iZOOZrgSL-yKSdiWd9XcAmUUWRFI-Gh1/view?usp=sharing>

ลิงก์ Key Visual และ Brand book ของงาน STYLE Bangkok 2025

<https://drive.google.com/drive/folders/12VcCFo4rJoPSQJV7kLWWdpbefS0oUva9?usp=sharing>

ลิงก์โลโก้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

<https://drive.google.com/file/d/1kTTuvWehym-Rb7mmpkfD013Y3fEQ1Pux/view?usp=sharing>

ลิงก์โลโก้สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

<https://drive.google.com/drive/folders/1GIQn8tfeKWaqaJj5jx67Ojp5b2elpCS?usp=sharing>

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้าง

๑. ชื่อโครงการ การจ้างเหมาดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2025

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๑๓,๐๐๐,๐๐๐.- บาท

๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๗

โดยคำนวณราคาเฉลี่ยที่สืบราคาจากผู้มีอาชีพรับจ้าง ๓ ราย แล้วปรากฏว่าคิดได้เป็นจำนวนเงิน ๑๓,๘๑๐,๐๐๐.๐๐ บาท
ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เป็นราคากลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ ค่าออกแบบจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ Key visual เนื้อหา Artwork และ คลิปวิดีโอ	๒,๗๓๓,๓๓๓.๓๓ บาท
๔.๒ ค่าสื่อโทรทัศน์	๑,๖๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
๔.๓ ค่าสื่อสิ่งพิมพ์	๑,๓๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
๔.๔ ค่าสื่อป้ายโฆษณา Billboard	๒,๘๖๖,๖๖๖.๖๗ บาท
๔.๕ ค่าสื่อออนไลน์	๔,๑๓๓,๓๓๓.๓๓ บาท
๔.๖ ค่าจัดกิจกรรมแถลงข่าว	๑,๑๗๖,๖๖๖.๖๗ บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

- ๕.๑ บริษัท ซิลเลเบิล จำกัด
- ๕.๒ บริษัท ดีวีเอ็ม จำกัด
- ๕.๓ บริษัท อามิน บาบ่า จำกัด

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์

๖.๑ นางสาวภัทรา อัจฉรานิวัฒน์ (.....) ประธานกรรมการ
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

๖.๒ นายอรรถพล สุจริตญโยกุล (.....) กรรมการ
นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการ

๖.๓ นางสาวพิมพ์สิริชญ์ ธนสารสมบัติ (.....) กรรมการ
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

ตารางการจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศ

โครงการ.....

รายการวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

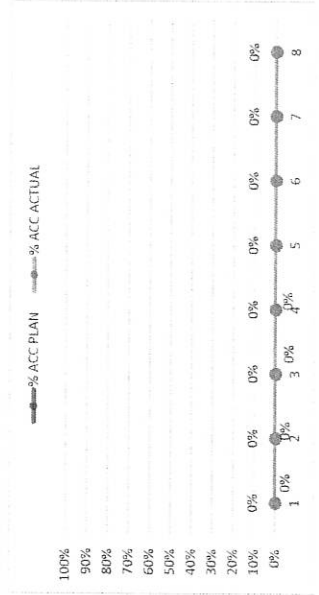
ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()

ตัวอย่างแบบการจัดทำแผนการทำงาน

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

Money	1	2	3	4	5	6	7	8
AccMoney								
% PLAN								
% ACC PLAN								
% ACTUAL								
% ACC ACTUAL								
% ACC DIFF								
% PLAN/2								
% PLAN/2 DIFF								



- หมายเหตุ:
- กรณีตัวอย่าง กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานทั้งสิ้นสัญญา จำนวน 8 เดือน
 - หมายถึง ระยะเวลาการก่อสร้างตามแผนดำเนินงานของแต่ละรายการก่อสร้าง เช่น งานก่อสร้างเดิม กำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง จำนวน 4 เดือน (ไม่รวมระยะเวลาการก่อสร้างผิวทาง)
 - หมายถึง ร้อยละของงานที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินการก่อสร้างตามแผนงานประจำเดือนของแต่ละรายการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละรายการก่อสร้าง คิดเป็น 100 %
 - มูลค่างานแต่ละรายการ คำนวณจากร้อยละตามแผนงานเทียบกับมูลค่างานตามแผนดำเนินการ เมื่อเทียบกับมูลค่าของงานทั้งโครงการ
 - ร้อยละของแผนดำเนินงานตามแผนดำเนินการ

Money
% PLAN