



ประกาศกรมการค้าภายใน  
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน  
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

กรมการค้าภายใน มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๒๙ เม.ย. ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา
๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ ๓๘/๒๕๖๙ ลงวันที่ ๒๓ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศ จนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ [www.dit.go.th](http://www.dit.go.th) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th)
๔. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคตามขอบเขตของงานตามที่ส่วนราชการกำหนดเพื่อประกอบการพิจารณา ในวันที่ ๕ พ.ค. ๒๕๖๙ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๓๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุม ๒๐๕๐๕ ชั้น ๕ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มานำเสนองานภายในวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด กรมการค้าภายในจะไม่รับพิจารณา

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙

(นายวิทยากร มณีเนตร)

อธิบดีกรมการค้าภายใน



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๓๔/๒๕๖๙

การจ้างดำเนินโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน  
ตามประกาศ กรมการค้าภายใน  
ลงวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๙

กรมการค้าภายใน ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "กรม" มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างดำเนินโครงการ  
บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)  
ตามรายการ ดังนี้

จ้างดำเนินโครงการบริหารจัดการสื่อ จำนวน ๑ งาน  
สังคมออนไลน์ (Social Media) ของ  
กรมการค้าภายใน

โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ ขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ แบบสัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
  - (๑) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
  - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
  - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
  - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
  - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการทำงาน

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรม ฅ วัน ประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๗๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กรม เชื้อถื้อ ตามขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ ๓.๑๔ กำหนด

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

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

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีรายการงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีรายการงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่

สำนักงานสารรับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๖. กรณีตาม ข้อ ๑ - ข้อ ๕ ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๘๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(๖.๔) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(๖.๕) การซื้อสิ่งหาริมทรัพย์และการเช่าสิ่งหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

๒.๑๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ เป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ที่ ๐๔๐๕.๒/ว ๑๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖

### ๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีในนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนา สัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคล ยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งยังไม่มีกิจการ รายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกิจการ รายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

๓. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคาร

กลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๕. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(๕) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์

(๖) สำเนาใบภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. ๒๐) (ถ้ามี)

(๗) เอกสารมูลค่าสุทธิของกิจการ

(๘) 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) สำเนาหนังสือรับรองผลงานจ้าง

(๒) จัดทำเอกสารตามรายละเอียดขอบเขตงานฯ กำหนด

(๓) 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 ผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามข้อ ๖.๒ ให้ถูกต้อง ทั้งนี้ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียนและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว  
ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจดูร่างสัญญารายละเอียด ขอบเขตของงานฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ **๒๓ เม.ย. ๒๕๖๕** ระหว่างเวลา ๐๘.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอ และการเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนองานโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ฯ ต่อคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ในวันที่ **๕ พ.ค. ๒๕๖๕** ตั้งแต่เวลา ๐๙.๓๐ น. ณ ห้องประชุม ๒๐๕๐๔ ชั้น ๕ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ โดยคณะกรรมการฯ จะแจ้งเวลาให้ผู้ยื่นข้อเสนอทราบ ลำดับการนำเสนอจะแจ้งให้แต่ละรายทราบเฉพาะตน ในวันทำการหลังวันเสนอราคา โดยจะเป็นไปตามลำดับที่ ปรากฏในเอกสารรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอจากระบบ e-GP และหากมีผู้ยื่นข้อเสนอหลายราย กรมการค้าภายใน สงวนสิทธิ์ในการกำหนดวันเสนองานมากกว่า ๑ วัน ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มานำเสนอภายในวัน เวลา และสถานที่กำหนด กรมการค้าภายในจะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น รายละเอียดตามขอบเขตงานต่างๆ ข้อ ๕.๔ กำหนด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับการใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่กรมผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นนอกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ว่า ก่อนหรือ ในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการพิจารณาผลฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นนอกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และกรม จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่

งาน เว้นแต่กรมจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำความผิดกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของกรม

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวม

ค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่

กำหนด

- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้

- (๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคา ด้วยวิธี

ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th)

๔.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่กรณีที่ระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาไม่เกิน ๖๐ วัน

๔.๑๐ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เว้นแต่เป็นกรณีสัญญามีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือกรณีการจ้างซึ่งสัญญาหรือบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

## ๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กรมจะพิจารณาตัดสินโดยใช้ เกณฑ์ขั้นต่ำร่วมกับเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

### ๕.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้เกณฑ์ขั้นต่ำร่วมกับเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ โดยจะพิจารณาให้คะแนนและน้ำหนักข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ ตามที่หน่วยงานกำหนด ตามที่หน่วยงานกำหนดดังนี้

#### ๕.๒.๑ จ้างผลงานผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้  $100 - (((\text{ราคาของผู้เสนอราคา} - \text{ราคาต่ำสุด}) / \text{ราคาต่ำสุด}) * 100)$

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐.๐๐ โดยมีวิธีการให้คะแนน ดังนี้ คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ถ่วงน้ำหนักร้อยละ ๘๐

โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องได้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำร้อยละ ๘๐.๐๐ ขึ้นไป

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือขอบเขตงานที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กรมกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อ ผู้ยื่น

ข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการพิจารณาผลฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสิทธิ ผู้ยื่น  
ข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ กรมสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณี  
ดังต่อไปนี้

(๑) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วย  
อิเล็กทรอนิกส์

(๒) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวด  
อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินใจประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการ  
พิจารณาผลฯ หรือกรม มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ กรมมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา  
หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ กรมทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคา ที่เสนอทั้งหมด  
ก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการ  
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็น  
สำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกรมเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้  
รวมทั้งกรมจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่น  
ข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การ  
เสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจ  
ดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ หรือกรม จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอ  
ชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้  
เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กรม มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น  
ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกรม

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญากรม อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หาก  
ปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์  
ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่น  
ข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

## ๖. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓  
หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับกรม ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็น  
จำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้กรมยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้  
หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่กรมการค้าภายใน ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่  
ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันทำสัญญา หรือก่อนวันนั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบาย  
กำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๖) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือคำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือคำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

#### ๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งกรม ได้รับมอบไว้แล้ว

#### ๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

กรม จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๙. และ ๑๐. กำหนด ให้แล้วเสร็จภายใน ๖๐ วัน

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๙. และ ๑๐. กำหนด ให้แล้วเสร็จภายใน ๑๒๐ วัน

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และ กรม ได้ตรวจรับมอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

#### ๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากกรม จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้าง

#### ๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่กรมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

#### ๑๐. ข้อสงวนสิทธิ์ในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ กรมได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อกรมได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศและของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการ

กระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งกรมได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือภายในเวลาที่กำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ กรมจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกมัดจำจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกมัดจำให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ กรมสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรม คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ กรม อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอ จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากกรมไม่ได้

(๑) กรมไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรร แต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใด ในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่กรม หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

๑๐.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเลือกช่องทางการอุทธรณ์และช่องทางการรับหนังสือแจ้งตอบผลการพิจารณาอุทธรณ์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนการยื่นข้อเสนอ และหากผู้ยื่นข้อเสนอมีความประสงค์ที่จะอุทธรณ์ผลการประกาศผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง จะต้องยื่นอุทธรณ์และรับหนังสือแจ้งตอบการพิจารณาอุทธรณ์ผ่านช่องทางที่ได้เลือกไว้เท่านั้น

## ๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

**๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ**

กรม สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับกรม ไร้ข้อครหา

กรมการค้าภายใน

๒๓ เมษายน ๒๕๖๙

# ขอบเขตของงานจ้างดำเนินโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน

## ๑. หลักการและเหตุผล

กรมการค้าภายในมีภารกิจสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้า ระบบและกลไกการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนให้เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ อันจะนำไปสู่การสร้าง ความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้มีความถูกต้อง ตามมาตรฐานสากล การเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการอย่างเหมาะสม การคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค และการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งภารกิจดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ในทุกภาคส่วน จึงมีความจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับต่อบทบาทและภารกิจของ กรมการค้าภายในอย่างต่อเนื่อง โดยการประชาสัมพันธ์ถือเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารระหว่างภาครัฐกับ ประชาชน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริโภค เกษตรกร ผู้ประกอบการ นักวิชาการ และสื่อมวลชน ได้รับ ทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและสามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของภาครัฐ

ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญในการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณชน เนื่องจากสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว สะดวก และทันต่อ สถานการณ์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนที่หันมารับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ทำให้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อภารกิจของ หน่วยงานภาครัฐ ปัจจุบันกรมการค้าภายในมีช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน ๖ ช่องทาง ได้แก่ Facebook ภายใต้อีโก้ “กรมการค้าภายใน DIT” Instagram ชื่อ “dit\_moc” X (Twitter) ชื่อ “dit\_moc” YouTube ชื่อ “DIT Channel” TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT” และ LINE Official Account ชื่อ “Hello DIT” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จำเป็นต้องอาศัยการ วางแผนการสื่อสาร การผลิตเนื้อหา (Content) ที่เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละแพลตฟอร์ม รวมถึงความ เข้าใจในการทำงานของระบบอัลกอริทึม (Algorithm) ที่ส่งผลต่อการมองเห็นและการเข้าถึงของผู้ใช้งาน ดังนั้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ภารกิจ นโยบาย และมาตรการของกรมการค้าภายในสามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ กรมการค้าภายในจึงมีความจำเป็นต้อง ดำเนินโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่เหมาะสม วิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงและการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันจะช่วยสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายของกรมและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ หน่วยงานให้มีความทันสมัยและใกล้ชิดกับประชาชนมากยิ่งขึ้น

## ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อบริหารจัดการและพัฒนาช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการค้าภายในให้มี ประสิทธิภาพ สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ นโยบาย และมาตรการต่าง ๆ ของกรมไปยังประชาชน ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และทั่วถึง

๒.๒ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน เกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ต่อบทบาท ภารกิจ และการดำเนินงานของกรมการค้าภายใน

๒.๓ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอันจะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ในการรักษาความเป็นธรรมทางการค้า สามารถแบ่งปันและมีส่วนร่วมภาคประชาชนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรม

๒.๔ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของหน่วยงาน ให้มีความเหมาะสมกับประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม

### ๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นเสนอมustต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการค้าภายใน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงรายชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งในวันลงนามในสัญญา

(๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียนหรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง สินเชื่อที่ธนาคารในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๔) กรณีตามข้อ (๑) - (๓) ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(๔.๑) ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

๓.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว ๑๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖

๓.๑๔ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์วงเงินไม่น้อยกว่า ๗๕๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) เป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือ และมีระยะเวลาตั้งแต่ปี ๒๕๖๖ เป็นต้นมา เพื่อใช้แสดงประกอบการพิจารณาและกรมการค้าภายในสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยต้องแสดงหลักฐานประสบการณ์การปฏิบัติงานที่ผ่านมา ได้แก่ หนังสือรับรองผลการปฏิบัติงานจากหน่วยงานหรือเอกสารที่แสดงว่าได้ทำงานแล้วเสร็จและสำเนาสัญญาจ้าง

#### ๔. ขอบเขตของงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

๔.๑ แนวคิด กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน ดังนี้

๔.๑.๑ ดำเนินการวิเคราะห์ช่องทางสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของกรมการค้าภายใน พร้อมจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสาร แนวทางการพัฒนาและรูปแบบการจัดทำเนื้อหา (Content) อย่างเป็นระบบ โดยกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ครอบคลุมทั้งเนื้อหาประเภทภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว/วิดีโอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของหน่วยงาน เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเพิ่มการเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง ทั้งนี้ต้องมุ่งเน้นการเพิ่มอัตราการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม (Engagement Rates)

การส่งต่อเนื้อหา (Share) และการขยายฐานผู้ติดตามในแต่ละช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

- ๑) Facebook ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”
- ๒) TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”
- ๓) YouTube ชื่อ “DIT Channel”
- ๔) Instagram ชื่อ “dit\_moc”
- ๕) X (Twitter) ชื่อ “dit\_moc”

๔.๑.๒ จัดทำแผนการดำเนินงาน โครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน โดยกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละช่องทางครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม พร้อมจัดทำแผนการผลิตเนื้อหา (Content Plan) อาทิ เนื้อหาเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมของกรมการค้าภายใน เทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ สร้างการรับรู้ การติดตาม และการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของกรมการค้าภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ๑) Facebook ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”
- ๒) TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”
- ๓) YouTube ชื่อ “DIT Channel”
- ๔) Instagram ชื่อ “dit\_moc”
- ๕) X (Twitter) ชื่อ “dit\_moc”
- ๖) LINE Official Account ชื่อ “Hello DIT”

#### ๔.๒ การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

๔.๒.๑ ดำเนินการจัดทำรูปแบบ (Template) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ โดยออกแบบให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และสะท้อนอัตลักษณ์ของหน่วยงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ โดยออกแบบสื่อในรูปแบบที่สามารถปรับแก้ไขได้ (editable files) สำหรับใช้ผลิต โปสเตอร์ แบนเนอร์ อินโฟกราฟิก และวิดีโอ เพื่อให้การสื่อสารของหน่วยงานมีเอกภาพ ทันสมัย

๔.๒.๒ ดำเนินการออกแบบ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจ กิจกรรมต่าง ๆ ตามเนื้อหาที่กรมการค้าภายในพิจารณาเห็นสมควร ในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic พร้อมคำอธิบาย (Caption) โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของแพลตฟอร์มและกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๕ ชิ้น

๔.๒.๓ ดำเนินการออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ Plate หรือ Banner ประกอบข่าวหรือกิจกรรมหรือตามเนื้อหาที่กรมการค้าภายในพิจารณาเห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชิ้น

๔.๒.๔ ดำเนินการออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้นเพื่อนำเสนอภารกิจและบทบาทหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และเหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจในภารกิจของกรมการค้าภายในมากยิ่งขึ้น โดยคลิปวิดีโอต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที/ชิ้น พร้อมจัดทำคำอธิบาย (Caption) สำหรับการเผยแพร่ในแต่ละแพลตฟอร์ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๓ ชิ้น โดยในจำนวนดังกล่าว ต้องมีการถ่ายทำคลิปวิดีโอที่มีผู้ดำเนินรายการหรือเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายในร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ทั้งนี้ต้องดำเนินการผลิตด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูง ตัดต่อ ลงเสียง ใส่กราฟิก ให้เกิดความน่าสนใจของเนื้อหา พร้อมทั้งดำเนินการเผยแพร่ให้มียอดการรับชมรวมทุกคลิปไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ วิ

๔.๒.๕ จัดหาช่างบันทึกภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน ร่วมลงพื้นที่ตามภารกิจ/กิจกรรม หรือปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง โดยช่างบันทึกภาพต้องแต่งกายให้เหมาะสมกับลักษณะงานและสถานที่ เช่น ชุดสุทศุภาพเรียบร้อย ทั้งนี้อุปกรณ์สำหรับบันทึกภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวต้องเป็นอุปกรณ์ระดับมืออาชีพตลอดทั้งโครงการ โดยต้องจัดส่งผลงานในรูปแบบ Google Drive ประกอบด้วยไฟล์ภาพนิ่งในรูปแบบ JPG หรือ .RAW ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑,๙๒๐ x ๑,๐๘๐ พิกเซล หรือ ๒ ล้านพิกเซล หรือไฟล์ภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบ .MP๔ หรือรูปแบบอื่นๆ ความละเอียดไม่น้อยกว่า ๑๐๘๐p (Full HD) ทั้งนี้ ให้จัดส่งไฟล์ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวให้กับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ และเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์สื่อสารองค์กร หลังจากเสร็จสิ้นภารกิจ/กิจกรรม

#### ๔.๓ บริหารจัดการสื่อโซเชียลทุกแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน ดังนี้

๔.๓.๑ ดำเนินการโปรโมทสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการโปรโมทโพสต์ (Boost Post) บนทุกแพลตฟอร์มโซเชียลของกรมการค้าภายใน ตามที่กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรกำหนด เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการติดตามรวมถึงการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Engagement) โดยกำหนดให้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำการโปรโมทต้องมีจำนวนการมองเห็นจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คนต่อครั้ง ทั้งนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ที่นำมาโปรโมทต้องเป็นสื่อที่เผยแพร่ภายหลังจากวันที่ลงนามในสัญญา และต้องดำเนินการโปรโมทไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

๔.๓.๒ จัดทำแผนและดำเนินการจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางโซเชียล โดยกำหนดให้แต่ละกิจกรรมมีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน และต้องจัดกิจกรรมตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการไม่น้อยกว่า ๘ กิจกรรม พร้อมจัดหาของรางวัลสำหรับผู้โชคดีหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๕ รางวัล/กิจกรรม โดยมีมูลค่าของรางวัลรวมไม่น้อยกว่า ๓,๕๐๐ บาท/กิจกรรม ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อุปกรณ์ และของรางวัล รวมถึงการจัดส่งของรางวัลให้แก่ผู้ได้รับรางวัล

๔.๓.๓ จัดหา Package รายเดือน สำหรับอุปกรณ์และเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

๑) จัดหา Package รายเดือน LINE for Business (Broadcast) Pro และบริการที่เกี่ยวข้องใน Line Official ของกรมการค้าภายใน ชื่อ "Hello DIT" จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้ในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมฯ

๒) จัดหา Package รายเดือน Google AI Pro จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อภาพ วิดีโอ หรือข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดทำสื่อและการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

๓) จัดหา Package รายเดือน CapCut Pro จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบสื่อวิดีโอ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดทำสื่อและการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

๔) จัดหา Package รายเดือน Super Grok จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างเนื้อหา การออกแบบ

สื่อภาพ วิดีโอ หรือข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดทำสื่อและการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

๔.๓.๔ ดำเนินการเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลมีเดียในแต่ละแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายในไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ นับจากวันลงนามในสัญญา ถึง วันครบกำหนดการส่งมอบงานงวดสุดท้าย ได้แก่

- ๑) Facebook ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”
- ๒) TikTok ชื่อ “กรมการค้าภายใน DIT”
- ๓) YouTube ชื่อ “DIT Channel”
- ๔) Instagram ชื่อ “dit\_moc”
- ๕) X (Twitter) ชื่อ “dit\_moc”

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

๑) ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อมูลสำหรับจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ โดยประเด็นหรือเนื้อหาที่จะต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ที่ได้รับมอบหมายก่อนดำเนินการเผยแพร่ทุกครั้ง

๒) กรณีมีการแก้ไขชิ้นงาน ผู้รับจ้างจะต้องพร้อมแก้ไขทันที และส่งให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบตามวันและเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนดก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง

๓) ในกรณีที่ทีมงานเร่งด่วน จะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ดำเนินงานตามรายละเอียดขอบเขตของงานได้

## ๕. หลักเกณฑ์การพิจารณา

๕.๑ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ตามข้อ ๓ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคต่อไป

๕.๒ ผู้เสนอราคาจะต้องยื่นข้อเสนอครบทุกรายการ ตามขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR) ข้อ ๔ หากยื่นข้อเสนอไม่ครบทุกรายการ ตามขอบเขตการดำเนินงานจ้าง (TOR) คณะกรรมการฯ จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการเพื่อประกอบการพิจารณาให้คะแนน

๕.๓ ผู้เสนอราคาต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์และต้องมีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จึงจะนำข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปพิจารณา โดยต้องจัดทำเอกสารที่มีเนื้อหาถูกต้องครบถ้วนทุกข้อ และเรียงลำดับตามขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) ในรูปแบบไฟล์ประเภท Portable Document Format (PDF File) รวมทั้งผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ที่จะใช้เสนอราคาให้แล้วเสร็จก่อนกำหนดวันยื่นเสนอราคา ทั้งนี้ กรมฯ จะนำเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคดังกล่าวไปเป็นเอกสารแนบท้ายสัญญาประกอบการตรวจรับ

๕.๔ การดำเนินการพิจารณาผล กำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนองานโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน ต่อคณะกรรมการพิจารณาผล ณ กรมการค้าภายในตามวันที่กรมฯ กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะแจ้งเวลาให้ผู้ยื่นข้อเสนอทราบ ลำดับการนำเสนอจะแจ้งให้แต่ละรายทราบเฉพาะของตน ในวันทำการหลังวันเสนอราคา โดยจะเป็นไปตามลำดับที่ ปรากฏในเอกสารรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอจากระบบ eGP และหากมีผู้ยื่นข้อเสนอหลายราย กรมการค้าภายใน สงวนสิทธิ์ในการกำหนดวันนำเสนองานมากกว่า ๑ วัน ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มานำเสนองานภายในวัน และสถานที่ที่กำหนด กรมการค้าภายในจะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ซึ่งรายละเอียดของงานที่

นำเสนอจะต้องเป็นไปตามเอกสารที่ยื่นมาในระบบจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) เท่านั้น ไม่อนุญาตให้ผู้ยื่นข้อเสนอปรับเปลี่ยนข้อมูลแตกต่างไปจากเอกสารที่ยื่นเสนอหากผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเสนอนอกเหนือไปจากเอกสารที่ยื่นมาข้างต้นอย่างมีนัยสำคัญ

๕.๕ กำหนดสัดส่วนของน้ำหนักในการให้คะแนน เพื่อใช้ในการประเมินพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ ร้อยละ ๑๐๐ โดยถ่วงน้ำหนักเกณฑ์คุณภาพ ร้อยละ ๘๐ และข้อเสนอด้านราคา ร้อยละ ๒๐

๕.๖ การพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพ ต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา การพิจารณาเกณฑ์ด้านคุณภาพ ประกอบด้วย

ข้อพิจารณา	คะแนน
<b>๑. แนวคิด กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน ร้อยละ ๒๐</b> ๑.๑ การวิเคราะห์ช่องทางการเผยแพร่สื่อโซเชียลของกรมการค้าภายในและแนวทางการพัฒนา ๑.๒ แผนการดำเนินงานโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๑๐ ร้อยละ ๑๐
<b>๒. การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ร้อยละ ๖๐</b> ๒.๑ จัดทำรูปแบบ (Template) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน ๒.๒ การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจ ในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic ๒.๓ การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ Plate หรือ Banner ประกอบข่าวหรือกิจกรรม ๒.๔ การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้นเพื่อนำเสนอภารกิจและบทบาทหน้าที่ของกรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๑๐ ร้อยละ ๒๐ ร้อยละ ๑๐ ร้อยละ ๒๐
<b>๓. บริหารจัดการสื่อโซเชียลทุกแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน ร้อยละ ๒๐</b> ๓.๑ จัดทำแผนและดำเนินการโปรโมทสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการโปรโมทโพสต์ (Boost Post) ๓.๒ จัดกิจกรรมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางโซเชียล ๓.๓ การเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์ม	ร้อยละ ๕ ร้อยละ ๑๐ ร้อยละ ๕

๕.๖ วิธีการประเมินและการให้คะแนน

๑. แนวคิด กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน ให้น้ำหนัก ร้อยละ ๒๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

๑.๑ การวิเคราะห์ช่องทางการเผยแพร่สื่อโซเชียลของกรมการค้าภายในและแนวทางการพัฒนา (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๑.๑) ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
การวิเคราะห์ช่องทางการเผยแพร่ สื่อโซเชียลของกรมการค้าภายใน และนำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดทำเนื้อหา (Content) อย่างเป็นระบบ โดยกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม		ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวิเคราะห์ช่องทางการเผยแพร่ สื่อโซเชียลของกรมการค้าภายใน ที่ได้ดำเนินการที่ผ่านมา ว่ามีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร พร้อมเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดทำเนื้อหา (Content) โดยกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของหน่วยงาน	คณะกรรมการจะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมารับ และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่เสนองานที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- ดีที่สุด	๑๐๐		
- ดีมาก	๗๕		
- ดี	๕๐		
- พอใช้	๒๕		
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	๐		

๑.๒ แผนการดำเนินงานโครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกรมการค้าภายใน (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๑.๒) ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
การวางแผนการดำเนินงานโครงการ สามารถระบุขั้นตอนการดำเนินงาน รูปแบบของแต่ละช่องทางการเผยแพร่ ตรงตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายที่กำหนดได้อย่าง ครบถ้วน ชัดเจน โดดเด่น มีความคิดสร้างสรรค์	๑๐๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอแผนการดำเนินงานโครงการ โดยกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละช่องทาง ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม พร้อมจัดทำแผนการผลิตเนื้อหา (Content Plan) และระบุขั้นตอนการดำเนินงานอย่างละเอียดและแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้	คณะกรรมการจะพิจารณาแผนการดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอ การให้คะแนนคิดจากขั้นตอนการดำเนินงานอย่างละเอียดแผนการดำเนินงานที่เสนอ สามารถดำเนินการได้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
การวางแผนการดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ สามารถระบุขั้นตอนการดำเนินงาน รูปแบบของแต่ละช่องทางการเผยแพร่ ตรงตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายที่กำหนด ได้อย่างชัดเจน ครบถ้วน มีความคิดสร้างสรรค์แต่ไม่โดดเด่น	๘๐		

๒. การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ให้นำหนัก ร้อยละ ๖๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

๒.๑ จัดทำรูปแบบ (Template) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒.๑) ให้นำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
จัดทำ Template สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ มีเอกภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ และสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นกรมการค้าภายใน		ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอตัวอย่าง Template สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน โดยพิจารณาจากความน่าสนใจ ทันสมัย และโดดเด่น รวมถึงมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	คณะกรรมการจะพิจารณา โดยเปรียบเทียบกับเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนคิดจากผู้ที่เสนองานที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- ดีที่สุด	๑๐๐	ในหลากหลายรูปแบบ เช่น โปสเตอร์ แบนเนอร์ อินโฟกราฟิก และ คลิปวิดีโอ	
- ดีมาก	๗๕		
- ดี	๕๐		
- พอใช้	๒๕		
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	๐		

๒.๒ การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic ให้นำหนักร้อยละ ๒๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

๑) การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒.๒) ให้นำหนักร้อยละ ๑๐

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายในในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic ให้มีความทันสมัย เหมาะสม เข้าใจง่าย สื่อสารเนื้อหาได้ตรงประเด็น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีความน่าสนใจ ทั้งภาพและเนื้อหา		ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic โดยพิจารณาจากความ ทันสมัย สื่อสารเนื้อหาได้ตรงประเด็น และโดดเด่น รวมถึงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีความน่าสนใจ ทั้งภาพและเนื้อหา	คณะกรรมการจะพิจารณา โดยเปรียบเทียบกับเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนคิดจากผู้ที่เสนองานที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- ดีที่สุด	๑๐๐		
- ดีมาก	๗๕		
- ดี	๕๐		
- พอใช้	๒๕		
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	๐		

๒) จำนวนการผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒.๒) ให้นำหนักร้อยละ ๑๐

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีการนำเสนอ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic จำนวนมากกว่า ๔๗ ชิ้น	๑๐๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีการนำเสนอ การผลิตการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ภารกิจในรูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic จำนวนรวม ๔๗ ชิ้น	๔๐	Motion Graphic โดยพิจารณาจาก จำนวนการผลิต
มีการนำเสนอ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจใน รูปแบบ โปสเตอร์ หรือ อินโฟกราฟิก หรือ Motion Graphic จำนวนรวม ๔๕ ชิ้น	๘๐	

๒.๓ การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ Plate หรือ Banner ประกอบข่าวหรือกิจกรรม (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒.๓) ให้นำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ Plate หรือ Banner ประกอบข่าวหรือกิจกรรม ให้มีความทันสมัย เหมาะสม เข้าใจง่าย สื่อสารได้ตรงประเด็น มีความ น่าสนใจ		ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอ ตัวอย่าง การออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ Plate หรือ Banner ประกอบ ข่าวหรือกิจกรรม โดย พิจารณาจากความ ทันสมัย เหมาะสม เข้าใจ ง่ายสื่อสารได้ตรงประเด็น น่าสนใจ และโดดเด่น	คณะกรรมการจะ พิจารณา โดย เปรียบเทียบจากเอกสาร ที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอ มาและการให้คะแนนคิด จากผู้ที่เสนองานที่ดี ที่สุดเรียงลำดับลงมา
- ดีที่สุด	๑๐๐		
- ดีมาก	๗๕		
- ดี	๕๐		
- พอใช้	๒๕		
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	๐		

๒.๔ การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้นเพื่อนำเสนอภารกิจและบทบาทหน้าที่ของ กรมการค้าภายใน ให้นำหนักร้อยละ ๒๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

๑) การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒.๔) ให้นำหนักร้อยละ ๑๐

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ดำเนินการออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น เพื่อนำเสนอภารกิจและบทบาทหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียล เพื่อส่งเสริมให้ กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจในภารกิจของกรมการค้าภายในมากยิ่งขึ้น โดยคลิปวิดีโอต้องมีความยาว ไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที/ชิ้น ให้มีความทันสมัย เหมาะสม เข้าใจง่าย สื่อสารได้ตรงประเด็น มีความ น่าสนใจ		ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอ ตัวอย่าง ออกแบบ ผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น พร้อมสคริป หรือ story board เพื่อนำเสนอภารกิจ และบทบาทหน้าที่ ของ กรมการค้าภายใน ใน รูปแบบที่เข้าใจง่าย และ เหมาะสมกับการเผยแพร่ ผ่านสื่อโซเชียล โดย พิจารณาจากความ ทันสมัย เหมาะสม เข้าใจ ง่ายสื่อสารได้ตรงประเด็น น่าสนใจ และโดดเด่น	คณะกรรมการจะ พิจารณา โดย เปรียบเทียบจาก เอกสารที่ ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิด จากผู้ที่เสนองานที่ดี ที่สุดเรียงลำดับลงมา
- ดีที่สุด	๑๐๐		
- ดีมาก	๗๕		
- ดี	๕๐		
- พอใช้	๒๕		
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	๐		

๒) จำนวนการผลิต และเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒.๔) ให้นำหน้าร้อยละ ๑๐

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีการนำเสนอ การผลิตจำนวนคลิปจำนวนมากกว่า ๔๔ ชิ้น โดยในจำนวนดังกล่าว ต้องมีการถ่ายทำคลิปวิดีโอที่มีผู้ดำเนินรายการหรือเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการจำนวนมากกว่า ๒๑ ชิ้น	๑๐๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอการผลิตจำนวนคลิป โดยในจำนวนดังกล่าว ต้องมีการถ่ายทำคลิปวิดีโอที่มีผู้ดำเนินรายการหรือเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายในร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการ โดยพิจารณาจากจำนวนการผลิต
มีการนำเสนอ การผลิตจำนวนคลิปจำนวนรวม ๔๔ ชิ้น โดยในจำนวนดังกล่าว ต้องมีการถ่ายทำคลิปวิดีโอที่มีผู้ดำเนินรายการหรือเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการจำนวนรวม ๒๑ ชิ้น	๙๐	
มีการนำเสนอ การผลิตจำนวนคลิปจำนวนรวม ๔๓ ชิ้น โดยในจำนวนดังกล่าว ต้องมีการถ่ายทำคลิปวิดีโอที่มีผู้ดำเนินรายการหรือเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการจำนวนรวม ๒๐ ชิ้น	๘๐	

๓. บริหารจัดการสื่อโซเชียลทุกแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน ให้นำหน้าร้อยละ ๒๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

๓.๑ จัดทำแผนและดำเนินการโปรโมทสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการโปรโมทโพสต์ (Boost Post) (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๓.๑) ให้นำหน้าร้อยละ ๕ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีการนำเสนอ การโปรโมทโพสต์ (Boost Post) โดยกำหนดให้สื่อประชาสัมพันธ์ทำการโปรโมทต้องมีจำนวนการมองเห็นจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คนต่อครั้ง จำนวนมากกว่า ๖๐ ครั้ง	๑๐๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอจำนวนการโปรโมทโพสต์ (Boost Post) กำหนดให้สื่อประชาสัมพันธ์ทำการโปรโมทต้องมีจำนวนการมองเห็นจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คนต่อครั้ง โดยพิจารณาจากจำนวนการโปรโมทโพสต์
มีการนำเสนอ การโปรโมทโพสต์ (Boost Post) โดยกำหนดให้สื่อประชาสัมพันธ์ทำการโปรโมทต้องมีจำนวนการมองเห็นจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คนต่อครั้ง จำนวนรวม ๖๐ ครั้ง	๙๐	
มีการนำเสนอ การโปรโมทโพสต์ (Boost Post) โดยกำหนดให้สื่อประชาสัมพันธ์ทำการโปรโมทต้องมีจำนวนการมองเห็นจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คนต่อครั้ง จำนวนรวม ๕๐ ครั้ง	๘๐	

๓.๒ จัดกิจกรรมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล ให้นำหนักร้อยละ ๑๐ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

๑) จัดกิจกรรมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๓.๒) ให้นำหนักร้อยละ ๕

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
มีการนำเสนอ การจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล ให้มีความทันสมัยเหมาะสม เข้าใจง่าย มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์		ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอ ตัวอย่าง การจัดกิจกรรมออนไลน์ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านช่องทางสื่อโซเชียล โดยพิจารณาจากความ ทันสมัย เหมาะสม เข้าใจง่าย สื่อสารได้ตรงประเด็น น่าสนใจ และโดดเด่น	คณะกรรมการจะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่เสนองานที่ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
- ดีที่สุด	๑๐๐		
- ดีมาก	๗๕		
- ดี	๕๐		
- พอใช้	๒๕		
- ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	๐		

๒) จำนวนการจัดกิจกรรมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล (ตามขอบเขตงานข้อ ๔.๓.๒) ให้นำหนักร้อยละ ๕

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีการนำเสนอ การจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล จำนวนมากกว่า ๙ ครั้ง	๑๐๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอ จำนวนการจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล โดยพิจารณาจากจำนวนการจัดกิจกรรมออนไลน์
มีการนำเสนอ การจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล จำนวนรวม ๙ ครั้ง	๙๐	
มีการนำเสนอ การจัดกิจกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อโซเชียล จำนวนรวม ๘ ครั้ง	๘๐	

๓.๓ การเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์ม (ตามขอบเขตงาน ข้อ ๔.๓.๓) ให้นำหน้าร้อยละ ๕ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีการนำเสนอ การเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน เพิ่มขึ้นมากกว่า ๗% ขึ้นไป	๑๐๐	ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเสนอจำนวนการเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน โดยพิจารณาจากจำนวนการเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตาม
มีการนำเสนอ การเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน เพิ่มขึ้น ๗%	๙๐	
มีการนำเสนอ การเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามบนช่องทางโซเชียลในแต่ละแพลตฟอร์มของกรมการค้าภายใน เพิ่มขึ้น ๕%	๘๐	

## ๖. เงื่อนไขทั่วไป

๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องเสนอชื่อ นามสกุล และเบอร์โทรศัพท์ของผู้ประสานงาน ระหว่างกรมการค้าภายในและผู้รับจ้างในการทำงานตาม TOR นี้

๖.๒ เนื้อหา ไฟล์ภาพ รูปภาพ และสิ่งที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ในการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ การผลิตและการจัดทำสื่อตาม TOR นี้ จะต้องมีความเหมาะสม ไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดี และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลใด ถ้าหากสิ่งใดที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ในการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ การผลิต การจัดทำสื่อตาม TOR นี้ เป็นงานอันมีทรัพย์สินทางปัญญา ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้ กรมการค้าภายในมีสิทธิใช้ประโยชน์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดและไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม และในกรณีที่มีบุคคลใดกล่าวอ้างว่ากรมการค้าภายในละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลนั้น ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและค่าเสียหายในเรื่องดังกล่าวทั้งสิ้น

๖.๓ ในระหว่างดำเนินงาน หากกรมการค้าภายในจำเป็นต้องปรับเพิ่มหรือลดเนื้องานที่อยู่ในขอบเขตตาม TOR นี้ กรมการค้าภายในสามารถดำเนินการได้โดยคิดราคางานเพิ่มหรือลดที่เกิดขึ้นจริงตามส่วนของค่าจ้างตามสัญญา

๖.๔ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างผลิตและส่งมอบให้แก่กรมการค้าภายใน ตาม TOR นี้ จะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของกรมฯ และ กรมฯ มีสิทธิในการนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมอีก และผู้รับจ้างจะนำไปจำหน่าย จ่าย โอน หรือสำเนาให้แก่บุคคลอื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากกรมฯ เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

๖.๕ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น โดยจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ เสนอผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้ลงนามสัญญา

๖.๖ ผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำรายละเอียดราคาทุกรายการ เสนอคณะกรรมการพิจารณาผลทำสัญญาต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรและค่าใช้จ่ายอื่น

๖.๗ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

## ๗. ค่าปรับ

กรณีการดำเนินการของผู้รับจ้างไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนตามที่กำหนดในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับลดเงินค่าจ้างในส่วนที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วนดังกล่าว และคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราวันละ ๐.๑๐% ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา ตั้งแต่วันที่ดำเนินการไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน จนถึงวันที่ดำเนินการแล้วเสร็จหรือถึงวันที่สิ้นสุดสัญญา

## ๘. การรับประกัน

ระยะเวลาการรับประกันความชำรุดบกพร่องของงาน ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ตรวจรับงานเสร็จสิ้น หากเกิดการชำรุดเสียหายในระยะเวลาประกัน ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการแก้ไขภายใน ๕ วัน นับแต่วันที่ผู้รับจ้างได้รับแจ้งจากผู้ว่าจ้างหรือผู้แทนผู้ว่าจ้าง โดยไม่คิดมูลค่าและไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ

## ๙. ระยะเวลาในการดำเนินการและส่งมอบงาน

ระยะเวลาดำเนินการจำนวน ๑๘๐ วัน นับถัดจากลงนามในสัญญา

กำหนดการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง การเบิกจ่าย แบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

**งวดที่ ๑** ภายใน ๖๐ วัน หลังจากลงนามในสัญญา เบิกจ่ายเป็นเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างตามสัญญาว่าจ้าง หลังจากดำเนินการตามขอบเขตงานจ้าง ข้อ ๔.๒.๑, ข้อ ๔.๒.๒ จำนวน ๑๕ ชิ้น ข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๔๐ ชิ้น ข้อ ๔.๒.๔ จำนวน ๑๐ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๕ จำนวน ๕ ครั้ง ข้อ ๔.๓.๒ จำนวน ๒ ครั้ง และข้อ ๔.๓.๓ เรียบร้อยแล้ว พร้อมจัดทำเอกสารสรุปการดำเนินการ และ Handy drive จำนวน ๒ ชุด

**งวดที่ ๒** ภายใน ๑๒๐ วัน หลังจากลงนามในสัญญา เบิกจ่ายเป็นเงินร้อยละ ๓๕ ของค่าจ้างตามสัญญาว่าจ้าง หลังจากดำเนินการตามขอบเขตงานจ้าง ข้อ ๔.๒.๒ จำนวน ๑๕ ชิ้น ข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๖๐ ชิ้น ข้อ ๔.๒.๔ จำนวน ๑๕ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๕ จำนวน ๕ ครั้ง ข้อ ๔.๓.๒ จำนวน ๓ ครั้ง เรียบร้อยแล้ว พร้อมจัดทำเอกสารสรุปการดำเนินการ และ Handy drive จำนวน ๒ ชุด

**งวดที่ ๓** ภายใน ๑๘๐ วัน หลังจากลงนามในสัญญา เบิกจ่ายเป็นเงินร้อยละ ๓๕ ของค่าจ้างตามสัญญาว่าจ้าง หลังจากดำเนินการในส่วนที่เหลือให้ครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน พร้อมจัดทำเอกสารสรุปการดำเนินการ และ HARD DISK EXTERNAL จำนวน ๒ ชุด

## ๑๐. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

๑๐.๑ งวดที่ ๑ จ่ายเงินร้อยละ ๓๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบเอกสารส่งมอบงานงวดที่ ๑ ตามข้อ ๙ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

๑๐.๒ งวดที่ ๒ จ่ายเงินร้อยละ ๓๕ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบเอกสารส่งมอบงานงวดที่ ๒ ตามข้อ ๙ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

๑๐.๓ งวดที่ ๓ จ่ายเงินร้อยละ ๓๕ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบเอกสารส่งมอบงานงวดที่ ๓ ตามข้อ ๙ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

## ๑๑. วงเงินงบประมาณ

๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

## ๑๒. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร