



ข้อกำหนดขอบเขตของงาน (Terms of Reference)
โครงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก
(Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port)
ประจำปีงบประมาณ 2567

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

พฤษภาคม 2567

๖๖

ศิริลักษณ์

๒. ๖๖

สารบัญ

	หน้า
1. หลักการและเหตุผล	3
2. วัตถุประสงค์	4
3. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ	4
4. ขอบเขตการดำเนินงาน	6
5. บุคลากรดำเนินงาน	13
6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน	13
7. วงเงินในการจัดหาตามโครงการ	13
8. งานและการจ่ายเงิน	13
9. ค่าปรับ	14
10. การจัดทำข้อเสนอ	15
11. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ	16
12. เงื่อนไขอื่นๆ	18
ภาคผนวก ก.	20

วิเศษ
ดิเรก
อภิรักษ์
อภิสิทธิ์

ข้อกำหนดขอบเขตของงาน (Terms of Reference)
งานจ้างดำเนินโครงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก
(Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port)
ประจำปีงบประมาณ 2567

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ กนอ. ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “นำนิคมอุตสาหกรรมสู่มาตรฐานสากล ด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืน” โดยมุ่งมั่นในการดำเนินการบริหารจัดการนิคมอุตสาหกรรมสู่สากล ด้วยการบริหารจัดการนิคมอุตสาหกรรมตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัลมาผลักดันการให้บริการอย่างยั่งยืนใน 4 มิติตามแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Environmental, Social and Governance : ESG) และการพัฒนาเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน BCG Model ได้แก่ ด้านมิติเศรษฐกิจ (Economy) มิติสังคม (Social) มิติสิ่งแวดล้อม (Environment) รวมทั้งการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ กนอ. ได้มีการปรับทิศทางการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมเข้าสู่ Smart Industrial Estate และ Smart Eco Industrial Estate ยกกระดับการบริหารจัดการ และให้บริการระบบสาธารณูปโภค โดยพลิกโฉม กนอ. ก้าวเข้าสู่องค์กรแห่งเทคโนโลยีในรูปแบบนิคมอุตสาหกรรม Digital ยกกระดับมาตรฐานการให้บริการสู่สากล กนอ. ได้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญขององค์กร ในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์องค์กร และสร้าง Branding ใหม่ขององค์กรด้วยเช่นกัน

การดำเนินธุรกิจของ กนอ. นอกจากจะดำเนินธุรกิจนิคมอุตสาหกรรม (Industrial Estate) เป็นธุรกิจจัดสรรที่ดินเพื่อขาย หรือให้เช่าสำหรับประกอบกิจการโรงงานและพาณิชยกรรม ยังมีนิคมอุตสาหกรรมอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กนอ. และการให้บริการท่าเรืออุตสาหกรรมอีกด้วย นอกจากบทบาทหลักข้างต้น ผู้บริหารยุคใหม่ของ กนอ. ยังมีแนวนโยบายที่จะเพิ่มบทบาทในการเร่งรัดการลงทุนในประเทศให้สัดส่วนการลงทุนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) เพิ่มขึ้น เพื่อให้ กนอ. มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศให้กลับมาเติบโตได้เต็มศักยภาพยิ่งขึ้น

ในการนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก กนอ. จึงดำเนินโครงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก (Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port) ประจำปีงบประมาณ 2567 ให้บรรลุเป้าหมายการส่งเสริมการลงทุน และโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มนักลงทุนเป้าหมาย ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ไต้หวัน สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐอินเดีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และประเทศมาเลเซีย เป็นต้น

ลง
อน

อน
อภจสวค

3

2. วัตถุประสงค์

2.1 สร้างการเติบโตและส่งเสริม สนับสนุนการลงทุนด้วยศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทยที่สามารถดึงดูดนักลงทุนเข้ามาลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมสีเขียว Brand ให้เกิดความเชื่อมั่นให้นิคมอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่การลงทุนชั้นนำ (Land of Infinite Prosperity and Opportunities) และสร้างภาพลักษณ์ของ กนอ. ให้เป็นที่จดจำในด้านผู้นำนิคมอุตสาหกรรมไทย

2.2 เพื่อชักจูงการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย New S Curve ได้แก่ อุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมการแพทย์ อุตสาหกรรมดิจิทัล อุตสาหกรรม BCG อุตสาหกรรม Robotic เป็นต้น

3. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่าย สารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นผู้ที่ถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กนอ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง



3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

3.11.1 กรณีเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

3.11.2 กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกิจการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน)

3.11.3 กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 4,900,000 บาท (สี่ล้านเก้าแสนบาทถ้วน) คิดเป็น 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการ และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

3.11.4 กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยมียอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อไม่น้อยกว่า 4,900,000 บาท (สี่ล้านเก้าแสนบาทถ้วน) คิดเป็น 1 ใน 4 ของมูลค่าโครงการหรือรายการที่ยื่นเสนอในแต่ละครั้ง ซึ่งสำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

คุณสมบัติในข้อนี้ ยกเว้นกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2561

3.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงาน ประสบการณ์ด้านการสร้างโอกาสทางการตลาด การสื่อสารเชิงการตลาด และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ผ่านสื่อออฟไลน์และออนไลน์ อย่างน้อย 1 โครงการ มีมูลค่าไม่น้อยกว่า 9,800,000 บาท (เก้าล้านแปดแสนบาทถ้วน) ในสัญญาเดียวซึ่งดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วไม่เกิน 3 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ ซึ่งเป็นผลงานโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ กนอ. เชื่อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาจ้างพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันที่ยื่นข้อเสนอโครงการ

3.13 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

3.13.1 กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมหลักข้อตกลงฯ จะต้องมีกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในประมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

3.13.2 กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

256
อภพรวิมล
5

3.13.3 สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนด

ทั้งนี้ กิจการร่วมค้า หมายถึง “กิจการที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าเป็นลายลักษณ์อักษรว่าจะดำเนินการร่วมกันเป็นทางการค้าหรือหากำไรระหว่างบริษัทกับบริษัท บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือระหว่างบริษัทและ/หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคลธรรมดา คณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญ นิติบุคคลอื่น หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ โดยข้อตกลงนั้นอาจกำหนดให้มีผู้เข้าร่วมค้าหลักก็ได้”

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานโครงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก (Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port) ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานด้านต่าง ๆ อย่างน้อย ดังนี้

4.1 งานด้านแผนการตลาด (Marketing Planning)

การดำเนินการรวบรวม และวิเคราะห์พฤติกรรม และความสนใจลงทุนพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมของกลุ่มนักลงทุนเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกหรือ insight ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม และนำเสนอแผนกลยุทธ์ในลักษณะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership Emphasis) รวมถึงการแสดงศักยภาพ และสร้างโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทยและนิคมอุตสาหกรรมผ่าน Action Plan และการเลือกใช้ช่องทาง รูปแบบกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมการตลาดเชิงรุกของ กนอ. ให้สอดคล้องเหมาะสม โดยให้เสนอแผนการตลาด และกลยุทธ์การทำตลาด รวมทั้งการเสนอภาพรวมเป้าหมายการทำตลาดธุรกิจของ กนอ. และการเลือกการสื่อสารหรือช่องทางในการทำตลาดที่เหมาะสม เสนอ กนอ. เพื่อพิจารณา

4.2 งานนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Media Strategic and Implementation)

ดำเนินงานด้านต่าง ๆ ตามแผนการตลาดและกลยุทธ์การทำตลาด การติดตามการดำเนินงานที่เผยแพร่ผ่านช่องทาง และในรูปแบบต่างๆ ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และปรับเปลี่ยนการใช้ช่องทาง และรูปแบบให้สอดคล้องกับแนวโน้มและสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการดูแล Content และกิจกรรมการดำเนินงานของ กนอ. ตามที่กำหนดในข้อ 4.3 – 4.8 เพื่อให้บรรลุผลตามแผนการตลาดและวัตถุประสงค์ของโครงการ

4.3 งานความคิดสร้างสรรค์เนื้อหา (Creative Content)

ดำเนินการคิดสร้างสรรค์เนื้อหา (Creative Content) เพื่อนำไปผลิตสิ่งสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และ Insight ของนักลงทุนกลุ่มเป้าหมาย เป็นความคิดสร้างสรรค์ต้องพัฒนาในลักษณะ B2B ของนักลงทุนในหลายรูปแบบ เช่น บทความ ภาพนิ่ง และอื่นๆ ที่เหมาะสม เพื่อแสดงถึงศักยภาพการแข่งขันที่เป็นจุดแข็งของประเทศไทยและนิคมอุตสาหกรรม การวิเคราะห์มูลค่าการลงทุนในประเทศไทยใน

นิคมอุตสาหกรรม ศักยภาพความได้เปรียบในด้านต่างๆ ที่แสดงให้เห็นความแตกต่างของ กนอ. ที่มีกับคู่แข่ง เพื่อแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยเป็น Content ที่น่าสนใจ ดึงดูดและโน้มน้าวการลงทุนในประเทศไทย รวมทั้ง Content เกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรแสดงถึงวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนการตลาด กนอ. มิติใหม่ อันจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เกิดความเชื่อมั่นให้นิคมอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่การลงทุนชั้นนำ โดยผู้รับจ้างจะต้องผลิตเนื้อหา (Content) และภาพประกอบให้เหมาะสมถูกต้องตามลิขสิทธิ์การใช้งาน อย่างน้อย 3 ชิ้นงาน

4.4 การดำเนินการสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

4.4.1 สำหรับการสื่อสารเชิงการตลาดในต่างประเทศ เป็นการสื่อสารผ่านสื่อธุรกิจชั้นนำในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สำหรับกลุ่ม เป้าหมายในต่างประเทศให้ครอบคลุมประเทศเป้าหมายที่ กนอ. กำหนด เช่น ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน เยอรมัน เป็นต้น โดยต้องดำเนินการดังนี้

4.4.1.1 คัดเลือกช่องทางการสื่อสารในต่างประเทศ ประเภทสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศครอบคลุมสื่อธุรกิจที่ได้รับความนิยมของนักลงทุนกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย 6 ช่องทาง อาทิ Economist / Nikkei / Forbes เป็นต้น

4.4.1.2 นำชิ้นงานที่ออกแบบในข้อ 4.3 จัดทำในรูปแบบบทความภาษาอังกฤษ มีข้อความที่น่าสนใจ โน้มน้าวการลงทุนในประเทศไทยในนิคมอุตสาหกรรม โดยต้องเสนอให้ กนอ. เห็นชอบเนื้อหา (Content) ก่อนดำเนินการเผยแพร่ และนำไปวางสื่อที่คัดเลือกตามข้อ 4.4.1.1 อย่างน้อยมีขนาด 6 x 10 คอลัมน์ในแต่ละช่องทางสื่อที่คัดเลือก

4.4.2 สำหรับการสื่อสารเชิงการตลาดในประเทศ ให้วางสื่อเพื่อแสดงวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนการตลาด กนอ. มิติใหม่ อันจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เกิดความเชื่อมั่นให้นิคมอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่การลงทุนชั้นนำ ผ่านสื่อทรงอิทธิพลในประเทศ โดยต้องดำเนินการ ดังนี้

4.4.2.1 จัดทำสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ของประเทศไทย อย่างน้อย 4 ช่องทาง อาทิ รายการโทรทัศน์ทางช่อง 3 , รายการเศรษฐกิจทางช่อง TNN , Bangkok Post เป็นต้น

4.4.2.2 นำชิ้นงานที่ออกแบบในข้อ 4.3 จัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยให้มีข้อความเชิงภาพลักษณ์องค์กร และวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนการตลาดของ กนอ. ที่น่าสนใจ และโน้มน้าวการลงทุนในประเทศไทยในนิคมอุตสาหกรรม โดยต้องเสนอให้ กนอ. เห็นชอบเนื้อหา (Content) ก่อนดำเนินการเผยแพร่

4.5 การสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบวิดีโอแนะนำองค์กร

การผลิตวิดีโอแนะนำองค์กร กนอ. ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน เพื่อเผยแพร่เสริมสร้างภาพลักษณ์ กนอ. และส่งเสริมเชิญชวนนักลงทุนเข้ามาในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมของประเทศไทย เพื่อเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป โดยผู้รับจ้างจะต้องเสนอแนวคิดการจัดทำข้อมูลที่จะต้องอยู่ในสื่อวิดีโอแนะนำองค์กร กนอ. ดังนี้

อภิชาติ

จร

จร

4.5.1 กรอบเนื้อหา อย่างน้อยต้องประกอบด้วย

4.5.1.1 ภาพรวมการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ และบทบาทที่สำคัญของ กนอ. ในการส่งเสริมด้านการลงทุนจากต่างประเทศ

4.5.1.2 ข้อมูลเพื่อชักจูงการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย New S-curve ได้แก่ อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

4.5.1.3 การบริการเบ็ดเสร็จครบวงจรของ กนอ. ด้วย One Stop Service Center : OSS ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการในการทำธุรกิจกับ กนอ. ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหรือเช่าที่ดินการแนะนำพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งโรงงาน การอนุมัติคำขออนุญาต และการออกใบรับรองที่จำเป็นต่างๆ เพื่อการจัดตั้งโรงงานในทุกขั้นตอนโดยง่าย หรือแม้แต่การพัฒนาจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมร่วมกับ กนอ.

ทั้งนี้ ให้จัดทำกรอบเนื้อหา (Content) บทวิดีโอแนะนำองค์กร กนอ. (Script) บรรยายภาพและเสียง โครงร่างในรูปแบบของการบรรยายเล่าเรื่อง (Story Line) ภาษาอังกฤษและภาษาจีน พร้อมทั้งแผนการผลิต เสนอให้ กนอ. พิจารณาความเหมาะสมและให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต

4.5.2 จัดหาผู้บรรยาย (Announcer) มืออาชีพ ที่มีความสามารถในการบรรยายภาษาอังกฤษ ภาษาจีนที่มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียงอักขระได้ถูกต้องชัดเจน เพื่อบรรยายภาพประกอบ ภาพและเรื่องตามบทบรรยาย (Script) ที่ได้รับความเห็นชอบแล้ว

4.5.3 จัดหาภาพเคลื่อนไหว หรือภาพนิ่ง ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของ กนอ. และ/หรือ ลงพื้นที่เพื่อถ่ายทำบันทึกภาพเคลื่อนไหว และหรือภาพนิ่ง มาประกอบการจัดทำวิดีโอ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. ก่อนการดำเนินการ และการถ่ายทำภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ที่ถ่ายทำวิดีโอทั้งหมด เป็นลิขสิทธิ์ภาพเป็น กนอ.

4.5.4 รูปแบบของวิดีโอ มีความทันสมัย ใช้อุปกรณ์ในการผลิตและจัดทำที่มีคุณภาพ อาทิ การใช้ Drone ถ่ายภาพมุมสูงในบางพื้นที่ หรือใช้เทคนิคการตัดต่อต่างๆ ที่เหมาะสมกับการจัดทำวิดีโอ เช่น การทำ Motion graphic/ Infographic / CG เป็นต้น

4.5.5 ทำการตัดต่อวิดีโอ ให้สมบูรณ์ทั้งภาพ เสียงผู้บรรยายประกอบ เสียงดนตรี และเสียงประกอบอื่นๆ โดยความละเอียดของภาพ และเสียงมีความคมชัด และมีคุณภาพสูง (High Definition) และจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. ก่อนทำการบันทึกไฟล์ (Render)

4.5.6 ภาพและเสียงที่ประกอบในการจัดทำวิดีโอจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้องจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบแทน กนอ. ทั้งสิ้น

ทั้งนี้ ให้ดำเนินการผลิตวิดีโอแนะนำองค์กร กนอ. ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที รวม 2 ชิ้นงาน ได้แก่ การจัดทำวิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ พร้อมคำบรรยายอธิบายข้างใต้วิดีโอ (Subtitle) ภาษาไทย จำนวน 1 ชิ้นงาน และวิดีโอบรรยายเสียงภาษาจีน พร้อมคำบรรยายอธิบายข้างใต้วิดีโอ (Subtitle) ภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ชิ้นงาน

ล.ค.

วิฑูรย์
วิฑูรย์

4.6 การสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่ออื่น ๆ

นำ Content ตามแนวคิดสร้างสรรค์ที่ออกแบบตามข้อ 4.3 ไปเป็นต้นแบบในการออกแบบและการผลิตสื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม สำหรับการนำไปจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ได้แก่

4.6.1 เอกสารประกอบการขาย Sale Kit โดยจะต้องทำเป็น Sale Kit ในรูปแบบ Digital จำนวน 1 ชิ้นงาน และ Sale kit ในรูปแบบงานผลิต จำนวนไม่น้อยกว่า 1,250 ชิ้นงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.6.1.1 นำเสนอ Dummy สื่อด้านการตลาด (Sale kit) ให้ กนอ. พิจารณาเนื้อหาและการออกแบบ Artwork โดยจัดทำเวอร์ชัน 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อให้ความเห็นชอบก่อนการจัดพิมพ์

4.6.1.2 ผลิต Sale Kit ในรูปแบบ Digital จำนวน 1 ชิ้นงาน โดยจัดทำเป็น 4 เวอร์ชัน ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น ตามที่ กนอ. กำหนด

4.6.1.3 ผลิต Sale Kit จำนวน 1,250 ชุด กระดาษอาร์ตด้าน ขนาดอย่างน้อย 240 แกรม พิมพ์ 4 สี 3 พับ 4 ตอน โดยแบ่งจำนวนผลิต ดังนี้

- ภาษาไทย	จำนวน 250 เล่ม
- ภาษาอังกฤษ	จำนวน 500 เล่ม
- ภาษาจีน	จำนวน 250 เล่ม
- ภาษาญี่ปุ่น	จำนวน 250 เล่ม

4.6.2 ผลิตป้ายประชาสัมพันธ์ประเภท Roll up ขนาดแผ่นแบนเบอร์ขนาดประมาณ 80 x 200 ซม. พิมพ์ 4 สี โครงผลิตด้วยวัสดุอลูมิเนียม ขาดังพับเก็บได้ และกระเป่าเก็บหลังใช้งาน จำนวน 12 ชุด

- ภาษาไทย	จำนวน 2 ชุด
- ภาษาอังกฤษ	จำนวน 4 ชุด
- ภาษาจีน	จำนวน 3 ชุด
- ภาษาญี่ปุ่น	จำนวน 3 ชุด

4.6.3 ผลิตชุดนิทรรศการแบบถอดประกอบได้พร้อมงานพิมพ์ ขนาดประมาณ 2.30 x 2.50 ม. ประกอบด้วยโครงเหล็กอลูมิเนียมติดแถบแม่เหล็กสำหรับยึด ถอดประกอบ พับกางได้ , แผ่นแบนเนอร์พิมพ์ 4 สี และกระเป่าเก็บหลังใช้งาน จำนวน 2 ชุด ได้แก่

- ภาษาอังกฤษ	จำนวน 1 ชุด
- ภาษาต่างประเทศ	จำนวน 1 ชุด

4.6.4 ผลิตแผนที่ Map Poster นิคมอุตสาหกรรมไทย (ภาพรวม)

การผลิตแผนที่ Map Poster นิคมอุตสาหกรรมไทย (ภาพรวม) ขนาด 16.5 x 23 นิ้ว ในปีงบประมาณ 2567 มีการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นภายใต้การกำกับดูแลของ กนอ. และปรับรายละเอียดให้เป็นปัจจุบันและครบถ้วน จำนวน 300 ชุด

4.6.5 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภาพรวมอาคารสำนักงานใหญ่ กนอ. (วิภาวดี)

4.6.5.1 สื่อประชาสัมพันธ์โบรชัวร์ กระดาษอาร์ตด้าน ขนาด 270 แกรม พิมพ์ 4 สี 2 หน้า

- ภาษาไทย จำนวน 200 เล่ม
- ภาษาอังกฤษ จำนวน 100 เล่ม

4.6.5.2 ป้ายประชาสัมพันธ์แบบ Roll up ขนาดแผ่นแบนเบอร์ขนาดประมาณ 80 x 200 ซม. พิมพ์ 4 สี โครงผลิตด้วยวัสดุอลูมิเนียม ขาดังพับเก็บได้ และกระเป่าเก็บหลังใช้งาน

- ภาษาไทย จำนวน 1 ชุด
- ภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ชุด

4.6.6 จัดทำ Presentation ในรูปแบบ Power Point ภาพรวมนิคมอุตสาหกรรมไทย เพื่อเผยแพร่และสื่อสารโดยมีเนื้อหาประกอบ อาทิ ภาพรวมของ กนอ. พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ข้อมูลระบบสาธารณูปโภคและระบบสาธารณูปการ ข้อมูลสิทธิประโยชน์ของ กนอ. ข้อมูลการให้บริการของ กนอ. เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้ออกแบบสร้างสรรค์ บริการดำเนินงานเขียน (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาต่างประเทศ ตามที่ กนอ. กำหนด) การตรวจพิสูจน์ การจัดวาง Layout การจัดทำต้นแบบสำหรับการผลิต (artwork production) การจัดพิมพ์ ควบคุมคุณภาพ และการผลิต โดยมีการวางเนื้อหา การใช้ภาพ สื่อถึงจุดเด่น ศักยภาพ ดึงดูดความสนใจ มีความเป็นสากล โดย กนอ. จัดส่งข้อมูลและรูปภาพที่จำเป็นให้

4.7 งานกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจ

ดำเนินการจัดกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจ 2 ครั้ง แบ่งเป็นการจัดงานในประเทศ 1 ครั้ง และการจัดงานในต่างประเทศที่เป็นประเทศเป้าหมาย 1 ครั้ง อาทิ ประเทศจีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อชักจูงและแสดงให้เห็นศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจให้นักลงทุนเกิดความเชื่อมั่นในการมาลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมของประเทศไทย โดยทำการเชิญวิทยากร (Speaker) อาทิเช่น องค์กรพันธมิตรเครือข่าย หรือ ลูกค้าปัจจุบันที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น จำนวนอย่างน้อย 1 คนต่อครั้ง มาร่วมพูดคุย เพื่อแสดงวิสัยทัศน์ การติดตามสถานการณ์ รวมทั้งการบอกเล่าประสบการณ์ ข้อมูลที่มีประโยชน์ เกี่ยวกับการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมประเทศไทย โดยมีรายละเอียดในการดำเนินงาน ดังนี้

4.7.1 การจัดกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจในต่างประเทศ

4.7.1.1 ประสานงานด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน อาทิ จองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรมที่พัก จองสถานที่จัดงาน ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นของประเทศที่จะเดินทาง เป็นต้น และนำเสนอสถานที่จัดงาน ที่มีความสอดคล้องกับรูปแบบของการจัดงานนำเสนอแก่ กนอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ ซึ่งสถานที่จัดงานต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในด้านการเดินทาง และมีอุปกรณ์รองรับการจัดงานที่ทันสมัย และรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานได้อย่างเพียงพอ โดยจะต้องมีผู้เข้าร่วมงานสัมมนาเชิงธุรกิจในต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 50 คน

4.7.1.2 จัดหาสถานที่ จัดตกแต่งสถานที่จัดงาน จัดเตรียมเวที ระบบแสงเสียง และระบบการฉายภาพ ให้เพียงพอและเหมาะสมกับรูปแบบของการจัดงาน พร้อมเจ้าหน้าที่เทคนิค ดูแลความเรียบร้อยตลอดการจัดงาน

มธค

ม.จ.ก.
จ.ท.จ.ว.ช.
อ.ค.ค.
อ.ค.ค.

4.7.1.3 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานจำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน เพื่อนัดหมายนักกลงทุนจากรายชื่อนักลงทุนที่ทาง กนอ.กำหนด เพื่อประสานงานและอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจ โดยประสานงานร่วมกับ กนอ. ตั้งแต่ในขั้นตอนของการนัดหมาย ระหว่าง และเสร็จสิ้นการจัดงาน

4.7.1.4 จัดเตรียมอาหารว่าง และเครื่องดื่มรับรองแขกที่เข้าร่วมงานสัมมนาเชิงธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชุด ต่อครั้ง

4.7.1.5 จัดหาพิธีกรดำเนินรายการมืออาชีพ ที่สื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศ ได้เป็นอย่างดี พร้อม Script จำนวนอย่างน้อย 1 คนต่อครั้ง

4.7.1.6 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประสานงานหลัก หรือล่าม ที่มีความชำนาญในการแปล ใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศที่เป็นภาษาหลักในประเทศที่จัดงานสัมมนาทางธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินการและประสานงานการจัดกิจกรรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.7.1.7 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ดำเนินงานกำกับเวที เจ้าหน้าที่เทคนิค และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และประสานงานต่างๆ แก่ผู้เข้าร่วมงาน ตามความเหมาะสมเพื่อให้การจัดงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

4.7.1.8 ทำการบันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศการจัดงาน และจัดส่งภาพให้กับ กนอ. ในรูปแบบ flash drive จำนวน 2 ชุด

4.7.1.9 จัดทำชุดข้อมูลประกอบการดำเนินกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล อาทิ ข้อมูลพื้นฐานของประเทศที่จะเดินทาง ข้อมูลพื้นฐานด้านเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ ข้อมูลการนำเข้า-ส่งออกของสินค้า ข้อมูลภาพรวม กนอ. เป็นต้น และจัดทำ Booklet ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล อาทิ คำแนะนำสำหรับผู้เดินทาง กำหนดการเดินทาง รูปถ่าย รายชื่อของคณะเดินทาง และข้อมูลที่จำเป็นโดยย่อ เป็นต้น

4.7.1.10 จัดทำ Presentation ในรูปแบบ Power Point ภาพรวมนิคมอุตสาหกรรมไทย ออกแบบ Digital Signage และ Seating plan ตามรูปแบบการจัดงานในแต่ละกิจกรรม

4.7.1.11 จัดทำคำกล่าวสำหรับผู้บริหาร กนอ. ในตลอดการจัดงาน

4.7.1.12 จัดทำชุดข้อมูลสำหรับเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์รายกิจกรรม

4.7.1.13 จัดหาล่ามคู่ (Simultaneous Interpretation Booth) อย่างน้อย 2 คน ในแต่ละกิจกรรม

4.7.1.14 จัดทำสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม อาทิ ความต้องการความคาดหวังของนักกลงทุน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several smaller ones, located at the bottom right of the page.

4.7.2 การจัดกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจในประเทศ

4.7.2.1 ดำเนินการคิดรูปแบบการจัดงานที่เหมาะสม พร้อมจัดทำแผนผังงาน Artwork หรือภาพ Perspective เพื่อให้ กนอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ

4.7.2.2 จัดหาและนำเสนอสถานที่จัดงาน ที่มีความสอดคล้องกับรูปแบบของการจัดงาน นำเสนอแก่ กนอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ ซึ่งสถานที่จัดงานต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในด้านการเดินทาง และมีอุปกรณ์รองรับการจัดงานที่ได้มาตรฐาน และรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานได้อย่างเพียงพอ โดยจะต้องมีผู้เข้าร่วมงานสัมมนาเชิงธุรกิจในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน

4.7.2.3 ออกแบบ จัดทำ ตกแต่งเวทีให้สอดคล้องกับแนวคิดของงาน รวมทั้งจัดเตรียมระบบแสง เสียง ระบบภาพ ที่ได้มาตรฐานเพียงพอต่อการจัดงาน พร้อมเจ้าหน้าที่เทคนิคดูแล

4.7.2.4 ประสานงานนัดหมายนักลงทุน Speaker หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการลงทุนจากรายชื่อที่ทาง กนอ. กำหนด เพื่อประสานงานและอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนา และอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนา โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกดูแลตลอดการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน

4.7.2.5 จัดหาพิธีกรดำเนินรายการ ที่สามารถพูดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี จำนวน 1 คน โดยนำเสนอให้ กนอ. พิจารณา

4.7.2.6 จัดทำคำกล่าวสำหรับผู้บริหาร กนอ. ในตลอดการจัดงาน

4.7.2.7 จัดเตรียมของที่ระลึก สำหรับผู้ร่วมงานและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้น

4.7.2.8 จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับผู้ร่วมงานจำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน

4.7.2.9 ดำเนินการจัดหาเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ดำเนินงานกำกับเวที เจ้าหน้าที่เทคนิค และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกต่างๆแก่ผู้ร่วมงาน

4.7.2.10 ทำการบันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศการจัดงาน และจัดส่งภาพให้กับ กนอ. ในรูปแบบ flash drive จำนวน 2 ชุด

4.8 การจัดทำรายงานสรุปประเมินผลโครงการ

เมื่อดำเนินงานดังกล่าวข้างต้นเสร็จสิ้นแล้ว ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามแผนการตลาด และกลยุทธ์การทำตลาด พร้อมประเมินผลโครงการ เพื่อนำประสิทธิผลการประเมินมาปรับแผนกลยุทธ์ และกิจกรรม รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินงานในปีถัดไป

ช.ท.จ.น.

ช.ร.

5. บุคลากรดำเนินงาน

เพื่อให้การดำเนินงานตามขอบเขตของงานนี้บรรลุวัตถุประสงค์ ต้องจัดให้มีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานซึ่งมีคุณสมบัติ ความรู้ ประสบการณ์ และ คุณสมบัติเฉพาะแต่ละตำแหน่งอย่างน้อย ดังนี้

5.1 ผู้จัดการโครงการ สำเร็จการศึกษาขั้นต่าระดับปริญญาตรี ด้านการตลาด/ประชาสัมพันธ์/เศรษฐศาสตร์/โฆษณา มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 8 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 คน

5.2 นักวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารเชิงการตลาด สำเร็จการศึกษาขั้นต่าระดับปริญญาตรี ด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด และมีประสบการณ์ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารในด้านต่าง ๆ เช่น กลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ เป็นต้น และต้องมีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 6 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอ จำนวนอย่างน้อย 1 คน

5.3 เจ้าหน้าที่ด้านการบริหารสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ สำเร็จการศึกษา ขั้นต่าระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า ด้านนิเทศศาสตร์ ด้านการตลาด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และมีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุ หรือมีประสบการณ์ด้านการสื่อสารการตลาด ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวนอย่างน้อย 2 คน

6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

กำหนดระยะเวลาดำเนินงานให้เสร็จสิ้น ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

7. งบประมาณในการจัดหาตามโครงการ

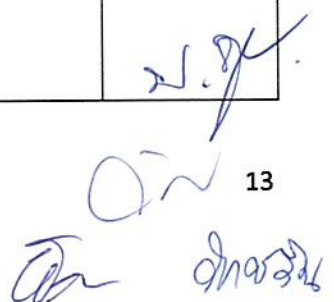
ภายในวงเงินงบประมาณ 19,600,000 บาท (สิบเก้าล้านหกแสนบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายที่พึงพอใจไว้ เรียบร้อยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากเงินงบประมาณประจำปี 2567

8. งวดงานและการจ่ายเงิน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานเป็นงวด 3 งวด โดยมีรายละเอียดงานที่ต้องส่งมอบและอัตรการจ่ายค่าจ้างแต่ละงวด ดังนี้

งวดงาน	สิ่งที่ส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ (วัน)	อัตรการจ่ายค่าจ้าง
งวดที่ 1	- งานด้านแผนการตลาด ประกอบด้วยรายละเอียดตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ 4.1 - งานนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ ตามข้อ 4.2 - งานความคิดสร้างสรรค์เนื้อหา ตามข้อ 4.3 - การสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบวิดีโอแนะนำองค์กร ตามข้อ 4.5	ภายใน 45 วัน นับถัดจากวัน ลงนามในสัญญา	ร้อยละ 30 ของค่าจ้าง ตามสัญญา

และ



งวดงาน	สิ่งที่ส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ (วัน)	อัตรากำไรจ่ายค่าจ้าง
	- งานกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจ การจัดงานในประเทศ 1 ครั้ง ตามข้อ 4.7.2		
งวดที่ 2	- งานนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ ตามข้อ 4.2 - การดำเนินการสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อสารเชิงการตลาดในต่างประเทศ จำนวน 3 ช่องทาง ตามข้อ 4.4.1 - การดำเนินการสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ สำหรับการสื่อสารเชิงการตลาดในประเทศ จำนวน 2 ช่องทาง ตามข้อ 4.4.2	ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 30 ของค่าจ้างตามสัญญา
งวดที่ 3	- งานนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ ตามข้อ 4.2 - การดำเนินการสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อสารเชิงการตลาดในต่างประเทศ จำนวน 3 ช่องทาง ตามข้อ 4.4.1 - การดำเนินการสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ สำหรับการสื่อสารเชิงการตลาดในประเทศ จำนวน 2 ช่องทาง ตามข้อ 4.4.2 - การสื่อสารเชิงการตลาดในรูปแบบสื่ออื่นๆ ตามข้อ 4.6 - งานกิจกรรมสัมมนาเชิงธุรกิจ การจัดงานในต่างประเทศที่เป็นประเทศเป้าหมาย 1 ครั้ง ตามข้อ 4.7.1 - การจัดทำรายงานสรุปประเมินผลโครงการ ตามข้อ 4.8	ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 40 ของค่าจ้างตามสัญญา

อนึ่ง สำหรับการดำเนินงานการเผยแพร่สื่อข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างประเทศและสื่อในประเทศ ทั้งในรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์ ให้จัดทำรายงานประกอบการส่งมอบงานในรูปแบบเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสม อาทิ Microsoft Word, Excel, Powerpoint, PDF และในส่วนของการออกแบบกราฟิกต่าง ๆ ไฟล์วิดีโอ/footage ให้จัดไฟล์ AI บรรจุใน External Hard Disk จำนวน 2 ชุด ทั้งนี้ กนอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างแต่ละงวดเมื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับมอบงานครบถ้วนถูกต้องเรียบร้อยแล้ว

9. ค่าปรับ

งานจ้างครั้งนี้ กนอ. ต้องการความสำเร็จในแต่ละงวดงานตามข้อ 8. ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องตามรายละเอียดงานที่ต้องส่งมอบภายในเวลาที่กำหนดแต่ละงวด ต้องยินยอมให้ กนอ. ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.2 ของค่าจ้างในงวดนั้น นับถัดจากวันที่ครบกำหนดจนถึงวันที่ส่งมอบครบถ้วนถูกต้อง หรือถึงวันที่บอกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี



10. การจัดทำข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำข้อเสนอยื่นในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนในรูปแบบ Portable Document Format (PDF File) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

10.1 เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

10.1.1 หลักฐานนิติบุคคล

(1) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน ซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุมพร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) กรณีเป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมหนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุมและบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

10.1.2 สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.20) หรือ ภพ.01 หรือ ภพ.09 ของกรมสรรพากร โดยได้รับการรับรองความถูกต้องของเอกสารจากผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคลของผู้ยื่นข้อเสนอ

10.1.3 หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนในการเสนอราคาหรือยื่นเอกสารเสนอราคาในกรณีที่ผู้มีอำนาจไม่สามารถทำการยื่นเอกสารด้วยตนเอง พร้อมสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรอื่นใดที่มีรูปซึ่งออกให้โดยทางราชการและยังไม่หมดอายุของทั้งผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

10.1.4 สำเนาหนังสือรับรองผลงานตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดในข้อ 3

10.1.5 เอกสารหลักฐานอื่น ๆ แสดงถึงความมีคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดในข้อ 3 และเอกสารอื่นๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

10.1.6 กรณีเป็นการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า นอกจากยื่นหลักฐานตามที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) แล้ว ให้ยื่นสำเนาหนังสือข้อตกลงหรือสัญญาร่วมค้าหรือคำร่วมนั้น พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกราย จะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๗๓

10.2 ข้อเสนอแนะด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารข้อเสนอแนะด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น เพื่อประกอบการพิจารณาผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กำหนด พร้อมหลักฐานเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอแนะด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นตามเกณฑ์และวิธีการให้คะแนนในภาคผนวก ก. ประกอบด้วย

10.2.1 กรอบแนวคิดและภาพรวมแผนการตลาดเชิงรุกในบริบทของ กนอ. (Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port)

10.2.2 แนวคิดสร้างสรรค์เนื้อหา (Creative Content) ประเภทบทความตามขอบเขตของงาน ข้อ 4.3 ตามแนวทางและหลักการจัดทำองค์ประกอบของ Content

10.2.3 ตัวอย่าง Creative Content ประเภทบทความ เนื้อหาเกี่ยวกับแบรนด์ของ กนอ. ในมิติใหม่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ ให้เกิดความเชื่อมั่นให้นักอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่การลงทุนชั้นนำของประเทศ

10.2.4 การเลือกช่องทางการสื่อสารเชิงการตลาดตามขอบเขตของงาน ข้อ 4.4

10.2.5 ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ

10.2.6 คุณวุฒิและประสบการณ์ของบุคลากรตามขอบเขตของงาน 5.

10.3 ข้อเสนอแนะด้านราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอราคาตามแบบที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และเสนอราคาในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ e-GP) โดยราคารวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว และต้องกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 90 วัน นับถัดจากวันเสนอราคา

11. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

งานจ้างครั้งนี้จำเป็นต้องพิจารณาโดยคำนึงประโยชน์และดำเนินการงานให้บรรลุวัตถุประสงค์เป็นสำคัญ กนอ. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคาและพิจารณาเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอแนะด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักของเกณฑ์การร้อยละ 20 และเกณฑ์อื่นร้อยละ 80 ประกอบกับเป็นงานที่มีความซับซ้อนซึ่งต้องใช้เทคนิค วิธีการดำเนินงาน และประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ในการเสนอแผนกลยุทธ์ วางแผนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อต่างประเทศ และสื่อในประเทศ ทั้งในรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์ โดยวางแผนการใช้สื่อและเครื่องมือดิจิทัลในภาพรวมของโครงการ ทั้งรูปแบบแนวคิดการวาง Content เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ และเทคนิคอื่นๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์ แผนการใช้สื่อและเครื่องมือ รวมถึงการออกแบบสื่อเป็นคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งที่ไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกันส่งผลให้เกิดปัญหาในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ จึงกำหนดให้มีการยื่นข้อเสนอแนะด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นเพื่อพิจารณาคัดเลือกและต้องผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำก่อน ทั้งนี้ เป็นไปตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 มาตรา 65 วรรคหก และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ 2560 ข้อ 83 (3) โดยคณะกรรมการจ้างโดยวิธีคัดเลือก จะพิจารณาตามลำดับ ดังนี้

๘๘๘







11.1 ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ตามที่กำหนด ประกาศเชิญชวน พิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วน ถูกต้องและพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติหรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการจ้างโดยวิธีคัดเลือก จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อย หรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารการจ้างโดยวิธีคัดเลือก ในส่วนที่มีสาระสำคัญ เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นการเป็นประโยชน์ต่อกรมสรรพากร เท่านั้น

11.2 การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่ผ่านการพิจารณาตามข้อ 10.2 และทำการประเมินข้อเสนอด้านเทคนิคเพื่อพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำก่อน โดยมีหัวข้อในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

- | | |
|---|------------|
| (1) กรอบแนวคิดและภาพรวมแผนการตลาดเชิงรุกในบริบทของ กนอ.
(Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port) | น้ำหนัก 20 |
| (2) แนวคิดสร้างสรรค์เนื้อหา (Creative Content) ประเภทบทความตามขอบเขต
ของงาน ข้อ 4.3 ตามแนวทางและหลักการจัดทำองค์ประกอบของ Content | น้ำหนัก 15 |
| (3) ตัวอย่าง Creative Content ประเภทบทความ เนื้อหาเกี่ยวกับแบรนด์
ของ กนอ. ในมิติใหม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ ให้เกิดความเชื่อมั่นให้นิคมอุตสาหกรรม
เป็นพื้นที่การลงทุนชั้นนำของประเทศ | น้ำหนัก 15 |
| (4) การเลือกช่องทางการสื่อสารเชิงการตลาดตามขอบเขตของงาน ข้อ 4.4 | น้ำหนัก 10 |
| (5) ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ | น้ำหนัก 10 |
| (6) คุณวุฒิและประสบการณ์ของบุคลากรตามขอบเขตของงาน 5. | น้ำหนัก 10 |

โดยมีรายละเอียดเกณฑ์และวิธีให้คะแนนแต่ละหัวข้อตามภาคผนวก ก. ทั้งนี้ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือ ข้อเสนออื่นข้างต้นที่ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ จะต้องได้คะแนนเมื่อถ่วงเป็นน้ำหนักแล้วรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (ได้คะแนน น้ำหนักไม่น้อยกว่า 64) ทั้งนี้

11.3 ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นที่ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามข้อ 11.2 จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ตามสัดส่วนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น) ที่กำหนด สำหรับคะแนนข้อเสนอด้านราคารานั้น ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) จะให้คะแนนตามช่วงความต่างของราคาที่เสนอแต่ละรายเมื่อเปรียบเทียบกับ ราคาที่เสนอต่ำสุด หลังจากนั้นระบบฯ จะรวมคะแนนตามสัดส่วนและจัดเรียงตามคะแนนไว้ 3 ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนน้ำหนักรวมสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาความเหมาะสมของราคาและต่อรองราคาเพื่อประโยชน์ของ กนอ. ต่อไป

ป.จ. ๗๕๐ อ.อ. ๑๕
 อ.อ. อ.อ. ๑๕
 อ.อ. ๑๕

11.4 กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด กนอ. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการจัดจ้างเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีการและขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้ได้รับการคัดเลือกและไม่เข้าทำสัญญาดังกล่าว ถือว่าเป็นผู้ละทิ้งไม่รับผิดชอบในข้อเสนอที่ได้ยื่นเสนอไว้ กนอ. จะพิจารณาให้เป็นผู้ที่ทำงานตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

12. เงื่อนไขอื่นๆ

12.1 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ชนะการประกวดราคา จะต้องจัดทำรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน จำแนกตามชนิด ประเภท จำนวน ของค่าใช้จ่ายโดยละเอียด โดยยอดรวมจะต้องถูกต้องถูกต้องตรงกันกับราคาที่ได้ออกเสนอไว้ในระบบ e-GP หรือราคาที่ได้ออกเสนอตกลงกัน ทั้งนี้ ต้องจัดทำให้เสร็จสิ้นให้ กนอ. ตรวจสอบก่อนกำหนดการทำสัญญาจ้างไม่น้อยกว่า 5 วัน

12.2 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือก จะต้องเข้าทำสัญญาตามแบบที่กำหนดกับ กนอ. ภายใน 15 วันนับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือ พร้อมทั้งวางหลักประกันสัญญาเป็นชนิด ประเภท และอัตราที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

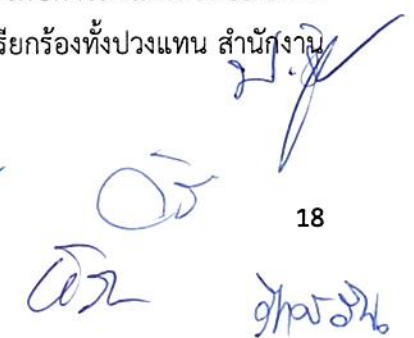
12.3 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำแผนการดำเนินงานให้บรรลุความสำเร็จตามขอบเขตของงานภายในระยะเวลาที่กำหนดตามสัญญา โดยแสดงรายละเอียดแผนการดำเนินงานและร้อยละของความสำเร็จของงานแต่ละเดือนส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ภายใน 15 วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา เพื่อกำกับและติดตามความก้าวหน้าในผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานดังกล่าวสำนักงาน กสทช. ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

12.4 กนอ. สงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานตามขอบเขตของงานได้ตามความจำเป็นและความเหมาะสมตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะถืออัตราค่าจ้างของรายการ ชนิด ประเภทของค่าใช้จ่ายแต่ละด้าน เป็นอัตราในการคำนวณค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข เพิ่มเติม โดย กนอ. จะดำเนินการเปลี่ยนแปลงแก้ไขสัญญาตามระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป

12.5 สำหรับบรรดาพัสดุ (วัสดุหรือครุภัณฑ์) ที่ผู้รับจ้างต้องนำมาใช้ในดำเนินงานจ้างครั้งนี้ (ถ้ามี) จะต้องใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศไทยเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าพัสดุนั้น โดยจะต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุในประเภทตามแบบที่กำหนด (ผนวก 0) และในการส่งมอบงานแต่ละงวด จะต้องรายงานผลการใช้พัสดุภายในประเทศเพื่อประกอบการตรวจสอบของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในแต่ละงวดด้วย

12.6 บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่นๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทน สำนักงาน กสทช.

๑๖



12.7 ผู้รับจ้างต้องเก็บรักษาข้อมูล กนอ. ข้อมูลของผู้ประกอบการ และข้อมูลที่ได้รับจาก กนอ. ไว้เป็นความลับ จะเปิดเผยให้ผู้ใดทราบมิได้ และไม่นำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการดำเนินการในโครงการนี้

12.8 12.3 ผู้รับจ้างจะต้องไม่จ้างช่วงงาน มอบหมายงาน ถ่ายโอนงาน หรือละทิ้งงานให้ผู้อื่นเป็นผู้ทำงานแทน ไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่เพียงบางส่วนด้วยประการใดๆ

12.9 ผู้รับจ้างจะต้องใช้ความซื่อสัตย์ ความระมัดระวัง และความขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติงาน และจะจ้างปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วง เป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือโดยทั่วไป

12.10 ในระหว่างระยะเวลาการทำงานจ้าง ผู้รับจ้างพึงต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

ฉก
ฉค
ฉด
19
๑๓๑๖

ภาคผนวก ก.

เกณฑ์และวิธีการให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น

โครงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก (Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port)

ประจำปีงบประมาณ 2567

1. กรอบแนวคิดและภาพรวมแผนการตลาดเชิงรุกในบริบทของ กนอ. (Proactive Marketing in Industrial Estates and Industrial Port) 100 คะแนน (น้ำหนัก 20)





จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
20 คะแนน	การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน จุดแข็ง จุดอ่อนการดำเนินงานของ กนอ.
20 คะแนน	ภาพรวมเป้าหมายของการทำตลาดในกิจการของ กนอ.
20 คะแนน	กรอบแนวคิดการเลือกกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับบทบาทบริการของ กนอ. และเหตุผลสนับสนุนที่เลือกวิธีการนั้น
20 คะแนน	แผนการดำเนินงาน (Timeline) ในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับระยะเวลาที่กำหนด
20 คะแนน	ตัวชี้วัดที่จะแสดงถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ตามแผน
<p>วิธีการให้คะแนน : พิจารณาถึงการอธิบายกรอบแนวคิดในแต่ละหัวข้อที่กำหนด โดยพิจารณาความชัดเจนหรือเป็นสถานการณ์ที่เป็นจริงกับสถานการณ์ด้านการตลาดด้วยเทคนิคหรือวิธีการจัดทำแผนการตลาดที่ดี มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และแสดงให้เห็นถึงการดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ได้จริง มีระดับการให้คะแนน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none">- มีความชัดเจน ครบถ้วน สมบูรณ์ ได้คะแนนร้อยละ 100- ขาดความชัดเจนครบถ้วนส่วนใดส่วนหนึ่ง ได้คะแนนร้อยละ 80- ขาดความชัดเจนครบถ้วนหลายส่วนแต่ไม่ทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 60- ไม่มีการอธิบายจะไม่ได้รับคะแนน <p>ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะต้องอธิบายผลการให้คะแนนแต่ละข้อ โดยชัดเจน กรณีให้คะแนนในระดับที่ไม่ชัดเจนครบถ้วนไม่ส่วนใดส่วนหนึ่งส่วนใด หรือหลายส่วน จะต้องอธิบายความไม่ชัดเจนครบถ้วนในเรื่องนั้นๆ ไว้ด้วย</p>	

2. แนวคิดสร้างสรรค์เนื้อหา (Creative Content) ประเภทบทความตามขอบเขตของงาน ข้อ 4.3 ตามแนวทาง และหลักการจัดทำองค์ประกอบของ Content 100 คะแนน (น้ำหนัก 15)

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
30 คะแนน	การอธิบายหลักการและวิธีการเขียนบทนำ Content
30 คะแนน	การอธิบายหลักการและวิธีการเขียนเนื้อหา Content
40 คะแนน	การอธิบายบทสรุปของ Content
<p>วิธีการให้คะแนน : พิจารณาถึงการอธิบายองค์ประกอบการทำ Content ตามหลักการจัดทำ Content ที่ดี มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน ข้อ 4.3 โดยมีระดับการให้คะแนน แต่ละหัวข้อ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การอธิบายครบถ้วน ความชัดเจนและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน คะแนนเต็ม - การอธิบายครบถ้วน แต่ยังขาดความสอดคล้องและการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน คะแนนร้อยละ 80 - การอธิบายไม่ครบถ้วน และไม่มีอธิบายความสอดคล้องและการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน คะแนนร้อยละ 50 - ไม่มีการอธิบาย จะไม่ได้คะแนนในข้อนี้ <p>ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะต้องอธิบายผลการให้คะแนนแต่ละข้อ โดยชัดเจน กรณีให้คะแนนในระดับที่ไม่ชัดเจนครบถ้วนไม่ส่วนใดส่วนหนึ่งส่วนใด หรือหลายส่วน จะต้องอธิบายความไม่ชัดเจนครบถ้วนในเรื่องนั้นๆ ไปด้วย</p>	

3. ตัวอย่าง Creative Content ประเภทบทความ เนื้อหาเกี่ยวกับแบรนด์ของ กนอ. ในมิติใหม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เกิดความเชื่อมั่นให้นิคมอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่การลงทุนชั้นนำของประเทศ 100 คะแนน (น้ำหนัก 15)

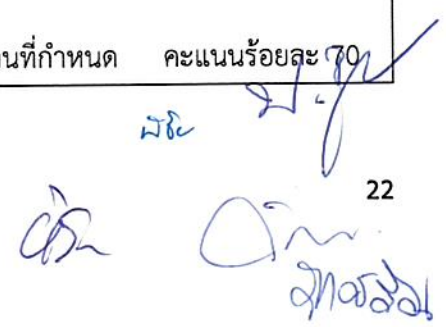
จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
25 คะแนน	ภาพรวมการสื่อสารสื่อถึงแบรนด์ กนอ. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
25 คะแนน	การเล่าเรื่องดึงดูดโน้มน้าวให้เกิดความเชื่อมั่น หรือน่าสนใจ
25 คะแนน	เจาะกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนตามวัตถุประสงค์
25 คะแนน	มีความทันสมัยตามเทรนด์ของการสื่อสารในปัจจุบัน

ม.จ





จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
วิธีการให้คะแนน :	พิจารณาจากตัวอย่าง Content กำหนด และให้คะแนนแต่ละหัวข้อ โดยพิจารณาถึงความชัดเจนในการสื่อสาร น่าสนใจดึงดูดไปสู่ความเชื่อมั่น ไม่เพื่อเจือเกินความเป็นจริง และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. และพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกันเพื่อจัดลำดับ โดยมีระดับการให้คะแนน ดังนี้ วัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงาน
	- การอธิบายครบถ้วน ชัดเจน น่าสนใจ สอดคล้อง มากที่สุด คะแนนเต็ม
	- การอธิบายครบถ้วน ชัดเจน น่าสนใจ สอดคล้อง รองลำดับที่ 1 คะแนนร้อยละ 80
	- การอธิบายครบถ้วน ชัดเจน น่าสนใจ สอดคล้อง รองลำดับที่ 2 คะแนนร้อยละ 70
	ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะต้องอธิบายผลการให้คะแนนแต่ละ และความแตกต่างในการจัดลำดับให้ชัดเจน กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอเพียงน้อยกว่า 3 ราย จะพิจารณาให้คะแนนดีที่สุดและรองลำดับที่ 1 และกรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอมากกว่า 3 ราย จะจัดลำดับเพียงรองลำดับที่ 2 เท่านั้น และกรณีที่ตัวอย่างแต่ละหัวข้อเมื่อเปรียบเทียบแล้วใกล้เคียงกัน จะได้คะแนนเท่ากันแต่ละลำดับ

4. การเลือกช่องทางการสื่อสารเชิงการตลาดตามขอบเขตของงาน ข้อ 4.4 100 คะแนน (น้ำหนัก 10)

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
50 คะแนน	คัดเลือกช่องทางการสื่อสารในต่างประเทศในสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ในประเทศ กลุ่มเป้าหมาย ตามขอบเขตของงานข้อ 4.4.1.1 จำนวน 6 ช่อง
50 คะแนน	คัดเลือกช่องทางการสื่อสารในประเทศทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตของงานข้อ 4.4.2.1. จำนวน 4 ช่องทาง
วิธีการให้คะแนน :	พิจารณาคัดเลือกช่องทางการสื่อสารในแต่ละหัวข้อ โดยต้องครอบคลุมตามช่องที่กำหนด เป็นอย่างน้อย และเสนอช่องทางอื่นเพิ่มเติมให้รวมไม่น้อยกว่าที่กำหนดโดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน โดยจะพิจารณาให้คะแนนแต่ละหัวข้อ ดังนี้
	- เสนอช่องทางตามที่กำหนด และเพิ่มเติมช่องทางอื่นๆ รวมจำนวนมากกว่าที่กำหนด (มากลำดับ 1) คะแนนเต็ม
	- เสนอช่องทางตามที่กำหนด และเพิ่มเติมช่องทางอื่นๆ รวมจำนวนมากกว่าที่กำหนด (มากลำดับ 2) คะแนนร้อยละ 90
	- เสนอช่องทางตามที่กำหนด และเพิ่มเติมช่องทางอื่นๆ รวมจำนวนมากกว่าที่กำหนด (มากลำดับ 3) คะแนนร้อยละ 80
	- เสนอช่องทางตามที่กำหนด และเพิ่มเติมช่องทางครบจำนวนที่กำหนด คะแนนร้อยละ 70

มี

 22

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
	- เสนอช่องทางนอกเหนือจากที่กำหนด และหรือเสนอไม่ครบจำนวน ไม่ได้คะแนนข้อนั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ให้คะแนนตามช่องทางที่กำหนดและจำนวนไม่น้อยกว่าที่กำหนด กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอเพียงน้อยกว่า 3 ราย จะพิจารณาให้คะแนนลำดับ 1 และลำดับอื่นอีก 1 ลำดับตามจำนวนช่องทางสื่อสาร กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอมากกว่า 3 ราย จะจัดลำดับตามจำนวนช่องทางเพียง 3 ลำดับเท่านั้น และกรณีเสนอช่องที่กำหนดและเพิ่มเติมจำนวนไม่น้อยกว่าที่กำหนดในจำนวนเท่ากัน จะได้คะแนนในลำดับเดียวกัน

5. ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ

พิจารณาเฉพาะผลงานตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ข้อ 3.12 100 คะแนน (น้ำหนัก 10)

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
5.1 ผลงานเชิงคุณภาพ พิจารณาให้คะแนนจากผลมูลค่าของผลงานตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ข้อ 3.12 ที่มากที่สุดผลงานเดียว คะแนน 50 คะแนน	
30 คะแนน	มูลค่าผลงาน 9,800,000 บาท แต่ไม่เกิน 10,000,000 บาท
40 คะแนน	มูลค่าผลงานมากกว่า 10,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 12,000,000 บาท
50 คะแนน	มูลค่าผลงานมากกว่า 12,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 15,000,000 บาท
5.2 ผลงานเชิงคุณภาพ พิจารณาให้คะแนนตามจำนวนผลงานตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ข้อ 3.12 คะแนน 50 คะแนน	
30 คะแนน	มูลค่าตามที่กำหนด จำนวน 1 ผลงาน
40 คะแนน	มูลค่าตามที่กำหนด จำนวน 2 ผลงาน
50 คะแนน	มูลค่าตามที่กำหนด จำนวนมากกว่า 2 ผลงาน






6. คุณวุฒิและประสบการณ์ของบุคลากร

พิจารณาเฉพาะคุณวุฒิและประสบการณ์ของบุคลากรดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอ ตามขอบเขตของงาน
ข้อ 5. ตามหลักฐานเอกสารที่เสนอ 100 คะแนน (น้ำหนัก 10)

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
30 คะแนน	ผู้จัดการโครงการ ตามขอบเขตของงาน ข้อ 5.1
30 คะแนน	ผู้จัดการโครงการ ตามขอบเขตของงาน ข้อ 5.2
20 คะแนน	ผู้จัดการโครงการ ตามขอบเขตของงาน ข้อ 5.3 คนที่ 1
20 คะแนน	ผู้จัดการโครงการ ตามขอบเขตของงาน ข้อ 5.3 คนที่ 2
<p>วิธีการให้คะแนน : พิจารณาให้คะแนนคุณวุฒิและประสบการณ์ของบุคลากรแต่ละตำแหน่งที่เสนอ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none">- คุณวุฒิตรงและประสบการณ์ตรงตามขั้นต่ำที่กำหนด คะแนนร้อยละ 80- คุณวุฒิตรงและประสบการณ์ตรงตามที่กำหนด โดยมีอย่างน้อยอย่างหนึ่ง คะแนนร้อยละ 90 มากกว่าขั้นต่ำที่กำหนด- คุณวุฒิตรงและประสบการณ์ตรงตามที่กำหนด โดยมีคุณวุฒิและ คะแนนร้อยละ 100 ประสบการณ์มากกว่าขั้นต่ำที่กำหนด	

๒๖๕
๑๙
๑๙
๑๙