

ประกาศจังหวัดนครศรีธรรมราช

เรื่อง ประกวดราคาจ้างการจ้างจัดกิจกรรม ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ภายใต้โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความประสงค์ ประกวดราคาจ้างการจ้างจัดกิจกรรม ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ภายใต้โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ผู้มีสิทธิเสนอราคาจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. เป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒. ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว

๓. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๕. ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๖. ผู้เสนอราคาต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงาน ตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเชื่อถือ

ผู้เสนอราคาที่เสนอราคาในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) กรณีที่กิจการร่วมค้าได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ โดยหลักการกิจการร่วมค้าจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา และการเสนอราคาให้เสนอราคาในนาม "กิจการร่วมค้า" ส่วนคุณสมบัติด้านผลงาน กิจการร่วมค้าดังกล่าวสามารถนำผลงานของผู้เข้าร่วมค้ามาใช้แสดงเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่เข้าประกวดราคาได้

(๒) กรณีที่กิจการร่วมค้าไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ โดยหลักการนิติบุคคลแต่ละนิติบุคคลที่เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา เว้นแต่ในกรณีที่กิจการร่วมค้าได้มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าเป็นลายลักษณ์อักษรกำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการเข้าเสนอราคากับทางราชการ และแสดงหลักฐานดังกล่าวมาพร้อมการยื่นข้อเสนอประกวดราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ กิจการร่วมค้านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้ร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นเสนอราคาได้

ทั้งนี้ "กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่" หมายความว่า กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อหน่วยงานของรัฐซึ่งมีหน้าที่รับจดทะเบียน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)

๗. บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๘. บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๙. คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่ การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน สามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

กำหนดยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ..... ระหว่างเวลา ..... น. ถึง ..... น.

ผู้สนใจสามารถขอซื้อเอกสารประกวดราคาด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในราคาชุดละ ๒,๐๐๐.๐๐ บาท ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์และชำระเงินผ่านทางธนาคาร ในระหว่างวันที่ ..... ถึงวันที่ ..... โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ภายหลังจากชำระเงินเป็นที่เรียบร้อยแล้วจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.nakhonsithammarat.go.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๗๕๓๕๕๓๖๐ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือแบบรูปรายการละเอียด โปรดสอบถามมายัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านทางอีเมล์ nakhonsithammarat@mots.go.th ภายในวันที่ ..... โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชจะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.nakhonsithammarat.go.th และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ .....

การลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือที่หัวหน้าส่วนราชการจะสามารถก่อหนี้ผูกพันลงนาม

ในสัญญาได้ก็ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ (เพิ่มเติม) มีผลบังคับใช้และส่วนราชการได้รับอนุมัติเงินประจำงวดจากสำนักงบประมาณแล้ว ทั้งนี้ จังหวัดนครศรีธรรมราชจะพิจารณายกเลิกประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) หากไม่ได้รับอนุมัติเงินประจำงวด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้

ประกาศ ณ วันที่ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๐

(นายจำเริญ ทิพญพงศ์ธาดา)
ผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ ซื้อเอกสารจนถึงวันเสนอราคา

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ .....

ประกวดราคาจ้างการจ้างจัดกิจกรรม ๕ พระธาตุสู่มรดกโลก ภายใต้โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

ตามประกาศ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ลงวันที่ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "จังหวัด" มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างการจ้างจัดกิจกรรม ๕ พระธาตุสู่มรดกโลก ภายใต้โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ณ พื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๑.๑ แบบรูปรายการละเอียด

๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๑.๓ สัญญาจ้างทั่วไป

๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน

(๑) หลักประกันการเสนอราคา

(๒) หลักประกันสัญญา

๑.๕ บทนิยาม

(๑) ผู้เสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน

(๒) การขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑

(๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒

๒. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๒.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง

๒.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทิ้งงานตามระเบียบของทางราชการ

๒.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕

๒.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๒.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๒.๖ ผู้เสนอราคาต้องและมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงาน ตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่จังหวัดเชื่อถือ

ผู้เสนอราคาที่เสนอราคาในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) กรณีที่กิจการร่วมค้าได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ โดยหลักการกิจการร่วมค้าจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา และการเสนอราคาให้เสนอราคาในนาม "กิจการร่วมค้า" ส่วนคุณสมบัติด้านผลงาน กิจการร่วมค้าดังกล่าวสามารถนำผลงานของผู้เข้าร่วมค้ามาใช้แสดงเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่เข้าประกวดราคาได้

(๒) กรณีที่กิจการร่วมค้าไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ โดยหลักการนิติบุคคลแต่ละนิติบุคคลที่เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา เว้นแต่ในกรณีที่กิจการร่วมค้าได้มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าเป็นลายลักษณ์อักษรกำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการเข้าเสนอราคากับทางราชการ และแสดงหลักฐานดังกล่าวมาพร้อมการยื่นข้อเสนอประกวดราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ กิจการร่วมค้านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้ร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นเสนอราคาได้

ทั้งนี้ "กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่" หมายความว่า กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อหน่วยงานของรัฐซึ่งมีหน้าที่รับจดทะเบียน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)

๒.๗ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๒.๘ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๒.๙ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐาน ยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจด

ทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคลให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๓) ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดา ที่มิใช่สัญชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นเอกสาร ตามที่ระบุไว้ใน (๓)

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๔.๑) สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์

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

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้เสนอราคามอบอำนาจ ให้บุคคลอื่นลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือหลักฐานแสดงตัวตนของผู้เสนอราคาในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ แทน

(๒) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๓) สำเนาหนังสือรับรองผลงานจ้างพร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง (ให้ใช้ในกรณีที่มีการกำหนดผลงานตามข้อ ๒.๒ เท่านั้น)

(๔) บัญชีรายการจ้าง (ใบแจ้งปริมาณงาน) ซึ่งจะต้องแสดงรายการวัสดุอุปกรณ์ ค่าแรงงาน ภาษีประเภทต่างๆ รวมทั้งกำไรไว้ด้วย

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

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้เสนอราคาต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอก

ข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนของผู้เสนอราคา โดยไม่ต้องแนบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาเพียงราคาเดียว โดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง โดยคิดราคารวมทั้งสิ้น ซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยืนราคาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน นับแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยืนราคา ผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามิได้

๔.๓ ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการจ้างแล้วเสร็จไม่เกิน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้เสนอราคาควรตรวจดูร่างสัญญา แบบรูป และรายละเอียด ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นเสนอราคาตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้เสนอราคาจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ..... ระหว่างเวลา ..... น. ถึง ..... น.

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอและเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้เสนอราคาแต่ละรายว่า เป็นผู้เสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๓) ณ วันประกาศประกวดราคาหรือไม่

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ก่อนหรือในขณะ ที่มีการพิจารณาข้อเสนอว่า มีผู้เสนอราคารายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้เสนอราคารายนั้นออกจากการเป็นผู้เสนอราคา และจังหวัดจะพิจารณาลงโทษผู้เสนอราคาดังกล่าวเป็นผู้ทิ้งงาน เว้นแต่คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะวินิจฉัยได้ว่าผู้เสนอราคารายนั้นเป็นผู้ที่ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของทางราชการและมิได้เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าว

๔.๖ ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

(๓) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

(๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

(๓) ผู้เสนอราคาจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่กำหนด

(๔) ห้ามผู้เสนอราคาถอนการเสนอราคา

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

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้เสนอราคาต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๕๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

๕.๑ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศ ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๓)

๕.๒ เช็คที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเป็นเช็คลงวันที่ที่ยื่นการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือก่อนหน้านั้นไม่เกิน ๓ วันทำการของทางราชการ

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

กรณีที่ผู้เสนอราคานำเช็คที่ธนาคารสั่งจ่ายหรือพันธบัตรรัฐบาลไทย มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคา จะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้ส่วนราชการตรวจสอบความถูกต้อง ในวันที่ ..... ระหว่างเวลา ..... น. ถึง ..... น.

ตามแบบตัวอย่างหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศ (หลักประกันการเสนอราคา) กำหนดให้ระบุชื่อผู้เสนอราคา เป็นผู้วางหลักประกันการเสนอราคา ดังนั้น กรณีที่ผู้เสนอราคาที่เสนอราคาในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคา ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) กรณีที่กิจการร่วมค้าได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ให้ระบุชื่อผู้เสนอราคา ซึ่งต้องวางหลักประกันการเสนอราคา ในนามกิจการร่วมค้า เท่านั้น

(๒) กรณีที่กิจการร่วมค้าไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ให้ระบุชื่อผู้เสนอราคา ซึ่งต้องวางหลักประกันการเสนอราคา ในนามนิติบุคคลรายใดรายหนึ่งตามที่สัญญาร่วมค้ากำหนดให้เป็นผู้เข้าเสนอราคากับทางราชการ

ทั้งนี้ "กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่" หมายความว่า กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อหน่วยงานของรัฐซึ่งมีหน้าที่รับจดทะเบียน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ จังหวัดจะคืนให้ผู้เสนอราคาหรือผู้ค้ำประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้พิจารณาในเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว เว้นแต่ผู้เสนอราคารายที่คัดเลือกไว้ ๓ ลำดับแรก จะคืนให้ต่อเมื่อได้ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือเมื่อผู้เสนอราคาได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ จังหวัดจะ

พิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา และจะพิจารณาจาก ราคารวม

๖.๒ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ รายการพิจารณา คือ จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ภายใต้กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ภายใต้โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจ

(๑) ราคาที่เสนอราคา (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

(๒) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐

๖.๓ หากผู้เสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ แล้ว คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้เสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดหลงเพียงเล็กน้อย หรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มิใช่สาระสำคัญ ทั้งนี้ เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อจังหวัดเท่านั้น

๖.๔ จังหวัดสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้เสนอราคาโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้เสนอราคารายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัด

(๒) ไม่กรอกชื่อนิติบุคคล หรือลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้เสนอราคาอย่างหนึ่งอย่างใด หรือทั้งหมดในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้เสนอราคารายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือจังหวัด มีสิทธิให้ผู้เสนอราคาชี้แจงข้อเท็จจริง สภาพ ฐานะ หรือข้อเท็จจริงอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับผู้เสนอราคาได้ จังหวัดมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากหลักฐานดังกล่าวไม่มีความเหมาะสม.หรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ จังหวัดทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้าง ในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของจังหวัดเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งจังหวัดจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทิ้งงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้

รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการเสนอราคากระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้เสนอราคารายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามสัญญาได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือจังหวัดจะให้ ผู้เสนอราคานั้นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้เสนอราคาสามารถดำเนินงานตามประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ จังหวัดมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้เสนอราคารายนั้น

๖.๗ ในกรณีที่ปรากฏข้อเท็จจริงภายหลังจากการพิจารณาข้อเสนอว่า ผู้เสนอราคาที่มีสิทธิได้รับการคัดเลือกเป็นผู้เสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือเป็นผู้เสนอราคา ที่กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ตามข้อ ๑.๕ จังหวัดมีอำนาจที่จะตัดรายชื่อผู้เสนอราคาที่ได้รับคัดเลือกรายดังกล่าวออก และจังหวัดจะพิจารณาลงโทษผู้เสนอราคารายนั้นเป็นผู้ทิ้งงาน

ในกรณีนี้หากปลัดกระทรวงพิจารณาเห็นว่าการยกเลิกการพิจารณาผลการเสนอราคาที่ได้ดำเนินการไปแล้วจะเป็นประโยชน์แก่ทางราชการอย่างยิ่ง ปลัดกระทรวงมีอำนาจยกเลิกการพิจารณาผลการเสนอราคาดังกล่าวได้

๗. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓ กับจังหวัด ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้จังหวัดยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็คที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่จังหวัด โดยเป็นเช็คลงวันที่ที่ทำสัญญา หรือก่อนหน้านั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการของทางราชการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือบริษัทเงินทุน หรือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งได้แจ้งชื่อเวียนให้ส่วนราชการต่าง ๆ ทราบแล้ว โดยอนุโลมให้ใช้ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

จังหวัดจะจ่ายเงินค่าจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๓ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดการจัดงาน ข้อ ๔.๑ ๔.๒ ๔.๓ (๔.๓.๗.๓) ให้แล้วเสร็จภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ตามรายละเอียดการจัดงานตามข้อ ๔.๓ (๔.๓.๑(๔.๓.๓.๓-๔.๓.๓.๓) ๔.๓.๒ และ๔.๓.๔ ๔.๔ (๔.๔.๑ และ ๔.๔.๒) ให้แล้วเสร็จภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๒ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา รวมทั้งทำสถานที่จ้างให้สะอาดเรียบร้อย

๙. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างข้อ ๑๗ จะกำหนดในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้างตามสัญญาต่อวัน

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง ตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่จังหวัดได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๐

การลงนามในสัญญาจะกระทำได้ต่อเมื่อ จังหวัดได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๐ (เพิ่มเติม) แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อจังหวัดได้คัดเลือกผู้เสนอราคารายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องสั่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้เสนอราคาซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชยนาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการสั่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างสั่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทยจากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มิใช่เรือ

ไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชยนาวี

๑๑.๓ ผู้เสนอราคาซึ่งจังหวัดได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงภายในเวลาที่ทางราชการกำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ จังหวัดจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกร้องจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกร้องให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทิ้งงานตามระเบียบของทางราชการ

๑๑.๔ จังหวัดสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้างผู้รับจ้างพึงปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. รายละเอียดและเงื่อนไขเพิ่มเติม

รายละเอียดและเงื่อนไขเอกสารการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ฉบับนี้ มิผลบังคับเป็นส่วนหนึ่งของประกาศประกวดราคาจ้างด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ และสัญญาจ้างด้วย

จังหวัดนครศรีธรรมราช

รายละเอียดการจัดงาน

โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว

กิจกรรม ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก

๑. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าเขา มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยยังน้อยอยู่ นักท่องเที่ยวยังรู้จักแต่แหล่งท่องเที่ยวกระแสหลัก แต่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวบนบกยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร ดังนั้นกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยจึงมีแนวคิดที่จะนำแหล่งท่องเที่ยวบนบก เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยนำพระบรมธาตุนครศรีธรรมราชที่กำลังอยู่ระหว่างการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก (World Heritage) เป็นจุดแม่เหล็กและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมโดยเชื่อมโยงพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยไปยังพระธาตุสวี (จังหวัดชุมพร) พระธาตุไชยา (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) และวัดเขียนบางแก้ว (จังหวัดพัทลุง)

เนื่องจากนโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวถือเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์ และยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร จึงมีความจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักโดยใช้แนวคิดท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลกเป็นแกน

๒. วัตถุประสงค์ :

๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๒.๒ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยโดยเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ โดยเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวในปี ๒๕๖๐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐

๒.๓ สร้างภาพลักษณ์อันดีของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวสมัยใหม่ มีศักยภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมประเพณีและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

๓. กลุ่มเป้าหมาย :

๓.๑ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

๓.๒ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและประชาชนในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๓.๓ สื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อมวลชนในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๓.๔ ชุมชนท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๓.๕ ภาคราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

รายละเอียดการจ้างดำเนินการงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยแบ่งเป็น ๔ หมวดงาน ดังนี้

๔.๑ กิจกรรมออกแบบสร้างสรรค์

๔.๑.๑ ออกแบบสัญลักษณ์โครงการ (Campaign Logo) ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๔.๑.๒ ออกแบบภาพลักษณ์การสื่อสาร (Key Visual) นครศรีตีกว่าเดิม เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๔.๒ กิจกรรมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๒.๑ การผลิตสื่อวีดีทัศน์ (VDO Presentation) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ความยาว ๓ นาที จำนวน ๑ ทั้งนี้ต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ หรือถ่ายทำใหม่ผสม Stock Shot ที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ของผู้ใด โดยจัดทำในรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

๔.๒.๒ สื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (TVC) ความยาว ๖๐ วินาที จำนวน ๑ ชุด และความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ ชุด ทั้งนี้ต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ หรือถ่ายทำใหม่ผสม Stock Shot ที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ของผู้ใด โดยจัดทำในรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

๔.๒.๓ การผลิตแผ่นพับ (Brochure) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ แผ่น ซึ่งต้องออกแบบและ ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา โดยพิมพ์สีสี สองด้าน

๔.๒.๔ การผลิตสติกเกอร์ (Sticker) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ๑๐,๐๐๐ แผ่น ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา โดยพิมพ์สีสี ขนาดไม่น้อยกว่า ๖ x ๘ เซนติเมตร

๔.๒.๕ การผลิตเสื้อยืด (T-Shirt) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ๓,๐๐๐ ตัว

๔.๒.๖ การผลิตของที่ระลึก (Souvenirs) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ๑๐,๐๐๐ ชิ้น

๔.๓ กิจกรรมเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๓.๑ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณามัลติมีเดีย บนสถานีรถไฟฟ้า (BTS Multimedia On Station) ระยะเวลา ๑ เดือน

๔.๓.๑.๑ สื่อทีวีบนสถานีรถไฟฟ้า Platform Truss LED (PTL) จำนวน ๒๔ สถานี ๘๕ จอๆละ ๓๐ ครั้งต่อวัน = ๒,๕๕๐ ครั้งต่อวัน / ๗๖,๕๐๐ ครั้งต่อเดือน

๔.๓.๓.๒ สื่อทีวีประตูปิดเปิดรถไฟฟ้า Plasma Screen Door (PSD) จำนวน ๙ สถานี จำนวน ๖๐๐ จอๆละ ๑๕ ครั้งต่อวัน = ๙,๐๐๐ ต่อวัน / ๒๗๐,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน

๔.๓.๓.๓ สื่อทีวีตามเสาบนสถานีรถไฟฟ้า E-Poster จำนวน ๑๖ สถานี จำนวน ๑๙ จอๆละ ๖๐ ครั้งต่อวัน = ๑๑๔๐ ครั้งต่อวัน / ๓๔,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน

๔.๓.๒ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาลิฟต์อาคารสำนักงาน (POV TV Office Building) (นับเฉพาะวันทำการ จันทร์-ศุกร์) จำนวน ๑๐๐ อาคาร จำนวน ๑,๐๐๐ จอ ๆ ละ ๒๗ ครั้งต่อวัน = ๒,๗๐๐ ครั้งต่อวัน / ๕๔๐,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน ระยะเวลา ๒๐ วัน (ใน ๑ เดือน)

๔.๓.๓ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้าใต้ดิน จอโฆษณา PID@MRT จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐ จอๆละ ๔๘ ครั้งต่อวัน = ๒๘,๘๐๐ ต่อวัน / ๘๖๔,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน ในระยะเวลา ๓ เดือน โดยแบ่งดังนี้

๔.๓.๓.๑ จอในสถานีและทางเข้าขานขลา จำนวน ๑๘ สถานี = ๒๖๕ จอ

๔.๓.๓.๒ จอในขบวนรถไฟ จำนวน ๑๙ ขบวนๆละ ๑๘ จอ = ๓๔๒ จอ

๔.๓.๔ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนจอ LED Hello Bangkok จำนวน ๖๐ จอๆละ ๕๔ ครั้งต่อวัน = ๓,๒๔๐ ครั้งต่อวัน / ๙๗,๒๐๐ ครั้งต่อเดือน ระยะเวลา ๑ เดือน

๔.๓.๕ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนจอ LED ขนาดใหญ่ (Mega Multimedia Billboard) จำนวน ๑๓ จอๆละ ๕๔ ครั้งต่อวัน = ๕๗๔ ครั้งต่อวัน / ๑๗,๔๒๐ ครั้งต่อเดือน โดยแต่ละจอขนาดไม่น้อยกว่า ๔ x ๗ เมตร (๒๘ ตารางเมตร) ระยะเวลา ๓ เดือน

๔.๓.๖ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ "สกู๊ปข่าว" (News Scoop) จัดทำเนื้อหาพร้อมภาพประกอบและเขียนบทความสกู๊ป เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พร้อมเผยแพร่บทความหรือสกู๊ปข่าวลงหนังสือพิมพ์หลัก จำนวน ๔ บทความ ทั้งนี้ต้องประสานงานสื่อมวลชนในการเผยแพร่ และดำเนินการจัดเก็บ Clipping ข่าวที่เกี่ยวข้อง

๔.๓.๗ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเตอร์เน็ต) ดังนี้

๔.๓.๗.๑ ดำเนินการออกแบบและจัดทำ Mini-website เพื่อให้ข้อมูลกิจกรรม เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว รายละเอียดสำคัญหรือไฮไลท์ของแต่ละสถานที่รวมทั้งการประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรม โดย Mini-website ดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับ website ในกลุ่มของแต่ละจังหวัดได้ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมออนไลน์บนมินิเว็บไซต์ จำนวน ๓ ครั้ง เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรมท่องเที่ยว ๔ พระธาตุ วัดพระบรมธาตุสวี (จังหวัดชุมพร), วัดพระบรมธาตุไชยา (จังหวัดสุราษฎร์ธานี), วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร (จังหวัดนครศรีธรรมราช) และ พระมหาธาตุเจดีย์ (จังหวัดพัทลุง) โพสต์ใบหน้ากิจกรรมรับรางวัลของที่ระลึกจากโครงการ

๔.๓.๗.๒ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ในเครือข่ายของ Google Display Network หรือ GDN จำนวน ๔ เดือน โดยรวมแล้วมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐ วิว

๔.๓.๗.๓ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซื้อสื่อโฆษณาบน Facebook จำนวน ๔ เดือน โดยรวมแล้วมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๕๐๐,๐๐๐ วิว

๔.๓.๗.๔ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซื้อสื่อโฆษณาบน YouTube จำนวน ๔ เดือน โดยรวมแล้วมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐ วิว

๔.๓.๗.๕ จัดทำเนื้อหาพร้อมดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บชุมชนข่าวออนไลน์ต่างๆจำนวน ๔ เดือน โดยรวมแล้วไม่น้อยกว่า ๔๐ เว็บไซต์

๔.๓.๗.๖ จัดให้มีบล็อกเกอร์ รีวิว (Blogger Review) โดยคัดเลือกนักเขียนรีวิว (Blogger) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เพื่อเขียนประชาสัมพันธ์เนื้อหาต่าง ๆ ตามที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยกำหนด จำนวนอย่างน้อย ๔ บทความ

๔.๔ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ

๔.๔.๑ กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ณ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยระยะเวลา ๓ วัน ๒ คืน จำนวน ๒ ครั้ง โดยในแต่ละครั้งมีรายละเอียดดังนี้

๔.๔.๑.๑ เชิญสื่อมวลชนทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ จากส่วนกลาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ คน

๔.๔.๑.๒ ประสานงานแหล่งท่องเที่ยว / ที่พัก / ร้านอาหาร / ผู้ประกอบการต่าง ๆพร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางไป-กลับ อาทิเช่น รถรับจ้าง,เครื่องบิน, รถตู้, เรือ, ค่าที่พัก, ประกันอุบัติเหตุ และค่าอาหาร

๔.๔.๑.๓ จัดเตรียมข้อมูลเนื้อหาและประเด็นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยให้สื่อมวลชน พร้อมดำเนินการเก็บ Clipping ข่าว

๔.๔.๑.๔ จัดเตรียมของที่ระลึกให้สื่อมวลชน

๔.๔.๒ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Road Show) ภายในประเทศจำนวน ๒ ครั้ง พื้นที่เป้าหมายได้แก่ ภาคใต้ (จังหวัดสงขลา – อำเภอหาดใหญ่) และภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่ – อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยดำเนินการดังนี้

๔.๔.๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเสนอแนวคิด (concept) และรูปแบบการจัดงาน (Theme) โดยออกแบบก่อสร้าง และตกแต่งสถานที่จัดงาน ศูนย์ จัดแสดง และจำหน่ายสินค้า/สถานที่/เวทีสำหรับพิธีเปิดงาน/การแสดงบนเวที จัดพิธีเปิดงานและการแสดงบนเวที จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยออกแบบและวางผังบริเวณ(Lay Out) ของงานให้สอดคล้องกับการใช้พื้นที่ โดยคำนึงถึงความสวยงามสะดวกต่อการใช้งาน โดยให้มีการวางผังที่สวยงามสะดวกเป็น Landscape ที่ดีเหมาะสมและสอดคล้องกับ Theme การจัดงาน รวมทั้งออกแบบการติดตั้งระบบแสงเสียง ระบบสื่อสาร และอุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในบริเวณพื้นที่จัดงาน ที่ทำให้งานสมบูรณ์มากที่สุด โดยการก่อสร้างและตกแต่ง จะต้องเสร็จก่อนเวลาเปิดงานส่วนการรื้อถอนจะต้องให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรม ดังนี้

๑) ค่าเช่าพื้นที่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ (จังหวัดสงขลา – อำเภอหาดใหญ่) ขนาดไม่น้อยกว่า ๓๕๐ ตารางเมตร พร้อมตกแต่งก่อสร้างให้สวยงาม

๒) ค่าเช่าพื้นที่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงในภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่ – อำเภอเมืองเชียงใหม่) ขนาดไม่น้อยกว่า ๓๕๐ ตารางเมตร พร้อมตกแต่งก่อสร้างให้สวยงาม

๔.๔.๒.๒ ค่าจัดสร้างและตกแต่งสถานที่ เวทีการแสดงขนาด ๗ X ๒.๕๐ เมตร ต่อบูทจำหน่ายสินค้า จำนวน ๔๐ บูท ขนาดบูทละ ๒ x ๒ เมตร จำนวน ๒ ครั้ง ครั้งละ ๓๕๐,๐๐๐ บาท

๔.๔.๒.๓ จัดให้มีอุปกรณ์ระบบแสง สี เสียง จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละ ๓ วัน

๔.๔.๒.๔ การแสดงโชว์ศิลปวัฒนธรรมประจำจังหวัด จำนวน ๒ ครั้งๆ ละ ๓ วัน (ค่าเดินทาง / ที่พัก / อาหาร / เครื่องดื่ม / ค่าเช่าชุดการแสดง)

๔.๔.๒.๓ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมกิจกรรม (ค่าเดินทาง/ค่าประกันอุบัติเหตุ/ค่าอาหาร/ค่าที่พัก/ค่ารถรับส่ง) ดังนี้

๑) ภาคใต้ (จังหวัดสงขลา – อำเภอหาดใหญ่) จำนวน ๔๐ คน

๒) ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่ – อำเภอเมืองเชียงใหม่) จำนวน ๔๐ คน

๔.๔.๒.๔ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าที่พัก/ค่ารถรับส่ง) ของคณะกรรมการตรวจรับ, เจ้าหน้าที่ประสานงานของกลุ่มจังหวัด ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และเจ้าหน้าที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทุกกิจกรรม

๕. ระยะเวลาการดำเนินการ

ภายใน ๓๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช

๗. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๗.๑ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างจัดงานที่เกี่ยวข้องกับงานที่จะจ้างในครั้งนี้

๗.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทิ้งงานตามระเบียบของทางราชการ

๗.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๗.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้ละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๗.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

๗.๖ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องมีผลงานการรับจ้างในสัญญาเดียวกันที่มีลักษณะเดียวกัน กับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในระยะเวลาไม่เกิน ๗ ปี ย้อนหลัง ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับ หน่วยงานราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานหรือ เอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือ โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาจ้างตามวงเงินแนบมาด้วย

๗.๗ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๗.๘ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๗.๙ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่า ไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๗.๑๐ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาจะต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๘. การจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค

๘.๑ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องจัดทำรูปแบบรายการนำเสนออย่างละเอียด ตามข้อ ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน โดยยื่นผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๘.๒ จัดส่งข้อเสนอเทคนิคเล่มจริง ที่มีรายละเอียดตรงกันกับข้อเสนอทางเทคนิคที่ยื่นทางระบบอิเล็กทรอนิกส์จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทุกประการ ให้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช ชั้น ๒ ศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน ๖ เล่ม ต้นฉบับ ๑ เล่ม สำเนา ๕ เล่ม ภายใน ๓ วัน ประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ แนวความคิดหลัก การวางแผนกลยุทธ์ในการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตารางการเผยแพร่ในการใช้สื่อต่างๆ นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอทางระบบอิเล็กทรอนิกส์จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยยื่นข้อเสนอเทคนิคทางไปรษณีย์หรือด้วยตนเอง เพื่อความชัดเจนของข้อเสนอทางเทคนิคที่ผู้ประสงค์จะเสนอราคายื่นเสนอ

๙. การส่งมอบงาน และงวดการเบิกจ่าย แบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ส่งมอบงาน และการจ่ายค่าจ้าง ร้อยละ ๒๓ ของราคาตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ

๔.๑ กิจกรรมออกแบบสร้างสรรค์

๔.๑.๑ ออกแบบสัญลักษณ์โครงการ (Campaign Logo) ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๔.๑.๒ ออกแบบภาพลักษณ์การสื่อสาร (Key Visual) นครศรีดีกว่าเดิม เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

๔.๒ กิจกรรมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๒.๑ การผลิตสื่อวีดิทัศน์ (VDO Presentation) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ความยาว ๓ นาที จำนวน ๑ ชุด ทั้งนี้ต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ หรือถ่ายทำใหม่ผสม Stock Shot ที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ของผู้ใด โดยจัดทำในรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

๔.๒.๒ สื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (TVC) ความยาว ๖๐ วินาที จำนวน ๑ ชุด และความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ ชุด ทั้งนี้ต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ หรือถ่ายทำใหม่ผสม Stock Shot ที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ของผู้ใด โดยจัดทำในรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

๔.๒.๓ การผลิตแผ่นพับ (Brochure) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ แผ่น ซึ่งต้องออกแบบและ ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซต์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา โดยพิมพ์สีสี สองด้าน

๔.๒.๔ การผลิตสติกเกอร์ (Sticker) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ๑๐,๐๐๐ แผ่น ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซต์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา โดยพิมพ์สีสี ขนาดไม่น้อยกว่า ๖ x ๘ เซนติเมตร

๔.๒.๕ การผลิตเสื้อยืด (T-Shirt) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ๓,๐๐๐ ตัว

๔.๒.๖ การผลิตของที่ระลึก (Souvenirs) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ๑๐,๐๐๐ ชิ้น

๔.๓ กิจกรรมเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๓.๗ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเตอร์เน็ต) ดังนี้

๔.๓.๗.๑ ดำเนินการออกแบบและจัดทำ Mini-website เพื่อให้ข้อมูลกิจกรรม เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว รายละเอียดสำคัญหรือไฮไลท์ของแต่ละสถานที่รวมทั้งการประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรม โดย Mini-website ดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับ website ในกลุ่มของแต่ละจังหวัดได้

ให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาไม่เกิน ๖๐ วัน นับจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง ได้ตรวจรับงานถูกต้อง ครบถ้วนตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ ส่งมอบงาน และการจ่ายค่าจ้าง ร้อยละ ๓๕ ของราคาตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ

๔.๓ กิจกรรมเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๓.๑ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณามัลติมีเดีย บนสถานีรถไฟฟ้า (BTS Multimedia On Station) ระยะเวลา ๓ เดือน

๔.๓.๑.๑ สื่อทีวีบนสถานีรถไฟฟ้า Platform Truss LED (PTL) จำนวน ๒๔ สถานี ๘๕ จอๆละ ๓๐ ครั้งต่อวัน = ๒,๕๕๐ ครั้งต่อวัน/๗๖,๕๐๐ ครั้งต่อเดือน

๔.๓.๑.๒ สื่อทีวีประตูปิดเปิดรถไฟฟ้า Plasma Screen Door (PSD) จำนวน ๙ สถานี จำนวน ๖๐๐ จอๆละ ๑๕ ครั้งต่อวัน = ๙,๐๐๐ ต่อวัน / ๒๗๐,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน

๔.๓.๑.๓ สื่อทีวีตามเสาบนสถานีรถไฟฟ้า E-Poster จำนวน ๑๖ สถานี จำนวน ๑๙ จอๆละ ๖๐ ครั้งต่อวัน = ๑๑๔๐ ครั้งต่อวัน / ๓๔,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน

๔.๓.๒ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาลิฟต์อาคารสำนักงาน (POV TV Office Building) (นับเฉพาะวันทำการ จันทร์-ศุกร์) จำนวน ๑๐๐ อาคาร จำนวน ๑,๐๐๐ จอ ๆ ละ ๒๗ ครั้งต่อวัน = ๒,๗๐๐ ครั้งต่อวัน / ๕๔๐,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน ระยะเวลา ๒๐ วัน (ใน ๑ เดือน)

๔.๓.๔ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนจอ LED Hello Bangkok จำนวน ๖๐ จอๆ ละ ๕๔ ครั้งต่อวัน = ๓,๒๔๐ ครั้งต่อวัน / ๙๗,๒๐๐ ครั้งต่อเดือน ระยะเวลา ๓ เดือน

๔.๔ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ

๔.๔.๑ กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ณ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยระยะเวลา ๓ วัน ๒ คืน จำนวน ๑ ครั้ง

๔.๔.๒ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Road Show) ภายในประเทศจำนวน ๑ ครั้ง

ให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาไม่เกิน ๑๒๐ วัน นับจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง ได้ตรวจรับงานถูกต้อง ครบถ้วนตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ ส่งมอบงาน และการจ่ายค่าจ้าง ร้อยละ ๔๒ ของราคาตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ

๔.๓ กิจกรรมเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๓.๓ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้าใต้ดิน จอโฆษณา PID@MRT จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐ จอๆละ ๔๘ ครั้งต่อวัน = ๒๘,๘๐๐ ต่อวัน / ๘๖๔,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน ในระยะเวลา ๓ เดือน โดยแบ่งดังนี้

๔.๓.๓.๑ จอในสถานีและทางเข้าขานขลา จำนวน ๑๘ สถานี = ๒๖๕ จอ

๔.๓.๓.๒ จอในขบวนรถไฟ จำนวน ๑๙ ขบวนๆละ ๓๘ จอ = ๓๔๒ จอ

๔.๓.๕ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนจอ LED ขนาดใหญ่ (Mega Multimedia Billboard) จำนวน ๑๑ จอๆละ ๕๔ ครั้งต่อวัน = ๕๙๔ ครั้งต่อวัน / ๑๗,๘๒๐ ครั้งต่อเดือน โดยแต่ละจอขนาดไม่น้อยกว่า ๔ x ๗ เมตร (๒๘ ตารางเมตร) ระยะเวลา ๑ เดือน

๔.๓.๖ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ "สกู๊ปข่าว" (News Scoop) จัดทำเนื้อหาพร้อมภาพประกอบและเขียนบทความสกู๊ป เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พร้อมเผยแพร่บทความหรือสกู๊ปข่าวลงหนังสือพิมพ์หลัก จำนวน ๔ บทความ ทั้งนี้ต้องประสานงานสื่อมวลชนในการเผยแพร่ และดำเนินการจัดเก็บ Clipping ข่าวที่เกี่ยวข้อง

๔.๓.๗ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเตอร์เน็ต) ดังนี้

๔.๓.๗.๒ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ในเครือข่ายของ Google Display Network หรือ GDN จำนวน ๔ เดือน โดยมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐ วิว

๔.๓.๗.๓ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซื้อสื่อโฆษณาบน Facebook จำนวน ๔ เดือน โดยมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๔๐๐,๐๐๐ วิว

๔.๓.๗.๔ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซื้อสื่อโฆษณาบน YouTube จำนวน ๔ เดือน โดยมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐ วิว

๔.๓.๗.๕ จัดทำเนื้อหาพร้อมดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บชุมชน ข่าวออนไลน์ต่างๆจำนวน ๔ เดือน ไม่น้อยกว่า ๔๐ เว็บไซต์

๔.๓.๗.๖ จัดให้มีบล็อกเกอร์ รีวิว (Blogger Review) โดยคัดเลือกนักเขียนรีวิว (Blogger) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เพื่อเขียนประชาสัมพันธ์เนื้อหาต่าง ๆ ตามที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยกำหนด จำนวนอย่างน้อย ๔ บทความ

๔.๔ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ

๔.๔.๑ กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ณ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยระยะเวลา ๓ วัน ๒ คืน จำนวน ๑ ครั้ง

๔.๔.๒ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Road Show) ภายในประเทศจำนวน ๑ ครั้ง

ให้เสร็จสิ้นในระยะเวลาไม่เกิน ๑๘๐ วัน นับจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง ได้ตรวจรับงานถูกต้อง ครบถ้วนตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว

๑๐. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

๑๐.๑ การพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้จังหวัดจะพิจารณา ตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา และจะพิจารณาจากราคารวม

๑๐.๒ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ จังหวัดนครศรีธรรมราชจะใช้หลักเกณฑ์ การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักร้อยละที่กำหนด โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๑๐.๒.๑ พิจารณาราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดเท่ากับร้อยละ ๓๐

(๑) ผู้ที่เสนอราคาต่ำสุด จะได้คะแนน ๑๐๐ คะแนน

(๒) ผู้ที่เสนอราคารายอื่น จะคิดจากสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{คะแนน} = ๑๐๐ - \frac{(\text{ราคาของผู้เสนอราคารายอื่น} - \text{ราคาต่ำสุด})}{\text{ราคาต่ำสุด}} \times ๑๐๐$$

ตัวอย่างการคำนวณ ผู้เสนอราคา A เสนอราคาต่ำสุด ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ได้ ๑๐๐ คะแนน

ผู้เสนอราคา B เสนอราคา ๑,๒๐๐,๐๐๐ บาท

ผู้เสนอราคา C เสนอราคา ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท

๓. คะแนนผู้เสนอราคา B = ๑๐๐ - (๓,๒๐๐,๐๐๐ – ๓,๐๐๐,๐๐๐) × ๑๐๐

๑,๐๐๐,๐๐๐

= ๑๐๐ – ๒๐ = ๘๐ คะแนน

คะแนนผู้เสนอราคา B = ๘๐ คะแนน

๒. คะแนนผู้เสนอราคา C = ๑๐๐ – (๓,๕๐๐,๐๐๐ – ๓,๐๐๐,๐๐๐) × ๑๐๐

๓,๐๐๐,๐๐๐

= ๑๐๐ – ๕๐ = ๕๐ คะแนน

คะแนนผู้เสนอราคา C = ๕๐ คะแนน

๑๐.๒.๒ พิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพหรือข้อเสนอทางเทคนิคและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดเท่ากับร้อยละ ๗๐ ประกอบด้วย

หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดหลงเพียงเล็กน้อย หรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มิใช่สาระสำคัญ ทั้งนี้เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อจังหวัดเท่านั้น

(๑) มูลค่าผลงานการรับจ้างในสัญญาเดียวกันที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในระยะเวลา ไม่เกิน ๑๐ ปีย้อนหลัง จะนับเฉพาะผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามระเบียบบริหาร ราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น และรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือ**กำหนดร้อยละ ๕** โดยกำหนดวิธีให้คะแนนแบ่งตามช่วงมูลค่าของผลงาน ดังนี้

ค่าคะแนนที่กำหนด	มูลค่าของผลงาน
๑๐๐	มากกว่า ๙,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๙๐	๘,๐๐๐,๐๐๑ - ๙,๐๐๐,๐๐๐
๘๐	๗,๐๐๐,๐๐๑ - ๘,๐๐๐,๐๐๐
๗๐	๖,๐๐๐,๐๐๑ - ๗,๐๐๐,๐๐๐
๖๐	๕,๐๐๐,๐๐๑ - ๖,๐๐๐,๐๐๐

(๒) การออกแบบสัญลักษณ์โครงการ (Campaign Logo) ที่แสดงให้เห็นถึงความ เป็นการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าว

(๒.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๒.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๒.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๒.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๒.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๓) การออกแบบภาพลักษณ์การสื่อสาร (Key Visual) การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(๓.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๓.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๓.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๓.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๓.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๔) การผลิตสื่อวีดีทัศน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (VDO Presentation) **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(๔.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๔.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๔.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๔.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๔.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องเสนอบทและโครงสร้างเรื่องให้พิจารณาอย่างชัดเจน ถ้าไม่มีบทและโครงสร้างเรื่องคณะกรรมการสงวนสิทธิ์ที่จะไม่พิจารณา

(๕) การผลิตแผ่นพับ (Brochure) อาร์ตเวิร์คที่สื่อให้เห็นถึงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซต์ที่แปลกใหม่ สวยงามแปลกตา **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(๕.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๕.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๕.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๕.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๕.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๖) การผลิตสติกเกอร์ (Sticker) ซึ่งต้องออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คที่สื่อให้เห็นถึงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(๖.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๖.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๖.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๖.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๖.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๗) การผลิตเสื้อยืด (T-Shirt) ซึ่งต้องออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คที่สื่อให้เห็นถึงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา **กำหนดร้อยละ ๕** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(๗.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๗.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๗.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๗.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๗.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๘) การผลิตของชำร่วย (Souvenirs) ซึ่งต้องออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คที่สื่อให้เห็นถึงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ ๒) รูปแบบชัดเจนในการสื่อสาร ๓) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๔) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ๕) รูปแบบที่สื่อให้แสดงถึงการท่องเที่ยวทั้ง ๔ จังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

(๘.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น

(๘.๒) ๙๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น

(๘.๓) ๘๐ คะแนน ครบ ๓ ประเด็น

(๘.๔) ๗๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น

(๑๐.๕) ๖๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๙) แผนการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ในภาพรวม **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์แต่ละสื่อมีความชัดเจน ๒) การประชาสัมพันธ์คลอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ๓) ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ตรอบคลุมโครงการ ๔) การประชาสัมพันธ์สามารถขยายผลโครงการ ๕) อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ

(๑๐.๑) ๓๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น
(๑๐.๒) ๘๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น
(๑๐.๓) ๖๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น
(๑๐.๔) ๔๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น
(๑๐.๕) ๒๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องระบุแผนการเผยแพร่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ละเอียดและชัดเจน หากไม่ละเอียดและชัดเจน คณะกรรมการลงวนสิทธิ์ที่จะไม่พิจารณา

(๑๐) กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรมท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก ระยะเวลา ๓ วัน ๒ คืน จำนวน ๒ ครั้ง **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) สถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดขายของจังหวัด ๒) ร้านอาหารเป็นจุดขายของจังหวัด ๓) โรงแรมที่พักเป็นจุดขายของจังหวัด ๔) โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ ๕) กำหนดการมีความชัดเจน

(๑๐.๑) ๑๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น
(๑๐.๒) ๘๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น
(๑๐.๓) ๖๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น
(๑๐.๔) ๔๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น
(๑๐.๕) ๒๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

(๑๑) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Road Show) ภายในประเทศจำนวน ๒ ครั้ง พื้นที่เป้าหมายได้แก่ ภาคใต้ (จังหวัดสงขลา – อำเภอหาดใหญ่) และภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่ – อำเภอเมืองเชียงใหม่ **กำหนดร้อยละ ๑๐** โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑) เทศการท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก ๒) แนวคิดการจัดแสดงน่าสนใจ ๓) แบบ ๓ มิติในการจัดงาน ๔) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ๕) รูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

(๑๑.๑) ๓๐๐ คะแนน ครบทุกประเด็น
(๑๑.๒) ๘๐ คะแนน ครบ ๔ ประเด็น
(๑๑.๓) ๖๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น
(๑๑.๔) ๔๐ คะแนน ครบ ๒ ประเด็น
(๑๑.๕) ๒๐ คะแนน ครบ ๑ ประเด็น

๑๐.๓ ผลการตัดสินตามเกณฑ์คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ของคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ชนะการเสนอราคา ตามหลักเกณฑ์ในประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาด อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e - market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e -

bidding) พ.ศ. ๒๕๕๘ โดยนำคะแนนในข้อ ๑๐.๒.๑ และ ข้อ ๑๐.๒.๒ มารวมกัน เพื่อพิจารณา คัดเลือกผู้ชนะการเสนอราคา และผู้ที่จะชนะการเสนอราคาต้องมีคะแนนรวมมากที่สุด

๑๐.๔ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคา ต่ำสุด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้สุดแต่จะพิจารณาทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของคณะกรรมการฯ เป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ ไม่ได้ รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะพิจารณายกเลิกการเสนอราคาและลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทิ้งงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือก หรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่าการเสนอราคากระทำไปโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคาเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น

๑๐.๕ ผู้เสนอราคาจะต้องพร้อมเข้านำเสนอหรือชี้แจงแผนงานโดยละเอียดได้ทันที ทั้งนี้ หากมีการเปลี่ยนแปลง จังหวัดนครศรีธรรมราชจะได้แจ้งให้ทราบล่วงหน้า

๑๐.๖ ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิ์ที่จะทำการเปลี่ยนแปลงแบบ เนื้อหา แนวความคิด และกิจกรรมในทุกด้านเพื่อความถูกต้องและเหมาะสม ผู้รับจ้างจะต้องปรับเปลี่ยนโดยไม่มีเงื่อนไข

๑๑. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสารและผลการดำเนินงาน

๑๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องแสดงรายละเอียดการดำเนินงานต่างๆ พร้อมจัดส่งรายงาน การดำเนินงานทั้งหมดที่ใช้ในการจัดงานกิจกรรม อย่างครบถ้วน และสมบูรณ์มอบให้ผู้ว่าจ้างทั้งหมด

๑๑.๒ ข้อมูลและเอกสารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของผู้รับจ้างภายใต้กิจกรรมนี้ ถือเป็น กรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ มิได้ เว้นแต่จะได้รับการยินยอม เป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างเท่านั้น

๑๒. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ ๑๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบเอ็ดล้านบาทถ้วน / ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)

๑๓. การผิดสัญญา

๑๓.๑ ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลา หรือปฏิบัติงานไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ จังหวัดนครศรีธรรมราช จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้างนั้นต่อวันแต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับแต่วันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จ จนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

๑๓.๒ หากการส่งมอบงานล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นเป็นประโยชน์ต่อจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว จังหวัด มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างของรายการที่จังหวัดนครศรีธรรมราชปฏิเสธนั้น นอกจากการปรับได้อีกด้วย

๑๔. สถานที่ติดต่อ

สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม หรือเสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นโดยเปิดเผยตัวได้ ดังนี้

๑๔.๑ ทางไปรษณีย์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช ชั้น ๒ ศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง ๘๐๐๐๐

๑๔.๒ โทรศัพท์/โทรสาร ๐ ๗๕๓๕ ๕๓๖๐

๑๔.๓ E-Mail : nakhonsithammarat@mots.go.th

<u>หมายเหตุ</u>

๑. ผู้รับจ้างจะต้องยินยอมให้จังหวัดติดตามกระบวนการดำเนินงานได้ หากปรากฏว่าผู้รับจ้างดำเนินการผิดไปจากรายละเอียดและข้อกำหนดตามที่เสนอไว้หรือมีคุณภาพไม่เพียงพอก็ดี จังหวัดมีสิทธิที่จะยับยั้งหรือแนะนำหรือบอกกล่าวให้ผู้รับจ้างแก้ไขให้ถูกต้อง โดยผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามโดยไม่มีเงื่อนไขแต่ประการใด

๒. ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดของกิจกรรมโดยขึ้นอยู่กับดุลพินิจของคณะกรรมการตรวจการจ้าง ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการ

รายละเอียดประมาณการค่าใช้จ่าย

โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

กิจกรรม ท่องเที่ยว ๔ พระอาทุสู่มรดกโลก

ชื่อบริษัท / ห้าง / ร้าน .....

ที่อยู่ .....

หมายเลขโทรศัพท์ .....หมายเลขโทรสาร ..... E-Mail : .....

กิจกรรม		จำนวน (หน่วย)	ราคา (บาท)	หมายเหตุ
๑	**กิจกรรมออกแบบสร้างสรรค์**			
๑.๑	ออกแบบสัญลักษณ์โครงการ (Campaign Logo) ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย			
๑.๒	ออกแบบภาพลักษณ์การสื่อสาร (Key Visual) เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย			
๒	**กิจกรรมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว**			
๒.๑	การผลิตสื่อวีดีทัศน์ (VDO Presentation) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ความยาว ..... นาที จำนวน ..... ชุด ทั้งนี้ต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ หรือถ่ายทำใหม่ผสม Stock Shot ที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ของผู้ใด โดยจัดทำในรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก			
๒.๒	การผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (TVC) ความยาว ..... วินาที จำนวน ..... ชุด และความยาว ..... วินาที จำนวน ..... ชุด ทั้งนี้ต้องเป็นการถ่ายทำใหม่ หรือถ่ายทำใหม่ผสม Stock Shot ที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ของผู้ใด โดยจัดทำในรูปแบบไฟล์ต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก			
๒.๓	การผลิตแผ่นพับ (Brochure) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยจำนวนไม่น้อยกว่า ..... แผ่น ซึ่งต้องออกแบบและทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา โดยพิมพ์สีสี สองด้าน			
๒.๔	การผลิตสติกเกอร์ (Sticker) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ..... แผ่น ทั้งนี้จะต้องเป็นดีไซด์ที่แปลกใหม่ สวยงาม แปลกตา โดยพิมพ์สีสี ขนาดไม่น้อยกว่า ..... เซนติเมตร			
๒.๕	การผลิตเสื้อยืด (T-Shirt) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ..... ตัว			
๒.๖	การผลิตของที่ระลึก (Souvenirs) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน ..... ชิ้น			

๓	กิจกรรมเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว			
๓.๓	การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณามัลติมีเดีย บนสถานีรถไฟฟ้า (BTS Multimedia On Station) ระยะเวลา ..... เดือน			
๓.๓.๑	สื่อทีวีบนสถานีรถไฟฟ้า Platform Truss LED (PTL) จำนวน ๒๙ สถานี ๘๕ จอๆละ ๓๐ ครั้งต่อวัน = ๒,๕๕๐ ครั้งต่อวัน / ๗๖,๕๐๐ ครั้งต่อเดือน			
๓.๓.๒	สื่อทีวีประตูปิดเปิดรถไฟฟ้า Plasma Screen Door (PSD) จำนวน ๙ สถานี จำนวน ๑๐๐ จอๆละ ๓๕ ครั้งต่อวัน = ๙,๐๐๐ ต่อวัน / ๒๗๐,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน			
๓.๓.๓	สื่อทีวีตามผสานบนสถานีรถไฟฟ้า E-Poster จำนวน ๑๖ สถานี จำนวน ๑๙ จอๆละ ๖๐ ครั้งต่อวัน = ๑๑๔๐ ครั้งต่อวัน / ๓๔,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน			
๓.๔	การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาลิฟต์อาคารสำนักงาน (POV TV Office Building) (ยังเฉพาะวันทำการ จันทร์-ศุกร์) จำนวน ๑๐๐ อาคาร จำนวน ๑,๐๐๐ จอ ๆ ละ ๒๗ ครั้งต่อวัน = ๒,๗๐๐ ครั้งต่อวัน / ๕๔๐,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน ระยะเวลา ๒๐ วัน (ใน ๑ เดือน)			
๓.๓	การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนรถไฟฟ้าใต้ดิน จอโฆษณา PID@MRT จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐๐ จอๆละ ๔๘ ครั้งต่อวัน = ๒๘,๘๐๐ ต่อวัน / ๘๖๔,๐๐๐ ครั้งต่อเดือน ในระยะเวลา ..... เดือน โดยแบ่งดังนี้			
๓.๓.๑	เผยแพร่บนจอในสถานีและทางเข้าชานชลา จำนวน ๑๘ สถานี = ๒๖๕ จอ			
๓.๓.๒	เผยแพร่บนจอในขบวนรถไฟ จำนวน ๑๙ ขบวนๆละ ๑๘ จอ = ๓๔๒ จอ			
๓.๔	การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนจอ LED Hello Bangkok จำนวน ๖๐ จอๆละ ๕๔ ครั้งต่อวัน = ๓,๒๔๐ ครั้งต่อวัน / ๙๗,๒๐๐ ครั้งต่อเดือน ระยะเวลา .....เดือน			
๓.๕	การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาบนจอ LED ขนาดใหญ่ (Mega Multimedia Billboard) จำนวน ๑๑ จอๆละ ๕๔ ครั้งต่อวัน = ๕๙๔ ครั้งต่อวัน / ๑๗,๘๒๐ ครั้งต่อเดือน โดยแต่ละจอขนาดไม่น้อยกว่า ๔ x ๗ เมตร (๒๘ ตารางเมตร) ระยะเวลา ..... เดือน			
๓.๖	การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ "สกู๊ปข่าว" (News Scoop) จัดทำเนื้อหาพร้อมภาพประกอบและเขียนบทความสกู๊ป เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พร้อมเผยแพร่บทความหรือสกู๊ปข่าวลงหนังสือพิมพ์หลัก จำนวน ..... บทความ ทั้งนี้ต้องประสานงานสื่อมวลชนในการเผยแพร่ และดำเนินการจัดเก็บ Clipping ข่าวที่เกี่ยวข้อง			

๓.๗	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเตอร์เน็ต) ดังนี้			
๓.๗.๑	ดำเนินการออกแบบและจัดทำ Mini-website เพื่อให้ข้อมูลกิจกรรม เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว รายละเอียดสำคัญหรือไฮไลท์ของแต่ละสถานที่ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรม โดย Mini-website ดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับ website ในกลุ่มของแต่ละจังหวัดได้ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมออนไลน์บนมินิเว็บไซต์ จำนวน ๓ ครั้ง เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรมท่องเที่ยว ๕ พระธาตุ วัดพระบรมธาตุสวี (จังหวัดชุมพร), วัดพระบรมธาตุไชยา (จังหวัดสุราษฎร์ธานี), วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร (จังหวัดนครศรีธรรมราช) และ พระมหาธาตุเจดีย์ (จังหวัดพัทลุง) โพสต์ในหน้ากิจกรรมรับรางวัลของที่ระลึกจากโครงการ			
๓.๗.๒	การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ในเครือข่ายของ Google Display Network หรือ GDN จำนวน ..... เดือน โดยมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ๒๐๐,๐๐๐ วิว			
๓.๗.๓	การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซื้อสื่อโฆษณาบน Facebook จำนวน ..... เดือน รวมแล้วโดยมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ..... วิว			
๓.๗.๔	การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ซื้อสื่อโฆษณาบน YouTube จำนวน ..... เดือน รวมแล้วโดยมียอดวิวไม่ต่ำกว่า ..... วิว			
๓.๗.๕	จัดทำเนื้อหาพร้อมดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บชุมชนข่าวออนไลน์ต่างๆจำนวน .....เดือน รวมแล้วไม่น้อยกว่า ..... เว็บไซต์			
๓.๗.๖	จัดให้มีบล็อกเกอร์ รีวิว (Blogger Review) โดยคัดเลือกนักเขียนรีวิว (Blogger) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เพื่อเขียนประชาสัมพันธ์เนื้อหาต่าง ๆ ตามที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยกำหนด จำนวนอย่างน้อย ..... บทความ			
๔	**กิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ**			
๔.๑	กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ณ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ระยะเวลา ๓ วัน ๒ คืน จำนวน ..... ครั้ง โดยในแต่ละครั้งมีรายละเอียดดังนี้			
๔.๑.๑	เชิญสื่อมวลชนทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ จากส่วนกลาง ครั้งละ ไม่น้อยกว่า ..... คน จำนวน ..... ครั้ง			
๔.๑.๒	ประสานงานแหล่งท่องเที่ยว / ที่พัก / ร้านอาหาร / ผู้ประกอบการต่าง ๆ พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางไป-กลับ อาทิเช่น รถรับจ้าง, เครื่องบิน, รถตู้, เรือ, ค่าที่พัก, ประกันอุบัติเหตุ และค่าอาหาร จำนวน ..... ครั้ง			
๔.๑.๓	จัดเตรียมข้อมูลเนื้อหาและประเด็นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยให้สื่อมวลชน พร้อมดำเนินการเก็บ Clipping ข่าว จำนวน ..... ครั้ง			
๔.๑.๔	จัดเตรียมของที่ระลึกให้สื่อมวลชน จำนวน ..... ครั้ง			

๔.๒	กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Road Show) ภายในประเทศจำนวน ..... ครั้งๆ ละ ..... วัน พื้นที่ เป้าหมายได้แก่ภาคใต้และภาคเหนือ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเสนอแนวคิด (concept) และรูปแบบการจัดงาน (Theme) โดยออกแบบก่อสร้าง และตกแต่งสถานที่จัดงาน คูหา จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า/สถานที่/เวทีสำหรับพิธีเปิดงาน/การแสดงบนเวที จัดพิธีเปิดงานและการแสดงบนเวที จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยออกแบบ และวางผังบริเวณ(Lay Out) ของงานสอดคล้องกับการใช้พื้นที่ โดยคำนึงถึงความสวยงามและสะดวกต่อการใช้งาน โดยให้มีการวางผังที่สวยงามสะดวกเป็น Landscape ที่สัมพันธ์และสอดคล้องกับ Theme การจัดงานรวมทั้งออกแบบการติดตั้งระบบแสงเสียง ระบบเสียงสาร และอุปกรณ์อื่นๆ ที่ เกี่ยวข้องในบริเวณพื้นที่จัดงาน ที่ทำให้งานสมบูรณ์มากที่สุด โดยการก่อสร้าง และตกแต่ง จะต้องเสร็จก่อนเวลาเปิดงานส่วนการรื้อถอนจะต้องให้เสร็จภายใน เวลาที่กำหนด ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรม			
๔.๒.๑	ค่าใช้จ่ายสำหรับพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรม จำนวน ..... จังหวัด จังหวัดละ ..... วัน ดังนี้ ๑) เช่าพื้นที่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ (จังหวัดสงขลา – อำเภอหาดใหญ่) ขนาดไม่น้อยกว่า .....ตารางเมตร พร้อมตกแต่งก่อสร้างให้สวยงาม ๒) ค่าเช่าพื้นที่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงในภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่ – อำเภอเมืองเชียงใหม่) ขนาดไม่น้อยกว่า ..... ตารางเมตร			
๔.๒.๒	ค่าจัดสร้างและตกแต่งสถานที่ เวทีการแสดงขนาด ..... เมตร และบูท จำหน่ายสินค้า จำนวน .....บูท ขนาดบูทละ ..... เมตร จำนวน ..... ครั้ง			
๔.๒.๓	จัดให้มีอุปกรณ์ระบบแสง สี เสียง จำนวน ..... ครั้ง ครั้งละ ..... วัน			
๔.๒.๔	การแสดงโขว์ศิลปวัฒนธรรมประจำจังหวัด จำนวน ..... ครั้ง ครั้งละ ..... วัน (ค่าเดินทาง / ที่พัก / อาหาร / เครื่องดื่ม / ค่าเช่าชุดการแสดง)			
๔.๒.๕	รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมกิจกรรม (ค่าเดินทาง/ค่าประกันอุบัติเหตุ/ค่าอาหาร/ค่าที่พัก/ค่ารถรับส่ง) ในแต่ละครั้ง จำนวน ๑ คณะไม่น้อยกว่า ..... คน			
๔.๒.๖	รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่าเดินทาง/ค่าอาหาร/ค่าที่พัก/ค่ารถรับส่ง) ของคณะกรรมการตรวจรับและเจ้าหน้าที่ประสานงานของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยทุกกิจกรรม			
	รวม (.....)			

(ขอถัวจ่ายทุกรายการ)

ราคานี้ยืนอยู่ภายใน.....วัน (ประทับตราบริษัท/ห้างร้าน)

หมายเหตุ :

๑. ต้องกรอกข้อมูลตาม.....ให้ครบทุกรายการ

๒. ประทับตราบริษัท/ห้างร้านทุกแผ่น

ตาราง ปปช. ๐๗

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

๑.ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจท่องเที่ยว กิจกรรมหลัก ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย กิจกรรมย่อย ท่องเที่ยว ๔ พระธาตุสู่มรดกโลก

/หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช

๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๑๓,๐๐๐,๐๐๐บาท (สิบเอ็ดล้านบาทถ้วน)

๓. ลักษณะงานโดยสังเขป ดำเนินการนำสื่อมวลชน เอเจนซี่ บริษัททัวร์มาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย พร้อมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ และส่งเสริมการตลาดของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (RoadShow) จัดนิทรรศการส่งเสริมการขายและการตลาดภายในประเทศ

๔. วันที่กำหนดราคากลาง ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

ค่าเฉลี่ยจากการสืบราคาเป็นเงิน ๑๓,๙๐๐,๐๐๐ บาท (สิบเอ็ดล้านเก้าแสนบาทถ้วน)

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง

๕.๑ บริษัท ชูฮก จำกัด	เสนอราคา	๑๓,๒๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สิบเอ็ดล้านล้านสองแสนบาทถ้วน)
๕.๒ บริษัท ทิกเกอร์ มีเดีย จำกัด	เสนอราคา	๑๒,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สิบสองล้านบาทถ้วน)
๕.๓ บริษัท สแนป จำกัด	เสนอราคา	๑๒,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สิบเอ็ดล้านเก้าแสนบาทถ้วน)

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

๖.๑ นายชาคริต สังขนิตย์	ประธานกรรมการ
๖.๒ นางอุบล มณีรัตน์	กรรมการ
๖.๓ นางอุไรวรรณ สุภาแดง	กรรมการ
๖.๔ นายอลงกต วัชรสินธุ์	กรรมการ
๖.๕ นางสาวกฤษณา ธนวัฒนาภรณ์	กรรมการ