

ประกาศหอการค้าไทย

เรื่อง ประกวดราคา “กิจกรรมประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA 2024”

.....  
หอการค้าไทย มีความประสงค์จะประกวดราคา “กิจกรรมประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA 2024” โดยมีขอบข่ายงานดังนี้

1. การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
2. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
3. การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

หมายเหตุ รายละเอียดของข่างานตามข้อ 1,2,3 เป็นไปตามเอกสารแนบท้ายประกาศนี้

**ระยะเวลาดำเนินการ**

15 มกราคม – 30 เมษายน 2567

**งบประมาณ**

วงเงินงบประมาณทั้งหมด 8,000,000 บาท (แปดล้านบาทถ้วน)

**คุณสมบัติของผู้เสนอราคามีดังนี้**

1. มีความสามารถตามกฎหมาย
2. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
3. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
4. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
5. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
6. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
7. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาดังกล่าว
8. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ณ วันประกาศประกวดราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาค้างนี้



9. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้ มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

#### หลักฐานการเสนอราคา

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นยื่นการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการนำเสนอราคาให้แก่หอการค้าไทยผ่านทางอีเมล: e-mail:tcdfairbiz@thaichamber.org หรือยื่นที่หอการค้าไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (1) เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค
- (2) จัดทำรายละเอียดการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ประวัติเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน
- (3) ส่งเอกสารประกอบการเสนองานในขนาด A4 โดยจัดเตรียมเอกสารให้ครบตามข้อกำหนดในประกาศ โดยมีสาระสำคัญประกอบด้วย
  - a. รายละเอียดแผนการดำเนินงาน รูปแบบการดำเนินงาน ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ตารางการทำงานระยะเวลาการดำเนินการ โดยนำเสนอไม่ควรเกิน 30 หน้า
  - b. ประวัติและผลงานของผู้เสนองานที่ผ่านมาและเอกสารหนังสือจดทะเบียนบริษัทและประวัติ โดยนำเสนอไม่ควรเกิน 5 หน้า
- (4) หากบริษัทสามารถนำเสนอรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อจะทำงานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นสามารถนำมาใช้ประกอบการพิจารณา (โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม)

#### การเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นซองประกวดราคาให้แก่หอการค้าไทย ภายในวันที่ 10 มกราคม 2567 ก่อนเวลา 15.00 น. ณ หอการค้าไทย ทั้งนี้รายละเอียดของเอกสารเสนอราคาจะต้องไม่ปรากฏการชดเชย ตก เต็ม แก้ไข เปลี่ยนแปลง ข้อมูลบนเอกสาร

#### หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง

หลักเกณฑ์หลักที่สำคัญในการคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคา ได้แก่ แนวคิดการออกแบบและดีไซน์ ร้อยละ 70 และความเหมาะสมของราคา ร้อยละ 30 ทั้งนี้คำตัดสินคัดเลือกของคณะกรรมการของผู้ว่าจ้างถือเป็นที่สุด ผู้ยื่นเสนอราคาไม่อุทธรณ์ และ ไม่มีร้องขอคำชี้แจงหรือการอธิบายเหตุผลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินคัดเลือก

#### การทำสัญญาว่าจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาจะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญาที่กำหนดโดยหอการค้าไทย



### การชำระเงินค่าจ้าง

1. เงื่อนไขการชำระเงินจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของผู้ว่าจ้างกำหนด
2. การชำระเงินจะสามารถดำเนินการได้เมื่อมีการลงนามในเอกสารแล้ว

### อัตราค่าปรับ

1. กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างจะดำเนินการปรับต่อการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ 10.00
2. กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ 10.1 จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้าง

### การวางหลักประกันการทำงานและค่าเสียหาย

ผู้ชนะการประกวดราคาจะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญาที่กำหนดโดยหอการค้าไทย และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 5 (ห้า) ของมูลค่างานจ้างทั้งหมด

ประกาศ ณ วันที่ 20 ธันวาคม 2566

(ดร.กฤษณะ วจีไกรลาศ)

กรรมการเลขาธิการ

รายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

กิจกรรมประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA 2024

1. วัตถุประสงค์ :

- 1.1 เพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA 2024 และร่วมเจรจาการค้ากับ ผู้ผลิต/ผู้ส่งออก รวมถึงผู้ให้บริการในอุตสาหกรรม HoReCa ที่เข้าร่วมงาน ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์
- 1.2 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ให้กับงานฯ ซึ่งจะสามารถส่งผลทำให้งานมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม HoReCa ทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล
- 1.3 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม HoReCa

2. กลุ่มเป้าหมาย/ตลาดเป้าหมาย :

2.1 ผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitor)

- ในประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้า/บริการไปต่างประเทศ
- ต่างประเทศ : นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ บริษัทต่างชาติ หรือ บริษัทตัวแทนจำหน่ายสินค้า/บริการในประเทศไทย

2.2 ผู้เข้าชมงาน (Visitor)

- ในประเทศ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง/ปลีก ตลอดจนประชาชนทั่วไป
- ต่างประเทศ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าส่ง/ปลีก จากต่างประเทศ หรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย

3. ข้อมูลเบื้องต้น :

งานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA 2024 จัด ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น ฮอลล์ 9 – 12 โดยมีพื้นที่รวม 27,000 ตารางเมตร โดยมีกำหนดการ ดังนี้

3.1. วันเจรจาธุรกิจ : ระหว่างวันที่ 6 – 8 มีนาคม 2567

3.2. เว็บไซต์ : <https://thaifex-horec.asia/>

#### 4. ขอบเขตการดำเนินงาน :

##### 4.1. การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

##### 4.1.1. อาร์ตเวิร์คและสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่

(1) นำอาร์ตเวิร์คภาพหลัก (Key Visual) และโลโก้ (Logo) ของงานแสดงสินค้า ที่มีอยู่เดิม (ตามภาคผนวก) มาจัดวาง หรือจัดรูปแบบบนชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ พร้อมทั้งปรับเป็นขนาดต่าง ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด ทั้งนี้ ดีไซน์ของ Key Visual และ Logo ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้

(2) กำหนดสโลแกน Tagline หรือข้อความประชาสัมพันธ์ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ

(3) ออกแบบและผลิตบัตรเชิญเข้าร่วมพิธีเปิดงานในรูปแบบ E-Invitation Card

##### 4.1.2. สื่อภาพยนตร์/วิดีโอ ได้แก่

(1) บันทึกภาพนิ่งความละเอียดสูง (ไม่ต่ำกว่า 300 DPI) และภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศตลอดงาน ประกอบด้วย วันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน และวันจัดงานทุกวัน ทั้งนี้ ให้มีการใช้ Drone เพื่อเก็บภาพจากมุมสูงบรรยากาศของงาน พร้อมทั้งคัดเลือกภาพเพื่อเผยแพร่ให้สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ

(2) ผลิต VDO Presentation โดยมีความยาวไม่เกิน 1.30 นาที สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงก่อนการจัดงานฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ กำหนดการบรรยายเสียงและคำบรรยาย (Subtitle) ดังนี้

1. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาไทย	มี Subtitle เป็นภาษาไทย 1 วิดีโอ
2. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ	มี Subtitle 3 ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น ภาษาละ 1 วิดีโอ

(3) ผลิต VDO สำหรับงานแถลงข่าว ความยาวไม่เกิน 1.30 นาที

(ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ 1 วิดีโอ)

(4) ผลิต VDO ภาพบรรยากาศและไฮไลท์ของงานฯ ในแต่ละวัน ความยาวไม่เกิน 1.30 นาที

(วันละ 1 วิดีโอ ตลอดการจัดงาน 3 วัน)

(5) ผลิต VDO สรุปผลการจัดงานฯ ความยาวไม่เกิน 2 นาที

(ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อย่างละ 1 วิดีโอ พร้อม Subtitle ของแต่ละภาษา)

(6) ผลิต VDO สำหรับการเชิญชวน Exhibitor และ Visitor รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์งานฯ ครั้งต่อไป ความยาวไม่เกิน 2 นาที กำหนดการบรรยายเสียงและ Subtitle ดังนี้

1. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาไทย	มี Subtitle เป็นภาษาไทย 1 วิดีโอ
2. วิดีโอบรรยายเสียงภาษาอังกฤษ	มี Subtitle 3 ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น ภาษาละ 1 วิดีโอ

(7) ตัดความยาว VDO Presentation ชุดต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ความเหมาะสมสำหรับการนำไปประชาสัมพันธ์บนช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หรือบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 4.1.3. ข้อมูลและข่าวสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

(1) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ และจัดทำข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดโครงการ (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่นๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด)

(2) เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) การจัดงานครั้งต่อไป (ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด)

(3) จัดทำ E-Direct Mail (EDM) จำนวน 3 ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า 4 ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ในต่างประเทศให้เข้าร่วม และเยี่ยมชมงานฯ

(4) จัดทำข้อมูลและข่าวสารสำหรับประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa

#### 4.1.4. สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ได้แก่

(1) จัดทำสโปตโฆษณาเป็นภาษาไทยสำหรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ โดยมีความยาว 15 วินาที เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ก่อนงานฯ ตามสื่อต่าง ๆ ในประเทศ

(2) จัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ อาทิ แบนเนอร์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ทางอีเมลไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

(3) จัดทำสื่อ Social Media Post เกี่ยวกับการจัดงานฯ และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ภายในงาน หรือเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa หรือข้อมูลอื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน ตลอดโครงการ

(4) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานและแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของงานฯ สำหรับสื่อมวลชนหรือผู้เข้าร่วมงาน และจัดส่งไปยังสถานที่จัดงาน จำนวน 1,000 ชิ้น โดยแบ่งเป็น งานแถลงข่าว 200 ชิ้น และพิธีเปิดงาน 800 ชิ้น

(5) บริษัทสามารถนำเสนอการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการจัดงาน (หากมี)

### 4.2. การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

4.2.1. ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาด*ในต่างประเทศ*ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมไปถึงระยะเวลาการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ซื้อในกลุ่ม

ประเทศเป้าหมาย และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

4.2.2. จัดหาฐานข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ผู้จัดงานฯ กำหนด โดยเน้นรายชื่อของผู้ซื้อ ผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการจัดส่ง E-Direct Mail (EDM) โดยให้มีจำนวนรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ไม่น้อยกว่า 50,000 รายชื่อ (จำนวนครั้งที่ส่งไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง) โดยจะต้องนำเสนอแผนงาน ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) ชื่อและแหล่งที่มาของฐานข้อมูล และกรอบระยะเวลาในการดำเนินการ (Time Frame) ที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายชื่อดังกล่าวจะต้องถูกต้องตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (PDPA) โดยต้องมีการสรุปผลการได้รับ EDM ในทุกครั้งที่จะส่ง

4.2.3. จัดส่งและเผยแพร่ E-Direct Mail (EDM) ที่จัดทำขึ้น ตามข้อ 4.1.3. จำนวน 3 ภาษา คือ อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า 4 ฉบับ เพื่อเชิญชวน Exhibitors และ Visitors ต่างประเทศ หรือตัวแทนในประเทศไทย ให้เข้าร่วมเยี่ยมชมงาน ทั้งนี้ ให้อ้างอิงรายชื่อผ่านฐานข้อมูลของผู้จัดงานและของบริษัท

4.2.4. ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ปพิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามข้อ 4.1.3. เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชน ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

4.2.5. จัดส่งและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จัดทำขึ้นตามข้อ 4.1. ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมการค้า องค์กรต่างประเทศ และสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อการค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม HoReCa

4.2.6. จัดส่งและเผยแพร่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ 4.1. ไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สมาคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประชาสัมพันธ์งานทางอีเมลล์

4.2.7. จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นตามข้อ 4.1. ผ่านช่องทางที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพและได้รับความนิยมแพร่หลายในอุตสาหกรรม HoReCa ในตลาดเป้าหมาย ในภูมิภาคเอเชีย จีน อเมริกา และยุโรป อย่างน้อยภูมิภาคละ 3 สื่อ จำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งแรกจะต้องลงสื่อช่วงก่อนการจัดงาน-ระหว่างการจัดงาน และครั้งที่ 2 ลงสื่อช่วงหลังจบงาน เพื่อประชาสัมพันธ์งานในครั้งต่อไป รวมถึงการซื้อพื้นที่โฆษณาและดำเนินการเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok และ Weibo โดยต้องนำเสนอรายชื่อสื่อ และแผนการประชาสัมพันธ์ (Media Plan)

4.2.8. เชิญตัวแทนสื่อมวลชนต่างประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรม HoReCa ซึ่งมีตัวแทนอยู่ในประเทศไทย (หากมี) เข้าร่วมเยี่ยมชมงานและจัดทำข่าวในวันแถลงข่าว วันพิธีเปิดงาน ตลอดจนถึงในวันจัดงาน ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ทั้งนี้ รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานและกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.2.9. บริษัทสามารถเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เหมาะสมในวันนำเสนองาน

#### 4.3. การประชาสัมพันธ์ในประเทศ

4.3.1. ดำเนินการวางแผนและนำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ แนวทาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ (Strategic Messages) วิธีการ และขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาดในประเทศไทยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame) ที่ชัดเจนและครอบคลุมไปถึงระยะเวลาการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงานประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะต้องผ่านการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อภายในประเทศ และสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

4.3.2. จัดซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในเชิงรุกให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ โดยระบุช่วงเวลาเผยแพร่สื่อที่เหมาะสม (โดยไม่ซ้ำกับสื่อที่ผู้จัดงานจัดซื้อไว้แล้ว) ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่

(1) เผยแพร่ Banner หรือ Advertorial ที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ 4.1.4. บนเว็บไซต์ อาทิ ไทยรัฐทีวี, Manager, Pantip, Nation, Bangkok Post, Wongnai หรือเว็บไซต์อื่น ๆ ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความนิยมในอุตสาหกรรม HoReCa โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่า 10 เว็บไซต์

(2) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ 4.1.4. บนสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อาทิ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9, ช่องอัมรินทร์ทีวี และช่องไทยรัฐทีวี โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่อง รวมแล้วไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง

(3) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ 4.1.4. บนสื่อออนไลน์ใน YouTube หรือทางช่องทางอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยต้องเป็นสปอตโฆษณาที่บังคับดู ไม่สามารถกดข้ามได้ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 500,000 Impressions

(4) เผยแพร่สปอตโฆษณาที่ได้จัดทำขึ้นในข้อ 4.1.4. ผ่านช่องทางวิทยุในคลื่นที่มีการเผยแพร่ทั่วประเทศ และต้องเป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย รวมแล้วไม่น้อยกว่า 100 ครั้ง

(5) สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Facebook, Instagram, GDN, YouTube, Twitter, Tiktok (ระบุรายละเอียดและวิธีการดำเนินการในวันนำเสนองาน)

(6) ป้ายโฆษณา แบ่งเป็น

6.1) ป้ายขนาด 3 x 8 เมตร จำนวน 1 ป้าย

โดยนำมาติดตั้งบริเวณป้ายประตูทางเข้ากระทรวงพาณิชย์

6.2) ป้าย Billboard หรือ Digital Billboard โดยทำการออกแบบผลิต และติดตั้งป้ายในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของงานแสดงสินค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถมองเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณใกล้เคียงสนามบิน สถานทูตต่างประเทศประจำประเทศไทย และในตัวเมืองกรุงเทพฯ ทั้งนี้ จะต้องติดตั้งป้ายจำนวนไม่น้อยกว่า 4 ป้าย เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 เดือน (บริษัทต้องระบุจำนวนป้ายและสถานที่ติดตั้งป้ายในวันนำเสนองาน)

(7) บริษัทสามารถเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อโครงการในวันนำเสนองาน



4.3.3. อัปเดตและบริหารจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์ หรือบนช่องทางประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของงาน อาทิ Facebook/Instagram Official Account ของงานฯ รวมถึงการเป็น Admin ตอบคำถามและให้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างน้อย 2 ภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ในทุกช่องทาง ทั้งนี้ คำตอบต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้จัดงานก่อน

4.3.4. ดำเนินการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) บทความ ข่าวแจก บทสัมภาษณ์ สกู๊ป พิเศษ บทความพิเศษ ภาพข่าวกิจกรรม หรือข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามข้อ 4.1.3. เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานและ กิจกรรมต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชน นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ สมาคมการค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

4.3.5. ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่มีการนำสินค้ามา ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ พร้อมทั้งรับผิดชอบการยืมและการส่งคืนสินค้าดังกล่าวด้วย

4.3.6. จัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ที่สร้างขึ้น ตามข้อ 4.1. ไปยังสถานที่จัดงานหรือสถานที่อื่น ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด

4.3.7. ดำเนินการจัดงานแถลงข่าว ดังนี้

- (1) นำเสนอแนวคิดและรูปแบบงานแถลงข่าว สถานที่จัดงาน พร้อมแผนการดำเนินงาน
- (2) จัดเตรียมสถานที่พร้อมออกแบบ ตกแต่งให้เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน พร้อมจัดหาอุปกรณ์ภาพและเสียง หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ
- (3) จัดหาพิธีกร 2 ภาษาระดับมืออาชีพจำนวน 1 คน ดำเนินรายการภายในงาน
- (4) จัดเจ้าหน้าที่ดำเนินงานต้อนรับแขก และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในงาน
- (5) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมืออาชีพ
- (6) เชิญสื่อมวลชนในประเทศเข้าร่วมงานแถลงข่าวไม่น้อยกว่า 20 สื่อ และรับประกันการลง ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 15 ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ฉบับ ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่าน QR Code
- (7) จัดทำคำกล่าวเปิดงานแถลงข่าว เตรียมประเด็นคำถาม-คำตอบของผู้บริหารสำหรับงาน ดังกล่าวเป็นภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาไทย จัดทำสคริปต์พิธีกร รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชน ในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ
- (8) จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงานในวันแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ที่
- (9) จัดเตรียมการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานแถลงข่าว

4.3.8. เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมพิธีเปิดงาน

- (1) ต้องมีสื่อมวลชนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 30 สื่อ และรับประกันการลงข่าวประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 20 ข่าว พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำ Press Kit ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับแจกจ่ายให้

สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 150 คน ทั้งนี้ Press Kit จะต้องมีการ Upload ขึ้นในพื้นที่จัดเก็บออนไลน์ และให้สื่อมวลชนรวมถึงผู้เข้าร่วมงานสามารถ Download ได้โดยง่ายผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น QR Code

(2) จัดเตรียมคู่มือรับประทานอาหารสำหรับสื่อมวลชนในวันพิธีเปิดงานฯ จำนวนทั้งสิ้น 150 ชุด โดยคู่มือแต่ละชุด จะต้อง มี มูลค่า 150 บาท

(3) เชิญสื่อมวลชนในประเทศ เข้าร่วมเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าฯ ในวันพิธีเปิดงาน ตลอดจนวันจัดงาน ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี รวมไปถึงการประสานงานต้อนรับ ส่งข่าว และให้ข้อเสนอแนะในการเชิญสื่อมวลชนดังกล่าวเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าฯ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(4) ถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) พร้อมอุปกรณ์และทีมงานถ่ายทำมืออาชีพ

(5) จัดทำประเด็นคำถาม-คำตอบของผู้บริหารสำหรับงานดังกล่าวเป็นภาษาอังกฤษและ/หรือภาษาไทย รวมทั้งประสานอำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนในการขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนจากหน่วยเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นคำถามคำตอบสำหรับการสัมภาษณ์ทุกรายการ

(6) ลงข่าวการจัดงานในหน้าธุรกิจของหนังสือที่ได้รับความนิยมชั้นนำอย่างน้อย 1 ฉบับ (เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ประชาชาติธุรกิจ หรือบางกอกโพสต์)

4.3.9. บริหารจัดการศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) ตลอดระยะเวลาการจัดงาน 3 วัน โดยจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงาน อุปกรณ์การสื่อสาร อุปกรณ์สำนักงาน โทรศัพท์/โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ (Printer) และคอมพิวเตอร์พร้อมอินเทอร์เน็ตจำนวน 2 ชุด และติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ภายในศูนย์บริการสื่อมวลชน (Press Center) รวมถึงการทำความสะอาด การเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับสื่อมวลชนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

4.3.10. รับรองและอำนวยความสะดวกสื่อมวลชนที่เข้าเยี่ยมชมงาน รวมทั้งประสานงานนัดหมาย และถ่ายภาพประกอบการให้สัมภาษณ์ของผู้นำเข้าต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้บริหารจากภาครัฐและเอกชน พร้อมจัดทำประเด็นถามตอบในแต่ละภาษากรณีมีการสัมภาษณ์

4.3.11 . จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานกับผู้จัดงาน ๓ ฝ่าย ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) หอการค้าไทย (TCC) และโคโลญเมสเซ่ (KM) ประเทศเยอรมนี ตลอดระยะเวลาโครงการ

4.3.12. จัดทำข่าวประจำวัน (Daily report) เกี่ยวกับการจัดงาน อาทิ กิจกรรมไฮไลท์ บรรยากาศภายในงาน ผลการจัดงาน และรูปภาพภายในงานที่น่าสนใจ จำนวน 1 ข่าว/วัน (แต่ละข่าวประกอบไปด้วยภาษาไทย 1 ฉบับ และภาษาอังกฤษ 1 ฉบับ) และจะต้องผลิต VDO ภาพบรรยากาศของงานประจำวัน ตามข้อ 4.1.2 (4)

4.3.13. จัดทำ Press Clipping และ Press Board ระหว่างการจัดงาน

4.3.14. จัดส่งข่าวผลการจัดงานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไปยังสื่อมวลชน ภายใน 3 วัน หลังงานสิ้นสุด ทั้งนี้ ให้นำส่งร่างผลการจัดงานให้ผู้จัดงานพิจารณาก่อนวันจัดงานสิ้นสุด

4.3.15. จัดทำสรุปผลการจัดงาน (Post Show Report) ความยาวไม่เกิน 10 หน้า เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และนำไปเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ ตามที่ผู้จัดงานกำหนด ภายใน 15 วันหลังงานสิ้นสุด

#### 4.3.16. ประเมินผลกิจกรรม

(1) เก็บสถิติจำนวนครั้งที่มีการเห็นสื่อประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า (Views) และจำนวนครั้งที่มีคนเข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ (Engagement) ผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์

(2) จัดทำแบบสอบถามและเก็บสถิติเกี่ยวข้อง เพื่อวัดการระดับรับรู้การจัดงานแสดงสินค้า ผ่านระบบการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่น้อยกว่า 200 คน

---

#### หมายเหตุ :

\*\* หากมีการออกอากาศ ผู้รับจ้างต้องนำคลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์โฆษณาขึ้นไปให้คณะกรรมการของสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งตรวจพิจารณาให้ผ่านเรียบร้อยก่อนนำไปออกอากาศ \*\*

\*\* อาร์ตเวิร์คทั้งหมด เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้จัดงาน \*\*

\*\* การจัดทำอาร์ตเวิร์ค ช่างแจก สก๊อปพิเศษ บทความพิเศษ เอกสาร ข้อความประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงานจะต้องมีการแปลเป็นภาษาต่างๆ ตรวจพิสูจน์อักษร ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา และตรวจสอบความถูกต้องในภาพรวมทั้งหมดก่อนส่งให้ผู้จัดงานพิจารณาทุกครั้ง \*\*

\*\* ผู้รับจ้างไม่สามารถนำเอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์งานโฆษณา ภาพงานแสดงสินค้า ข้อมูลและรายชื่อกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานฯ ไปเผยแพร่หรือแจกจ่ายแก่สาธารณชน ก่อนได้รับอนุญาตจากผู้จัดงาน \*\*

\*\* เนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ แบบตัวอักษรและกราฟิกต่างๆ และการแปลข้อมูลเอกสารต่างๆ ที่ผู้รับจ้าง นำมาใช้ ต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ใด หากมีการละเมิด ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น \*\*

\*\* ผู้รับจ้างต้องมีทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติไม่น้อยกว่า 1 คน และมีความรู้และประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี \*\*

\*\* ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นวัสดุที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าวัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศเสนอผู้ว่าจ้าง ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา \*\*

## ภาคผนวก

### 1. Logo ของงาน



### 2. เซตภาพสัญลักษณ์ไฮน่ยอยภายในงาน



3. Key Visual ของงาน

**thaifex**  
**HOREC**  
ASIA

**SHAPING THE FUTURE  
OF HORECA**

ELEVATING THE HOSPITALITY INDUSTRY TO NEW HEIGHTS

**6 - 8 MARCH  
2024**

**IMPACT**  
MUANG THONG THANI  
BANGKOK, THAILAND  
[www.thaifex-horec.asia](http://www.thaifex-horec.asia)

CONNECT WITH US! 

HOTEL • RESTAURANT • CATERING

JOINTLY ORGANISED BY

  

\* \* \* \* \*