

ขอบเขตของงาน

(Terms of Reference: TOR)

ผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด

บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด

1. ความเป็นมา

บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด จำกัด (TPC) รัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่จัดตั้งขึ้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในรูปแบบบริษัทจำกัด มีวัตถุประสงค์ในการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด ทำให้สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และเพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวไปยังกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพสูง กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักลงทุน รวมทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น เพิ่มความถี่ในการเดินทาง และเพิ่มการใช้จ่ายให้กระจายไปสู่อุตสาหกรรมอย่างกว้างขวางมากขึ้น มีประสงค์จะหาเอกชนเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด เพื่อให้ TPC สามารถสร้างมูลค่าของยอดขายบัตรได้ตามเป้าหมายที่กำหนดอันเกิดจากการเพิ่มจำนวนสมาชิกที่มีคุณภาพมากขึ้น และการเพิ่มมูลค่าและอัตราค่าสมาชิกของการจำหน่ายบัตรจากการที่มีการให้สิทธิประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ถือบัตรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจไทยให้เพิ่มมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสรรหาผู้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ที่ครบถ้วนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารทางการตลาดทุกช่องทาง

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์บัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด พร้อมทั้งสิทธิประโยชน์ของบัตรที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายสมาชิกบัตรทุกรูปแบบ เพิ่มมูลค่าและอัตราค่าสมาชิกของการจำหน่ายบัตรแต่ละประเภท

2.3 เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของบัตรในภาพรวม และสนับสนุนการจำหน่ายบัตรผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสม

2.4 เพื่อเพิ่มยอดขายการจำหน่ายบัตร ผ่านช่องทางการสื่อสารทางการตลาด และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างมูลค่าของยอดขายบัตรได้ตามเป้าหมายที่กำหนดอันเกิดจากการเพิ่มจำนวนสมาชิกที่มีคุณภาพมากขึ้นและการยกระดับราคาจำหน่ายบัตรจากการที่มีการให้สิทธิประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ถือบัตรที่เพิ่มขึ้น

3. หน้าที่ของผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด

ผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

3.1 ดำเนินการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ให้แก่นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัยครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.2 ดำเนินการออกแบบสิทธิประโยชน์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด และสรรหาพันธมิตรคู่ค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมถึงพัฒนาสิทธิประโยชน์ดังกล่าวให้กับกลุ่มเป้าหมายผู้ถือบัตรแต่ละประเภท เพื่อสนับสนุนการใช้สิทธิประโยชน์และการใช้จ่ายในประเทศไทยของสมาชิกบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด รวมทั้งการเพิ่มมูลค่าบัตรแต่ละประเภทให้เพิ่มมากขึ้น อันจะสอดคล้องกับสิทธิประโยชน์ที่ได้สรรหาและออกแบบนั้น

3.3 ดำเนินกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักให้สมาชิกบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่จะมีเพิ่มขึ้นตามข้อ 3.2 ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์จากการได้รับการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองและการเดินทาง และสิทธิประโยชน์ในการใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อให้สมาชิกเดิมพิจารณาจ่ายค่าสมาชิกเพิ่มขึ้น หรือต่ออายุบัตรสมาชิกเพิ่มมากขึ้น

3.4 ให้คำแนะนำ TPC ในการสรรหาตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น¹ รวมถึงให้คำปรึกษาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์แก่ตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่นหรือตามที่ TPC เสนอ ทั้งนี้ เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวข้างต้นสามารถทำยอดขายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ได้ตามแผนการขายและการตลาดตามที่ TPC กำหนด

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ต้องมีสถานะอย่างใดอย่างหนึ่งดังนี้

- (ก) นิติบุคคลรายเดี่ยวที่จดทะเบียนในรูปแบบของบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด
- (ข) นิติบุคคลหลายรายรวมกันเป็นกิจการร่วม (Consortium) ที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่

¹ ตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่นอาจรวมถึงบุคคลธรรมดาชาวต่างชาติที่เป็นผู้ถือบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ในปัจจุบัน หรือผู้มีบทบาทในการสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Influencer) เพื่อใช้เป็นบุคคลอ้างอิงและแนะนำลูกค้าใหม่

4.2 ในวันที่ยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

(ก) เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือเป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

(ข) ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันจากอำนาจศาลไทย ทำให้ไม่ต้องขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ประสงค์ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันดังกล่าวมีหนังสือแสดงเจตนาการสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันจากอำนาจศาลไทย

ในกรณีที่นิติบุคคลหลายรายยื่นข้อเสนอในนามของกิจการร่วม (Consortium) นิติบุคคลทุกรายในกลุ่มผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องไม่มีผู้มีลักษณะต้องห้ามตาม (ก) และ (ข) ดังกล่าวข้างต้น

4.3 คุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอ

(ก) กรณีนิติบุคคลรายเดียว ต้องมีบุคคลหรือนิติบุคคลไทยเป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนการลงทุนรวมกันมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนทุนทั้งหมด และนิติบุคคลรายเดียวนั้น ต้องจดทะเบียนมาแล้วเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และจะต้องมีคุณสมบัติทางการเงินตามข้อ 5.4 และคุณสมบัติทางด้านเทคนิค ประสบการณ์ และผลงาน ตามข้อ 5.5

(ข) กรณีนิติบุคคลหลายรายรวมกันเป็นกิจการร่วม (Consortium) ที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่

(1) นิติบุคคลที่เป็นสมาชิกของกิจการร่วม (Consortium) ทุกรายต้องมีคุณสมบัติทางการเงินตามข้อ 5.4 และคุณสมบัติทางด้านเทคนิค ประสบการณ์ และผลงาน ตามข้อ 5.5

(2) นิติบุคคลที่เป็นสมาชิกของกิจการร่วม (Consortium) ทุกรายต้องทำข้อตกลงการเข้าร่วมกิจการร่วมเป็นลายลักษณ์อักษรร่วมกัน โดยจะต้องระบุขอบเขตความรับผิดชอบของนิติบุคคลที่เป็นสมาชิกทุกรายไว้อย่างชัดเจน และระบุข้อความไว้ชัดเจนว่านิติบุคคลที่เป็นสมาชิกทุกรายยินยอมผูกพันและแทนกันในหน้าที่ความรับผิดชอบและหนี้ทั้งปวงอย่างลูกหนี้ร่วมต่อ TPC และแสดงหลักฐานดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ

(3) นิติบุคคลที่เป็นสมาชิกของกิจการร่วม (Consortium) ทุกรายต้องนำประสบการณ์และผลงานของตนเองมายื่นในนาม “กิจการร่วม (Consortium)” และจะต้องร่วมกันทำหนังสือมอบอำนาจให้นิติบุคคลที่เป็นสมาชิกรายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลัก (Lead Firm) ในการเข้ายื่นข้อเสนอ รวมทั้งทำหน้าที่เจรจาต่อรองตลอดจนกระทำการใดๆ แทนในนามกิจการร่วม (Consortium) ในขั้นตอนการคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอ และแสดงหลักฐานดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ

4.4 คุณสมบัติทางการเงินของผู้ยื่นข้อเสนอ

- (1) นิติบุคคลรายเดียวที่ยื่นข้อเสนอต้องมีทุนจดทะเบียนชำระเต็มจำนวนไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท
- (2) นิติบุคคลหลายรายที่ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วม (Consortium) ต้องมีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมในกิจการร่วมเป็นลายลักษณ์อักษร โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้รับผิดชอบหลัก (Lead Firm) ของกิจการร่วม จะต้อง มีทุนจดทะเบียนชำระเต็มจำนวนไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท และเมื่อ TPC อนุมัติให้เป็นผู้รับสิทธิแล้ว ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกต้องดำเนินการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ โดยต้องมีทุนจดทะเบียนที่ชำระเต็มจำนวนไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท
- (3) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดง (1) งบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในรอบระยะเวลา 3 ปีล่าสุด (2) หลักฐานของทุนจดทะเบียนที่ชำระเต็มจำนวน

4.5 คุณสมบัติด้านเทคนิค ประสบการณ์ และผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.5.1 ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นนิติบุคคลรายเดียวต้องมีประสบการณ์และผลงานด้าน (1) การบริหารจัดการด้านการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศหรือมีผู้บริโภคมูลค่าที่สื่อสารการตลาด ข้อมูลการโฆษณา ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ และ (2) การบริหารการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ โดยจะต้องแสดงหลักฐานดังต่อไปนี้

- (ก) สำเนาหนังสือรับรองผลงาน โดยต้องเป็นประสบการณ์และผลงานที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับจากวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าของสัญญาหรือผลงานไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท อย่างน้อยจำนวน 2 ผลงาน หรือไม่ต่ำกว่า 40 ล้านบาท จำนวน 1 ผลงาน
- (ข) งบกำไรขาดทุนที่แสดงรายรับปีใดปีหนึ่งที่เกิดขึ้นจากผลงานดังกล่าวภายในระยะเวลาย้อนหลัง 3 ปี ไม่ต่ำกว่า [100] ล้านบาทต่อปี

4.5.2 ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นนิติบุคคลหลายรายที่ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วม (Consortium) นิติบุคคลแต่ละรายในกลุ่มผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีประสบการณ์และผลงานด้าน (1) การบริหารจัดการด้านการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ หรือมีผู้บริโภคมูลค่าที่สื่อสารการตลาด ข้อมูลการโฆษณา ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่เป็นชาวต่างชาติ และ (2) การบริหารการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ โดยจะต้องแสดงหลักฐานอย่างใดอย่างหนึ่งต่อ TPC ภายในระยะเวลาย้อนหลัง 3 ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ โดยผู้รับผิดชอบหลัก (Lead Firm) ของกิจการร่วม (Consortium) จะต้องแสดงหลักฐานดังต่อไปนี้

- (ก) สำเนาหนังสือรับรองผลงาน โดยต้องเป็นประสบการณ์และผลงานที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ และมีวงเงินของผลงานไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท อย่างน้อยจำนวน 2 ผลงาน หรือ ไม่ต่ำกว่า 40 ล้านบาท จำนวน 1 ผลงาน

(ข) งบกำไรขาดทุนที่แสดงรายรับปีใดปีหนึ่งที่เกิดขึ้นจากผลงานดังกล่าวภายในระยะเวลา
ย้อนหลัง 3 ปี ไม่ต่ำกว่า [100] ล้านบาทต่อปี

ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นนิติบุคคลหลายรายที่ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วม (Consortium) สามารถ
นำประสบการณ์และผลงานที่ดำเนินการในนามของกิจการร่วมมาแสดงได้ โดยนิติบุคคลทุกรายจะต้องลงนาม
รับรองสัดส่วนของผลงานด้วย

5. ขอบเขตการดำเนินการ

5.1 ดำเนินการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายบัตร
ไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ให้แก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจต่างประเทศ ผ่านช่องทางการสื่อสารการตลาด
ที่ทันสมัยครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบด้วย

- นำเสนอแผนการดำเนินการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นใน
การเพิ่มยอดขายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด โดยการวิเคราะห์กลุ่มตลาดเป้าหมายเชิงพื้นที่
(Area/Regional Coverage) ไม่น้อยกว่า 5 กลุ่มตลาดเป้าหมาย รวมทั้งกำหนดแผนการดำเนินการ
สื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกัน
- นำเสนอแผนการสื่อสารการตลาดให้ครอบคลุมและครบถ้วนตามรูปแบบของสื่อการตลาดที่ทันสมัย
และเหมาะสม เช่น สื่อโทรทัศน์ (TV Media) สื่อออนไลน์ (Online Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์
(Electronic Broadcasting Media) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) การสนับสนุนสินค้าหรือ
บริการ (Sponsorship) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) การโฆษณา (Advertising)
การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การจัดอีเวนต์ (Event Platform) การจัดทำวิดีโอ (Video
Platform) การทำบล็อก (Blogs) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) และการใช้ Influencer เป็นต้น
โดย TPC ให้การสนับสนุนการจัดทำคอนเทนต์ เพื่อช่วยสนับสนุนการจำหน่ายและยกระดับ
บัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด
- การนำเสนอแผนการดำเนินการสื่อสารการตลาดและแผนการสื่อสารการตลาดดังกล่าวข้างต้น
จะต้องมีเอกสารหลักฐานที่ระบุถึง งบประมาณและมูลค่า ในการดำเนินการแต่ละรายการ
โดยละเอียด จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

5.2 ดำเนินการออกแบบสิทธิประโยชน์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด และสรรหาพันธมิตรคู่ค้า
เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมถึงพัฒนาสิทธิประโยชน์ดังกล่าวให้กับกลุ่มเป้าหมาย
ผู้ถือบัตรแต่ละประเภท เพื่อสนับสนุนการใช้สิทธิประโยชน์และการใช้จ่ายในประเทศไทยของสมาชิก
บัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด รวมทั้งการเพิ่มมูลค่าบัตรแต่ละประเภทให้เพิ่มมากขึ้น อันจะสอดคล้องกับ
สิทธิประโยชน์ที่ได้สรรหาและออกแบบนั้น ดังนี้

- พัฒนาและออกสิทธิประโยชน์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด และสรรหาพันธมิตรคู่ค้า เพื่อพัฒนาและนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (สิทธิประโยชน์ของบัตร) ที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกับพันธมิตรคู่ค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สำหรับสมาชิกบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด
- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นำเสนอ ต้องครอบคลุมสิทธิประโยชน์ของบัตรสมาชิกไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด แต่ละประเภท ประกอบด้วย หมวดที่พักและที่อยู่อาศัย (Accommodation and Real Estate) หมวดพาหนะและการเดินทาง (Transportation and Travel) หมวดไลฟ์สไตล์และความบันเทิง (Lifestyle and Entertainment) หมวดกีฬา สุขภาพ และการศึกษา (Sport, Health, Wellness and Education) และหมวดการบริการด้านการเงิน (Wealth, Finance and Insurance) เป็นต้น

5.3 ดำเนินกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักให้สมาชิกบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ดทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่จะมีเพิ่มขึ้นตามข้อ 3.2 ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์จากการได้รับการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองและการเดินทาง และสิทธิประโยชน์ในการใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อให้สมาชิกเดิมพิจารณาจ่ายค่าสมาชิกเพิ่มขึ้น หรือต่ออายุบัตรสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

- นำเสนอแผนการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและความตระหนักถึงสิทธิประโยชน์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ให้แก่สมาชิกบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด และกลุ่มเป้าหมาย
- นำเสนอแผนการสื่อสารการตลาดให้ครอบคลุมและครบถ้วนตามรูปแบบของสื่อการตลาดที่ทันสมัยและเหมาะสม เช่น สื่อโทรทัศน์ (TV Media) สื่อออนไลน์ (Online Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Broadcasting Media) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) การสนับสนุนสินค้าหรือบริการ (Sponsorship) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การจัดอีเวนต์ (Event Platform) การจัดทำวิดีโอ (Video Platform) การทำบล็อก (Blogs) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) และการใช้ Influencer เป็นต้น โดย TPC ให้การสนับสนุนการจัดทำคอนเทนต์ เพื่อช่วยสนับสนุนการจำหน่ายและยกระดับบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด
- การนำเสนอกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น จะต้องมียุทธศาสตร์หลักฐานที่ระบุถึงงบประมาณและมูลค่าในการดำเนินการแต่ละรายการโดยละเอียดจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

5.4 ให้คำแนะนำ TPC ในการสรรหาตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น² รวมถึงให้คำปรึกษาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์แก่ตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น ตามที่ TPC ร้องขอ (ถ้ามี) โดยมีการตกลงร่วมกัน ทั้งนี้ เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวข้างต้นสามารถทำยอดขายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ได้ตามแผนการขายและการตลาดตามที่ TPC กำหนด ดังนี้

- ให้คำแนะนำในการสรรหาตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่นที่เหมาะสม โดยชี้ให้เห็นถึงตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพในตลาดภูมิภาคประเทศกลุ่มเป้าหมายต่างๆ
- นำเสนอรูปแบบช่องทางการจำหน่ายรูปแบบอื่นที่เหมาะสม รวมทั้งเสนอแนะต้นทุนของการจัดจำหน่ายในช่องทางที่นำเสนอ โดยช่องทางเหล่านั้นมีประโยชน์ในการสร้างโอกาสทางการขายบัตรที่เพิ่มมากขึ้น

6. ระดับการปฏิบัติงานขั้นต่ำในการดำเนินงานแต่ละปี (Minimum Output Level)

ผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ต้องรักษาระดับการดำเนินการให้ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) **กิจกรรมการสื่อสารการตลาด** มีการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้
 - (1) มีการใช้มูลค่าในการจัดกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด ผ่านช่องทางต่างๆ รวมทั้งหมดในแต่ละปีไม่น้อยกว่าปีละ 100 ล้านบาท โดยจะต้องส่งเอกสารหลักฐานอ้างอิงที่มาของราคาหรืองบดำเนินการที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงนำเสนอแผนการตลาดต่อคณะกรรมการตรวจสอบของ TPC ตามที่เสนอแผนกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดไว้ และในกรณีมีความจำเป็นต้องปรับแผนกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดต้องตกลงร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย
 - (2) มีรายงานผลการดำเนินงานและผลการเข้าถึงประเทศกลุ่มเป้าหมายจากการสื่อสารทางการตลาดตามแผน (Reach/Impressions) ตาม (1) โดยรวมไม่น้อยกว่า 20,000,000 Reach/Impressions ต่อเดือน หรือ 240,000,000 Reach/Impressions ต่อปี หรือ ยอด Engagement Rate ไม่น้อยกว่า 3.5 เปอร์เซ็นต์ต่อเดือน
 - (3) มีการจัดกิจกรรมครอบคลุมประเทศกลุ่มเป้าหมายหรือพื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับจำหน่ายบัตรสมาชิก ไม่น้อยกว่า 5 ประเทศกลุ่มตลาดเป้าหมาย

² ตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่นอาจรวมถึงบุคคลธรรมดาชาวต่างชาติที่เป็นผู้ถือบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ในปัจจุบัน หรือผู้มีบทบาทในการสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Influencer) เพื่อใช้เป็นบุคคลอ้างอิงและแนะนำลูกค้าใหม่

- 2) มีการใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ครอบคลุมรูปแบบที่เหมาะสม เช่น สื่อโทรทัศน์ (TV Media) สื่อออนไลน์ (Online Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Broadcasting Media) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) การสนับสนุนสินค้าหรือบริการ (Sponsorship) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การจัดอีเวนต์ (Event Platform) การจัดทำวิดีโอ (Video Platform) การทำบล็อก (Blogs) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) และการใช้ Influencer เป็นต้น เพื่อช่วยสนับสนุนการจำหน่ายและยกระดับภาพลักษณ์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด
- 3) การสร้างยอดจำหน่ายบัตรสมาชิกขั้นต่ำ สนับสนุนให้ TPC สามารถสร้างยอดจำหน่ายบัตรสมาชิกที่เกิดขึ้นในระยะเวลา 3 ปีนับจากวันที่ลงนามในสัญญา ได้ไม่น้อยกว่า 10,000 ล้านบาท

7. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในกำหนดระยะเวลา 5 ปีนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และให้สิทธิในการต่อสัญญา 5 ปี หากสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่ TPC กำหนด ในระดับการปฏิบัติงานขั้นต่ำในการดำเนินงาน

8. เงื่อนไขการยกเลิกสัญญา

TPC ขอสงวนสิทธิ์ในการบอกเลิกสัญญาหากปรากฏว่าผู้รับสิทธิฯ เพิกเฉยหรือละเลยไม่ปฏิบัติตามตัวชี้วัดรายปีตามแผนสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ หรือไม่สามารถสนับสนุนให้ TPC สามารถสร้างยอดจำหน่ายบัตรสมาชิกได้ตามเป้าหมายที่ตกลงกันภายในระยะเวลา 3 ปีนับจากวันที่ลงนามในสัญญา

9. การจ่ายค่าตอบแทน

9.1 ผู้รับสิทธิฯ ตกลงจะเป็นผู้ดำเนินการตามข้อ 3. หน้าที่ของผู้รับสิทธิฯ ทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด (3.1 – 3.4) และข้อ 5. ขอบเขตการดำเนินการ (5.1 – 5.4) ด้วยค่าใช้จ่ายของตนเองทั้งสิ้น

9.2 TPC ตกลงจะจ่ายค่าตอบแทนในแต่ละปีให้แก่ผู้รับสิทธิฯ ตามอัตราที่กำหนดไว้ดังนี้

จำนวนยอดขาย (ต่อเดือน)	อัตราค่าตอบแทน (ร้อยละ)
ไม่เกินกว่า 100 ล้านบาท	ร้อยละ 3 ของยอดขายทั้งหมดต่อเดือน
ตั้งแต่ 100 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 300 ล้านบาท	ร้อยละ 4 ของยอดขายทั้งหมดต่อเดือน
ตั้งแต่ 300 ล้านบาทขึ้นไป	ร้อยละ 5 ของยอดขายทั้งหมดต่อเดือน

9.3 ผู้รับสิทธิฯ จะได้อัตราค่าตอบแทนเพิ่มเติมร้อยละ 1/1.5/2 หากมียอดขาย ที่มากกว่า 7,500/10,000/12,500 ล้านบาทต่อปีขึ้นไปตามลำดับ

9.4 ผู้รับสิทธิฯ และ TPC ตกลงจะประชุมร่วมกันเพื่อประเมินยอดขายเป็นรายไตรมาส และรายปี

9.5 TPC จะแจ้งค่าตอบแทนให้แก่ผู้รับสิทธิฯ ทราบภายใน 30 วันนับจากวันสิ้นเดือน ในแต่ละเดือน โดยจะแสดงรายละเอียดข้อมูลใบสมัคร จำนวนใบสมัคร ประเภทสมาชิก และรายได้ทั้งหมด รวมถึงช่องทางการสมัคร

9.6 การจ่ายค่าตอบแทนตามข้อ 9.2 และข้อ 9.3 จะคำนวณยอดขาย (ต่อเดือน) ที่มาจากค่าธรรมเนียมการสมัครบัตรสมาชิกทุกประเภท รวมถึงค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนประเภทบัตร (Upgrade) และค่าธรรมเนียมการต่ออายุบัตร (Renew)

10. เอกสารที่ประกอบการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ต้องยื่นข้อเสนอเอกสารเป็น 2 ซองดังนี้

(1) ซองที่ 1 ข้อเสนอด้านคุณสมบัติ

(2) ซองที่ 2 ข้อเสนอด้านเทคนิค

ซองที่ 1 ข้อเสนอด้านคุณสมบัติ ประกอบด้วยเอกสารดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คุณสมบัติทั่วไป

เอกสารแสดงสถานะทางกฎหมาย

กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลรายเดียว ให้ยื่นเอกสารดังต่อไปนี้ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องกรณีเป็นสำเนาเอกสาร ได้แก่ (1) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (2) สำเนาหนังสือบริษัทสนธิ (3) บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ (4) ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) (5) สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น (6) บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (7) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (8) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของกรรมการผู้มีอำนาจหรือของหุ้นส่วนผู้จัดการ (9) สำเนาหนังสือเดินทาง กรณีผู้มีอำนาจเป็นบุคคลที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย (10) หนังสือมอบอำนาจทำการแทน (ถ้ามี) พร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านผู้รับมอบอำนาจ (11) หนังสือรับรองการไม่มีเอกสารสิทธิ์ค้ำกันที่จะไม่ขึ้นศาลไทย และ (12) เอกสารอื่นๆ (ถ้ามี)

กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลหลายรายที่ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วม (Consortium) ให้นิติบุคคลแต่ละรายยื่นเอกสารดังต่อไปนี้ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องกรณีเป็นเอกสาร ได้แก่ (1) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (2) สำเนาหนังสือบริษัทสนธิ (3) บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ (4) ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) (5) สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น (6) บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (7) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (8) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของกรรมการผู้มีอำนาจหรือหุ้นส่วนผู้จัดการ (9) สำเนาหนังสือเดินทาง กรณีผู้มีอำนาจเป็นบุคคลที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย (10) หนังสือมอบอำนาจทำการแทน (ถ้ามี) พร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านผู้รับมอบอำนาจ (11) หนังสือรับรองการไม่มีเอกสารสิทธิ์ค้ำกันที่จะไม่ขึ้นศาลไทย และ (12) เอกสารอื่นๆ (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องของเอกสารเพิ่มเติม ได้แก่ (1) ข้อตกลงการเข้าร่วมกลุ่มนิติบุคคล และระบุขอบเขตความรับผิดชอบของนิติบุคคลแต่ละราย (2) บัญชีรายชื่อนิติบุคคลแต่ละรายที่เข้าร่วมในกิจการร่วม และ (3) หนังสือมอบอำนาจแสดงผู้รับผิดชอบหลัก (Lead Firm)

ส่วนที่ 2 คุณสมบัติด้านการเงิน

นิติบุคคลรายเดียว หรือนิติบุคคลแต่ละรายที่เข้าร่วมเป็นกิจการค้าร่วม ให้ยื่นเอกสารต่อไปนี้ และรับรองสำเนาถูกต้องกรณีเป็นสำเนาเอกสาร ได้แก่ (1) หลักฐานของทุนจดทะเบียนที่ชำระเต็มจำนวนแล้ว และ (2) งบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในรอบระยะเวลา 3 ปีล่าสุด

ส่วนที่ 3 คุณสมบัติด้านเทคนิค ประสบการณ์ และผลงาน

นิติบุคคลรายเดียว หรือนิติบุคคลแต่ละรายที่เข้าร่วมเป็นกิจการค้าร่วม (Consortium) ให้ยื่นเอกสารต่อไปนี้ และรับรองสำเนาถูกต้องกรณีเป็นสำเนาเอกสาร ได้แก่ (1) สำเนาหนังสือรับรองผลงาน และ (2) สำเนาสัญญาการเข้าค้าร่วม พร้อมหนังสือที่สมาชิกกิจการค้าร่วมทุกรายลงนามรับรองสัดส่วนของผลงาน และแสดงความยินยอมของสมาชิกกิจการค้าร่วมทุกรายที่ยินยอมให้ผู้ยื่นข้อเสนอ นำผลงานของกิจการค้าร่วมมาแสดงในการยื่นข้อเสนอ (ในกรณีที่ผลงานดังกล่าวเป็นผลงานร่วมของกิจการค้าร่วม)

ข้อที่ 2 ข้อเสนอทางเทคนิค ประกอบด้วยเอกสารที่แสดงเนื้อหา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงแผนในการดำเนินการเป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่าย บัตรไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก คาร์ต เพื่อให้ TPC สามารถสร้างยอดขายบัตรสมาชิก ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจต่างประเทศที่เป็นผู้ถือบัตรสมาชิก โดยประกอบด้วยการแสดงข้อมูลต่างๆ ได้แก่

1. แผนการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายบัตร ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก คาร์ต ให้แก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจต่างประเทศ ผ่านช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัยครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงให้เห็นถึงความรู้และความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพ แนวทางการตลาดด้วยการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละประเภท และครอบคลุมประเทศที่มีศักยภาพ ตลอดจนการคาดการณ์บัตรไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก คาร์ต ที่คาดว่าจะขายได้จากการดำเนินกิจกรรมสื่อสารการตลาด โดยอย่างน้อยจะต้องครอบคลุมตลาดใน 5 ประเทศกลุ่มตลาดเป้าหมาย (อาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกาเหนือ และตะวันออกกลาง)
2. แผนการออกแบบสิทธิประโยชน์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก คาร์ต และสรรหาพันธมิตรคู่ค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีศักยภาพเหมาะสมต่อการให้บริการสมาชิกบัตรและรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและมีอำนาจซื้อสูง โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงให้เห็นถึงความรู้และความเข้าใจในไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและมีอำนาจซื้อสูง และการต่อยอดหาผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เหมาะสมเพิ่มเติมเพื่อให้ชาวต่างชาติผู้ถือบัตรสมาชิกไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก คาร์ตเพิ่มการใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้น

3. แผนการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักให้สมาชิกบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงให้เห็นถึงความรู้และความเข้าใจถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด แต่ละประเภท ที่มีอยู่ในปัจจุบันและการต่อยอดการเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้มากขึ้น พร้อมทั้งแนวทางการทำตลาดเพื่อสร้างความตระหนัก (Awareness) และเกิดการลงใช้บัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ในการซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้น
4. แผนการสรรหาตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น และแนวทางการให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้วยการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์แก่ตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงให้เห็นถึงโอกาสและความท้าทายในการบริหารตัวแทนจำหน่ายของ TPC ในปัจจุบัน และแนวทางการกำหนดหลักเกณฑ์และประเมินผลเพื่อแต่งตั้งหรือยุติการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น ที่ครอบคลุมทั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยและต่างประเทศ ตลอดจนการแสดงแนวทางการให้คำปรึกษาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์แก่ตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น ที่ได้รับการแต่งตั้งและได้รับการร้องขอจาก TPC เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวข้างต้นสามารถทำยอดขายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ดได้ตามแผนการขายและการตลาดตามที่ TPC กำหนด

11. หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอในช่อง 1 (ข้อเสนอด้านคุณสมบัติ) ซึ่งจะเป็นการประเมินแบบผ่าน/ไม่ผ่าน ซึ่งจะต้องมีความครบถ้วนและความถูกต้องของเอกสาร โดยหากคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกประเมินแล้วเห็นว่าข้อเสนอในช่อง 1 ของผู้ยื่นข้อเสนอผ่าน ก็จะทำการศึกษาให้คะแนนในช่องที่ 2 จากหัวข้อต่างๆ ดังนี้

(1) แผนการสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ดให้แก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจต่างประเทศกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง โดยมีน้ำหนักคะแนนร้อยละ 50

(2) แผนการออกแบบสิทธิประโยชน์ของบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด และการสรรหาและประเมินผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีศักยภาพเหมาะสมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและมีอำนาจซื้อสูง โดยมีน้ำหนักคะแนนร้อยละ 20

(3) แผนการดำเนินกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักให้ชาวต่างประเทศถือบัตรไทยแลนด์ พรีเมียม การ์ด ทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยมีน้ำหนักคะแนนร้อยละ 10

(4) แผนการสรรหาตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น และแนวทางการให้คำปรึกษาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์แก่ตัวแทนจำหน่าย (GSSA) และตัวแทนจำหน่ายประเภทอื่น โดยมีน้ำหนักคะแนนร้อยละ 10

(5) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการและการดำเนินงานของ TPC โดยมีน้ำหนักคะแนนร้อยละ 10

ผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาจะต้องเป็นผู้มีคะแนนรวมทั้งตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนรวมน้อยกว่า 70 คะแนน จะถือว่าไม่ผ่านเกณฑ์พิจารณาข้อเสนอ ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณา มีมากกว่า 1 ราย คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกจะทำการเรียกผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการประเมินด้วยคะแนนสูงสุดเข้ามาเจรจาข้อเสนอ

12. หลักประกันซอง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันซองเป็นมูลค่า [20] ล้านบาท โดยหลักประกันนี้จะต้องมีผลผูกพันจนกว่า TPC จะเห็นชอบผลการคัดเลือก และหลักประกันจะต้องเป็นอย่างไรอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ (1) หนังสือค้ำประกันของธนาคารในประเทศไทย หรือ (2) พันธบัตรรัฐบาลไทย หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจไทย

13. หลักประกันสัญญา

ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกเป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียมการ์ด จะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นมูลค่า [100] ล้านบาท ให้กับ TPC และหลักประกันจะต้องเป็นอย่างไรอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ (1) หนังสือค้ำประกันของธนาคารในประเทศไทย หรือ (2) พันธบัตรรัฐบาลไทย หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจไทย โดย TPC จะคืนหลักประกันสัญญานี้ให้ผู้รับสิทธิ ภายใน 30 วันนับจากวันที่ผู้รับสิทธิทำการตลาดฯ พ้นจากภาระผูกพันทั้งปวงตามสัญญาแล้ว โดยการคืนหลักประกันสัญญาไม่ว่ากรณีใดๆ TPC จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

14. การสงวนสิทธิ์ของคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือก

14.1 บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียมการ์ด จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาผ่อนปรนให้ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียมการ์ด ที่แตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR) นี้ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญ และความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นๆ หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย ทั้งนี้สุดแต่ประโยชน์ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ไม่ต้องชี้แจงเหตุผล และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิคัดค้านหรือโต้แย้ง และไม่มีสิทธิเรียกค่าทดแทนหรือค่าเสียหายจากบริษัทฯ แต่อย่างใด

14.2 บริษัท ไทยแลนด์ พรีเมียมการ์ด จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมเอกสารประกอบการยื่นข้อเสนอการเป็นผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรีเมียมการ์ด ได้ตามสมควรหากมีความจำเป็น โดยแจ้งให้ผู้ยื่นข้อเสนอเอกสารประกอบการยื่นข้อเสนอฯ ทราบถึงข้อแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมดังกล่าว ไม่น้อยกว่า 15 วันก่อนกำหนดวันยื่นข้อเสนอ

14.3 บริษัท ไทยแลนด์ พรวิเลจ คาร์ด จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการจะยกเลิกการประกาศเชิญชวนผู้รับสิทธิทำการตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรวิเลจ คาร์ด รายใดรายหนึ่งหรือทั้งหมด รวมถึงสิทธิที่จะปฏิเสธผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณสมบัติไม่เหมาะสม หรือที่เสนอข้อเสนอรับค่าตอบแทนต่ำที่สุดในการทำตลาดและสนับสนุนการจัดจำหน่ายบัตรไทยแลนด์ พรวิเลจ คาร์ด การวินิจฉัยชี้ขาดของคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกที่บริษัทฯ แต่งตั้งถือว่าเป็นที่สิ้นสุด ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกค่าเสียหายใดๆ จากบริษัทฯ

14.4 คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกที่บริษัทฯ แต่งตั้งจะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการตรวจสอบ การชี้แจง การประเมิน การเปรียบเทียบข้อเสนอ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการคัดเลือกทั้งหมดเป็นความลับ ไม่เปิดเผยให้กับผู้ยื่นข้อเสนอรายใดหรือบุคคลอื่นใดที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือก จนกระทั่งได้มีการประกาศผลการคัดเลือกอย่างเป็นทางการแล้ว หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีการกระทำอันเป็นการพยายามโน้มน้าวการพิจารณาคัดเลือก หรือการตัดสินใจกำหนดผู้ชนะการคัดเลือกของคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือก คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกจะไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายดังกล่าว

14.5 เพื่อช่วยในการตรวจสอบ ประเมินผล และการเปรียบเทียบเอกสารข้อเสนอ คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกมีสิทธิ์ที่จะสอบถามผู้ยื่นข้อเสนอให้ชี้แจงเพิ่มเติมได้ตามที่เห็นสมควร แต่ทั้งนี้คำชี้แจงเพิ่มเติมดังกล่าวจะต้องไม่เปลี่ยนแปลงสาระสำคัญของข้อเสนอมที่ได้ยื่นไว้

15. ผู้รับผิดชอบโครงการ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายการตลาดและพัฒนาธุรกิจ

โทรศัพท์ 02-353-4137 หรือ 02-353-4132

โทรสาร 02-233-5999

16. สถานที่ส่งมอบ/ปฏิบัติงาน

ณ บริษัท ไทยแลนด์ พรวิเลจ คาร์ด จำกัด เลขที่ 110/2 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

รายละเอียดโครงการ

รายละเอียด	ระยะเวลาประกาศเชิญชวน	วันยื่นข้อเสนอ	วันที่ประกาศ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
โครงการจัดหาผู้รับสิทธิทำการตลาด และสนับสนุนการจำหน่ายบัตรไทย แลนด์ พรีเมียม การ์ด	วันที่ 17 ธันวาคม 2565 ถึง วันที่ 10 มกราคม 2566	วันที่ 18 มกราคม 2566	วันที่ 16 ธันวาคม 2565	<ul style="list-style-type: none">ฝ่ายการตลาดและพัฒนาธุรกิจฝ่ายขายและบริหารการจำหน่าย