



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับ ตลาดต่างประเทศ (ครั้งที่ ๒) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา จ้างโครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับตลาดต่างประเทศ (ครั้งที่ ๒) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง การคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงาน ของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้ จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร พัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อ เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นผู้สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๗๙๑๑๕ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [jutathip\\_s@tceb.or.th](mailto:jutathip_s@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๑ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๑

ประกาศ ณ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

**ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE)**  
**สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)**  
**หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา**  
**(วงเงินเกิน 500,000 บาท ขึ้นไป)**

1. ชื่อโครงการ : โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ
2. ชื่อกิจกรรม : การประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ
3. งบประมาณ  
วงเงิน 5,000,000 บาท (ราคาดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)  
รหัสงบประมาณ : 2-61MS08001
4. หลักการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ ทีเส็บ เดินหน้าผลักดันให้อุตสาหกรรมการจัดงานไมซ์ของไทยได้ พัฒนาศักยภาพด้านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล หวังให้เกิดการต่อยอดอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก ตามแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) ของแผนแม่บทอุตสาหกรรม การจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) หนึ่งในเป้าหมายสำคัญคือ เพิ่มปริมาณงาน และการเพิ่มจำนวนการจัดงานกลุ่มไมซ์ในประเทศไทย ด้วยนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาในประเทศ ตลอดจนผู้จัดงานต้องมียุทธศาสตร์และมีข้อมูลสถิติที่ช่วยวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยกระดับมาตรฐานเทียบเท่า World Class Standard เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการเป็นศูนย์กลางการจัดงานธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค

ทีเส็บจึงให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยใช้เป็นเครื่องมือผลักดันและขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก และก้าวสู่ศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค สอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy และ Thailand 4.0 ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็น เครื่องมือการทำตลาด ช่วยบริหารการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยยกระดับงานไมซ์ที่จัดในประเทศไทยให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้อย่างตรงจุด และสามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มความสามารถในการมีส่วนร่วมหรือโต้ตอบระหว่างกัน และเป็นการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีกด้วย

ซึ่งการขับเคลื่อนงานด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง รวมไปถึงการทำตลาดเชิงรุกร่วมกับพันธมิตรของ สสพ. ในแคมเปญการตลาดออนไลน์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และยังสามารถเป็นเครื่องมือทางการตลาดให้กับส่วนงานการขายต่างๆ ในสสพ. เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในวงกว้างถึงศักยภาพ

Jutathip

ของประเทศไทยในฐานะ MICE Destination เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเชื่อถือและมีความมั่นใจในการเดินทางมาจัดงานในประเทศไทย สร้างการรับรู้ข้อมูลจุดเด่น รวมไปถึงการสร้างภาพประทับใจและมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เพิ่มการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยมากขึ้น

5. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ประเทศไทยในฐานะที่เป็นจุดหมายสำหรับการจัดงานไมซ์เชิงคุณภาพในเวทีโลก
- (2) เพื่อเพิ่มปริมาณงานและนักเดินทางไมซ์เข้าประเทศ
- (3) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ผ่านสิทธิประโยชน์ของแคมเปญ
- (4) เพื่อกำหนดทิศทางการสื่อสารออนไลน์สำหรับภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศให้มีความชัดเจน ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- (5) เพื่อสร้างช่องทางในการสื่อสารออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งไมซ์ในประเทศและไมซ์ในต่างประเทศ
- (6) เพื่อให้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประสบการณ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานไมซ์ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ :

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมาย
1. ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของสปน. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ	การรับรู้ (View)	5,625,000

- 6.1 การจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในศักยภาพของประเทศไทยในฐานะ MICE Destination สำหรับตลาดไมซ์ต่างประเทศ และแคมเปญการตลาดออนไลน์ร่วมกับพันธมิตรของสปน.
- 6.2 ประสานงานกับพันธมิตรทางธุรกิจของสปน. เพื่อจัดทำแคมเปญออนไลน์ นำเสนอสำหรับสิทธิประโยชน์สำหรับกลุ่มเป้าหมายไมซ์ต่างประเทศ โดยต้องสามารถแนะนำพันธมิตรที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการได้
- 6.3 จัดทำแผนงานการบริหารจัดการแคมเปญการตลาดออนไลน์ ร่วมกับพันธมิตรของสปน. ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

Jatathip

6.4 จัดทำแผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แคมเปญการตลาดออนไลน์

6.5 บริหารจัดการระบบสารสนเทศของแคมเปญ

6.5.1 สร้างเว็บไซต์ พร้อม domain name ตามชื่อที่เหมาะสมกับแคมเปญ พร้อมกับการบำรุงรักษาเว็บไซต์ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ

6.5.2 ระบบ Front End ดูแลหน้า Landing Page รวมถึงการออกแบบ interface ต่างๆ โดยจัดทำเป็น 3 ภาษาคือ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และภาษาจีน

6.5.3 ระบบ backend และระบบฐานข้อมูล

6.7 บริหารจัดการกลุ่มพันธมิตรของแคมเปญ และกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมไม้ซี้

6.8 โปรโมทและประชาสัมพันธ์แคมเปญการตลาดออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Networking สื่อออนไลน์ต่างๆที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายไมซ์ mobile application ของสสปน. และสื่อออนไลน์ของสสปน. พร้อมกับการสื่อสารสังคมออนไลน์ใหม่ๆที่เข้ามามีบทบาทในโลกออนไลน์ ที่อยู่ในระหว่างดำเนินการโครงการ

6.9 สรุปผลการดำเนินงานของแคมเปญ พร้อมจัดทำรายงานประเมินความสำเร็จผ่านการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ

6.10 เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ ต้องทำรายงานส่งมอบงานต่อให้ สสปน. เพื่อให้สามารถบริหารโครงการได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงทุกแพลตฟอร์ม ทุกๆข้อมูลของแคมเปญ และเครือข่ายสังคมออนไลน์

6.11 จัดจ้างผู้ดูแลโครงการ 1 ท่านที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักและสามารถเป็นผู้ประสานงานได้ตลอดระยะเวลาการดำเนินการโครงการ

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

มาตรา 64 ภายใต้งบบังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกกระทำการยื่นข้อเสนอมหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๘

(6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

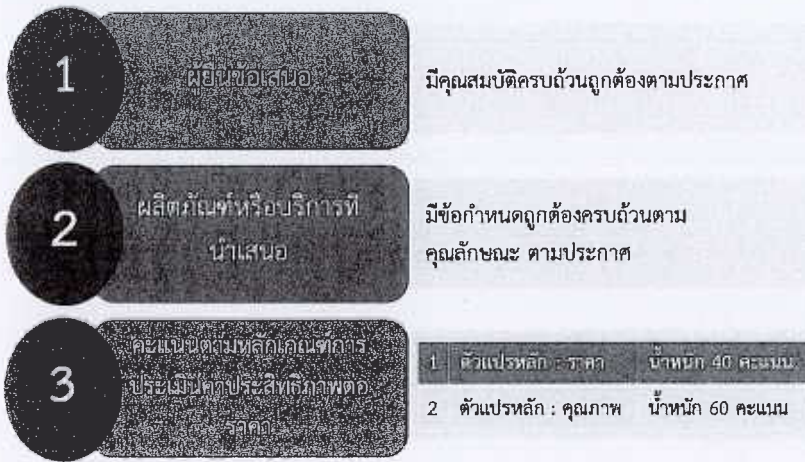
Jutathip

8. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 180 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อสิ่งจ้างหรือนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

9. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนัก
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 แปร		คะแนน
ตัวแปรที่ 1	การพิจารณาด้านราคา	40
ตัวแปรที่ 2	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	60
รวม		100

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก
		คะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงาน	20

Jutathip

ตัวแปรรองที่ 2	ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ	30
ตัวแปรรองที่ 3	ความพร้อมและประสบการณ์	30
ตัวแปรรองที่ 4	การบริหารงบประมาณ	10
ตัวแปรรองที่ 5	ผลประโยชน์เพิ่มเติม	10
รวม		100

### ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 60 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

#### 10. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบส่งงานรายงานแผนดำเนินการ จำนวน 3 ฉบับ ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อสั่งจ้างหรือวันที่ทำสัญญา โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน. สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบเอกสารจำนวน 3 ชุด พร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน. สำหรับตลาดต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 60 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อสั่งจ้างหรือวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

*Jatathip*

(1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 350,000 การรับรู้ (View)

(2) ผลตอบรับและความสำเร็จของแคมเปญในหน่วยที่วัดได้

(3) ผลตอบรับของการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ

โดยส่งมอบรายงานผลการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน.สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน. สำหรับตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งปริมาณการรับรู้โครงการในต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 120 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อจ้างหรือวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

(1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,000,000 การรับรู้ (View)

(2) ผลตอบรับและความสำเร็จของแคมเปญในหน่วยที่วัดได้

(3) ผลตอบรับของการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ

โดยส่งมอบรายงานผลการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน.สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 4 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน.สำหรับตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งปริมาณการรับรู้โครงการ ในประเทศต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 180 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อจ้างหรือวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

(1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 5,625,000 การรับรู้ (View)

(2) ผลตอบรับและความสำเร็จของแคมเปญในหน่วยที่วัดได้

(3) ผลตอบรับของการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ

(4) Source Code สำหรับเว็บไซต์แคมเปญ และออนไลน์ แพลตฟอร์มต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการผลการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสปน.สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

Jitathip



11. เงื่อนไขการชำระเงิน :

- งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ
- งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ .
- งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ
- งวดที่ 4 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 4 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

12. ค่าปรับ :

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

13. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่า 5% ของราคาซื้อหรือจ้าง

14. อากรแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่อการแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมภ์ 1 บาท

15. การยกเลิก :

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ผู้ว่าจ้างด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ :

ผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงาน ที่กำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ ผู้ว่าจ้างไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ห้ามผู้รับจ้าง

Jutathip

นำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้น หากไม่ได้รับอนุญาตจากผู้  
ว่าจ้าง

---

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : 1. นางสาว จุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ  
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล  
Email: [jutathip\\_s@tceb.or.th](mailto:jutathip_s@tceb.or.th) โทรศัพท์ 02 694 6017

Jutathip

## สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย

ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของสสพ. สำหรับตลาดต่างประเทศ		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาด		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		5,000,000	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	11/06/2561	เป็นเงิน	5,000,000 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	บริหารจัดการแคมเปญการตลาดออนไลน์			
	- บริหารจัดการระบบสารสนเทศของสสพ. เช่น การสร้างและบำรุงรักษาเว็บไซต์แคมเปญ สื่อสังคม ออนไลน์ต่างๆ			
	- บริหารจัดการกลุ่มพันธมิตรของแคมเปญ และ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์		2,500,000	บาท
3.2	จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สู่กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ (PRE & POST PR)		1,200,000	บาท
3.3	จัดทำแผนการสื่อสาร (Communication Plan) ของแคมเปญ เพื่อ ประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ		1,000,000	บาท
3.4	จัดจ้างผู้รับผิดชอบหลัก สำหรับการบริหารและดูแลโครงการ		300,000	บาท

#### 4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 The Wisdom Bangkok Co., Ltd.

4.2 บริษัท วินเทอร์เอเจนซี จำกัด

#### 5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ