



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการจ้างกิจกรรมจัดหาพื้นที่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ ด้วยวิธี
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา
จ้างโครงการจ้างกิจกรรมจัดหาพื้นที่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๕,๖๗๑,๐๐๐.๐๐ บาท
(ห้าล้านหกแสนเจ็ดหมื่นหนึ่งพันบาทถ้วน)

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. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย
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 ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒-๖๙๗-๙๑๑๔ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล rungruedee_t@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๑ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๑

ประกาศ ณ วันที่ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๑

(นางศุภวรรณ ตีระรัตน์)

รองผู้อำนวยการ สายงานพัฒนาและนวัตกรรม


ปฏิบัติหน้าที่แทน ผู้อำนวยการ สสปน.

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

ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงินเกิน 500,000 บาท ขึ้นไป)

1. **ชื่อโครงการ** : โครงการสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและต่างประเทศ (Advertising Campaign) ประจำปี 2561
2. **ชื่อกิจกรรม** : กิจกรรมจัดหาพื้นที่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ
3. **งบประมาณ**
วงเงิน 5,300,000 บาท (ห้าล้านสามแสนบาทถ้วน) ราคาคงตัวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว
รหัสงบประมาณ : 2-61MS16004
4. **วัตถุประสงค์**
 - 4.1 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้ต่อเนื่องถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์แห่งภูมิภาคเอเชียผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ
 - 4.2 เพื่อสร้างความดึงดูดทางธุรกิจให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายถึงโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย
 - 4.3 เพื่อเผยแพร่หน้าที่และบทบาทของ สสป. ในฐานะผู้ผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. **ขอบเขตการดำเนินงาน / รายละเอียดสินค้าและบริการ**
 - 5.1 จัดให้มีการแถลงข่าว นโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของ สสป. ต่อสื่อมวลชนเป้าหมายที่ สสป. เห็นชอบ (จำนวนสื่อมวลชน 15-20 สื่อ) เดือนละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง หากเป็นการแถลงข่าวสำหรับสื่อมวลชนไทย สื่อมวลชนที่จะมาร่วมงานจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หลักๆ (Top Tier) และ/หรือ โทรทัศน์อย่างน้อย 5-7 สื่อ (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม)
 - 5.2 จัดให้มีกิจกรรม **International Media Familiarization Trip** 1 ครั้ง (จำนวนสื่อมวลชน 20 สื่อที่เป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้งในและต่างประเทศ) (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม)

 1

- 5.3 จัดให้มีการสัมภาษณ์สื่อมวลชนหรือเยี่ยมสื่อมวลชนระดับกลาง (สื่อมวลชน 7 – 10 สื่อ) เดือนละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม)
- 5.4 จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ สกู๊ป หรือผลิตเนื้อหาลงสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ชิ้นงาน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษต่อ 1 ชิ้นงาน
- 5.5 จัดทำและส่งมอบฐานข้อมูลรายชื่อสื่อที่เป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้งในไทยและต่างประเทศไม่น้อยกว่า 100 รายชื่อ รวมทั้งบริหารความสัมพันธ์กับสื่อเพื่อให้ สสปน. มีภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อ
- 5.6 แปลข่าวประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา (จีน) จำนวน 7 ชิ้นงาน
- 5.7 ดำเนินการ/ประสานงานให้งานประชาสัมพันธ์ของ สสปน. ได้รับการเผยแพร่ในพื้นที่สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อ กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 5.8 รายงานผลและจัดทำรายงานการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่ในช่วงเดือนธันวาคม 2561 จนถึงปลายเดือนมิถุนายน 2562 ให้ระบุ PR Value ของสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ Return on Investment (RoI) ให้จัดทำรายงานผลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 จนถึงปลายเดือนมิถุนายน 2562 จะต้องไม่ต่ำกว่า 150% และอัตราการลงสื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างประเทศร้อยละ 70 และสื่อในประเทศร้อยละ 30 รวมทั้งต้องมียอดการเข้าถึงข่าวประชาสัมพันธ์ของ สสปน. (Reach) ในสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ไม่ต่ำกว่า 10 ล้านครั้ง

6. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๕
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

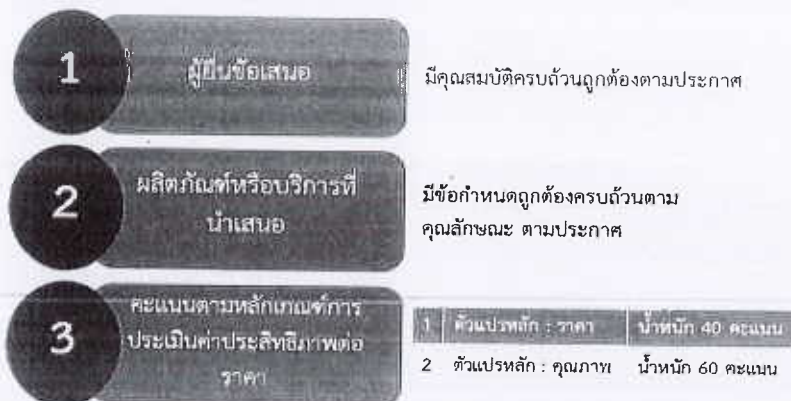


7. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ

ภายในระยะเวลา 250 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนั ก
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	น้ำหนั ก
		คะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงาน พิจารณาจากช่องทางการสื่อสารที่เจาะแต่ละอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งหมายถึงอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงสื่อ	30

2
ผู้จัด 3

	<p>ประชาสัมพันธ์ด้านธุรกิจด้านการลงทุน และด้านการตลาดที่สามารถเพิ่มความดึงดูดทางธุรกิจให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายถึงโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ครอบคลุมภูมิภาคต่างๆ ที่เป็นสำคัญทั่วโลก เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	
ตัวแปรรองที่ 2	<p>ความสัมพันธ์กับสื่อความสามารถในการเชิญสื่อหลักๆ (Top Tier) มาร่วมงาน</p> <p>พิจารณาจากความสัมพันธ์กับสื่อ ความสามารถในการเชิญสื่อหลักๆ (Top Tier) ซึ่งเป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้งในและต่างประเทศ มาร่วมงาน</p>	30
ตัวแปรรองที่ 3	<p>แนวทางการรายงานสรุปผลการดำเนินงาน</p> <p>พิจารณาจากการนำเสนอรายงานและความสมบูรณ์ครบถ้วนของรายงานผลการดำเนินการลงสื่อประชาสัมพันธ์ และผลวิเคราะห์เชิงข้อมูลที่สามารถนำมาประเมินและจัดทำแผนการลงสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรในครั้งต่อไป</p>	10
ตัวแปรรองที่ 4	<p>ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม</p> <p>พิจารณาจากการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของบริษัท</p>	10
ตัวแปรรองที่ 5	<p>คุณสมบัติสำคัญของบุคลากร</p> <p>พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานที่ผ่านมาของบริษัท คุณสมบัติของบริษัท โดยจะต้องมีผู้ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการวางแผนลงสื่อประชาสัมพันธ์เจาะอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ และการสรุปรายงานผลเชิงวิเคราะห์</p>	20
รวม		100

 4

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 ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนดำเนินการประชาสัมพันธ์ในสื่อที่ได้รับการอนุมัติแล้วตามขอบเขตงานข้อ 5 จำนวน 2 ชุด ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่จริงระหว่างเดือนธันวาคม 2561 - มกราคม 2562 ตามจำนวนที่ระบุในแผนดำเนินการที่ได้รับอนุมัติจาก สสปน. แล้ว จำนวน 2 ชุด ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันสุดท้ายของเดือนมกราคม 2562 ซึ่งได้แก่

- จัดให้มีการแถลงข่าว นโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของ สสปน. ต่อสื่อมวลชนเป้าหมายที่ สสปน. เห็นชอบ จำนวน 2 ครั้ง (จำนวนสื่อมวลชน 15-20 สื่อ) หากเป็นการแถลงข่าวสำหรับสื่อมวลชนไทย สื่อมวลชนที่จะมาร่วมงานจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หลักๆ (Top Tier) และ/หรือโทรทัศน์อย่างน้อย 5-7 สื่อ
- จัดให้มีการสัมภาษณ์สื่อมวลชนหรือเขียนสื่อมวลชนระดับกลาง (สื่อมวลชน 7 - 10 สื่อ) จำนวน 2 ครั้ง
- จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ สกู๊ป หรือผลิตเนื้อหาลงสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 4 ชิ้นงาน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษต่อ 1 ชิ้นงาน
- จัดทำและส่งมอบฐานข้อมูลรายชื่อสื่อที่เป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้งในไทยและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 100 รายชื่อ
- แปลข่าวประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา (จีน) ไม่น้อยกว่า 1 ชิ้นงาน



- รายงานผลและจัดทำรายงานการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่ในช่วงเดือนธันวาคม 2561 จนถึงปลายเดือนมกราคม 2562 ให้ระบุ PR Value ของสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานชิ้นงานประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่จริงระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ 2562 - มิถุนายน 2562 ตามจำนวนที่ระบุในแผนดำเนินการที่ได้รับอนุมัติจาก สสพ. แล้ว จำนวน 2 ชุด ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันสุดท้ายของเดือนมิถุนายน 2562 ซึ่งได้แก่

- จัดให้มีการแถลงข่าว นโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของ สสพ. ต่อสื่อมวลชนเป้าหมายที่ สสพ. เห็นชอบ จำนวน 5 ครั้ง (จำนวนสื่อมวลชน 15-20 สื่อ) หากเป็นการแถลงข่าว สำหรับสื่อมวลชนไทย สื่อมวลชนที่จะมาร่วมงานจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หลักๆ (Top Tier) และ/หรือโทรทัศน์อย่างน้อย 5-7 สื่อ
- จัดให้มีการกิจกรรม **International Media Familiarization Trip** 1 ครั้ง (จำนวนสื่อมวลชน 20 สื่อที่เป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้ง ในและต่างประเทศ)
- จัดให้มีการสัมภาษณ์สื่อมวลชนหรือเยี่ยมสื่อมวลชนระดับกลาง (สื่อมวลชน 7 - 10 สื่อ) จำนวน 5 ครั้ง
- จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ สตู๊ป หรือผลิตเนื้อหาหลังสื่อประชาสัมพันธ์ จนครบ 30 ชิ้นงาน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษต่อ 1 ชิ้นงาน
- แปลข่าวประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา (จีน) จนครบ 7 ชิ้นงาน
- รายงานผลและจัดทำรายงานการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์ โดยที่ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์จนถึงปลายเดือนมิถุนายน 2562 ให้ระบุ PR Value ของสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 จนถึงปลายเดือนมิถุนายน 2562 ให้ระบุ Return on Investment (RoI) จะต้องไม่ต่ำกว่า 150% และอัตราการลงสื่อประชาสัมพันธ์ใน สื่อต่างประเทศร้อยละ 70 และสื่อในประเทศร้อยละ 30 รวมทั้งต้องมียอดการเข้าถึงข่าว ประชาสัมพันธ์ของ สสพ. (Reach) ในสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ไม่ต่ำกว่า 10 ล้านครั้ง


วันที่ 6

10. เงื่อนไขการชำระเงิน

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 45 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11. ค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวน ไม่น้อยกว่า 5% ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมปี 1 บาท

14. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ผู้ว่าจ้างด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขใดทั้งสิ้น


รับจ้าง 7

15. กรรมสิทธิ์

ผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงาน ที่กำหนดเป็นการเฉพาะให้กับผู้ว่าจ้างไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ คัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้น หากไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้าง

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นายจักรพงษ์ พงศ์เวชรัถย์

ผู้จัดการฝ่ายการตลาด


Email: chakrapong_p@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6102

 ๘



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	สำหรับจัดจ้างโครงการสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ในไทยและต่างประเทศ (Advertising Campaign) ประจำปี 2561		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาด		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		5,300,000	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	24 กรกฎาคม 2561	เป็นเงิน 5,671,000.00 - รวมภาษี 7%	บาท
ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ			
-	จัดให้มีการแถลงข่าว นโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของ สสปน. ต่อสื่อมวลชนเป้าหมายที่ สสปน. เห็นชอบ (จำนวนสื่อมวลชน 15-20 สื่อ) เดือนละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง หากเป็นการแถลงข่าวสำหรับสื่อมวลชนไทย สื่อมวลชนที่จะมาร่วมงานจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หลักๆ (Top Tier) และ/หรือ โทรทัศน์อย่างน้อย 5-7 สื่อ (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม)	5,671,000.00 -	บาท
-	จัดให้มีกิจกรรม International Media Familiarization Trip 1 ครั้ง (จำนวนสื่อมวลชน 20 สื่อที่เป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้งในและต่างประเทศ) (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม)		
-	จัดให้มีการสัมภาษณ์สื่อมวลชนหรือเยี่ยมสื่อมวลชนระดับกลาง (สื่อมวลชน 7 - 10 สื่อ) เดือนละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง (ไม่รวม		

 รุ่งกมล

- ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม)
- จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ สกู๊ป หรือผลิตเนื้อหาลงสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ชิ้นงาน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษต่อ 1 ชิ้นงาน
- จัดทำและส่งมอบฐานข้อมูลรายชื่อสื่อที่เป็นสื่อ Business Events โดยตรงและ/หรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับ Business Events ทั้งในและต่างประเทศทั้งในไทยและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 100 รายชื่อ รวมทั้งบริหารความสัมพันธ์กับสื่อเพื่อให้ สสปน. มีภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อ
- แปลข่าวประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างประเทศ 1 ภาษา (จีน) อย่างน้อย 7 ชิ้นงาน
- ดำเนินการ/ประสานงานให้งานประชาสัมพันธ์ของ สสปน. ได้รับการเผยแพร่ในพื้นที่สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- รายงานผลและจัดทำรายงานการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์เมื่อเสร็จสิ้นระยะเวลาการลงสื่อประชาสัมพันธ์นั้นๆ โดยให้ระบุ PR Value ของสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และอีเมลล์ของบรรณาธิการของสื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยที่ Return on Investment (RoI) จะต้องไม่ต่ำกว่า 150% และ



๕๑๑๕



อัตราการลงทุนประชาสัมพันธ์ในสื่อ
ต่างประเทศร้อยละ 70 และสื่อในประเทศ
ร้อยละ 30 รวมทั้งต้องมียอดการเข้าถึงชาว
ประชาสัมพันธ์ของ สสปน. (Reach) ในสื่อ
ต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ไม่ต่ำกว่า
10 ล้านครั้ง เมื่อสิ้นสุดกิจกรรมจัดหาพื้นที่สื่อ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ

4. แหล่งที่มีของราคากลาง
บริษัท ฟิอาร์ ไฟกัส จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง
นายจักรพงศ์ พงศ์เวชรักษ์