



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม Events and Festivals ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างโครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม Events and Festivals ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว

เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่

ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร วันแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๗ สิงหาคม ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๗๙๒๖๗ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล napawan_p@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๑ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๑

ประกาศ ณ วันที่ ๘ สิงหาคม 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 : โครงการสื่อสารการตลาดครบวงจรเพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (IMC Thailand's MICE) ประจำปี 2561
2. ชื่อกิจกรรม : กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม Events & Festivals
3. งบประมาณ
วงเงิน 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) ราคาดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว
รหัสงบประมาณ : 2-61MS12004
4. วัตถุประสงค์
 - 4.1 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างการรับรู้ต่อเนื่องถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรม Events & Festivals แห่งภูมิภาคเอเชีย ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ในต่างประเทศ
 - 4.2 เพื่อสร้างความดึงดูดทางธุรกิจให้แก่ผู้ซื้อ และผู้ขายถึงโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรม Events & Festivals ของประเทศไทย
5. ขอบเขตการดำเนินงาน /รายละเอียดสินค้าและบริการ
 - 5.1 วางแผน จัดทำ และนำเสนอแผนกลยุทธ์การดำเนินงานสื่อสารการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในอุตสาหกรรม Events & Festivals ที่ทัดเทียมระดับนานาชาติ ผ่านงานที่ สสพ. ให้การสนับสนุน ในรูปแบบกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Traveler) ที่อยู่ในกลุ่ม Travel, Arts & Culture และ Lifestyle กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม Events & Festivals ในต่างประเทศ (Event planner/organizers, Business Travel Agencies, and Travel Management companies) สื่อมวลชน นักเขียน และบล็อกเกอร์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
 - 5.2 พัฒนากลยุทธ์และกิจกรรมออนไลน์ (Digital Solution) เพื่อประชาสัมพันธ์งาน Events & Festivals ที่ สสพ. ให้การสนับสนุน เพื่อสร้างการรับรู้ว่ามีงาน Events & Festivals ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ

เกิดขึ้นในประเทศไทย และเพื่อกระตุ้นจำนวนผู้เข้าร่วมงาน (International visitors) จากต่างประเทศ ในงานชุด “Andaman Series” ซึ่งประกอบด้วย

5.2.1 งาน L'Etape THAILAND by Le Tour de France 2018 ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างวันที่ 19-21 ตุลาคม 2561 ที่จังหวัดพังงา

5.2.2 งาน Phuket Harmony World Puppet Festival 2018 ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างวันที่ 2-4 พฤศจิกายน 2561 ที่จังหวัดภูเก็ต

5.2.3 งาน Thailand Biennale Krabi 2018 ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างวันที่ 2 พฤศจิกายน 2561 - 28 กุมภาพันธ์ 2562 ที่จังหวัดกระบี่

5.3 ออกแบบ จัดทำ และผลิตภาพชิ้นงานโฆษณาหลัก (Key Visual) และสื่อส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล ที่รองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิกส์ (Infographic) และออนไลน์แบนเนอร์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมนี้ ซึ่งสื่อส่งเสริมการตลาดทุกชิ้นต้องได้รับความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินการผลิต

5.4 ประสานงานในการจัดซื้อสื่อโฆษณาต่างๆ และจัดส่งการเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดทั้งโครงการ

5.5 เผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้จำนวนการเข้าถึง และ/หรือการรับรู้ (Reach) ไม่น้อยกว่า 800,000 คน (Viewership/ impression)

5.6 จัดทำรายงานการดำเนินงานกิจกรรมการสื่อสารการตลาดสำหรับงาน Events & Festivals แต่ละงาน รวม 3 งาน และรายงานสรุปผลการดำเนินการในภาพรวมพร้อมการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะหลังจากสิ้นสุดโครงการอีก 1 ฉบับ

5.7 จัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อดูแลประสานงานและเป็นผู้ติดต่อหลักสำหรับโครงการนี้

6. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา

๑๐๖ วรรคสาม

(5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

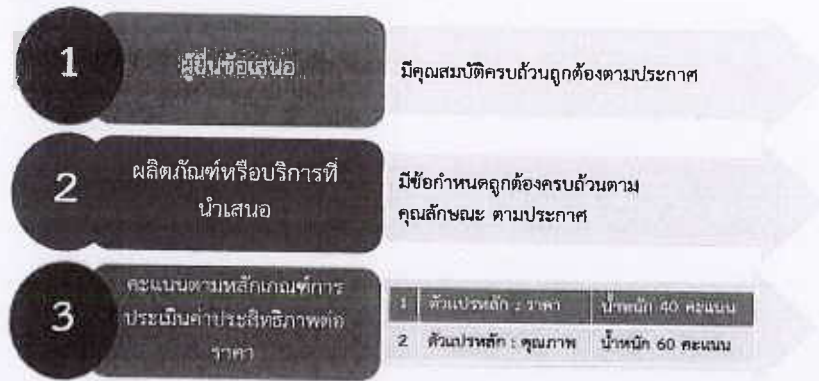
(6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

7. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ

ภายในระยะเวลา 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสปน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงาน พิจารณาจากแผนกลยุทธ์ และช่องทางการสื่อสาร ที่เจาะอุตสาหกรรม Events & Festivals ที่เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	50
ตัวแปรรองที่ 2	แนวความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอข้อมูล พิจารณาจากการนำเสนอแผนการวางแผนกิจกรรมการตลาดและสื่อโฆษณา โดยสามารถเพิ่มเติมช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ และสามารถครอบคลุมถึงสื่อสมาคม สมาพันธ์ หรือหอการค้าที่เจาะกลุ่มเป้าหมาย	20

	ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
ตัวแปรรองที่ 3	แนวทางการรายงานสรุปผลการดำเนินงาน พิจารณาจากการนำเสนอรายงานและความสมบูรณ์ครบถ้วนของรายงานผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ และผลวิเคราะห์เชิงข้อมูลที่สามารถนำมาประเมินและจัดทำแผนการซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรในครั้งต่อไป	10
ตัวแปรรองที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม พิจารณาจากการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม Events & Festivals ของบริษัท	10
ตัวแปรรองที่ 5	คุณสมบัติสำคัญของบุคลากร พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท คุณสมบัติของบริษัท โดยจะต้องมีผู้ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตสื่อออนไลน์ทั้งในเชิงเนื้อหาและการออกแบบที่เป็นมืออาชีพและเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ และการสรุปรายงานผลเชิงวิเคราะห์	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. สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
 4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก
9. การส่งมอบงาน
- ครั้งที่ 1 :** ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนกลยุทธ์การดำเนินงานสื่อสารการตลาดที่ได้รับการอนุมัติแล้วตามขอบเขตงานข้อ 5.1 และ 5.2 จำนวน 2 ชุด ภายในระยะเวลา 45 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ได้จัดทำของงาน จำนวน 2 งาน คือ 1) งาน L'Etape THAILAND by Le Tour de France 2018 และ 2) Phuket Harmony World Puppet Festival 2018 ที่ได้รับอนุมัติจาก สสพ. แล้ว จำนวน 1 ชุด ภายใน ระยะเวลา 120 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ได้จัดทำของงาน จำนวน 1 งาน คือ งาน Thailand Biennale Krabi 2018 และรายงานสรุปผลการดำเนินการใน ภาพรวมพร้อมการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะที่ได้รับอนุมัติจาก สสพ. แล้ว จำนวน 1 ชุด ภายใน ระยะเวลา 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. เงื่อนไขการชำระเงิน

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11. ค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวัน ละ 100 บาท. จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่า 5% ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการ จ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมปี 1 บาท

14. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิ์ยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ผู้ว่าจ้าง ด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขใดทั้งสิ้น

15. กรรมสิทธิ์

ผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงาน ที่กำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ ผู้ว่าจ้างไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้น หากไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้าง

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวนภาพารณ ไพอร่าม
ผู้ปฏิบัติการอาวุโส ฝ่ายการตลาด
Email: napawan_patceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6097



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย

ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม Events & Festivals ประจำปี 2561 ภายใต้โครงการสื่อสารการตลาดครบวงจรเพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (IMC Thailand's MICE)		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาด		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร			2,000,000.00 บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	23/07/2561	เป็นเงิน	2,000,000.00 บาท

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ค่าวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานสื่อสารการตลาด และกิจกรรมออนไลน์	400,000.00	บาท
3.2	ค่าจัดทำและออกแบบ Key Visual เพื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ	300,000.00	บาท
3.3	ค่าซื้อสื่อออนไลน์ตามช่องทางต่างๆ เฉลี่ย 50,000 บาทต่อครั้ง	1,300,000.00	บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 จากการประเมินหรือการคำนวณของสำนักงาน

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวนภาพรรณ ไพธอร่าม