



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๘๕๑,๓๓๖.๓๓ บาท (สองล้านแปดแสนห้าหมื่นหนึ่งพันสามร้อยสามสิบหกบาทสามสิบสามสตางค์)

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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๘๑-๖๙๔-๙๑๒๓ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่น
เสนอราคาได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่าน
โปรแกรม ZOOM Meeting ในวันพุธที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมล
ผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรด
สอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล
Ananta_l@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ โดยสำนักงาน
ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์
www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕


(นายภูริพันธ์ บุนนาค)

รองผู้อำนวยการ สสปน. สายงานบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ. สสปน.

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

ข้อกำหนดงาน (TERMS OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา

๑. ชื่อโครงการ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๒. ชื่อกิจกรรม การผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๗๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานรัฐที่มีพันธกิจหลักในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ สร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการประชาสัมพันธ์ให้ สสปน. และประเทศไทยได้รับความเชื่อมั่นในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ที่จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์สร้างงาน สร้างรายได้ ดึงคนจากทั้งในและต่างประเทศ เข้ามาใช้จ่ายกระจายสู่พื้นที่ต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด

ในการนี้ ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กรจึงดำเนินโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย รวมถึงการสร้างการรับรู้ถึงบทบาทหน้าที่ และบริการของ สสปน. โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. ให้แก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศ ด้วยเหตุนี้ จึงต้องจัดหาบริษัทเพื่อดำเนินการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร โดยครอบคลุมการบริหารจัดการผู้สื่อข่าว (Media) อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) กิจกรรมการแถลงข่าว ตลอดจนการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงบทบาทหน้าที่ และภาพลักษณ์ของ สสปน. ในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และบริการของ สสปน. รวมถึงอุตสาหกรรม การจัดประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรืออุตสาหกรรมไมซ์



๕.๒ เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สสป. ตามบทบาทภารกิจในฐานะองค์กรรัฐผู้ทำหน้าที่ผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

๖. เป้าหมายการดำเนินโครงการ

๖.๑ เป้าหมายมูลค่าข่าวไม่ต่ำกว่า ๕ เท่าของเงินลงทุนทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าข่าวประมาณ ๑๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท

๖.๒ มูลค่าข่าวที่ได้รับการนำเสนอโดยภาพรวมจะต้องมีการนำเสนอในสื่อหลักไม่ต่ำกว่า ๗๐% โดยสื่อหลักภายใต้คำจำกัดความ ได้แก่ สื่อทั้งส่วนกลาง และ สื่อส่วนภูมิภาค (ตามข้อกำหนดของแผนการดำเนินงานของผู้ว่าจ้าง)

- สื่อโทรทัศน์ทั้งฟรีทีวีระบบอนาล็อกและระบบดิจิทัล ได้แก่ ช่อง 3 / 33 HD / 5 HD / 7 HD / 9 MCOT HD / Thai PBS / NBT / TNN / Nation / NOW / PPTV / Thairath / ONE / Amarin / WorkPoint และอื่นๆ เป็นต้น
- สื่อวิทยุ ได้แก่ คลื่น FM 96.5 / FM 104.5 / FM 105.5 / FM 101 / FM 92.5 เป็นต้น
- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ไทยรัฐ / เดลินิวส์ / กรุงเทพธุรกิจ / ข่าวสด / มติชน / ผู้จัดการรายวัน / เดอะ เนชั่น / บางกอกโพสต์ / ประชาชาติธุรกิจ / ฐานเศรษฐกิจ / เชียงใหม่นิวส์ / เสียงใต้ / ขอนแก่นนิวส์ และอื่นๆ เป็นต้น
- สื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์สำนักข่าว และสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) / ทวิตเตอร์ (Twitter) / อินสตาแกรม (Instagram) / ยูทูบ (Youtube) และอื่นๆ

๗. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนงาน กลยุทธ์ ประเด็นการสื่อสาร และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ว่าจ้าง เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ โดยครอบคลุมงานในขอบข่ายความรับผิดชอบ ดังนี้

๗.๑ จัดทำแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พร้อมตารางดำเนินงาน (PR Plan and Activities) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสนับสนุนแผนงานของผู้ว่าจ้าง โดยต้องอยู่ภายใต้การพิจารณาของผู้ว่าจ้าง

๗.๒ จัดทำประเด็นการสื่อสาร แนวคิดหลักของโครงการเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ เช่น แนวทางการประชาสัมพันธ์ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมขององค์กร เพื่อการสื่อสารภายในประเทศ (PR Strategic Direction and Key Message) โดยต้องอยู่ภายใต้การพิจารณาของผู้ว่าจ้าง

๗.๓ ดำเนินงานบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของผู้ว่าจ้าง ดังนี้

- ๗.๓.๑ จัดกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารได้สัมภาษณ์พูดคุย และ/หรือแถลงนโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของผู้ว่าจ้างต่อสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์

(Youtuber-Vlogger) จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ คนขึ้นไป ในรูปแบบปกติหรือออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๑ ครั้ง

ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทความประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สู่สื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ สื่อ เป็นการทดแทนกิจกรรมดังกล่าวตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๗.๓.๒ จัดกิจกรรมพาสื่อมวลชน หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) เยี่ยมชมศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย หรือจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างสัมพันธ์ในกรุงเทพ หรือต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ จำนวนครั้งละไม่น้อยกว่า ๕ คน

ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทความประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สู่สื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ เป็นการทดแทนกิจกรรมดังกล่าวตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๗.๓.๓ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทความประชาสัมพันธ์ หรือภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ในสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง

๗.๓.๔ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relation Activities) ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง

๗.๓.๕ จัดกิจกรรมเยี่ยมสื่อมวลชนในวันครบรอบก่อตั้งสื่อ พร้อมสนับสนุนของที่ระลึก ไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น และอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับผู้ว่าจ้าง

๗.๓.๖ จัดทำประมวลข่าวสารสถานการณ์ความเคลื่อนไหวรายวันที่เกี่ยวข้องกับผู้ว่าจ้าง และอุตสาหกรรมไมซ์ จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ภายในประเทศ โดยนำส่งคลิปข่าวประชาสัมพันธ์ (News Clipping) พร้อมการสรุปข่าวประชาสัมพันธ์รายวันผ่านทางอีเมล ภายในเวลา ๑๐.๐๐ น. ของทุกวันทำการ

๗.๓.๗ จัดทำรายงานสรุปผลกิจกรรม มูลค่าข่าว และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวในและต่างประเทศ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงานประจำเดือน รวมจำนวน ๑๑ ฉบับ ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ

๗.๓.๘ จัดทำสรุปรายชื่อสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์และกิจกรรมต่างๆ ของผู้ว่าจ้าง ในรูปแบบ Soft File จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive

๗.๓.๙ สัมภาษณ์ความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้ว่าจ้าง ในกลุ่มสื่อหลัก และกลุ่มสื่ออุตสาหกรรมไมซ์ และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์

(Youtuber-Vlogger) ที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ รวมไม่น้อยกว่า ๒๕ สื่อ พร้อมจัดทำรายงานการ
สำรวจความคิดเห็นในรูปแบบ Soft File จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive
พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด

๗.๓.๑๐ จัดหาอุปกรณ์และวัสดุชนิดดีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตลอดโครงการ

๗.๓.๑๑ จัดหาผู้ประสานงานดูแลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้
ความสามารถ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์ประจำโครงการ
ให้แก่ผู้ว่าจ้าง อย่างน้อย ๓ คน

๗.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้ความรู้ความชำนาญในวิชาชีพ ตลอดจนระมัดระวังและมีความขยันหมั่นเพียรใน
การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตการดำเนินงานที่ได้รับ

๗.๕ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอ
ความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๗.๖ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความ
เหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงาน
เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๘. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของ
หน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

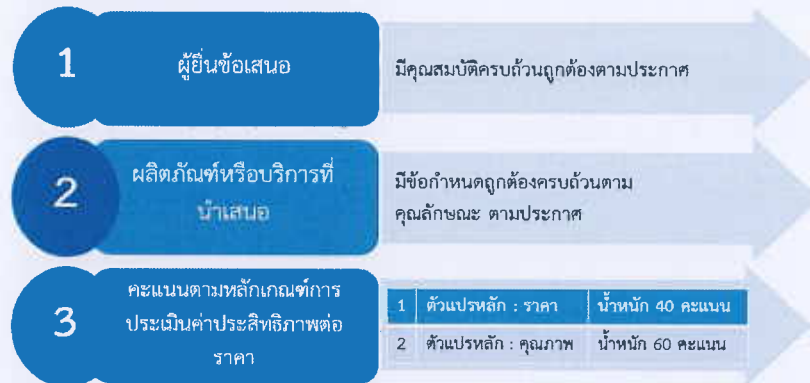
(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา
๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษา
ให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ



ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก ๒ ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ ๔๐ และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ ๖๐ โดยมีรายละเอียดดังนี้

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนักคะแนน
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร ๒ แปร		
ตัวแปรที่ ๑	การพิจารณาด้านราคา	๔๐
ตัวแปรที่ ๒	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	๖๐
รวม		๑๐๐

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๗ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	กลยุทธ์และแผนงานสร้างสรรค์ (Creative PR Strategies and Plan) พิจารณาตามแนวคิดกลยุทธ์แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่นำเสนออย่างสร้างสรรค์ ทันสถานการณ์ โดยมีความเหมาะสมและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์โครงการ มีความแปลกใหม่ และสามารถสร้างจุดขายให้แก่องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทั้งการสื่อสารองค์กรส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและพันธกิจการดำเนินงานขององค์กรเป็นหลัก พร้อมกระบวนการวัดผลการสื่อสารที่ชัดเจน	๓๐

ตัวแปรครั้งที่ ๒	<p>การจัดทำเนื้อหาสำหรับการสื่อสารองค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ให้เหมาะสม</p> <p>พิจารณาการนำเสนอประเด็นหลักในการสื่อสารตลอดโครงการ จัดทำเนื้อหาในการสื่อสารให้ สสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีจุดขายและมีความน่าสนใจ ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสื่อสารทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค</p>	๓๐
ตัวแปรครั้งที่ ๓	<p>ความแข็งแรงของเครือข่ายสื่อมวลชนทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค</p> <p>พิจารณาจากการติดต่อเครือข่ายกับสื่อมวลชนเป้าหมายทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สื่อออนไลน์ กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่เป็นไปอย่างเห็นผลและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถประสานงานกับหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐและเอกชนอื่นๆ ได้ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์</p>	๒๐
ตัวแปรครั้งที่ ๔	<p>ความพร้อมและประสบการณ์</p> <p>พิจารณาจากคุณสมบัติ ความพร้อมของบริษัท ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพงานด้านประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. รวมถึงประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท หากมีประสบการณ์ดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และ/หรือ ภาคเอกชนที่ต้องทำร่วมกับผู้บริหารสูงสุดขององค์กรจะถือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาลงคะแนน</p>	๒๐
รวม		๑๐๐

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๙.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๙.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๙.๓ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๙.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก



๑๐. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๓๕๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๑. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตารางดำเนินงาน (PR Plan and Activities) รายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่วันที่เริ่มทำงานจนถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๑ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๖
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนมีนาคม ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๒ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๖๖
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนเมษายน ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๖๖
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๔ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๖
๕	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนมิถุนายน ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๕ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๖
๖	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนกรกฎาคม ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๖ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๖
๗	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนสิงหาคม ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๗ ในรูปแบบ	ภายในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๖

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	
๘	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าค่าเช่าการประชุมสัมพันธ์เดือนกันยายน ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๘ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๖
๙	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าค่าเช่าการประชุมสัมพันธ์เดือนตุลาคม ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๙ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖
๑๐	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ และมูลค่าค่าเช่าการประชุมสัมพันธ์เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๑๐ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๖
๑๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๓ มูลค่าค่าเช่าการประชุมสัมพันธ์เดือนธันวาคม ๒๕๖๖ ฉบับที่ ๑๑ รายงานการสำรวจความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้ว่าจ้าง ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๑ ชุด และสรุปรายชื่อสื่อมวลชน ในรูปแบบ Soft File จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive	ภายใน ๓๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๒. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๑๑ งวดดังนี้

๑๒.๑ งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๒ งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๓ งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๔ งวดที่ ๔ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๕ งวดที่ ๕ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๕ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๖ งวดที่ ๖ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๖ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๗ งวดที่ ๗ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๗ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๘ งวดที่ ๘ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๘ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๙ งวดที่ ๙ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๙ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๑๐ งวดที่ ๑๐ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑๐ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๑๑ งวดที่ ๑๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๓. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๔. อากรแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสดมภ์ ๑ บาท

๑๕. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๖. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

๑๗. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ผู้ว่าจ้าง และผู้ว่าจ้างมีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

๑๘. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๙. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อผู้ว่าจ้างพิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้าง ทั้งสิ้น

๒๐. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน

๔. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง

๕. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวอนันตา หลีเกษม

ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: Ananta_l@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๙๗ หรือ ๐๘๑ ๖๙๔ ๙๑๒๓

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย / กิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		2,700,000.00	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	25/10/2565	เป็นเงิน	2,851,336.33 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ดำเนินการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร	2,851,336.33	บาท
-----	---	--------------	-----

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

- 4.1 บริษัท อิกโนส์คอลซัลส์ จำกัด
- 4.2 บริษัท มิราเคิลส์ มีเดีย จำกัด
- 4.3 บริษัท วิเสจ จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวอนันตา หลีเกษม ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร