



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ด้วยวิธี
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ
ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ด้วยวิธีประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น
๒,๕๗๕,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินกิจกรรมการผลิตเอกสาร	จำนวน	๓	งาน
ประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร			
องค์กร			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้

ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชี
กลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน
ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน
ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ
การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนัก

งานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก

ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็น

ผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่น

ข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตาม

พระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่ เว็บไซต์ www.busessevents thailand.com

com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๙๖ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่นเสนอราคาได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่านโปรแกรม ZOOM Meeting ในวันพฤหัสบดีที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล kwanchanok_o@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.busessevents thailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖



(นายสรายุโรจน์ สุตพันธุ์ชูโต)

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ. สสปน.

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

๑. ชื่อโครงการ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๒. ชื่อกิจกรรม การผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานรัฐที่มีพันธกิจหลักในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ สร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการประชาสัมพันธ์ให้ สสปน. และประเทศไทยได้รับความเชื่อมั่นในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ที่จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์สร้างงาน สร้างรายได้ ดึงคนจากทั้งในและต่างประเทศ เข้ามาใช้กระจายสู่พื้นที่ต่าง 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. รวมถึงอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรืออุตสาหกรรมไมซ์

๕.๒ เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สสปน. ตามบทบาทภารกิจในฐานะองค์กรรัฐผู้ทำหน้าที่ผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

๒๖/๒๖

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนงาน กลยุทธ์ ประเด็นการสื่อสาร และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ว่าจ้าง เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ โดยครอบคลุมเป้าหมายการดำเนินโครงการและขอบข่ายงาน ความรับผิดชอบ ดังนี้

๖.๑ เป้าหมายมูลค่าข่าวเมื่อสิ้นสุดโครงการไม่ต่ำกว่า ๕ เท่าของเงินลงทุนทั้งหมด

๖.๒ มูลค่าข่าวที่ได้รับการนำเสนอโดยภาพรวมจะต้องมีการนำเสนอในสื่อหลักไม่ต่ำกว่า ๖๐% โดยสื่อหลักภายใต้คำจำกัดความนี้ ได้แก่ สื่อทั้งส่วนกลาง และสื่อส่วนภูมิภาค (ตามข้อกำหนดของแผนการดำเนินงานของผู้ว่าจ้าง) เช่น

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

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

๖.๔ จัดทำประเด็นการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ เช่น แนวทางการประชาสัมพันธ์ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมขององค์กร เพื่อการสื่อสารภายในประเทศ (PR Strategic Direction and Key Message) โดยต้องอยู่ภายใต้การพิจารณาของผู้ว่าจ้าง

๖.๕ ดำเนินงานบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของผู้ว่าจ้าง ดังนี้

๖.๕.๑ 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 ๑๐ ครั้ง

ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบูชาประชาสัมพันธ์ หรือบทความ

พิเศษ

ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ เป็นการทดแทนกิจกรรมดังกล่าวตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๖.๕.๒ จัดกิจกรรมพาสื่อมวลชน หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) เยี่ยมชมศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย หรือจัดกิจกรรมพิเศษตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดในกรุงเทพ หรือต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) ตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ จำนวนครั้งละไม่น้อยกว่า ๕ คน

ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบูชาข่าวประชาสัมพันธ์ หรือบทความประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ เป็นการทดแทนกิจกรรมดังกล่าวตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๖.๕.๓ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบูชาข่าวประชาสัมพันธ์ หรือบทความประชาสัมพันธ์ หรือภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ในสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง

๖.๕.๔ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relation Activities) ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง

๖.๕.๕ จัดกิจกรรมเยี่ยมสื่อมวลชนในวันครบรอบก่อตั้งของสื่อ พร้อมสนับสนุนของที่ระลึกไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้น และอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับผู้ว่าจ้าง

๖.๕.๖ จัดทำประมวลข่าวสถานการณ์ความเคลื่อนไหวรายวันที่เกี่ยวข้องกับผู้ว่าจ้าง และอุตสาหกรรมไมซ์ จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ภายในประเทศ โดยนำส่งคลิปข่าวประชาสัมพันธ์ (News Clipping) พร้อมการสรุปข่าวประชาสัมพันธ์รายวัน โดยส่งผ่านทางอีเมล ภายในเวลา ๑๐.๐๐ น. ของทุกวันทำการ

๖.๕.๗ จัดทำรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม มูลค่าข่าว และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศของแต่ละเดือน ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด

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

๖.๕.๙ สำนักรวบรวมความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้ว่าจ้าง ในกลุ่มสื่อหลัก และกลุ่มสื่ออุตสาหกรรมไมซ์ และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) ที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ รวมไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ พร้อมจัดทำรายงานการสำนักรวบรวมความคิดเห็นในรูปแบบ Soft File โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด

๖.๕.๑๐ จัดหาอุปกรณ์และวัสดุชนิดดีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตลอดโครงการ

พ.น.ช.น

๖.๕.๑๑ จัดหาผู้ประสานงานดูแลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์ประจำโครงการ ให้แก่ผู้ว่าจ้าง อย่างน้อย ๓ คน

๖.๖ ผู้รับจ้างต้องใช้ความรู้ความชำนาญในวิชาชีพ ตลอดจนระมัดระวังและมีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตการดำเนินงานที่ได้รับ

๖.๗ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๘ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงาน เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

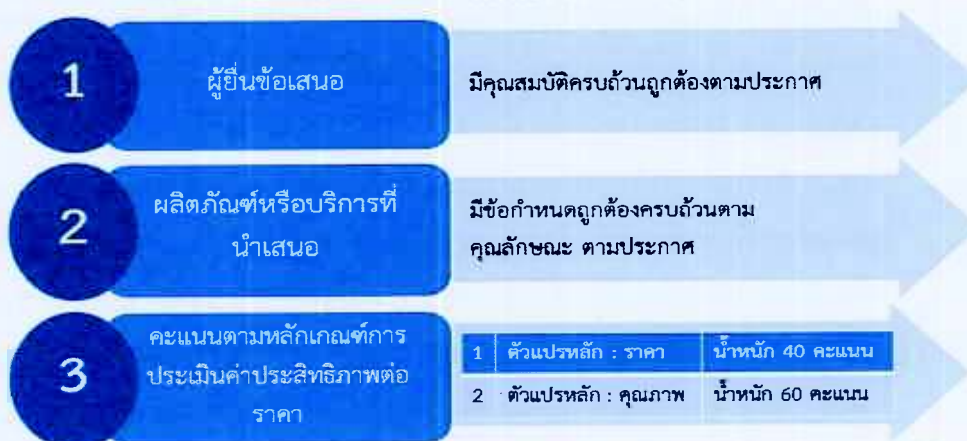
๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ 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



นพคุณ

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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	กลยุทธ์และแผนงานสร้างสรรค์ (Creative PR Strategies and Plan) ๑.๑ แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความสร้างสรรค์ พิจารณาจากการนำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด (๔๐ คะแนน) ประกอบด้วย ๑.๑.๑ สื่อโทรทัศน์ (๑๐ คะแนน) ๑.๑.๒ สื่อวิทยุ (๑๐ คะแนน) ๑.๑.๓ สื่อสิ่งพิมพ์ (๑๐ คะแนน) ๑.๑.๔ สื่อออนไลน์ (๑๐ คะแนน) ๑.๒ แผนกลยุทธ์และแผนงานสามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๑๕ คะแนน) ประกอบด้วย ๑.๒.๑ การนำเสนอกิจกรรมสำหรับผู้บริหารที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๕ คะแนน) ๑.๒.๒ การนำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) ที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๑๐ คะแนน) ๑.๓ พิจารณาจากการนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์ สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและพันธกิจการดำเนินงานองค์กร (๕ คะแนน)	๖๐

อนิชนา

ตัวแปรรองที่ ๒	บริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดทำเนื้อหาสำหรับการสื่อสารองค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ ๒.๑ พิจารณาจากการวางแผนการบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) ๒.๒ นำเสนอประเด็นการสื่อสาร และจัดทำเนื้อหาในการสื่อสารให้องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ให้ جذابและมีความน่าสนใจ (๑๕ คะแนน)	๒๐
ตัวแปรรองที่ ๓	ความพร้อม ประสบการณ์ และความเข้าใจเกี่ยวกับงานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. ๓.๑ คุณสมบัติความพร้อมของบริษัท ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพงานด้านประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. (๑๕ คะแนน) ๓.๒ เครือข่ายและการประสานงานกับหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐ และ/หรือสมาคม เอกชนอื่นๆ (๕ คะแนน)	๒๐
รวม		๑๐๐

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

ตัวแปรรอง	การพิจารณา/น้ำหนักคะแนน												
ตัวแปรรองที่ ๑	กลยุทธ์และแผนงานสร้างสรรค์ (Creative PR Strategies and Plan) ๔๐ คะแนน												
	๑.๑ แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความสร้างสรรค์ พิจารณาจากการนำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๔๐ คะแนน) ประกอบด้วย												
	๑.๑.๑ สื่อโทรทัศน์ (๑๐ คะแนน)												
	๑.๑.๒ สื่อวิทยุ (๑๐ คะแนน)												
	๑.๑.๓ สื่อสิ่งพิมพ์ (๑๐ คะแนน)												
	๑.๑.๔ สื่อออนไลน์ (๑๐ คะแนน)												
	<table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด</td><td>๑-๒</td></tr><tr><td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย</td><td>๓-๔</td></tr><tr><td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้</td><td>๕-๖</td></tr><tr><td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี</td><td>๗-๘</td></tr><tr><td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน</td><td>๙-๑๐</td></tr></table>		ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๑-๒	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๓-๔	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๕-๖	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๗-๘	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน
ความหมาย	ระดับคะแนน												
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๑-๒												
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๓-๔												
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๕-๖												
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๗-๘												
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๙-๑๐												

๖๓๕๖

๑.๒ แผนกลยุทธ์และแผนงานสามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๑๕ คะแนน)

๑.๒.๑ การนำเสนอกิจกรรมสำหรับผู้บริหารที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรน้อยที่สุด	๑
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรน้อย	๒
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรพอใช้	๓
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรดี	๔
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรดีที่สุดใน	๕

๑.๒.๒ การนำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) ที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรน้อยที่สุด	๑-๒
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรน้อย	๓-๔
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรพอใช้	๕-๖
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรดี	๗-๘
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรดีที่สุดใน	๙-๑๐

๑.๓ พิจารณาจากการนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์ สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล และพันธกิจการดำเนินงานองค์กร (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์น้อยที่สุด	๑
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์น้อย	๒
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์พอใช้	๓
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์ดี	๔
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ทันสถานการณ์ดีที่สุดใน	๕

ตัวแปรครั้งที่ ๒	บริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดทำเนื้อหาสำหรับการสื่อสารองค์กรและ อุตสาหกรรมไมซ์ ๒๐ คะแนน ๒.๑ พิจารณาจากการวางแผนการบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) <table border="1" data-bbox="464 346 1409 667"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อยที่สุด</td> <td>๑</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อย</td> <td>๒</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการพอใช้</td> <td>๓</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดี</td> <td>๔</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดีที่สุด</td> <td>๕</td> </tr> </tbody> </table> ๒.๒ พิจารณาจากการนำเสนอประเด็นการสื่อสาร และจัดทำเนื้อหาในการสื่อสารให้องค์กร และ อุตสาหกรรมไมซ์ให้มีจุดขายและมีความน่าสนใจ (๑๕ คะแนน) <table border="1" data-bbox="464 821 1409 1402"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการน้อยที่สุด</td> <td>๑-๓</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการน้อย</td> <td>๔-๖</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการพอใช้</td> <td>๗-๙</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการดี</td> <td>๑๐-๑๒</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการมากที่สุด</td> <td>๑๓-๑๕</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อยที่สุด	๑	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อย	๒	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการพอใช้	๓	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดี	๔	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดีที่สุด	๕	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการน้อยที่สุด	๑-๓	นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการน้อย	๔-๖	นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการพอใช้	๗-๙	นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการดี	๑๐-๑๒	นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการมากที่สุด	๑๓-๑๕
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อยที่สุด	๑																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อย	๒																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการพอใช้	๓																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดี	๔																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดีที่สุด	๕																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการน้อยที่สุด	๑-๓																								
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการน้อย	๔-๖																								
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการพอใช้	๗-๙																								
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการดี	๑๐-๑๒																								
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อ โครงการมากที่สุด	๑๓-๑๕																								
ตัวแปรครั้งที่ ๓	ความพร้อม ประสบการณ์ และความเข้าใจเกี่ยวกับงานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสพ. ๒๐ คะแนน ๓.๑ คุณสมบัตินี้วัดความพร้อมของบริษัท ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ความรู้ความ เข้าใจในวิชาชีพงานด้านประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสพ. (๑๕ คะแนน) <table border="1" data-bbox="464 1696 1409 2009"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. น้อยที่สุด</td> <td>๑-๓</td> </tr> <tr> <td>มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. น้อย</td> <td>๔-๖</td> </tr> <tr> <td>มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. พอใช้</td> <td>๗-๙</td> </tr> <tr> <td>มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. ดี</td> <td>๑๐-๑๒</td> </tr> <tr> <td>มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. ดีที่สุด</td> <td>๑๓-๑๕</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. น้อยที่สุด	๑-๓	มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. น้อย	๔-๖	มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. พอใช้	๗-๙	มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. ดี	๑๐-๑๒	มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. ดีที่สุด	๑๓-๑๕												
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. น้อยที่สุด	๑-๓																								
มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. น้อย	๔-๖																								
มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. พอใช้	๗-๙																								
มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. ดี	๑๐-๑๒																								
มีความประสบการณ์สื่อสารด้านอุตสาหกรรมไมซ์และ สสพ. ดีที่สุด	๑๓-๑๕																								

๓.๒ พิจารณาจากการมีประสบการณ์ทำงานกับหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐ และ/หรือ สมาคม เอกชนอื่นๆ (๕ คะแนน)	
ความหมาย	ระดับคะแนน
มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๓ ปี	๑
มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๒
มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๗ ปี	๓
มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๙ ปี	๔
มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๑ ปีขึ้นไป	๕
รวม	๑๐๐

๘.๓ สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลังข้อ ๘๓ (๒))

กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ตัวแปรรองที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๘.๔ ในกรณีที่ผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคามากกว่า ๓ รายขึ้นไป สสพ. จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคตามที่แนบมาในระบบ e-GP เป็นอันดับแรก จากนั้นอาจพิจารณาเลือกผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคาที่ได้คะแนนสูงสุด ๓ อันดับแรก เข้านำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค (Present) ตามความเหมาะสมอีกครั้ง หรืออาจพิจารณาเลือกผู้ชนะจากเอกสารในคราวนั้นเลยขึ้นกับความเหมาะสม

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๓๖๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตารางดำเนินงาน (PR Plan and Activities) ประเด็นการสื่อสาร รายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนมกราคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๑) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗

ปกติ

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๒) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๗
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนมีนาคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๓) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๖๗
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนเมษายน ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๔) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๖๗
๕	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๕) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๗
๖	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๖) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๗
๗	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนกรกฎาคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๗) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๗
๘	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนสิงหาคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๘) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๗
๙	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนกันยายน ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๙) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๗

๐๖๔๖๓

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑๐	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนตุลาคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๑๐) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๗
๑๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๑๑) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๑๐ ธันวาคม ๒๕๖๗
๑๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๖.๕ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนธันวาคม ๒๕๖๗ (ฉบับที่ ๑๒) ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๑๒ งวดดังนี้

๑๑.๑ งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๒ งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๓ งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๔ งวดที่ ๔ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๕ งวดที่ ๕ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๕ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๖ งวดที่ ๖ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๖ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๖๖/๒๖๓

๑๑.๗ งวดที่ ๗ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๗ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๘ งวดที่ ๘ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๘ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๙ งวดที่ ๙ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๙ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๑๐ งวดที่ ๑๐ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑๐ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๑๑ งวดที่ ๑๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๑๒ งวดที่ ๑๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิ์ยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาใดในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงาน

ฉบับร่าง

ดังกล่าวไว้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อผู้ว่าจ้างพิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้าง ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ ผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย่งคัดค้านการตัดสินของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน

๔. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ ผู้ว่าจ้าง

๕. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวขวัญชนก อดทน

ผู้จัดการ ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: kwanchanok_o@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๙๖

๒๖/๕/๒๕

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย / กิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		2,500,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	8/11/2566	เป็นเงิน	2,575,000.00 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1 ดำเนินการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร	2,575,000.00	บาท
---	--------------	-----

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

- 4.1 บริษัท อิกโนสคอลซัลส์ จำกัด
- 4.2 บริษัท ยู ซีเคเอส ครีเอชั่น จำกัด
- 4.3 บริษัท กู๊ดออฟเตอรันน จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวขวัญชนก อดทน ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร