



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ
ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น

๔,๒๑๑,๔๐๖.๘๐ บาท (สี่ล้านสองแสนหนึ่งหมื่นหนึ่งพันสี่ร้อยหกบาทแปดสิบสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินกิจกรรมการจัดกิจกรรม	จำนวน	๑	งาน
ส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือ

ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็น

ผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ 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) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.busesseventsthailand.com

หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๘๓๒๔๙๒๑๔๘ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่นเสนอราคาได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่านโปรแกรม ZOOM Meeting ในวันพุธที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๖ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล palida_l@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.busesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

ประกาศ ณ วันที่ ๒๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๖



จิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา

(นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE: TOR)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)

๑. ชื่อโครงการ โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ
๒. กิจกรรม การจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ
๓. งบประมาณวงเงิน ๔,๓๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านสามแสนบาท) ราคาดังกล่าวฯ รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีนโยบายหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศไทย จึงเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย แสดงศักยภาพความพร้อมของผู้ประกอบการในการจัดงานไมซ์ สร้างโอกาสในการเจรจาธุรกิจ กระตุ้นให้นักเดินทางไมซ์จัดงานในประเทศไทยกระจายสู่ภูมิภาคทั่วประเทศไทย รมรงค์ให้ภาครัฐ และภาคเอกชนร่วมมือร่วมใจผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์กระจายไปสู่ภูมิภาค เพื่อก่อให้เกิดรายได้และสร้างความแข็งแกร่งให้กับประเทศไทย นอกจากนี้ เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทพันธกิจและบริการขององค์กรเกี่ยวกับการให้การสนับสนุนภาคเอกชน และการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทุกภาคส่วน ผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ ตลอดจนสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบทบาทขององค์กร โดยเชื่อมโยงบริการทั้งภาครัฐและเอกชนในฐานะที่เป็นตัวแทนอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย ผ่านการจัดกิจกรรม และการสนับสนุนกิจกรรมในประเทศ

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของ สสปน. อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในฐานะผู้มีบทบาทในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยภายในประเทศ ให้กับกลุ่มเป้าหมายภายนอก ให้เกิดการรับรู้ความเข้าใจ ในบทบาทหน้าที่ และพันธกิจของ สสปน.

๕.๒ เพื่อการสร้างการรับรู้ เผยแพร่ ผลงานของหน่วยงานต่างๆ ภายใต้ สสปน. สู่ทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบทุกกลุ่มเป้าหมาย เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน กลุ่มนักเดินทางไมซ์ ผู้สื่อข่าว รวมถึงประชาชนทั่วไป

๕.๓ สร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยแสดงศักยภาพความพร้อมของผู้ประกอบการในการจัดงานไมซ์อย่างมีมาตรฐานในระดับสากล

๕.๔ เพื่อเป็นเวทีสร้างโอกาสทางธุรกิจกระจายความเจริญ และรายได้สู่ภูมิภาคกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เกิดการสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ

๕.๕ เพื่อเผยแพร่บทบาท และหน้าที่ของ สสปน. ในฐานะผู้พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทยพร้อมยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่ระดับนานาชาติ



๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างมีหน้าที่ในการดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ในรูปแบบการจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และการบริหารจัดการบูธประชาสัมพันธ์ฯ จำนวน ๑๐ ครั้ง โดยมีรายละเอียดแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ ๑: ผลิตบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของ สสพ.

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดการออกแบบบูธประชาสัมพันธ์ฯ และกิจกรรมภายในบูธฯ ด้วยการผสมผสานอัตลักษณ์ความเป็นไทยแต่ละท้องถิ่น (Soft Power) ซึ่งจะนำไปสู่การเป็น “High Value-Added Destination” ซึ่งเป็นทิศทางของ สสพ. ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้มาจดจำ (Authentic Experience) และความหลากหลายของเทศกาลแต่ละท้องถิ่นในประเทศไทย (Festive/Festival)

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำบูธประชาสัมพันธ์ฯ สำหรับกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ (TCEB Pop Up Booth) ในรูปแบบบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ที่เป็นโครงสร้างบูธชั่วคราว พร้อมกับออกแบบผังพื้นที่ (Floor plan) และรายละเอียดพื้นที่ในรูปแบบทัศนียภาพ (Perspective Design) ของบูธประชาสัมพันธ์ฯ จำนวน ๒ ขนาด คือ

- บูธประชาสัมพันธ์ฯ ขนาด ๓ x ๓ เมตร (๙ ตร.ม)
- บูธประชาสัมพันธ์ฯ ขนาด ๓ x ๖ เมตร (๑๘ ตร.ม)

ส่วนที่ ๒: การจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ และการบริหารจัดการ

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดกิจกรรม / เกมส์ (Engagement Activity Gimmick) ที่สามารถสร้างความน่าสนใจ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ โดยกิจกรรมดังกล่าวจะนำเสนอข้อมูลบทบาท พันธกิจ และบริการของ สสพ. เกี่ยวกับการให้การสนับสนุนภาคเอกชน และการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตร ทุกภาคส่วน ผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ และการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย รวมทั้ง นำเสนอกิจกรรมที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่โดดเด่นในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ในประเทศ โดยกิจกรรม/เกมส์ที่นำเสนอต้องสร้างการรับรู้ และให้มีส่วนร่วมในช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media Engagement) ของ สสพ. ได้

๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการ และวิธีการบริหารจัดการโครงการฯ ทั้งหมด อาทิ แผนการเตรียมงาน การติดตั้ง การรื้อถอน การบริหารจัดการกิจกรรม และ / หรือ การให้ข้อมูลภายในบูธประชาสัมพันธ์ฯ การทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริหารบุคลากร เป็นต้น

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการบริหารจัดการโครงการ ฯ ตามแนวปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับ “การจัดงานอย่างยั่งยืน” (Sustainable Events Basic Guideline) รวมถึง ทำการคำนวณ Carbon Footprint เบื้องต้นที่ลดลงโดยใช้ เครื่องมือคำนวณ Carbon Footprint Calculator ที่ทาง สสพ. ได้จัดทำไว้แล้ว (เครื่องมือคำนวณฯ ดูได้ที่ <https://climateaction.tceb.or.th/home>)

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา/จัดเตรียมของที่ระลึก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม และร่วมสมัย จำนวนไม่น้อย ๑,๐๐๐ ชิ้น สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมภายในบูธประชาสัมพันธ์ฯ ฯ ทั้งหมด ๑๐ ครั้ง โดยต้องให้ทาง สสพ. เห็นชอบก่อนดำเนินการผลิตและจัดสรรให้เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมทั้ง ๑๐ ครั้ง

Handwritten signature

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ (TCEB Pop Up Booth) และบริหารจัดการบูธประชาสัมพันธ์ ในพื้นที่ทั่วประเทศไทย จำนวน ๑๐ ครั้ง ๆ ละ ๑-๓ วัน (ดูสถิติการดำเนินกิจกรรมฯ จากปีที่ผ่านมาได้จากเอกสารแนบ)

- รูปแบบบูธประชาสัมพันธ์ ในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง มีขนาด ๓ x ๓ เมตร (๙ ตร.ม) และ/หรือ ขนาด ๓ x ๖ เมตร (๑๘ ตร.ม)

ทั้งนี้ สสพ. จะเป็นผู้กำหนดสถานที่ จำนวนวัน และรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop Up Booth) ตามที่ สสพ. เห็นสมควรในแต่ละงาน โดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

๖.๘ จัดหา/จัดเตรียม และติดตั้งอุปกรณ์สำหรับระบบภาพ แสง เสียง อาทิ อุปกรณ์เครื่องเสียง จอภาพ และกระแสไฟฟ้าให้เพียงพอสำหรับกิจกรรมภายในบูธในแต่ละครั้ง เป็นต้น เพื่อใช้ในการดำเนินการการจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์ ฯ ดังนี้

๑) จอแวนอน (VDO Loop) จำนวน ๑ - ๒ จอ

๒) จอแนวตั้ง จำนวน ๑ จอ

๖.๙ จัดหาเจ้าหน้าที่ประจำบูธประชาสัมพันธ์ฯ ดังนี้

๑) จัดหาพิธีกร (Emcee) (สื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ (ธุรกิจ)) จำนวน ๑ คน พร้อมจัดทำบทพูดพิธีกร (Emcee Script) ภาษาไทย และอังกฤษ

๒) จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานหลัก (Project Manager) (สื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ) จำนวน ๑ คน

๓) จัดหาเจ้าหน้าที่ดำเนินกิจกรรม (สื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ) จำนวน ๒ คน

๔) จัดหา/จัดเตรียม ช่างภาพนิ่ง และช่างภาพวิดีโอ (VDO) : แบบมืออาชีพเพื่อบันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว พร้อมการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน พร้อมผลิต และตัดต่อประมวลภาพกิจกรรมที่สำคัญ (VDO Hi-Light) ของงานในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม (การบันทึกภาพเคลื่อนไหวต้องมีความละเอียดสูง คุณภาพดี) ความยาว (VDO) ไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

๕) จัดหาเจ้าหน้าที่ช่างเทคนิค จำนวน ๑ คน

๖.๑๐ จัดหา/จัดเตรียมระบบ เพื่อรวบรวมข้อมูลคนเข้าร่วมชมบูธประชาสัมพันธ์ ฯ โดยเก็บข้อมูลของผู้เข้าร่วมชมบูธ หรือเข้าร่วมกิจกรรมในบูธประชาสัมพันธ์ฯ (Database Summary) อาทิ จากนามบัตร ชื่อ-นามสกุล เบอร์ติดต่อ อีเมล ชื่อบริษัท ที่อยู่ เครื่องมือนับจำนวนคน (Clicker Counter) เป็นต้น ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

๖.๑๑ จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจผู้เข้าร่วมกิจกรรมในบูธประชาสัมพันธ์ฯ โดยต้องมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมตลอดการจัดกิจกรรมทั้ง ๑๐ ครั้ง จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน พร้อมจัดทำรายงานสรุปจำนวนยอดผู้เข้าร่วมกิจกรรมผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) ของ สสพ. ที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง (Social Media Engagement Report) บันทึกข้อมูลลงในรูปแบบ ไฟล์ Excel file พร้อมรายงานสรุปประมวลผลในรูปแบบ

ป.พ.

ส่งมอบงาน (Proposal) ในแต่ละครั้งของกิจกรรม ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

๖.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องทำการออกแบบงานกราฟฟิก และจัดทำอาร์ตเวิร์ค (Artwork) และ/หรือผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เพื่อเผยแพร่ในช่องทางต่างๆ ของ สสป. จำนวนอย่างน้อย ๘ ชิ้นงาน

๖.๑๓ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน (หากมี) อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าประกันบุคคลที่ ๓ ค่าค่าประกันพื้นที่ ค่าบริหารส่วนกลาง ค่าบัตรเข้างานของเจ้าหน้าที่และทีมงาน (Staff) ฯลฯ ตามข้อกำหนดของผู้จัดงาน เป็นต้น

๖.๑๔ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการรับ-ส่ง (หากมี) อุปกรณ์ต่างๆ สำหรับการออกบูธประชาสัมพันธ์เอกสารแจก อาทิ แผ่นพับ สูจิบัตร หรืออื่น ๆ เป็นต้น สำหรับการออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ ในกิจกรรมแต่ละครั้ง

๖.๑๕ ผู้รับจ้างจะต้องทำการรื้อถอนโครงสร้างบูธประชาสัมพันธ์ฯ และจัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์ เอกสาร และของที่ระลึกต่าง ๆ ออกจากพื้นที่การจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง ตามข้อกำหนดของแต่ละงานพร้อมจัดเก็บโครงสร้างชิ้นงาน และวัสดุ เครื่องมือ เครื่องใช้ เอกสาร ของที่ระลึก และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ที่จัดเก็บที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการชำรุดเสียหาย สำหรับใช้งานในครั้งต่อไปตามความเหมาะสม

๖.๑๖ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

๑. ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

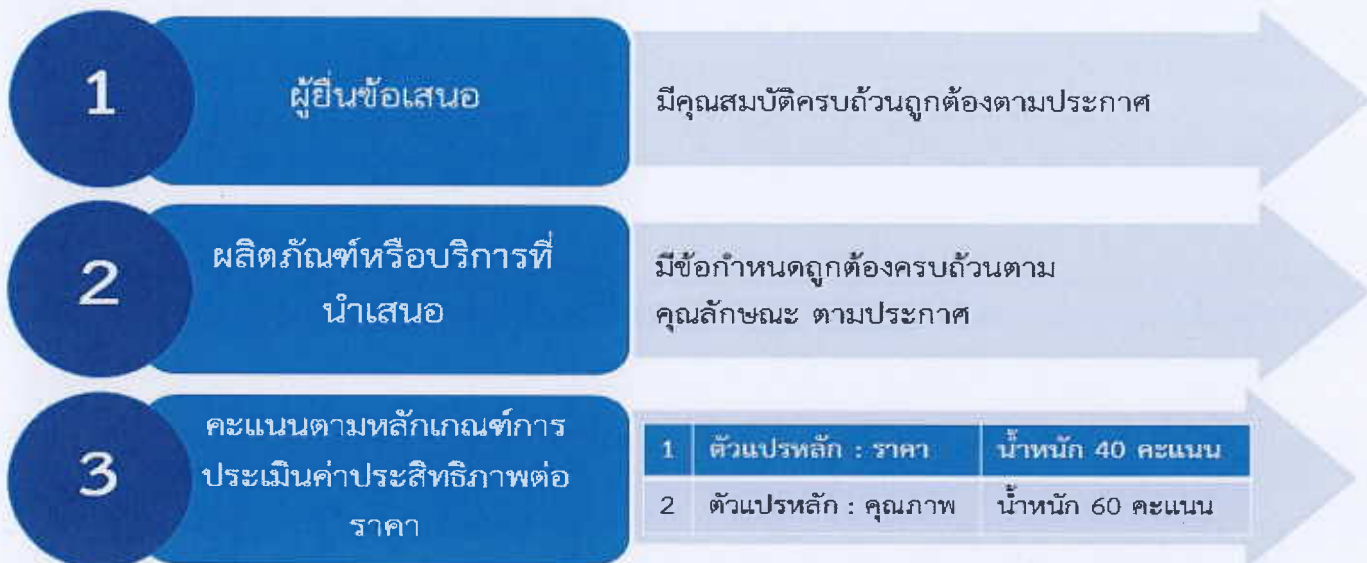
๒. ผู้รับจ้างต้องจัดให้มี และคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- ๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- ๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๙
- ๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

21844



๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสบน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอน และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 ตัวแปร		น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรที่ ๑	การพิจารณาด้านราคา	๔๐
ตัวแปรที่ ๒	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	๖๐
รวม		๑๐๐

ตัวแปรที่ ๑: การพิจารณาด้านราคา ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาตามขอบเขตงาน โดยแสดงรายละเอียดแยกเป็นรายการอย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

การเสนอราคาให้เสนอตามรูปแบบของบูธในแต่ละแบบ และแต่ละสถานที่ในการจัดแสดงบูธแต่ละครั้ง โดยเสนอราคาในพื้นที่ทั่วประเทศ ตามรายละเอียดที่ได้ระบุไว้ใน ข้อ ๖. (กรุงเทพมหานครและปริมณฑลและต่างจังหวัด)

ตัวแปรที่ ๒: การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ประกอบด้วย ตัวแปรรอง และหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังต่อไปนี้

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ ๑.๑ การนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม (Concept & Theme) (๑๐ คะแนน) ๑.๒ การนำเสนองานออกแบบบุธประชาสัมพันธ์ (Design) (๑๐ คะแนน) ๑.๓ การนำเสนอการเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเนื้อหาที่จัดแสดง รวมถึงการบริหารจัดการภายในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม (๑๐ คะแนน) ๑.๔ การนำเสนอกิจกรรม/เกมส์ (Engagement Activity Gimmick) ในบุธประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน) ๑.๕ การนำเสนอของที่ระลึกที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของ สสพ. (Corporate Identity) และภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศไทยในธุรกิจอุตสาหกรรมไม้ (๕ คะแนน) ๑.๖ การนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดภายใต้ทิศทางของ สสพ. ด้วยความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน)	๕๐
ตัวแปรรองที่ ๒	การนำเสนอแผนการดำเนินงาน ๒.๑ การนำเสนอแผนการดำเนินการ (๑๐ คะแนน) ๒.๒ การนำเสนอการบริหารจัดการและนำเสนอแผนดำเนินการ (Booth Management) กิจกรรม (๑๐ คะแนน)	๒๐
ตัวแปรรองที่ ๓	นำเสนอเรื่องของการจัดงานอย่างยั่งยืน (Sustainability) ๓.๑ การนำเสนอเรื่องของการเสนอแนวคิดแบบ 4.0 และรักษาสิ่งแวดล้อม การลดภาวะโลกร้อน ตลอดจนประเด็นต่างๆ ที่ทั่วโลกให้ความสนใจมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบงาน (Sustainability) (๑๐ คะแนน) ๓.๒ แสดงผลการคำนวณ Carbon Footprint Calculator เบื้องต้นที่ลดลงได้จากการจัดงาน พร้อมกับทำสรุปความสำเร็จจากจำนวน Carbon Footprint ที่ลดลงได้จากการจัดงาน (๑๐ คะแนน)	๒๐
ตัวแปรรองที่ ๔	พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน และ/หรือ มีผลงานในการจัดงาน (๑๐ คะแนน)	๑๐
รวม		๑๐๐

ปลอ

ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนน ของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูล การดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความ เข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค โดยมีวิธีในการประเมินให้คะแนน ดังต่อไปนี้

ตัวแปร	การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนน																								
ตัวแปรรองที่ ๑	การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์																									
๑.๑	การนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม (Concept & Theme) (๑๐ คะแนน)	พิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบกิจกรรม <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๐</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๓</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๕</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๘</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๐	ต้องปรับปรุง	๓	พอใช้	๕	ดี	๘	ดีที่สุด	๑๐												
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๐																									
ต้องปรับปรุง	๓																									
พอใช้	๕																									
ดี	๘																									
ดีที่สุด	๑๐																									
๑.๒	การนำเสนองานออกแบบ (Design) บูธประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน) ● ความสวยงามในการออกแบบ (๕ คะแนน) ● ประโยชน์ในการใช้สอยภายในบูธ/พื้นที่จัดงาน (๕ คะแนน)	ความสวยงามในการออกแบบ <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๑</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table> ประโยชน์ในการใช้สอยภายในบูธ/พื้นที่จัดงาน <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๑</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๑	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔	ดีที่สุด	๕	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๑	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔	ดีที่สุด	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๑																									
ต้องปรับปรุง	๒																									
พอใช้	๓																									
ดี	๔																									
ดีที่สุด	๕																									
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๑																									
ต้องปรับปรุง	๒																									
พอใช้	๓																									
ดี	๔																									
ดีที่สุด	๕																									
๑.๓	การนำเสนอการเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเนื้อหาที่จัดแสดง รวมถึงการบริหารจัดการภายในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม (๑๐ คะแนน)	เทคโนโลยีในการสื่อสาร <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๐</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๓</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๕</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๘</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๐	ต้องปรับปรุง	๓	พอใช้	๕	ดี	๘	ดีที่สุด	๑๐												
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๐																									
ต้องปรับปรุง	๓																									
พอใช้	๕																									
ดี	๘																									
ดีที่สุด	๑๐																									

๑.๕	การนำเสนอกิจกรรม/เกมส์ (Engagement Activity Gimmick) ภายในบูธประชาสัมพันธ์ ฯ (๑๐ คะแนน) <u>ความหมายของระดับคะแนน</u> ใช้ไม่ได้ หมายถึง เป็นกิจกรรมไม่สร้างสรรค์ ต้องปรับปรุง หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เน้นเพียงความสนุก พอใช้ หมายถึง สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้ เกี่ยวข้องกับไมซ์ ดี หมายถึง ดำเนินกิจกรรมผ่าน Social Media เกี่ยวข้องกับไมซ์ สามารถ ดึงดูดความสนใจให้บูธได้ ดีที่สุด หมายถึง ดำเนินการผ่าน Social Media สามารถสร้างการมีส่วนร่วม ดึงดูดความสนใจให้บูธและจัดเก็บฐานข้อมูลได้	รูปแบบกิจกรรมภายในบูธ <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๐</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๓</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๕</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๘</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๐	ต้องปรับปรุง	๓	พอใช้	๕	ดี	๘	ดีที่สุด	๑๐
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ใช้ไม่ได้	๐													
ต้องปรับปรุง	๓													
พอใช้	๕													
ดี	๘													
ดีที่สุด	๑๐													
๑.๕	การนำเสนอของที่ระลึกที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของ สสพ. (Corporate Identity) และภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศไทยในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ (๕ คะแนน) <u>ความหมายของระดับคะแนน</u> ใช้ไม่ได้ หมายถึง ไม่มีความน่าสนใจ ต้องปรับปรุง หมายถึง ไม่มีความน่าสนใจแต่ใช้ประโยชน์ได้ พอใช้ หมายถึง มีความน่าสนใจและใช้ประโยชน์ได้ ดี หมายถึง สะท้อนเอกลักษณ์ของ สสพ. น่าสนใจและใช้ประโยชน์ได้ ดีที่สุด หมายถึง สะท้อนเอกลักษณ์ของ สสพ. และภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศไทย น่าสนใจและใช้ประโยชน์ได้	สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของ สสพ. และภาพลักษณ์ของประเทศไทยในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๑</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๑	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔	ดีที่สุด	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ใช้ไม่ได้	๑													
ต้องปรับปรุง	๒													
พอใช้	๓													
ดี	๔													
ดีที่สุด	๕													
๑.๖	การนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดและการขายภายใต้ทิศทางของ สสพ. ด้วยความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน)	การนำเสนอข้อมูลด้านการตลาด <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๐</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๐	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔	ดีที่สุด	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ใช้ไม่ได้	๐													
ต้องปรับปรุง	๒													
พอใช้	๓													
ดี	๔													
ดีที่สุด	๕													
ตัวแปรรองที่ ๒	การนำเสนอแผนการดำเนินการ													
๒.๑	การนำเสนอแผนการดำเนินการ (๑๐ คะแนน)	ความเหมาะสมของแผนบริหารจัดการบูธฯ <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๐</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๓</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๕</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๘</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๐	ต้องปรับปรุง	๓	พอใช้	๕	ดี	๘	ดีที่สุด	๑๐
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ใช้ไม่ได้	๐													
ต้องปรับปรุง	๓													
พอใช้	๕													
ดี	๘													
ดีที่สุด	๑๐													
๒.๒	การนำเสนอการบริหารจัดการและนำเสนอแผนดำเนินการ (Booth Management) (๑๐ คะแนน)	ความเหมาะสมของแผนดำเนินงานด้านบุคลากร <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๑</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๑	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔		
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ใช้ไม่ได้	๑													
ต้องปรับปรุง	๒													
พอใช้	๓													
ดี	๔													

		<table><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table> ความเหมาะสมของระยะเวลาของแผนดำเนินงาน <table><tr><td>ความหมาย</td><td>ระดับคะแนน</td></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๑</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table>	ดีที่สุด	๕	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๑	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔	ดีที่สุด	๕										
ดีที่สุด	๕																									
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๑																									
ต้องปรับปรุง	๒																									
พอใช้	๓																									
ดี	๔																									
ดีที่สุด	๕																									
ตัวแปรครั้งที่ ๓	การนำเสนอเรื่องของการจัดงานอย่างยั่งยืน (Sustainability) การนำเสนอเรื่องของการผสมผสานแนวคิดแบบ ๔.๐ และรักษาสิ่งแวดล้อม การลดภาวะโลกร้อน ตลอดจนประเด็นต่างๆ ที่ทั่วโลกให้ความสนใจมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบูรณาการสัมพันธ์ (Sustainability) (๑๐ คะแนน) แสดงผลการคำนวณ Carbon Footprint เบื้องต้นที่ลดลงได้จากการจัดงาน พร้อมสรุปความสำเร็จจำนวน Carbon Footprint ที่ลดลงได้จากการจัดงาน (๕ คะแนน)	ความเหมาะสมของการนำเสนอเรื่องของการจัดงานอย่างยั่งยืน <table><tr><td>ความหมาย</td><td>ระดับคะแนน</td></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๐</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๓</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๕</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๘</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๑๐</td></tr></table> พิจารณาจากการนำเสนอผลการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกฯ <table><tr><td>ความหมาย</td><td>ระดับคะแนน</td></tr><tr><td>ใช้ไม่ได้</td><td>๑</td></tr><tr><td>ต้องปรับปรุง</td><td>๒</td></tr><tr><td>พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>ดี</td><td>๔</td></tr><tr><td>ดีที่สุด</td><td>๕</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๐	ต้องปรับปรุง	๓	พอใช้	๕	ดี	๘	ดีที่สุด	๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้ไม่ได้	๑	ต้องปรับปรุง	๒	พอใช้	๓	ดี	๔	ดีที่สุด	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๐																									
ต้องปรับปรุง	๓																									
พอใช้	๕																									
ดี	๘																									
ดีที่สุด	๑๐																									
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ใช้ไม่ได้	๑																									
ต้องปรับปรุง	๒																									
พอใช้	๓																									
ดี	๔																									
ดีที่สุด	๕																									
ตัวแปรครั้งที่ ๔	พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน และ/หรือ มีประสบการณ์และผลงานในการจัดงาน (๑๕ คะแนน)	พิจารณาจากประสบการณ์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน <table><tr><td>มีผลงานระดับจังหวัด</td><td>๑-๕</td></tr><tr><td>มีผลงานระดับประเทศ</td><td>๖-๑๐</td></tr><tr><td>มีผลงานระดับนานาชาติ</td><td>๑๐-๑๕</td></tr></table>	มีผลงานระดับจังหวัด	๑-๕	มีผลงานระดับประเทศ	๖-๑๐	มีผลงานระดับนานาชาติ	๑๐-๑๕																		
มีผลงานระดับจังหวัด	๑-๕																									
มีผลงานระดับประเทศ	๖-๑๐																									
มีผลงานระดับนานาชาติ	๑๐-๑๕																									

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

กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาด

Signature

ตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว ฯ ได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรก เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม ตามสัญญา

นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ถึง วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗

๑๐. การส่งมอบงาน โดยแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑: การผลิตบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑) ผู้รับจ้างต้องส่งมอบบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) ณ สถานที่ที่ได้มีการตกลงกันไว้ พร้อมภาพถ่ายในการส่งมอบงานฯ ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑) ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ส่วนที่ ๒: การจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และการบริหารจัดการตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๒) ลำดับที่ ๖.๓ - ๖.๑๕

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบสรุปผลรายงานการดำเนินกิจกรรมฯ และข้อมูลการจัดกิจกรรม หลังจากการจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ เสร็จสิ้นในแต่ละครั้ง โดยจัดทำเป็นรูปแบบรูปส่งมอบงาน (Proposal) จำนวน ๑ ชุด และบันทึกข้อมูลในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) จำนวน ๑ ชุด ส่งมอบงานภายใน ๓๐ วัน นับจากวันที่จบการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง

โดยรายละเอียดการส่งมอบงานในแต่ละครั้งของกิจกรรม (ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๒) ลำดับที่ ๖.๓ - ๖.๑๕) มีดังนี้

- ๑) รายงานสรุปผลแผนการและวิธีการบริหารจัดการ (แต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม)
- ๒) ผลสรุปความสำเร็จจากจำนวน Carbon Footprint ที่ลดลงได้จากการจัดงาน ในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม และสรุปรวมทั้งหมดของทุกกิจกรรม (๑๐ ครั้ง) ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย
- ๓) รายงานสรุปผลผู้เข้าร่วมงานและฐานข้อมูล (Database Summary) ของผู้เข้าร่วมงานในรูปแบบ Soft file (Excel) และสรุปข้อมูลบันทึกลงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) *ส่งรายงานสรุปผ่านทางอีเมลให้กับทาง สสพ. หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้งภายใน ๗ วัน วัน และสรุปการดำเนินการส่งทางอีเมล ลงในเล่มส่งมอบงาน (Proposal) ในแต่ละครั้งของกิจกรรม*
- ๔) รายงานสรุปผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบ Soft file (Excel) และรูปแบบพรีเซนต์เตชัน (Presentation) พร้อมบันทึกลงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) *ส่งรายงานสรุปผ่านทางอีเมลให้กับทาง สสพ. หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้ง ภายใน ๗ วัน และสรุปการดำเนินการส่งทางอีเมล ลงในเล่มส่งมอบงาน (Proposal) ในแต่ละครั้งของกิจกรรม*
- ๕) รายงานสรุปเจ้าหน้าที่ประจำบูธประชาสัมพันธ์ฯ ในแต่ละครั้งของกิจกรรมฯ
- ๖) รูปถ่ายภาพนิ่ง (Raw file) และประมวลภาพวิดีโอ (VDO Hi-light) ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที พร้อมใส่ซับไตเติ้ล (Subtitle) (ภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ) จำนวน ๑ ชิ้นงาน บันทึกลงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) *ส่งรายงานสรุปผ่านทางอีเมลให้กับทาง สสพ. หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้ง ภายใน ๗ วัน และสรุปการดำเนินการส่งทางอีเมลลงในเล่มส่งมอบงาน (Proposal) ในแต่ละครั้งของกิจกรรม*

nmw

- ๗) สรุปรประมวลภาพวิดีโอ (VDO Hi-light) ของการจัดกิจกรรมฯ ทั้ง ๑๐ ครั้ง/กิจกรรม ความยาว ไม่น้อยกว่า ๓ นาที พร้อมใส่ซับไตเติ้ล (Subtitle) (ภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ) จำนวน ๑ ชิ้นงาน และบันทึกลงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (External Hard Disk) (ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย)
- ๘) ไฟล์งานออกแบบทั้งหมด (Artwork Design) บันทึกลงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (External Hard Disk) (ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย)
- ๙) บันทึกข้อมูลทั้งหมดของการดำเนินงานตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑ และ ส่วนที่ ๒) ในกิจกรรม การออกบูธประชาสัมพันธ์ ทั้ง ๑๐ ครั้ง ลงในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (External Hard Disk) ความจุไม่น้อยกว่า 1TB. จำนวน ๑ ชุด (ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย)

ทั้งนี้ การส่งมอบงานครั้งสุดท้าย ต้องส่งมอบงานภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗ โดยผู้รับจ้างต้องรวบรวม ข้อมูลทั้งหมดของทั้งโครงการฯ ซึ่งประกอบด้วย

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งการชำระเงินค่าจ้างดังนี้

๑. การจ่ายค่าจ้างตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑)

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง ตามอัตราค่าจ้างเฉพาะงานตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑) เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบงานเรียบร้อยแล้ว และคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาเห็นชอบและได้นำเสนอผู้มีอำนาจลงนามรับทราบการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๒. การจ่ายค่าจ้างตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๒)

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้างตามอัตราค่าจ้างของการจัดงาน/กิจกรรมแต่ละครั้ง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานในแต่ละครั้งของการจัดงาน/กิจกรรม (ตามรายละเอียดในการส่งมอบงานส่วนที่ ๒) เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว และคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาเห็นชอบและนำเสนอผู้มีอำนาจลงนามรับทราบการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ ใบเสนอราคาต้องระบุรายละเอียดค่าใช้จ่ายของการจัดกิจกรรมฯ ในแต่ละครั้งอย่างชัดเจน

๑๒. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่างาน ที่ยังไม่ได้ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

๑๓. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนนั้นได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้ว่าจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

ปลพ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่างงานแต่บางส่วน โดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่งผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่างตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

๑๔. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๕. การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๑๖. อากรแสตมป์

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

๑๗. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนดผู้ว่าจ้าง หรือ สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าว ๆ ทำให้ผู้ว่าจ้าง หรือ สสพ. เกิดความเสียหายผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้าง หรือ สสพ. โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น

๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอปรราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ผู้ว่าจ้าง ทั้งสิ้น

๑๙. กรรมสิทธิ์

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูล และ/หรือ ซอฟต์แวร์ (Software) และสิ่งอื่นใดที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงาน รวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ.

ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน. และ สสปน. มีสิทธิที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ โดยผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงานและกำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ สสปน. ไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้นหากไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

หมายเหตุ:

- ๑) ผลการตัดสินใจของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น
- ๒) สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
- ๓) หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน
- ๔) สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้า และ/หรือ ภายหลังการตัดสินใจของ สสปน.
- ๕) สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

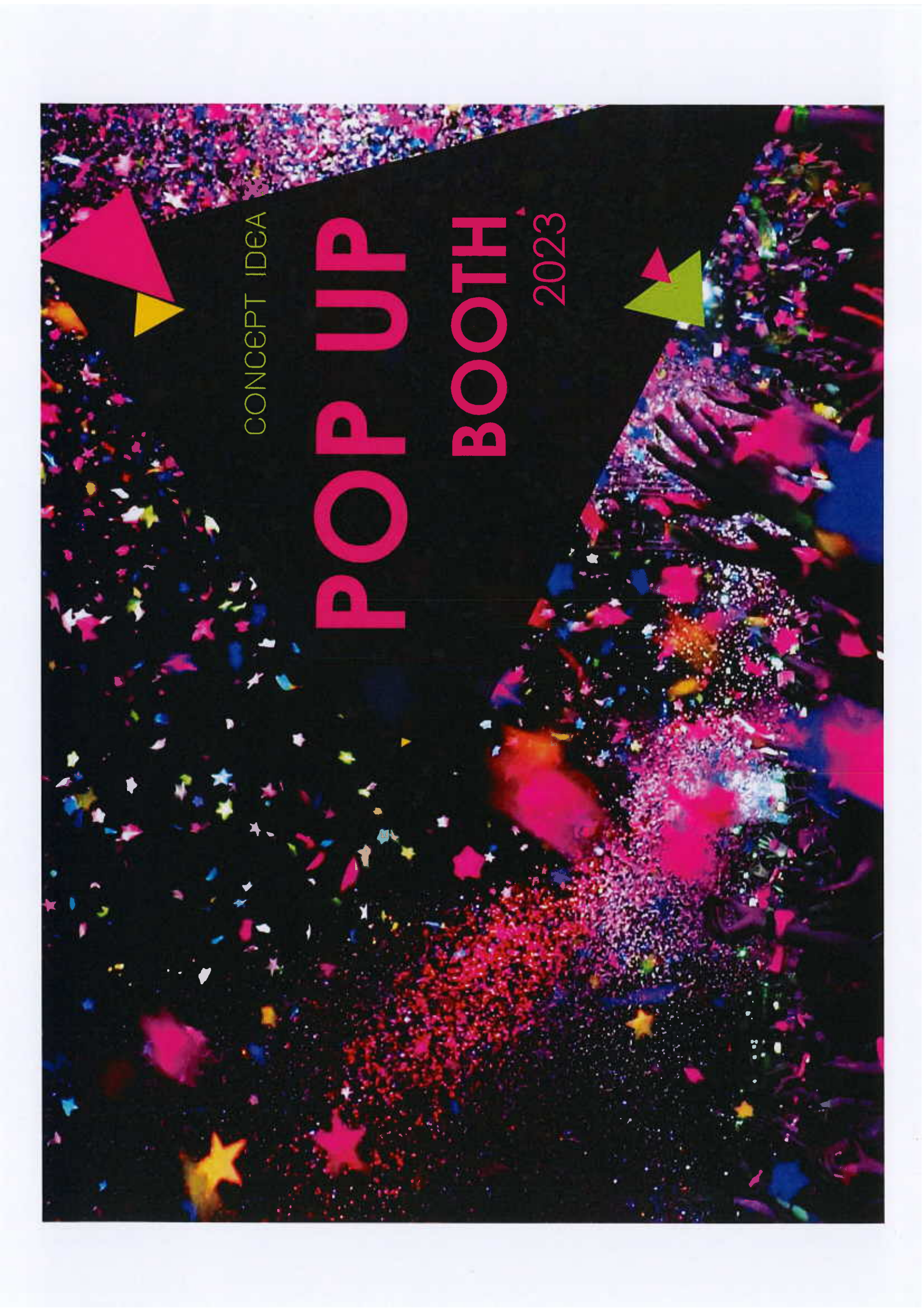
ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

นางสาวปาไลดา ลีฉะลิมาวงศ์ ผู้จัดการส่วนงานกิจกรรมการตลาด ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

อีเมล: palida_@tceb.or.th

โทรศัพท์: ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๐๕, ๐๘๓-๒๔๙-๒๑๔๘





CONCEPT IDEA

POP UP BOOTH 2023

MICE COMMUNICATION FRAMEWORK

THAILAND MICE MEET THE MAGIC

มนต์เสน่ห์สู่ความล้ำเร็ว



THAILAND MICE DRIVING TOWARDS HIGH VALUE ADDED DESTINATION

THAILAND MICE TO MEET YOU YEAR 2024

EXPERIENCE THE MAGICAL MICE IN THAILAND

สัมผัสมนต์เสน่ห์แห่งไมซ์ไทย

วิสัยทัศน์ 5 ปี

TCEB GO

“ ทัศนวิสัย 5 ปี เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็ของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ด้วยนวัตกรรมและสร้างคามยั่งยืน ”

T : Thailand As Global MICE Leader
ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

C : Create Destination Competitiveness Through Diverse Local
ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

E : Execute Innovation MICE Solution
ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทย บนเวทีโลก

B : Build Agile and High Performance Organization
สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก

GO : GO for MICE Sustainability
พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

COMMUNICATION
STRATEGY

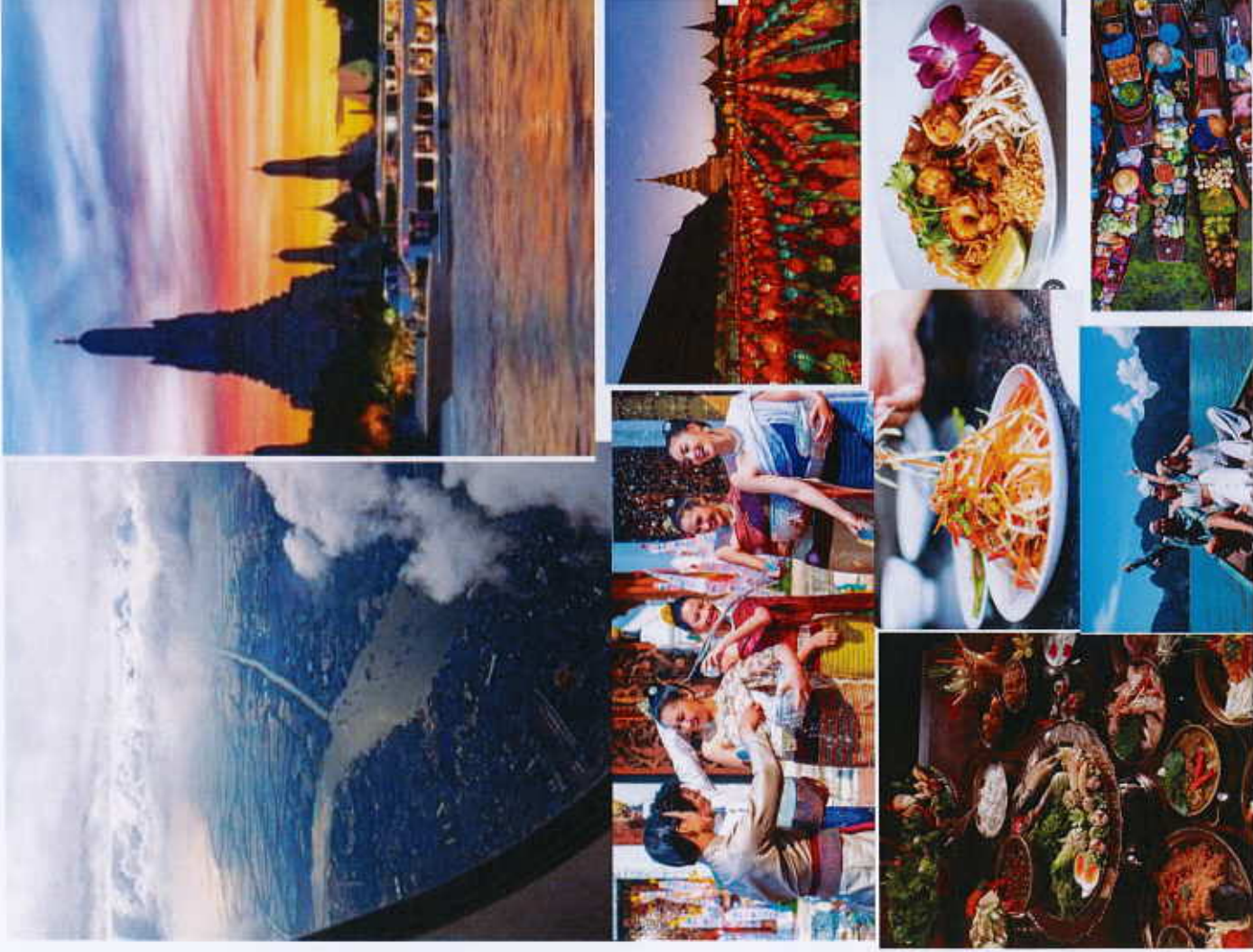
**▲ HIGH VALUE
ADDED DESTINATION**

การผสมผสานอัตลักษณ์ความเป็นไทยแต่ละท้องถิ่น (SOFT POWER - THAI 5F)

นำไปสู่การเป็น “HIGH VALUE-ADDED
DESTINATION”

เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้
น่าจดจำ (AUTHENTIC EXPERIENCE)

ความหลากหลายของเทศกาลแต่ละท้องถิ่นในประเทศไทย (FESTIVAL/FESTIVE)



LOGO DOWNLOAD



[Link Download:](https://drive.google.com/drive/folders/17RfLFKj9r2qnDBWD2N7YlwMVTsgQsX5E?usp=drive_link)

https://drive.google.com/drive/folders/17RfLFKj9r2qnDBWD2N7YlwMVTsgQsX5E?usp=drive_link



[Link Download :](https://drive.google.com/drive/folders/1VzHT_iXu4zx1U_Qk59kKPAI9yfkxVcT?usp=drive_link)

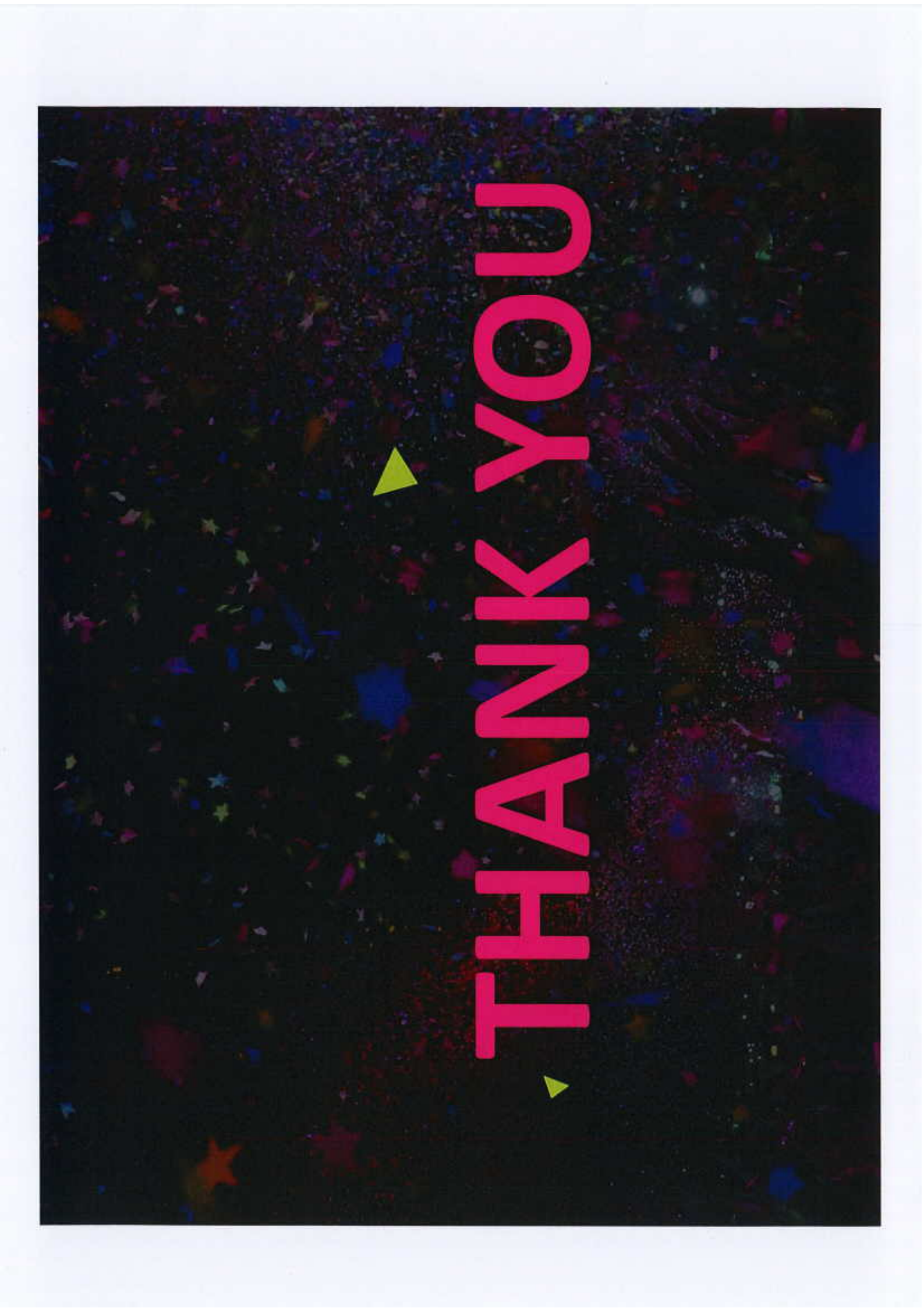
https://drive.google.com/drive/folders/1VzHT_iXu4zx1U_Qk59kKPAI9yfkxVcT?usp=drive_link

ข้อมูลการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ (TCEB POP UP BOOTH)

ข้อมูลปี 2565 และ ปี 2566

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม : เดือนกุมภาพันธ์ - กันยายน (จำนวนการจัดงาน 10 ครั้ง *จำนวนวันในการจัดกิจกรรม POP UP BOOTH 1-3 วัน)

ภาค	ช่วงปีไปจัดกิจกรรมฯ	จังหวัด	รูปแบบบูธ	หมายเหตุ
ภาคกลาง	ปี 2565	กรุงเทพฯ (4) , ชลบุรี (1)	5 งาน	
	ปี 2566	กรุงเทพฯ (4) , หัวหิน (1) , ชลบุรี (1)	6 งาน	
ภาคเหนือ	ปี 2565	พิษณุโลก (1)	1 งาน	
	ปี 2566	เชียงใหม่ (1)	1 งาน	
ภาคใต้	ปี 2565	พังงา (1), สงขลา (2)	3 งาน	
	ปี 2566	สุพรรณ (1) , สงขลา (1)	2 งาน	
ภาคอีสาน	ปี 2565			ไม่มีไปร่วมจัดงานภาคอีสาน
	ปี 2566	ขอนแก่น (1)	1 งาน	



THANK YOU

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑.	ชื่อโครงการ	โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ		
	กิจกรรม	กิจกรรมการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		๔,๓๐๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๓.	วันที่กำหนดราคากลาง	๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๖	เป็นเงิน	๔,๒๑๑,๔๐๖.๘๐ บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

๑. ค่าผลิตบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (POP UP BOOTH) ๒ ขนาด (๓x๓ ตร.ม. และ ๓x๖ ตร.ม.) และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (Material) ๑,๒๘๗,๓๓๘.๔๐ บาท
๒. ค่าบริหารจัดการสำหรับการดำเนินกิจกรรมในประเทศ (กรุงเทพฯ ปริณพทล และต่างจังหวัด) จำนวนการจัดงาน ๑๐ ครั้ง ๒,๙๒๔,๐๖๘.๔๐ บาท
 - ค่าบำรุงรักษาโครงสร้าง
 - ค่าก่อสร้าง รื้อถอน โครงสร้างบูธฯ
 - ค่าประกันพื้นที่ ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่ากระแสไฟฟ้า
 - ค่าอุปกรณ์ภายในบูธฯ ค่าจอภาพ ค่าอุปกรณ์เครื่องเสียง
 - ค่าบริหารจัดการกิจกรรมฯ (เกมส์) และค่าผลิตของที่ระลึก
 - ทีมงานประจำบูธ (EMCEE ,Project Manager, ช่างเทคนิค, ช่างภาพนิ่งและช่างภาพเคลื่อนไหว)
 - อื่น ๆ

๔. แหล่งที่มาของราคากลาง

อ้างอิงย้อนหลัง ตามสัญญาเลขที่ ๖๕-๑๓๕ ลงวันที่ ๓ มกราคม ๒๕๖๖

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวปาลิดา ลิวเฉลิมวงศ์