



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำโครงการส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้แคมเปญ ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย ประจำปี ๒๕๖๗ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำโครงการส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้แคมเปญ ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย ประจำปี ๒๕๖๗ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาค้างนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๐๔๑,๒๕๖.๙๖ บาท (สี่ล้านสี่หมื่นหนึ่งพันสองร้อยห้าสิบบาทเก้าสิบกะสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินการจัดจ้างผู้ดำเนินการจัด	จำนวน	๑	งาน
ทำโครงการส่งเสริมการตลาดและ			
พัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้			
แคมเปญ ยกทีมประชุม รุมรักเมือง			
ไทย ประจำปี ๒๕๖๗			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย

๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ 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 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นขอ

เสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราช

บัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่

๒๖ เมษายน ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ น. ถึง ๑๖.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

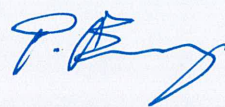
เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์

หมายเลข ๐๘๑-๓๔๘-๗๔๑๔ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันพฤหัสบดีที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามยัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล jutarat_a@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๗ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๗

ประกาศ ณ วันที่ ๑๘ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายสุรพันธ์ บุนนาค)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

รักษาการแทนผู้อำนวยการ สสปน.

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

1. ชื่อโครงการ

ส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้แคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย”
ประจำปี 2567

2. ชื่อกิจกรรม

การจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำโครงการส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้แคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” ประจำปี 2567

3. งบประมาณ

วงเงิน 4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล

การดำเนินกิจกรรมการจัดทำแคมเปญการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ ภายใต้แผนการขับเคลื่อนภายใต้แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสพ. ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า เพื่อยกระดับศักยภาพจุดหมายปลายทางแห่งใหม่ในภูมิภาค เนื่องจากอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงทั้งในด้านรายได้หมุนเวียนในประเทศและจำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจไมซ์ ด้วยการเพิ่มคุณค่าเชิงพื้นที่ของเมืองไมซ์ เมืองศักยภาพ และเพื่อส่งเสริมพื้นที่ต่างๆ ในการจัดประชุมด้วยแนวคิด High Value Added Destination จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาแคมเปญการตลาดไมซ์โดยเฉพาะการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้สัมผัสประสบการณ์การจัดประชุมภายใต้แนวคิดแคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” เนื่องจากประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยวและความพร้อมของพื้นที่ที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ นอกจากนี้ การส่งเสริมด้วยแคมเปญการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศยังสอดคล้องกับการขับเคลื่อนนโยบายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และแผนการพัฒนาทั้งในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค ก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาการจัดงานไมซ์ในประเทศได้อย่างแท้จริง แคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” เป็นแคมเปญประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ร่วมกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นต่อยอดผลิตภัณฑ์และบริการในชุมชน

ในรูปแบบการประกวดส่งเสริมกิจกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล จูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจโดยเพิ่มเติมคุณค่าการสร้างควมยั่งยืนร่วมกับชุมชน และกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มจำนวนการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศและจำนวนนักเดินทางไมซ์ให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10% ต่อปี ทั้งเป็นการสร้างเครือข่าย และความร่วมมือกับหน่วยงานภาคี เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีในด้านต่างๆ ที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้ยั่งยืนต่อไป

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ภายใต้แคมเปญ "ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย"

5.2 เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนักเดินทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น องค์กรภาคเอกชน (บริษัท SMEs, Startup, บริษัทขนาดกลาง, บริษัทขนาดใหญ่) หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคม สมาพันธ์ และ หอการค้า เป็นต้น ในการเพิ่มจำนวนการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้เพิ่มสูงขึ้น

5.3 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในชุมชนและส่งเสริมระบบนิเวศไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน เกิดสร้างงาน สร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและพื้นที่ทั่วประเทศ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องวางแผนแนวทางการประกวดแคมเปญ "ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย" กำหนดเกณฑ์การสมัคร การจัดตั้งคณะกรรมการตัดสินการประกวด กรอบหลักเกณฑ์การพิจารณา แผนงานและ กิจกรรมที่ต่อยอดสำหรับเฟส (Phase) ต่อไปในอนาคต ตลอดจนการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินไปอย่างสมบูรณ์ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ โดยนำเสนอออกเป็นแผนการดำเนินการตามกลุ่มเป้าหมาย 1 แผนงาน เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 5,000 คนตลอดโครงการ และดำเนินการจัดประชุมร่วมกับ สสพ. และ/หรือ คณะกรรมการจัดการประกวดตามที่ สสพ. กำหนดหรือเห็นชอบอย่างน้อย 2 ครั้ง

6.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้รับผิดชอบหลักเพื่อบริหารจัดการแผนงาน/กิจกรรม จำนวน 2 คน ในการกระตุ้นและดึงดูดให้มีผู้เข้าร่วมแคมเปญอย่างน้อย 5,000 คน และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายให้ สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

6.2.1 บริหารจัดการโครงการส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้แคมเปญ "ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย" ประจำปี 2567 ให้เป็นไปตามแผนงานรวมถึงการดูแล เรื่องเอกสารการดำเนินงานและติดต่อประสานงาน ทั้งภายใน สสพ. และ หน่วยงาน พันธมิตรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และตัวชี้วัดของโครงการ

6.2.2 ประสานงาน ติดตาม เรงรัด จัดการ และประเมินผลด้านข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสารโครงการเพื่อให้เป็นไปตามโครงการตามระยะเวลาที่กำหนด

- 6.2.3 จัดทำข้อมูลนำเสนองานพร้อมรายงานความเคลื่อนไหวของโครงการ/กิจกรรมต่างๆ รวมถึงสรุปผลการดำเนินงานเป็นรายเดือน ปัญหา อุปสรรค แนวทางการแก้ไขในรูปแบบ หรือตามหัวข้อที่กำหนดร่วมกับ สสพ. ในรูปแบบ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง
- 6.2.4 มีประสบการณ์การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการบริหารจัดการตามที่ได้รับมอบหมาย และ เหมาะสมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
- 6.2.5 นำเสนอข้อคิดเห็น เทรนด์การตลาดใหม่ แนวทางการปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินงานโครงการ
- 6.2.6 นำเสนอ และจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และแผนการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) เช่น Website, Facebook, Youtube, Twitter, Line และ TikTok เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงตามที่ สสพ. กำหนด
- 6.2.7 ผู้จัดการโครงการเข้าร่วมประชุมหรือความคืบหน้าของโครงการฯ ร่วมกับผู้ว่าจ้างภายในสำนักงานอย่างน้อยสัปดาห์ละ 4 ครั้ง หรือตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นสมควรตามสถานการณ์และวันเวลาที่เหมาะสม
- 6.2.8 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลส่วนบุคคลใดๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูล หรือเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ จะต้องดำเนินการดังนี้
- 1) ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
 - 2) ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- 6.2.9 ประสานงานและ/หรือปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
- 6.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip “ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย” ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
- 6.3.1 นำเสนอรูปแบบกิจกรรมโปรแกรม เส้นทาง สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะและกิจกรรมอื่นๆ ตลอดจนวิทยากรที่มีความชำนาญด้านธุรกิจการจัดประชุมได้อย่างน่าสนใจและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์แคมเปญ ให้เพียงพอสำหรับคณะประมาณ 40 คน จำนวน 1 วัน
- 6.3.2 จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ จำนวน 1 วัน

- 6.3.3 จัดหาทีมงานมืออาชีพ เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์
- 6.3.4 จัดหาช่างถ่ายภาพนิ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอแยกตามวันที่จัดกิจกรรมและกิจกรรมเด่นที่เหมาะสมต่อการใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- 6.3.5 จัดทำสรุปภาพรวมของกิจกรรมในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์กิจกรรมไฮไลท์ความยาวไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้น
- 6.3.6 จัดทำป้ายต้อนรับ (Welcome Signage) อย่างน้อย 2 ชิ้น
- 6.3.7 จัดหาของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมงาน อย่างน้อย 40 ชิ้น
- 6.3.8 จัดเส้นทาง สถานที่ และ โปรแกรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม
- 6.3.9 จัดทำรายงานสรุปผลการจัดงาน
- 6.4 ผู้รับจ้างนำเสนอ และบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จากจำนวน Influencer อย่างน้อย 10 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 5,000 Followers และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามรวมถึงกิจกรรมภายใต้แคมเปญพร้อมทั้งนำเสนอรูปภาพและคลิปวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ภายใต้แคมเปญ "ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย" บนช่องทางออนไลน์
- 6.4.1 จัดทำเนื้อหาในการนำเสนอโครงการในรูปแบบ PowerPoint หรือ Canva ให้เป็นไปตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ
- 6.4.2 จัดทำรายงานสรุปผลการจัดงานและประโยชน์ที่ได้รับ
- 6.5 ผู้รับจ้างต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ 5,000,000 Impression โดยมีกรอบการดำเนินกิจกรรม ดังนี้
- 6.5.1 จัดทำแผนการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา และบริหารจัดการประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ของ สสพ. เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊กเพจ "TCEB Domestic MICE" เว็บไซต์ สสพ. เป็นต้น
- 6.5.2 ดำเนินการประสานงานในการส่งข้อมูล ติดตามผลแคมเปญให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของโครงการเพื่อใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้ประกอบการและวางแผน บริหารจัดการประสานงานร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ
- 6.5.3 จัดทำบทความการตลาดนำเสนอประเด็นต่างๆ ของกิจกรรม อาทิ บทความโฆษณา (Advertorial), ข่าวประชาสัมพันธ์แคมเปญ, บทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร, ชุดข้อความมุมมองผู้บริหารแบบสั้น พร้อมออกแบบชิ้นงานภาพประกอบ (Executive Quote Banner), เป็นต้น สำหรับประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ จำนวนรวม 60 ชิ้นงาน ร่วมกับการวางแผนการสื่อสาร บริหารจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพจ "TCEB Domestic MICE" ตลอดระยะเวลากิจกรรม

6.5.4 นำเสนอสื่อ/ผลิตสื่อวิทยุ, ช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ตลอดจนวางแผนและบริหารจัดการให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างจำนวน 20 สื่อ/ช่องทาง

6.5.5 จัดหาช่างภาพสำหรับถ่ายภาพกิจกรรมประชุมไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง และบริหารจัดการจัดเก็บสื่อภาพนิ่ง และ/หรือ ภาพวิดีโอ จากช่างภาพและผู้เข้าร่วมแคมเปญ “ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย” ตลอดระยะเวลากิจกรรม

6.5.6 จัดหาของที่ระลึกสำหรับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านช่องทางของภาคีเครือข่ายพันธมิตร อย่างน้อย 250 ชิ้น

6.5.7 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์แคมเปญจำนวนไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้นงาน

6.5.8 จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์แคมเปญสำหรับการจัดประชุม อย่างน้อย 12 เซต

6.6 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแนวทางการตัดสินใจ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการตัดสินใจผู้ชนะการประกวดและนำเสนอของรางวัล โดยผู้รับจ้างเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมรางวัลให้แก่ผู้ที่ชนะการประกวดทุกประเภทตลอดการดำเนินกิจกรรม และบริหารจัดการติดต่อและนำส่งไปยังผู้ชนะ จำนวนอย่างน้อย 6 รางวัล (รวมมูลค่าอย่างน้อย 600,000 บาท)

หมายเหตุ การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ สสพ. เสียประโยชน์โดยเด็ดขาด

6.7 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ในมิติต่างๆ และการต่อยอดของโครงการสำหรับการส่งประกวดแคมเปญสร้างสรรค์ในรูปแบบไฟล์นำเสนอ (Presentation) จำนวน 1 ชิ้นงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

6.8 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนงานและกิจกรรมที่ต่อยอดสำหรับเฟส (Phase) ต่อไปในอนาคต จำนวน 1 แผนงาน

การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

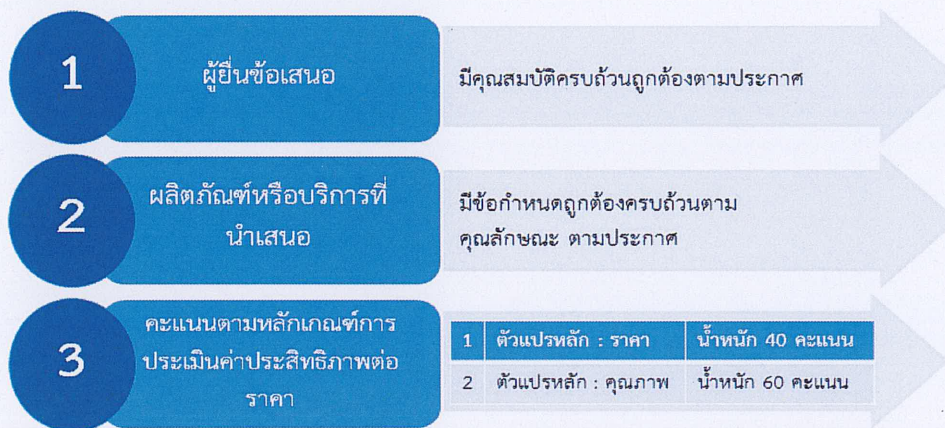
(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
-----------	------------	--------------

ตัวแปรที่ 1	วิธีการที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์และการนำเสนอกลยุทธ์ พิจารณาตามความเหมาะสมของกลยุทธ์ แนวทาง วิธีการที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ รวมถึงแนวทางการเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ และ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ 1.1 การนำเสนอกลยุทธ์ (Strategy) 1.1.1 กลยุทธ์ภาพรวม (10 คะแนน) 1.1.2 กลยุทธ์ของพันธมิตร และผู้ประกอบการ (10 คะแนน) 1.1.3 กลยุทธ์ของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมแคมเปญ (10 คะแนน) 1.2 การนำเสนอของรางวัลสำหรับการประกวดที่น่าสนใจสามารถดึงดูด กลุ่มเป้าหมายได้ โดยมีมูลค่าอย่างน้อย 1 ล้านบาท (10 คะแนน)	40
ตัวแปรที่ 2	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ พิจารณาจากการนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการ ดำเนินงาน (Project/ Campaign Planning Timeline) แผนการบริหาร บุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ (ความเพียงพอของบุคลากร) และ ความสามารถในการนำเสนอผลงานได้ครบถ้วนตรงตามขอบเขตการ ดำเนินงานและเวลาที่กำหนด รวมถึงวิธีการบริหารจัดการโครงการทั้งหมด แบ่งออกเป็น 2.1 แผนการดำเนินงานก่อนวันงาน (10 คะแนน) 2.2 แผนการดำเนินงาน ณ วันงาน (10 คะแนน) 2.3 แผนการดำเนินงานหลังจบงาน (5 คะแนน)	25
ตัวแปรที่ 3	การนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip เชิงสร้างสรรค์ พิจารณาจากการนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ แนวทางในการสื่อสาร เครื่องมือทางการตลาด และแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip 3.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์ และแนวทางในการสื่อสาร (Communication Strategy) (10 คะแนน) 3.2 การใช้เครื่องมือทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (10 คะแนน) 3.3 แผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip เชิงสร้างสรรค์ (5 คะแนน)	25
ตัวแปรที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อมและประสบการณ์การทำงาน ที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน)	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูล การดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและ เห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค โดยมีวิธีในการประเมินให้คะแนน ดังต่อไปนี้



ตัวแปรรอง	การพิจารณา																																																
ตัวแปรรองที่ 1	วิธีการที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์และการนำเสนอกลยุทธ์ (40 คะแนน) พิจารณาตามความเหมาะสมของกลยุทธ์ แนวทาง วิธีการที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ รวมถึงแนวทางการเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ 1.1 การนำเสนอกลยุทธ์ (Strategy) 1.1.1 กลยุทธ์ภาพรวม (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ</td><td>1-2</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร</td><td>3-4</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้</td><td>5-6</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี</td><td>7-9</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>10</td></tr> </tbody> </table> 1.1.2 กลยุทธ์ของพันธมิตร และผู้ประกอบการ (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ</td><td>1-2</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร</td><td>3-4</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้</td><td>5-6</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี</td><td>7-9</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>10</td></tr> </tbody> </table> 1.1.3 กลยุทธ์ของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมแคมเปญ (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ</td><td>1-2</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร</td><td>3-4</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้</td><td>5-6</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี</td><td>7-9</td></tr> <tr> <td>แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>10</td></tr> </tbody> </table> 1.2 การนำเสนอของรางวัลสำหรับการประกวดที่น่าสนใจและคุ้มค่าสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ โดยมีมูลค่าอย่างน้อย 6 แสนบาท (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอของรางวัลไม่น่าสนใจและไม่คุ้มค่า</td><td>1-2</td></tr> <tr> <td>นำเสนอของรางวัลไม่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่คุ้มค่าเล็กน้อย</td><td>3-4</td></tr> <tr> <td>นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่าพอสมควร</td><td>5-6</td></tr> <tr> <td>นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่ามาก</td><td>7-9</td></tr> <tr> <td>นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่ามากที่สุด</td><td>10</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ	1-2	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	3-4	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้	5-6	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี	7-9	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ	1-2	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	3-4	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้	5-6	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี	7-9	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ	1-2	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	3-4	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้	5-6	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี	7-9	แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอของรางวัลไม่น่าสนใจและไม่คุ้มค่า	1-2	นำเสนอของรางวัลไม่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่คุ้มค่าเล็กน้อย	3-4	นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่าพอสมควร	5-6	นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่ามาก	7-9	นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่ามากที่สุด	10
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ	1-2																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	3-4																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้	5-6																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี	7-9																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10																																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ	1-2																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	3-4																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้	5-6																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี	7-9																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10																																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจ	1-2																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	3-4																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสามารถดำเนินการได้	5-6																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพดี	7-9																																																
แผนนำเสนอกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10																																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
นำเสนอของรางวัลไม่น่าสนใจและไม่คุ้มค่า	1-2																																																
นำเสนอของรางวัลไม่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่คุ้มค่าเล็กน้อย	3-4																																																
นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่าพอสมควร	5-6																																																
นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่ามาก	7-9																																																
นำเสนอของรางวัลน่าสนใจและคุ้มค่ามากที่สุด	10																																																

ตัวแปรครั้งที่ 2

การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ (25 คะแนน)

พิจารณาจากการนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน (Project/ Campaign Planning Timeline) แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินงานโครงการ (ความเพียงพอของบุคลากร) และความสามารถในการนำเสนอแผนงานได้ครบถ้วน ตรงตามขอบเขตการดำเนินงานและเวลาที่กำหนด รวมถึงวิธีการบริหารจัดการโครงการทั้งหมด แบ่งออกเป็น

2.1 การวางแผนการดำเนินงาน ก่อนวันงาน (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	0
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	1-3
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	4-5
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	6-9
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10

2.2 การวางแผนการดำเนินงาน ณ วันงาน (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	0
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	1-3
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	4-5
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	6-9
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10

2.3 การวางแผนการดำเนินงาน หลังจบงาน (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	1
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	2
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	3
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	4
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	5

หมายเหตุ

การนำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน หมายถึง ขาดการนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินงานโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานไม่ครบถ้วน

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินงานโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินงานโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร

	การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานที่มีประสิทธิภาพครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด																																				
ตัวแปรครั้งที่ 3	การนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip เชียงสร้างสรรค์ (25 คะแนน) พิจารณาจากการนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ แนวทางในการสื่อสาร เครื่องมือทางการตลาด และแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip เชียงสร้างสรรค์ 3.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์ และแนวทางในการสื่อสาร (Communication Strategy) (10 คะแนน) <table border="1" data-bbox="448 873 1407 1155"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอแผนและแนวทางไม่เหมาะสม</td><td>0-1</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนและแนวทางไม่ดีเท่าที่ควร</td><td>2-4</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนและแนวทางสามารถดำเนินการได้</td><td>5-6</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนและแนวทางมีประสิทธิภาพดี</td><td>7-9</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนและแนวทางมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>10</td></tr> </tbody> </table> 3.2 การใช้เครื่องมือทางการตลาดเชียงสร้างสรรค์ (10 คะแนน) <table border="1" data-bbox="448 1238 1407 1520"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่สร้างสรรค์</td><td>0-1</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์เล็กน้อย</td><td>2-4</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์พอใช้</td><td>5-6</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดี</td><td>7-9</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดีที่สุด</td><td>10</td></tr> </tbody> </table> 3.3 แผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip เชียงสร้างสรรค์ (5 คะแนน) <table border="1" data-bbox="448 1592 1407 1874"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่สร้างสรรค์</td><td>1</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์เล็กน้อย</td><td>2</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์พอใช้</td><td>3</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดี</td><td>4</td></tr> <tr> <td>ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดีที่สุด</td><td>5</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอแผนและแนวทางไม่เหมาะสม	0-1	นำเสนอแผนและแนวทางไม่ดีเท่าที่ควร	2-4	นำเสนอแผนและแนวทางสามารถดำเนินการได้	5-6	นำเสนอแผนและแนวทางมีประสิทธิภาพดี	7-9	นำเสนอแผนและแนวทางมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่สร้างสรรค์	0-1	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์เล็กน้อย	2-4	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์พอใช้	5-6	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดี	7-9	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดีที่สุด	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	ใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่สร้างสรรค์	1	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์เล็กน้อย	2	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์พอใช้	3	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดี	4	ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดีที่สุด	5
ความหมาย	ระดับคะแนน																																				
นำเสนอแผนและแนวทางไม่เหมาะสม	0-1																																				
นำเสนอแผนและแนวทางไม่ดีเท่าที่ควร	2-4																																				
นำเสนอแผนและแนวทางสามารถดำเนินการได้	5-6																																				
นำเสนอแผนและแนวทางมีประสิทธิภาพดี	7-9																																				
นำเสนอแผนและแนวทางมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10																																				
ความหมาย	ระดับคะแนน																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่สร้างสรรค์	0-1																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์เล็กน้อย	2-4																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์พอใช้	5-6																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดี	7-9																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดีที่สุด	10																																				
ความหมาย	ระดับคะแนน																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่สร้างสรรค์	1																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์เล็กน้อย	2																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์พอใช้	3																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดี	4																																				
ใช้เครื่องมือทางการตลาดสร้างสรรค์ดีที่สุด	5																																				

ตัวแปรครั้งที่ 4

ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน)

พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน)

4.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1
มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย	2
มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้	3
มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี	4
มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน	5

4.2 ความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีความพร้อมและไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1
มีความพร้อมและไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	2
มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์อย่างน้อย 1 งาน	3
มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์อย่างน้อย 2 งาน	4
มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์อย่างน้อย 3 งาน	5

8.3 ผู้ว่าจ้างพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

150 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ 6. จำนวน 1 แผนงาน ในรูปแบบรายงาน 1 ชุด	ภายใน 45 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
2	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานตามขอบเขตงานขอ 6.1 และ ขอ 6.2 ในรูปแบบรายงานจำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 80 วัน นับ ถัดจากวันที่ทำ สัญญา
3	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานตามขอบเขตงานขอ 6.3, ขอ 6.4, ขอ 6.5, ขอ 6.6, ขอ 6.7 และขอ 6.8 ในรูปแบบรายงานจำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

11.1 งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 5 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.2 งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.3 งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 55 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงาน

ดังกล่าวไว้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ ผู้ว่าจ้าง ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ผู้ว่าจ้างและ ผู้ว่าจ้าง มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกส่อบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา



หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินใจของ ผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ ผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน
4. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ ผู้ว่าจ้าง
5. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์ธนิกุล
ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ
Email: jutarat_a@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6040
นางสาวชมพูนุท ฤทัยสุจริตกุล
ผู้ปฏิบัติการอาวุโส ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ
Email: chompoonut_r@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6164



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	ส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเครือข่ายภาคเอกชนภายใต้แคมเปญ “ยกทีมประชุม รุมนรักเมืองไทย” – การจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำ โครงการ		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาดไม่ซีในประเทศไทย		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		4,000,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	28/3/2567	เป็นเงิน	4,041,256.96 บาท

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	จัดจ้างวางแผนแนวทางการประกวดแคมเปญ “ยกทีมประชุม รุมนรักเมืองไทย” กำหนดเกณฑ์การสมัคร การจัดตั้ง คณะกรรมการตัดสินการประกวด กรอบหลักเกณฑ์การ พิจารณา ตลอดจนการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินไป อย่างสมบูรณ์ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ โดยนำเสนอ ออกเป็นแผนการดำเนินการตามกลุ่มเป้าหมาย 1 แผนงาน เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 5,000 คน ตลอดโครงการ และดำเนินการจัดประชุมร่วมกับ สสปน. และ/ หรือ คณะกรรมการจัดการประกวดตามที่ สสปน. กำหนดหรือ เห็นชอบอย่างน้อย 2 ครั้ง	128,400.00	บาท
3.2	จัดหาผู้รับผิดชอบหลักและผู้ประสานงานหลักเพื่อบริหาร จัดการแผนงาน/กิจกรรม จำนวน 2 คน ในการกระตุ้นและ ดึงดูดให้มีผู้เข้าร่วมแคมเปญอย่างน้อย 5,000 คน และงาน อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายให้สอดคล้องกับเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ	513,600.00	บาท
3.3	บริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip “ยกทีมประชุม รุมนรักเมืองไทย” ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน จำนวน 1 ครั้ง	954,928.63	บาท

3.4	นำเสนอ และบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จากจำนวน Influencer อย่างน้อย 10 คน ที่มียอดผู้ติดตาม และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตาม รวมถึงกิจกรรมภายใต้แคมเปญ พร้อมทั้งนำเสนอรูปภาพและคลิปวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการภายใต้แคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” บนช่องทางออนไลน์	212,751.67	บาท
3.5	วางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้อย่างน้อย 5,000,000 จำนวนการรับรู้	1,125,889.67	บาท
3.6	นำเสนอแนวทางการตัดสินใจหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการตัดสินใจผู้ชนะการประกวดและนำเสนอของรางวัล โดยผู้รับจ้างเป็นผู้ดูแลค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมรางวัลให้แก่ผู้ชนะการประกวดทุกประเภทตลอดการดำเนินกิจกรรมและบริหารจัดการติดต่อและนำส่งไปยังผู้ชนะจำนวนอย่างน้อย 6 รางวัล (รวมมูลค่าอย่างน้อย 6 แสนบาท)	642,000.00	บาท
3.7	จัดทำสรุปประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ในมิติต่างๆ ขอโครงการสำหรับการส่งประกวดแคมเปญสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในรูปแบบไฟล์นำเสนอ (Presentation) จำนวน 1 ชิ้นงาน	42,800.00	บาท
3.8	นำเสนอแผนงานและกิจกรรมที่ต่อยอดสำหรับเฟส (Phase) ต่อไปในอนาคต จำนวน 1 แผนงาน	53,500.00	บาท
3.9	ดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมภายใต้แคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย”	367,387.00	บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

- | | |
|-----|--|
| 4.1 | Indego idea business event company limited |
| 4.2 | Beam Agency Co., Ltd. |
| 4.3 | SCENECRAFT Co., Ltd. |

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์ธนกุล