



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินโครงการ TCEB MOVE MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินโครงการ TCEB MOVE MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑๔,๙๙๐,๒๓๒.๗๗ บาท (สิบสี่ล้านเก้าแสนเก้าหมื่นสองร้อยสามสิบสองบาท เจ็ดสิบเจ็ดสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินโครงการ TCEB MOVE	จำนวน	๑	งาน
MICE			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ 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 กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

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 ๓ ล้านบาท

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

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอเงินสินเชื่อ 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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

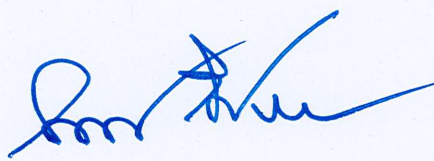
ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสพ. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันศุกร์ ที่ ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๖๗ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล somkamon_r@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๗ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๗

ประกาศ ณ วันที่ ๘ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสพ.

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

๑. ชื่อโครงการ TCEB MOVE MICE

๒. ชื่อกิจกรรม TCEB MOVE MICE

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็น“องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ได้แก่ อุตสาหกรรมการจัดประชุมและสัมมนา (Meetings & Incentives) อุตสาหกรรมการประชุมสมาคม (Conventions) อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Exhibitions) และงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Mega Events) ด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์คุณภาพ มุ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์คุณภาพเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เศรษฐกิจของประเทศไทย ปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงานไมซ์นั้น ยังไม่ทราบถึงบทบาทในการดำเนินงานตามพันธกิจของ สสปน. ที่เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนประเทศไทยในการประมูลสิทธิ์เสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานไมซ์นานาชาติและระดับโลก โดยดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรภาครัฐและเอกชน ดำเนินงานต่างๆ เข้าสู่ประเทศไทย นอกจากนี้ ยังเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนและพัฒนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย โดยมุ่งดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลและขับเคลื่อนเศรษฐกิจระยะสั้นของประเทศ ด้วยยุทธศาสตร์ TCEB GO ซึ่งผลักดันประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ โดยใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นแพลตฟอร์มในการเร่งสร้างเศรษฐกิจ ดึงงาน ดึงคน ดึงเงิน สร้างโอกาส มุ่งกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ไมซ์ในประเทศให้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้เสียงสะท้อนจากกลุ่มพันธมิตรภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสื่อมวลชน มาร่วมถ่ายทอดความสำเร็จจากการดำเนินงานร่วมกับสสปน. เพื่อต่อยอดบทบาทหลักขององค์กรในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ สร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจของประเทศไทย

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้บทบาท สสปน. ให้เป็นที่รู้จัก และสร้างการมีส่วนร่วมในกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานไมซ์ในประเทศมากขึ้น

๕.๒ เพื่อเร่งกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ในประเทศและเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗

๕.๓ เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่าง สสปน. และพันธมิตรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางจัดงานไมซ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added Destination)

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องทำความเข้าใจรายละเอียดวัตถุประสงค์โครงการ รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหาในการสื่อสาร นโยบายรัฐบาล ทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของ สสปน. พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานโครงการ TCEB MOVE MICE โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายและแผนการสื่อสารให้สอดคล้องและเหมาะสม จำนวน ๑ แผนงาน

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา KOLs หรือ Key Opinion Leader หรือ Influencers ที่มีชื่อเสียงทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน และ/หรือ สื่อมวลชน และ/หรือ ผู้มีอิทธิพลทางความคิดและเป็นเจ้าของธุรกิจ และ/หรือ ผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของรัฐบาลและซอฟต์แวร์ อาทิจ การแพทย์และสุขภาพ อาหารท่องเที่ยว การบิน การขนส่งของภูมิภาค ยานยนต์แห่งอนาคต ดิจิตอลและการเงิน เป็นต้น ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายตามข้อ ๖.๑ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและข้อมูลต่างๆ ตลอดทั้งโครงการ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๘ คน

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดสัมภาษณ์บุคคลตามข้อ ๖.๒ โดยนำเสนอประเด็นสัมภาษณ์ที่สอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์โครงการ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปเป็นรายละเอียดและเนื้อหาในการสื่อสารสำหรับการดำเนินงานทั้งโครงการ จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๑๐ ประเด็น

๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเสวนาหรือสัมภาษณ์พิเศษระหว่างผู้บริหาร สสปน. ร่วมกับพันธมิตรต่างๆ โดยมีผู้ดำเนินรายการในการนำเสนอหัวข้อเพื่อร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ บอกเล่าความสำเร็จในการดำเนินงานกับ สสปน. โดยครอบคลุมการจัดหาสถานที่ อาหารและเครื่องดื่มให้เพียงพอสำหรับจำนวนคนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๕ คน จำนวน ๑ ครั้ง

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องนำข้อมูลและเนื้อหาที่ได้จากข้อ ๖.๓ และข้อ ๖.๔ มาจัดเตรียมและจัดทำ พร้อมผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๔๐ ชิ้นงาน อาทิ

๖.๕.๑ ออกแบบและผลิตสื่อบุคคลประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวเพื่อเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ และ/หรือ สื่อออนไลน์ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๐ ชิ้นงาน และ

๖.๕.๒ ออกแบบและผลิตสื่อบุคคลประชาสัมพันธ์ และ/หรือ บทความพร้อมภาพประกอบเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อออนไลน์ เป็นต้น จำนวนไม่ต่ำกว่า ๓๐ ชิ้นงาน

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนบริหารจัดการเผยแพร่ บทความ และ/หรือ สกู๊ปข่าว และ/หรือ สกู๊ปสัมภาษณ์ตามข้อ ๖.๕ โดยจัดหาช่องทางสื่อในประเทศที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับกลยุทธ์การดำเนินงานตามข้อ ๖.๑ เพื่อเผยแพร่สื่อแบบบูรณาการทุกช่องทางจำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๕๕ ครั้ง เพื่อให้เข้าถึงจำนวนคนรับรู้รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ครอบคลุมช่องทางต่างๆ อาทิ

๖.๖.๑ สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย อาทิ The Standard และ/หรือ ลงทุนแมน และ/หรือ The Cloud และ/หรือ The People และ/หรือ ไทยรัฐออนไลน์ และ/หรือ Marketing OOPs เป็นต้น

๖.๖.๒ สื่อโทรทัศน์ อาทิ ช่องไทยรัฐทีวี และ/หรือ ช่อง MCOT และ/หรือ ช่อง NBT และ/หรือ ช่อง 3 และ/หรือ ช่องเนชั่นทีวี และ/หรือ ช่อง TNN เป็นต้น

๖.๖.๓ สื่อวิทยุ อาทิตยวิทยุแห่งประเทศไทย และ/หรือ FM96.5 คลื่นความคิด ช่วงคุยได้คุยดี และ/หรือ FM97.0 เป็นต้น

๖.๖.๔ สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิตยวิทยุ และ/หรือ บางกอกโพสต์ และ/หรือ แบรินด์เอจ เป็นต้น

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ ตัวอย่าง เพื่อประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจในบทบาทของ สสพ. ทั้งก่อนและหลังการดำเนินโครงการ เพื่อนำมาสรุปและประเมินผล พร้อมจัดทำเป็นรายงานประเมินผลการรับรู้และการดำเนินงานทั้งโครงการในรูปแบบรูปเล่ม และนำเสนอในรูปแบบ PPT จำนวน ๑ รายงาน

๖.๘ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในการจัดเตรียมทีมงานและจัดหาผู้ประสานงานประจำ เพื่อดำเนินงานร่วมกับ สสพ. อย่างน้อย ๑ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงาน ค้นหา รวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานในการเผยแพร่สื่อต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

๖.๙ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของ สสพ. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๐ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำรายงานการดำเนินงาน สรุปรายละเอียดการดำเนินงานในแต่ละเดือน อาทิตยวิทยุ การจัดสัมมนา การจัดทำชิ้นงาน การเผยแพร่ และหลักฐานการเผยแพร่ให้แก่ สสพ. เป็นรายเดือนในรูปแบบ Soft File ผ่านทาง e-mail โดยกำหนดส่งทุกวันที่ ๒๕ นับถัดจากวันที่ยื่นรายงานในสัญญา

๖.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการ อาทิตยวิทยุ สรุปข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ รายละเอียดและการผลิตชิ้นงานต่างๆ รายละเอียดการเผยแพร่แต่ละช่องทาง พร้อมหลักฐานการเผยแพร่ โดยรวบรวมเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ข้อมูล ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ และคลิปการเผยแพร่จริง บนที่กึ่งกลาง External Drive จำนวน ๒ ชุด

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

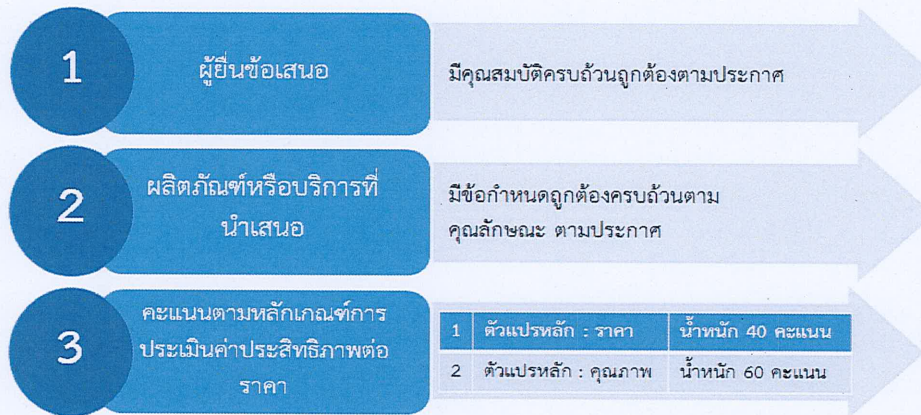
(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

พิภพพงษ์
๒๕๖๓

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสบน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนนของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

ตัวแปร	การพิจารณา/น้ำหนักคะแนน	
ตัวแปรที่ ๑	การนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ (๑๐ คะแนน)	
	พิจารณาจากการนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ	๐
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการเพียงเล็กน้อย	๑-๒
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการ	๓-๔
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการมากและมีความชัดเจน	๕-๖

	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการมากและมีความชัดเจนมาก	๗-๘
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการมากและมีความชัดเจนมากที่สุด	๙-๑๐

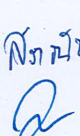
ตัวแปรรองที่ ๒	การนำเสนอเทคนิคในการดำเนินงานทั้งโครงการ (๔๐ คะแนน)	
	๒.๑) พิจารณาจากการนำเสนอประเด็นหลักและเนื้อหาในการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอประเด็นหลักและเนื้อหาในการสื่อสารทั้งโครงการ	๐
	บริษัทที่นำเสนอประเด็นหลักและเนื้อหาในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๔	๔
	บริษัทที่นำเสนอประเด็นหลักและเนื้อหาในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๓	๖
	บริษัทที่นำเสนอประเด็นหลักและเนื้อหาในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๒	๘
	บริษัทที่นำเสนอประเด็นหลักและเนื้อหาในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๑	๑๐
	๒.๒) พิจารณาจากการนำเสนอ KOLs หรือ Key Opinion Leaders หรือ Influencers ที่เหมาะสมตรงตามกลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงจำนวนคนรับรู้ได้มากที่สุด และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอ KOLs หรือ Key Opinion Leaders หรือ Influencers	๐	
บริษัทที่นำเสนอ KOLs หรือ Key Opinion Leaders หรือ Influencers ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๔	
บริษัทที่นำเสนอ KOLs หรือ Key Opinion Leaders หรือ Influencers ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖	
บริษัทที่นำเสนอ KOLs หรือ Key Opinion Leaders หรือ Influencers ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘	
บริษัทที่นำเสนอ KOLs หรือ Key Opinion Leaders หรือ Influencers ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐	
ตัวแปรรองที่ ๓	๒.๓) พิจารณาจากการนำเสนอช่องทางสื่อในการเผยแพร่ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่และช่องทางการเผยแพร่สื่อ	๐
	มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่สื่อและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมกับโครงการ น้อยที่สุด และไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้	๑-๒
	มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่สื่อและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมกับโครงการ น้อย	๓-๔

	มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่สื่อและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมกับโครงการ ปานกลาง	๕-๖
	มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่สื่อและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมกับโครงการ มาก โดยได้ช่องทางการเผยแพร่สื่อตรงตามที่ระบุในขอบเขตการดำเนินงาน	๗-๘
	มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่สื่อและช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมกับโครงการ มากที่สุด โดยได้ช่องทางการเผยแพร่สื่อมากกว่าที่ระบุในขอบเขตการดำเนินงาน และสามารถปรับเปลี่ยนได้	๙-๑๐
	๒.๔) พิจารณาจากการนำเสนอแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน)	

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง	๐
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมกับโครงการมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๕
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมกับโครงการมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมกับโครงการมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมกับโครงการมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐

ตัวแปรครั้งที่ ๓	การสำรวจและการประเมินผลการรับรู้ (๑๐ คะแนน)	
	พิจารณาจากวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลการรับรู้ทั้งโครงการ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลการรับรู้ทั้งโครงการ	๐
	มีการนำเสนอวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลการรับรู้ทั้งโครงการ แต่ไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการและรูปแบบการดำเนินงาน	๑-๒
มีการนำเสนอวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลการรับรู้ทั้งโครงการ ที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการและรูปแบบการดำเนินงาน น้อย	๓-๔	
มีการนำเสนอวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลการรับรู้ทั้งโครงการที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการและรูปแบบการดำเนินงาน ปานกลาง	๕-๖	

	มีการนำเสนอวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผล การรับรู้ทั้งโครงการ ที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการและรูปแบบการดำเนินงาน มาก	๗-๘
	มีการนำเสนอวิธีการสำรวจ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการ ประเมินผลการรับรู้ทั้งโครงการ ที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการและ รูปแบบการดำเนินงาน มากที่สุด	๙-๑๐
ตัวแปรรองที่ ๔	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ (๒๐ คะแนน)	
	๔.๑) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและพันธกิจของ สสพ. (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ.	๐
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อยที่สุด	๑-๒
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อย	๓-๔
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. ปานกลาง	๕-๖
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. มาก	๗-๘
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. มากที่สุด	๙-๑๐
	๔.๒) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	๐
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์น้อยที่สุด	๑-๒
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์น้อย	๓-๔
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ปานกลาง	๕-๖
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มาก	๗-๘
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มากที่สุด	๙-๑๐




ตัวแปรครั้งที่ ๕

ความพร้อมและประสบการณ์ (๒๐ คะแนน)

พิจารณาจากความพร้อมและประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจร อาทิ การจัดทำแคมเปญ การบริหารจัดการซื้อสื่อ และการจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ หากเคยมีประสบการณ์ในการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ และอุตสาหกรรมไมซ์จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ โดยแสดงหลักฐานเป็นหนังสือรับรองผลงาน (๒๐ คะแนน)

๕.๑) พิจารณาจากประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ	๐
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ	๑-๒
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ ๑-๒ โครงการ และมีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ	๓-๔
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ ๑-๒ โครงการ และมีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๕-๖
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป และมีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ	๗-๘
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป และมีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๙-๑๐

๕.๒) พิจารณาจากประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ	๐
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ	๑-๒
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ ๑-๒ โครงการ และมีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ	๓-๔
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ ๑-๒ โครงการ และมีประสบการณ์ทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๕-๖
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป และมีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ	๗-๘
มีประสบการณ์การทำงานด้านการสื่อสารครบวงจรในต่างประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป และมีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๙-๑๐

พิจารณา ✓
๒

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอทางเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไปจึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๘.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๘.๔ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ตัวแปรรองที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๘.๕ ในกรณีที่ผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคามากกว่า ๓ รายขึ้นไป สสปน. จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคตามที่แนบมาในระบบ e-GP เป็นอันดับแรก จากนั้นอาจพิจารณาเลือกผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคาที่ได้คะแนนสูงสุด ๓ อันดับแรก เสนอข้อเสนอทางเทคนิค (Present) ตามความเหมาะสมอีกครั้ง หรืออาจพิจารณาเลือกผู้ชนะจากเอกสารในคราวนั้นเลยขึ้นกับความเหมาะสม

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๑๘๐ วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรูปเล่มรายงานแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ ๖.๑ จำนวน ๒ เล่ม และในรูปแบบ Soft File พร้อมบันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๔๕ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินงาน พร้อมหลักฐานการเผยแพร่จริง โดยจัดทำเป็น Soft File และรูปเล่มรายงานจำนวน ๑ ชุด เมื่อดำเนินงานดังต่อไปนี้ ๑. ดำเนินงานจัดหา KOLs หรือ Key Opinion Leader หรือ Influencers ตามขอบเขตงานข้อ ๖.๒ จำนวน ๒ คน ๒. ดำเนินงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตงานข้อ ๖.๕ จำนวน ๒ ชิ้นงาน ๓. ดำเนินงานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตงานข้อ ๖.๖ จำนวน ๕ ครั้ง	ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๓	ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานส่วนที่เหลือให้ครบทั้งโครงการ และส่งมอบรายงานการดำเนินงานทั้งหมดตามข้อ ๖.๑๒ จำนวน ๒ ชุด บันทึกลง External Drive จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

๑๑.๑ งวดที่ ๑ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๒ งวดที่ ๒ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๓ งวดที่ ๓ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทาง สสพ. จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อากรแสตมป์

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

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ สสพ. เสร็จสิ้น

๑๕. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

ศิริกมล ๑๑/๑๒/๒๕๖๓

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสพ. และ สสพ. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของ สสพ. ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อเสนอสิทธิ

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอปราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของ ผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สสพ. แล้ว การที่ สสพ. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ สสพ. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิ สสพ. ในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ สสปน.

๕. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

- ชื่อผู้ติดต่อ :
๑. นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา
ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
Email: somkamon_r@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖
 ๒. นางสาวดิลกา ต้นประสาทปริญญา
ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
Email: dilakar_t@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๘๑

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

๑.	ชื่อโครงการ	โครงการ TCEB MOVE MICE		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		๑๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๓.	วันที่กำหนดราคากลาง	๐๖/๐๖/๒๕๖๗	เป็นเงิน	๑๔,๙๙๐,๒๓๒.๗๗ บาท
ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ				
๓.๑	ทำความเข้าใจรายละเอียดวัตถุประสงค์โครงการ รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง ปัญหาในการสื่อสาร นโยบายรัฐบาล ทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของ สสพ. พฤติกรรมการบริโภคสื่อในปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานโครงการ TCEB MOVE MICE โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายและแผนการสื่อสารให้สอดคล้องและเหมาะสม จำนวน ๑ แผนงาน			๖๔๒,๐๐๐.๐๐ บาท
๓.๒	จัดหา KOLs หรือ Key Opinion Leader หรือ Influencers ที่มีชื่อเสียงทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน และ/หรือ สื่อมวลชน และ/หรือ ผู้มีอิทธิพลทางความคิดและเป็นเจ้าของธุรกิจ และ/หรือ ผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของรัฐบาลและซอฟต์แวร์ อาทิ การแพทย์และสุขภาพ อาหาร ท่องเที่ยว การบิน การขนส่งของภูมิภาค ยานยนต์แห่งอนาคต ดิจิทัลและการเงิน เป็นต้น ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายตามข้อ ๖.๑ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและข้อมูลต่างๆ ตลอดทั้งโครงการ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๘ คน			๔,๙๒๕,๕๖๖.๖๗ บาท
๓.๓	จัดสัมภาษณ์บุคคลตามข้อ ๓.๒ โดยนำเสนอประเด็นสัมภาษณ์ที่สอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์โครงการ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปเป็นรายละเอียดและเนื้อหาในการสื่อสารสำหรับการดำเนินงานทั้งโครงการ จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๑๐ ประเด็น			๘๕๗,๗๘๓.๓๓ บาท
๓.๔	จัดเสวนาหรือสัมภาษณ์พิเศษระหว่างผู้บริหาร สสพ. ร่วมกับพันธมิตรต่างๆ โดยมีผู้ดำเนินรายการในการนำเสนอหัวข้อเพื่อร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ บอกเล่าความสำเร็จในการดำเนินงานกับ สสพ. โดยครอบคลุมการ จัดหาสถานที่ อาหารและเครื่องดื่มให้เพียงพอสำหรับจำนวนคนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๑๕ คน จำนวน ๑ ครั้ง			๖๔๒,๐๐๐.๐๐ บาท

- ๓.๕ นำข้อมูลและเนื้อหาที่ได้จากข้อ ๓.๓ และข้อ ๓.๔ มาจัดเตรียมและจัดทำ
พร้อมผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๔๐
ชิ้นงาน อาทิ
- ๑) ออกแบบและผลิตสื่อบุคคลประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวเพื่อ
เผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ และ/หรือ สื่อออนไลน์ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๐
ชิ้นงาน
- ๒) ออกแบบและผลิตสื่อบุคคลประชาสัมพันธ์ และ/หรือ บทความพร้อม
ภาพประกอบเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อออนไลน์ เป็นต้น
จำนวนไม่ต่ำกว่า ๓๐ ชิ้นงาน
- ๓.๖ วางแผนบริหารจัดการเผยแพร่ บทความ และ/หรือ สื่อบุคคล และ/หรือ
สื่อบุคคล ตามข้อ ๓.๕ โดยจัดหาช่องทางสื่อในประเทศที่เข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับกลยุทธ์การดำเนินงานตามข้อ ๓.๑ เพื่อ
เผยแพร่สื่อแบบบูรณาการทุกช่องทางจำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๕๕ ครั้ง และ
เข้าถึงจำนวนคนรับรู้รวมไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ครอบคลุม
ช่องทางต่างๆ อาทิ
- ๑) สื่อออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ The Standard และ/หรือ ลงทุน
แมน และ/หรือ The Cloud และ/หรือ The People และ/หรือ ไทยรัฐ
ออนไลน์ และ/หรือ Marketing OOPs เป็นต้น
- ๒) สื่อโทรทัศน์ อาทิ ช่องไทยรัฐทีวี และ/หรือ ช่อง MCOT และ/หรือ ช่อง
NBT และ/หรือ ช่อง 3 และ/หรือ ช่องเนชั่นทีวี และ/หรือ ช่อง TNN เป็น
ต้น
- ๓) สื่อวิทยุ อาทิ วิทยุแห่งประเทศไทย และ/หรือ FM96.5 คลื่นความคิด
ช่วงคุยได้คุยดี และ/หรือ FM97.0 เป็นต้น
- ๔) สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ ไทยรัฐ และ/หรือ บางกอกโพสต์ และ/หรือ แบรนด
เอง เป็นต้น
- ๓.๗ สืบค้นความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ ตัวอย่าง เพื่อ
ประเมินผลการรับรู้ ความเข้าใจในบทบาทของ สสพ. ทั้งก่อนและหลัง
การดำเนินโครงการ เพื่อนำมาสรุปและประเมินผล พร้อมจัดทำเป็นรายงาน
ประเมินผลการรับรู้และการดำเนินงานทั้งโครงการในรูปแบบสรุปเล่ม และ
นำเสนอในรูปแบบ PPT จำนวน ๑ รายงาน
- ๓.๘ จัดเตรียมทีมงานและจัดหาผู้ประสานงานประจำ เพื่อดำเนินงานร่วมกับ
สสพ. อย่างน้อย ๑ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อ
ประสานงาน ค้นหา รวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานในการเผยแพร่สื่อ
ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว
- ๒,๕๗๘,๗๐๐.๐๐ บาท
- ๔,๙๒๒,๐๐๐.๐๐ บาท
- ๑๖๑,๕๗๐.๐๐ บาท
- ๑๐๔,๑๔๖.๖๗ บาท

- | | |
|---|-----------------------|
| <p>๓.๙ จัดทำรายงานการดำเนินงาน สรุปรายละเอียดการดำเนินงานในแต่ละเดือน อาทิ การจัดสัมมนา การจัดทำชิ้นงาน การเผยแพร่ และหลักฐานการเผยแพร่ให้แก่ สสพ. เป็นรายเดือนในรูปแบบ Soft File ผ่านทาง e-mail โดยกำหนดส่งทุกวันที่ ๒๕ นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา</p> | <p>๑๐๐,๒๒๓.๓๓ บาท</p> |
| <p>๓.๑๐ จัดทำรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการ อาทิ สรุปข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ รายละเอียดและการผลิตชิ้นงานต่างๆ รายละเอียดการเผยแพร่แต่ละช่องทาง พร้อมหลักฐานการเผยแพร่ โดยรวบรวมเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ข้อมูล ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ และคลิปการเผยแพร่จริง บันทึกลง External Drive จำนวน ๒ ชุด</p> | <p>๕๖,๒๔๒.๗๗ บาท</p> |

๔. แหล่งที่มีของราคากลาง

- | | |
|-----|---|
| ๔.๑ | บริษัท แบงค์คอก โรเตอร์ แอนด์ พาร์ทเนอर्स จำกัด(สำนักงานใหญ่) |
| ๔.๒ | บริษัท เดอะ เทรนด์เซกเตอร์ จำกัด |
| ๔.๓ | บริษัท เวิร์ค เกรด จำกัด |

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวสมมล รุ่งเรืองพัฒนา

หมายเหตุ

ราคานี้เป็นราคาที่รวม VAT 7% แล้ว