

สัญญาจ้างดำเนินการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดจีน
ภายใต้โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล

สัญญาเลขที่ ๖๗-๐๖๕

สัญญานี้ทำขึ้น ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เลขที่ ๔๘๔ อาคารสยามพิวรรณ์ทาวเวอร์ ชั้น ๒๕ และ ชั้น ๒๖ ถนนพระราม ๑ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๖๗ ระหว่าง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดย นางนิชาภา ยศวีร์ รองผู้อำนวยการ สสปน. รักษาการแทนผู้อำนวยการ สสปน. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้ว่าจ้าง" ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ เลขที่ ๔๗ ซอยเพชรเกษม ๓ แยก ๑ แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร โดย นายนิธิรุจน์ พงศ์ชนะรังสี ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคลปรากฏตามหนังสือรับรองของ E๑๐๐๔๑๒๒๐๕๑๗๒๒๑ ลงวันที่ ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้รับจ้าง" อีกฝ่ายหนึ่ง

คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงาน ดำเนินการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดจีน ภายใต้โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้รวมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา

ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ ชนิดดี เพื่อใช้ในการงานจ้างตามสัญญานี้

ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑ ผนวก ๑ ข้อกำหนดงาน จำนวน ๑๓ (สิบสาม) หน้า

๒.๒ ผนวก ๒ ข้อเสนอทางเทคนิค จำนวน ๒๒ (ยี่สิบสอง) หน้า

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Legal



๒.๓ ผผนวก ๓ ข้อเสนอทางด้านราคา จำนวน ๒ (สอง) หน้า

๒.๔ ผผนวก ๔ หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัทของผู้รับจ้างออกให้โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และหลักฐานการจดทะเบียนอื่นๆ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท จำนวน ๗ (เจ็ด) หน้า

ความใดในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้างให้ถือเป็นที่สุด และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าจ้าง หรือค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมจากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

ข้อ ๓. หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในขณะที่ทำสัญญานี้ผู้รับจ้างได้นำหลักประกัน เป็นจำนวนเงิน ๗๔,๗๒๙.๐๐ บาท (เจ็ดหมื่นสี่พันเจ็ดร้อยยี่สิบเก้าบาทถ้วน) มามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญานี้

กรณีผู้รับจ้างใช้หนังสือค้ำประกันมาเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา หนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะต้องออกโดยธนาคารที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือโดยบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดหรืออาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้ และจะต้องมีอายุการค้ำประกันตลอดไปจนกว่าผู้รับจ้างพ้นข้อผูกพันตามสัญญานี้

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ตามวรรคหนึ่ง จะต้องมียุครอบคลุมความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ถ้าหลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ดังกล่าวลดลงหรือเสื่อมค่าลง หรือมีอายุไม่ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ไม่ว่าด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม รวมถึงกรณี ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเป็นเหตุให้ระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวันครบกำหนดความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องตามสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเกิดขึ้นคราวใด ผู้รับจ้างต้องหาหลักประกันใหม่หรือหลักประกันเพิ่มเติมให้มีจำนวนครบถ้วนตามวรรคหนึ่งนำมามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบไว้ตามข้อนี้ ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้าง โดยไม่มีดอกเบี้ยเมื่อผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพัน และความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญานี้แล้ว

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Legal
๒


ข้อ ๔ ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวนเงิน ๑,๔๙๔,๕๗๖.๐๐ บาท (หนึ่งล้านสี่แสนเก้าหมื่นสี่พันห้าร้อยเจ็ดสิบหกบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๙๗,๗๗๖.๐๐ บาท (เก้าหมื่นเจ็ดพันเจ็ดร้อยเจ็ดสิบหกบาทถ้วน) ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวดๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๑๔๙,๔๕๗.๖๐ บาท (หนึ่งแสนสี่หมื่นเก้าพันสี่ร้อยห้าสิบเจ็ดบาทหกสิบสตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานและส่งมอบงานครั้งที่ ๑ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๕๙๗,๘๓๐.๔๐ บาท (ห้าแสนเก้าหมื่นเจ็ดพันแปดร้อยสามสิบบาทสี่สิบสตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานและส่งมอบงานครั้งที่ ๒ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดสุดท้าย ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๕๐ (ห้าสิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๗๔๗,๒๘๘.๐๐ บาท (เจ็ดแสนสี่หมื่นเจ็ดพันสองร้อยแปดสิบแปดบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาและส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

ข้อ ๕. เงินค่าจ้างล่วงหน้า

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงิน - บาท ซึ่งเท่ากับร้อยละ - ของราคาค่าจ้าง ตามสัญญาที่ระบุไว้ในข้อ ๔

เงินค่าจ้างล่วงหน้าดังกล่าวจะจ่ายให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าเป็น.....-.....เต็มตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นให้แก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องออกใบเสร็จรับเงินค่าจ้างล่วงหน้า ตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้ และผู้รับจ้างตกลงที่จะกระทำการเงื่อนไขอันเกี่ยวกับการใช้จ่ายและการใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า นั้น ดังต่อไปนี้

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

Legal

๓
[Signature]

๕.๑ ผู้รับจ้างจะใช้เงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามสัญญาเท่านั้น หากผู้รับจ้างใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเงินค่าจ้างล่วงหน้าในทางอื่น ผู้ว่าจ้างอาจจะเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๒ เมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง ผู้รับจ้างต้องแสดงหลักฐานการใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อพิสูจน์ว่าได้เป็นไปตามข้อ ๕.๑ ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่อาจแสดงหลักฐานดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน ผู้ว่าจ้างอาจเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้าง หรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๓ ในการจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามข้อ ๔ ผู้ว่าจ้างจะหักคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าในแต่ละงวดเพื่อชดเชยคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้จำนวนร้อยละ - ของจำนวนเงินค่าจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจำนวนเงินที่หักไว้จะครบตามจำนวนเงินที่หักค่าจ้างล่วงหน้าจากผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว ยกเว้นค่าจ้างงวดสุดท้ายจะหักไว้เป็นจำนวนเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือทั้งหมด

๕.๔ เงินจำนวนใดๆ ก็ตามที่ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อชำระหนี้หรือเพื่อชดเชยความรับผิดชอบต่างๆ ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากเงินค่าจ้างงวดที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก่อนที่จะหักชดเชยคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า

๕.๕ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญา หากเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือเกินกว่าจำนวนเงินที่ผู้รับจ้างจะได้รับหลังจากหักชดเชยในกรณีอื่นแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายคืนเงินจำนวนที่เหลือนั้นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๗ (เจ็ด) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

๕.๖ ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างต่อเมื่อผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างไว้ครบจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามข้อ ๕.๓ แล้ว เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าบางส่วนให้แก่ผู้รับจ้างก่อนได้

(๑) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้ฉบับเดียว หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในส่วนที่ผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้วนั้น โดยผู้รับจ้างจะต้องนำหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าฉบับใหม่ที่มีมูลค่าเท่ากับเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลืออยู่มาวางให้แก่ผู้ว่าจ้าง

(๒) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้หลายฉบับ ซึ่งแต่ละฉบับมีมูลค่าเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่ผู้ว่าจ้างจะต้องหักไว้ในแต่ละงวด หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดใดแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดนั้นได้

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Legal



ข้อ ๖ กำหนดเวลาแล้วเสร็จและสิทธิของผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ผู้รับจ้างต้องเริ่มทำงานที่รับจ้างภายในวันที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๗ และจะต้องทำงานให้แล้วเสร็จบริบูรณ์ภายในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗ ถ้าผู้รับจ้างมิได้ลงมือทำงานภายในกำหนดเวลา หรือไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีเหตุให้เชื่อได้ว่าผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลา หรือจะแล้วเสร็จล่าช้าเกินกว่ากำหนดเวลา หรือผู้รับจ้างทำผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือตกเป็นผู้ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือตกเป็นผู้ล้มละลาย หรือเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญานี้ได้ และมีสิทธิจ้างผู้รับจ้างรายใหม่เข้าทำงานของผู้รับจ้างให้ลุล่วงไปได้ด้วยการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญานั้นไม่กระทบสิทธิของผู้ว่าจ้างที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้รับจ้าง

การที่ผู้ว่าจ้างไม่ใช้สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิดชอบตามสัญญา

ข้อ ๗ ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาตามข้อ ๖ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการจ้างนี้ ภายในกำหนด ๓๐ (สามสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้มิเรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรับทำการแก้ไข ให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างไม่กระทำการดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น

ในกรณีเร่งด่วนจำเป็นต้องรีบแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายโดยเร็ว และไม่อาจรอให้ผู้รับจ้างแก้ไขในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งได้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิเข้าจัดการแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ซ่อมแซมความชำรุดบกพร่องหรือเสียหาย โดยผู้รับจ้าง ต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมด

การที่ผู้ว่าจ้างทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นแทนผู้รับจ้าง ไม่ทำให้ผู้รับจ้าง หลุดพ้นจากความรับผิดชอบตามสัญญา หากผู้รับจ้างไม่ชดเชยค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายตามที่ผู้ว่าจ้างเรียกร้องผู้ว่าจ้างมีสิทธิบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Legal

&
[Signature]

ข้อ ๘ การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วง หรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ข้อ ๙ ความรับผิดของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง และจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างช่วงด้วย (ถ้ามี)

ความเสียหายใดๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัยก็ตาม ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยซ่อมแซมให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ความรับผิดของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเพียงในกรณีชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายดังกล่าวในข้อ ๗ เท่านั้น

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง หรือลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง รวมถึงผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ตามสัญญานี้ หากผู้ว่าจ้างถูกเรียกร้องหรือฟ้องร้องหรือต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใดๆ เพื่อให้มีการว่าต่างแก้ต่างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งผู้รับจ้างจะต้องชดเชยค่าเสียหายนั้นๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใดๆ อันเกิดจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที

ข้อ ๑๐ การจ่ายเงินแก่ลูกจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกจ้างที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญาไว้ต่อลูกจ้างดังกล่าว

ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอันใดแก่ลูกจ้างดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกจ้างของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้ถือว่าผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด
Legal

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีประกันภัยสำหรับลูกจ้างทุกคนที่จ้างมาทำงาน โดยให้ครอบคลุมถึง ความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้าง รวมทั้งผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตาม กฎหมาย ซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ ต่อลูกจ้างหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อ ผู้ว่าจ้างเรียกเรื่อง

ข้อ ๑๑ การตรวจรับงานจ้าง

เมื่อผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างที่ส่งมอบและเห็นว่าถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาแล้ว ผู้ว่าจ้างจะออกหลักฐานการรับมอบเป็นหนังสือไว้ให้ เพื่อผู้รับจ้างนำมาเป็นหลักฐานประกอบการขอรับเงินค่างานจ้างนั้น

ถ้าผลของการตรวจรับงานจ้างปรากฏว่างานจ้างที่ผู้รับจ้างส่งมอบไม่ตรงตามสัญญา ผู้ว่าจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับงานจ้างนั้น ในกรณีเช่นว่านี้ ผู้รับจ้างต้องทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามสัญญาด้วย ค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง และระยะเวลาที่เสียไปเพราะเหตุดังกล่าวผู้รับจ้างจะนำมาอ้างเป็นเหตุขอขยายเวลาส่งมอบงานจ้างตามสัญญาหรือของดหรือลดค่าปรับไม่ได้

ข้อ ๑๒ รายละเอียดของงานจ้างคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในรายละเอียดของงานจ้างโดยถี่ถ้วนแล้ว หากปรากฏว่ารายละเอียดของงานจ้างนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากหลักการทางวิศวกรรมหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด โดยผู้รับจ้างจะคิดค่าจ้าง ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มขึ้นจากผู้ว่าจ้าง หรือขอขยายอายุสัญญาไม่ได้

ข้อ ๑๓ ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาท) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาทำงานให้ จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตามข้อ ๑๔ ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อ

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด
Legal

๗



เรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๔ สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อจนแล้วเสร็จก็ได้ และในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิริบหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมดหรือบางส่วนตามแต่จะเห็นสมควร นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่าหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินใดๆ ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้

ข้อ ๑๕ การบังคับค่าปรับ ค่าเสียหาย และค่าใช้จ่าย

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่งด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม จนเป็นเหตุให้เกิดค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องชดเชยค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยสิ้นเชิงภายในกำหนด ๓๐ (สามสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่ชดเชยให้ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาดังกล่าวให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะหักเอาจากจำนวนเงินค่าจ้างที่ต้องชำระหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้ทันที

หากค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายที่บังคับจากเงินค่าจ้างที่ต้องชำระ หรือหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาแล้วยังไม่เพียงพอ ผู้รับจ้างยินยอมชำระส่วนที่เหลือ ที่ยังขาดอยู่จนครบถ้วนตามจำนวนค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายนั้น ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแล้วยังเหลืออยู่อีกเท่าใด ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๖ การงดหรือลดค่าปรับ หรือการขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย หรือเหตุอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างทราบ เพื่อของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน ๑๕ (สิบห้า) วันนับถัดจากวันที่เหตุอันสิ้นสุดลง หรือตามที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าว แล้วแต่กรณี

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด
Legal



ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้ละสิทธิเรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่ กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือผู้ว่าจ้างทราบดี อยู่แล้วตั้งแต่ต้น

การงดหรือลดค่าปรับ หรือขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๗ ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้รับจ้างเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามสัญญา โดยมีหน้าที่ดำเนินการรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแทนหรือในนามของผู้ว่าจ้าง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่น ๆ ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้รวมเรียกว่า “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ทั้งที่มีผลใช้บังคับอยู่ ณ วันทำสัญญานี้และที่จะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงในภายหลัง โดยคู่สัญญายอมรับและตกลงร่วมกัน ดังนี้

(๑) ผู้ว่าจ้าง ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ตกลงมอบหมายให้ผู้รับจ้างในฐานะผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ดำเนินการเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของ Influencer ชาวจีน ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง บริษัท เบอร์โทรศัพท์ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว (ถ้ามี) ของ Influencer ชาวจีน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ชม clip ข้อมูลในการติดต่อประสานงาน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ให้แล้วเสร็จภายในกำหนดระยะเวลาตามสัญญา เว้นแต่กรณีที่คู่สัญญาตกลงแก้ไขสัญญาหรือขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องชี้แจงนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตาม (๑) ทราบ โดยสามารถดูรายละเอียดได้ที่ <https://www.busessevents thailand.com/th/policy> หรือตามเอกสารแนบท้ายสัญญานี้ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อนประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(๓) ผู้รับจ้างจะกำหนดให้การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญานี้ถูกจำกัดเฉพาะเจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ได้รับมอบหมายและมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความจำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญานี้เท่านั้น

(๔) ผู้รับจ้างจะควบคุมดูแลให้เจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ต้องรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลด้วยมาตรฐานเดียวกัน และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการตามที่กำหนดในสัญญานี้เท่านั้น และจะไม่ทำซ้ำ คัดลอก ทำสำเนา บันทึกภาพข้อมูลส่วนบุคคลไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วนเป็นอันขาด เว้นแต่เป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา

(๕) ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยื่นคำร้องขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่อผู้รับจ้างโดยตรง ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งและส่งคำร้องดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้าง

Legal

ทันที และดำเนินการเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ว่าจ้างในการตอบสนองต่อคำร้องขอเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้รับจ้างจะไม่ใช่ผู้ตอบสนองต่อคำร้องดังกล่าวเอง เว้นแต่ ผู้ว่าจ้างจะได้อบรมหมายให้ผู้รับจ้างดำเนินการ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคำร้องดังกล่าว

(๖) ผู้รับจ้างจะจัดทำและเก็บรักษาบันทึกรายการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing) ทั้งหมดที่ผู้รับจ้าง ประมวลผลในขอบเขตของสัญญาฉบับนี้ และข้อมูลที่ระบุด้านล่าง และจะดำเนินการส่งมอบบันทึกรายการดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อสิ้นสุดสัญญา และ/หรือทันที ที่ผู้ว่าจ้างร้องขอ

(ก) ประเภทของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(ข) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ค) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ง) การโอนข้อมูลไปยังต่างประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ และเอกสารที่ระบุ มาตรการป้องกันที่เหมาะสม

(จ) คำอธิบายทั่วไปของมาตรการเชิงเทคนิคและมาตรการเชิงบริหารจัดการเพื่อการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

(๗) ผู้รับจ้างจะจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสมตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนดและ/หรือตาม มาตรฐานสากล โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามที่กำหนดในสัญญา ฉบับนี้เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ความเสียหายอันเกิดจากการละเมิด อุบัติเหตุ การลบ ทำลาย สูญหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไข เข้าถึง ไข้ เปิดเผย หรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เป็นต้น

(๘) เว้นแต่กฎหมายที่เกี่ยวข้องจะบัญญัติไว้เป็นประการอื่น ผู้รับจ้างจะทำการลบหรือ ทำลายหรือส่งคืน (ตามที่ สสปน. จะแจ้ง) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ทำการประมวลผลภายใต้สัญญาฉบับนี้ภายใน ๑๕ วัน นับแต่วันที่ดำเนินการประมวลผลเสร็จสิ้น หรือวันที่ สสปน. และผู้รับจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิก สัญญาหรือให้ยกเลิกการประมวลผลตามสัญญาฉบับนี้ แล้วแต่กรณี ผู้รับจ้างต้องยืนยันการลบหรือทำลายหรือ ส่งคืนข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเป็นลายลักษณ์อักษรให้กับผู้ว่าจ้าง

(๙) กรณีที่ผู้รับจ้างพบเหตุการณ์ใด ๆ ที่มีลักษณะที่กระทบต่อการรักษาความปลอดภัย ของข้อมูลส่วนบุคคล ที่ผู้รับจ้างประมวลผลภายใต้สัญญาฉบับนี้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายจากการละเมิด อุบัติเหตุ การลบ ทำลาย สูญหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไข เข้าถึง ไข้ เปิดเผยหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วย กฎหมาย ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างทราบโดยทันที ทั้งนี้ต้องไม่เกิน ๑๒ ชั่วโมงนับจากทราบเหตุ

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด
Legal

๑๐



(๑๐) การแจ้งถึงเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญานี้ ผู้รับจ้างจะต้องระบุถึงสาเหตุของการละเมิด และมาตรการการป้องกันปัญหาดังกล่าวมิให้เกิดซ้ำ และจะให้ข้อมูลแก่ผู้ว่าจ้างภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้กำหนด ดังต่อไปนี้

- (ก) รายละเอียด ลักษณะและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นของการละเมิด
- (ข) มาตรการที่ถูกใช้เพื่อป้องกัน หรือลดผลกระทบของการละเมิด
- (ค) ประเมินของข้อมูลส่วนบุคคลและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกละเมิด (หากมีปรากฏ)
- (ง) ข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวข้องกับการละเมิด

(๑๑) ผู้รับจ้างมีหน้าที่รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับทราบมาอย่างเคร่งครัด

(๑๒) ผู้รับจ้างไม่สามารถจ้างช่วงบุคคลอื่นใดเพื่อการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ว่าจ้างโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่มีการอนุญาตจะเป็นการอนุญาตสำหรับผู้รับจ้างช่วงเฉพาะรายเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องลงนามในสัญญากับผู้รับจ้างช่วงภายนอกซึ่งมีข้อกำหนดในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่น้อยไปกว่าข้อกำหนดที่กำหนดต่อผู้รับจ้างตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างผลยังคงต้องรับผิดชอบผู้ว่าจ้าง สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับจ้างช่วง

(๑๓) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจ้างในการปฏิบัติตามสัญญา จะสิ้นสุดลงนับแต่วันที่ปฏิบัติงานที่ตกลงเสร็จสิ้น หรือวันที่ผู้รับจ้าง และผู้ว่าจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี อย่างไรก็ดี การสิ้นสุดของสัญญานี้ ไม่กระทบต่อหน้าที่ของผู้รับจ้างในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กำหนดในข้อ ๑๗ (๘) และหน้าที่รักษาความลับตามที่กำหนดในข้อ ๑๗ (๔) และข้อ ๑๗ (๑๑) ของสัญญานี้

(๑๔) นอกเหนือจากหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาแล้ว กรณีที่เกิดความเสียหายขึ้นจากการที่ ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้าง อันเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล หรือการปฏิบัติผิดข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผู้ว่าจ้าง และจะถือว่าผู้รับจ้างเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ แทนผู้ว่าจ้าง และผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเสมือนดังผู้รับจ้างเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเอง

(๑๕) หากผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างตามข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคลนี้ อย่างเคร่งครัด ผู้ว่าจ้างสามารถบอกเลิกสัญญาได้ทันที

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Legal
๑๑



สัญญาที่สร้างขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความ โดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และคู่สัญญาต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้ว่าจ้าง
(นางนิชาภา ยศวีร์)
รองผู้อำนวยการ สสพ.
รักษาการแทนผู้อำนวยการ สสพ.
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....ผู้รับจ้าง
(นายนิรุจน์ พงศ์ชนะรังสี)
กรรมการผู้มีอำนาจ
บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด
บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

ลงชื่อ.....พยาน
(นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ)
ผู้จัดการอาวุโส
ส่วนงานการตลาดดิจิทัล
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....พยาน
(นางสาวชฎารัตน์ ศิริวิญญวงค์)
บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

เลขที่โครงการ ๖๗๐๖๔๕๕๐๕๖๓

เลขคู่สัญญา ๖๗๐๘๒๔๐๐๔๖๑๕

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

Legal
๑๒



อ.ส.5 ใบสัณสัณตราสาร

เลขที่ 00391
วันที่ 28 สิงหาคม 2567

เลขประจำตัว 0105558068875 เลขที่สาขา
ชื่อผู้เสียภาษีอากร บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

ในฐานะ ผู้มีหน้าที่เสียอากร

ที่อยู่ : เลขรหัสประจำบ้าน
ห้องเลขที่ -
หมู่บ้าน -
เลขที่ 97
ตรอก/ซอย ซอยเพชรเกษม 3
ถนน -
เขต/อำเภอ บางกอกใหญ่
รหัสไปรษณีย์ 10600

ชื่ออาคาร -
ชั้นที่ -
หมู่ที่ -
แยก 1
แขวง/ตำบล วัดท่าพระ
จังหวัด กรุงเทพมหานคร



ถัสนญา
เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0994000112165 เลขที่สาขา
ชื่อ สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

(นายธีร ไทยถาวร)
นักวิชาการสรรพากรชำนาญการ

ได้เสียอากรนสทมปเป็นตัวเงินสำหรับตราสารตามบัญชีอัตราอากรนสทมป ข้อ 4
ลักษณะตราสาร ต้นฉบับ ดังนี้ :



	บาท	สต.
มูลค่าตราสาร	1,396,800	00
ค่าอากรนสทมป	1,397	00
เงินเพิ่ม	0	00
รวมเงิน	1,397	00

จำนวนเงินเป็นตัวอักษร (หนึ่งพันสามร้อยเก้าสิบเจ็ดบาทถ้วน)
ตามใบเสร็จ เลขที่ 013049 ลงวันที่ 28 สิงหาคม 2567
เลขระบุเอกสาร อ.ส.4 คือ 03030160-25670828-1-04-000067

ลงชื่อ

(นายธีร ไทยถาวร)
ตำแหน่ง
นักวิชาการสรรพากรชำนาญการ

ใบสัณสัณตราสารนี้จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่อากรนสทมปของหน่วย เก็บภาษีอากร
ได้ลงชื่อและออกใบเสร็จรับเงินเรียบร้อยแล้ว

ข้อกำหนดงาน (TERMS OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)

๑. ชื่อโครงการ โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล

๒. ชื่อกิจกรรม บริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดเงิน

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการประชุมนานาชาติ ตามนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวและไมซ์จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างรายได้ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ในระยะสั้น และสร้างงานให้กับประชาชนเป็นจำนวนมาก รัฐบาลจะร่วมกับภาคธุรกิจในทุกภาคส่วนเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้า งานเทศกาลระดับโลก เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นสถานที่สำหรับการจัดงานแสดงต่างๆ ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในภูมิภาคนี้ ดังนั้นจำเป็นต้องเร่งส่งเสริมและกำหนดมาตรการสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ เพื่อดึงดูดผู้จัดการประชุมควบคู่กับการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักเดินทาง การส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดเชิงรุกไปยังกลุ่มผู้ซื้อที่มีศักยภาพผ่านช่องทางออนไลน์ และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงการประมูลสิทธิ์การจัดงานที่มีศักยภาพได้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการเชิงรุกทุกด้านอย่างต่อเนื่อง มีการขับเคลื่อนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยขับเคลื่อนผ่านการตลาดดิจิทัล สร้างระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์หรือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Digital Ecosystem for MICE Industry) ที่สมบูรณ์ สมดุล และยั่งยืน มุ่งหน้าสู่ยุคที่เน้นคุณค่า (High Value Added Destination) และความยั่งยืน (Sustainable MICE) ด้วยการส่งเสริมการตลาดไมซ์ที่พันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์จะช่วยกันผลักดันให้เกิด Synergy เสริมกำลังซึ่งกันและกัน เกิดเป็น Super Power ที่จะผลักดันให้ไมซ์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาดการไมซ์เชิงรุกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจและชุมชนเป็นเครื่องมือในการรวบรวม เผยแพร่ข้อมูลด้านไมซ์ ประสพการณ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานไมซ์ ตลอดจนการบริการของ สสปน. ให้แก่กลุ่มเป้าหมายในและต่างประเทศได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ และ สสปน. สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง และคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว การขับเคลื่อนด้านการตลาดดิจิทัล ยังสอดคล้องกับ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ด้วยยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล การพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล และการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทย สสปน.

ต้องเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล โดยต้องมีการยกระดับคุณภาพการให้บริการพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของ สสพ. อย่างเหมาะสม .

และสืบเนื่องจากนโยบายของรัฐบาล ในการประกาศยกเว้นการตรวจลงตรา (Visa Exemption) เพื่อการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ถือหนังสือเดินทาง หรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทางสัญชาติจีน ตั้งแต่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๖ เป็นต้นไป เพื่อกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวจีนในการเดินทางมายังประเทศไทย การทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลัก เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีจำนวนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในปี ๒๕๖๖ อยู่ที่ ๑,๐๖๓ ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น ๑,๔๐๙ ล้านคน ในปี ๒๕๖๖ และประมาณร้อยละ ๗๔ ของประชากรจีน นิยมใช้โซเชียลมีเดียของประเทศจีนในการเป็นช่องทางการสื่อสาร และเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสาร ความบันเทิง รวมถึงการซื้อขาย และชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัลเพื่อความสะดวก รวดเร็ว โดยโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมในประเทศจีนมีให้บริการอยู่หลายแพลตฟอร์ม อาทิ WeChat มีผู้ใช้งานประมาณ ๑.๓ พันล้านคนต่อเดือน ตามสถิติในปี ๒๕๖๖ มีการเติบโตถึง ๑๓.๙๑% หรือ Douyin ที่มีผู้ใช้งานอยู่ที่ ๗๔๓ ล้านคนต่อเดือน โดยแพลตฟอร์มเกือบทั้งหมดนิยมใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร

การทำการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของจีนนอกจากจะเป็นการสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับประเทศไทย และอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยที่สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังสร้างโอกาสในการนำเสนอเทรนด์ใหม่ๆที่น่าสนใจเกี่ยวกับประเทศไทย ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของประเทศจีน ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย และนำเสนอความพร้อมของประเทศไทยในการให้บริการนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย

๕. วัตถุประสงค์

- ๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Image and Branding) เพื่อยกระดับให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในระดับนานาชาติ
- ๕.๒ เพื่อยกระดับ และพัฒนาด้านดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงในตลาดนานาชาติได้อย่างรวดเร็ว
- ๕.๓ เป็นช่องทางใหม่ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประเทศไทย และ สสพ. ให้แก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ๕.๔ เพื่อสร้างฐานผู้ติดตามในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของอุตสาหกรรมไมซ์ และ สสพ. ในประเทศที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลัก

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด Legal

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดประเทศจีน โดยครอบคลุมการดำเนินงาน ดังนี้

- ๖.๑ นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด (Competitors Review) พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (Target Behavior) เช่น หน่วยงาน องค์กร สมาคม หรือ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดงานไมซี และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในงานหรือกิจกรรมไมซี รวมถึงกรณีศึกษา (Case Study) ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซีไทย ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดประเทศจีน
- ๖.๒ จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล (Digital Communication Strategy) แผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) เพื่อกำหนดทิศทางและรูปแบบการสื่อสารทั้งเนื้อหา (Content) ภาพนิ่ง (Infographic) วิดิทัศน์สั้น (Short VDO) รวมถึงภาพรวมในการออกแบบชิ้นงาน (Design) ที่ใช้ในการสื่อสารให้ชัดเจนเหมาะสม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (Create Engagement) ผ่านช่องทางการสื่อสารดิจิทัลที่เป็นที่นิยม และยอมรับในประเทศจีน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แพลตฟอร์ม ได้แก่ WeChat เป็นแพลตฟอร์มหลัก และ Douyin หรือ ช่องทางอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อ สสพ. ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดประเทศจีน
- ๖.๓ บริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดประเทศจีน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แพลตฟอร์ม ได้แก่ WeChat เป็นแพลตฟอร์มหลัก และ Douyin หรือช่องทางอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อ สสพ. ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดประเทศจีน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการแพลตฟอร์ม รวมถึงบริหารจัดการในการสร้างการรับรู้ตลอดระยะเวลาดำเนินงาน รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ Views/Reach ภายใน ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
- ๖.๔ นำเสนอแผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan) โดยจัดเตรียมแผนการนำเสนอเนื้อหา (Content) ภาพนิ่ง (Infographic) และแผนการผลิตวิดิทัศน์สั้น (Short VDO) สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์บนช่องทางดิจิทัลแก่ สสพ. ก่อนการผลิตชิ้นงานจริง โดยต้องครอบคลุมเนื้อหาที่มีความทันสมัย ทันกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีความเป็นเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมไมซีไทยในตลาดประเทศจีนได้ โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทาง สสพ. ทุกครั้ง โดยนำส่งภายในวันที่ ๒๕ ของทุกเดือน ตลอดระยะเวลาโครงการ
- ๖.๕ จัดทำเนื้อหาภาษาจีนในรูปแบบสร้างสรรค์ (Content Creation) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน เช่น บทความ (Article) และ/หรือภาพนิ่ง (Infographic) ที่มีเนื้อหาตรงตามความต้องการของตลาดไมซีในประเทศจีน เพื่อนำเสนอบนแพลตฟอร์ม และเมื่อนำเสนอครบทั้ง ๑๐ ชิ้นงาน หรือในช่วงระยะเวลาการดำเนินโครงการ ยังสามารถให้คำแนะนำในการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับตลาดไมซีในประเทศจีนให้กับ สสพ. ได้ เพื่อนำไปจัดทำชิ้นงานประชาสัมพันธ์ต่อไปได้
- ๖.๖ บันทึกภาพเคลื่อนไหว (Raw Footage VDO Shooting) จากงานและกิจกรรมต่างๆ หรือสถานที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากทาง สสพ. ทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ด้วยอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน และได้มาซึ่งภาพที่มีความละเอียดสูง (High Definition) โดยผู้รับจ้าง

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางของทีมงานของผู้รับจ้างในการเดินทางไปถ่ายทำนอกสถานที่
ทุกครั้ง

- ๖.๗ จัดทำสื่อวีดิทัศน์สั้น (Short VDO) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ในแนวตั้งหรือแนวนอน จำนวน ๒ ชิ้นงาน ในรูปแบบของไฟล์ MOV. หรือ MP๔ โดยนำเสนอแนวคิด (Concept Idea)เค้าโครงเรื่อง (Storyline) ที่ชัดเจน พร้อมจัดทำสคริปต์ (Script) การเขียนคำบรรยายประกอบ (Caption) และจัดหาผู้ลงเสียงภาษาจีน (Native Chinese Announcer) เพลงประกอบ (Background Music) ที่มีความเหมาะสม ถูกลิขสิทธิ์ และเข้ากับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ นำเสนอภาพประกอบ กราฟิกประกอบ และเทคนิคการตัดต่อ (Stock VDO Footage / Graphic Elements / Editing Techniques) ที่มีความสวยงาม ทันสมัย มีความคมชัด และเข้ากับเนื้อหาของวีดิทัศน์โดยรวม โดยทั้งหมดต้องจัดทำด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล สามารถรองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆทั้งในและต่างประเทศได้ รวมถึงให้ สสปน. นำไปใช้เผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารต่างๆของ สสปน. ได้ โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทาง สสปน. ทุกครั้ง
- ๖.๘ จัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย ที่มีความน่าสนใจ ทันสมัย ในรูปแบบของสื่อวีดิทัศน์สั้น (Short VDO) ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ผ่านการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักในตลาดประเทศจีน สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามในประเทศจีนได้ (Engagement) และมียอดผู้ติดตาม (Follower) ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ อินฟลูเอนเซอร์ เป็นจำนวน ๑๐ ชิ้นงาน
- ๖.๙ เพิ่มยอดผู้ติดตาม (Follower) และ/หรือ การมีส่วนร่วม (Engagement) โดยให้มีจำนวนโพสต์ ที่มี ยอดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ Engagement จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ โพสต์ ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการในทุกช่องทาง
- ๖.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ประสานงานหลักที่มีความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาจีน (Chinese) ได้เป็นอย่างดี และมีประสบการณ์ในการจัดทำสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดประเทศจีน ผู้รับจ้างจะต้องมีความเข้าใจในระบบการทำงานของประเทศไทย สามารถออกแบบและจัดทำชิ้นงานทั้งหมดด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล สามารถรองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆทั้งในประเทศจีน ประเทศไทย และต่างประเทศได้ รวมถึงสามารถให้ทาง สสปน. นำไปใช้เผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารต่างๆของ สสปน. ได้ สามารถแก้ไข ทำซ้ำ หรือปรับปรุงได้ในอนาคต โดยชิ้นงานทั้งหมดต้องเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน.
- ๖.๑๑ ผลงานทุกชิ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ สสปน. และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไปให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลกับ สสปน. ได้ ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

๖.๑๒ ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของ สสพ. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๓ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๓.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของ สสพ. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๓.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

Legal

กมล.ป.

Ap. Kij

1	ผู้ยื่นข้อเสนอ	มีคุณสมบัติครบถ้วนถูกต้องตามประกาศ						
2	ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นำเสนอ	มีข้อกำหนดถูกต้องครบถ้วนตามคุณลักษณะ ตามประกาศ						
3	คะแนนตามหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา	<table> <tr> <td>1</td><td>ตัวแปรหลัก : ราคา</td><td>น้ำหนัก 40 คะแนน</td></tr> <tr> <td>2</td><td>ตัวแปรหลัก : คุณภาพ</td><td>น้ำหนัก 60 คะแนน</td></tr> </table>	1	ตัวแปรหลัก : ราคา	น้ำหนัก 40 คะแนน	2	ตัวแปรหลัก : คุณภาพ	น้ำหนัก 60 คะแนน
1	ตัวแปรหลัก : ราคา	น้ำหนัก 40 คะแนน						
2	ตัวแปรหลัก : คุณภาพ	น้ำหนัก 60 คะแนน						

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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน								
ตัวแปรรองที่ ๑	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้	๔๐								
	๑. ๑ นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด (๑๐ คะแนน)									
	<table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด</td><td>๐</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๓ - ๔ ราย</td><td>๑-๓</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๕ - ๖ ราย</td><td>๔-๕</td></tr></table>		ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด	๐	มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๓ - ๔ ราย	๑-๓	มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๕ - ๖ ราย	๔-๕
	ความหมาย		ระดับคะแนน							
	ไม่มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด		๐							
มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๓ - ๔ ราย	๑-๓									
มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๕ - ๖ ราย	๔-๕									

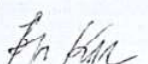
	มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๗ - ๙ ราย	๖-๗																	
	มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการของตลาด จำนวน ๑๐ รายขึ้นไป	๘-๑๐																	
	๑.๒ นำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <tr> <th data-bbox="380 464 1192 554">ความหมาย</th> <th data-bbox="1192 464 1299 554">ระดับ คะแนน</th> </tr> <tr> <td data-bbox="380 554 1192 644"> ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ </td> <td data-bbox="1192 554 1299 644">๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="380 644 1192 735"> มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๑ แผน </td> <td data-bbox="1192 644 1299 735">๑-๕</td> </tr> <tr> <td data-bbox="380 735 1192 873"> มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒ แผนขึ้นไป </td> <td data-bbox="1192 735 1299 873">๖-๑๐</td> </tr> </table> ๑.๓ นำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล ประเภทต่างๆ ที่มีเนื้อหาสาระที่มีคุณภาพ ทันสมัย สามารถดึงดูดความสนใจ และสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีใน ประเทศจีน (๒๐ คะแนน) <table border="1"> <tr> <th data-bbox="380 1079 1192 1169">ความหมาย</th> <th data-bbox="1192 1079 1299 1169">ระดับ คะแนน</th> </tr> <tr> <td data-bbox="380 1169 1192 1220"> ไม่มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล </td> <td data-bbox="1192 1169 1299 1220">๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="380 1220 1192 1270"> มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล จำนวน ๑-๒ ประเภท </td> <td data-bbox="1192 1220 1299 1270">๑-๑๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="380 1270 1192 1320"> มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัลจำนวน ๓ ประเภทขึ้นไป </td> <td data-bbox="1192 1270 1299 1320">๑๑-๒๐</td> </tr> </table>			ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๐	มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๑ แผน	๑-๕	มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒ แผนขึ้นไป	๖-๑๐	ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล	๐	มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล จำนวน ๑-๒ ประเภท	๑-๑๐	มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัลจำนวน ๓ ประเภทขึ้นไป	๑๑-๒๐
ความหมาย	ระดับ คะแนน																		
ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๐																		
มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๑ แผน	๑-๕																		
มีการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล เพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒ แผนขึ้นไป	๖-๑๐																		
ความหมาย	ระดับ คะแนน																		
ไม่มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล	๐																		
มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัล จำนวน ๑-๒ ประเภท	๑-๑๐																		
มีการนำเสนอตัวอย่างงานดิจิทัลจำนวน ๓ ประเภทขึ้นไป	๑๑-๒๐																		
ตัวแปรครั้งที่ ๒	ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการ บริหารจัดการโครงการ ๒.๑ นำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตรงตามความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <tr> <th data-bbox="380 1604 1192 1694">ความหมาย</th> <th data-bbox="1192 1604 1299 1694">ระดับ คะแนน</th> </tr> <tr> <td data-bbox="380 1694 1192 1785"> ไม่มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงความ ต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน </td> <td data-bbox="1192 1694 1299 1785">๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="380 1785 1192 1875"> มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน </td> <td data-bbox="1192 1785 1299 1875">๑-๑๐</td> </tr> </table>			ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงความ ต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน	๐	มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน	๑-๑๐										
ความหมาย	ระดับ คะแนน																		
ไม่มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงความ ต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน	๐																		
มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน	๑-๑๐																		

๔๐
Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

For Kura

	๒.๒ สามารถนำเสนอเนื้อหา (Content) ที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น (๒๐ คะแนน) <table border="1"> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น จำนวน ๑-๒ รูปแบบ</td> <td>๑-๑๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น จำนวน ๓ รูปแบบขึ้นไป</td> <td>๑๑-๒๐</td> </tr> </table> ๒.๓ สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และผลิตสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ แปลกใหม่ และสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเทคนิคสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๑-๒ เทคนิค</td> <td>๑-๕</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป</td> <td>๖-๑๐</td> </tr> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น	๐	มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น จำนวน ๑-๒ รูปแบบ	๑-๑๐	มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น จำนวน ๓ รูปแบบขึ้นไป	๑๑-๒๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล	๐	มีการนำเสนอเทคนิคสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๑-๒ เทคนิค	๑-๕	มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป	๖-๑๐	
ความหมาย	ระดับคะแนน																	
ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น	๐																	
มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น จำนวน ๑-๒ รูปแบบ	๑-๑๐																	
มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบวิดีโอทัศน์สั้น จำนวน ๓ รูปแบบขึ้นไป	๑๑-๒๐																	
ความหมาย	ระดับคะแนน																	
ไม่มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล	๐																	
มีการนำเสนอเทคนิคสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๑-๒ เทคนิค	๑-๕																	
มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป	๖-๑๐																	
ตัวแปรครั้งที่ ๓	ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซี ความพร้อม และประสบการณ์ ๓.๑ มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน (๕ คะแนน) <table border="1"> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> <tr> <td>ไม่มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>น้อยที่สุด</u></td> <td>๑</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>น้อย</u></td> <td>๒</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>ปานกลาง</u></td> <td>๓</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>มาก</u></td> <td>๔</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>มากที่สุด</u></td> <td>๕</td> </tr> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน	๐	มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>น้อยที่สุด</u>	๑	มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>น้อย</u>	๒	มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>ปานกลาง</u>	๓	มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>มาก</u>	๔	มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>มากที่สุด</u>	๕	๒๐ Legal บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด		
ความหมาย	ระดับคะแนน																	
ไม่มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน	๐																	
มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>น้อยที่สุด</u>	๑																	
มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>น้อย</u>	๒																	
มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>ปานกลาง</u>	๓																	
มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>มาก</u>	๔																	
มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซีทั้งในประเทศไทย และในตลาดจีน <u>มากที่สุด</u>	๕																	



๓.๒ มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (๕ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๑ โครงการ</td> <td>๑</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๒ โครงการ</td> <td>๒</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๓ โครงการ</td> <td>๓</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๔ โครงการ</td> <td>๔</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๕ โครงการ</td> <td>๕</td> </tr> </tbody> </table>		ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน	๐	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๑ โครงการ	๑	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๒ โครงการ	๒	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๓ โครงการ	๓	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๔ โครงการ	๔	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๕ โครงการ	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน														
ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน	๐														
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๑ โครงการ	๑														
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๒ โครงการ	๒														
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๓ โครงการ	๓														
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๔ โครงการ	๔														
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในตลาดจีน ๕ โครงการ	๕														
๓.๓ มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีนหรือประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๑ - ๒ ปี</td> <td>๑-๕</td> </tr> <tr> <td>มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๒ ปี ขึ้นไป</td> <td>๖-๑๐</td> </tr> </tbody> </table>		ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีนหรือประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน	๐	มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๑ - ๒ ปี	๑-๕	มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๒ ปี ขึ้นไป	๖-๑๐						
ความหมาย	ระดับคะแนน														
ไม่มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีนหรือประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน	๐														
มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๑ - ๒ ปี	๑-๕														
มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๒ ปี ขึ้นไป	๖-๑๐														
รวม															
๑๐๐															

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

- ๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
- ๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

Legal
[Signature]
[Signature]

- ๘.๓ สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))
- ๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญา - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนงานการบริหารจัดการ การผลิตสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดจีน โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ลงใน External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน (ข้อ ๖.๑) - แผนกลยุทธ์การสื่อสารบนช่องทางดิจิทัล (Digital Communication Strategy) (ข้อ ๖.๒)	ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้ - รายงานยอดรวมการรับรู้กิจกรรมบริหารจัดการสื่อดิจิทัล สำหรับตลาดประเทศจีน ไม่น้อยกว่า ๒๐๐, ๐๐๐ View/Reach (ข้อ ๖.๓) - แผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan) (ข้อ ๖.๔) - จัดทำเนื้อหาภาษาจีนในรูปแบบสร้างสรรค์ (Content Creation) จำนวน ๕ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๕) - ภาพเคลื่อนไหว (Raw Footage VDO Shooting) จากงาน และกิจกรรมต่างๆ หรือสถานที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากทาง สสพ. ทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๖) - สื่อวิดีโอสั้น (Short VDO) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซี ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ในแนวตั้งหรือแนวนอน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๗) - จัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อวิดีโอสั้น (Short VDO) ผ่านการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๘) โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ลงใน External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด	ภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้ - แผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan) (ข้อ ๖.๔) - จัดทำเนื้อหาภาษาจีนในรูปแบบสร้างสรรค์ (Content Creation) ส่วนที่เหลือทั้งหมด (ข้อ ๖.๕)	ภายในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๗

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- ภาพเคลื่อนไหว (Raw Footage VDO Shooting) จากงาน และกิจกรรมต่างๆ หรือสถานที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากทาง สสบน. ทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล ส่วนที่เหลือทั้งหมด (ข้อ ๖.๖) - สื่อวิดีโอสั้น (Short VDO) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ในแนวตั้งหรือแนวนอน ส่วนที่เหลือทั้งหมด (ข้อ ๖.๗) - จัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อวิดีโอสั้น (Short VDO) ผ่านการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ส่วนที่เหลือทั้งหมด (ข้อ ๖.๘) - รายงานยอดผู้ติดตาม (Follower) และ/หรือ การมีส่วนร่วม (Engagement) โดยมีจำนวนโพสต์ ที่มียอดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ Engagement จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ โพสต์ (ข้อ ๖.๙) โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ลงใน External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด	

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวด งวดละเท่าๆกัน โดยจะเบิกจ่ายให้หลังจากที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๑๐ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อากรแสดมภ์

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

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสบน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไว้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ.จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อเสนอสิทธิ

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสิน
ของ สสปน.

๕. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความ
ยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวบรรพพรรณ กฤษทอง
ตำแหน่ง ผู้จัดการ ส่วนงาน
Email: bovorpan_k@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๑๖๐๐๖

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Legal



OBJECTIVE

- ▶▶ CREATE BRAND AWARENESS IN CHINA MARKET
- ▶▶ DRAW PEOPLE TO KNOW ABOUT TCEB

DISCOVERY



TCEB

DIGITAL STRATEGY PROPOSAL

Legal



AGENDA

- ▶▶ DISCOVERY
- ▶▶ STRATEGY
- ▶▶ CREATIVE IDEA & KOL
- ▶▶ MEDIA STRATEGY
- ▶▶ BUDGET ALLOCATION

Mr D

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Terms "TCEB"

"泰国会议展监局" on Xiaohongshu

Searching for information related to TCEB, there are only a few notes by both in Chinese and English Name. When search by the CN name, **most of the contents are about TCEB's roadshow in China**, and when search by the ENG name, there are more contents about the events or exhibitions organized by TCEB in Thailand.



Terms "MICE in Thai"

"泰国会展" on WeChat

Based on the search result under articles, we could see that most of the contents are published by domestic MICE companies and if you go to the content page, when talking about events, most are sharing the facilities, event venues and the MICE reward policy; when talking about incentives, **most are sharing the unique experience and value for money comparing with other destinations.**



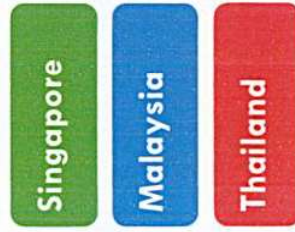
Terms "MICE in Thai"

"泰国会展" on WeChat

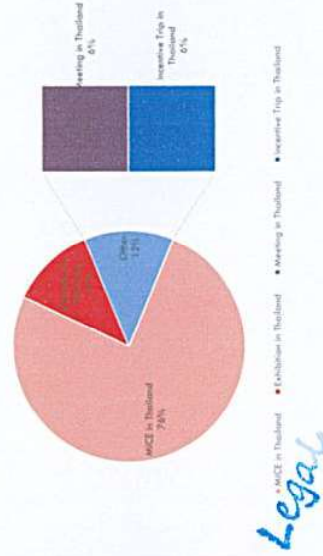
Searching for information related to MICE in Thai on WeChat. On Channels and Articles, generally most of the contents are from the **domestic MICE companies sharing the experience in Thailand and policy of promoting the MICE in Thailand**, and articles get more interactions such as reads and likes than channels.



Top-mentioned MICE countries in Southeast Asia



Most mentioned activities are exhibitions



บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด



Home > Why Singapore

Why Singapore

A global business hub and a world-class MICE destination, Singapore connects you with industry leaders and decision makers from around the world.

Here, you can tap into new markets, forge new business partnerships, making Singapore your launchpad for new ideas and innovation. Coupled with our sustainable MICE events that create a legacy of doing good while making a lasting impact.

7,000+ MNCs operating in Singapore

37,400+ International companies out of Singapore

100+ Airlines serving at Changi Airport

300 cities worldwide

Plan with a peace of mind

Singapore's political stability, balanced approach towards regulation and safety, and flexible, robust MICE industry laws you focus on what truly matters—creating an unforgettable, impactful event.

Why Singapore, Plans, Events, Travel, MICE, Sources, Events Calendar

Get in Touch

Q

Chat with us



Terms "MICE in Thai"

"泰国会展" on WeChat

Based on the search result under channels, we could see that when speaking of events in Thailand, most of the contents are published by MICE companies or industry-related companies, **sharing about the experience of attending the events; when speaking of incentives, contents about visa requirement, and related travel policy attract more attention.**



"Singapore MICE" "Incentive Trip to Singapore"

"新加坡会展" "新加坡奖励旅游" on Xiaohongshu

Searching for information related to MICE or incentive trip in Singapore, most of the contents are the advantages of doing MICE in Singapore as well as knowledge sharing. A lot of contents mentioned Singapore as the **Asia's Best MICE City**, which is a very important selling point for Singapore.



Choose from world-class venues

2 to 55,000

pax sized venues

1,700+

state-of-the-art venues

[VIEW ALL VENUES](#)



Besides being the hub of multinational conglomerates, Singapore is the world's leader in green architecture development. Guarantee by awards and standards.

Signature

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

"Incentive Trip to Bali" "巴厘奖励旅游" on Xiaohongshu

Searching for information related to MICE Bali, most contents promote Bali for incentive trips and talk about the knowledge sharing from the MICE/travel companies, and personal experience sharing. The most mentioned advantages of incentive travel to Bali are **hotels and unique experiences**.



KEY DIFFERENTIATION



Singapore - Green



Malaysia - Unity



Thailand – The Center of Experience



Legal

Malaysia highlights a unified way of work, which led to local support and stability (including, political and natural disasters)

Terms "Incentive Trip to Thai" "泰国奖励旅游" on Douyin

Searching for information related to incentive trip to Thai, most of the contents are either **Individual sharing experience**, or **MICE company sharing the knowledge**. However one thing that pops out at the related search result is the **reward policy of organizing MICE in Thailand**, about which many companies and MICE companies care a lot.



WP

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

STRATEGY

STRATEGIC DIRECTION



TARGETS

Chinese who are seeking MICE destinations



SEEKERS

Seeking places to gain exposure for their business and passions

Activities: Meeting and exhibition venue, business dinners and gathering



EXPLORERS

Exploring incentive travel to relax and broaden perspectives

Activities: Incentive travel, team building activities,

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Thailand is....

- The center of culture
- The center of commerce
- The center of personnel development
- The center of know-how
- The center of creativity
- The center of Southeast Asia

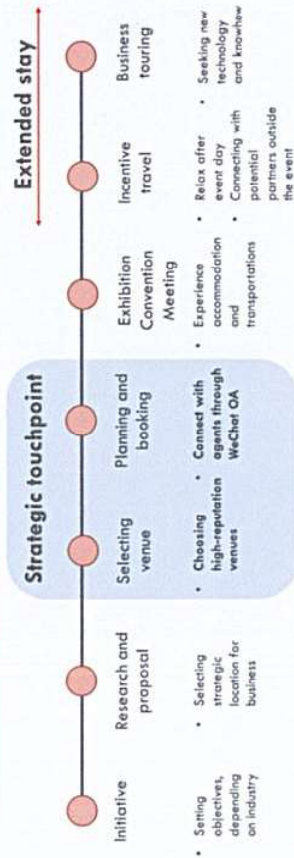
Legal

Key Message: THE 7 MICE WONDERS



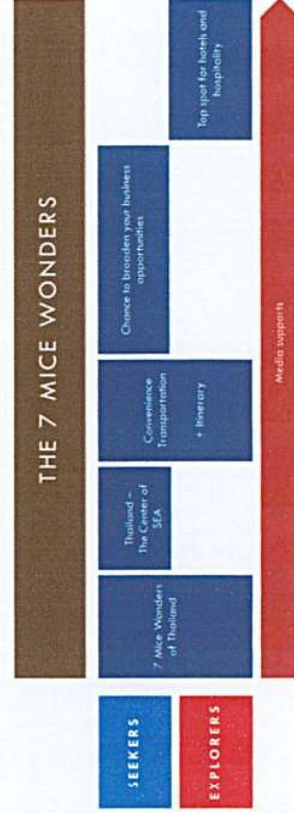
CREATIVE IDEA

Result - ELONGATED STAY



Legal

Execution plan



Signature

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Form of Content

Wrap up Article + Call to Action



7 WONDER wāntāu lū xī tōng

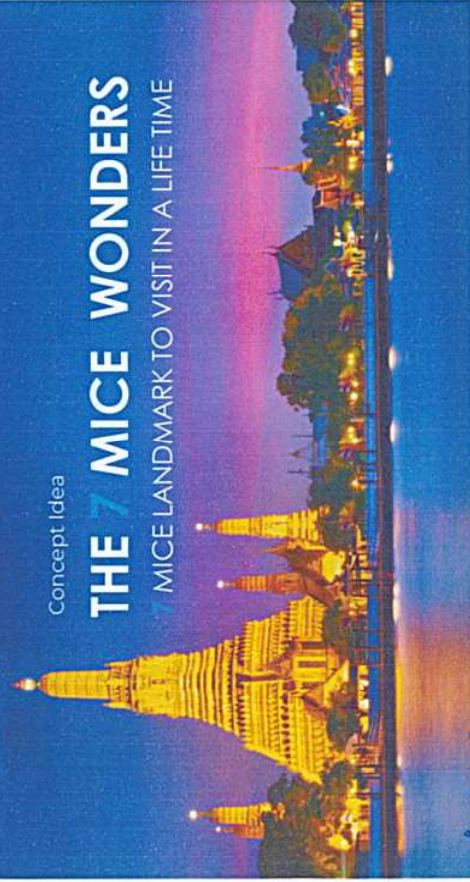
Details

สถานที่จัดประชุม 7 Wonder ในประเทศไทย



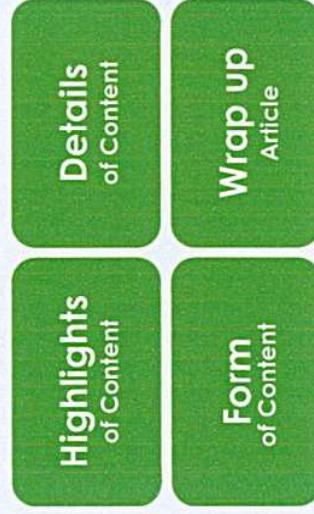
THE 7 MICE WONDERS
7 MICE LANDMARK TO VISIT IN A LIFETIME

MICE LANDMARK TO VISIT IN A LIFE TIME



Legal

STRUCTURE OF CONTENT WECHAT



10	100	1000
20	200	2000
30	300	3000
40	400	4000
50	500	5000
60	600	6000
70	700	7000
80	800	8000
90	900	9000
100	1000	10000

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด



THAILAND'S WORLD-CLASS TRANSPORTATION NETWORK

Highlights

ไม่ว่าใคร MICE ใน Thailand ก็ไม่ควรพลาดกิจกรรมนี้ทางใต้
ที่จังหวัดภูเก็ตกิจกรรมนี้คือการวิ่งแข่งกัน
และเป็นการวิ่งแข่งกันแบบสนุกๆ



Details

เป็นสถานที่ที่เหมาะสำหรับการพักผ่อน การพักผ่อนในสถานที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ การพักผ่อนในที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ

- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ
- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ
- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ
- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ



6 เหตุผลถึงเป็นจุดหมายปลายทาง ของการจัดประชุมและสัมมนาระดับโลกสุด WONDER

Highlights

สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น
สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น
สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น



Details

1. สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย
2. สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย
3. สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย
4. สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย
5. สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย
6. สถานที่จัดงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดของประเทศไทย



Legat



WHAT'S NEXT สัมมนาเสร็จแล้วไปเที่ยวไหนต่อ

เป็นสถานที่ที่เหมาะสำหรับการพักผ่อน การพักผ่อนในสถานที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ การพักผ่อนในที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ

Highlights

ไม่ว่าใคร MICE ใน Thailand ก็ไม่ควรพลาดกิจกรรมนี้ทางใต้
ที่จังหวัดภูเก็ตกิจกรรมนี้คือการวิ่งแข่งกัน
และเป็นการวิ่งแข่งกันแบบสนุกๆ



Details

เป็นสถานที่ที่เหมาะสำหรับการพักผ่อน การพักผ่อนในสถานที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ การพักผ่อนในที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ

- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ
- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ
- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ
- สถานที่พักผ่อนแบบสบายๆ



จริงหรือไม่! เมืองไทยมีเคสธุรกิจเยอะมาก

จุดประกายไอเดียธุรกิจ จากประสบการณ์ที่คนไทยไม่ผ่านวัฒนธรรมเมืองไทย

Highlights

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของไทย เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว
MICE ใน Thailand สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี



Details

เป็นสถานที่ที่เหมาะสำหรับการพักผ่อน การพักผ่อนในสถานที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ การพักผ่อนในที่ที่สวยงาม
และเป็นการพักผ่อนแบบสบายๆ



บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

TOP SPOT FOR HOTELS AND HOSPITALITY กับ 7 MICE WONDERS

ประชุมเสร็จแล้ว ไปเที่ยวไหนต่อ?

KOL ที่พบได้ทั้งกลุ่มโรงแรมที่พัก และร้านอาหาร 7 Wonders เพื่อส่งเสริมการขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการและท่องเที่ยวต่อไป

โปรโมตด้วย
Old Town Siam

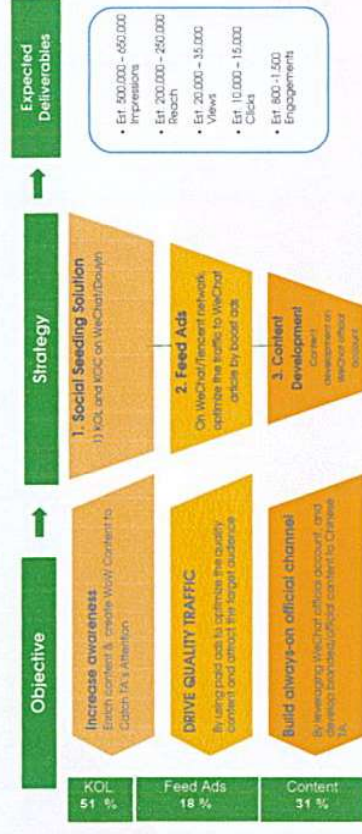
Workation
Siam Renaissance

KOL PROMOTE

โปรโมตการท่องเที่ยว Mice Thailand ผ่าน Platform Douyin ใช้เงินไม่แพง โดยทีมโปรโมตมืออาชีพระดับโลก กับ The 7 MICE WONDERS

Legal

MEDIA STRATEGY



MEDIA STRATEGY

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

My P.



KOL/KOC Seeding Strategy

Detonation

- Pull in head resources + appearance beauty picture to improve brand impressions



Diversified KOL Content, reach different TA



KFC STRATEGY FOR TCEB



Diversified KOL As Amplifier



Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

K = KOL

F = Feed Ads

C = Content

Sample KOL Account on Douyin



K = KOL

F = Feed Ads

C = Content

Sample Recommended Ad Targeting on WeChat & Tencent Ecosystem



Sample Suggested Ad Targeting	
Age	18-60
Gender	All
Location	Core & Major Cities in China Core cities: Beijing, Shanghai Major cities: Guangzhou, Chengdu, Shenzhen, Hangzhou, Wuhan, Suzhou, Chongqing, Nanjing, Tianjin, Xi'an, Shenyang, Changsha, Qingdao, Ningbo, Zhengzhou, Dalian, Xiamen, Jinan, Haerbin, Fuzhou
Interest	Interested in: finance, politics, economics, travel, etc.
Section	WeChat Moment, WeChat Official Account, Other Tencent Platforms
Promotion Objective	Branding
Pricing Model	CPC

*Tentative targeting only, will adjust during campaign based on actual performance.

K = KOL

F = Feed Ads

C = Content

Sample KOL Account on WeChat

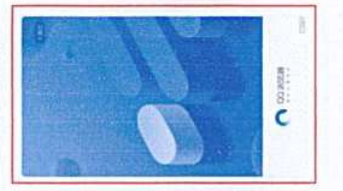


K = KOL

F = Feed Ads

C = Content

Recommended Ad Formats on Tencent Platforms (including WeChat)



WeChat Moment Ads

WeChat Official Account Banner

Splash Ad Tencent Platforms
(QQ, QQ Browser, Tencent Music, Tencent Video, Tencent News)

Banner Tencent Platforms
(QQ, QQ Browser, Tencent Music, Tencent Video, Tencent News)

Legal

Signature

SUMMARY CAMPAIGN

JULY

AUGUST

SEPTEMBER

WECHAT CONTENT 10 ชิ้น

KOL 10 คน



WECHAT
CONTENT



KOL DOUTIN
PROMOTE CAMPAIGN



SUMMARY CAMPAIGN

JULY

AUGUST

SEPTEMBER

2 Content

4 Content

4 Content



WECHAT
CONTENT



KOL DOUTIN
PROMOTE CAMPAIGN



4 PPL



4 PPL
Before Golden
week

K = KOL

Content Creation

WeChat

Official Content

Content Angle Suggestion

Travel Guide

Knowledge-Sharing

Lucky Draw

F = Feed Ads

C = Content



Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

BUDGET ALLOCATION & PERFORMANCE FORECAST

Details	Unit	Total Quantity	Duration	Price	Est. Outcome
Content Creation • WeChat Article - total 10 Article	1	1	Jul - Sep 2024	100,000	• Est 500,000 - 600,000 Impressions • Est 200,000 - 250,000 Reach • Est 20,000 - 30,000 Views • Est 10,000 - 15,000 Clicks • Est 800 - 1,000 Engagements
Production • Raw Footage VDO Shooting	1	1	Jul 2024	200,000	
Production • Raw Footage VDO Shooting	1	1	Jul - Sep 2024	150,000	
KOC 1. WeChat KOC 4 Units 2. Douyin KOC 16 Units 3. Fan based 1,000 - 10,000 followers	1	1	Jul - Sep 2024	361,800	
Sub-total				811,800	

Total: THB1,401,800
Vat 7%: THB98,126
Grand Total: THB1,499,926

BUDGET ALLOCATION & PERFORMANCE FORECAST

Details	Unit	Total Quantity	Duration	Price	Est. Outcome
Digital Strategy • WeChat Article review & target benchmark	1	1	Jul 2024	100,000	• Est 500,000 - 600,000 Impressions • Est 200,000 - 250,000 Reach • Est 20,000 - 30,000 Views • Est 10,000 - 15,000 Clicks • Est 800 - 1,000 Engagements
Digital Communication Strategy • WeChat Article with our local influencers • WeChat KOC to create more awareness • Douyin KOC to create deep engagement	1	1	Jul - Sep 2024	300,000	
Hub Management • WeChat Platform • Douyin Platform	1	1	Jul - Sep 2024	100,000	
Monthly Working Plan • Create Content, infographic and short VDO	1	1	Jul - Sep 2024	90,000	
Sub-total				590,000	

Legal

THANK YOU

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

CRAFTING BRILLIANCE,
DEFINING DESTINATIONS:
YOUR PARTNER IN EXCEPTIONAL
MARKETING JOURNEYS.

OUR PROFILE:

HOW IT STARTED

We're a dynamic marketing solutions team born from 4 experts in 4 fields: strategy, production, digital tech, and tourism. Specializing in premium, end-to-end solutions, we craft narratives that transcend borders, showcasing Thailand's unique spirit, allure globally. At TGO, we don't just market - we create experiences.

TGO CREDENTIAL

THAILAND'S
GOVERNMENT
TRAVEL

JUN 2024, HELLO

OUR CREDENTIAL

OUR GROUP

Started in 2016

Present, 2024

TRANSFORMING
GROWTH
OPPORTUNITIES

TGO
Where ideas unfold on
the map of success.

Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด : TGO

OUR SERVICES
AT-A-GLANCE (CON.)

7 TRAVEL & TOURISM MARKETING
AIRCRAFT MEDIA

SEA SKY AIRWAYS
THAILAND NO.1 SEAPLANE OPERATOR

8 BRAND BUILDING START UP CONSULTANCY NETWORKING

6

ICONSIA
Digital Screen
Media

**249 SCREENS
IN-MALL & OUT-MALL**



Marketing Research Service
Data-Driven Solutions

0



FOUNDER
& STRATEGIC
PARTNER
TEAM

↑

Marketing
Experience
Solutions

↑



THE **ONLY** WAY TO
MARKETING EFFECTIVELY
IN CHINA

[illegible]

DIGILINK
OUR OFFICIAL
PARTNER

Legal

1 **MARKETING STRATEGY**
MARKETING ACTIVITY
MARCOM

2 **DIGITAL MARKETING**
MEDIA BANNER/ SCREEN AD
MEDIA AIRPORT NATIONWIDE

3 **Branding / Rebranding**
Marketing campaign
Content & Creative design
Communication strategy
PR / on-air, online, on ground

4 **Digital marketing & Ad management**
Social media & KOL management
E-commerce & Ad management
GUTNESS WORLD RECORDS

5 **PRODUCTION**
PRODUCTION STUDIO
STREAMING STUDIO

6 **Pre-to-post production**
Photo shooting from top photographers
TVC commercial & Video viral
Movie, TV program, & Documentary
Broadcast channel management
TV channel
Movie trailer
Streaming platform

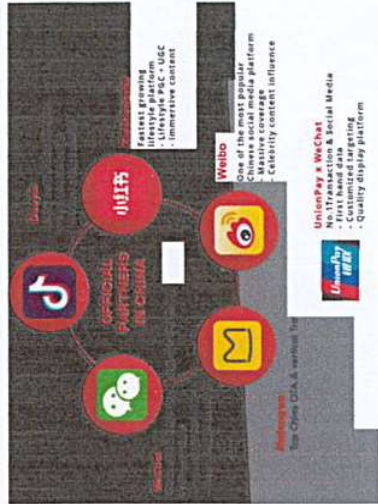
OUR SERVICES AT-A-GLANCE

บรรณวิทย์ เก่งเทพ เอกอัครราชทูต

John D.

[illegible]

China marketing, mastered: Reach the right audience, the right way.



Marketing Activity

STRATEGY & COMMUNICATION
Overall Business objectives
Communication objectives
Current situation
Competitors research
Target audience
Communication Channels

BRANDING & IDENTITY
Research (Analysis)
Strategy (Focus)
Design (Typography)
Touchpoints (Advertising)
Assets (Identity)

PR & EVENT

- Understand customer organization's mission objectives.
- Develop a Campaign with the organization's goals in mind.
- Get closer to other teams within your business.
- Measure a campaign's results.
- Continue to monitor and adjust.

อนุชัย
ศรีจรรยาพงศ์
ANUCAHI
SECHARUNPUTONG



TGO'S
EXECUTIVE DIRECTOR
(PRODUCTION)

- [illegible]

Legal

นาย เอนก งามใจ



Chatree Saeleewong

Director

Director of CANADA • FRANCHISE
Hotel California 2003 Cannes
Pulse Festival (PFI)
Documentary Candidate of
Food Film Week 2021 - OSCAR
International Film Festival
Documentary section, and
many more



Thanusak Wisajorn

Director and Director of
photography

Director of TVC, Video
Presentations, and Short films
for top brands and
organization in Thailand



**Script Writer
Teams**

Our script writer teams are
the specialists who have done
many presentations, and will
be chosen to write for our games

OUR PRODUCTION TEAM LEAD

MEDIA AIRPORT NATIONWIDE MOBILE CHARGING NETWORK



19 airports

Cover around the country including
central airports of each region.

28 million

Passengers

33

Digital screens

106,920

ADVERTISING AIRTIME
3240 Spots x 33 Screens
= 106,920 Spot/ month

PRODUCTION & STREAMING STUDIO



2.

PRODUCTION

PHOTO SHOOT

ARTWORK

KEY VISUAL DESIGN 2D 3D

Food Photography

Brochure book

Advertising

Logo Design

VIDEO & FILMS

TVC commercial

Video viral

Video Branding

Mobile

TV program

Documentary

BROADCAST CHANNEL
MANAGEMENT



LENS

Filming with high quality camera &
Anamorphic lens, a special lens that
gives blockbuster movie image
characteristic and high quality
sound record.

DRONE

Professional drone team, 1 of the 5
best drone teams in Thailand

LIGHT

Professional lighting team that has
provided lights for many movies
and commercials, we use LIGHTING
Hut



Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด

Thp



OFFICIAL
PRODUCTION
PARTNER
RAYRON



4 OF A KIND (ต๋องดี ดา สอน)
PPTV Channel | SEP - OCT 2021



THE FIRST THAI PHOTOGRAPHER
PPTV Channel | APR - MAY 2022



ห้า หรือ ห้าร้อย ล้าน
PPTV Channel | 2023



สเปซบุ๊ค ชุด "พล.พันเอก"
Gomex Channel | 2024

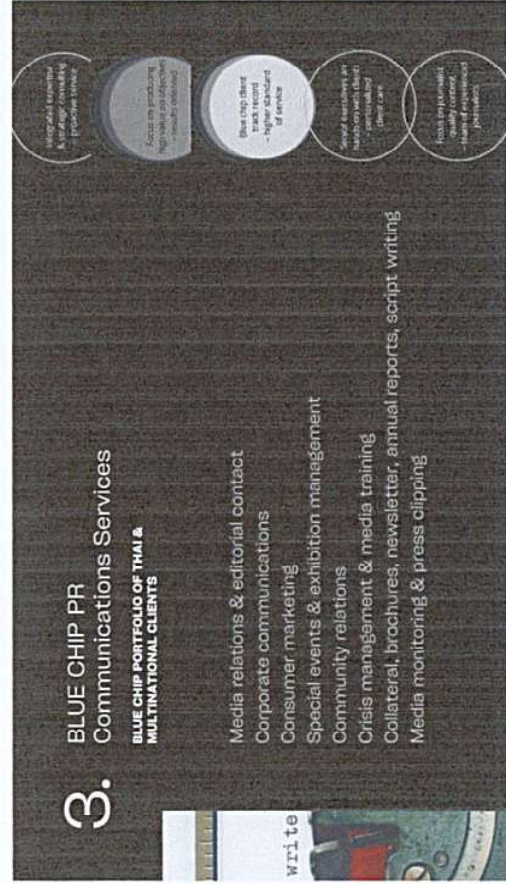


3.

BLUE CHIP PR
Communications Services

BLUE CHIP PORTFOLIO OF THAI & MULTINATIONAL CLIENTS

Media relations & editorial contact
Corporate communications
Consumer marketing
Special events & exhibition management
Community relations
Crisis management & media training
Collateral, brochures, newsletter, annual reports, script writing
Media monitoring & press clipping



Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด



CLIENTS

Luxury & Lifestyle



Travel, Hospitality & Food



Media



Corporate (Energy, Consumer, Food& Beverages, Retail)



Property



Government



5.

CREATIVE MARKETING
STORYTELLING WITH SPARK:
WE DON'T JUST MARKET, WE CAPTIVATE.

	UNCOVER YOUR VOICE We delve into your audience, market, and goals to curate a personalized strategy.
	DATA-DRIVEN DESIGN We blend creative storytelling with insightful analytics to craft high-performing content.
	PRODUCTION POWERHOUSE Our expert network brings your vision to life, from video to social, seamless and stunning.
	RESULTS ON REPEAT We track, analyze, and optimize to ensure your campaigns continuously evolve and exceed expectations.



Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด กป

TRAVEL & TOURISM MARKETING

Destination Branding
Digital Marketing
Content Marketing
Experience Design
Data-Driven Insights

2.5 Trillion USD
Tourism revenue reached in Thailand

7.

AIRCRAFT MEDIA

In-flight Advertising
Airport Engagement
Inflight Entertainment Partnerships
Data & Targeting
Measurement & ROI

WHY

Go future-proof: AI powered personalization, immersive experiences, hyper-targeted transactions. Wow customers, streamline operations, dominate your industry.

WHAT

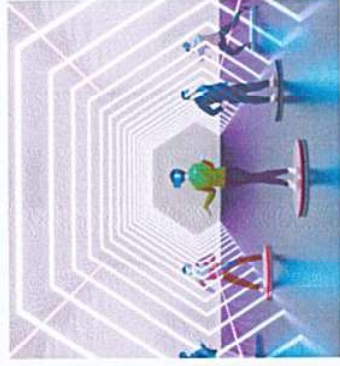
WE TAILOR TECH TO YOUR GOALS, FROM BOOSTING SALES TO CREATING GAME-CHANGERS.

HOW

Unleash next-gen potential: dominate markets, empower your team, and conquer the future of your industry. AI, VR, Blockchain – we have it all.

WHEN

Disruptions and changes are coming. Be future ready with intelligent solutions.



COMMUNITY-CENTERED STRATEGIES
ON-CHAIN STORYTELLING
NFT & TOKENIZED CAMPAIGNS

OUR SERVICE:
Marketing Consulting & Strategic Planning
Community Marketing & Communications
Influencers & KOLs Advertiser
Content Operation

WEB3.0 MARKETING

SEA SKY AIRWAYS

THAILAND NO.1 SEAPLANE OPERATOR

15 SEAPLANES
START WITH 3 ACS

2 MAJOR HUBS
PHUKET
BANGKOK

20 MINS FLIGHT VS 4 HOURS SHUTTLE+FERRY
Long-waiting time, rough sea, crowded transport

- Total 12 Island Destination

1 Samud	5 Chang	9 Phphi
2 Kood	6 Samui	10 Raja
3 Tao	7 Yao Yai	11 Lanta
4 Pha ngan	8 Yao Noi	12 Lipe

NICHE MARKET MARKETING & CONSULTANCY

WOOD
Biomass
Energy fields

15+ years in the field as business owner
Market insight and networking

OUR SERVICE:
WOOD & BIOMASS BUSINESS CONSULT
LOCAL BRIDGING PARTNER
MARKET INSIGHTS
TAILORED MARKETING STRATEGIES
GREEN MARKETING CAMPAIGN

Export - Import
Shipping
Logistics & Transportation

Market insight and networking

6.

Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด *กรุงเทพ*



10.

MARKETING RESEARCH SERVICE

OUR SERVICE

- MARKET GAP ANALYSIS:** Identifying gaps in the market and developing plans to fill them.
- CONCEPT DEVELOPMENT:** Testing and evaluating new product/service concepts.
- COMMUNICATION CONCEPT CONSTRUCTING:** Creating a communication concept for a product/service.
- COMMUNICATION CONCEPT PRE-TESTING:** Evaluating communication and advertising concepts before production.
- MARKET SEGMENTING:** Classifying the market into smaller segments for marketing plans.
- BRAND POWER MEASUREMENT & EQUITY INDEX:** Measuring the power and equity of brands.
- BRAND DNA MODELING & POSITION MAPPING:** Identifying brand attributes and relationships, and creating positioning maps.
- CONSUMER DECISION MAKING FACTORS:** Identifying factors influencing consumer decision making.
- MEDIA CONSUMPTION HABIT STUDY:** Investigating media consumption habits.
- CONSUMER LIFESTYLE STUDY:** Investigating the lifestyle of a target group.



8.

START UP CONSULTANCY

BRAND BUILDING

- Craft Your Story
- Visual Identity Evolution
- Customer Experience Architect
- Marketing with Impact
- Community Cultivation

NETWORKING

- Strategic Introductions
- Event & Community Building
- Personal Branding
- Effective Communication
- Career Advancement



THANK YOU

CONTACT US :

082 600 6066 (K-DOMER)
082 880 6066 (K-KUT)
083 626 9166 (K-FREEM)



9.

ICONSIAAM DIGITAL SCREEN MEDIA

ICONIC MEDIA

249
DIGITAL SCREEN MEDIA
IN-DOOR, OUT-DOOR, RESTROOM

60K - 100K
TRAFFIC PER DAY

12 HRS / DAY
AIRING TIME
(10.00 - 22.00)
(2 MIN/ LOOP / 60 MIN)

Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี จำกัด



บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
สำนักงานใหญ่ : 97 ซอยเพชรเกษม3 แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่
กรุงเทพมหานคร 10600
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105558068875
โทร. 02-466-4347
เบอร์มือถือ 0829995955

ลูกค้า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
(สำนักงานใหญ่)
989 อาคารสำนักงานสยามพิวรรณ์ ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ 26 ถนนพระรามที่ 1
แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000112165

ใบเสนอราคา

เลขที่ QT2024070003
วันที่ 17/07/2024
ผู้ขาย Shadaras Sirawinyuvongse

ชื่องาน TCEB

#	รายละเอียด	จำนวน	ราคาค่าหน่วย	ยอดรวม
1	Digital Strategy Competitors Review & Target Behavior	1	100,000.00	100,000.00
2	Digital Communication Strategy - WeChat Article with ads boost on WeChat article - WeChat KOC to create more awareness - Douyin KOC to create deep awareness	1	300,000.00	300,000.00
3	Hub Management - WeChat Platform - Douyin Platform	1	100,000.00	100,000.00
4	Monthly Working Plan - Create Content, Infographic and Short VDO	1	90,000.00	90,000.00
5	Content Creation - WeChat Article - total 10 Article	1	100,000.00	100,000.00
6	Production - Raw Footage VDO Shooting	1	200,000.00	200,000.00
7	Production - Short Video with concept idea, storyline, script with Native Chinese Announcer	1	150,000.00	150,000.00
8	KOC - WeChat KOC 4 Units - Douyin KOC 16 Units fan based 1,000 - 10,000 followers	1	361,800.00	361,800.00

รวมเป็นเงิน 1,401,800.00 บาท

ส่วนลด 5,000.00 บาท

จำนวนเงินหลังหักส่วนลด 1,396,800.00 บาท

ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% 97,776.00 บาท

จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 1,494,576.00 บาท

(หนึ่งล้านสี่แสนเก้าหมื่นสี่พันห้าร้อยเจ็ดสิบกบาทถ้วน)

หักภาษี ณ ที่จ่าย 3% 41,904.00 บาท

ยอดชำระ 1,452,672.00 บาท

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

Legal

gmp



บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
สำนักงานใหญ่ : 97 ซอยเพชรเกษม3 แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่
กรุงเทพมหานคร 10600
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105558068875
โทร. 02-466-4347
เบอร์มือถือ 0829995955

ลูกค้า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
(สำนักงานใหญ่)
989 อาคารสำนักงานสยามพิวรรธน์ ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ 26 ถนนพระรามที่ 1
แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000112165

หมายเหตุ

Special Discount 5% From Digital Strategy = 5,000 THB.

ใบเสนอราคา

เลขที่	QT2024070003
วันที่	17/07/2024
ผู้ขาย	Shadaras Sirawinyuvongse
ชื่องาน	TCEB

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

ในนาม สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ในนาม บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด

17/07/2024

ผู้สั่งซื้อสินค้า

วันที่

ผู้อนุมัติ

วันที่

Legal

บริษัท กรุงเทพ เอเจนซี่ จำกัด