



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญประกวด ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย ประจำปี
๒๕๖๘ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญประกวด ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย ประจำปี ๒๕๖๘ ด้วยวิธีประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาค้างนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๑๓๙,๔๐๒.๐๐
บาท (สี่ล้านหนึ่งแสนสามหมื่นเก้าพันสี่ร้อยสองบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญ	จำนวน	๑	งาน
ประกวด ยกทีมประชุม ร่มรักเมือง			
ไทย ประจำปี ๒๕๖๘			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วย
งานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ
กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การ
บริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

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

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

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

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราช

บัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๗ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

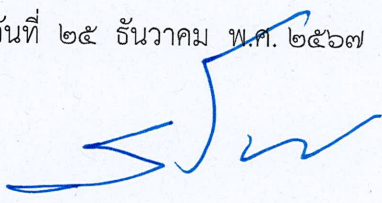
ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐๒-๖๔๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๗๐ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันศุกร์ที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ jutarat_a@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒ มกราคม ๒๕๖๘ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒ มกราคม ๒๕๖๘

ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายสรายุโรจน์ สุตพันธุ์ชูโต)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

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

1. ชื่อโครงการ

แคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย”

2. ชื่อกิจกรรม

การจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” ประจำปี 2568

3. งบประมาณ

วงเงิน 4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล

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

ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจโดยเพิ่มเติมคุณค่าการสร้างควมยั่งยืนร่วมกับชุมชน และกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มจำนวนการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศและจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10% ต่อปี ทั้งเป็นการสร้างเครือข่าย และความร่วมมือกับหน่วยงานภาคี เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีในด้านต่างๆ ที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้ยั่งยืนต่อไป

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ภายใต้แคมเปญ "ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย"

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

5.3 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในชุมชนและส่งเสริมระบบนิเวศไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน เกิดสร้างงาน สร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและพื้นที่ทั่วประเทศ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนแนวคิดแคมเปญ และ แผนบริหารจัดการเกี่ยวกับแคมเปญ “ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย” ที่สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 คนตลอดโครงการ โดยแผนบริหารจัดการและการสื่อสารต้องประกอบไปด้วยแคมเปญหลัก (Core Campaign) ซึ่งเป็นแกนหลักของแคมเปญ , แคมเปญรอง (Secondary Campaign) ที่สนับสนุนแคมเปญหลัก เช่น แคมเปญย่อยในการสนับสนุนการประชุมในแต่ละภูมิภาค และ แคมเปญเสริม (Supplemental Campaign) เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1.1 กำหนดและดำเนินการเกี่ยวกับกฎ กติกา และระบบการรับสมัคร (Rule & Regulation/ Register Systems & Platform) ทั้งผู้ให้บริการ (Seller/Supply) และผู้ใช้บริการ (Seller/Demand) ผ่านช่องทาง <https://www.yokteam.or.th>

6.1.2 นำเสนอแนวทางการตัดสินใจ กรอบหลักเกณฑ์การพิจารณา ขั้นตอน เงื่อนไข วิธีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญทั้งหมด และนำเสนอของรางวัล รวมถึงแผนการดำเนินการตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อม Timeline จำนวน 1 แผนงาน หากมีการจัดการประกวดจะต้องนำเสนอ คัดเลือก และประสานงานกับคณะกรรมการตัดสินการประกวด (ถ้ามี)

6.1.3 เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเตรียมรางวัลตลอดการดำเนินกิจกรรม และบริหารจัดการติดต่อประสานงานรวมถึงนำส่งไปยังผู้ที่ได้รับรางวัล จำนวนอย่างน้อย 10 รางวัล (รวมมูลค่าอย่างน้อย 1,000,000 บาท)

หมายเหตุ การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ผู้ว่าจ้างเสียประโยชน์โดยเด็ดขาด

6.1.4 รวบรวมข้อมูลของผู้สมัคร ข้อมูลอื่นๆ ของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัคร และสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเป็นรายเดือน หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยส่งข้อมูลผ่านช่องทางอีเมล

6.1.5 นำเสนอแผนการดำเนินการ ข้อคิดเห็น เทรนด์การตลาดใหม่ แนวทางการปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินงานโครงการ

6.2 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการงานประสานงาน ติดตาม เร่งรัด จัดการ และประเมินผลด้านข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสารโครงการเพื่อให้เป็นไปตามโครงการตามระยะเวลาที่กำหนด

6.2.1 จัดทำข้อมูลนำเสนองานพร้อมรายงานความเคลื่อนไหวของโครงการ/กิจกรรมต่างๆ รวมถึงสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขหรือตามหัวข้อที่กำหนด ร่วมกับผู้ว่าจ้างในรูปแบบ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง โดยกำหนดส่งภายในวันที่ 25 ของแต่ละเดือน และรวบรวมเป็นรายงานสรุปจำนวน 1 ชุด ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

6.2.2 เข้าร่วมประชุมหรือความคืบหน้าของโครงการผ่านช่องทาง Online/Onsite ร่วมกับผู้ว่าจ้าง หรือตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นสมควรตามสถานการณ์และวันเวลาที่เหมาะสม

6.2.3 บริหารจัดการ และประสานงานกับหน่วยงาน/องค์กรเพื่อเข้าร่วมเป็นพันธมิตรหลัก และหน่วยงานพันธมิตรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพันธมิตรการตลาดออนไลน์สำหรับแคมเปญ “ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย” เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของโครงการ

6.2.4 ประสานงานและ/หรือปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

6.3 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ร่วมกับพันธมิตรการตลาดออนไลน์ จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวนรวม 4,000,000 Reach/Impression โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.3.1 นำเสนอ key message และแผนการส่งเสริมโพสต์ (Boost Post) สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ จำนวน 1 แผน

6.3.2 นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องสอดคล้องกับแคมเปญการตลาดในประเทศของผู้ว่าจ้างอย่างน้อย 15 เพจ/ช่องทาง

6.3.3 จัดทำแผนการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา บริหารจัดการ และรับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง เช่น บนช่องทางเพชบุรีเพจ “TCEB Domestic MICE”, เว็บไซต์ของผู้ว่าจ้าง, Youtube, Twitter, Line และ TikTok เป็นต้น

6.3.4 ดำเนินกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ (engagement) เช่น การเล่นเกม ตั้งคำถามแจกรางวัล ของที่ระลึก อย่างน้อยเดือนละครั้ง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยรวมถึงการจัดหา นำเสนอของรางวัลจูงใจและ จัดส่งถึงผู้ชนะรางวัลในแต่ละกิจกรรม

6.3.5 ส่งมอบ username และ password ทั้งหมดของแต่ละช่องทางการสื่อสารที่ได้ใช้
ประชาสัมพันธ์ในนามของผู้ว่าจ้างหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมในรูปแบบรายงาน

6.4 จัดทำแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการ และบริหารจัดการการแนะนำแคมเปญผ่านทางโทรศัพท์
ในช่องทาง Account Line Official (Telesales : after sales service) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.4.1 แนะนำแคมเปญให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งที่ได้รับข้อมูลจากผู้ว่าจ้าง และที่สรรหาเพิ่มเติม

6.4.2 แจ้งประชาสัมพันธ์ข่าวสารอัปเดตของโครงการที่เกี่ยวข้อง

6.4.3 บริการให้ข้อมูล ตอบคำถามผู้ให้ความสนใจที่ติดต่อสอบถาม

6.4.4 กระตุ้นให้เกิดการสมัครเข้าร่วมโครงการ

6.4.5 รายงานผลการดำเนินการในรูปแบบไฟล์งานที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น Microsoft Excel/
Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดหรือเห็นชอบโดยส่งมอบทางอีเมล

6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร Production & Material

6.5.1 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์แคมเปญจำนวนไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 2 ชิ้นงาน

6.5.2 จัดทำบทความการตลาดนำเสนอประเด็นต่างๆ ของกิจกรรม อาทิ บทความโฆษณา
(Advertorial), ข่าวประชาสัมพันธ์แคมเปญ, บทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร, ชุดข้อความมุมมองผู้บริหารแบบสั้น
พร้อมออกแบบชิ้นงานภาพประกอบ (Executive Quote Banner), เป็นต้น สำหรับประชาสัมพันธ์ในช่องทาง
ออนไลน์ และออฟไลน์ (เพจ TCEB Domestic MICE และเพจอื่นๆ) จำนวนอย่างน้อย 25 ชิ้นงาน โดยจัดทำ
เป็นคลิปวิดีโอหรืออัลบั้มรูปอย่างน้อย 10 ชิ้นงานตลอดระยะเวลากิจกรรม

6.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้รับผิดชอบหลักเพื่อบริหารจัดการแผนงาน/กิจกรรม จำนวน 1 คน
มีประสบการณ์การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับ
มอบหมายให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยประจำอยู่ที่สำนักงานของผู้รับจ้าง

6.7 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำแผนการส่งผลงานการดำเนินโครงการเข้าประกวดของสถาบัน/
หน่วยงานต่างๆ ที่เหมาะสมทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปประโยชน์จากการ
ดำเนินโครงการในมิติต่างๆ และแผนการต่อยอดของโครงการ เพื่อจัดส่งผลงานการดำเนินแคมเปญ “ยกทีม
ประชุมรุมรักเมืองไทย” เข้าประกวดชิงรางวัล ในรูปแบบไฟล์นำเสนอ ในรูปแบบ Microsoft PowerPoint/
โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง (Presentation) และรูปแบบเอกสารอื่นที่จำเป็นต่อการส่งผลงานเข้าประกวด
จำนวน 2 ชิ้นงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและ
ขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วน
บุคคล

- ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงาน เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

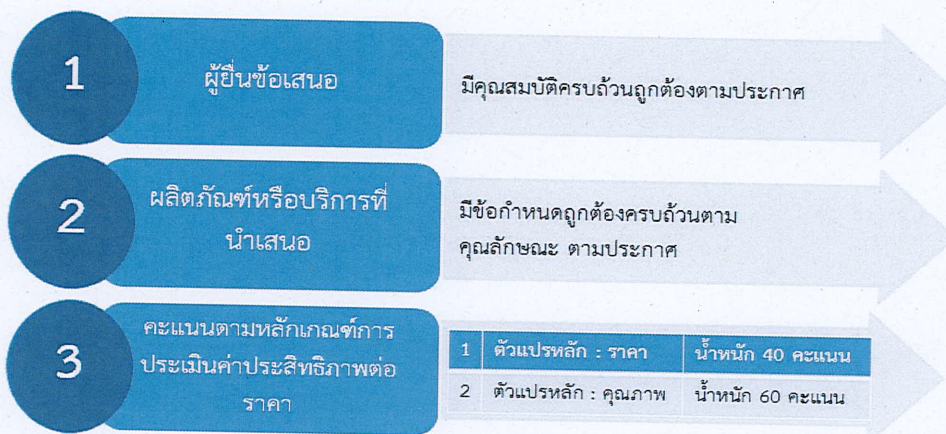
7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของ หน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

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

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้าน ราคา น้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา																																
ตัวแปรรองที่ 1	วิธีการที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์และการนำเสนอกลยุทธ์ (40 คะแนน) พิจารณาตามความเหมาะสมของกลยุทธ์ แนวทาง วิธีการที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ รวมถึงแนวทางการเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ 1.1 การนำเสนอกลยุทธ์ (Strategy) 1.1.1 กลยุทธ์ภาพรวม (15 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการที่น่าสนใจ</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการแต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน</td><td>7</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง</td><td>11</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>15</td></tr> </tbody> </table> 1.1.2 แผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ (15 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญที่น่าสนใจ</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน</td><td>7</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมดและสามารถดำเนินการได้จริง</td><td>11</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมดและสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>15</td></tr> </tbody> </table> 1.2 การนำเสนอของรางวัลพร้อมข้อมูลสนับสนุนว่าสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมแคมเปญได้ (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีการนำเสนอของรางวัลแต่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลสนับสนุน</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุน แต่ข้อมูลยังไม่น่าเชื่อถือ</td><td>5</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุนที่น่าเชื่อถือ</td><td>7-10</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการที่น่าสนใจ	0	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการแต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง	11	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญที่น่าสนใจ	0	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมดและสามารถดำเนินการได้จริง	11	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมดและสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15	ความหมาย	ระดับคะแนน	มีการนำเสนอของรางวัลแต่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลสนับสนุน	2	มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุน แต่ข้อมูลยังไม่น่าเชื่อถือ	5	มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุนที่น่าเชื่อถือ	7-10
ความหมาย	ระดับคะแนน																																
ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการที่น่าสนใจ	0																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการแต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง	11																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																
ไม่มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญที่น่าสนใจ	0																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมดและสามารถดำเนินการได้จริง	11																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมดและสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																
มีการนำเสนอของรางวัลแต่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลสนับสนุน	2																																
มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุน แต่ข้อมูลยังไม่น่าเชื่อถือ	5																																
มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุนที่น่าเชื่อถือ	7-10																																

ตัวแปรครั้งที่ 2

การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ (20 คะแนน)

พิจารณาจากการนำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา (Project/ Campaign Planning Timeline) แผนการบริหารบุคลากร (ความเพียงพอของบุคลากร) และความสามารถในการนำเสนอแผนงานได้ครบถ้วน ตรงตามขอบเขตการดำเนินงาน รวมถึงวิธีการบริหารจัดการโครงการทั้งหมด

2.1 การวางแผนการดำเนินงานภาพรวม (20 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
การนำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	0-5
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	6-10
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	11-15
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสม	16-19
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสมมากที่สุด	20

หมายเหตุ

การนำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน หมายถึง การนำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานไม่ครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานแต่ไม่ดีเท่าที่ควร

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน และสามารถดำเนินการได้พอสมควร

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสม หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานและมีประสิทธิภาพดี

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสมมากที่สุด หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานและมีประสิทธิภาพ

ตัวแปรครั้งที่ 3

การนำเสนอแผนและกิจกรรมสื่อสารการตลาดประชาสัมพันธ์ (30 คะแนน)

พิจารณาจากการนำเสนอแผนและกิจกรรมสื่อสารการตลาดประชาสัมพันธ์

3.1 แผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) (15 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ไม่ตรงวัตถุประสงค์โครงการ	0
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการบางส่วน	2
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการแต่ไม่แสดงว่าสามารถทำได้จริง	7
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการและแสดงให้เห็นว่าทำได้จริงบางส่วน	11
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการและแสดงให้เห็นว่าทำได้จริงทั้งหมด	15

3.2 การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อช่องทางออนไลน์ต่างๆ (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 2 ช่องทาง	2
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 4 ช่องทาง	4
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 6 ช่องทาง	6
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 8 ช่องทาง	8
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 10 ช่องทางขึ้นไป	10

3.3 การนำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อไม่สร้างสรรค์	1
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อสร้างสรรค์เล็กน้อย	2
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อสร้างสรรค์พอใช้	3
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อสร้างสรรค์ดี	4
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อสร้างสรรค์ดีที่สุด	5

ตัวแปรครั้งที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน) พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ 4.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td><td>1</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้</td><td>3</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี</td><td>4</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน</td><td>5</td></tr> </tbody> </table> 4.2 ความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความพร้อมและไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td><td>1</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมแต่ไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน</td><td>3</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน</td><td>4</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งานขึ้นไป</td><td>5</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย	2	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้	3	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี	4	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน	5	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความพร้อมและไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1	มีความพร้อมแต่ไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	2	มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน	3	มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน	4	มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งานขึ้นไป	5
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1																								
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย	2																								
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้	3																								
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี	4																								
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน	5																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีความพร้อมและไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1																								
มีความพร้อมแต่ไม่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	2																								
มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน	3																								
มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน	4																								
มีความพร้อมและประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งานขึ้นไป	5																								

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอทางเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค โดยมีวิธีในการประเมินให้คะแนนดังต่อไปนี้

8.2 ผู้ว่าจ้างพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 82 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

300 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ 6. จำนวน 1 แผนงาน ในรูปแบบรายงาน 1 ชุด	ภายใน 60 วัน นับ ถัดจากวันที่ทำ สัญญา
2	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานตามขอบเขตงานข้อ 6.1 – 6.6 ในรูปแบบ รายงานจำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา
3	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานตามขอบเขตงานข้อ 6.7 ในรูปแบบรายงาน จำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

11.1 งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน
ครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ
ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.2 งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน
ครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ
ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.3 งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 50 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน
ครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ
ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือ
จ้าง

13. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับ
การจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อเสนอสิทธิ์

ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้าง

จะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้างก่อน
4. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง
5. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์นิกุล
ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ
Email: jutarat_a@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6040

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย

ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	แคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย” – การจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำโครงการฯ		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาดไม่ขึ้นในประเทศ		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		4,000,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	4/12/2567	เป็นเงิน	4,139,402.00 บาท

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	เสนอแผนแนวคิดแคมเปญ และแผนบริหารจัดการเกี่ยวกับแคมเปญ “ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย” ที่สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 คนตลอดโครงการ	1,462,333.33	บาท
3.2	บริหารจัดการงาน ประสานงาน ติดตาม เร่งรัด จัดการ และประเมินผลด้านข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสารโครงการเพื่อให้เป็นไปตามโครงการตามระยะเวลาที่กำหนด	340,616.67	บาท
3.3	จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ร่วมกับพันธมิตรการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวนรวม 4,000,000 Reach/Impression	1,039,077.00	บาท
3.4	จัดทำแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการ และบริหารจัดการการแนะนำแคมเปญผ่านทางโทรศัพท์ในช่องทาง Account Line Official (Telesales : after sales service)	96,300.00	บาท
3.5	จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร Production & Material	358,450.00	บาท
3.6	จัดหาผู้รับผิดชอบหลักเพื่อบริหารจัดการแผนงาน/กิจกรรมจำนวน 1 คน มีประสบการณ์การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์	652,700.00	บาท

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

อาคารสยามพิวรรณ์ทาวเวอร์ชั้น 25 และ 26 เลขที่ 989 พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330

โทร. 02-694-6000 โทรสาร. 02-658-1411

TCEB Call Center 1105
www.tceb.or.th

FORM ADM-PUR17-1

3.7	นำเสนอและจัดทำแผนการส่งผลงานการดำเนินโครงการเข้าประกวดของสถาบัน/หน่วยงานต่างๆ ที่เหมาะสมทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ และแผนการต่อยอดของโครงการเพื่อจัดส่งผลงานการดำเนินงานของแคมเปญเข้าประกวดชิงรางวัลจำนวน 1 ชิ้นงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)	64,200.00	บาท
3.8	ค่าบริการจัดการ (Management Fee)	125,725.00	บาท
4.	แหล่งที่มาของราคากลาง		
4.1	บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด		
4.2	บริษัท ซีนคราฟต์ จำกัด		
4.3	บริษัท เทลสเกอร์ จำกัด		
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์ธนิกุล		