



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรม TCEB Pop up booth ภายใต้โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ประจำปี ๒๕๖๘ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรม TCEB Pop up booth ภายใต้โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ประจำปี ๒๕๖๘ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๖,๖๕๘,๗๗๓.๓๓ บาท (หกล้านหกแสนห้าหมื่นแปดพันเจ็ดร้อยเจ็ดสิบสามบาทสามสิบสามสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินกิจกรรม TCEB Pop up booth ภายใต้โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ประจำปี ๒๕๖๘	จำนวน	๑	งาน
---	-------	---	-----

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "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 ๒ ล้านบาท

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

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตาม

รายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ 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

ระหว่างเวลา น. ถึง น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

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

หมายเลข ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๐๕ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ในวันพุธและพฤหัสบดี ที่ ๒๙ , ๓๐ มกราคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามยัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ palida_l@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่

ประกาศ ณ วันที่

ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

๑. ชื่อโครงการ โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ
๒. ชื่อกิจกรรม กิจกรรม TCEB Pop up Booth
๓. งบประมาณวงเงิน ๕,๗๘๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านเจ็ดแสนแปดหมื่นบาทถ้วน – รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีนโยบายหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย แสดงศักยภาพความพร้อมในการจัดงานไมซ์ สร้างโอกาสในการเจรจาธุรกิจ สร้างโอกาสให้เกิดการจัดงานกระจายความเจริญและรายได้สู่ภูมิภาค กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ให้นักเดินทางไมซ์จัดงานกระจายสู่ภูมิภาคทั่วประเทศไทย เพื่อก่อให้เกิดรายได้และสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังสร้างการรับรู้บทบาท พันธกิจขององค์กรเกี่ยวกับการให้การสนับสนุนภาคเอกชน และการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทุกภาคส่วน ตลอดจนสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบทบาทขององค์กร โดยเชื่อมโยงบริการทั้งภาครัฐและเอกชนในฐานะที่เป็นตัวแทนอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย ผ่านการจัดกิจกรรม และการสนับสนุนกิจกรรมในประเทศ

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ การบริการและภาพลักษณ์ของ สสปน. ในฐานะผู้ขับเคลื่อนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมชมงานทั่วไป

๕.๒ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้เข้าชมบูธ ด้วยกิจกรรมที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมและสร้างประสบการณ์อันดีต่อความรู้ความเข้าใจในองค์กร สสปน. และความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างมีหน้าที่ในการดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในขนาดมาตรฐาน เพื่อการประชาสัมพันธ์ และบริหารจัดการบูธประชาสัมพันธ์ ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล หรือจังหวัดอื่น ๆ ทั่วประเทศ จำนวน ๑๒ ครั้ง โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็น ๒ ส่วน ดังต่อไปนี้

21/8/2564

ส่วนที่ ๑: บูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop up Booth) เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของ สสพ.

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดในการสื่อสารของบูธประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับแคมเปญสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ของ สสพ. (Brand Communication Identity) และกลุ่มเป้าหมายหลักในแต่ละงาน/กิจกรรม

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดการออกแบบตกแต่งบูธประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมภายในบูธที่สะท้อนภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย ให้มีความโดดเด่น ร่วมสมัย และในการเป็น “จุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง” (Thailand is High Value-Added MICE Destination) เพื่อประชาสัมพันธ์และนำเสนอข้อมูล บทบาท พันธกิจ การบริการของ สสพ. และการให้การสนับสนุนภาคเอกชน และการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตร ทุกภาคส่วน ผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์ภายในประเทศและการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยเน้นความเป็นผู้นำด้านการสร้างนวัตกรรม (Innovation) การออกแบบที่สร้างสรรค์ (Creative Soft Power) การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าน่าจดจำ (Authentic Experience) และการจัดงานอย่างยั่งยืน (Sustainable Events)

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องผลิต/จัดทำ บูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่สำหรับกิจกรรม TCEB Pop up Booth เป็นโครงสร้างบูธชั่วคราว (ขนาดมาตรฐาน) พร้อมออกแบบผังพื้นที่ (Floor plan) และรายละเอียดพื้นที่ในรูปแบบภาพจำลอง (Perspective Design) ของบูธประชาสัมพันธ์ฯ จำนวน ๒ ขนาด ได้แก่

๖.๓.๑ บูธประชาสัมพันธ์ฯ ขนาด ๓ x ๓ เมตร หรือ ๙ ตร.ม.

๖.๓.๒ บูธประชาสัมพันธ์ฯ ขนาด ๓ x ๖ เมตร หรือ ๑๘ ตร.ม.

ทั้งนี้ แผนผังการออกแบบ (Booth Layout) สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามขนาดพื้นที่ที่ทาง สสพ. กำหนด อาทิ พื้นที่เปิด ๓ ด้าน หรือ ๔ ด้าน

๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและผลิตชิ้นงานกราฟิก (Graphic) และจัดทำอาร์ตเวิร์ก (Artwork) เพื่อใช้ในการนำเสนอแนวคิดการสื่อสารสร้างการรับรู้ของ สสพ. และอุตสาหกรรมไมซ์ไทย อาทิ โลโก้องค์กร ภาพงานกราฟิกส่วนตกแต่งต่างๆ เป็นต้น โดยสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามแผนการสื่อสาร (Brand Communication Identity) ตามที่ สสพ. เห็นสมควร โดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ส่วนที่ ๒: การออกบูธประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการ

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดกิจกรรม/เกม (Engagement Activity) จำนวนอย่างน้อย ๒ กิจกรรมรูปแบบ ๒ ภาษา (ไทย/อังกฤษ) ที่สามารถดึงดูดความสนใจ มีความเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Innovation) เป็นกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและใช้เวลาไม่นานในการร่วมกิจกรรมแต่ละประเภท โดยกิจกรรมดังกล่าวฯ จะต้องนำเสนอข้อมูล สร้างความจดจำ ความเข้าใจ และสร้างการรับรู้ของ สสพ. ในบทบาทพันธกิจ และบริการของ สสพ. และสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอวิธีการในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมผ่านทางโซเชียลมีเดียของ สสพ. จำนวน ๑ กิจกรรม/เกม (กิจกรรมจากข้อ ๖.๕) (ข้อมูลเพิ่มเติมดูจากเอกสารแนบ)

21km
๒

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำ จัดเตรียมข้อมูล กิจกรรม อื่นๆ รูปแบบ ๒ ภาษา (ไทย/อังกฤษ) ในลักษณะ พร้อมใช้ เพื่อเป็นการดำเนินกิจกรรมการออกบูธได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายในแต่ละงาน/กิจกรรม

๖.๘ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์ (Reels) สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม TCEB Pop up Booth ทางโซเชียลมีเดียของ สสปน. อย่างน้อย ๒ แพลตฟอร์ม อาทิ Instagram, Facebook, Tiktok เป็นต้น โดยต้องจัดทำเนื้อหาพร้อมใส่ซับไตเติ้ลภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ มีความยาวตั้งแต่ ๒๐-๖๐ วินาที จำนวน ๘ ชิ้นงาน โดยต้องให้ทาง สสปน. เห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต

ทั้งนี้ เนื้อหาการทำวิดีโอทุกชิ้นงานต้องได้รับการเห็นชอบจากทาง สสปน. ก่อนดำเนินงาน โดยการนำเสนอ เนื้อหาและเพลงประกอบต่าง ๆ จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด และการเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

๖.๙ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอวิดีโอประมวลภาพกิจกรรม (Video Highlight) สรุปการจัดกิจกรรม ทั้ง ๑๒ ครั้ง จำนวน ๑ ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาพร้อมใส่ซับไตเติ้ลภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ มีความยาว ๒-๓ นาที ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

๖.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา/จัดเตรียมของที่ระลึก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม และร่วมสมัย อย่างน้อย ๒ ประเภท จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐ ชิ้น สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมภายในบูธ ประชาสัมพันธ์ และจัดสรรให้เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมทั้งหมด ๑๒ ครั้ง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในบูธ โดยต้องให้ทาง สสปน. เห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต

๖.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ประจำบูธประชาสัมพันธ์ที่สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ (ธุรกิจ) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำหรับงานที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ) จำนวนอย่างน้อย ๔ คน อาทิ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและดำเนินกิจกรรมประจำบูธ พร้อมเครื่องแต่งกาย (Smart/Professional) จำนวนอย่างน้อย ๒ คน เจ้าหน้าที่ประสานงานหลัก (Project Manager) จำนวน ๑ คน และเจ้าหน้าที่ช่างเทคนิค จำนวน ๑ คน เป็นต้น

๖.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา/จัดเตรียมช่างภาพนิ่งและช่างภาพวิดีโอ อย่างน้อย ๑ คน แบบมืออาชีพเพื่อ บันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวที่มีความละเอียดสูง พร้อมผลิตและตัดต่อสำหรับการนำเสนอเนื้อหาภายใน บูธกิจกรรม เพื่อใช้งานในช่องทางประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของ สสปน.

๖.๑๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการ และวิธีการบริหารจัดการโครงการฯ ทั้งหมด อาทิ แผนการ เตรียมงาน การติดตั้ง การรื้อถอน การบริหารจัดการกิจกรรม การให้ข้อมูลภายในบูธ สสปน. การทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริหารบุคลากร เป็นต้น

๖.๑๔ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการบริหารจัดการงานภายใต้แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงาน อย่างยั่งยืน (Sustainable Events) ของ สสปน. โดยเลือกใช้และประยุกต์วัสดุอุปกรณ์การออกแบบและตกแต่งต่างๆ ที่ใส่ใจและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงคำนวณและรายงานผล Carbon Footprint เบื้องต้นที่เสี่ยงได้จากการจัด งาน โดยใช้เครื่องคำนวณของ สสปน. (<https://climateaction.tceb.or.th/home>) และการจัดกิจกรรมสรุปผลแต่ละ ครั้ง จำนวน ๑๒ ชิ้นงาน รวมถึงสรุปผลการคำนวณรวมทั้งหมดหลังจัดกิจกรรมครบ ๑๒ ครั้ง จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๖.๑๕ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์ และบริหารจัดการในพื้นที่ทั่วประเทศไทย จำนวน ๑๒ ครั้งๆ ละ ๑-๓ วัน (ดูสถิติการดำเนินกิจกรรมฯ ปีที่ผ่านมาจากเอกสารแนบ)

ทั้งนี้ สสปน. จะเป็นผู้กำหนดสถานที่ จำนวนวัน และรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop up Booth) ตามที่ สสปน. เห็นสมควรในแต่ละงาน โดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

๖.๑๖ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา/จัดเตรียม และติดตั้งอุปกรณ์สำหรับระบบภาพ แสง เสียง อาทิ อุปกรณ์เครื่องเสียง จอภาพ (LED TV / Touchscreen TV) เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลขององค์กร สสปน. และ/หรือ กิจกรรมภายในบูธฯ พร้อมกระแสไฟฟ้าให้เพียงพอสำหรับกิจกรรมภายในบูธประชาสัมพันธ์ฯ ในแต่ละครั้ง

๖.๑๗ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา/จัดเตรียมระบบ เพื่อบันทึกจำนวนคน และรวบรวมฐานข้อมูลผู้เข้าบูธประชาสัมพันธ์ โดยเก็บข้อมูลของผู้เข้าชมและผู้เข้าร่วมกิจกรรมในบูธ (Data Summary) อาทิ จากนามบัตร ชื่อ-นามสกุล เบอร์ติดต่อ อีเมล รวมถึงสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เป็นต้น ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

๖.๑๘ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจ (Survey Questionnaire) ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในบูธประชาสัมพันธ์ และการรับรู้เกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และบริการของ สสปน. ตลอดการจัดกิจกรรมทั้ง ๑๒ ครั้ง โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน ในแต่ละครั้งการจัดกิจกรรม

๖.๑๙ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปการมีส่วนร่วมทางโซเชียลมีเดียของ สสปน. (Social Media Report) ของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง โดยสรุปผลในรูปแบบไฟล์ Excel file หรือรูปแบบที่ทันสมัยสามารถนำมาวิเคราะห์ และนำข้อมูลไปใช้ต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

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

๖.๒๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการรับ-ส่ง (หากมี) อุปกรณ์ต่างๆ หรือเอกสารแจก สำหรับการออกบูธประชาสัมพันธ์ อาทิ แผ่นพับ สุนัขบัตร หรืออื่น ๆ เป็นต้น สำหรับการออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ ในกิจกรรมแต่ละครั้ง

๖.๒๒ ผู้รับจ้างจะต้องทำการซ่อมแซมหรือแก้ไข หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม หรือการรับ-ส่ง โดยผู้รับจ้างจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ทั้งหมด ผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ ทั้งสิ้น

๖.๒๓ ผู้รับจ้างจะต้องทำการรื้อถอนโครงสร้างบูธประชาสัมพันธ์ฯ และจัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์ เอกสาร และของที่ระลึกต่าง ๆ ออกจากพื้นที่การจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง ตามข้อกำหนดของแต่ละงานพร้อมจัดเก็บโครงสร้างชิ้นงาน และวัสดุ เครื่องมือ เครื่องใช้ เอกสาร ของที่ระลึก และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ที่จัดเก็บที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการชำรุดเสียหายสำหรับใช้งานในครั้งต่อไปตามความเหมาะสม

21/10/2564

๖.๒๔ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

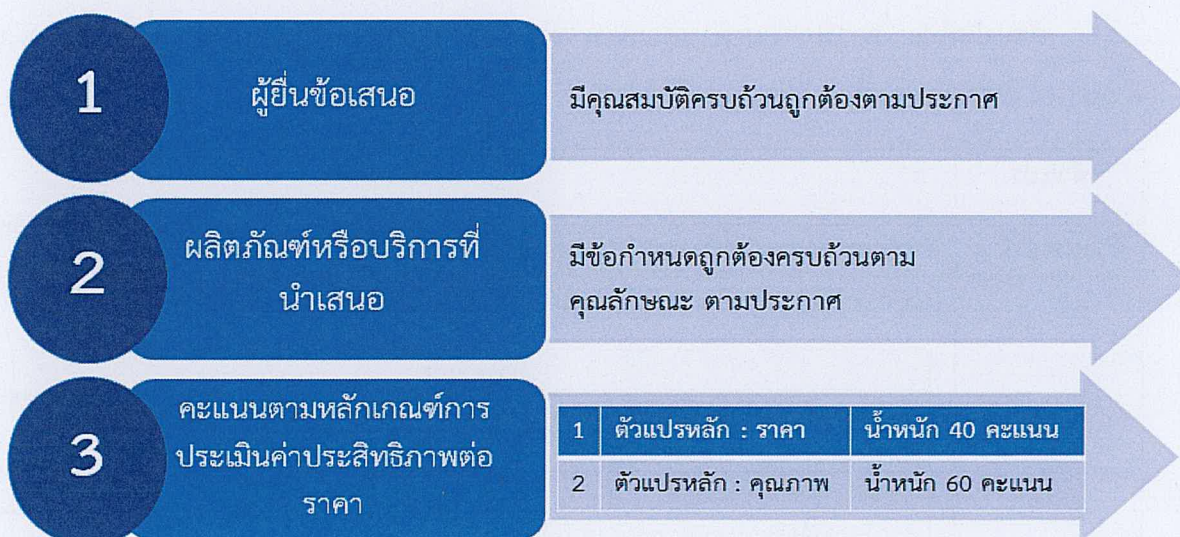
๖.๒๔.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๒๔.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

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



๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอน และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

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

แปรที่ ๑: การพิจารณาด้านราคา ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาตามขอบเขตงาน โดยแสดงรายละเอียดแยกเป็นรายการอย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

การเสนอราคาให้เสนอตามรูปแบบของบูธในแต่ละแบบ และแต่ละสถานที่ในการจัดแสดงบูธแต่ละครั้ง โดยเสนอราคาในพื้นที่ทั่วประเทศ ตามรายละเอียดที่ได้ระบุไว้ใน ข้อ ๖. (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และต่างจังหวัด)

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

ตัวแปร	การพิจารณา												
ตัวแปรรองที่ ๑	การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ (๖๕ คะแนน)												
	๑.๑ การนำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรม (Concept & Theme) (๑๐ คะแนน)												
	<table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรม</td><td>๐</td></tr><tr><td>แนวคิดการจัดกิจกรรมต้องปรับปรุง</td><td>๓</td></tr><tr><td>แนวคิดการจัดกิจกรรมพอใช้</td><td>๕</td></tr><tr><td>แนวคิดการจัดกิจกรรมเหมาะสมดี เข้าใจง่าย</td><td>๘</td></tr><tr><td>แนวคิดการจัดกิจกรรมดีที่สุดใน เข้าใจง่าย และมีความคิดสร้างสรรค์</td><td>๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรม	๐	แนวคิดการจัดกิจกรรมต้องปรับปรุง	๓	แนวคิดการจัดกิจกรรมพอใช้	๕	แนวคิดการจัดกิจกรรมเหมาะสมดี เข้าใจง่าย	๘	แนวคิดการจัดกิจกรรมดีที่สุดใน เข้าใจง่าย และมีความคิดสร้างสรรค์	๑๐
ความหมาย	ระดับคะแนน												
ไม่นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรม	๐												
แนวคิดการจัดกิจกรรมต้องปรับปรุง	๓												
แนวคิดการจัดกิจกรรมพอใช้	๕												
แนวคิดการจัดกิจกรรมเหมาะสมดี เข้าใจง่าย	๘												
แนวคิดการจัดกิจกรรมดีที่สุดใน เข้าใจง่าย และมีความคิดสร้างสรรค์	๑๐												

๑.๒ ความสวยงามในการออกแบบ (Booth Design) (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่นำเสนอการออกแบบบูธ	๐
ความสวยงามในการออกแบบบูธ ยังต้องปรับปรุง	๓
ความสวยงามในการออกแบบบูธ พอใช้	๕
ความสวยงามในการออกแบบบูธ เหมาะสมกับแนวคิดดี และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	๘
ความสวยงามในการออกแบบบูธ เหมาะสมกับแนวคิดที่ดีที่สุด การออกแบบมีความดึงดูดน่าสนใจ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	๑๐

๑.๓ การนำเสนอการบริหารจัดการพื้นที่ใช้สอยภายในบูธได้อย่างเหมาะสม (Floor Plan) (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอพื้นที่ใช้สอยภายใน/พื้นที่จัดงาน ไม่เหมาะสม	๑
นำเสนอพื้นที่ใช้สอยภายใน/พื้นที่จัดงาน ต้องปรับปรุง	๒
นำเสนอพื้นที่ใช้สอยภายใน/พื้นที่จัดงาน พอใช้	๓
นำเสนอพื้นที่ใช้สอยภายใน/พื้นที่จัดงาน ดี	๔
นำเสนอพื้นที่ใช้สอยภายใน/พื้นที่จัดงาน ดีที่สุด เหมาะสมและสวยงาม	๕

๑.๔ การนำเสนอข้อมูลรอบเนื้อหา (Content Marketing) ของ สสพ. และอุตสาหกรรมไมซ์ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอข้อมูลรอบเนื้อหา	๐
การนำเสนอข้อมูลรอบเนื้อหา ต้องปรับปรุง	๓
การนำเสนอข้อมูลรอบเนื้อหา พอใช้	๕
การนำเสนอข้อมูลรอบเนื้อหา ดี น่าสนใจ	๘
การนำเสนอข้อมูลรอบเนื้อหา น่าสนใจดีที่สุด และมีความคิดสร้างสรรค์	๑๐

๑.๕ การนำเสนอกิจกรรม/เกม (Engagement Activity) ที่สร้างการมีส่วนร่วม เกี่ยวข้องการรับรู้ สสพ. และอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวนอย่างน้อย ๒ กิจกรรม (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอกิจกรรม/เกม	๐
การนำเสนอกิจกรรม/เกม ไม่ครบถ้วนและไม่สร้างสรรค์	๓
การนำเสนอกิจกรรม/เกม พอใช้ สนุกแต่ยังไม่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมไมซ์	๕
การนำเสนอกิจกรรม/เกม ดี สนุก สร้างความน่าสนใจให้บูธ และเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๘
การนำเสนอกิจกรรม/เกม ดีที่สุด สนุก น่าดึงดูด สามารถสร้าง Engagement ผ่าน Social Media สร้างการมีส่วนร่วม และเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์/สสพ.	๑๐

๑.๖ การนำเสนอการเลือกใช้เทคโนโลยีการออกแบบบูธ และจัดกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการใช้เทคโนโลยีภายในบูธ	๐
นำเสนอการใช้เทคโนโลยี ไม่น่าดึงดูดผู้เข้าชม	๓
นำเสนอการใช้เทคโนโลยี พอใช้ น่าสนใจ	๕
นำเสนอการใช้เทคโนโลยี ดี เข้าถึง-เข้าใจง่าย ดึงดูดน่าสนใจ	๘
นำเสนอการใช้เทคโนโลยี ดีที่สุด เข้าถึง-เข้าใจง่าย ดึงดูดน่าสนใจ และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชมพร้อมกันหลายคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๑๐

	๑.๗ การนำเสนอของที่ระลึกสะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทยและภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศไทยในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอของที่ระลึก	๐
	การนำเสนอของที่ระลึก ต้องปรับปรุง ไม่น่าสนใจ	๓
	การนำเสนอของที่ระลึก น่าสนใจ ใช้ประโยชน์ได้ แต่ไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๕
	การนำเสนอของที่ระลึก น่าสนใจ สะท้อนความเป็นไทยและภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์	๘
	การนำเสนอของที่ระลึก น่าสนใจที่สุด ใช้ประโยชน์ได้ สะท้อนความเป็นไทยและภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์	๑๐

ตัวแปรรองที่ ๒	การนำเสนอแผนการดำเนินการและการบริหารจัดการ (๒๐ คะแนน)	
	๒.๑ การนำเสนอแผนการดำเนินการและการบริหารจัดการ (Booth Management) (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการและแผนดำเนินงาน	๐
	นำเสนอแผนการบริหารจัดการ และแผนดำเนินงาน ไม่ครบถ้วน	๓
	นำเสนอแผนการบริหารจัดการ และแผนดำเนินงาน ต้องปรับปรุง	๕
	นำเสนอแผนการบริหารจัดการและแผนดำเนินงาน ดี	๘
	นำเสนอแผนการบริหารจัดการและแผนดำเนินงาน ดีที่สุด มีระยะเวลาดำเนินการเหมาะสม	๑๐
	๒.๒ การนำเสนอการบริหารจัดการเจ้าหน้าที่ประจำบูธประชาสัมพันธ์ (Booth Staff) (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอเจ้าหน้าที่ประจำบูธ	๐
	นำเสนอเจ้าหน้าที่ประจำบูธ ไม่ครบถ้วน	๓
	นำเสนอเจ้าหน้าที่ประจำบูธ ครบถ้วน แต่ไม่เหมาะสม	๕
	นำเสนอเจ้าหน้าที่ประจำบูธ ดี	๘
	นำเสนอเจ้าหน้าที่ประจำบูธ ดีที่สุด บุคลากรครบถ้วน และมีความสามารถในการสื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ	๑๐

ตัวแปรรองที่ ๓	การนำเสนอการบริหารการจัดงานภายใต้ “แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน” (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอแนวทางการจัดงานอย่างยั่งยืน	๐
	นำเสนอการจัดงานในภาพรวมอย่างยั่งยืนได้น้อย	๓
	นำเสนอการจัดงานในภาพรวมอย่างยั่งยืนได้พอใช้	๕
	นำเสนอการจัดงานในภาพรวมอย่างยั่งยืนได้ดี	๘
	นำเสนอการจัดงานในภาพรวมอย่างยั่งยืนได้ดีที่สุด	๑๐

ตัวแปรครั้งที่ ๔	พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน และ/หรือ มีประสบการณ์และผลงานในการจัดงาน (๕ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	มีผลงานระดับจังหวัด อย่างน้อย ๓ งาน	๑-๒
	มีผลงานระดับประเทศ อย่างน้อย ๓ งาน	๓-๔
	มีผลงานระดับนานาชาติ อย่างน้อย ๓ งาน	๕

ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนน ของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูล การดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้างมีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

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

๘.๓ สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวม สูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลังข้อ ๘๓ (๒))

กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุด จากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาด ตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรก เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม ตามสัญญา

นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ถึง วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

๑๐. การส่งมอบงาน โดยแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑: การผลิตบูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop up Booth) ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑)

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop up Booth) ณ สถานที่ที่ได้มีการตกลงกันไว้ พร้อมภาพถ่ายในการส่งมอบงานส่วนที่ ๑ และรูปเล่มส่งมอบงาน (Proposal) จำนวน ๑ เล่ม และบันทึกข้อมูล ใน Flash Drive จำนวน ๑ ชุด ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑) ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ส่วนที่ ๒: การออกบูธประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการ ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๒)

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบสรุปผลรายงานการดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์ และข้อมูลการจัดกิจกรรม หลังจากออกบูธประชาสัมพันธ์ เสร็จสิ้นในแต่ละครั้ง ในรูปแบบตารางสารบัญ (Excel Link) ผ่านทางอีเมล โดยประกอบด้วยไฟล์เอกสารการนำเสนอส่งมอบงาน (Presentation) และข้อมูลรายละเอียดการส่งมอบงานทั้งหมด และบันทึกข้อมูลสรุปงานลงใน Flash Drive จำนวน ๑ ชุด เพื่อส่งมอบงานภายใน ๓๐ วัน นับจากวันที่จบการจัด กิจกรรมในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรมฯ (๑๒ ครั้ง)

โดยรายละเอียดการส่งมอบงานในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๒) ลำดับที่ ๖.๕-๖.๒๔ มีดังนี้

- ๑) รายงานสรุปผลการจัดกิจกรรม แผนการดำเนินงาน (แต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม)
- ๒) ผลสรุปความสำเร็จจากจำนวน Carbon Footprint ที่ลดลงได้จากการจัดงาน ในแต่ละครั้งของการดำเนินการจัดกิจกรรม
 - * สรุปผลรวมทั้งหมดของการดำเนินการจัดกิจกรรมทั้ง ๑๒ ครั้ง ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย
- ๓) รายงานสรุปผลผู้เข้าร่วมงานและฐานข้อมูล (Database Summary)
- ๔) รายงานสรุปผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม
- ๕) รายงานสรุปการมีส่วนร่วมทางโซเชียลมีเดียของ สสพ. ที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง (Social Media Engagement)
 - * ส่งรายงานสรุปลำดับที่ ๔-๖ ในรูปแบบ File Excel และรูปแบบเอกสารการนำเสนอส่งมอบงาน (Presentation) ผ่านทางอีเมล ให้กับ สสพ. หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้งภายใน ๗ วัน และสรุปผล รวมทั้งหมดจากการดำเนินการจัดกิจกรรมฯ ทั้ง ๑๒ ครั้ง ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย
- ๖) รูปภาพเจ้าหน้าที่ประจำบูธประชาสัมพันธ์ ในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม
- ๗) รูปถ่ายภาพนิ่ง (Raw file) ในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม
- ๘) วิดีโอคอนเทนต์ (Reels) สำหรับประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียของ สสพ. ความยาวตั้งแต่ ๒๐-๖๐ วินาที จำนวน ๘ ชิ้นงาน โดยทาง สสพ. จะเป็นผู้กำหนดการส่งชิ้นงานดังกล่าว
- ๙) วิดีโอประมวลภาพกิจกรรม (Video Highlight) จากการดำเนินการจัดกิจกรรม ทั้ง ๑๒ ครั้ง โดยจัดทำเนื้อหาพร้อมใส่ซับไตเติ้ลภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ มีความยาว ๒-๓ นาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน
 - * บันทึกลงใน External Hard Disk ความจุไม่น้อยกว่า 1TB จำนวน ๑ ชุด ในการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย
- ๑๐) ไฟล์งานออกแบบทั้งหมด (Artwork Design)
 - * บันทึกลงใน External Hard Disk ในการส่งมอบงานครั้งที่ ๑ และการส่งมอบงานครั้งสุดท้าย
- ๑๑) การส่งมอบงานครั้งสุดท้าย ให้บันทึกข้อมูลการดำเนินกิจกรรมการออกบูธประชาสัมพันธ์ ทั้ง ๑๒ ครั้ง ตามขอบเขตงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑ และ ส่วนที่ ๒) ลงใน External Hard Disk ความจุไม่น้อยกว่า 1TB จำนวน ๑ ชุด และเล่มส่งมอบงาน (Proposal) จำนวน ๑ เล่ม

ทั้งนี้ การส่งมอบงานครั้งสุดท้ายและต้องส่งมอบงานภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งการชำระเงินค่าจ้างดังนี้

๑. การจ่ายค่าจ้างตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑)

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง ตามอัตราค่าจ้างเฉพาะงานตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๑) เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบงานเรียบร้อยแล้ว และคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาเห็นชอบและได้นำเสนอผู้มีอำนาจลงนามรับทราบการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว



๒. การจ่ายค่าจ้างตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖. (ส่วนที่ ๒)

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

ทั้งนี้ ใบเสนอราคาต้องระบุรายละเอียดค่าใช้จ่ายของการจัดกิจกรรม ในแต่ละครั้งอย่างชัดเจน

๑๒. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่างาน ที่ยังไม่ได้ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

๑๓. ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

ผู้รับจ้างต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงาน หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนั้นภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานและคณะกรรมการตรวจรับแล้ว และต้องได้รับการแก้ไขให้เป็นที่ยอมรับ นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งจากผู้ว่าจ้าง โดยผู้ว่าจ้างต้องไม่ดเว้นใด ๆ

๑๔. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนนั้นได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้ว่าจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วน โดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่งผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัดสิทธิ์ผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

๑๕. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับผู้ว่าจ้าง ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๖. การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

๑๖.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล

๑๖.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๑๗. อากรแสตมป์

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

๑๘. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิ์ยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนดผู้ว่าจ้าง หรือ สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวๆ ทำให้ผู้ว่าจ้าง หรือ สสพ. เกิดความเสียหายผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้าง หรือ สสพ. โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น

๑๙. ข้อสงวนสิทธิ์

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อผู้ว่าจ้างพิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

๒๐. กรรมสิทธิ์

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูล และ/หรือ ซอฟต์แวร์ (Software) และสิ่งอื่นใดที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงาน รวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสพ. และ สสพ. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ โดยผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงาน กำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ สสพ. ไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ. ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้นหากไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

หมายเหตุ:

๑. ผลการตัดสินของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้า และ/หรือ ภายหลังการตัดสินของ สสพ.

๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่:

นางสาวปาลิดา ลัวเฉลิมวงศ์

ผู้จัดการส่วนงานสื่อสารองค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

อีเมล: palida_l@tceb.or.th

โทรศัพท์: ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๐๕, ๐๘๓-๒๔๙-๒๑๙๘

กิจกรรม

TCEB POP UP BOOTH 2025

รายละเอียดโครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ

งบประมาณ 5,780,000 บาท

Agenda

TCEB POP UP BOOTH

1 Introduction to TCEB POP UP BOOTH

2 Concept Development

3 Briefing

4 2023-2024 Booth's Roadshow

1) Introduction to TCEB POP UP BOOTH

TCEB POP UP BOOTH

กิจกรรม TCEB Pop Up Booth เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์การส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานทั่วไป โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากกลุ่มผู้เข้าชมบูธอย่างใกล้ชิด

ภายในบูธจะมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ สสปน. พร้อมกิจกรรมต่างๆ ที่เปิดโอกาสและสร้างการมีส่วนร่วมให้ผู้เข้าชม ซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าชมมีความเข้าใจในพันธกิจและบทบาทขององค์กรได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Objective

1. เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และภาพลักษณ์ของ สสปน. ในฐานะผู้ขับเคลื่อนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซีให้เติบโตอย่างยั่งยืน แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการไมซีและผู้เข้าร่วมชมงานทั่วไป
2. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้เข้าชมบูธ ด้วยกิจกรรมที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม และสร้างประสบการณ์อันดีต่อความรู้อความเข้าใจในองค์กร สสปน. และความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซีในประเทศไทย

1) Introduction to TCEB POP UP BOOTH

AUDIENCE

1. ผู้เข้าร่วมงานทั่วไป: ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่ทั่วประเทศ รวมถึงเมืองไมซ์ เมืองรอง และกรุงเทพฯ เช่น นักเรียน/นักศึกษา และประชาชนทั่วไป
2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน: รวมถึงองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้ประกอบการในภาคส่วนนี้
3. นักเดินทางไมซ์ในประเทศ: กลุ่มบุคคลที่เดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในงานที่จัดกิจกรรม TCEB Pop up Booth

2

Concept Development

TCEB POP UP BOOTH



218006

Idea Incubation

MORE ENGAGING

ELEVATE
YOUR MICE EXPERIENCES

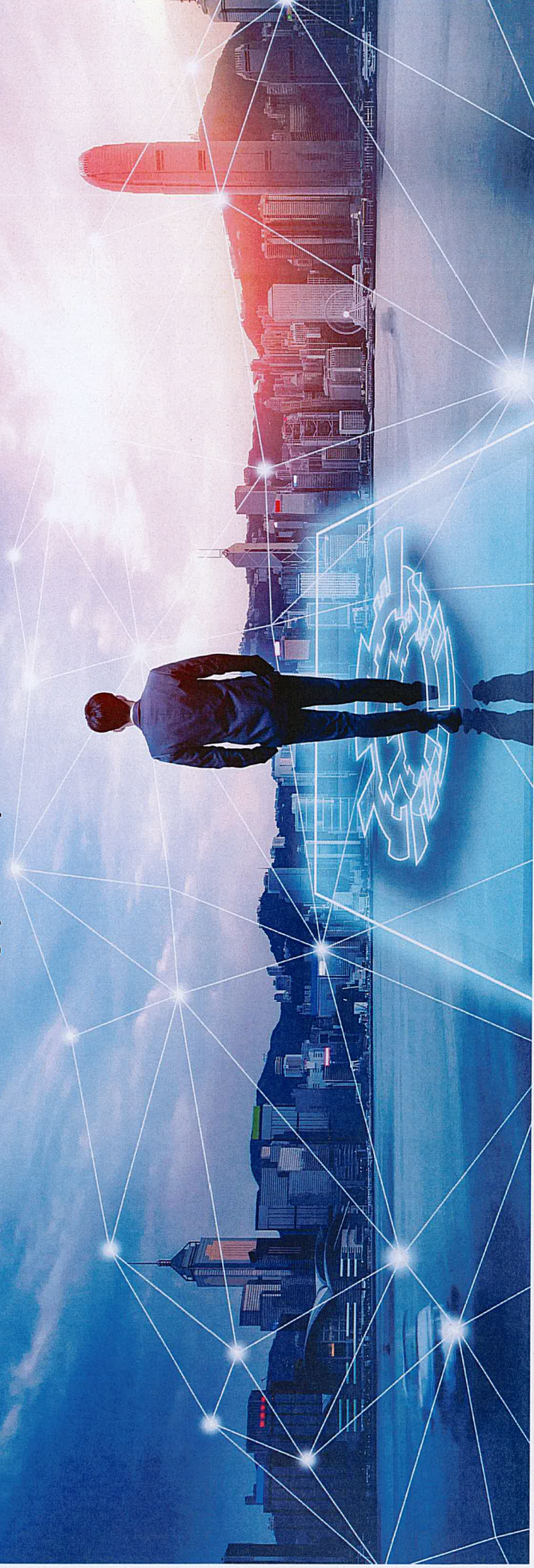
With focuses on the high-value experiences,
while also suggesting a sense of Technology, Business growth and Image Impression

just

FUTURE OF MICE

THE NEXT ERA OF BUSINESS EVENTS

ก้าวสู่ยุคใหม่อุตสาหกรรมไมซ์ไทย



CORE IDEA

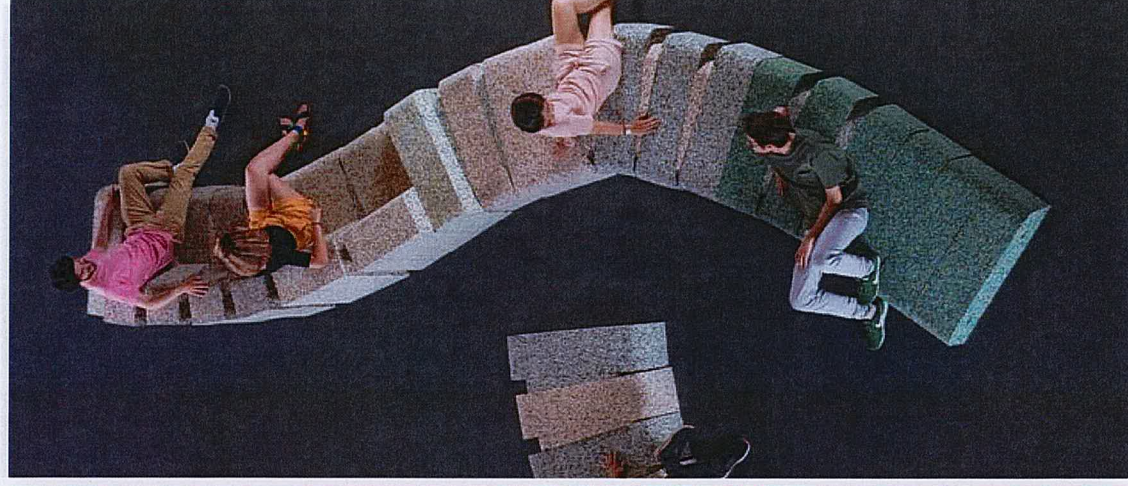
"Thailand is High
Value-Added
MICE Destination"



INNOVATION

SOFT POWER

SUSTAINABILITY



21800

3

BRIEFING

TCEB POP UP BOOTH



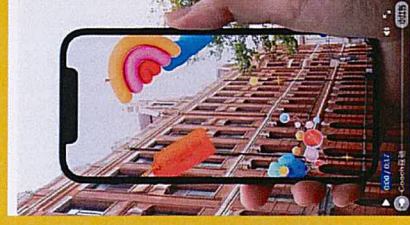
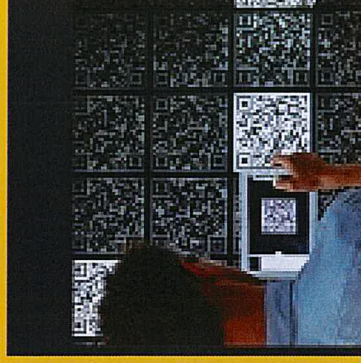
218012

กิจกรรมในบูธ

กิจกรรม/เกม (Innovation) อย่างน้อย 2 กิจกรรม

- ออกแบบกิจกรรมที่สะท้อนนวัตกรรมและสร้างการดึงดูดผู้เข้าชมได้อย่างรวดเร็ว ง่าย และใช้เวลาน้อย โดยเน้นการมีส่วนร่วมและสร้างการจดจำที่ดี กิจกรรมสามารถเล่นเป็นรอบๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับ TCEB และ MICE ในแบบที่เข้าใจง่าย เช่น เรื่อง MICE Cities หรือ MICE Sustainable Events

- กิจกรรมที่แนะนำเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความสนุก อาจใช้รูปแบบที่น่าสนใจและเป็นนวัตกรรม เช่น Kahoot, Bingo, วงล้อเสี่ยงโชค, หรือการจับรางวัล โดยออกแบบให้มีระดับความยากง่ายต่างกัน อย่างน้อย 2 กิจกรรม เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มผู้เข้าร่วมที่หลากหลาย และสามารถดึงดูดผู้คนได้หลากหลายช่วงอายุ
- มีกิจกรรมภาษาอังกฤษที่ชาวต่างชาติสามารถมีส่วนร่วม (เป็นกิจกรรมที่ง่ายกว่ากลุ่มเป้าหมายคนไทย)



การนำเสนอเนื้อหา

ข้อมูลที่น่าสนใจในรูปแบบของข้อมูลประจำตัวและกิจกรรมจะครอบคลุมเนื้อหาและบริการหลักของ สปส. ดังนี้:

1. ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท/พันธกิจ TCEB, 10 MICE Cities, เส้นทางสายโนซ์
2. แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานโนซ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (MICE Sustainable Events)
3. การสนับสนุนและการเสนอการจัดงานขนาดใหญ่ (Mega Events) ที่เข้าถึงกลุ่มผู้ชมวงกว้าง เช่น World Expo, งานพืชสวนโลก, การแข่งขัน F1 และงาน PRIDE
4. ข้อมูลบริการจากฝ่าย Thailand MICE One Stop Service (OSS) เช่น การแนะนำ MICE Lane และการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
5. ข้อมูลการให้บริการผ่าน Line Official ของ สปส. สำหรับให้ข้อมูลและคำแนะนำ

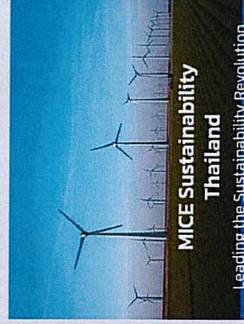
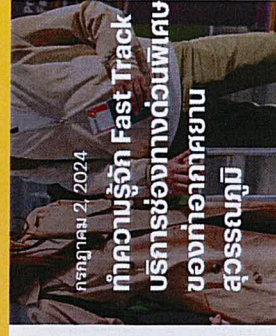
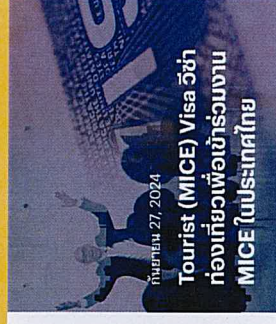
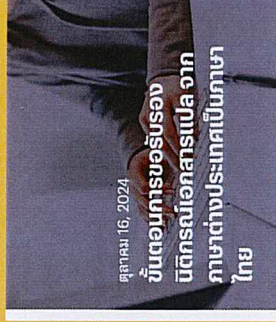
More Information:

MICE Lane:

<https://miceoss.tceb.or.th/mice-lane-a-special-lane-for-mice-travelers/>

One Stop Service (OSS) :

<https://www.busessevents thailand.com/en/why-thailand/one-stop-service>



MICE Lane



TCEB - OSS

SCAN ME >>

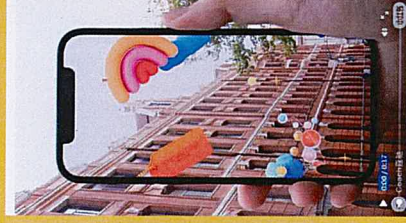
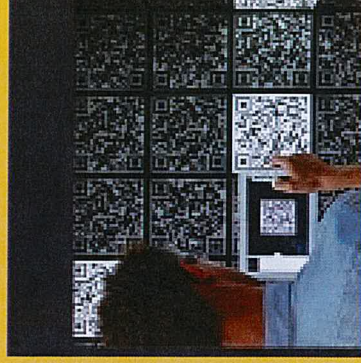
Handwritten signature

กิจกรรมในบูธ

กิจกรรม/เกม (Innovation) อย่างน้อย 2 กิจกรรม

- ออกแบบกิจกรรมที่สะท้อนนวัตกรรมและสร้างการดึงดูดผู้เข้าชมได้อย่างรวดเร็ว ง่าย และใช้เวลาน้อย โดยเน้นการมีส่วนร่วมและสร้างการจดจำที่ดี กิจกรรมสามารถเล่นเป็นรอบๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับ TCEB และ MICE ในแบบที่เข้าใจง่าย เช่น เรื่อง MICE Cities หรือ MICE Sustainable Events

- กิจกรรมที่แนะนำเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความสนุก อาจใช้รูปแบบที่น่าสนใจและเป็นนวัตกรรม เช่น Kahoot, Bingo, วงล้อเสี่ยงโชค, หรือการจับรางวัล โดยออกแบบให้มีระดับความยากง่ายต่างกัน อย่างน้อย 2 กิจกรรม เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มผู้เข้าร่วมที่หลากหลาย และสามารถดึงดูดผู้คนได้หลากหลายช่วงอายุ
- มีกิจกรรมภาษาอังกฤษที่ชาวต่างชาติสามารถมีส่วนร่วม (เป็นกิจกรรมที่ง่ายกว่ากลุ่มเป้าหมายคนไทย)



2.1.1

TCEB Social Media

- Facebook / Instagram
 - MICE in Thailand (TH)
 - Business Events Thailand (EN)
- X (Twitter)
 - Business Events Thailand (EN)
- Youtube
 - Business Events Thailand (EN)
- TikTok
 - MICE in Thailand (TH)

TCEB Social Media
QR Code:



TCEB

Thailand MICE, Meet the Magic of MICE in Thailand

MICE in Thailand | LINE Official Account

Website

Facebook (TH)

Facebook (EN)

Instagram (TH)

Instagram (EN)

Twitter

Youtube

Linked in

TikTok

BusinessEventsTH

2 Jan 2024

เจ้าหน้าที่ประจำบูธ

- แนะนำเจ้าหน้าที่ประจำบูธในบทบาท "MICE Guide" หรือชื่ออื่นที่สื่อถึงความเป็นผู้มืออาชีพและทันสมัย เน้นการทำหน้าที่เป็น Facilitator ที่สามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำอย่างครบถ้วน โดยไม่จำเป็นต้องมีพิธีกร (Emcee)
- การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ควรดูเป็นมืออาชีพและเหมาะสมกับการทำงาน มีการดูแลบุคลิกภาพให้สะอาดเรียบร้อย
- การสื่อสารกับผู้เข้าชมบูธควรสุภาพและสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างเหมาะสม เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของบูธ เช่น ไม่เรียกผู้เข้าชมว่า คุณพี่

ของที่ระลึก

****ของสำหรับแจก ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม (อย่างน้อย 2 ประเภท)**

1. Authentic Experience: ของขำขันที่มีเอกลักษณ์และสื่อถึงความเป็นไทย โดยคิดสรรหาเพื่อสุขภาพ (Healthy Snack) และ/ หรือ ผลิตภัณฑ์จากชุมชนทั้ง 4 ภาค เพื่อให้ผู้รับได้สัมผัสประสบการณ์ที่แท้จริงของวัฒนธรรมไทย
2. Personalized Souvenirs: ของที่ระลึกที่สามารถออกแบบเฉพาะบุคคล เช่น การทำโปสการ์ด สแตมป์



work

2023-2024 Booth's Roadshow

TCEB POP UP BOOTH



2/28/23

Reference ตารางกิจกรรม POP UP BOOTH กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ปี 2566

จำนวน งาน	ชื่องาน / กิจกรรม	รูปแบบบูธ	ระยะเวลาการจัดกิจกรรมฯ								สถานที่จัดงาน / จังหวัด	
			ก.พ 66	มี.ค 66	เม.ย 66	พ.ค 66	มิ.ย 66	ก.ค 66	ส.ค 66	ก.ย 66	ตัวจังหวัด	กรุงเทพฯ
1	Amazing Muay Thai Festival	POP UP Booth (3x6 ตร.ม.)	4-6 ก.พ (3 วัน)								หัวหิน จ.ประจักษ์	
2	Techno Mart	POP UP Booth (3x3 ตร.ม.)		31 มี.ค (1 วัน) (1 วัน)								ภูเก็ต, กรุงเทพฯ
3	MICE DAY	POP UP Booth (3x6 ตร.ม.)			26 เม.ย (1 วัน)							สยามฮอลล์ ออรัล, กรุงเทพฯ
4	SITE (Startup Thailand & Innovation Thailand Expo 2023	POP UP Booth (3x3 ตร.ม.)					22-24 มิ.ย 66 (3 วัน)					ศูนย์สิริกิติ์, กรุงเทพฯ
5	งานประชุมเครือข่ายสมาคมผู้ประกอบการ 2566	POP UP Booth (3x3 ตร.ม.)						6-7 ก.ค 66 (2 วัน)			มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จ. เชียงราย	
7	งาน CVTEC MICE BUSINESS ROADSHOW 2023	POP UP Booth (Size 3x6 ตร.ม.)						20 ก.ค (1 วัน)			โรงแรมเดอะ ไฮด์ พายา จ.สงขลา	
6	งานกิจกรรมสัมมนาความร่วมมือ ชุมชน	POP UP Booth (Size 3x6 ตร.ม.)						28 ก.ค (1 วัน)			โครงการพัฒนา พรรคประชาธิปัตย์ จ.สุพรรณ	
8	เทศกาลงานออกแบบภูเก็ต (Pakkt Tait Design Week)	POP UP Booth (Size 3x3 ตร.ม.)							12-14 ส.ค (3 วัน)		โรงแรม ย่านเมืองเก่า สงขลา จ.สงขลา	
9	ISAN MICE EXPO 2023	POP UP Booth (Size 3x6 ตร.ม.)							17 ส.ค (1 วัน)		ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติขอนแก่น (KICE) ขอนแก่น	
10	ITCMA 2023	POP UP Booth (3x6 ตร.ม.)								26-28 ก.ย (3 วัน)		Centara Grand Hotel, กรุงเทพฯ

Reference ตารางกิจกรรม POP UP BOOTH กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ปี 2567

	ชื่องาน / กิจกรรม	รูปแบบบูธ	ระยะเวลาการจัดกิจกรรม										สถานที่จัดงาน / จังหวัด	
			ม.ค 65	ก.พ 67	มี.ค 67	พ.ค 67	พ.ย 67	มิ.ย 67	ก.ค 67	ส.ค 67	ก.ย 67	คำขวัญ	จังหวัด	กรุงเทพมหานคร
1	งาน 2024 Pinnacle Awards & Asia Festival City Conference	POP UP Booth (3x6 ตร.ม)		28 ก.พ (1 วัน)								โรเบิร์ตและ โอลิฟ พัทธยา จ.ชลบุรี		
2	งาน โครงการพัฒนาผ่าน พระองค์ ชุมพร	POP UP Booth (Size 3x6 ตร.ม)						10 มิ.ย (1 วัน)				โครงการพัฒนาลุ่ม พระองค์ ชุมพร		
3	Thailand HR Tech 2024	POP UP Booth (3x6 ตร.ม)							2-3 ก.ค (2 วัน)				Royal Paragon Hall (ชั้น 5), กรุงเทพฯ	
4	งานลานนา เอ็กซีทีฟ	POP UP Booth (3x3 ตร.ม)							8-10 ก.ค (3 วัน) *11-14 ก.ค ตั้งบูธเปล่า			ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ ๗ รอบ พระชนมพรรษา จ.เชียงใหม่		
5	งาน MICE City Summit 2024	POP UP Booth (3x6 ตร.ม)							9 ก.ค (1 วัน)			ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี จ.อุดรธานี		
6	TMX 2024	POP UP Booth (3x6 ตร.ม)							17-18 ก.ค (2 วัน)				ไบเทค, กรุงเทพฯ	
7	Mekong Forum 2024	POP UP Booth (Size 3x6 ตร.ม)							31 ก.ค - 1 ส.ค. (2 วัน)			Orchid Ballroom , Pullman Hotel จ.ขอนแก่น		
8	Songkhla MICE Bazaar	POP UP Booth (Size 3x3 ตร.ม)								22 ส.ค (1 วัน)		จ.สงขลา		
9	PATA Travel Mart 2024	POP UP Booth (Size 3x6 ตร.ม)								28-29 ส.ค (2 วัน) (ภาคกลาง)			QSNCC, กรุงเทพฯ	
10	60 Years of TMA Excellence	POP UP Booth (3x6 ตร.ม)									16-18 ก.ย (3 วัน) *19 ก.ย. ตั้งบูธเปล่า		Ballroom 1-2, QSNCC	

Handwritten signature

THANK YOU

met

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ	โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ		
กิจกรรม	กิจกรรม TCEB Pop up Booth		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร	๕,๗๘๐,๐๐๐.๐๐ บาท		
๓. วันที่กำหนดราคากลาง	๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๗	เป็นเงิน	๖,๖๕๘,๗๗๓.๓๓ บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

๑. ค่าผลิตบูธประชาสัมพันธ์ ๒ ขนาด (๓x๓ ตร.ม. และ ๓x๖ ตร.ม.)	๙๐๗,๗๓๓.๖๗ บาท
๒. ค่าจัดการออกบูธและบริหารจัดการกิจกรรมฯ	
๒.๑ ค่าดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด) จำนวน ๑๒ ครั้ง	๕๒๘,๕๖๑.๖๗ บาท
๒.๒ ค่าดำเนินการกิจกรรมในบูธฯ จำนวน ๒ กิจกรรม	๑,๙๓๕,๐๕๖.๓๓ บาท
๒.๓ ค่าทีมงานประจำบูธ (๒ ภาษา) อาทิ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล, เจ้าหน้าที่ดำเนินกิจกรรม, ช่างเทคนิค เป็นต้น	๙๖๐,๗๕๗.๓๓ บาท
๒.๔ ช่างภาพนิ่งและช่างภาพเคลื่อนไหว	๕๘๘,๐๘๐.๓๓ บาท
๒.๕ ค่าผลิตและตัดต่อ วิดีโอคอนเทนต์ จำนวน ๑๒ ชิ้นงาน	๓๐๔,๖๐๐.๐๐ บาท
๒.๖ ค่าผลิตวิดีโอไฮไลต์ จำนวน ๑ ชิ้นงาน	๖๒,๘๖๘.๓๓ บาท
๒.๗ ค่าอุปกรณ์ภายในบูธฯ เช่น จอภาพ อุปกรณ์เครื่องเสียง	๕๕๐,๕๗๖.๖๗ บาท
๒.๘ ค่าสรุปผลและวิเคราะห์ผู้เข้าร่วมชมบูธ (Database & Data Analysis)	๕๕,๑๐๐.๐๐ บาท
๒.๙ ค่าจัดหา/ผลิตของที่ระลึกจำนวน ๑,๒๐๐ ชิ้น	๓๓๑,๒๐๐.๐๐ บาท
๒.๑๐ ค่าสาธารณูปโภค อาทิ ค่าประกันพื้นที่ ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่ากระแสไฟฟ้า เป็นต้น	๒๕๐,๓๐๗.๓๓ บาท
๒.๑๑ ค่าบำรุงรักษาโครงสร้าง ค่าติดตั้ง และรื้อถอน	๘๗,๕๔๘.๓๓ บาท
๒.๑๒ อื่นๆ	๘๗,๓๘๓.๓๓ บาท

๔. แหล่งที่มีของราคากลาง

๑. บริษัท ดีไซน์ เอ็กซ์ จำกัด

๒. บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

๓. บริษัท มี ดี ครีเอชั่น จำกัด

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวปาลิดา ล้วนเฉลิมวงศ์