

ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

เรื่อง สอบราคาจ้าง โครงการจัดหาบริษัทดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ องค์กรภายในประเทศ ประจำปี 2553 เลขที่ 002/2553

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “สสปน.” มีความประสงค์จะสอบราคาจ้าง “โครงการจัดหาบริษัทดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ ประจำปี 2553” โดยมีรายละเอียดคุณสมบัติและกำหนดเวลาดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้มีสิทธิเสนอราคาต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้
 - ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ เคยผ่านงานด้านประชาสัมพันธ์องค์กรให้กับหน่วยงานรัฐ โดยให้แนบตัวอย่างผลงานที่ผ่านมาโดยมีผลงานในการดำเนินงานดังกล่าวไม่น้อยกว่า 5 ปี
 - ผู้เสนอราคามีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1 ใน 5 ของงบประมาณทั้งหมด
 - ผู้เสนอราคาสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ครบวงจร ครอบคลุมทั้งด้านการวางแผนกลยุทธ์และกิจกรรม การจัดกิจกรรมพิเศษ และการประสานงานการซื้อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
 - ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว
 - ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มครอง ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มครองเช่นนั้น
 - ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอการรายอื่น ที่เข้าเสนอราคาแก่ สสปน.และ/หรือ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้เสนอราคา ณ วันประกาศประกวดราคา และไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการสอบราคาจ้างครั้งนี้

2. กำหนดเวลาดำเนินการตามขั้นตอนสอบราคา ณ สำนักงาน สสปน.
 - 2.1 รับซองเอกสารประกวดราคา ตั้งแต่วันที่ 26 มกราคม ถึงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553 ในวันและเวลาทำการ ณ เคานเตอร์ประชาสัมพันธ์ สำนักงาน สสปน.
 - 2.2 รับฟังการชี้แจงรายละเอียดงานเพิ่มเติม ในวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2553 เวลา 10.00 น. ณ สำนักงาน สสปน.
 - 2.3 ยื่นซองเสนอราคา , เอกสารหลักฐานตามกำหนด (ซองที่ 1) และข้อเสนอทางด้านเทคนิค (ซองที่ 2) วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2553 เวลาทำการ 14.30 น. – 15.30 น. ณ เคานเตอร์ประชาสัมพันธ์ สำนักงานฯ
 - 2.4 พิจารณาและเปิดซองข้อเสนอโดยคณะกรรมการ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2553
 - 2.5 นำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค และ ข้อเสนอด้านราคาโดยผู้ขาย วันที่ 23 – 24 กุมภาพันธ์ 2553 (ลำดับในการนำเสนอของผู้ยื่นซองราคาจะแจ้งให้ทราบต่อไป)
 - 2.6 ประกาศผลการประกวดราคา วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2553

หากสนใจยื่นซองประกวดราคา ติดต่อขอทราบรายละเอียดได้ทางโทรศัพท์หมายเลข 02694 6076 และ หรือ ดูรายละเอียดได้ ณ ป้ายประกาศเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ สำนักงาน สสปน. และ หรือ www.tceb.or.th และ หรือ ติดต่อขอเอกสารได้ที่ เคานเตอร์ประชาสัมพันธ์ สำนักงาน สสปน. อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 26 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 ในเวลาทำการของสำนักงาน

ประกาศ ณ วันที่.....25/1/2553.....



(นายอรรถพล สรสุชาติ)

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

ขอบเขตงาน (Terms of Reference: TOR)

รายละเอียดและข้อกำหนดการว่าจ้างบริษัทดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์
เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศประจำปีงบประมาณ 2553
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีความประสงค์จะจัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ ประจำปี 2553 จึงขอเผยแพร่รายละเอียดขอบเขตของงาน (TOR) เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการประกวดราคาจัดซื้อจัดจ้างของสสปน. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานรัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี ที่มีพันธกิจหลักในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่รู้จักกันในนามของอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชีย

ในการนี้ สสปน. จึงมีการเตรียมการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ประจำปีงบประมาณ 2553 เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ อันจะเป็นการสร้างการรับรู้ถึงบทบาทหน้าที่ ขององค์กร รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ตลอดจนต่อยอดภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางของการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้านานาชาติ และเร่งสร้างความตระหนักในกลุ่มผู้จัดการประชุมและงานแสดงสินค้า โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ

สสปน. จึงเห็นสมควรให้มีการจัดหาบริษัทประชาสัมพันธ์ประจำปีงบประมาณ 2553 ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการวางแผนกลยุทธ์ และกิจกรรมการดำเนินงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสร้างการรับรู้และแนะนำ สสปน. ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก บทบาท พันธกิจ ตลอดจนขอบเขตการให้บริการ และการดำเนินกิจกรรมขององค์กร แก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศ

2.2 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสสปน. ตามบทบาทภารกิจในฐานะองค์กรรัฐผู้ทำหน้าที่ผลักดันและพัฒนาการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ แก่กลุ่มเป้าหมาย

2.3 เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเรื่องอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

- หน่วยงานไทยที่มิชของอุตสาหกรรมไมซ์ (Partner) อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรมส่งเสริมการส่งออก บริษัททำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หน่วยงานกทม. สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมโรงแรมไทย เป็นต้น (ดูรายละเอียดตามเอกสารแนบ 1 คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๖๕ / ๒๕๕๑ เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาการแข่งขันอุตสาหกรรม MICE)
- หน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ สำนักงบประมาณ กระทรวง ทบวง กรม และองค์การมหาชน กลุ่มผู้นำและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ อาทิ ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นต้น
- กลุ่มผู้ประกอบการ และนักธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้วางแผนการจัดงานประชุม สัมมนา องค์กรต่าง ๆ เช่น ผู้จัดการหรือผู้มีอำนาจการตัดสินใจในการจัดประชุมและสัมมนาให้กับองค์กร สมาคมวิชาชีพ สมาคมด้านการส่งเสริมค้า กลุ่มบริษัทผู้จัดงานประชุม และงานแสดงสินค้า โรงแรม และศูนย์ประชุมและงานแสดงสินค้า เป็นต้น

3.1.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

- สื่อมวลชน
- นักเรียน นักศึกษา
- ประชาชน

4. ข้อมูลทั่วไป

4.1 คุณสมบัติของบริษัทประชาสัมพันธ์

- 4.1.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ เคยผ่านงานด้านประชาสัมพันธ์องค์กร ให้กับหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานรัฐ โดยให้แนบตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา โดยมีผลงานในการดำเนินงานดังกล่าวไม่น้อยกว่า 5 ปี
- 4.1.2 ผู้เสนอราคามีดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่มีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1 ใน 5 ของงบประมาณทั้งหมด
- 4.1.3 ผู้เสนอราคาสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้ครบวงจร ครอบคลุมทั้งด้านการวางแผนกลยุทธ์และกิจกรรม การจัดกิจกรรมพิเศษ และการประสานงานการซื้อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 4.1.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว
- 4.1.5 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกัน เช่นว่านั้น
- 4.1.6 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น

4.2 ขอบเขตของงาน

- 4.2.1 จัดทำแผนงาน กลยุทธ์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศตลอดปี โดยมีการวางแผนงานต่อเนื่องเป็นรายเดือน
- 4.2.2 จัดทำแผนงาน กลยุทธ์ ประเด็นในการสื่อสาร และกิจกรรมครอบคลุมงานในขอบข่ายความรับผิดชอบ ดังนี้
 - 4.2.2.1 จัดทำกลยุทธ์ แนวคิดหลักของโครงการเพื่อการสื่อสารภายในประเทศ เช่น ประเด็นการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อการสื่อสารภายในประเทศ (Strategic and Direction)
 - 4.2.2.2 จัดทำแผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พร้อมในกรณีที่มีการซื้อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้มีการวางแผนกิจกรรม และให้รายละเอียดสื่อผ่านช่องทางต่างๆ อย่างละเอียด และชัดเจน พร้อมตารางดำเนินงานโดยละเอียด (Activities and Communication Plan)
 - 4.2.2.3 การดำเนินงาน และบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์เป็นรายเดือน (PR Retainer Fee) ครอบคลุมกิจกรรม ดังนี้

- จัดการแถลงข่าว นโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของผู้ว่าจ้างต่อสื่อมวลชน เป้าหมายที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ จำนวน 20 คนขึ้นไปรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง
- จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์อย่างน้อยเดือนละ 3 ครั้ง ทั้งนี้ตลอดอายุสัญญานี้ รวมทั้งสิ้นจะต้องไม่น้อยกว่า 36 ครั้ง
- จัดทำภาพข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม อย่างน้อยเดือนละ 3 ครั้ง ทั้งนี้ตลอดอายุสัญญานี้รวมทั้งสิ้นจะต้องไม่น้อยกว่า 36 ครั้ง
- จัดทำหรือเขียนคำกล่าวสำหรับผู้บริหารในวาระต่าง ๆ ในเนื้อหาและขนาด ปริมาณตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดและเห็นชอบ อย่างน้อยเดือนละ 3 ครั้ง ทั้งนี้ ตลอดอายุสัญญานี้รวมทั้งสิ้นจะต้องไม่น้อยกว่า 36 ครั้ง
- จัดทำประมวลข่าวสถานการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ไมซ์และข่าวของผู้ว่าจ้าง จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่น ๆ ทุกเช้าของวันทำการ ทุกวันทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล) ประกอบด้วย การส่งคลิปข่าว ประชาสัมพันธ์และการสรุปข่าวประชาสัมพันธ์รายวัน
- จัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารของผู้ว่าจ้างเพื่อเป็นโอกาสในการชี้แจงความ คืบหน้า และนโยบายสำคัญ ๆ ของผู้ว่าจ้าง พร้อมทั้งจัดให้มีการประเมิน ทศนคติของสื่อมวลชนอย่างไม่เป็นทางการในครั้งนี้อยู่ โดยมีสื่อมวลชน เป้าหมายที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบจำนวนไม่น้อยกว่า 4 ถึง 10 ราย รวมทั้งสิ้นไม่ น้อยกว่า 12 ครั้ง
- จัดให้มีการสัมภาษณ์ ผู้บริหารกลุ่มย่อยของผู้ว่าจ้าง เพื่อเป็นโอกาสชี้แจง ความคืบหน้า และนโยบายสำคัญ ๆ ของผู้ว่าจ้าง พร้อมทั้งจัดให้มีการ ประเมินทัศนคติของสื่อมวลชนอย่างไม่เป็นทางการในครั้งนี้อยู่ โดยมีสื่อมวลชน เป็นเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 10 ถึง 20 คน รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง ตลอดอายุสัญญา
- จัดทำประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงสรุป รายงานผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริหาร และทีมงานของผู้ ว่าจ้างเป็นประจำทุกเดือน โดยเป็นไฟล์ Powerpoint ในรูปแบบซีดี และสรุป รายงานพร้อมรายละเอียดข่าวประชาสัมพันธ์ประจำเดือน 1 เล่ม
- จัดทำการสำรวจความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อสสปน. ในกลุ่มสื่อหลัก และกลุ่มสื่ออุตสาหกรรมไมซ์รวมไม่ต่ำกว่า 20 สื่อ พร้อมส่งรายงานการ สำรวจความคิดเห็นโดยเป็นไฟล์ Powerpoint ในรูปแบบซีดี และสรุป รายงาน 1 เล่ม

- จัดหาผู้ติดต่อประสานงานดูแลกิจกรรมประชาสัมพันธ์องค์กรและงานด้านการตลาด โดยอย่างน้อยมีผู้ดูแลโครงการประจำทั้งสิ้น 2 ทีม

4.2.2.4 การดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่

- การจัดกิจกรรมการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR :Corporate Social Responsibility) โดยใช้แนวคิด Green Meetings เพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบประมาณของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 หัวข้อ การบริการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศของโลก โดยมีผู้ดูแลโครงการอย่างน้อย 1 ทีม เพื่อการดำเนินกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดอย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ
- การจัดทำแคมเปญ Digital PR ภายใต้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล ด้วยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ (New Media) อย่างสร้างสรรค์ ต่อยอดจากการทำวิจัยในเรื่องการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และแนวทางการใช้นโยบายสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ขององค์กร โดยมีผู้ดูแลโครงการอย่างน้อย 1 ทีม เพื่อการดำเนินกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดอย่างต่อเนื่องตลอดโครงการ

4.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

1 มีนาคม 2553 – 30 กันยายน 2553

4.4 งบประมาณ

ไม่เกิน 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งปวงทุกประเภทที่เกิดจากโครงการ และรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

4.5 หลักประกัน

ในกรณีที่ผู้เสนอราคาได้รับการคัดเลือกว่าจ้างให้ดำเนินโครงการ จะต้องมีการวางหลักประกันสัญญา ได้แก่ หนังสือค้ำประกัน ธนาคารในประเทศไทยที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ ไม่ต่ำกว่า 5% ของวงเงินที่ผู้เสนอราคาเสนอและอนุมัติทำสัญญาร่วมกันกับผู้ว่าจ้าง โดยมอบให้ผู้ว่าจ้างยึดถือไว้ ตั้งแต่วันทำสัญญา โดยมีระยะเวลาค้ำประกันตั้งแต่วันที่ทำสัญญาหรือวันที่สัญญามีผลบังคับใช้ จนกว่าผู้รับจ้างจะพ้นพันธะผูกพันในความรับผิดชอบทั้งปวงที่มีต่อผู้ว่าจ้าง ในระหว่างระยะเวลาค้ำประกันดังกล่าว หากผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญานี้ข้อหนึ่งข้อใด และ/หรือ กระทำการหรือละเว้นการกระทำอย่างใด ๆ และ/หรือ ผลงานที่ผู้รับจ้างส่งมอบแก่ผู้ว่าจ้างเกิดชำรุดบกพร่องหรือไม่ครบถ้วนทำให้ผู้ว่าจ้างได้รับความเสียหาย ผู้ว่าจ้างมีสิทธิบังคับความเสียหายดังกล่าวเอา

จากหลักประกันได้ทันที และกรณีบังคับเอาจากหลักประกันดังกล่าวแล้วได้เงินไม่พอชำระค่าเสียหาย ผู้รับจ้างตกลงจะชดใช้ค่าเสียหายส่วนที่ยังขาดอยู่ให้แก่ผู้ว่าจ้างจนครบถ้วนทันทีที่ได้รับแจ้งจากผู้ว่าจ้างโดยไม่อิดเอื้อนเป็นอันขาด ทั้งนี้ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันดังกล่าวให้แก่ผู้รับจ้างภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพันความรับผิดชอบที่ปวงที่มีต่อผู้ว่าจ้างตามสัญญา

4.6 เป้าหมายการดำเนินโครงการ

4.6.1 เป้าหมาย มูลค่าข่าวไม่ต่ำกว่า 4 เท่าของเงินลงทุนทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าข่าว 38,000,000 บาท

4.6.2 ประเด็นการสื่อสารหลักที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการ จะต้องได้รับการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ต่ำกว่า 70%

4.6.3 มูลค่าข่าวที่ได้รับการนำเสนอโดยภาพรวมจะต้องมีการนำเสนอในสื่อหลัก ไม่ต่ำกว่า 70% โดยสื่อหลักภายใต้คำจำกัดความ ได้แก่

- สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ ช่อง 3 5 7 9 และ NBT
- สื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ กรุงเทพธุรกิจ โพสต์ทูเดย์ มติชน ผู้จัดการ คมชัดลึก เดอะ เนชั่น บางกอกโพสต์ ผู้จัดการรายสัปดาห์ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ

5. หลักเกณฑ์การคัดเลือกบริษัทดำเนินงานประชาสัมพันธ์

คณะกรรมการประกวดราคาจะพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้เสนอราคาทุกรายโดยให้ผู้เสนอรานำข้อเสนอทางเทคนิค เช่น แนวคิดหลัก แนวทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย แผนการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงาน โดยจะพิจารณาตามหลักเกณฑ์จากตารางข้างล่างนี้

หลักเกณฑ์การพิจารณา	รายละเอียดเกณฑ์ให้คะแนน	คะแนน
กลยุทธ์และแผนงาน (PR Strategies and Plan)	พิจารณาตามกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร	30
ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	พิจารณาตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอ โดยมีความเหมาะสมและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของโครงการ	30
การบริหารจัดการงบประมาณ (Budget Allocation)	พิจารณาตามความเหมาะสมและความคุ้มค่าระหว่างเนื้อหาที่นำเสนอเทียบกับงบประมาณที่นำเสนอ	20
ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ และกลุ่มเป้าหมาย (MICE Knowledge)	พิจารณาจากการตีความ และความเข้าใจในการนำเสนอสารเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า	20
คะแนนรวม		100

หมายเหตุ

1. ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้ง คัดค้านการตัดสินของคณะกรรมการไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. คณะกรรมการขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้คัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. บริษัทที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจากคณะกรรมการก่อน
4. คณะกรรมการขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือ ภายหลังจากการตัดสินของคณะกรรมการ
5. ในกรณีบริษัทที่ได้รับการคัดเลือก คณะกรรมการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับแผนงานและ กิจกรรมเพื่อสอดคล้องกับการดำเนินงานของสสปน. ภายหลังจากการตัดสินของ คณะกรรมการ

5. งานบริหารจัดการโครงการและงบประมาณ

- 5.1 จัดทำแผนงาน กลยุทธ์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์รวมทั้งงบประมาณของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์
- 5.2 เสนอค่าดำเนินการด้านการ (Agency Fee) ให้กับสสปน. โดยนำเสนอแยกออกจากค่าผลิต และค่าจัดจ้างบุคคลที่ 3 ในการจัดทำและดำเนินการ (Third Party Cost) และจะต้องแนบ ใบเสร็จของบุคคลที่ 3 เพื่อประกอบการดำเนินการจ่ายเงินด้วยทุกรายการ
- 5.3 เสนอค่าผลิตและค่าจัดจ้างบุคคลที่ 3 เป็น Non Commissionable Rate
- 5.4 ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้บริษัทประชาสัมพันธ์เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินการก่อนและเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากสสปน.ตามระยะเวลากำหนดชำระเงินของ สสปน. คือ 30 วัน หลังจากวันวางบิล
- 5.5 ในกรณีที่มีการเผยแพร่ออกอากาศไม่ว่าเป็นสื่อใด ๆ ก็ตาม หากมีความจำเป็นที่สื่อไม่สามารถ เผยแพร่ได้ตามแผนงานที่ได้รับอนุมัติจาก สสปน. อันมีสาเหตุมาจากความจำเป็นในเรื่องใดก็ตามที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยมิใช่ความผิดของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างทราบ และ ขออนุมัติเวลาในการเผยแพร่ใหม่ให้ครบตามสัญญาจ้าง
- 5.6 ในกรณีแก้ไขงานต่างๆ ภายใต้อขอบเขตการดำเนินงาน ผู้รับจ้างต้องรีบดำเนินการให้แล้ว เสร็จภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่คณะกรรมการแจ้งให้มีการแก้ไข
- 5.7 กรณีที่สื่อใด ๆ มีการฟ้องร้องหรือเรียกร้องค่าเสียหายจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องเป็น ผู้รับผิดชอบทุกกรณี

7. การเสนอผลงานและแจ้งผลการคัดเลือก

บริษัทจะต้องนำเสนอผลงานตามรายละเอียดข้างต้นในวันที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ จะแจ้งวัน เวลา และสถานที่ให้ทราบต่อไป โดยผลของการพิจารณาคัดเลือกของคณะกรรมการ ถือเป็นอันสิ้นสุด ซึ่งจะแจ้งผลให้ทราบภายใน 7 วัน นับจากวันนำเสนอผลงาน

8. การตรวจรับงาน

การตรวจรับงานมีรายละเอียดดังนี้

- งานประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นจะต้องได้รับการอนุมัติจากฝ่ายสื่อสารการตลาดส่วนงานประชาสัมพันธ์ สสปน. หรือจากผู้อำนวยการสสปน. เท่านั้น
- งานประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นก่อนนำไปเผยแพร่แต่ละครั้งจะต้องผ่านการอนุมัติจากฝ่ายสื่อสารการตลาดส่วนงานประชาสัมพันธ์ สสปน. หรือจากผู้อำนวยการสสปน. เท่านั้น
- การตรวจรับที่ได้รับการอนุมัติจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งถือว่าเอกสารไม่สมบูรณ์ และการตรวจรับงานนั้น ถือเป็นโมฆะ

9. การส่งมอบงานและการชำระเงินค่าจ้าง

สสปน. จะแบ่งการจ่ายเงินตามระเบียบ ดังนี้

9.1 ในกรณี การดำเนินงาน และบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์เป็นรายเดือน (PR Retainer Fee) ตามรายละเอียดข้อ 4.2.2.3 จะมีการจ่ายเงินแต่ละงวดเป็นรายเดือน หลังจากที่ได้รับจ้างได้มีการส่งรายงานการประชาสัมพันธ์ประจำเดือน ที่แจกแจงและให้รายละเอียดผลงานตามเป้าหมายการดำเนินงานในหัวข้อ 4.5 โดยจัดทำประเมินผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และสรุปรายงานผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริหารและทีมงานของผู้ว่าจ้างเป็นประจำทุกเดือน โดยเป็นไฟล์ Powerpoint ในรูปแบบซีดี และสรุปรายงานพร้อมรายละเอียดข่าวประชาสัมพันธ์ประจำเดือน 1 เล่ม ตามรายละเอียดหัวข้อ 4.2.2.3 โดยจะดำเนินการจ่ายเงินหลังจากวันรับรายงาน 30 วัน ตามวันและเวลาการเบิกจ่ายเงินประจำเดือนขององค์กร

9.2 ในกรณี การดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มเติม แต่ละโครงการตามรายละเอียดข้อ 4.2.2.4 ผู้ว่าจ้างจะแบ่งการจ่ายเงินตามรายละเอียด ดังนี้

งวดที่ 1 : หลังจากผู้รับจ้างดำเนินการตามข้อ 4.4.2.1 และ 4.4.2.2 เสร็จสิ้นแล้ว คือ การจัดทำกลยุทธ์ แนวคิดหลักของโครงการเพื่อการสื่อสาร เช่น ประเด็นการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการประชาสัมพันธ์ (Communication Strategic and Direction Plan) และการจัดทำแผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พร้อมในกรณีที่มีการซื้อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้มีการวางแผนกิจกรรม และให้รายละเอียดสื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างละเอียด และ

ชัดเจน พร้อมตารางดำเนินงานโดยละเอียด (Communication Plan) โดยแผนงานและเป้าหมายจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการ โดยส่งจ่ายเงินเป็นจำนวน 30% ของงบประมาณตามแผนงานที่ได้นำเสนอหลังจากการพิจารณาอนุมัติของคณะกรรมการ

งวดที่ 2: หลังจากดำเนินการจัดงานตามแผนงานโครงการทั้งหมดเสร็จสิ้น พร้อมทั้งส่งมอบรายงานการดำเนิน โครงการตามแผนงานและแนวทางของกิจกรรมทั้งหมด ตามแผนงานที่ได้นำเสนอหลังจากการพิจารณาอนุมัติของคณะกรรมการ โดยส่งจ่ายเงินเป็นจำนวน 70% ของงบประมาณตามแผนงานที่ได้นำเสนอหลังจากการพิจารณาอนุมัติของคณะกรรมการ

10. อัตราค่าปรับ

สสปน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ใน ขอบเขตงาน (Terms of Reference: TOR) สสปน. จะคิดค่าปรับในอัตราร้อยละ 0.2 ต่อวันของวงเงินค่าจ้างตาม ขอบเขตงาน (Terms of Reference: TOR)

กรณีมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

คุณปาริฉัตร เสวตเศรณี หมายเลขโทรศัพท์ 02-694-6092 หรือ parichat_s@tceb.or.th

คุณอริสรา ธนูแผลง หมายเลขโทรศัพท์ 02-694-6095 หรือ arisara_t@tceb.or.th

ลงชื่อ.....*ปาริฉัตร*.....ประธานกรรมการ

(นางสาวปาริฉัตร เสวตเศรณี)

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายสื่อสารการตลาด ส่วนงานประชาสัมพันธ์

ลงชื่อ.....*Sainun T.*.....กรรมการ

(นางสาวสายวี ตุงคะสมิต)

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายกลยุทธ์องค์กรและวิจัยข้อมูล

ลงชื่อ.....*อภิวัฒน์*.....กรรมการ

(นายอภิวัฒน์ เลิศอริยานันท์)

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายปฏิบัติการ ส่วนงานจัดซื้อ

ลงชื่อ.....*Haratim Jumn*.....กรรมการ

(นางสาวนวลรัมภา งามบรรพการ)

ผู้จัดการ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์

ลงชื่อ.....*[Signature]*.....กรรมการ

(นางสาวสุภิญญา จารุตั้งตรง)

ผู้จัดการ ฝ่ายส่งเสริมการประชุมนานาชาติ