



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็น
รางวัล ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา
จ้างจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ด้วยวิธีประกวด
ราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๔๐๑,๖๖๖.๐๐
บาท (สองล้านสี่แสนหนึ่งพันหกร้อยหกสิบบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว

เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
การคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงาน
ของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้
จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร
พัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริม
การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ
อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อ
เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic
Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่
๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๕๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๑๖ ในวันและเวลาราชการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเข้าร่วมนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ในวันจันทร์ที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๓ ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยขอให้เตรียมเอกสารสำหรับนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม จำนวน ๕ ชุด

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล supanich_t@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

ประกาศ ณ วันที่ ๑๘ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๓


(นางสาวจิตนันท์ เตชะศรีรินทร์)

ผู้อำนวยการ สสปน.

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ. สสปน.

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา

ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงินเกิน 500,000 บาท ขึ้นไป)

1. **ชื่อกิจกรรม** การจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสำหรับส่งเสริมการขายและการตลาด
2. **งบประมาณ** วงเงิน 1,400,000 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนบาทถ้วน) (ราคาคงกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
3. **วัตถุประสงค์**
 - 3.1 เพื่อใช้เป็นแคมเปญในการส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศ
 - 3.2 เพื่อกระตุ้นและดึงดูดกลุ่มลูกค้าในตลาดต่างประเทศให้นำงานการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล หรืองานไมซ์ประเภทอื่นๆ มาจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น
 - 3.3 เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นอย่างต่อเนื่องถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในมุมมองใหม่สำหรับการเป็นจุดหมายหลักของการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในภูมิภาคเอเชียต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในตลาดต่างประเทศ
 - 3.4 สร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันที่โดดเด่นของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศต่อกลุ่มลูกค้ารวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจต่อประเทศคู่แข่งในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล
4. **ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ**
 - 4.1 ผู้รับจ้างจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับมุมมองของลูกค้าจากตลาดต่างประเทศ (Outside-In) และมีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลักของอุตสาหกรรมจัดประชุมและนิทรรศการ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศ รวมถึงมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อออกแบบเรื่องราวของการจัดทำ Marketing Campaign และนำเสนอโครงสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร (Messaging Framework) ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด (Concept/Idea) และแก่นสำคัญของการสื่อสาร (Key Message) เพื่อส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างสร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดจ้าง
 - 4.2 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ นำเสนอ และจัดทำภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ตามแนวคิดสำหรับการสื่อสาร เพื่อสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการทำ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่างกับคู่แข่งให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในอุตสาหกรรมไมซ์

4.3 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ VDO Content Creation หรือ Storyboard สำหรับการจัดทำ VDO พร้อมทั้งนำเสนอต่อสสบน. เพื่อเห็นชอบ

4.4 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีการดำเนินการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวใหม่ (VDO Footage) โดยถ่ายทำในจุดหมายหลักของประเทศไทย (MICE Cities) อย่างน้อย 2 จังหวัด เพื่อใช้ประกอบการจัดทำ VDO

4.5 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการรวบรวมข้อมูล รูปภาพ และ/หรือ ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อจัดทำ VDO เพื่อการแนะนำ Marketing Campaign ในตลาดต่างประเทศ โดยมีความยาวในการนำเสนอประมาณ 2 นาที และ จัดทำ VDO เวอร์ชันอื่น ที่มีความยาวพร้อมถึงการใส่เทคนิค แสงสีเสียง ตามความต้องการของสสบน. เพื่อการเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งหมดจำนวน 3 ชิ้นงาน

4.6 ผู้รับจ้างจะต้องทำงานใกล้ชิดกับ สสบน. และชิ้นงานต่างๆ จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก คณะทำงาน/คณะกรรมการตรวจรับในการดำเนินงาน

4.7 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบชิ้นงานการจัดทำ Marketing Campaign ให้แก่คณะกรรมการตรวจรับ ซึ่งประกอบด้วย

4.7.1 โครงสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร (Messaging Framework) ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด (Concept/Idea) และแก่นสำคัญของการสื่อสาร (Key Message) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชิ้นงาน

4.7.2 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชิ้นงาน

4.7.3 VDO Content Creation หรือ Story Board สำหรับการจัดทำ VDO ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชิ้นงาน

4.7.4 VDO ที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้ว จำนวน 3 ชิ้นงาน ตามรายละเอียดข้อ 4.5

4.7.5 VDO Footage ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชิ้นงาน

5. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

5.1 ผู้รับจ้างต้องมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลและได้รับการยอมรับในเวทีสากล (สามารถให้แหล่งอ้างอิงอย่างใดอย่างหนึ่งได้ อาทิเช่น ได้รับการรับรองคุณสมบัติ (Certified) จากสมาคมหลักของอุตสาหกรรมไมซ์และ/หรือเป็นพันธมิตร ร่วมกับการจัดงานทางด้านการประชุมหรือการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศ และ/หรือมีส่วนร่วมร่วมกับสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในการดำเนินกิจกรรมในต่างประเทศ และ/หรือมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศ เป็นต้น)

5.2 มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

GC 2

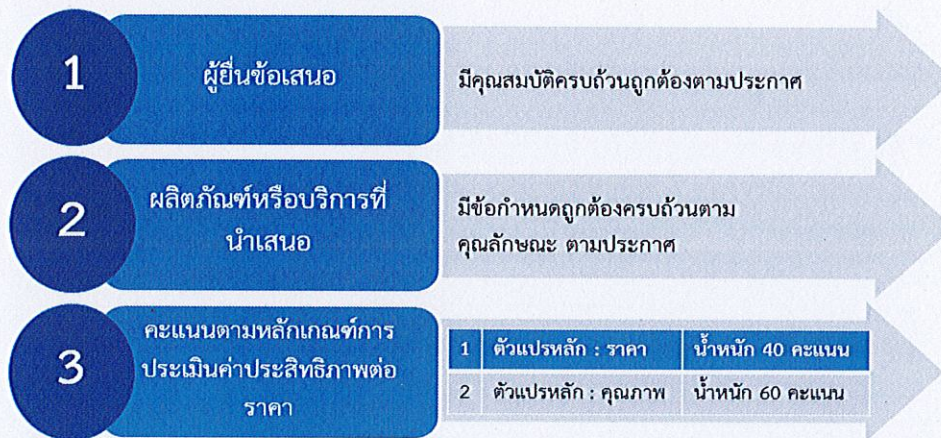
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

6. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

7. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนัก
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 แปร		คะแนน
ตัวแปรที่ 1	การพิจารณาด้านราคา	40
ตัวแปรที่ 2	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	60
	รวม	100

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถและศักยภาพของการออกแบบ นำเสนอแผนงานได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และสามารถดำเนินการได้จริง	20
ตัวแปรรองที่ 2	ความคิดสร้างสรรค์ของการนำเสนอเนื้อหาและจุดขาย (Creative Content) ในการส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศได้อย่างน่าสนใจ	40
ตัวแปรรองที่ 3	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลัก รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และพันธกิจของ สสพ.	30
ตัวแปรรองที่ 4	ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ของทีมงาน เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และได้รับการยอมรับในเวทีสากล	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้างมีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

8. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบโครงสร้างของการจัดการทำ Marketing Campaign ตามข้อ 4.7.1 ได้แก่ โครงสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร (Messaging Framework) ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด (Concept/Idea) และแก่นสำคัญของการสื่อสาร (Key Message) สำหรับส่งเสริมการขายและการตลาดเพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าการจัดการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศ รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชิ้นงาน ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ ชิ้นงานตามข้อ 4.7.2 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) 4.7.3 VDO Content Creation หรือ Story Board สำหรับการจัดทำ VDO รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชิ้นงาน ภายในระยะเวลา 60 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ ชิ้นงานตามข้อ 4.7.4 VDO ที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้วตามที่กำหนด จำนวน 3 ชิ้นงาน และ 4.7.5 VDO Footage (จำนวน 1 ชิ้นงาน) ภายในระยะเวลา 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

9. เงื่อนไขการชำระเงิน :

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

7. อัตราค่าปรับ :

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

8. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าอัตราร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

9. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงาน

แต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดหรือพ้นหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทน หรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

10. อากรแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมภ์ 1 บาท

11. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้าง โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

14. กรรมสิทธิ์

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงาน รวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน. และ สสปน. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ โดยผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงานและกำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ สสปน. ไม่ว่าจะเป็เอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้นหากไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นางสาวศุภานิช เตียรสิงห์

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

อีเมล supanich_t@tceb.or.th

โทร 02 694 6067

Get

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ทำงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	การจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสำหรับส่งเสริมการขายและการตลาด		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร			๑,๔๐๐,๐๐๐ บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓	เป็นเงิน	๒,๔๐๑,๖๖๖ บาท

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ค่าการออกแบบนำเสนอโครงสร้างของการสื่อสาร แนวคิด แก่นสำคัญของการสื่อสาร และภาพหลักของการสื่อสาร (Creative Content Development, Messaging Framework incl. Concept/Idea, Key Message and Key Visual etc.) สำหรับการจัดทำ Marketing Campaign		๕๓๕,๓๖๖ บาท
3.2	การออกแบบเรียบเรียงเนื้อหาการจัดทำ VDO รวบรวม ข้อมูล รูปภาพ และเรียบเรียง คำดำเนินการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวใหม่ (Footage) เพื่อ ประกอบการจัดทำ VDO ในจังหวัดหลักของประเทศไทย (MICE Cities) จำนวนอย่างน้อย ๒ จังหวัด คำดำเนินการผลิต VDO ความยาวประมาณ 2 นาที และ การตัดต่อชิ้นงาน VDO ตามความยาว หรือลักษณะการใช้ งาน (Announcer, Graphic, Sound Mix etc.) เพื่อใช้ใน การประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ฯลฯ รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 ชิ้นงาน		๑,๘๖๖,๓๐๐ บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 VDA Bangkok Co., Ltd.

4.2 บริษัท คัสต้อม เอเชีย จำกัด

4.3 บริษัท ออลเวิร์ค จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวศุภานิช เทียรสิงห์