



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๗,๔๙๗,๑๓๓.๓๓ บาท (เจ็ดล้านสี่แสนเก้าหมื่นเจ็ดพันหนึ่งร้อยสามสิบสามบาทสามสิบสามสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

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

เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๘ ธันวาคม ๒๕๖๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๘๑ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่นเสนอราคาได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่านโปรแกรม ZOOM Meeting ในวันพฤหัสบดีที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๔ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล dilakar_t@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๔ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๔

ประกาศ ณ วันที่ ๙ ธันวาคม ๒๕๖๔


(นางศุภวรรณ ตีระรัตน์)

รองผู้อำนวยการ สายงานพัฒนาและนวัตกรรม
ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

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

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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา

๑. ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ
๒. ชื่อกิจกรรม กิจกรรมพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ
๓. งบประมาณ

วงเงิน ๗,๕๐๐,๐๐๐ บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๔. หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีพันธกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ครอบคลุมทั้งการจัดประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่าอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการจัดงานและกิจกรรมพิเศษทุกรูปแบบ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย พร้อมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยในเวทีโลกด้านความปลอดภัยและอัตลักษณ์ความเป็นไทยตามยุทธศาสตร์ของ สสปน. ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ จึงเป็นภารกิจสำคัญของ สสปน. ในการเร่งฟื้นฟูและสร้างความเชื่อมั่นให้นักเดินทางไมซ์ต่างประเทศเดินทางกลับมาจัดงานและร่วมงานในประเทศไทยหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้กลับคืนสู่ภาวะปกติโดยเร็ว ดังนั้น การสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศจึงจำเป็นต้องดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเน้นย้ำศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยในด้านต่างๆ ทั้งอัตลักษณ์ความเป็นไทย สถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้นักเดินทางไมซ์ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานระดับนานาชาติ และฟื้นฟูความเชื่อมั่นแก่นักเดินทางไมซ์ในประเทศให้เดินทางจัดงานในภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กระจายรายได้ไปยังภาคส่วนต่างๆ ทั่วประเทศ ฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทยให้กลับคืนมาโดยเร็ว ดังนั้น เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายจึงจำเป็นต้องมีแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยสำหรับสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศที่เข้มแข็ง สื่อสารผ่านช่องทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ อย่างครบวงจร กระตุ้นการเดินทางของนักเดินทางไมซ์นานาชาติโดยเร็วที่สุด

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยและการจัดงานของประเทศไทยที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล แผนยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ

๕.๒ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในศักยภาพความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพ

๕.๓ เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ ให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับโลก ตอกย้ำการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์นานาชาติโดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรวบรวมข้อมูล และทำความเข้าใจโครงการตรวจสอบคุณภาพแบรนด์ ๒๕๖๔ และ โครงการพัฒนาแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ สสปน. ประจำปี ๒๕๖๔ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์

ด.ล.ก.

และนโยบายรัฐบาลไทย และต่างประเทศ เกี่ยวกับนโยบายการเปิดประเทศ รวมทั้งแคมเปญการสื่อสารของแบรนด์
อุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่นฮ่องกง ไต้หวัน จีน และประเทศชั้นนำในทวีปอื่นๆ
เช่น เยอรมัน อังกฤษ สเปน สหรัฐอเมริกา เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการนำมาพัฒนา และนำเสนอแนวทางการวางกล
ยุทธ์แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการวางแผนกลยุทธ์แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย
ต่างประเทศ พร้อมนำเสนอชื่อแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ (New Brand) พร้อมแนวความคิดหลัก
(Brand Concept) และข้อมูลสนับสนุน (RTB) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด และข้อความหลัก (Key message) สำหรับแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ
เจาะรายอุตสาหกรรม (อุตสาหกรรมการจัดประชุมและสัมมนา (Meetings & Incentives) อุตสาหกรรมการประชุมสมาคม
(Conventions) อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Exhibitions) และงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Mega Events))
สำหรับแคมเปญการสื่อสาร ประจำปี ๒๕๖๕ พร้อมจัดอบรมหรือเวิร์คชอปภายในองค์กรเพื่อนำเสนอแผนกลยุทธ์แบรนด์
อุตสาหกรรมไมซ์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ จำนวน ๑ ครั้ง

๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ (Creative concept and design) ให้กับ
แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยนำเสนอรายละเอียดงานครีเอทีฟ เช่น ภาพหลัก (Key visual) และข้อความ (Copy) พร้อม
ทั้ง Mood & Tone เป็นต้น

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำชิ้นงานหลัก สำหรับการเปิดตัวแคมเปญการสื่อสารประจำปี ๒๕๖๕ สำหรับต่างประเทศ
ประกอบไปด้วย

๖.๕.๑ ออกแบบและจัดทำตราสัญลักษณ์ (Logo) ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ จำนวน ๑
ชิ้นงาน

๖.๕.๒ ออกแบบและจัดทำ คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ (Brand Book) ในการนำเสนอแนวทางในการ
ออกแบบและนำเสนอ การนำแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย (New Brand) ไปใช้ในการสื่อสารต่างๆ โดยรวมถึง อัตลักษณ์แบ
รด์ (CI) ออกแบบกราฟิก (Logo Graphic) การใช้สีสำหรับตราสัญลักษณ์ และอื่นๆ รวมถึงออกแบบการวางดีไซน์
Guideline Design และการออกแบบสำหรับใช้งานในสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งแนวตั้งและแนวนอน สื่อ
ออนไลน์ สื่องานนิทรรศการต่างๆ เช่น Thailand Pavilion หรือ Pop up booth เป็นต้น พร้อมคำอธิบายวิธีการใช้งานและ
การจัดวางทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน พร้อมผลิตเป็นรูปเล่มจำนวนไม่ต่ำกว่า ๕ เล่ม

๖.๕.๓ ออกแบบและจัดทำพรีเซนเทชันแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ พร้อมข้อความและ
รูปภาพประกอบ (Branding Strategy Presentation) สำหรับการสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ ใน
รูปแบบ Powerpoint Presentation ภาษาไทย จำนวน ๑ ชิ้นงาน และภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๖.๕.๔ ออกแบบและจัดทำเอกสารประกอบการขาย Sale kit หรือ Folder kit ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
และผลิต จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ ชิ้นงาน

๖.๕.๕ ออกแบบและผลิตหนังสือโฆษณา สำหรับเปิดตัวแคมเปญการสื่อสารประจำปี ๒๕๖๕ ภาษาอังกฤษ ความ
ยาวไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที และตัดต่อเป็นเวอร์ชันคัทดาวน์ ๓๐ และ ๑๕ วินาที ครอบคลุมการจัดทำ storyboard สคริปทหนัง
โฆษณา การออกกองถ่ายทำภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และจัดหาภาพกราฟิก ประกอบ ค่าลิขสิทธิ์ตัวแสดง ค่าตัดต่อ ค่า
บันทึกเสียงโฆษณา เสียงดนตรีประกอบ เป็นต้น ในรูปแบบไฟล์ต้นฉบับและไฟล์มาตรฐาน (Hi-res และ Low-res) เพื่อให้ทาง
สสพ. สามารถนำไปปรับใช้ในการออกสื่อทั้งในและต่างประเทศต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ (TVC ad) สื่อออนไลน์ (Online) สื่อ
นอกบ้าน (OOH) หรือในกิจกรรมการตลาดของ สสพ. (Marketing Activities) เป็นต้น

๖.๕.๖ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาแบนด์อูตสาหกรรมไมซีไทย ประจำปี ๒๕๖๕ สำหรับชิ้นงานโฆษณาหลัก Thematic Print Ad ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ในรูปแบบแนวตั้งและแนวนอน

๖.๕.๗ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาประเภทบทความโฆษณา Advertorial Print ad ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งในรูปแบบแนวตั้งและแนวนอน

๖.๕.๘ ออกแบบ จัดทำ และผลิตป้ายโฆษณาประเภท Roll Up จำนวน ๑๒ ชิ้นงาน

๖.๕.๙ ออกแบบและจัดทำ Backdrop จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งแนวตั้ง และแนวนอน

๖.๕.๑๐ ออกแบบและจัดทำ Banner จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งแนวตั้ง และแนวนอน

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบไฟล์ดิบการดำเนินงาน ไฟล์ต้นฉบับ ไฟล์ source ข้อมูล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิกประกอบต่างๆ สำหรับทั้งโครงการ ให้แก่ สสพ. โดยเป็นลิขสิทธิ์ของ สสพ. ที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและจัดทำชิ้นงานด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล โดยครอบคลุมลิขสิทธิ์การออกสื่อสารทั่วโลก รองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆ ของ สสพ. และ สามารถใช้ได้ในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงสามารถให้ทาง สสพ. นำไปใช้ได้

๖.๘ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ประสานงานหลักอย่างน้อย ๑ ท่านในการดำเนินงานกับ สสพ. ตลอดทั้งโครงการ

๖.๙ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานการดำเนินงานทั้งโครงการจำนวน ๒ เล่ม พร้อมทั้งรวบรวมไฟล์งานตามข้อ ๖.๕-๖.๑๐ ทั้งข้อมูล ชิ้นงานออกแบบสำเร็จ และไฟล์งานต้นฉบับต่างๆ บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

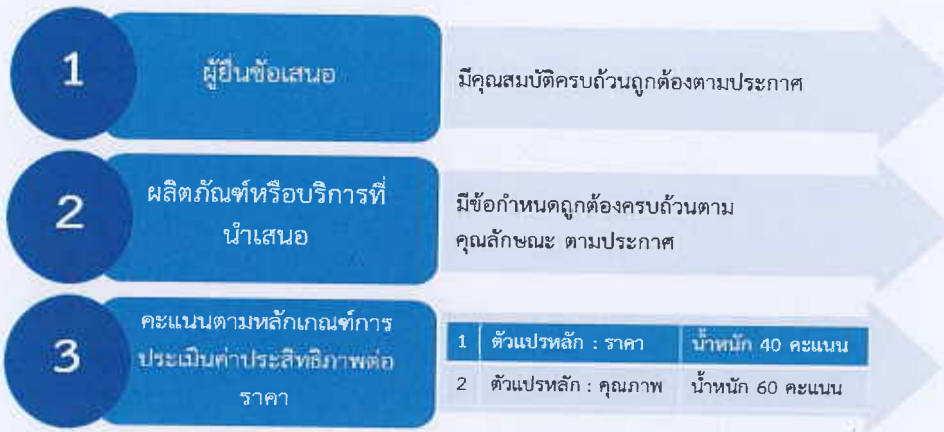
(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ที่งานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

| ตัวแปรรอง | การพิจารณา | น้ำหนักคะแนน |
|----------------|---|--------------|
| ตัวแปรรองที่ ๑ | การวางแผนการดำเนินงาน พิจารณาจากกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานเพื่อการวางแผนและพัฒนาแบรนด์ อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ โดยให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้ และ สามารถนำเสนอแผนและวิธีดำเนินงานถูกต้องครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน | ๒๕ |
| ตัวแปรรองที่ ๒ | ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) พิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบ แนวคิดในการดำเนินงาน การออกแบบ Creative Idea ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสม เป็นสากล และสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของโครงการ และการพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ | ๓๕ |
| ตัวแปรรองที่ ๓ | ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และแบรนด์ อุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ | ๒๐ |

| | | |
|------------------|---|------------|
| ตัวแปรครั้งที่ ๔ | ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากคุณสมบัติ ความพร้อมของบริษัท และชื่อเสียงของทีมงานที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ รวมถึงการออกแบบ และจัดทำชิ้นงานโฆษณาให้แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ | ๒๐ |
| รวม | | ๑๐๐ |

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๘.๓ สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๒๐๐ วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

| ครั้งที่ | รายละเอียดของการส่งมอบงาน | กำหนดวันส่งมอบ |
|----------|--|--------------------------------------|
| ๑ | ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ จำนวน ๒ ชุด | ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา |
| ๒ | ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินงานตามข้อ ๖.๒ - ๖.๔ ในรูปแบบรายงาน จำนวน ๑ เล่ม และรูปแบบ Soft File บันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๑ ชุด | ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา |
| ๓ | ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานเสร็จสิ้นครบทั้งโครงการ และจัดทำรายงานการดำเนินงานทั้งโครงการจำนวน ๒ เล่ม พร้อมทั้งรวบรวมไฟล์งานตามข้อ ๖.๕-๖.๖ ทั้งข้อมูล ชิ้นงาน ออกแบบสำเร็จ และไฟล์งานต้นฉบับต่างๆ บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด | ภายใน ๒๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา |

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

๑๑.๑ งวดที่ ๑ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๒ งวดที่ ๒ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๓ งวดที่ ๓ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทาง สสพ. จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อาการแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสดมภ์ ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

ส.สก

๑๘. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สสปน. แล้ว การที่ สสปน. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ สสปน. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิ สสปน. ในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน

๔. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ สสปน.

๕. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ :

๑. นางสาวติลกา ตันประสาทปริญญา

ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: dilakar_t@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๘๑

๒. นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: somkamon_r@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

| | | | | |
|-----|---|---|--------------|------------------|
| ๓. | ชื่อโครงการ | โครงการพัฒนาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ กิจกรรมพัฒนาแบรนด์ อุตสาหกรรมไมซ์ไทยในต่างประเทศ | | |
| | หน่วยงานเจ้าของโครงการ | ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร | | |
| ๒. | วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร | | ๗,๕๐๐,๐๐๐ | บาท |
| ๓. | วันที่กำหนดราคากลาง | ๐๙/๑๑/๒๕๖๕ | เป็นเงิน | ๗,๔๙๗,๑๓๓.๓๓ บาท |
| | ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ | | | |
| ๓.๑ | นำเสนอแนวทางการวางกลยุทธ์แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ | | | |
| | - นำเสนอชื่อแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ (New Brand) พร้อมแนวความคิดหลัก (Brand Concept) และข้อมูลสนับสนุน (RTB) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ | | ๑๙๖,๑๖๖.๖๗ | บาท |
| | - นำเสนอแนวคิด และข้อความหลัก (Key message) สำหรับแบรนด์ อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และเจาะรายอุตสาหกรรม สำหรับแคมเปญการสื่อสาร ประจำปี ๒๕๖๕ พร้อมจัดอบรมหรือเวิร์คชอปภายในองค์กรเพื่อนำเสนอแผน กลยุทธ์แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศจำนวน ๑ ครั้ง | | ๓๒๑,๐๐๐.๐๐ | บาท |
| ๓.๒ | นำเสนอและจัดทำชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ (Creative concept and design) ให้กับแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยนำเสนอรายละเอียดงานครีเอทีฟ เช่น ภาพหลัก (Key visual) และข้อความ (Copy) พร้อมทั้ง Mood & Tone | | ๓๓๘,๘๓๓.๓๓ | บาท |
| ๓.๓ | จัดทำชิ้นงานหลัก สำหรับการเปิดตัวแคมเปญการสื่อสารประจำปี ๒๕๖๕ สำหรับ ต่างประเทศ ประกอบไปด้วย | | ๖,๖๔๑,๑๓๓.๓๓ | บาท |
| | - ออกแบบและจัดทำตราสัญลักษณ์ (Logo) ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ จำนวน ๑ ชิ้นงาน | | | |

- ออกแบบและจัดทำ คู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ (Brand Book) ในการนำเสนอแนวทางในการออกแบบและนำเสนอ การนำแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย (New Brand) ไปใช้ในการสื่อสารต่างๆ พร้อมคำอธิบายวิธีการใช้งานและการจัดวางทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน พร้อมผลิตเป็นรูปเล่มจำนวนไม่ต่ำกว่า ๕ เล่ม
- ออกแบบและจัดทำฟรีเซ็นเทชั่นแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ พร้อมข้อความและรูปภาพประกอบ (Branding Strategy Presentation) ภาษาไทย จำนวน ๑ ชิ้นงาน และภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- ออกแบบและจัดทำเอกสารประกอบการขาย Sale kit หรือ Folder kit ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน และผลิต จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ ชิ้นงาน
- ออกแบบและผลิตหนังสือโฆษณา สำหรับเปิดตัวแคมเปญการสื่อสารประจำปี ๒๕๖๕ ภาษาอังกฤษ ความยาวไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที และตัดต่อเป็นเวอร์ชันคัทดาวน์ ๓๐ และ ๑๕ วินาที
- ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๕ สำหรับชิ้นงานโฆษณาหลัก Thematic Print Ad ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ในรูปแบบแนวตั้งและแนวนอน
- ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาประเภทบทความโฆษณา Advertorial Print ad ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งในรูปแบบแนวตั้งและแนวนอน
- ออกแบบ จัดทำ และผลิตป้ายโฆษณาประเภท Roll Up จำนวน ๑๒ ชิ้นงาน
- ออกแบบและจัดทำ Backdrop จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งแนวตั้ง และแนวนอน
- ออกแบบและจัดทำ Banner จำนวน ๑ ชิ้นงาน ทั้งแนวตั้ง และแนวนอน

๔. แหล่งที่มีชื่อของราคากลาง

- ๔.๑ บริษัท ซูโอ เซ็นโก แอดเวอร์ไทซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด
- ๔.๒ บริษัท วีดีโอ บางกอก จำกัด
- ๔.๓ บริษัท ทูพี แพลนนิ่ง จำกัด

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวติลภา ดันประสาทปริญญา

หมายเหตุ ราคานี้เป็นราคาที่รวม VAT 7%