



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและ  
สสปน. ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา  
จ้างกิจกรรมพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและ สสปน. ด้วยวิธีประกวด  
ราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๙๙๙,๖๖๖.๖๗  
บาท (สองล้านเก้าแสนเก้าหมื่นเก้าพันหกร้อยหกสิบกบาทหกสิบเจ็ดสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว  
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง  
การคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงาน  
ของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการ  
ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร  
พัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริม  
การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ  
อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อ  
เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic  
Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่  
๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อ  
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่นได้ ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่านโปรแกรม ZOOM Meeting ในวันอังคารที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๔ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [dilakar\\_t@tceb.or.th](mailto:dilakar_t@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๘ ตุลาคม ๒๕๖๔ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๘ ตุลาคม ๒๕๖๔

ประกาศ ณ วันที่ ๖ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

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

๑. ชื่อโครงการ โครงการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์
๒. ชื่อกิจกรรม กิจกรรมพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ สสปน.
๓. งบประมาณ

วงเงิน ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

**๔. หลักการและเหตุผล**

เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีพันธกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดงานเชิงธุรกิจ ครอบคลุมทั้งการจัดประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่าอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการจัดงานและกิจกรรมพิเศษทุกรูปแบบ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำอันดับหนึ่งของการจัดงานในภูมิภาคเอเชีย พร้อมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยในเวทีโลกด้านความปลอดภัยและอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการจัดงานในประเทศไทย จึงเป็นอีกหนึ่งภารกิจที่สำคัญขององค์กร ที่ต้องเร่งดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขอนามัย อัตลักษณ์ความเป็นไทย สถานที่ที่ได้มาตรฐานรองรับการจัดงานทุกรูปแบบทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ักเดินทางไมซ์ต่างประเทศตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานระดับนานาชาติ และฟื้นฟูความเชื่อมั่นแก่นักเดินทางไมซ์ในประเทศให้เดินทางจัดงานในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้ไปยังภาคส่วนต่างๆ ทั่วประเทศ และช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทยให้กลับคืนมาโดยเร็ว ดังนั้น เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบ พร้อมพัฒนาเป็นแนวทางการสื่อสารผ่านชิ้นงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ อย่างครบวงจร

**๕. วัตถุประสงค์**

๕.๑ เพื่อกำหนดทิศทางกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และการจัดงานของประเทศไทยที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล แผนยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศและต่างประเทศ

๕.๒ เพื่อให้มีแนวทางการสื่อสารสำหรับตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพ

๕.๓ เพื่อสร้างการรับรู้ศักยภาพและความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานประเทศไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับโลก ตอกย้ำการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานระดับนานาชาติ

๕.๔ เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานในประเทศไทย เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและความพร้อมรองรับการจัดงานในทุกภูมิภาค กระจายรายได้ไปยังทุกภาคส่วนในประเทศไทยตามนโยบายรัฐบาล

๕.๕ เพื่อให้มีทิศทางการสื่อสารในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความชัดเจน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

dAm



## ๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาทีมงานที่มีความรู้ความเข้าใจ และมีประสบการณ์ในการวิเคราะห์และวางแผนบริหารแบรนด์ ทั้งในและต่างประเทศมากกว่า ๒๐ ปี เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย และ สเปน. รวบรวมข้อมูลและทิศทางการสื่อสารขององค์กรต่างๆ ในยุค New Normal และประเมินปัญหาด้านการสื่อสาร ทั้งในและต่างประเทศของ สเปน. ในปัจจุบัน พร้อมจัดทำเป็นข้อเสนอแนะการวางแผนกลยุทธ์การบริหารแบรนด์และ แผนการสื่อสารในยุค New Normal ที่ สเปน. ควรจะสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน ครอบคลุมทั้งการสื่อสารภายในและ ภายนอกองค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ

๖.๒ นำบทสรุปที่ได้จากการหารือร่วมกับคณะทำงานมาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์และ สเปน. สำหรับ ตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศ ทั้งระบบการสื่อสารภายในและภายนอก โดยครอบคลุมรายละเอียดดังต่อไปนี้

๖.๒.๑ การวางแผนการบริหารแบรนด์องค์กร (Brand Portfolio) โดยจัดทำแนวทางการบริหารแบรนด์อุตสาหกรรม ไมซ์ประเทศไทย และ สเปน. สำหรับตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศ

๖.๒.๒ การวางโครงสร้างแบรนด์องค์กร (Brand Architecture) ให้ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การวางแผนการสื่อสาร อุตสาหกรรมไมซ์สำหรับตลาดต่างประเทศ และตลาดในประเทศ

๖.๒.๓ การวางแผนการสื่อสารสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ครอบคลุมอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมการจัดประชุมและสัมมนา (Meetings & Incentives) อุตสาหกรรมการประชุมสมาคม (Conventions) อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Exhibitions) และงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Mega Events) รวมถึงการ สื่อสารภายในประเทศทั้งรายภูมิภาค และรายจังหวัด (Communication strategy and guideline)

๖.๓ จัดทำ “แผนกลยุทธ์และทิศทางการสื่อสารขององค์กรในยุค New Normal” ฉบับเต็มและฉบับย่อ ทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ แผนงาน พร้อมจัดทำเป็นไฟล์นำเสนอผลงาน หรือ Power Point รูปแบบภาษาไทย จำนวน ๑ ชิ้นงาน และภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องจัดทำคู่มือการสื่อสารของ สเปน. หรือ Identity Guideline Presentation / Manual ในรูปแบบสอง ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ซึ่งครอบคลุมเรื่องต่างๆ อาทิ ข้อกำหนดด้านการสื่อสารผ่าน ช่องทางต่างๆ การใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร การจัดวางตราสัญลักษณ์องค์กร ร่วมกับตราสัญลักษณ์อื่นๆ ข้อควรปฏิบัติและข้อ ห้ามในการสื่อสารต่างๆ เป็นต้น

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดการอบรมให้ความรู้แก่ผู้บริหาร และพนักงานภายในองค์กร ในรูปแบบการจัดงานปกติ หรือ รูปแบบออนไลน์ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ และการสื่อสาร พร้อมให้ความรู้ อธิบายสรุปแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่ได้รับ ให้เห็นความสำคัญของการสื่อสารองค์กรที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างการ ตอกย้ำและการเป็นที่รู้จักของสเปน. และอุตสาหกรรมไมซ์

๖.๖ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและดำเนินการจัดหาผู้ประสานงานเพื่อดำเนินงานร่วมกับ สเปน. อย่างน้อย ๑ คน เพื่อ อำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงาน ค้นหาและรวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานการจัดส่งข้อมูลและไฟล์งาน ต่างๆ ตลอดทั้งโครงการ

๖.๗ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานการดำเนินงานทั้งโครงการ รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในการดำเนินโครงการ อาทิ ไฟล์ข้อมูลดิบ สรุปข้อมูลจากการประชุมหารือร่วมกันในทุกครั้ง ไฟล์ข้อมูลสำเร็จต่างๆ ทั้งโครงการในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ เล่ม และรวบรวมไฟล์ทั้งหมดบันทึกลงใน External Drive จำนวน ๑ ชิ้นงาน

## ๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

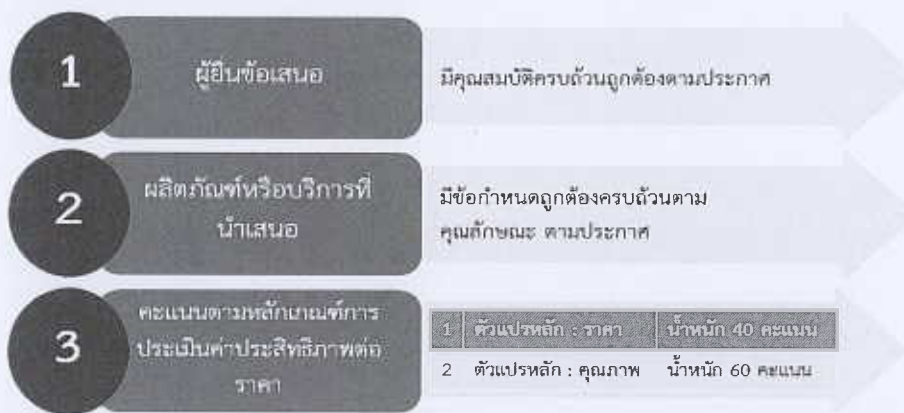
มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 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

ตัวแปร	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรที่ ๑	การวางแผนการดำเนินงาน พิจารณาจากกลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ สสปน. รวมถึงแผนการจัดอบรมให้แก่ผู้บริหารและพนักงานในองค์กร ให้เข้าใจในแผนการสื่อสารยุค New normal โดยให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้	๓๐
ตัวแปรที่ ๒	ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) พิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบ แนวคิดในการดำเนินงาน พร้อมข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับองค์กร	๒๐
ตัวแปรที่ ๓	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจขององค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์	๓๐
ตัวแปรที่ ๔	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากคุณสมบัติ ความเชี่ยวชาญ และชื่อเสียงของทีมงานที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการบริหารแบรนด์ การสื่อสาร การโฆษณา และการสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ หากเคยมีประสบการณ์ในการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการและอุตสาหกรรมไมซ์จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ	๒๐
<b>รวม</b>		<b>๑๐๐</b>

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 สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๘.๔ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๑๕๐ วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา



## ๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินงานตามข้อ ๖.๒ โดยจัดทำเป็น Soft File ฉบับเต็ม และฉบับย่อ (ภาษาไทยและอังกฤษ) และรูปเล่มรายงานจำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๑๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานเสร็จสิ้นครบทั้งโครงการตามข้อ ๖.๑-๖.๖ และส่งมอบงานตามข้อ ๖.๗	ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

## ๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

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

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

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

## ๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทาง สสปน. จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

## ๑๓. อากรแสตมป์

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

## ๑๔. อัตราค่าปรับ

สสปน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

## ๑๕. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิ์ยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

๑๖๓

## ๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

## ๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

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

## ๑๘. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาฯ นี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สสพ. แล้ว การที่ สสพ. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญาฯ นี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ สสพ. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิ สสพ. ในการบอกเลิกสัญญา

### หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ดีที่สุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.

๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

### ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ :

๑. นางสาวดิลกา ตันประสาทปริญญา

ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: dilakar\_t@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐

๒. นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: somkamon\_r@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖



## สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

๑.	ชื่อโครงการ	โครงการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ กิจกรรมพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ สสปน.		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		๓,๐๐๐,๐๐๐	บาท
๓.	วันที่กำหนดราคากลาง	๒๒/๐๙/๒๕๖๔	เป็นเงิน	๒,๙๙๘,๖๖๖.๖๗ บาท
	ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ			
๓.๑	ดำเนินกิจกรรมพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ สสปน.		๒,๙๙๘,๖๖๖.๖๗	บาท
	- การวางแผนการบริหารแบรนด์องค์กร (Brand Portfolio)			
	- การวางโครงสร้างแบรนด์องค์กร (Brand Architecture) วางแนวทางการสื่อสาร สำหรับตลาดต่างประเทศ และในประเทศ			
	- การวางแผนการสื่อสารสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ			
	ครอบคลุมอุตสาหกรรมต่างๆ			
	- จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารในยุค New Normal			
	- จัดทำคู่มือการสื่อสาร Identity Guideline Presentation ในรูปแบบสองภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ			
	- จัดการอบรมให้ความรู้แก่ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กร 1 ครั้ง			
๔.	แหล่งที่มาของราคากลาง			
	๔.๑ บริษัท ดีไลท์ โซลูชั่น จำกัด			
	๔.๒ บริษัท ทูพี แพลนนิ่ง จำกัด			
	๔.๓ ห้างหุ้นส่วนจำกัด อินสปิริต			
๕.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง			
	นางสาวติลกา ต้นประสาทปริญญา			

หมายเหตุ ราคานี้เป็นราคาที่รวม VAT 7%