



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการ Thailand MICE Back ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างโครงการ Thailand MICE Back ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๔๙,๙๗๐,๔๑๖.๖๗ บาท (สี่สิบเก้าล้านเก้าแสนเจ็ดหมื่นสี่ร้อยสิบหกบาทหกสิบเจ็ดสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.bussinesseventsthailand.com หรือ

www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖ ในวันและเวลา
ราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่น
เสนอราคาได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่าน
โปรแกรม ZOOM Meeting ในวันอังคารที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทาง
อีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถาม
มายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล
varaporn_a@tceb.or.th หรือ somkamon_r@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๕
พฤษภาคม ๒๕๖๕ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดตั้ง
กล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.bussinesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๕
พฤษภาคม ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๖๕



(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 โครงการ Thailand MICE Back

๒. ชื่อกิจกรรม กิจกรรม Thailand MICE Back

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๕๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม



๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.) หรือ ทีเส็บ เป็นหน่วยงานรัฐ “องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ได้แก่ อุตสาหกรรมการจัดประชุมและสัมมนา (Meetings & Incentives), อุตสาหกรรมการประชุมสมาคม (Conventions), อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Exhibitions) และงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Mega Events and World Festivals) รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

เนื่องด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ส่งผลกระทบในวงกว้างทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทยต่อเนื่องถึงไตรมาสที่ ๒ ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ด้วยเหตุนี้ การสร้างความเชื่อมั่นให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างมีกลยุทธ์ และทันสถานการณ์ในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อเร่งรัดส่งเสริมให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ รวมถึงการกระตุ้นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ให้กลับมาเดินทางและเข้าร่วมงานไมซ์ กระจายความเจริญไปยังทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จึงนับเป็นความสำคัญอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ เพื่อรองรับนโยบายของรัฐบาลในการเปิดประเทศ และการเพิ่มโอกาสการประมูลสิทธิงานไมซ์ระดับโลก เข้าสู่ประเทศไทยตามมติ ครม. ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว รวมถึงโอกาสในการจัดงานใหญ่สาขาต่าง ๆ ในระดับโลกเข้าสู่ประเทศไทย และสร้างความเชื่อมั่นรองรับการเปิดประเทศเพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยังคงเดินหน้าต่อไป และเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เพื่อสร้างความมั่นใจให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตานานาชาติถึงมาตรการความปลอดภัยในการจัดงาน ระดับนานาชาติ และสอดรับนโยบายรัฐบาลด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อเตรียมความพร้อมส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพการจัดงานใหญ่ระดับโลกที่จะจัดขึ้นในประเทศไทย เช่น การประชุม APEC ของประเทศไทย

๕. วัตถุประสงค์

 ชาญชัย 

๕.๓ เพื่อกระตุ้นการจัดกิจกรรมและงานไมซ์ รวมถึงกระตุ้นนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ เพื่อสอดคล้องตามเป้าหมายของปีงบประมาณ ๒๕๖๕

๕.๒ เพื่อสร้างและเพิ่มโอกาสประเทศไทยในการชนะการประมูลสิทธิงาน และการจัดงานไมซ์ระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศไทย

๕.๓ เพื่อบูรณาการความร่วมมือสสบน. ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยร่วมกับพันธมิตรภาครัฐและเอกชน รวมถึงการทำงานร่วมกับพื้นที่กระจายสู่ภูมิภาค

๕.๔ เพื่อต่อยุ่สร้างเชื่อมั่นและความรู้ความเข้าใจในการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัยและยั่งยืน สอดคล้องตามสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรวบรวมข้อมูล ทำความเข้าใจวัตถุประสงค์โครงการ แผนการดำเนินการ และแผนการสื่อสาร อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศของ สสบน. รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา และนโยบายรัฐบาลในการเปิดประเทศ รวมถึงแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พร้อมวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลในการนำเสนอกลยุทธ์และแผนการสื่อสารโครงการ Thailand MICE Back ให้สอดคล้องเหมาะสม

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด วางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารโครงการ Thailand MICE Back ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ พร้อมจัดทำกลยุทธ์การบริหารจัดการบูรณาการสื่อครบวงจร รวมถึงแนวทางการพัฒนาเนื้อหาการสื่อสาร เพื่อนำเสนอและสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย จำนวน ๑ แผนงาน

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและพัฒนาแนวคิดหลัก และเนื้อหาข้อความสื่อสาร พร้อมจัดทำแคมเปญสื่อสารในประเทศ ที่สอดคล้องตามแผนและกลยุทธ์การสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย และนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์แห่งชาติ นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ (Creative Concept and Design) ในการออกแบบและผลิตชิ้นงานสื่อสารต่างๆ ดังต่อไปนี้

๖.๓.๑ ออกแบบและผลิตหนังสือพิมพ์ สำหรับแคมเปญสื่อสารในประเทศ ความยาวไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที พร้อมตัดต่อเป็นคัททาวน ๖๐ วินาที และ ๓๐ วินาที ครอบคลุมการจัดทำ Storyboard สคริปต์หนังสือพิมพ์ การออกกองถ่ายทำหนัง ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง จัดทำกราฟฟิกประกอบ คำलिขสิทธิ์ตัวแสดง คำตัดต่อ คำบันทึกเสียงโฆษก เสียงดนตรีประกอบ เป็นต้น พร้อมจัดทำไฟล์ต้นฉบับและไฟล์มาตรฐาน (Hi-res และ Low-res) รวมถึงไฟล์ดิบ (Raw File) ซึ่งแยกภาพแยกเสียง เพื่อให้ทาง สสบน. สามารถนำไปใช้ตัดต่อ และเผยแพร่สื่อต่างๆ อาทิ สื่อโฆษณาโทรทัศน์ (TVC Ads) สื่อออนไลน์ (Online) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Out of Home) หรือกิจกรรมต่างๆ ของ สสบน. รวมถึงดำเนินการส่ง Censor และแนบหลักฐานการส่ง Censor พร้อมใบลิขสิทธิ์เพลงหรือนักแสดงที่เกี่ยวข้องต่างๆ จำนวน ๑ เรื่อง

๕๖๘๘๘

๖.๓.๒ จัดทำชิ้นงานสื่อสารประเภทเนื้อหา และ/หรือ บทความ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแคมเปญสื่อสาร
อุตสาหกรรมไมซ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายในประเทศ โดยผ่านการตรวจพิสูจน์อักษรจากนักเขียนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ
(Editor) จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๐ ชิ้นงาน

๖.๓.๓ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ (Key Visual Print ads) โดยครอบคลุมการ
จัดทำภาพนิ่ง การถ่ายภาพประกอบ การออกแบบกราฟฟิก เป็นต้น จำนวนไม่ต่ำกว่า ๔ ชิ้นงาน

๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและวางแผนบริหารจัดการการเผยแพร่สื่อทั้งในและต่างประเทศแบบบูรณาการสื่อที่
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามข้อ ๖.๒ เพื่อให้เข้าถึงจำนวนคนรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศรวมไม่ต่ำกว่า
๓๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ครอบคลุมรายละเอียดดังต่อไปนี้

๖.๔.๑ จัดหาสื่อโทรทัศน์ในประเทศที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและได้รับการยอมรับ พร้อมมีจำนวนผู้ชมเฉลี่ย
จำนวนมาก อาทิ ช่อง ๓ ช่อง ๕ ช่อง ๗ ช่อง ๙ ช่องไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง PPTV ช่อง TNN หรือช่องที่ได้รับการ
เห็นชอบจาก สสพ. เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือโฆษณาตามข้อ ๖.๓.๑ และ/หรือ tie in ในรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความ
นิยมนิยมและตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ สสพ. จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๕๐ ครั้ง

๖.๔.๒ จัดหาสื่อโฆษณากลางแจ้ง (Out of Home) ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่หนังสือโฆษณาตามข้อ
๖.๓.๑ เป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า ๒ เดือน จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๑๒๐,๐๐๐ ครั้ง

๖.๔.๓ จัดทำสื่อกีฬาประชาสัมพันธ์ในประเทศเพื่อเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ และ/หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ
สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง TNN ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง ๓ หรือช่องทางสื่อที่ได้รับการ
เห็นชอบจาก สสพ. เป็นต้น จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๒๐ ครั้ง

๖.๔.๔ จัดหา KOL หรือ Key Opinion Leader เพื่อนำเสนอแคมเปญสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับ
กลุ่มเป้าหมายในประเทศเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๘ ครั้ง

๖.๔.๕ จัดหาสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศ อาทิ
Facebook Youtube เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือโฆษณาตามข้อ ๖.๓.๑ จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๒๕,๐๐๐,๐๐๐
Impressions

๖.๔.๖ จัดทำ Banner Ads และ Advertorial Ads เพื่อเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ในประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า
๕ ครั้ง

๖.๔.๗ จัดหาสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศ และ/หรือ สื่อโทรทัศน์ออนไลน์ต่างประเทศที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
ต่างประเทศครอบคลุมสื่อธุรกิจ และ/หรือ สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือโฆษณาของ สสพ. ความยาว
๑๕ วินาที และ/หรือ ความยาว ๓๐ วินาที และ/หรือ ความยาว ๙๐ วินาที จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕๐ ครั้ง เพื่อให้เข้าถึง
จำนวนคนรับรู้ไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง

๖.๔.๘ จัดหาสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ และ/หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ต่างประเทศ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
ต่างประเทศครอบคลุมสื่อธุรกิจ และ/หรือ สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ชิ้นงานโฆษณา หรือ เนื้อหา
ประชาสัมพันธ์ของ สสพ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๕๖๖๖๖๖

๖.๔.๙ จัดหาสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ Facebook Youtube เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือของ สสพ. ความยาว ๓๐ วินาที และ/หรือ ๙๐ วินาที จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๑๒,๐๐๐,๐๐๐ Impressions

๖.๔.๑๐ จัดทำสื่อบริการประชาสัมพันธ์ / สัมภาษณ์ / Banner Ads และ/หรือ VDO Ads และ/หรือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ต่างประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๔ ครั้ง

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเครื่องมือทางการตลาดในการกระตุ้นการเผยแพร่สื่อตามข้อ ๖.๔ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและจำนวนคนรับรู้ทั้งในและต่างประเทศทั้งโครงการ

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำรายงานประเมินผลการเผยแพร่สื่อและประเมินผลการรับรู้สื่อที่เผยแพร่ทั้งโครงการ พร้อมสรุปเป็นรายงานวิเคราะห์รายละเอียดชิ้นงานต่างๆ ที่เผยแพร่ การเผยแพร่สื่อทางช่องทางต่างๆ ผลการเผยแพร่ และผลการรับรู้จากการเผยแพร่สื่อ รวมถึงสรุปข้อเสนอแนะจากการเผยแพร่สื่อทั้งในและต่างประเทศทั้งโครงการ โดยจัดทำเป็นรูปแบบรายงานทั้งรูปเล่มและ Soft File พร้อมนำเสนอเป็นรูปแบบ PPT จำนวน ๑ รายงาน

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในการจัดเตรียมทีมงานและจัดหาผู้ประสานงานประจำ เพื่อดำเนินงานร่วมกับ สสพ. อย่างน้อย ๒ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงาน ค้นหา รวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานในการเผยแพร่สื่อต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

๖.๘ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำรายงานการดำเนินงาน สรุปการจัดทำชิ้นงาน การเผยแพร่ หลักฐานการเผยแพร่ และประเมินผลการเผยแพร่สื่อต่างๆ ให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายเดือน ในรูปแบบ Soft File โดยนำส่งทุกวันที่ ๓๐ ของเดือนผ่านทาง e-mail

๖.๙ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรูปเล่มรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการ อาทิ รายละเอียดการดำเนินงาน การผลิตชิ้นงานต่างๆ การเผยแพร่สื่อต่างๆ จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์งานทั้งโครงการ อาทิ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ไฟล์การถ่ายทำ ไฟล์เนื้อหาดิบ ไฟล์อาร์ตเวิร์คสำเร็จและที่สามารถแก้ไขได้ หนังสือลิขสิทธิ์เพลงและตัวแสดงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หลักฐานการเผยแพร่จริงทั้งในและต่างประเทศ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง บันทึกลงใน External Hard disk จำนวน ๓ ชุด

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

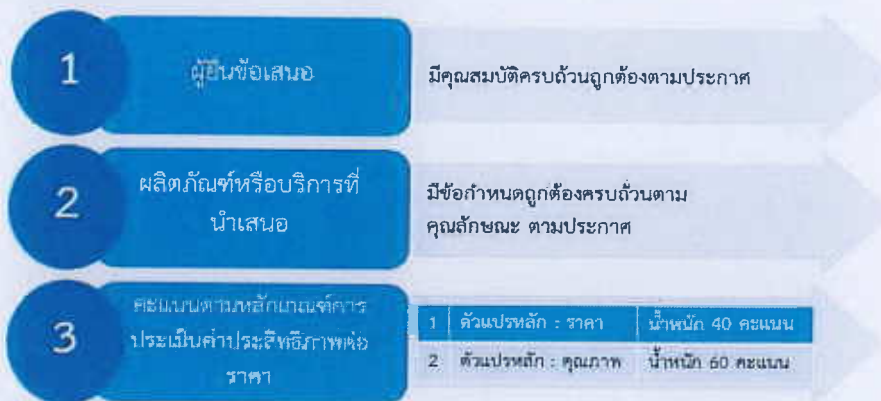
๒๕๖๕

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๗

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสปน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก ๒ ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคาน้ำหนักร้อยละ 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 ประกอบด้วย ตัวแปรรอง และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

๗ ชาญชัย

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	แนวคิดและการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์ พิจารณาจาก ๑) การวางแผนและการพัฒนาแคมเปญสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้ (๕ คะแนน) ๒) การนำเสนอแผนและวิธีดำเนินงานถูกต้องครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน (๕ คะแนน) ๓) การนำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยง กรณีที่ไม่สามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ (๕ คะแนน)	๑๕
ตัวแปรรองที่ ๒	ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในการออกแบบและผลิตชิ้นงานสื่อ พิจารณาจากการ ๑) รูปแบบและแนวคิดในการออกแบบ Creative Idea ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสม เป็นสากล และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ (๑๐ คะแนน) ๒) การออกแบบชิ้นงานที่เหมาะสมกับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ (๑๐ คะแนน) ๓) การนำเสนอ Storyboard ภาพยนต์โฆษณาสำหรับแคมเปญสื่อสารในประเทศ (๑๐ คะแนน)	๓๐
ตัวแปรรองที่ ๓	ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในการบริหารจัดการสื่อและการเลือกใช้สื่อ พิจารณาจาก ๑) การนำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการดำเนินการบูรณาการการใช้สื่อครบวงจรอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์โครงการ (๑๐ คะแนน) ๒) การนำเสนอสื่อทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงรูปแบบการเผยแพร่สื่อที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับกลยุทธ์ (๑๕ คะแนน) ๓) การนำเสนอเครื่องมือการตลาดในรูปแบบใหม่ ทันสมัย เหมาะสมกับการดำเนินงานทั้งโครงการ (๕ คะแนน)	๓๐

 ๒๓๖๐๒ 

ตัวแปรครั้งที่ ๔	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ ขององค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์	๑๐
ตัวแปรครั้งที่ ๕	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากคุณสมบัติ ความพร้อมของบริษัท ประสบการณ์การทำงาน ด้านการจัดทำแคมเปญสื่อสาร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ผ่าน มาของบริษัททั้งในและต่างประเทศ หากเคยทำการศึกษาในโครงการที่ เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการและอุตสาหกรรมไมซ์จะได้รับการ พิจารณาเป็นพิเศษ	๑๕
รวม		๑๐๐

ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนนของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้


๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

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

ตัวแปร	การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนน
ตัวแปรครั้งที่ ๑	แนวคิดและการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์	
๑)	การวางแผนและการพัฒนาแคมเปญสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้ (๕ คะแนน)	พิจารณาจากการพัฒนาแคมเปญสื่อสารที่เหมาะสมกับโครงการ น้อยที่สุด = ๑ ดีที่สุด = ๕
๒)	การนำเสนอแผนและวิธีดำเนินการบนถูกต้องครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน (๕ คะแนน)	พิจารณาจากวิธีการและความเป็นไปได้ในการดำเนินการตามแผนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ น้อยที่สุด = ๑ ดีที่สุด = ๕
๓)	การนำเสนอแผนการบริหารความเสี่ยง กรณีที่ไม่สามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ (๕ คะแนน)	พิจารณาจากแผนการบริหารความเสี่ยงและความเป็นไปได้ในการดำเนินการตามแผน น้อยที่สุด = ๑ ดีที่สุด = ๕
ตัวแปรครั้งที่ ๒	ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในการออกแบบและผลิตชิ้นงานสื่อรูปแบบและแนวคิดในการออกแบบ Creative Idea ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสม เป็นสากล และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ (10 คะแนน)	พิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบและแนวคิด น้อยที่สุด = 1 ดีที่สุด = 10

1 ๒๓๕๖๗ ๘๙๐

<p>๒) การออกแบบชิ้นงานที่เหมาะสมกับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ (10 คะแนน)</p> <p>๓) การนำเสนอ Storyboard ภาพยนตร์โฆษณาสำหรับแคมเปญสื่อสารในประเทศ (10 คะแนน)</p>		<p>พิจารณาจากการเลือกนำเสนอชิ้นงานหรือประเภทชิ้นงานที่เหมาะสมในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย</p> <table border="1" data-bbox="978 461 1425 506"> <tr> <td>น้อยที่สุด = 1</td> <td>ดีที่สุด = 10</td> </tr> </table> <p>พิจารณาจากการนำเสนอ Storyboard ภาพยนตร์โฆษณาที่เหมาะสมสำหรับแคมเปญ</p> <table border="1" data-bbox="978 607 1425 651"> <tr> <td>น้อยที่สุด = 1</td> <td>ดีที่สุด = 10</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = 1	ดีที่สุด = 10	น้อยที่สุด = 1	ดีที่สุด = 10				
น้อยที่สุด = 1	ดีที่สุด = 10									
น้อยที่สุด = 1	ดีที่สุด = 10									
<p>ตัวแปรรองที่ ๓</p> <p>๑) การนำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการดำเนินการบูรณาการการใช้สื่อครบวงจรอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์โครงการ (๑๐ คะแนน)</p> <p>๒) การนำเสนอสื่อทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงวิธีการเผยแพร่สื่อที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับกลยุทธ์ (๑๕ คะแนน)</p> <p>๓) การนำเสนอเครื่องมือการตลาดในรูปแบบใหม่ ทันสมัย เหมาะกับการดำเนินงานทั้งโครงการ (๕ คะแนน)</p>		<p>พิจารณาจากการนำเสนอวิธีบริหารจัดการสื่อและการเลือกสื่อที่มีความเป็นไปได้ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด</p> <table border="1" data-bbox="978 954 1425 999"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๓๐</td> </tr> </table> <p>พิจารณาจากการเลือกสื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</p> <table border="1" data-bbox="978 1066 1425 1111"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๓๐</td> </tr> </table> <p>พิจารณาจากวิธีการเผยแพร่ที่มีความเหมาะสม</p> <table border="1" data-bbox="978 1155 1425 1200"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๕</td> </tr> </table> <p>พิจารณาจากการนำเสนอเครื่องมือการตลาดในรูปแบบใหม่</p> <table border="1" data-bbox="978 1301 1425 1346"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๓๐	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๓๐	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๓๐									
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๓๐									
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕									
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐									
<p>ตัวแปรรองที่ ๔</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ</p> <p>พิจารณาจากการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจขององค์กร และอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ (๑๐ คะแนน)</p>	<p>พิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบและแนวคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ</p> <table border="1" data-bbox="978 1503 1425 1547"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐						
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐									
<p>ตัวแปรรองที่ ๕</p>	<p>ความพร้อมและประสบการณ์</p> <p>พิจารณาจากคุณสมบัติ ความพร้อมของบริษัท ประสบการณ์การทำงานด้านการจัดทำแคมเปญสื่อสาร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาของบริษัททั้งในและต่างประเทศ หากเคยทำการศึกษาในโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการและอุตสาหกรรมไม่ซ้ำจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ (๑๕ คะแนน)</p>	<p>พิจารณาจากประสบการณ์การทำงานด้านการจัดทำแคมเปญสื่อสาร การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาของบริษัททั้งในและต่างประเทศ</p> <table border="1" data-bbox="978 1738 1425 1861"> <tr> <td>มีผลงานระดับจังหวัด</td> <td>๑ - ๕ คะแนน</td> </tr> <tr> <td>มีผลงานระดับประเทศ</td> <td>๖ - ๓๐ คะแนน</td> </tr> <tr> <td>มีผลงานระดับนานาชาติ</td> <td>๓๑ - ๑๕๕ คะแนน</td> </tr> </table>	มีผลงานระดับจังหวัด	๑ - ๕ คะแนน	มีผลงานระดับประเทศ	๖ - ๓๐ คะแนน	มีผลงานระดับนานาชาติ	๓๑ - ๑๕๕ คะแนน		
มีผลงานระดับจังหวัด	๑ - ๕ คะแนน									
มีผลงานระดับประเทศ	๖ - ๓๐ คะแนน									
มีผลงานระดับนานาชาติ	๓๑ - ๑๕๕ คะแนน									

๕๓๕๕๐ 

๘.๓ สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็น ผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๑๘๐ วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรูปเล่มรายงานแผนและกลยุทธ์การสื่อสารโครงการ Thailand MICE Back พร้อมกลยุทธ์การบริหารจัดการบูรณาการสื่อครบ วงจรตามข้อ ๖.๒ จำนวน ๒ เล่ม และในรูปแบบ Soft File พร้อมบันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจาก วันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินงานตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ เล่ม และรูปแบบ Soft File พร้อมบันทึกไฟล์ชิ้นงานต่างๆ ลงใน Thumb Drive จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๑๐๐ วัน นับถัด จากวันที่ทำสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินงานตามข้อ ๖.๔.๑ และ ๖.๔.๒ พร้อมหนังสือยืนยันการเผยแพร่สื่อจากทางสถานี และคลิปการเผยแพร่จริง โดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานจำนวน ๒ เล่ม และรูปแบบ Soft File โดย บันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัด จากวันที่ทำสัญญา
๔	ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้เสร็จสิ้นทั้งโครงการและส่งมอบงานทั้งหมดตาม ระบุในขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖. และส่งมอบงานครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ ๖.๙ บันทึกลงใน External Hard disk จำนวน ๓ ชุด	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัด จากวันที่ทำสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๔ งวดดังนี้

๒ ๕ เกษี ๑๗/๖

๑๑.๑ งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๒ งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๓ งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๔ งวดที่ ๔ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อาการแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอาการแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอาการแสดมภ์ ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสปน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

1 ๕๕๕๕๕ 

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

สสบน. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสบน. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสบน. ทั้งสิ้น

๑๘. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงาน แต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ


กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของ สสบน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสบน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสบน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ดีที่สุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสบน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสบน. ก่อน

1 ๕๗๕๖๖ 

๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.

๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจาก หน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ :

๑. นางสาวปาริฉัตร เศวตเศรนี

ผู้อำนวยการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: parichat_s@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๙

๒. นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

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

 ๒๓/๕๖ 

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑.	ชื่อโครงการ	Thailand MICE Back		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		๕๐,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	บาท
๓.	วันที่กำหนดราคากลาง	๒๑/๐๓/๒๕๖๕	เป็นเงิน	๔๙,๙๗๐,๔๑๖.๖๗ บาท

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

๓.๑	วางแผนและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารโครงการ Thailand MICE Back ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ พร้อมจัดทำกลยุทธ์การบริหารจัดการบูรณาการสื่อครบวงจร รวมถึงแนวทางการพัฒนาเนื้อหาการสื่อสาร เพื่อนำเสนอและสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย จำนวน ๑ แผนงาน	๖๙๔,๕๓๓.๓๓	บาท
๓.๒	ออกแบบและผลิตหนังสือพิมพ์สำหรับแคมเปญสื่อสารในประเทศ ความยาวไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที พร้อมตัดต่อเป็นคัทดาวน์ ๖๐ วินาที และ ๓๐ วินาที ครอบคลุมการจัดทำ Storyboard สคริปหนังสือพิมพ์ การออกกองถ่ายทำหนัง ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง จัดทำกราฟฟิกประกอบ คำलिขสิทธิ์ตัวแสดง คำตัดต่อ คำบันทึกเสียงโฆษณา เสียงดนตรีประกอบ เป็นต้น พร้อมจัดทำไฟล์ต้นฉบับและไฟล์มาตรฐาน (Hi-res และ Low-res) รวมถึงไฟล์ดิบ (Raw File) ซึ่งแยกภาพแยกเสียง เพื่อให้ทาง สสปน. สามารถนำไปใช้ตัดต่อ และเผยแพร่สื่อต่างๆ อาทิ สื่อโฆษณาโทรทัศน์ (TVC Ads) สื่อออนไลน์ (Online) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Out of Home) หรือกิจกรรมต่างๆ ของ สสปน. รวมถึงดำเนินการส่ง Censor และแนบหลักฐานการส่ง Censor พร้อมใบลิขสิทธิ์เพลงหรือนักแสดงที่เกี่ยวข้องต่างๆ จำนวน ๑ เรื่อง	๕,๗๓๓,๓๓๓.๓๓	บาท
๓.๓	จัดทำชิ้นงานสื่อสารประเภทเนื้อหา เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแคมเปญสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายในประเทศ โดยผ่านการตรวจพิสูจน์อักษรจากนักเขียนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ (Editor) จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๐ ชิ้นงาน	๒,๑๕๗,๐๐๐.๐๐	บาท
๓.๔	ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ (Key Visual Print ads) โดยครอบคลุมการจัดทำภาพนิ่ง การถ่ายภาพประกอบ การออกแบบกราฟฟิก เป็นต้น จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕ ชิ้นงาน	๑,๑๒๒,๖๖๖.๖๗	บาท
๓.๕	นำเสนอและวางแผนบริหารจัดการเผยแพร่สื่อทั้งในและต่างประเทศแบบบูรณาการสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าถึงจำนวนคนรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศรวมไม่ต่ำกว่า ๗๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ครอบคลุมรายละเอียดดังต่อไปนี้		
	๑) จัดหาสื่อโทรทัศน์ในประเทศที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและได้รับการยอมรับ พร้อมมีจำนวนผู้ชมเฉลี่ยจำนวนมาก อาทิ ช่อง ๓ ช่อง ๕ ช่อง ๗ ช่อง ๙ ช่อง	๑๗,๐๖๖,๖๖๖.๖๗	บาท

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

อาคารสยามทาวเวอร์ชั้น 12F และ 26 เลขที่ 989 พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330
โทร. 02-694-6000 โทรสาร. 02-658-1411

TCEB Call Center 1105
www.tceb.or.th

FORM ADM-PUR17-1

- ไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง PPTV ช่อง TNN หรือช่องที่ได้รับการเห็นชอบจาก สสพ. เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือพิมพ์ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๕๐ ครั้ง
- ๒) จัดทำสื่อโฆษณากลางแจ้ง (Out of Home) ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่หนังสือพิมพ์ เป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า ๒ เดือน จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๑๒๐,๐๐๐ ครั้ง
- ๓) จัดทำสปู๊ปข่าวประชาสัมพันธ์ในประเทศเพื่อเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ และ/หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง TNN ช่องอมรินทร์ทีวี ช่อง ๓ หรือช่องทางสื่อที่ได้รับการเห็นชอบจาก สสพ. เป็นต้น จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๒๐ ครั้ง
- ๔) จัดทำ KOL หรือ Key Opinion Leader เพื่อนำเสนอแคมเปญสื่อสารอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายในประเทศเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๘ ครั้ง
- ๕) จัดทำสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศ อาทิ Facebook Youtube เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือพิมพ์ จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๒๔,๐๐๐,๐๐๐ Impressions
- ๖) จัดทำ Banner Ads และ Advertorial Ads เพื่อเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ในประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕ ครั้ง
- ๗) จัดทำสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศ หรือ สื่อโทรทัศน์ออนไลน์ต่างประเทศที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศครอบคลุมสื่อธุรกิจ และ/หรือ สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือพิมพ์ของ สสพ. ความยาว ๑๕ วินาที หรือความยาว ๓๐ วินาที หรือ ความยาว ๙๐ วินาที จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕๐ ครั้ง เพื่อให้เข้าถึงจำนวนคนรับรู้นี้ไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง
- ๘) จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ต่างประเทศ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศครอบคลุมสื่อธุรกิจ และ/หรือ สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ชิ้นงานโฆษณา หรือ เนื้อหาประชาสัมพันธ์ของ สสพ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- ๙) จัดทำสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ Facebook Youtube เป็นต้น เพื่อเผยแพร่หนังสือพิมพ์ของ สสพ. ความยาว ๓๐ วินาที และ/หรือ ๙๐ วินาที จำนวนรวมไม่ต่ำกว่า ๑๒,๐๐๐,๐๐๐ Impressions
- ๑๐) จัดทำสปู๊ปประชาสัมพันธ์ / สัมภาษณ์ / Banner Ads และ/หรือ VDO Ads และ/หรือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ต่างประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๔ ครั้ง

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 12 ปี และ 26 เลขที่ 989 พระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กทม. 10330
โทร. 02-694-6000 โทรสาร. 02-658-1411

TCEB Call Center 1105
www.tceb.or.th

FORM ADM-PUR17-1

<p>๓.๖ จัดทำรายงานประเมินผลการเผยแพร่สื่อและประเมินผลการรับรู้สื่อที่เผยแพร่ทั้งโครงการ พร้อมสรุปเป็นรายงานวิเคราะห์รายละเอียดชิ้นงานต่างๆ ที่เผยแพร่ การเผยแพร่สื่อทางช่องทางต่างๆ ผลการเผยแพร่ และผลการรับรู้จากการเผยแพร่สื่อ รวมถึงสรุปข้อเสนอแนะจากการเผยแพร่สื่อทั้งในและต่างประเทศทั้งโครงการ โดยจัดทำเป็นรูปแบบรายงานทั้งรูปเล่มและ Soft File พร้อมนำเสนอเป็นรูปแบบ PPT จำนวน ๑ รายงาน</p> <p>๓.๗ จัดเตรียมทีมงานและจัดหาผู้ประสานงานประจำ เพื่อดำเนินงานร่วมกับผู้ว่าจ้าง อย่างน้อย ๒ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงาน ค้นหา รวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานในการเผยแพร่สื่อต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>๓.๘ จัดทำรูปเล่มรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการ อาทิ รายละเอียดการดำเนินงาน การผลิตชิ้นงานต่างๆ การเผยแพร่สื่อต่างๆ จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์งานทั้งโครงการ อาทิ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ไฟล์การถ่ายทำ ไฟล์ เนื้อหาดิบ ไฟล์อาร์ตเวิร์คสำเร็จและที่สามารถแก้ไขได้ หนังสือลิขสิทธิ์เพลงและตัวแสดงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หลักฐานการเผยแพร่จริง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง บันทึกลงใน External Drive จำนวน ๓ ชุด</p>	<p>๑๗๓,๖๖๖.๖๗ บาท</p> <p>๕๖๓,๘๐๐.๐๐ บาท</p> <p>๒๒๔,๘๓๓.๓๓ บาท</p>
<p>๔. แหล่งที่มาของราคากลาง</p>	
<p>๔.๑ บริษัท เดอะ เทรนด์เซทเทอร์ จำกัด</p> <p>๔.๒ บริษัท แบงค์คอก ไรเตอร์ แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด</p> <p>๔.๓ บริษัท วี แบงค็อก จำกัด</p>	
<p>๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง</p> <p>นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา</p>	

หมายเหตุ ราคานี้เป็นราคาที่รวม VAT ๗%