



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการจัดทำแผนการตลาดเมืองจาก City DNA ภายใต้โครงการสนับสนุนโมซ์ซิตี้ และเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมือง จาก City DNA ภาคใต้ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา จ้างกิจกรรมการจัดทำแผนการตลาดเมืองจาก City DNA ภายใต้โครงการสนับสนุนโมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพใน การทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ภาคใต้ ด้วย วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๗๓๘,๓๐๐.๐๐ บาท (เจ็ดแสนสามหมื่นแปดพันสามร้อยบาทถ้วน)

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. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อ เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ
www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๖๒-๘๙๕-๙๒๙๔ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้า
มา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันพุธที่ ๑ มิถุนายน
๒๕๖๕ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล natthanicha_s@tceb.or.th หรือ
ช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ
นิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com
และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายสรายุโรจน์ สุทัศน์ชูโต)

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

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

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

1. ชื่อโครงการ สนับสนุนไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ภาคใต้

2. กิจกรรม : การจัดทำแผนการตลาดเมืองจาก City DNA (รหัสกิจกรรม: 3 - 65SR03001)

3. งบประมาณ

วงเงิน 700,000 บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่าย ในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล

สสพ. ได้ดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกับเมืองหลักในภูมิภาค 10 แห่ง คือ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น สงขลา นครราชสีมา พิษณุโลก อุดรธานี และสุราษฎร์ธานี เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เมืองเหล่านี้เป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับการจัดประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้าทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ซึ่งจากการดำเนินงานร่วมกันที่ผ่านมา มีความพยายามในการกำหนดจุดขายของเมืองต่างๆ ไม่ให้ทับซ้อนกัน เพื่อสร้างความหลากหลายของทางเลือกด้านจุดหมายปลายทางของการจัดประชุม อย่างไรก็ตาม สสพ. ในฐานะผู้พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ จึงมีความจำเป็นต้องสนับสนุนเมืองในการสร้างจุดขายที่ชัดเจน ทำให้ทุกภาคส่วนเห็นร่วม โดยจัดโครงการนำร่องเพื่อหาอัตลักษณ์ และพัฒนาจุดขายเมืองจากอัตลักษณ์นั้นของเมือง เพื่อให้การทำการตลาดเมืองมีความชัดเจน และสามารถพัฒนางานไมซ์ที่สอดคล้องกับจุดขาย ทำให้ไมซ์ช่วยเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัด สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนของพื้นที่อย่างแท้จริง

โครงการสนับสนุนไมซ์ซิตี้ และเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์ กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ภาคใต้ จึงมีความจำเป็นในการดำเนินการเพื่อที่จะนำผลการดำเนินการที่ผ่านมา ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ทั้งในแง่ธุรกิจและผลกระทบต่อชุมชน

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อจัดทำโครงการนำร่อง สร้างตัวอย่างการมองเมืองของตัวเองใหม่ ใช้จุดเด่น อันเป็นเป็นเอกลักษณ์มาพัฒนาจุดขายของจังหวัด และสร้างต้นแบบการพัฒนาเมือง MICE City ที่มีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ของเมือง

5.2 เพื่อพัฒนาแนวทางการตลาดเมือง Destination Marketing ที่เหมาะสมกับพื้นที่ เร่งลดอุปสรรคและมองหาโอกาสใหม่ด้านการตลาดเมืองให้แก่ไมซ์ซิตี้

5.3 เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตนโยบายไมซ์ของเมือง

5.4 เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีศักยภาพและมีความสนใจในการจัดประชุมและนิทรรศการได้มีโอกาสได้พบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

ลักษณะงานภายใต้โครงการต้องครอบคลุมขอบเขตงาน ดังนี้

6.1 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนดำเนินงานโครงการ โดยมีรายละเอียดการทำงานอย่างครบถ้วน ดังนี้

6.1.1 จัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และแผนการดำเนินงานสำรองในกรณีที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโรคอุบัติใหม่ที่ไม่คาดคิด โดยประสานงานระหว่าง สสพ. และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแผนสำรองดังกล่าวต้องใช้ได้จริงตรงตามวัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมของโครงการ

6.1.2 จัดทำแผนการส่งมอบงานตามกำหนดเวลาของโครงการ (Project Timeline) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

6.2 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของเมือง (City DNA) และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กับผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ดำเนินการ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานอย่างน้อย 3 พื้นที่ โดยพื้นที่ดำเนินการ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช กระบี่ หรือ จังหวัดที่มีศักยภาพในภาคใต้ อย่างน้อย 2 ครั้งต่อพื้นที่ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ทั้งนี้ในกรณีที่ไม่สามารถเดินทางข้ามพื้นที่ได้ ให้จัดประชุมฯ ผ่านโปรแกรมการประชุมออนไลน์ที่มีความเสถียรสูงแทน

6.3 นำเสนอแผนงานการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ (City DNA) ของทั้ง 3 จังหวัด โดยได้มีการสอบถามข้อมูล จากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

6.4 นำเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้อัตลักษณ์ของจังหวัดมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6.5 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนาจุดขาย (Unique Selling Point, USP) ในการทำการตลาดและการขายเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์เมือง Destination Marketing Campaign เป็นต้น

6.6 นำแผนการตลาดมาดำเนินการจัดทำเครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการตลาดและการประชาสัมพันธ์จังหวัดต่อไป

6.7 จัดทำ Campaign ทางการตลาดออนไลน์ สำหรับทั้ง 3 พื้นที่เพื่อดึงดูดให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ เดินทางไปในพื้นที่ที่ดำเนินการ

6.8 ผลิตชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย - อังกฤษ) ประกอบการจัดกิจกรรม ตามแผนส่งเสริมการตลาด อาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในรูปแบบเล่ม สำหรับทั้ง 3 พื้นที่ ภาษาไทย - อังกฤษ อย่างละ 100 เล่ม รวม 600 เล่ม และแบบดิจิทัล สำหรับทั้ง 3 พื้นที่ พื้นที่ละ 1 ภาษาไทย - 1 อังกฤษ E-book หรือ E-Brochure, วิดีทัศน์ที่มีความยาวประมาณ 3 นาที และสามารถตัดเป็นคลิปสั้นได้ตามต้องการ และ Artwork Key Visual สำหรับทั้ง 3 พื้นที่ พื้นที่ละ 1 แบบ สำหรับการเผยแพร่บนเว็บไซต์ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งแบบ Online - Offline ที่เหมาะสมตามแผนการตลาดของแต่ละพื้นที่ ทั้ง 3 พื้นที่ โดยจำนวนรวมชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา ไม่น้อยกว่า พื้นที่ละ 3 ชิ้นงาน

6.9 ผู้รับจ้างจะต้องผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม อาทิเช่น ค่าเบี้ยประชุมคณะกรรมการฯ ค่าเช่าห้องประชุม ค่าโปรแกรมการประชุมออนไลน์ ค่าวัสดุอุปกรณ์ประกอบการประชุม ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเอกสารประกอบการประชุม และอื่นๆ เป็นต้น

6.10 ผู้รับจ้างจะต้องสรุปผลการดำเนินงานโครงการฯ เพื่อจัดทำเป็นบทสรุปผู้บริหาร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมด้วยรายงานฉบับสมบูรณ์ และนำเสนอผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะกับสสปน. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

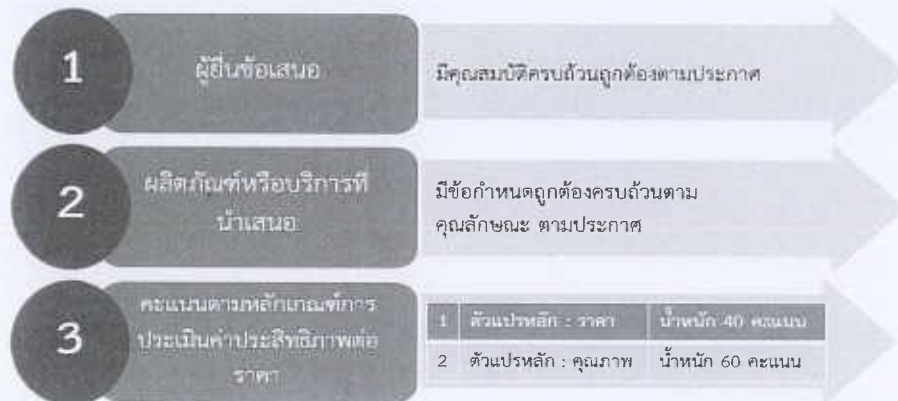
7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสปน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคาน้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ พิจารณาตามความเพียงพอของบุคลากร ความรู้ความสามารถของบุคลากร แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวมถึงความสามารถในการนำเสนอผลงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	20
ตัวแปรรองที่ 2	วิธีการที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์และการนำเสนอ พิจารณาตามความเหมาะสมของแผนงาน แนวทางและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ รวมไปถึงนำเสนอเครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล	40
ตัวแปรรองที่ 3	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ข้อมูลบริษัทการดำเนินธุรกิจ (Company Profile) ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ข้อมูลอ้างอิงที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา	25
ตัวแปรรองที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	15
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

8.3 สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่ยื่นเสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

240 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสป. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ	สิ่งที่ใช้ในการส่งมอบ
1	รายงานเบื้องต้น (Inception Report ประกอบด้วย 1 แผนการดำเนินการและขั้นตอนอย่างเป็นระบบ 2 แผนการส่งมอบงานตามกำหนดเวลา (Project Timeline) 3 แนวคิด เทคนิค วิธี ที่ได้รับการยอมรับในการทำแผนการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ (City DNA) 4 บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	ภายใน 45 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา	1. รายงาน 1 เล่ม 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb drive จำนวน 1 ชิ้น
2	รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ประกอบด้วย 1. รายงานการดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ทั้ง 3 จังหวัด 2. ร่างแผนการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ 3. ภาพถ่ายกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา	1. รายงาน 4 เล่ม ประกอบด้วย รายงานรวม 1 เล่ม และ รายงานผลรายจังหวัด จังหวัดละ 1 เล่ม 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb drive จำนวน 3 ชิ้น
3	รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย 1. รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 2. รายงานฉบับสมบูรณ์เกี่ยวกับผลการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ทั้ง 3 จังหวัด พร้อมข้อเสนอแนะ 3. ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 6.8	ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา	1. รายงาน 4 เล่ม ประกอบด้วย รายงานรวม 1 เล่ม และ รายงานผลรายจังหวัด จังหวัดละ 1 เล่ม 2. ไฟล์รายงาน และไฟล์งานทั้งหมดบันทึกใน Thumb drive จำนวน 3 ชิ้น 3. ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย - อังกฤษ) ตามแผนการตลาดของแต่ละพื้นที่ ทั้ง 3 พื้นที่ โดยจำนวนรวมชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา ไม่น้อยกว่า พื้นที่ละ 3 ชิ้นงาน

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 45 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่ออากรแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมปี 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ

สสพน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

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

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพน. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสพน. และ สสพน. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่ หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. ข้อเสนอสิทธิ์

สสพ. ขอเสนอสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอราคาที่เกิดขึ้นจากกรณีนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

18. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบต่อความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของ ผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. สสพ. ขอเสนอสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน
4. สสพ. ขอเสนอสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.
5. สสพ. ขอเสนอสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวณัฐนิชชา สิงห์ระอุดม

ผู้จัดการอาวุโส สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้

Email: natthanitcha_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 2037

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	การสนับสนุนโมซ์ซิตีในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภูมิภาคใต้		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร			700,000 บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	25 เม.ย. 65	เป็นเงิน	738,300 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ค่าจัดทำแผนงานการตลาด	167,633	บาท
3.2	ค่าจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)	131,967	บาท
3.3	ค่านำเสนอแผนงานการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ (City DNA) และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้อัตลักษณ์ของจังหวัดมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น	82,033	บาท
3.4	ค่าจัดทำนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนาจุดขาย (Unique Selling Point, USP)	82,033	บาท
3.5	ค่าจัดทำนำแผนการตลาดมาดำเนินการจัดทำเครื่องมือทางการตลาด (6.6)	89,167	บาท
3.6	ค่าผลิตชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย - อังกฤษ)	139,100	บาท
3.7	ค่าจัดทำบทสรุปผู้บริหาร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และรายงานฉบับสมบูรณ์ พร้อมนำเสนอผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ	46,367	บาท

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

- 4.1 บริษัท ทูมอร์โรว์ (ไทยแลนด์) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
- 4.2 บริษัท บีม เอเจนซี จำกัด
- 4.3 บริษัท ครีเอทีฟ พอยท์ แอต จำกัด (สำนักงานใหญ่)

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวณัฐภูมิชชา สิงห์บุระอุดม ผู้จัดการอาวุโส สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้
