



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ภายใต้โครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ภายใต้โครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๕๖๘,๙๐๐.๐๐ บาท (สี่ล้านห้าแสนหกหมื่นแปดพันเก้าร้อยบาทถ้วน)

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 ๖ มกราคม ๒๕๖๖ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๔๖๐๐๐ ต่อ ๖๔๔๖ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม Zoom Meeting ในวันศุกร์ที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๖๖ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [supawong\\_k@tceb.or.th](mailto:supawong_k@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๖๕ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

**ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE)**  
**สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)**  
**หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา**  
**(วงเงินเกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)**

---

**๑. ชื่อโครงการ**

ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า

**๒. ชื่อกิจกรรม**

กิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ

**๓. งบประมาณ**

วงเงิน ๔,๔๕๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านสี่แสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

**๔. หลักการและเหตุผล**

โครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า ประจำปี ๒๕๖๖ เป็นมาตรการสนับสนุน รวมถึงการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ แก่ผู้ประกอบการในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมไมซ์และในธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น สร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศอย่างปลอดภัย ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปยังทุกภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วย การสนับสนุนการจัดประชุมขององค์กร (Meetings) และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) รวมถึงการสนับสนุนจัดประชุมวิชาการในประเทศ (Convention) เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีในด้านต่างๆ กระจายไปสู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือกับหน่วยงานภาคีที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้ยั่งยืนต่อไป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจและสังคม และต่ออุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศเป็นวงกว้าง ส่งผลให้ องค์กร หน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน ยังคงชะลอการจัดกิจกรรมไมซ์เนื่องจากคำนึงถึงความปลอดภัยต่อการแพร่ระบาดของโรค การกระตุ้นตลาดผ่านการให้สนับสนุนงบประมาณของ สสพ. เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศ อันจะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพความพร้อมของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ ตลอดจนความปลอดภัยได้มาตรฐาน รวมถึงกิจกรรมที่สามารถจัดได้ระหว่างที่มีการจัดประชุม หรือสัมมนา ครอบคลุมในทุกพื้นที่ของประเทศไทย การวางกลยุทธ์โครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า สำหรับกิจกรรมการจัดประชุมองค์กรและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (MI) จะช่วยกระตุ้นและฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจภายในประเทศได้เร็วยิ่งขึ้น เพื่อให้การสื่อสารการตลาดและ

ประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล และเพื่อเน้นย้ำการดำเนินงานตามพันธกิจของ สสปน. ที่มุ่งเน้นการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศ จึงจำเป็นต้องจัดจ้างผู้ดำเนินกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ เพื่อกำหนดแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการแบบบูรณาการ สร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดกิจกรรมแถลงข่าว การจัดกิจกรรม Roadshow และ Workshop เกี่ยวกับโครงการฯ เพื่อพัฒนาเครือข่ายเป้าหมายในพื้นที่ ๔ ภูมิภาคของประเทศไทย รวมถึงสร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วมโครงการผ่านช่องทางสื่อ Offline อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุทัศน์และผ่านช่องทางสื่อ Online ในรูปแบบสื่อดิจิทัล อาทิ Social Media, Website ต่างๆ และจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์โครงการและทำการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ตามที่กำหนด เพื่อให้โครงการ/กิจกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้แผนงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในเวลาที่กำหนด

## ๕. วัตถุประสงค์

- ๕.๑ เพื่อพัฒนาเครื่องมือสร้างการรับรู้และพัฒนาเครือข่ายเป้าหมายทั่วประเทศเกี่ยวกับโครงการฯ
- ๕.๒ เพื่อดำเนินการสร้างการรับรู้และพัฒนาเครือข่ายเป้าหมายทั่วประเทศ เกี่ยวกับโครงการฯ

## ๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินกิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการฯ สำหรับกิจกรรมการจัดประชุมองค์กรและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (MI) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ๖.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๖.๑.๑ แผนการดำเนินการตามขอบเขตงานตามกำหนดเวลา (Project Timeline)

๖.๑.๒ แผนการส่งมอบงานและสิ่งที่ต้องส่งมอบงาน

๖.๑.๓ บุคลากรและหน้าที่ความรับผิดชอบ

๖.๑.๔ แผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และแผนการดำเนินงานสำรองในกรณีที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโรคอุบัติใหม่ หรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด โดยประสานงานระหว่าง สสปน. และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแผนสำรองดังกล่าวต้องใช้ได้จริงตรงตามวัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมของโครงการ

๖.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการแบบบูรณาการ (Holistic communication strategy) สำหรับโครงการฯ เชื่อมโยงกับการใช้ระบบ Thai MICE Connect โดยนำเสนอ Creative strategy ที่มีความสดใหม่ น่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น นำเสนอชื่อที่ใช้เรียกแคมเปญนี้ให้มีความเป็นปัจจุบันและสะท้อนวัตถุประสงค์ mood & tone พร้อมจัดทำ Communication strategy ในการสื่อสาร เช่น Key message หลักและรอง ออกแบบและพัฒนาเครื่องมือสร้างการรับรู้ (communication tools) และพัฒนาเครือข่ายเป้าหมายทั่วประเทศเกี่ยวกับโครงการฯ เชื่อมโยงกับการใช้ระบบ Thai MICE Connect (แพลตฟอร์มที่เป็นเครื่องมือในการขอรับการสนับสนุน) ทั้งนี้รวมถึงการวางแผนการใช้สื่อ Media strategy & Digital



marketing strategy สำหรับช่องทางการสื่อสารทั้งแบบ Offline เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุทัศน์ การจัดกิจกรรม Road show ทั่วประเทศ และแบบ Online เช่น Digital, Social Media, Website เป็นต้น พร้อมระบุตัวชี้วัด และระยะเวลาดำเนินกิจกรรมที่จะต้องส่งมอบงานโดยละเอียด จำนวน ๑ ฉบับ

๖.๓ สื่อวิทยุทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้ โครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า ที่มีเนื้อหาครอบคลุม ดังนี้

๑) จัดทำวิทยุทัศน์ส่งเสริมโครงการฯ จำนวน ๑ ชิ้นงาน โดยมีความยาวประมาณ ๓ - ๕ นาที และสามารถตัดเป็นคลิปสั้นได้ตามต้องการ

๒) จัดทำวิทยุทัศน์ส่งเสริมการใช้งานผ่านระบบ www.thaimiceconnect.com (Motion graphic) จำนวน ๑ ชิ้นงาน โดยมีความยาวประมาณ ๑ - ๒ นาที

๓) จัดทำวิทยุทัศน์ที่นำเสนอขั้นตอนการขอรับสนับสนุนผ่านระบบ www.thaimiceconnect.com (Motion graphic) จำนวน ๑ ชิ้นงาน โดยมีความยาวประมาณ ๑ - ๒ นาที

๖.๔ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโบรชัวร์ ซึ่งประกอบด้วยการจัดทำเนื้อหา ออกแบบและหาภาพ/กราฟิกประกอบ พร้อมจัดทำไฟล์ในรูปแบบ soft file และพิมพ์เป็นเอกสารสำหรับประชาสัมพันธ์แบบ ๔ สี จำนวน ๒,๐๐๐ ชุด

๖.๕ สื่อดิจิทัลในรูปแบบป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ (Website Banner / Google Display Network: GDN) ที่นำเสนอขั้นตอน เงื่อนไข หลักเกณฑ์ขอรับสนับสนุน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน

๖.๖ จัดทำสื่อตกแต่งภายในและภายนอกอาคารในรูปแบบต่างๆ เพื่อใช้ในการโฆษณาและทำกิจกรรมการตลาด เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์แนวตั้ง/แนวนอน (Roll up/ X-Banner/ Backdrop/ Pillar/ Panel และหรือป้ายกองโจร) จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน

๖.๗ ผู้รับจ้างต้องดำเนินกิจกรรมการตลาดออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานดังต่อไปนี้

๖.๗.๑ ดำเนินการบริหารจัดการพื้นที่บน Search Engine หน้าเพจโครงการฯ บนเว็บไซต์ Thai MICE Connect (www.thaimiceconnect.com) ให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด (Search Engine Optimization) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และขึ้นหน้าแรกของ web search engine ในอันดับ TOP 5 ในช่วงเวลาที่มีการประชาสัมพันธ์โครงการฯ พร้อมทั้งมีการ Boost post ข่าวสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ

๖.๗.๒ ดำเนินการสร้างการรับรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook/ Instagram / Twitter / YouTube channel / Line Official Account และสื่อ social media อื่นๆ ที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย โดยปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูล จำนวนไม่น้อยกว่า ๗๐๐,๐๐๐ views

๖.๘ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้และพัฒนาเครือข่ายเป้าหมายทั่วประเทศเกี่ยวกับโครงการฯ โดยกำหนดพื้นที่การจัดกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมายร่วมกับ สสปน. และจัดให้มีกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

*Nimanta S.*

๖.๘.๑ จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้ในรูปแบบกิจกรรม Road Show ร่วมกับกิจกรรมแถลงข่าว หรือ Group interview ในพื้นที่ที่จัด Roadshow พร้อมออกแบบกิจกรรมแนะนำโครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า ร่วมกับการแถลงข่าว ภาคละ ๒ พื้นที่ ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) และภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละครั้ง ไม่น้อยกว่า ๘๐ คน โดยมีการจัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรม ตกแต่งสถานที่ อาหารว่างและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงจัดหาพิธีกร วิทยากร และ Testimonial บรรยายให้ข้อมูล จัดทำคำกล่าว และจัดให้มีนักข่าวจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ คน หรือ Group Interview จำนวน ๕ - ๑๐ คน ที่เป็นสื่อชั้นนำในพื้นที่และในประเทศไทย

๖.๙ จัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน ๑ ครั้ง สำหรับผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๘๐ คน โดยให้มีการจัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรม ตกแต่งสถานที่และอาหารว่างและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และจัดให้มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการจัดงาน รวมถึงจัดหาพิธีกร วิทยากร และคำกล่าวสำหรับผู้บริหาร

๖.๑๐ จัดทำช่างภาพนิ่ง และช่างภาพวิดีโอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน เพื่อถ่ายภาพตลอดการจัดกิจกรรม พร้อมจัดทำคลิปไฮไลท์ภาพรวมการจัดกิจกรรม ความยาว ๓ - ๕ นาที และวิดีโอทัศน์สรุปภาพรวมทั้งโครงการ พร้อมส่งมอบไฟล์วิดีโอต้นฉบับ (Footage) ทั้งหมด

๖.๑๑ จัดทำรายงานการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการทุกสิ้นเดือน

๖.๑๒ จัดทำรายงานผลการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และประเมินผลการสร้างการรับรู้ ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการฯ

๖.๑๓ ผู้รับจ้างต้องจัดหาอุปกรณ์และวัสดุ รวมทั้งแต่งตั้งทีมปฏิบัติงานซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติงานให้แก่ผู้ว่าจ้าง อีกทั้งผู้รับจ้างจะต้องใช้ความรู้ความชำนาญในวิชาชีพ ตลอดจนระมัดระวังและมีความขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานที่ได้รับ

๖.๑๔ การดำเนินงานทุกขั้นตอน ต้องเป็นการดำเนินงานภายใต้ New-normal เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและสถานที่จัดกิจกรรมทั้งหมด

๖.๑๕ ดำเนินการจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการฯ รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และเอกสารนำเสนอ (PowerPoint) โดยส่งมอบหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมแล้ว

๖.๑๖ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๗ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

## ๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

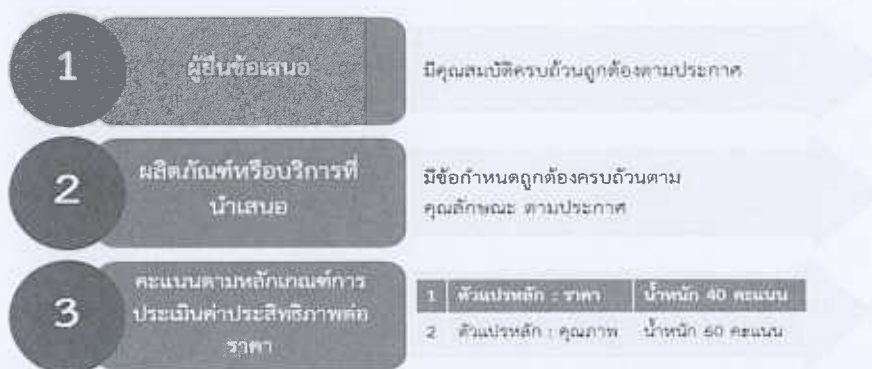
(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

**๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ**

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนัก
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร ๒ แปร		คะแนน
ตัวแปรที่ ๑	การพิจารณาด้านราคา	๔๐
ตัวแปรที่ ๒	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	๖๐
รวม		๑๐๐

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๖ อย่างชัดเจน

*Nimmata S.*



ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ พิจารณาตามความเพียงพอของบุคลากร ความรู้ความสามารถของบุคลากร แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวมถึงความสามารถในการนำเสนอผลงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	๓๕
ตัวแปรรองที่ ๒	วิธีการที่ใช้ในการดำเนินงาน และการนำเสนอ พิจารณาตามความเหมาะสมของแผนงาน แนวทางและวิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการนำเสนอการก่อสร้างการรับรู้ในสื่อต่างๆ	๕๐
ตัวแปรรองที่ ๓	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ข้อมูลบริษัทการดำเนินธุรกิจ (Company Profile) ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ข้อมูลอ้างอิงลูกค้าและประสบการณ์ในการดำเนินงาน	๑๕
ตัวแปรรองที่ ๔	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม (Understanding) พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้	๑๐
รวม		๑๐๐

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง 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 ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

ภายใน ๓๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา



## ๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องทำการส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงาน ตลอดทั้งโครงการ ตามขอบเขตงานข้อ ๖ โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน ๒ ชุด พร้อมทั้งส่งมอบ Thumb Drive จำนวน ๒ ชุด ที่บรรจุไฟล์ รายงานและ ส่งมอบกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๖.๒	ภายใน ๓๐ วัน นับถัด จากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องทำการส่งมอบรายงานความคืบหน้าการทำงาน ครั้งที่ ๑ (1 <sup>st</sup> Progress report) โดยจัดทำรายงานสรุปผลในรูปแบบเอกสารพิมพ์สี ภาษาไทย จำนวน ๒ ชุด พร้อมทั้งส่งมอบ External Hard Disk จำนวน ๑ ชุด ที่บรรจุไฟล์รายงาน และชิ้นงานที่เกิดขึ้น ประกอบด้วย ๑) ชิ้นงานตามการดำเนินงานตามข้อ ๖.๓ - ๖.๖ ๒) ภาพถ่ายและวิดีโอทัศน์ของแต่ละกิจกรรมที่ได้ดำเนินการเสร็จสิ้น	ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องทำการส่งมอบรายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) ในรูปแบบเอกสารพิมพ์สี จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวม ส่งมอบไฟล์ต้นฉบับของชิ้นงาน หลักฐานการเผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด ภาพถ่ายและวิดีโอทัศน์ตลอดโครงการ และไฟล์รายงาน ตามขอบเขตงาน ข้อ ๖.๑๐ - ๖.๑๓ และ ๖.๑๕ บันทึกลงใน SSD External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๓๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

## ๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

*Nimmit S.*

## ๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

## ๑๓. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่ออกรแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อค่าอกรแสดมปี ๑ บาท

## ๑๔. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

## ๑๕. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

## ๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้างที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ผู้ว่าจ้างและผู้ว่าจ้าง มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

## ๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

## ๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์

*Nirmita S.*

ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากกรณีนี้เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

#### ๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

#### หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ ผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ดีที่สุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน

๔. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของผู้ว่าจ้าง

๕. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

#### ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นายศุภวงศ์ เกื้อสังข์

ตำแหน่ง ผู้ปฏิบัติการอาวุโส สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ  
ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Email: supawong\_k@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๔๔๖





สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	โครงการประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า กิจกรรมการตลาดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และกระตุ้นการเข้าร่วม โครงการของกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	สำนักฯ ภาคกลางและภาคตะวันออก		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		4,450,000.00	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	30/11/2565	เป็นเงิน	4,568,900.00 บาท
	ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ		(รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)	
3.1	ค่าจัดทำแผนการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการ		53,500.00	บาท
3.2	ค่าจัดทำกลยุทธ์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการแบบบูรณาการ วาง แผนการใช้สื่อทั้งแบบ Offline และ Online		53,500.00	บาท
3.3	ค่าจัดทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้ โครงการประชุมเมืองไทย		292,466.67	บาท
3.4	ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโบรชัวร์		53,500.00	บาท
3.5	ค่าจัดทำสื่อดิจิทัลในรูปแบบป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์		53,500.00	บาท
3.6	ค่าจัดทำสื่อตกแต่งภายในและภายนอกอาคารในรูปแบบต่างๆ		192,600.00	บาท
3.7	ค่าดำเนินกิจกรรมการตลาดออนไลน์		716,900.00	บาท
3.8	ค่าจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้ในรูปแบบกิจกรรม Road Show ร่วมกับ กิจกรรมแถลงข่าว หรือ Group interview ในพื้นที่ที่จัด Roadshow		2,514,500.00	บาท
3.9	ค่าจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ในกรุงเทพมหานคร		406,600.00	บาท
3.10	ค่าจัดหาช่างภาพนิ่ง และช่างภาพวิดีโอ พร้อมจัดทำคลิปไฮไลท์ และวีดิทัศน์ สรุปภาพรวมทั้งโครงการ		124,833.33	บาท
3.11	ค่าจัดทำรายงานการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตลอดระยะเวลา ดำเนินโครงการทุกสิ้นเดือน		28,533.33	บาท
3.12	ค่าจัดทำรายงานผลการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และประเมินผลการสร้าง การรับรู้ ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการฯ		46,366.67	บาท



3.13 ค่าจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการฯ รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และเอกสารนำเสนอ (PowerPoint) 32,100.00 บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 บริษัท อัลตรา สตรีม จำกัด

4.2 บริษัท เอ พับลิซิตี จำกัด

4.3 บริษัท อีเว้นท์ แพลทอริ จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นายศุภวงศ์ เกื้อสังข์