



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวตราค่าจ้างดำเนินการโครงการส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges
สำหรับตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ ด้วยวิธีประกวตราค่าอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวตราค่าจ้างดำเนินการโครงการส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges สำหรับตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ ด้วยวิธีประกวตราค่าอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาากลางของงานจ้าง ในการประกวตราค่าครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๘๘๗,๔๐๓.๓๒ บาท (สี่ล้านแปดแสนแปดหมื่นเจ็ดพันสี่ร้อยสามบาทสามสิบสองสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินการโครงการส่งเสริมการ	จำนวน	๑	งาน
ตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย			
Thailand MICE Privileges			
สำหรับตลาดต่างประเทศและ			
ตลาดในประเทศ			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวตราค่าอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวตราค่าอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำ

การอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราช

บัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๕๔ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นิตยหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒๕ ในวันพุธที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ sarita_c@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๘ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๘

ประกาศ ณ วันที่ ๒๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายสรายุโรจน์ สุทัศน์ชูโต)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE: TOR)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)

๑. ชื่อโครงการ

โครงการส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges สำหรับตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ

๒. ชื่อกิจกรรม

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges สำหรับตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ

๓. งบประมาณ

๔,๖๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านหกแสนบาทถ้วน) ราคาดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว)

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดงานเชิงธุรกิจ และยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางมูลค่าสูงแห่งเอเชีย หรือ High Value-Added Destination ให้กับนักเดินทางธุรกิจจากทั่วโลก โดยได้ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Thailand MICE Privileges โดยร่วมมือกับบริษัท วิซ่า ผู้นำการให้บริการชำระเงินดิจิทัลระดับโลก และหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ มอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ผ่านบัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card ซึ่งเป็นบัตรชำระเงินวิซ่าสำหรับธุรกิจแบบเติมเงิน ที่ถูกออกแบบมาเพื่อกลุ่มนักเดินทางธุรกิจทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย รวมถึงผู้ประกอบการ SME ที่มาพร้อมกับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหาร หอพัก โรงแรม ตัวเครื่องบิน บริการรถลีมูซีน สปา บริการรับฝากหรือจัดส่งสัมภาระที่สนามบิน บริการขนส่ง การเดินทาง ร้านอาหารและบริการจากสถานที่จัดงาน ตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ รวมทั้งผู้ถือบัตรยังได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษต่างๆ จาก สสปน. ด้วย ในการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น โดยค่าธรรมเนียมบัตร Thailand MICE VISA Prepaid Card จำนวน ๓๕๐ บาทต่อใบ (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)

สสปน. ได้กำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์สำคัญ ปี ๒๕๖๘ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการใช้ไมซ์เสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจ และพิชิตอันดับจุดหมายปลายทางไมซ์แห่งเอเชีย ดำเนินกลยุทธ์ 3S – Stay Longer, Spend More, See You Again เพิ่มขีดความสามารถไมซ์สร้างรายได้เข้าประเทศ โดยกระตุ้นระยะเวลาพำนักของนักเดินทางไมซ์ในประเทศไทยให้นานขึ้น (Stay Longer) กระตุ้นการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ให้มากขึ้น (Spend More) และกระตุ้นให้นักเดินทางไมซ์กลับมาประเทศไทยอีกครั้ง (See You Again) ซึ่งบัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card นับเป็นผลิตภัณฑ์ไมซ์ ที่ออกแบบมาเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ 3S ของ สสปน. เพื่อตอบโจทย์นักเดินทางธุรกิจ ทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย มาพร้อมกับสิทธิพิเศษ



มากมาย ที่จะทำให้ให้ทริปธุรกิจสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และมีประสบการณ์ที่ดี กระตุ้นการใช้จ่าย และขยายระยะเวลาพำนักรในประเทศไทยมากขึ้น

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านกลไกการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยเพิ่มความประทับใจในการได้รับสิทธิประโยชน์ และมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ กระตุ้นให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์เพิ่มการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนักรในประเทศไทยมากขึ้น เพิ่มค่าใช้จ่าย/คน/ทริป

๕.๒ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในศักยภาพของประเทศไทยในฐานะ MICE Destination เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนักเดินทางไมซ์เกิดความเชื่อถือ และมีความมั่นใจในการเดินทางมางานในประเทศไทย

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดทำโครงการ สสพ. จึงได้กำหนดรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้ผู้รับจ้างดำเนินการตามขอบเขตการจ้าง ดังต่อไปนี้

๖.๑ ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges สำหรับตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ โดยโฟกัสกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ เพื่อสร้างปริมาณการรับรู้และยอดการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ตามเป้าหมายที่ สสพ. กำหนด

๖.๒ ดำเนินการส่งข่าวประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ และกลุ่มเป้าหมายในประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card

๖.๓ ดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ โดยเป็นสื่อด้านอุตสาหกรรมไมซ์ การท่องเที่ยวและอีเว้นท์ ธุรกิจ เศรษฐกิจและสังคม

๖.๔ ดำเนินการจัดทำเนื้อหาของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card โดยจัดทำเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ของสสพ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงานต่อเดือน ตลอดระยะเวลาโครงการ

๖.๕ ดำเนินการจัดหาผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในเชิงธุรกิจจากผู้ใช้สื่อออนไลน์ จำนวน ๓ ราย เพื่อดำเนินการสื่อสารและสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges ในรูปแบบ VDO ผ่านทางช่องทางออนไลน์ของ Influencer โดย Influencer ที่นำเสนอต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ Followers โดยรายชื่อผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ต้องได้รับความเห็นชอบจากสสพ. ก่อน

๖.๖ ดำเนินการจัดทำเนื้อหาและอาร์ตเวิร์ค Electronic Direct Mail จำนวน ๕ ชิ้นงาน โดยจัดทำเป็นภาษาอังกฤษ และจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เพื่อจัดส่ง Electronic Direct Mail ให้ผู้ลงทะเบียนบัตร เพื่อรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ สิทธิพิเศษต่างๆของโครงการฯ และกิจกรรมต่างๆ จากสสพ. โดยส่งจำนวน ๕ ครั้ง (๑ ครั้งต่อเดือน)



๖.๗ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของโครงการฯ ที่เหมาะสม จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้นงาน โดยเป็นภาษาอังกฤษไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้นงาน และภาษาไทยไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้นงาน เช่น Digital Banner, Infographic เป็นต้น

๖.๘ ออกแบบและจัดทำหน้า Landing Page ของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card โดยจัดทำเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์หลักของสสปน.

๖.๙ ออกแบบและผลิตโรลอัพ/Standee เพื่อประชาสัมพันธ์บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges จำนวน ๔ ชิ้นงาน โดยเป็นภาษาอังกฤษ ๒ ชิ้นงาน และภาษาไทย ๒ ชิ้นงาน

๖.๑๐ จัดทำวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges ทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ จำนวน ๒ คลิป แบ่งเป็นภาษาไทย ความยาวไม่เกิน ๒ นาที จำนวน ๑ คลิป และภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน ๒ นาที จำนวน ๑ คลิป เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งต่างประเทศและในประเทศ ให้รับรู้สิทธิประโยชน์ของบัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card

๖.๑๑ จัดงาน Press Briefing กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges จำนวน ๑ ครั้ง กำหนดการจัดงานเป็นไปตามที่สสปน.กำหนด โดยการจัดงานประกอบด้วย

- จัดหาและนำเสนอสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการจัดงาน ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ คน
- ประสานงานและเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ เพื่อเผยแพร่ข่าว กิจกรรมดังกล่าว โดยครอบคลุมสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ อาทิ สื่อสายการ ท่องเที่ยวและอีเว้นท์ สื่อสายธุรกิจ เศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น โดยรายชื่อสื่อต้องได้รับความเห็นชอบจากสสปน. ก่อน
- จัดเตรียมอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม สำหรับสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ คน
- ดำเนินการจัดหาและจัดเตรียมของที่ระลึก สำหรับมอบให้แก่สื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้น
- จัดหาพิธีกรที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินรายการ สำหรับการจัดกิจกรรม ทั้งหมด พร้อมเตรียมบทพิธีกร บทสัมภาษณ์ และอื่น ๆ
- ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดงาน โดยจัดเตรียมช่างภาพนิ่ง จำนวน ๑ คน และจัดเตรียมช่างภาพวิดีโอเก็บภาพบรรยากาศของงาน จำนวน ๑ คน ตลอดการจัด กิจกรรม

๖.๑๒ ออกแบบและผลิตบูธเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ขนาด ๓x๓ เมตร เพื่อประชาสัมพันธ์บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges จำนวน ๒ บูธ และดำเนินการออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges ในงานไมซ์/อีเว้นท์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง พร้อมจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประจำบูธที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คนต่อครั้ง

S. W.

๖.๑๓ จัดหาเจ้าหน้าที่ให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการฯ ประสานงาน และรับเรื่องกรณีเกิดปัญหา ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ คน ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ โดยปฏิบัติงาน ณ สถานที่ของผู้รับจ้าง

๖.๑๔ ดำเนินการบริหารจัดการโครงการฯ ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่สสพ. กำหนดไว้ โดยมีปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Impression)

๖.๑๕ ผู้รับจ้างต้องยึดหลักในการจัดการข้อมูลตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ดังนี้

๖.๑๕.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้างให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๕.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัย สำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

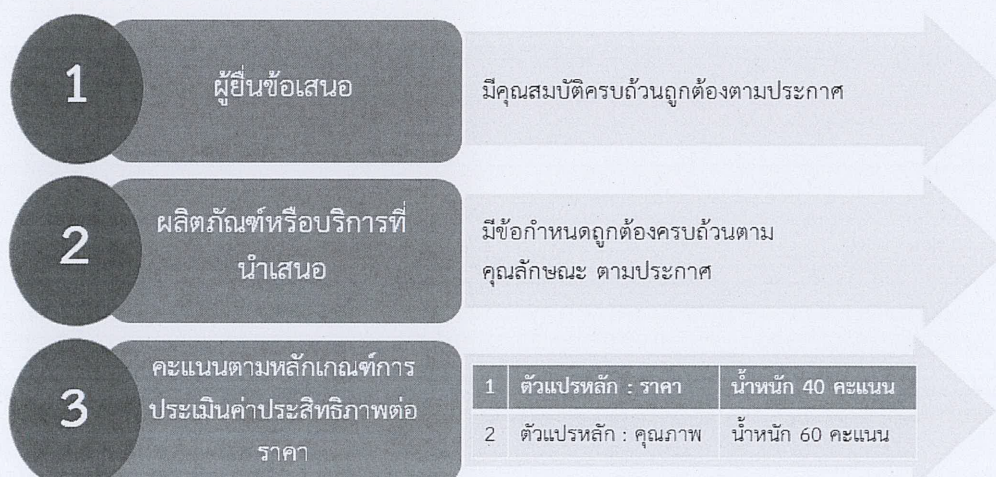
๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

ตามมาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐
- (๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้



Signature

หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก ๒ ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ ๔๐ และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ ๖๐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

ตัวแปรที่ ๑: การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคานำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการ (ตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๖.) อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒: การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา																								
ตัวแปรรองที่ ๑	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ (๒๐ คะแนน) การบริหารจัดการโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และตอบโจทย์การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด แบ่งออกเป็น ๑.๑ พิจารณาจากสามารถนำขอบเขตของงานที่กำหนดไว้มาจัดทำเป็นแผนงานและวิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินงานได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากที่สุด (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>แผนการดำเนินงานไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร</td><td>๑-๒</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง</td><td>๓-๔</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ พอใช้</td><td>๕-๖</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน</td><td>๗-๘</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดและระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากที่สุด</td><td>๙-๑๐</td></tr> </tbody> </table> ๑.๒ พิจารณาจากมีความเข้าใจวัตถุประสงค์และรายละเอียดของการดำเนินงาน (๕ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ แต่ไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร</td><td>๑</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ แต่ควรมีการปรับปรุง</td><td>๒</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ พอใช้</td><td>๓</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน</td><td>๔</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด</td><td>๕</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	แผนการดำเนินงานไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร	๑-๒	แผนการดำเนินงานเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๓-๔	แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ พอใช้	๕-๖	แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน	๗-๘	แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดและระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากที่สุด	๙-๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ แต่ไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร	๑	แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ แต่ควรมีการปรับปรุง	๒	แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ พอใช้	๓	แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน	๔	แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
แผนการดำเนินงานไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร	๑-๒																								
แผนการดำเนินงานเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๓-๔																								
แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ พอใช้	๕-๖																								
แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน	๗-๘																								
แผนการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดและระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากที่สุด	๙-๑๐																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ แต่ไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร	๑																								
แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ แต่ควรมีการปรับปรุง	๒																								
แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ พอใช้	๓																								
แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน	๔																								
แผนการดำเนินงานแสดงถึงความเข้าใจวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ มากที่สุด	๕																								



๑.๓ สามารถนำเสนอแผนและวิธีดำเนินงานถูกต้องครบถ้วนตามขอบเขตของงาน (TOR) (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
แผนการดำเนินงานมีความครบถ้วนตามขอบเขตงาน (TOR) แต่ไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร	๑
แผนการดำเนินงานมีความครบถ้วนตามขอบเขตงาน (TOR) แต่ควรมีการปรับปรุง	๒
แผนการดำเนินงานมีความครบถ้วนตามขอบเขตงาน (TOR) และสามารถดำเนินงานได้พอใช้	๓
แผนการดำเนินงานมีความครบถ้วนตามขอบเขตงาน (TOR) ดี และระบุรายละเอียดชัดเจน	๔
แผนการดำเนินงานมีความครบถ้วนตามขอบเขตงาน (TOR) ดีที่สุด และระบุรายละเอียดชัดเจน มีประสิทธิภาพ	๕

ตัวแปรครั้งที่ ๒

การบริหารจัดการโครงการฯ และการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด พิจารณาจากการนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (๓๕ คะแนน)

๒.๑ การวางแผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์

การจัดทำแผนการสื่อสาร (Communication Plan) ของกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Thailand MICE Privileges เพื่อประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ โดยโฟกัสกลุ่มตลาดเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
กลยุทธ์ในการสื่อสาร เหมาะสมกับโครงการ เพียงเล็กน้อย	๑
กลยุทธ์ในการสื่อสารเหมาะสมกับโครงการแต่สามารถปรับปรุงได้	๒
กลยุทธ์ในการสื่อสารเหมาะสมกับโครงการดี	๓
กลยุทธ์ในการสื่อสารเหมาะสมกับโครงการดีและชัดเจน	๔
กลยุทธ์ในการสื่อสารเหมาะสมกับโครงการดีและชัดเจนดีมาก ตรงกลุ่มเป้าหมาย	๕

๒.๒ การส่งข่าวประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
แผนการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับโครงการ และไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร	๑
แผนการประชาสัมพันธ์เหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๒
แผนการประชาสัมพันธ์เหมาะสม และสามารถดำเนินงานได้พอใช้	๓
แผนการประชาสัมพันธ์ดี ระบุรายละเอียดชัดเจน และตรงกลุ่มเป้าหมาย	๔
แผนการดำเนินงานเหมาะสมได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงกลุ่มเป้าหมาย และเหมาะสมกับสถานการณ์มากที่สุด	๕

๒.๓ การซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ เพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
แผนการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ ไม่เหมาะสมกับโครงการ และไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร	๑
แผนการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ เหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๒
แผนการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ เหมาะสม และสามารถดำเนินงานได้พอใช้	๓
แผนการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ดี ระบุรายละเอียดชัดเจน และตรงกลุ่มเป้าหมาย	๔
แผนการซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์เหมาะสมได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับสถานการณ์มากที่สุด	๕

S. Lu.

๒.๔ การจัดหาผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในเชิงธุรกิจจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อดำเนินการสื่อสาร สร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
กลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์โดยผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ไม่เหมาะสมกับโครงการ และไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร	๑
กลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์โดยผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๒
กลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์โดยผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เหมาะสม และสามารถดำเนินงานได้พอใช้	๓
กลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์โดยผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ดี ระบุรายละเอียดชัดเจน และตรงกลุ่มเป้าหมาย	๔
กลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์โดยผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) เหมาะสมที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับสถานการณ์มากที่สุด	๕

๒.๕ พิจารณาจากแผนงานการออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการตลาด Thailand MICE Privileges ในงานไมซ์/อีเว้นท์ และการนำเสนอแผนกิจกรรมในบูธ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนงานการออกบูธเหมาะสมกับแนวคิดเพียงเล็กน้อย	๑
นำเสนอแผนงานการออกบูธเหมาะสมกับแนวคิด พอสมควร	๒
นำเสนอแผนงานการออกบูธเหมาะสมกับแนวคิด และชัดเจน	๓
นำเสนอแผนงานการออกบูธเหมาะสมกับแนวคิด ชัดเจน และมีความคิดสร้างสรรค์	๔
นำเสนอแผนงานการออกบูธเหมาะสมกับแนวคิด ชัดเจน มีความคิดสร้างสรรค์ และเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์	๕

๒.๖ การจัดทำเนื้อหา, Artwork และจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เพื่อจัดส่ง Electronic Direct Mail ให้ผู้ที่ลงทะเบียนบัตร เพื่อรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆ จาก สสพ. (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
กลยุทธ์การออกแบบและจัดทำเนื้อหา และการจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เหมาะสมกับโครงการ เพียงเล็กน้อย	๑
กลยุทธ์การออกแบบและจัดทำเนื้อหา และการจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เหมาะสมกับโครงการ แต่สามารถปรับปรุงได้	๒
กลยุทธ์การออกแบบและจัดทำเนื้อหา และการจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เหมาะสมกับโครงการดี	๓
กลยุทธ์การออกแบบและจัดทำเนื้อหา และการจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เหมาะสมกับโครงการดีและชัดเจน	๔
กลยุทธ์การออกแบบและจัดทำเนื้อหา และการจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail เหมาะสมกับโครงการดีและชัดเจนดีมาก	๕

S. 6m

๒.๗ การจัดทำเนื้อหาของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card เพื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ของสสบน. (๒ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
กลยุทธ์การจัดทำเนื้อหา และแผนการประชาสัมพันธ์ เหมาะสม และสามารถดำเนินงานได้พอใช้	๑
กลยุทธ์การจัดทำเนื้อหา และแผนการประชาสัมพันธ์เหมาะสมได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจน มีประสิทธิภาพ ตรงกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับสถานการณ์มากที่สุด	๒

๒.๘ การจัดหาเจ้าหน้าที่ให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการฯ ประสานงานที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (๓ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
การจัดหาเจ้าหน้าที่ให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ไม่เหมาะสมกับโครงการเท่าที่ควร	๑
การจัดหาเจ้าหน้าที่ให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) สามารถดำเนินงานได้ พอใช้ และระบุรายละเอียดชัดเจน	๒
การจัดหาเจ้าหน้าที่ให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) สามารถดำเนินงานได้ดีที่สุด ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์มากที่สุด	๓

ตัวแปรรองที่ ๓

การจัดงาน Press Briefing ของโครงการฯ (๑๕ คะแนน)

การนำเสนอรูปแบบการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานทั้งหมด แบ่งออกเป็น

๓.๑ การนำเสนอภาพรวมการจัดงาน และการนำเสนอแผนผังการจัดงาน (Floor Plan) (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอรูปแบบการจัดงาน และแผนผังการจัดงานไม่เหมาะสมกับแนวคิด และวัตถุประสงค์ของโครงการ	๐
นำเสนอรูปแบบการจัดงาน และแผนผังการจัดงานเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๒
นำเสนอรูปแบบการจัดงานเหมาะสมกับแนวคิด และแผนผังการจัดงานพอใช้	๓
นำเสนอรูปแบบการจัดงานเหมาะสมกับแนวคิดได้ดี และแผนผังการจัดงานมีความเหมาะสม และคล่องตัว	๔
นำเสนอรูปแบบการจัดงานเหมาะสมกับแนวคิดได้ดีมาก มีความคิดสร้างสรรค์สวยงามดีที่สุดในแผนผังการจัดงานดีมาก มีความเหมาะสม คล่องตัว สวยงาม และตอบโจทย์ของโครงการได้ดีที่สุด	๕

๓.๒ การเชิญสื่อมวลชน (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
กลยุทธ์และแผนการเชิญสื่อมวลชน ไม่เหมาะสมกับโครงการ และไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร	๑
กลยุทธ์และแผนการเชิญสื่อมวลชน เหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	๒
กลยุทธ์และแผนการเชิญสื่อมวลชน เหมาะสม และสามารถดำเนินงานได้พอใช้	๓
กลยุทธ์และแผนการเชิญสื่อมวลชน ดี ระบุรายละเอียดชัดเจน และตรงกลุ่มเป้าหมาย	๔
กลยุทธ์และแผนการเชิญสื่อมวลชน เหมาะสมดีที่สุดในรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ ตรงกลุ่มเป้าหมาย	๕

S. In

๓.๓ การนำเสนอกำหนดการ ลำดับพิธีการของงานฯ ที่เหมาะสมและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนองานไม่เหมาะสมกับแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการจัดงาน	๐
นำเสนองานเหมาะสมกับแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการจัดงานพอสมควร	๑
นำเสนองานเหมาะสมกับแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการจัดงานได้ชัดเจน	๒
นำเสนองานเหมาะสมกับแนวคิด มีความคิดสร้างสรรค์ และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมงาน	๓
นำเสนองานเหมาะสมกับแนวคิด มีความคิดสร้างสรรค์ ระบุรายละเอียดชัดเจนมีประสิทธิภาพ และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมงาน	๔

ตัวแปรตอนที่ ๔

ความคิดสร้างสรรค์ (๒๐ คะแนน)

๔.๑ การออกแบบงานกราฟฟิก สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เช่น Digital Banner, Electronic Direct Mail (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
สื่อประชาสัมพันธ์เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของโครงการเพียงเล็กน้อย	๑
สื่อประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแนวคิดพอใช้	๒
สื่อประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแนวคิดดี	๓
สื่อประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับแนวคิดดี และมีความคิดสร้างสรรค์	๔
สื่อประชาสัมพันธ์เหมาะสมเหมาะสมกับแนวคิดดีที่สุด มีความคิดสร้างสรรค์ และสวยงาม	๕

๔.๒ การนำเสนอรูปแบบการจัดทำวีดิทัศน์เพื่อนำเสนอข้อมูลแนวคิดของโครงการฯ มีวิธีการเล่าเรื่องของเนื้อหาที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมและน่าสนใจ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนองานไม่เหมาะสมกับข้อมูลแนวคิดของโครงการฯ	๐
นำเสนองานเหมาะสมกับข้อมูลแนวคิดของโครงการฯ พอสมควร	๑
นำเสนองานเหมาะสมกับข้อมูลแนวคิดของโครงการฯ และชัดเจน	๒
นำเสนองานเหมาะสมกับข้อมูลแนวคิดของโครงการฯ ชัดเจน และมีความคิดสร้างสรรค์	๓
นำเสนองานเหมาะสมกับข้อมูลแนวคิดของโครงการฯ ชัดเจน มีความคิดสร้างสรรค์ และเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์และกลุ่มเป้าหมาย	๔

๔.๓ การออกแบบหน้า Landing Page ของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card เพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์หลักของสสพ. (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอการออกแบบหน้า Landing Page เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาของโครงการเพียงเล็กน้อย	๑
นำเสนอการออกแบบหน้า Landing Page เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาโครงการพอใช้	๒
นำเสนอการออกแบบหน้า Landing Page เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาโครงการดี	๓
นำเสนอการออกแบบหน้า Landing Page เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาโครงการดี และมีความคิดสร้างสรรค์	๔
นำเสนอการออกแบบหน้า Landing Page เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหาโครงการดีที่สุด มีความคิดสร้างสรรค์ และสวยงาม	๕

S. Lu

	๔.๔ การออกแบบบูธประชาสัมพันธ์บัตร Thailand MICE Visa Prepaid Card ที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมและน่าสนใจ (๕ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	นำเสนอรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์โครงการฯ แต่ไม่เหมาะสมกับแนวคิด	๑
	นำเสนอรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์โครงการฯ เหมาะสมกับแนวคิดพอใช้	๒
	นำเสนอรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์โครงการฯเหมาะสมกับแนวคิดดี	๓
	นำเสนอรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์โครงการฯเหมาะสมกับแนวคิด มีความสวยงามและตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการดี	๔
	นำเสนอรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์โครงการฯได้ครบถ้วน เหมาะสมกับแนวคิด มีความสวยงามแปลกใหม่ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและมีความคิดสร้างสรรค์ที่สุด	๕
ตัวแปรที่ ๕	ความพร้อมและประสบการณ์ (๑๐ คะแนน)	
	พิจารณาจากความพร้อมและผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ อันได้แก่ ข้อมูลบริษัทการดำเนินธุรกิจ (Company Profile) ประสบการณ์ผลงานการทำงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยมีผลงานการทำงานการสื่อสารการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานรัฐหรือเอกชน โดยแสดงหลักฐานเป็นสำเนาหนังสือรับรองผลงาน ดังนี้	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	มีผลงานการทำงานการสื่อสารการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า ๑ ล้านบาท	๑-๒
	มีผลงานการทำงานการสื่อสารการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า ๓ ล้านบาท	๓-๔
	มีผลงานการทำงานการสื่อสารการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า ๕ ล้านบาท	๕-๖
	มีผลงานการทำงานการสื่อสารการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า ๗ ล้านบาท	๗-๘
	มีผลงานการทำงานการสื่อสารการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า ๙ ล้านบาท	๙-๑๐

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

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

๘.๓ สสพ.น. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลังข้อ ๘๓ (๒))

กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก



๘.๔ ในกรณีที่ผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคามากกว่า ๓ รายขึ้นไป สสปน. จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคตามที่แนบมาในระบบ e-GP เป็นอันดับแรก จากนั้นอาจพิจารณาเลือกผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคาที่ได้คะแนนสูงสุด ๓ อันดับแรก เสนอข้อเสนอทางเทคนิค (Present) ตามความเหมาะสมอีกครั้งหรืออาจพิจารณาเลือกผู้ชนะจากเอกสารในคราวนั้นเลยขึ้นกับความเหมาะสม

๙. ระยะเวลาดำเนินการกิจกรรมตามสัญญา

ภายในระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย รายงานแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานในข้อ ๖.ทั้งหมด พร้อมระยะเวลาการดำเนินการ (Timeline) ตามแผนการดำเนินงาน และรายงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ โดยจัดพิมพ์ในรูปแบบรายงานเข้าเล่ม (สี) เป็นภาษาไทย จำนวน ๓ ฉบับ พร้อมบันทึกเป็น Soft File ลงในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) จำนวน ๓ ชุด	ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย รายงานความคืบหน้าการดำเนินโครงการ พร้อมผลการดำเนินงานปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงเริ่มโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๕๐,๐๐๐ การรับรู้ (Impression) จัดพิมพ์ในรูปแบบรายงานเข้าเล่ม (สี) เป็นภาษาไทย จำนวน ๓ ฉบับ พร้อมบันทึกเป็น Soft File ลงในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) จำนวน ๓ ชุด	ภายในระยะเวลา ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าการดำเนินโครงการ พร้อมผลการดำเนินงานปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงเริ่มโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Impression) จัดพิมพ์ในรูปแบบรายงานเข้าเล่ม (สี) เป็นภาษาไทย จำนวน ๓ ฉบับ พร้อมบันทึกเป็น Soft File ลงในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) จำนวน ๓ ชุด	ภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปการดำเนินโครงการ ตามขอบเขตงานในข้อ ๖.ทั้งหมด พร้อมผลการดำเนินงานปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงเริ่มโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Impression) จัดพิมพ์ในรูปแบบรายงานเข้าเล่ม (สี) เป็นภาษาไทย จำนวน ๓ ฉบับ พร้อมบันทึกเป็น Soft File ลงในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) จำนวน ๓ ชุด	ภายในระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

S. In.

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

สสพ. กำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานในแต่ละครั้งเสร็จสิ้นและครบถ้วนตามขอบเขตดำเนินงานที่กำหนด โดยแบ่งการชำระเงินค่าจ้าง เป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ สสพ. กำหนดจ่ายเงิน ร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น

งวดที่ ๒ สสพ. กำหนดจ่ายเงิน ร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น

งวดที่ ๓ สสพ. กำหนดจ่ายเงิน ร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น

งวดที่ ๔ สสพ. กำหนดจ่ายเงิน ร้อยละ ๔๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น

ทั้งนี้ กำหนดการจ่ายค่าจ้างในแต่ละงวดจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับ สสพ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาจ้าง

๑๓. อากรแสตมป์

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

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานเสร็จสิ้น

๑๕. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนนั้นได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สสพ. แล้ว การที่ สสพ. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าว นั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพ้นหน้าที่ตามสัญญานี้ และ สสพ. จะยังคงต้องรับผิดชอบความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วน โดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ สสพ. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิ สสพ. ในการบอกเลิกสัญญา

๑๖. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น

๑๗. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงาน รวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสพ. และ สสพ. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมด ของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ โดยผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ



สร้างสรรค์ตามขอบเขตงานและกำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ สสพ. ไม่ว่าจะ เป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือ เป็นสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ. ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้นหากไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

๑๘.การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัดและต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

หมายเหตุ:

- (๑) ผลการตัดสินใจของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
- (๒) สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
- (๓) สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่มีกรรมการ ผู้ถือหุ้น พนักงานประจำ ซึ่งเคยเป็นพนักงานของ สสพ. ที่พ้นสภาพไม่เกิน ๒ ปี (ทั้งนี้ผู้ที่เข้ายื่นเสนอราคาต้องแสดงบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น และ/หรือ แสดงหนังสือรับรองยืนยันไม่มีผู้เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย)
- (๔) หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน
- (๕) สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้า และ/หรือ ภายหลังการตัดสินใจของ สสพ.
- (๖) สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจาก หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่:

นางสรिता จินตกานนท์

ตำแหน่ง ผู้เชี่ยวชาญ

อีเมล: sarita_c@tceb.or.th โทรศัพท์: ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๕๔, ๐๖๔-๙๓๒-๔๖๓๙



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	ส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand MICE Privileges สำหรับตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ผู้เชี่ยวชาญ		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		4,600,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	2 เมษายน 2568	เป็นเงิน	4,887,403.32 บาท
ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ		(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)	
3.1	ค่าจัดทำวางแผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์	224,700.00	บาท
3.2	ค่าส่งข่าวประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ออนไลน์ และโฆษณาออนไลน์ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ต่างประเทศ และกลุ่มเป้าหมายในประเทศ	1,731,616.67	บาท
3.3	ค่าออกแบบงานกราฟฟิก จัดทำอาร์ตเวิร์ค จัดทำเนื้อหา และผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	477,933.33	บาท
3.4	ค่าจัดหาผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ที่มีความน่าเชื่อถือ มี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในเชิงธุรกิจ จำนวน 3 ราย x 123,050.00 บาท	369,150.00	บาท
3.5	ค่าออกแบบ จัดทำเนื้อหา และจัดทำหน้า Landing Page ประชาสัมพันธ์โครงการฯ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	242,533.33	บาท
3.6	ค่าจัดทำวิดีโอทัศน์ประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตัดต่อและ คอมพิวเตอรืกราฟฟิก ภาษาอังกฤษและภาษาไทย จำนวน 2 คลิป x 196,166.67 บาท	392,333.33	บาท

3.7	ค่าจัดทำเนื้อหา, อาร์ตเวิร์ค และจัดหาระบบส่ง Electronic Direct Mail จำนวน 5 ครั้ง x 17,476.67 บาท	87,383.33	บาท
3.8	ค่าจัดงาน Press Briefing	334,553.33	บาท
3.9	ค่าออกแบบและผลิตบูธเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ประชาสัมพันธ์ขนาด 3x3 เมตร จำนวน 2 บูธ x 45,475.00 บาท และดำเนินการออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ โครงการฯ จำนวน 15 ครั้ง x 41,016.67 บาท	706,200.00	บาท
3.10	ค่าตอบแทนเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ 1 คน จำนวน 6 เดือน x 53,500.00 บาท	321,000.00	บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

- | | |
|-----|-------------------------------------|
| 4.1 | บริษัท วินเทอร์ อีเจนซี จำกัด |
| 4.2 | บริษัท เอเมทเวิร์คส์ จำกัด |
| 4.3 | บริษัท ทรีดีเอสอินเตอร์แอคทีฟ จำกัด |

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสรिता จินตกานนท์ ผู้เชี่ยวชาญ