



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดการจัดงาน World Influencer Summit ภายใต้โครงการผลักดัน Soft
Power ไทย ผ่านเครือข่าย World Influencer Network
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างดำเนินการจัดการจัดงาน World Influencer Summit ภายใต้โครงการผลักดัน Soft Power ไทย ผ่านเครือ
ข่าย World Influencer Network ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการ
ประกวดราคาค้างนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑๕,๖๖๖,๓๕๕.๓๐ บาท (สิบห้าล้านบาทหกแสนหกหมื่นหกพันสามร้อยห้าสิบบาท
สามสิบสตางค์) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่น
ข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นที่ไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่
ระหว่างเวลา น. ถึง น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา
๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ ลงวันที่
พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวัน
เสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th ทั้งนี้ หาก
ต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ
นิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด ภายในวันที่
ในเวลาราชการ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดัง
กล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่

ประกาศ ณ วันที่ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายสุวิทย์ บุณยนาท)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

รักษาการแทนผู้อำนวยการ สสปน.

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

๑. ชื่อโครงการ ผลักดัน Soft Power ไทยผ่านเครือข่าย World Influencer Network

๒. ชื่อกิจกรรม การจัดงาน World Influencer Summit

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๑๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีบทบาทและพันธกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานไมซ์ ได้แก่ การจัดประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ การจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ เพื่อกระจายรายได้ และกระตุ้นสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมเชิงบวกให้กับประเทศ โดยมุ่งเน้นดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล เพื่อช่วยกระตุ้นและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 นี้ การขับเคลื่อน Soft Power ของประเทศไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในสายตานานาชาตินับเป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวธุรกิจทั่วโลกเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อเรียนรู้ และสัมผัส Soft Power ของประเทศไทย ที่ถือเป็นประสบการณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ไทย (Authentic Experience) ตามแนวทางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์

สสปน. เล็งเห็นประโยชน์ในการผลักดัน Soft Power ของประเทศไทย เพื่อเตรียมความพร้อมในการสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมไมซ์ งานเทศกาลและงานอีเวนต์ โดยมุ่งเน้นส่งเสริมด้าน Soft Power ของประเทศไทย เพื่อสร้างรายได้ ขยายโอกาสด้วยการใช้นวัตกรรมและแนวปฏิบัติใหม่ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลผ่านกลยุทธ์การใช้ Influencer ระดับนานาชาติ และผู้มีอิทธิพลทางด้านความคิดในแต่ละสาขา มาให้ความรู้ ความเข้าใจ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับบุคลากร ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถนำศาสตร์ของ Influencer ไปเป็นทักษะสำคัญในการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ พร้อมผลักดัน Soft Power ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ตอกย้ำศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์ระดับโลกตามนโยบายสำคัญของรัฐบาล



ประธานคณะกรรมการ



๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงาน บุคลากรในประเทศให้มีความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารซอฟต์แวร์ของชาวไทย โดยเรียนรู้ผ่านทักษะการสื่อสารจาก Influencer ระดับนานาชาติ

๕.๒ เพื่อดึงหรือยกระดับงานประชุมนานาชาติระดับโลกด้านซอฟต์แวร์เข้าสู่ประเทศไทย และส่งเสริมการเป็นเจ้าของภาพต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมระดับนานาชาติ

๕.๓ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์และซอฟต์แวร์ระดับโลก และสร้างเครือข่ายในการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ของชาวไทย

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องทำความเข้าใจรายละเอียดวัตถุประสงค์โครงการ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของประเทศไทยทั้ง ๑๔ สาขา แนวโน้มและทิศทางกลุ่ม Influencer และ Content Creator ในยุคปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ พร้อมจัดทำแผนการดำเนินงานจัดงาน World Influencer Summit ทั้งโครงการจำนวน ๑ แผนงาน

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอชื่อการจัดงาน World Influencer Summit ที่เหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงาน และรูปแบบการจัดงาน พร้อมออกแบบโลโก้จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดกิจกรรมแนะนำการเป็น Influencer / Content Creator เบื้องต้นในรูปแบบออนไลน์ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้บุคคลทั่วไปมีความสนใจในการเป็น Influencer / Content Creator โดยครอบคลุมรายละเอียดดังนี้

- ๖.๓.๑ รับผิดชอบในการจัดทำเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อาทิ กำหนดการ รายละเอียดเนื้อหา รวมถึงเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม
- ๖.๓.๒ รับผิดชอบในการเชิญและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมโดยครอบคลุมพื้นที่เมืองไมซ์ซิตี้ไม่ต่ำกว่า ๕ พื้นที่ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ คน
- ๖.๓.๓ นำเสนอหัวข้อและรายละเอียดในการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและใช้ประโยชน์ได้จริง
- ๖.๓.๔ มี Influencer/Content Creator และ/หรือ ผู้ที่เชี่ยวชาญด้าน Influencer/Content Creator และ/หรือ ผู้ที่เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรม Soft Power เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒ ท่าน



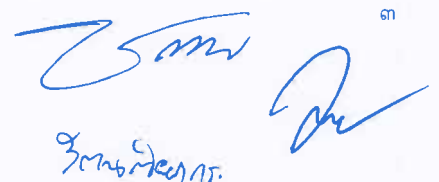
โชนศิริภน.



๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดงาน World Influencer Summit (ชื่องานตามข้อ ๖.๒) จำนวน ๑ ครั้ง โดยใช้พื้นที่ภายในงาน THACCA SPLASH สำหรับผู้เข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ คน โดยครอบคลุมรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- ๖.๔.๑ รับผิดชอบในการจัดทำเอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน อาทิ กำหนดการ แบบตอบรับเข้าร่วมงาน ใบลงทะเบียน ไฟล์นำเสนอต่างๆ เอกสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการจัดงาน เป็นต้น
- ๖.๔.๒ ดำเนินการเชิญ Influencer/Content Creator ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศและในประเทศ มานำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางและที่พัก จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๔ คน
- ๖.๔.๓ นำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและน่าสนใจ อาทิ การเสวนา (Panel Discussion) เกี่ยวกับ Influencer/Content Creator และ Soft Power กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กิจกรรมนำเสนอผลงานด้าน Soft Power จาก Influencer/Creator ทั้งในและต่างประเทศ กิจกรรมมอบรางวัลหรือของที่ระลึกให้แก่ Influencer/Content Creator
- ๖.๔.๔ จัดเตรียมของที่ระลึกให้แก่ Influencer/Content Creator จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๔ ชิ้น
- ๖.๔.๕ จัดเตรียมระบบลงทะเบียนเข้างานที่เก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน พร้อมจำนวนผู้เข้าร่วมงาน
- ๖.๔.๖ จัดให้มีการถ่ายทอดผ่านช่องทางออนไลน์ตลอดการจัดงาน
- ๖.๔.๗ ดำเนินการเชิญ Influencer/Content Creator ในประเทศเข้าร่วมงาน
- ๖.๔.๘ ออกแบบและดำเนินการผลิตโครงสร้างและตกแต่งเวที จัดเตรียมระบบ แสง สี เสียงที่เหมาะสมในการจัดงาน รวมถึงผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานเพื่อให้การจัดงานเกิดความสมบูรณ์แบบที่สุด อาทิ วิดิทัศน์ความยาวไม่ต่ำ ๓๐ วินาที หรือที่เหมาะสมกับการใช้งาน สื่อนำเสนอบนเวที สื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน เป็นต้น
- ๖.๔.๙ จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วมงานให้เพียงพอกับจำนวนคนเข้าร่วมงาน
- ๖.๔.๑๐ จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับวิทยากร สื่อมวลชน จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ ชิ้น
- ๖.๔.๑๑ จัดหาทีมช่างภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ ทีม เพื่อเก็บภาพตลอดงาน
- ๖.๔.๑๒ จัดหาผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์สามารถพูดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑ คน
- ๖.๔.๑๓ จัดเตรียมทีมงานประจำหน้าที่ต่างๆ ให้เพียงพอต่อการจัดงาน อาทิ ต้อนรับ ลงทะเบียนเข้างาน บริหารจัดการคิวและลำดับคิวเวทีต่างๆ ดูแลแขก VIP ดูแลและจัดที่นั่งให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ดูแลอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

๓


วิมลวิมลกร

๖.๔.๑๔ จัดทำรายงานสรุปผลการจัดงาน World Influencer Summit (ซึ่งงานตามข้อ ๖.๒)

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำช่องทางในการสร้างเสริมประสบการณ์ Soft Power ไทยร่วมกัน สำหรับ Influencer/Content Creator มีอาชีพและ Influencer/Content Creator หน้าที่ใหม่ที่เข้าร่วมงาน World Influencer Summit (ซึ่งงานตามข้อ ๖.๒) หรือผู้ที่สนใจ จำนวน ๑ ช่องทาง โดยจะต้องเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสาร กระจ่ายข่าวสารเกี่ยวกับ Soft Power ประชาสัมพันธ์งานต่างๆ รวมถึงกิจกรรมด้าน Soft Power งาน Festival ที่เกี่ยวข้อง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานตลอดทั้งโครงการ ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ตามข้อ ๖.๒-๖.๔ เพื่อให้เข้าถึงจำนวนคนรับรู้ไม่ต่ำกว่า ๖,๕๐๐,๐๐๐ Views ครอบคลุมการดำเนินงาน ดังนี้

- ๖.๖.๑ จัดทำและวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้การดำเนินงานทั้งโครงการ ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ โดยแบ่งเป็นก่อนงาน ระหว่างงาน และหลังงาน จำนวน ๑ แผนงาน
- ๖.๖.๒ ออกแบบและผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งโครงการ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น
- ๖.๖.๓ จัดทำเนื้อหาและผลิตสื่อสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น
- ๖.๖.๔ เผยแพร่เนื้อหาการจัดกิจกรรมต่างๆ การดำเนินโครงการ เนื้อหา Soft Power และงานเฟสต่างๆ ในแต่ละ Soft Power ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย และสื่อของ Influencer/Content Creator ที่เข้าร่วมงานทั้งในและต่างประเทศ
- ๖.๖.๕ จัดทำรายงานสรุปผลการผลิตและเผยแพร่สื่อทั้งโครงการ

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในการจัดเตรียมทีมงานและจัดหาผู้ประสานงานโครงการ เพื่อดำเนินงานร่วมกับ สสบน. อย่างน้อย ๑ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงาน ค้นหา รวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานการดำเนินงานทั้งโครงการ

๖.๘ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของ สสบน. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล



30/4/2567



๖.๙ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการ อาทิ สรุปข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ รายละเอียดการจัดกิจกรรมต่างๆ การผลิตและเผยแพร่ชิ้นงานต่างๆ โดยรวบรวมเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ข้อมูล ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ และคลิปการเผยแพร่จริง บันทึกลง External Drive จำนวน ๒ ชุด

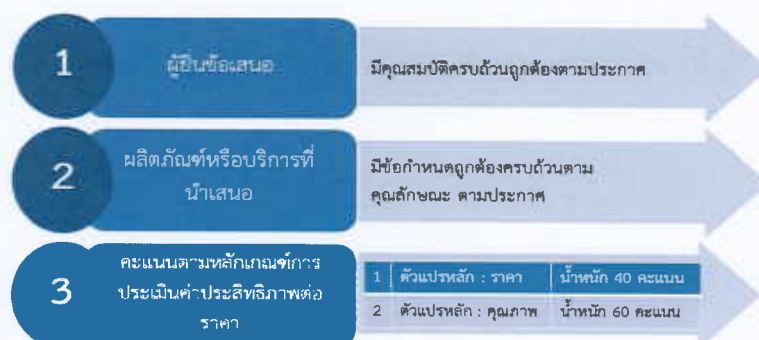
๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



๒
รัตนพิชญกร.

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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนักคะแนน
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร ๒ แปร		
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

ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนนของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

ตัวแปร	การพิจารณา/น้ำหนักคะแนน	
ตัวแปรที่ ๑	การนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ (๑๐ คะแนน)	
	พิจารณาจากการนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ	๐
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการเพียงเล็กน้อย	๒
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการ	๕
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการมากและมีความชัดเจน	๖
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการมากและมีความชัดเจนมาก	๘
	กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเหมาะสมกับโครงการมากและมีความชัดเจนมากที่สุด	๑๐



วิมลสินกร.



ตัวแปรรองที่ ๒

การนำเสนอแนวคิดและรูปแบบในการดำเนินงาน (๓๐ คะแนน)

๒.๑) พิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดในการดำเนินงานที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ และเหมาะสมกับกิจกรรมตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖.๓ โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับกิจกรรม	๐
บริษัทที่นำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับโครงการได้ดีเป็นอันดับที่ ๔	๔
บริษัทที่นำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับโครงการได้ดีเป็นอันดับที่ ๓	๖
บริษัทที่นำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับโครงการได้ดีเป็นอันดับที่ ๒	๘
บริษัทที่นำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับโครงการได้ดีเป็นอันดับที่ ๑	๑๐

๒.๒) พิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดในการดำเนินงานที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ และเหมาะสมกับกิจกรรมตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖.๔ โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับกิจกรรม	๐
บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๔
บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการ ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖
บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘
บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการ ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐

๒.๓) พิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดในการดำเนินงานที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ และเหมาะสมกับกิจกรรมตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖.๕ โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดที่มีความสร้างสรรค์และเหมาะสมกับกิจกรรม	0

[Handwritten signature]

30.6.2025.

	บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๕
	บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการ ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖
	บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘
	บริษัทที่นำเสนอรูปแบบและวิธีการดำเนินงานทั้งโครงการ ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐

ตัวแปรรองที่ ๓	การวางแผนการผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อ พร้อมการเลือกใช้ Influencer/Content Creator ทั้งโครงการ (๒๐ คะแนน) ๓.๑) พิจารณาจากแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อที่เหมาะสม โดยจัดอันดับการให้คะแนน ดังนี้ (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อ</td><td>๐</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔</td><td>๕</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓</td><td>๖</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒</td><td>๘</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑</td><td>๑๐</td></tr></table> ๓.๒) พิจารณาจากการเลือกใช้ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรม (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรม</td><td>๐</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔</td><td>๕</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓</td><td>๖</td></tr><tr><td>บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒</td><td>๘</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อ	๐	บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๕	บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖	บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘	บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรม	๐	บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๕	บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖	บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘
ความหมาย	ระดับคะแนน																						
ไม่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อ	๐																						
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๕																						
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖																						
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘																						
บริษัทที่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐																						
ความหมาย	ระดับคะแนน																						
ไม่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรม	๐																						
บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๕																						
บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖																						
บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรมได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘																						

	บริษัทที่มีการนำเสนอ Influencer/Content Creator ในแต่ละกิจกรรม ได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐
ตัวแปรรองที่ ๔	ความพร้อมและประสบการณ์ทำงาน (๒๐ คะแนน)	
	๔.๑) พิจารณาจากประสบการณ์ด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีประสบการณ์ด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์	๐
	มีประสบการณ์ด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ที่มีผู้เข้าร่วมงาน ๕๐๐ คนขึ้นไป โดยมีวิทยากรเป็นคนในประเทศ	๔
	มีประสบการณ์ด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ที่มีผู้เข้าร่วมงาน ๕๐๐ คนขึ้นไป โดยมีวิทยากรเป็นคนในประเทศและต่างประเทศ	๖
	มีประสบการณ์ด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ที่มีผู้เข้าร่วมงาน ๑,๐๐๐ คนขึ้นไป โดยมีวิทยากรเป็นคนในประเทศ	๘
	มีประสบการณ์ด้านการจัดงานประชุมและสัมมนาทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ที่มีผู้เข้าร่วมงาน ๑,๐๐๐ คนขึ้นไป โดยมีวิทยากรเป็นคนในประเทศและต่างประเทศ	๑๐
	๔.๒) พิจารณาจากการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับการจัดงานและกิจกรรมต่างๆ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการความเสี่ยง	๐	
มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๔	๔	
มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๓	๖	
มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๒	๘	
มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ ๑	๑๐	

2

5/11/2565

ธนดิศณ.

ตัวแปรครั้งที่ ๕	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและอุตสาหกรรมไม้ (๒๐ คะแนน)	
	๕.๑) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและพันธกิจของ สสป. (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป.	๐
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. น้อยที่สุด	๒
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. น้อย	๔
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. ปานกลาง	๖
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. มาก	๘
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. มากที่สุด	๑๐
	๕.๒) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้	๐
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้น้อยที่สุด	๒
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้น้อย	๔
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ปานกลาง	๖
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้มาก	๘
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้มากที่สุด	๑๐

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไปจึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๘.๓ สสป. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ตัวแปรรองที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๘.๕ ในกรณีที่ผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคามากกว่า ๓ รายขึ้นไป สสป. จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคตามที่แนบมาในระบบ e-GP เป็นอันดับแรก จากนั้นอาจพิจารณาเลือกผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคาที่ได้



๑๐

วิมลฉัตร



คะแนนสูงสุด ๓ อันดับแรก เชนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค (Present) ตามความเหมาะสมอีกครั้ง หรืออาจพิจารณาเลือกผู้ชนะจากเอกสารในครานั้นเลยขึ้นกับความเหมาะสม

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๒๔๐ วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรูปเล่มรายงานแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ ๖.๑ จำนวน ๑ เล่ม และในรูปแบบ Soft File พร้อมบันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ ๖.๔ และส่งมอบรายงานการดำเนินงานตามข้อ ๖.๔.๑๔ ในรูปแบบรูปเล่มรายงานจำนวน ๒ ชุด และบันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานส่วนที่เหลือให้ครบทั้งโครงการ และส่งมอบรายงานการดำเนินงานทั้งหมดตามข้อ ๖.๑๑ ในรูปแบบรูปเล่มรายงานจำนวน ๒ ชุด และบันทึกลงใน External Drive จำนวน ๒ ชุด	ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวดดังนี้

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

๑๑.๒ งวดที่ ๒ สสปน. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๓ งวดที่ ๓ สสปน. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น



๓๓๓
3๓๓๓๓๓

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทาง สสปน. จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสดมปี ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสปน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ สสปน. เสร็จสิ้น

๑๕. การยกเลิก

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

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของ สสปน. ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล


๑๒
รัตนฉัตร

๑๘. ขอสงวนสิทธิ์

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

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สสพ. แล้ว การที่ สสพ. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ สสพ. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิ สสพ. ในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ สสพ.

๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

๖. การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้ จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อได้รับการอนุมัติโครงการจากคณะกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ และได้รับจัดสรรงบประมาณจากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ สสพ. ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว สสพ. สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

- ชื่อผู้ติดต่อ : ๑. นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา
 ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
 Email: somkamon_r@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖
๒. นางสาวดิลกา ต้นประสาทปริญญา
 ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
 Email: dilakar_t@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๘๑



๑๔

รศ.ดร.ดิลกา

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑.	ชื่อโครงการ	กิจกรรมการจัดงาน World Influencer Summit ภายใต้โครงการ ผลักดัน Soft Power ไทยผ่านเครือข่าย World Influencer Network			
หน่วยงานเจ้าของโครงการ		ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร			
๒.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร	๑๕,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	บาท		
๓.	วันที่กำหนดราคากลาง	๐๒/๐๕/๒๕๖๘	เป็นเงิน	๑๕,๖๖๖,๓๙๕.๓๐	บาท
ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ					
๑.	ทำความเข้าใจรายละเอียดวัตถุประสงค์โครงการ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของประเทศไทยทั้ง ๑๔ สาขา แนวโน้มและทิศทางกลุ่ม Influencer และ Content Creator ในยุคปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ พร้อมจัดทำแผนการดำเนินงานจัดงาน World Influencer Summit ทั้งโครงการจำนวน ๑ แผนงาน				๑๕,๖๖๖,๓๙๕.๓๐ บาท
๒.	นำเสนอชื่อการจัดงาน World Influencer Summit ที่เหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงาน และรูปแบบการจัดงาน พร้อมออกแบบโลโก้จำนวน ๑ ชิ้นงาน				
๓.	นำเสนอและจัดกิจกรรมแนะนำการเป็น Influencer / Content Creator เบื้องต้นในรูปแบบออนไลน์ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้บุคคลทั่วไปมีความสนใจในการเป็น Influencer / Content Creator โดยครอบคลุมรายละเอียดดังนี้				
๓.๑	รับผิดชอบในการจัดทำเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อาทิ กำหนดการ รายละเอียดเนื้อหา รวมถึงเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม				
๓.๒	รับผิดชอบในการเชิญและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมโดยครอบคลุมพื้นที่เมืองไม่ซ้ำซ้อนไม่ต่ำกว่า ๕ พื้นที่ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ คน				
๓.๓	นำเสนอหัวข้อและรายละเอียดในการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจและใช้ประโยชน์ได้จริง				
๓.๔	มี Influencer/Content Creator และ/หรือ ผู้ที่เชี่ยวชาญ ด้าน Influencer/Content Creator และ/หรือ ผู้ที่เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรม Soft Power เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒ ท่าน				

๔. ดำเนินการจัดงาน World Influencer Summit (จัดงานตามข้อ ๒) จำนวน ๑ ครั้ง โดยใช้พื้นที่ภายในงาน THACCA SPLASH สำหรับผู้เข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ คน โดยครอบคลุมรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
 - ๔.๑ รับผิดชอบในการจัดทำเอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน อาทิ กำหนดการ แบบตอบรับเข้าร่วมงาน ใบลงทะเบียน ไฟล์นำเสนอต่างๆ เอกสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการจัดงาน เป็นต้น
 - ๔.๒ ดำเนินการเชิญ Influencer/Content Creator ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ และในประเทศมาแนะนำผลงานที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางและที่พัก จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๔ คน
 - ๔.๓ แนะนำและบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและน่าสนใจ อาทิ การเสวนา (Panel Discussion) เกี่ยวกับ Influencer/Content Creator และ Soft Power กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กิจกรรมแนะนำผลงานด้าน Soft Power จาก Influencer/Creator ทั้งในและต่างประเทศ กิจกรรมมอบรางวัลหรือของที่ระลึกให้แก่ Influencer/Content Creator
 - ๔.๔ จัดเตรียมของที่ระลึกให้แก่ Influencer/Content Creator จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๔ ชิ้น
 - ๔.๕ จัดเตรียมระบบลงทะเบียนเข้างานที่เก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน พร้อมจำนวนผู้เข้าร่วมงาน
 - ๔.๖ จัดให้มีการถ่ายทอดผ่านช่องทางออนไลน์ตลอดการจัดงาน
 - ๔.๗ ดำเนินการเชิญ Influencer/Content Creator ในประเทศเข้าร่วมงาน
 - ๔.๘ ออกแบบและดำเนินการผลิตโครงสร้างและตกแต่งเวที จัดเตรียมระบบ แสง สี เสียงที่เหมาะสมในการจัดงาน รวมถึงผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานเพื่อให้การจัดงานเกิดความสมบูรณ์แบบที่สุด อาทิ วิดีทัศน์ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓๐ วินาที หรือที่เหมาะสมกับการใช้งาน สื่อนำเสนอบนเวที สื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน เป็นต้น
 - ๔.๙ จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วมงานให้เพียงพอกับจำนวนคนเข้าร่วมงาน
 - ๔.๑๐ จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับวิทยากร สื่อมวลชน จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ ชิ้น
 - ๔.๑๑ จัดหาทีมช่างภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ ทีม เพื่อเก็บภาพตลอดงาน
 - ๔.๑๒ จัดหาผู้ดำเนินรายการที่มีประสบการณ์สามารถพูดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑ คน

- ๔.๑๓ จัดเตรียมทีมงานประจำหน้าที่ต่างๆ ให้เพียงพอต่อการจัดงาน อาทิ ต้อนรับลงทะเบียนเข้างาน บริหารจัดการคิวและลำดับคิวเวทีต่างๆ ดูแลแขก VIP ดูแลและจัดที่นั่งให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ดูแลอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น
- ๔.๑๔ จัดทำรายงานสรุปผลการจัดงาน World Influencer Summit (ชี้แจงงานตามข้อ ๒)
๕. นำเสนอและจัดทำช่องทางในการสร้างเสริมประสบการณ์ Soft Power ไทยร่วมกัน สำหรับ Influencer/Content Creator มีอาชีพและ Influencer/Content Creator หน้าที่ใหม่ที่เข้าร่วมงาน World Influencer Summit (ชี้แจงงานตามข้อ ๖.๒) หรือผู้ที่สนใจ จำนวน ๑ ช่องทาง โดยจะต้องเป็นช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสารกระจายข่าวสารเกี่ยวกับ Soft Power ประชาสัมพันธ์งานต่างๆ รวมถึงกิจกรรมด้าน Soft Power งาน Festival ที่เกี่ยวข้อง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
๖. รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานตลอดทั้งโครงการ ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ตามข้อ ๒-๔ เพื่อให้เข้าถึงจำนวนคนรับรู้ไม่ต่ำกว่า ๖,๕๐๐๐,๐๐๐ Views ครอบคลุมการดำเนินงาน ดังนี้
- ๖.๑ จัดทำและวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้การดำเนินงานทั้งโครงการ ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ โดยแบ่งเป็นก่อนงาน ระหว่างงาน และหลังงาน จำนวน ๑ แผนงาน
- ๖.๒ ออกแบบและผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งโครงการ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น
- ๖.๓ จัดทำเนื้อหาและผลิตสื่อสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น
- ๖.๔ เผยแพร่เนื้อหาการจัดกิจกรรมต่างๆ การดำเนินโครงการ เนื้อหา Soft Power และงานเฟสติวลในแต่ละ Soft Power ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย และสื่อของ Influencer/Content Creator ที่เข้าร่วมงานทั้งในและต่างประเทศ
- ๖.๕ จัดทำรายงานสรุปผลการผลิตและเผยแพร่สื่อทั้งโครงการ
๗. รับผิดชอบในการจัดเตรียมทีมงานและจัดหาผู้ประสานงานโครงการ เพื่อดำเนินงานร่วมกับ สสป. อย่างน้อย ๑ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงาน ค้นหา รวบรวมข้อมูล พร้อมประสานงานการดำเนินงานทั้งโครงการ
๘. จัดทำรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการ อาทิ สรุปข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ รายละเอียดการจัดกิจกรรมต่างๆ การผลิตและเผยแพร่ชิ้นงานต่างๆ โดยรวบรวมเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ข้อมูล ไฟล์



ภาพเคลื่อนไหว ภาพประกอบ และคลิปการเผยแพร่จริง บันทึกลง External Drive
จำนวน ๒ ชุด

๔. แหล่งที่มีของราคากลาง

๔.๑ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

๔.๒ บริษัท เทลสเกอร์ จำกัด

๔.๓ บริษัท เดอะสแตนดาร์ด จำกัด

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา

หมายเหตุ ราคานี้เป็นราคาเหมาจ่ายทั้งโครงการที่รวม VAT 7% เรียบร้อยแล้ว