

สัญญาดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สัญญาเลขที่ ๒๘-๐๖๐

สัญญานี้ทำขึ้น ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เลขที่ ๔๘๔ อาคารสยามพิวรรณ์ทาวเวอร์ ชั้น ๒๕ และ ชั้น ๒๖ ถนนพระราม ๑ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๘ ระหว่าง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดย นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้ว่าจ้าง" ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ เลขที่ ๓/๑ ซอยหมอแก้ว ถนนประชาสงเคราะห์ แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร โดย นายพิชัย ศิริจันทร์พันธ์ ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคลปรากฏตามหนังสือรับรองเลขที่ E๑๐๐๓๑๔๒๐๐๐๑๗๕๗ ลงวันที่ ๖ มีนาคม ๒๕๖๘ แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้รับจ้าง" อีกฝ่ายหนึ่ง

คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงาน ดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้รวมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา

ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ ชนิดดี เพื่อใช้ในการงานจ้างตามสัญญานี้

ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑ ผนวก ๑ ข้อกำหนดงาน จำนวน ๑๒ (สิบสอง) หน้า

๒.๒ ผนวก ๒ ข้อเสนอทางเทคนิค จำนวน ๖๐ (หกสิบ) หน้า

๒.๓ ผนวก ๓ ข้อเสนอทางด้านราคา จำนวน ๒ (สอง) หน้า



Legal ๑

๒.๔ ผนวก ๔ หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัทของผู้รับจ้างออกให้โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และหลักฐานการจดทะเบียนอื่น ๆ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๙ (เก้า) หน้า

ความใดในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้างให้ถือเป็นที่สุด และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าจ้าง หรือค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมจากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

ข้อ ๓. หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในขณะที่ทำสัญญานี้ผู้รับจ้างได้นำหลักประกันเป็น แคชเชียร์เช็ค ธนาคารกสิกรไทย เลขที่ ๒๒๒๙๗๖๙ เป็นจำนวนเงิน ๗๔,๐๙๗.๕๐ บาท (เจ็ดหมื่นสี่พันเก้าสิบเจ็ดบาทห้าสิบบสตางค์) ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ ๕ (ห้า) ของราคาค่าจ้างตามสัญญา มามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญานี้

กรณีผู้รับจ้างใช้หนังสือค้ำประกันมาเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา หนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะต้องออกโดยธนาคารที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือโดยบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดหรืออาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้ และจะต้องมีอายุการค้ำประกันตลอดไปจนกว่าผู้รับจ้างพ้นข้อผูกพันตามสัญญานี้

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ตามวรรคหนึ่ง จะต้องมียุครอบคลุมความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ถ้าหลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ดังกล่าวลดลงหรือเสื่อมค่าลง หรือมีอายุไม่ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ไม่ว่าด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม รวมถึงกรณี ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเป็นเหตุให้ระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวันครบกำหนดความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องตามสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเกิดขึ้นคราวใด ผู้รับจ้างต้องหาหลักประกันใหม่หรือหลักประกันเพิ่มเติมให้มีจำนวนครบถ้วนตามวรรคหนึ่งนำมามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบได้ตามข้อนี้ ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้าง โดยไม่มีดอกเบี้ย เมื่อผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพัน และความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญานี้แล้ว

๓๘



Legal

ข้อ ๔ ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวน ๑,๔๘๑,๙๕๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านสี่แสนแปดหมื่นหนึ่งพันเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน ๙๖,๙๕๐.๐๐ บาท (เก้าหมื่นหกพันเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวดๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๑๔๘,๑๙๕.๐๐ บาท (หนึ่งแสนสี่หมื่นแปดพันหนึ่งร้อยเก้าสิบบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๑ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดสุดท้าย ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๙๐ (เก้าสิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๑,๓๓๓,๗๕๕.๐๐ บาท (หนึ่งล้านสามแสนสามหมื่นสามพันเจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาและส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

ข้อ ๕. เงินค่าจ้างล่วงหน้า

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงิน - บาท ซึ่งเท่ากับร้อยละ - ของราคาค่าจ้าง ตามสัญญาที่ระบุไว้ในข้อ ๔

เงินค่าจ้างล่วงหน้าดังกล่าวจะจ่ายให้ภายหลังจากที่ผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าเป็น.....-.....เต็มตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นให้แก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องออกใบเสร็จรับเงินค่าจ้างล่วงหน้า ตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้ และผู้รับจ้างตกลงที่จะกระทำตามเงื่อนไขอันเกี่ยวกับการใช้จ่ายและการใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า นั้น ดังต่อไปนี้

๕.๑ ผู้รับจ้างจะใช้เงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามสัญญาเท่านั้น หากผู้รับจ้างใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเงินค่าจ้างล่วงหน้าในทางอื่น ผู้ว่าจ้างอาจจะเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๒ เมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง ผู้รับจ้างต้องแสดงหลักฐานการใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อพิสูจน์ว่าได้เป็นไปตามข้อ ๕.๑ ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่อาจแสดงหลักฐานดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน ผู้ว่าจ้างอาจเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้าง หรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๓๖



Legal

๓

๕.๓ ในการจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามข้อ ๕ ผู้ว่าจ้างจะหักค่านเงินค่าจ้างล่วงหน้าในแต่ละงวดเพื่อชดใช้ค่านเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้จำนวนร้อยละ - ของจำนวนเงินค่าจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจำนวนเงินที่หักไว้จะครบตามจำนวนเงินที่หักค่าจ้างล่วงหน้าจากผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว ยกเว้นค่าจ้างงวดสุดท้ายจะหักไว้เป็นจำนวนเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือทั้งหมด

๕.๔ เงินจำนวนใดๆ ก็ตามที่ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อชำระหนี้หรือเพื่อชดใช้ความรับผิดต่างๆ ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากเงินค่าจ้างงวดที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก่อนที่จะหักชดใช้ค่านเงินค่าจ้างล่วงหน้า

๕.๕ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญา หากเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือเกินกว่าจำนวนเงินที่ผู้รับจ้างจะได้รับหลังจากหักชดใช้ในกรณีอื่นแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายค่านเงินจำนวนที่เหลือนั้นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๗ (เจ็ด) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

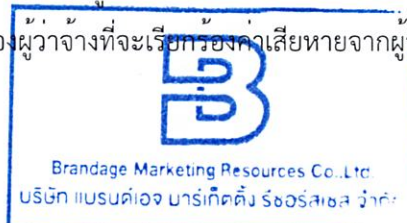
๕.๖ ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างต่อเมื่อผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างไว้ครบตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามข้อ ๕.๓ แล้ว เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าบางส่วนให้แก่ผู้รับจ้างก่อนได้

(๑) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้ฉบับเดียว หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในส่วนที่ผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้วนั้น โดยผู้รับจ้างจะต้องนำหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าฉบับใหม่ที่มีมูลค่าเท่ากับเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลืออยู่มาวางให้แก่ผู้ว่าจ้าง

(๒) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้หลายฉบับ ซึ่งแต่ละฉบับมีมูลค่าเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่ผู้ว่าจ้างจะต้องหักไว้ในแต่ละงวด หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดใดแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดนั้นได้

ข้อ ๖ กำหนดเวลาแล้วเสร็จและสิทธิของผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ผู้รับจ้างต้องเริ่มทำงานที่รับจ้างภายในวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๘ และจะต้องทำงานให้แล้วเสร็จบริบูรณ์ภายในวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ ถ้าผู้รับจ้างมิได้ลงมือทำงานภายในกำหนดเวลา หรือไม่สามารทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีเหตุให้เชื่อได้ว่าผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลาหรือจะแล้วเสร็จล่าช้าเกินกว่ากำหนดเวลา หรือผู้รับจ้างทำผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือตกเป็นคู่ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือตกเป็นคู่ล้มละลาย หรือเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญานี้ได้ และมีสิทธิจ้างผู้รับจ้างรายใหม่เข้าทำงานของผู้รับจ้างให้ลุล่วงไปได้ด้วยการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญานั้นไม่กระทบสิทธิของผู้ว่าจ้างที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้รับจ้าง



Legal

การที่ผู้ว่าจ้างไม่ใช่สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิดชอบตามสัญญา

ข้อ ๗ ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาตามข้อ ๖ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการจ้างนี้ ภายในกำหนด - (-) เดือน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของ ผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้มิเรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการแก้ไข ให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างไม่กระทำการดังกล่าวภายในกำหนด - (-) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น

ในกรณีเร่งด่วนจำเป็นต้องรีบแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายโดยเร็ว และไม่อาจรอให้ ผู้รับจ้างแก้ไขในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งได้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิเข้าจัดการแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ซ่อมแซมความชำรุดบกพร่องหรือเสียหาย โดยผู้รับจ้าง ต้องรับผิดชอบชำระ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด

การที่ผู้ว่าจ้างทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นแทนผู้รับจ้าง ไม่ทำให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบตามสัญญา หากผู้รับจ้างไม่ชดใช้ค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายตามที่ผู้ว่าจ้างเรียกร้องผู้ว่าจ้างมี สิทธิบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้

ข้อ ๘ การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่ การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงาน แต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้าง จะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วง หรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้าง ช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระ ค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา



Legal

ข้อ ๙ ความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกค้าหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง และจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างช่วงด้วย (ถ้ามี)

ความเสียหายใดๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัยก็ตาม ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยซ่อมแซมให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ความรับผิดชอบของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเพียงในกรณีชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายดังกล่าวในข้อ ๗ เท่านั้น

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง หรือลูกค้าหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง รวมถึงผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ตามสัญญาฯ หากผู้ว่าจ้างถูกเรียกร้องหรือฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใดๆ เพื่อให้มีการว่าต่างแก่ต่างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งผู้รับจ้างจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้นๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใดๆ อันเกิดจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที

ข้อ ๑๐ การจ่ายเงินแก่ลูกค้า

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกค้าที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญาไว้ต่อลูกค้าดังกล่าว

ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอื่นใดแก่ลูกค้าดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกค้าของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้ถือว่าผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีประกันภัยสำหรับลูกค้าทุกคนที่จ้างมาทำงาน โดยให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้าง รวมทั้งผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตามกฎหมาย ซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ ต่อลูกค้าหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง

ข้อ ๑๑ การตรวจรับงานจ้าง

เมื่อผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างที่ส่งมอบและเห็นว่าถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาแล้ว ผู้ว่าจ้างจะออกหลักฐานการรับมอบเป็นหนังสือไว้ให้ เพื่อผู้รับจ้างนำมาเป็นหลักฐานประกอบการขอรับเงินค่างานจ้างนั้น

๒๖



Legal
๖

ถ้าผลของการตรวจรับงานจ้างปรากฏว่างานจ้างที่ผู้รับจ้างส่งมอบไม่ตรงตามสัญญา ผู้ว่าจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับงานจ้างนั้น ในกรณีเช่นว่านี้ ผู้รับจ้างต้องทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามสัญญาด้วย ค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง และระยะเวลาที่เสียไปเพราะเหตุดังกล่าวผู้รับจ้างจะนำมาอ้างเป็นเหตุขอขยายเวลาส่งมอบงานจ้างตามสัญญาหรือของดหรือลดค่าปรับไม่ได้

ข้อ ๑๒ รายละเอียดของงานจ้างคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในรายละเอียดของงานจ้างโดยถี่ถ้วนแล้ว หากปรากฏว่ารายละเอียดของงานจ้างนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากหลักการทางวิศวกรรมหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด โดยผู้รับจ้างจะคิดค่าจ้าง ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มขึ้นจากผู้ว่าจ้าง หรือขอขยายอายุสัญญาไม่ได้

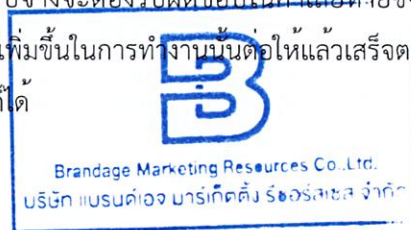
ข้อ ๑๓ ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาทำงานให้ จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตามข้อ ๑๔ ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๔ สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อจนแล้วเสร็จก็ได้ และในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิริบหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมด หรือบางส่วนตามแต่จะเห็นสมควร นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่าหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินใดๆ ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้



Legal

๗

ข้อ ๑๕ การบังคับค่าปรับ ค่าเสียหาย และค่าใช้จ่าย

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่งด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม จนเป็นเหตุให้เกิดค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องชดเชยค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยสิ้นเชิงภายในกำหนด ๓๐ (สามสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่ชดเชยให้ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาดังกล่าวให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะหักเอาจากจำนวนเงินค่าจ้างที่ต้องชำระหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้ทันที

หากค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายที่บังคับจากเงินค่าจ้างที่ต้องชำระ หรือหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาแล้วยังไม่เพียงพอ ผู้รับจ้างยินยอมชำระส่วนที่เหลือ ที่ยังขาดอยู่จนครบถ้วนตามจำนวนค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายนั้น ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแล้วยังเหลืออยู่อีกเท่าใด ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๖ การงดหรือลดค่าปรับ หรือการขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มิเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย หรือเหตุอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างทราบ เพื่อของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน ๑๕ (สิบห้า) วันนับถัดจากวันที่เหตุอันสิ้นสุดลง หรือตามที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าว แล้วแต่กรณี

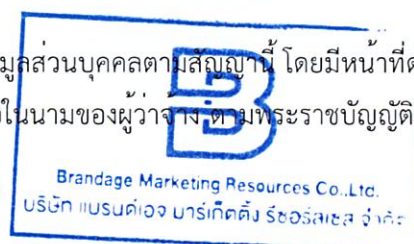
ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิเรียกร้องในการที่จะของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่ กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือผู้ว่าจ้างทราบดี อยู่แล้วตั้งแต่นั้น

การงดหรือลดค่าปรับ หรือขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๗ ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้รับจ้างเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามสัญญานี้ โดยมีหน้าที่ดำเนินการรวบรวม เก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแทนหรือในนามของผู้ว่าจ้าง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๕๖



Legal

บุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่น ๆ ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งต่อไปในสัญญาฉบับนี้รวมเรียกว่า “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ทั้งที่มีผลใช้บังคับอยู่ ณ วันทำสัญญาฉบับนี้และที่จะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงในภายหลัง โดยคู่สัญญายอมรับและตกลงร่วมกัน ดังนี้

(๑) ผู้ว่าจ้าง ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ตกลงมอบหมายให้ผู้รับจ้าง ในฐานะผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ดำเนินการเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของ เครือข่ายภาคีในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและนอกพื้นที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง หน่วยงาน เบอร์โทร อีเมล หมายเลขบัตรประชาชน (กรณีที่มีการจองตัวเครื่องบิน) รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว (ถ้ามี) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน เพื่อทำวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลสถิติ และ เพื่อเป็นข้อมูลในการติดต่อประสานงานสำหรับการดำเนินงานตามขอบเขตงานของสัญญานี้

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ให้แล้วเสร็จภายในกำหนดระยะเวลาตามสัญญานี้ เว้นแต่กรณีที่คู่สัญญาตกลงแก้ไขสัญญาหรือขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องชี้แจงนโยบายความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตาม (๑) ทราบ โดยสามารถดูรายละเอียดได้ที่ <https://www.buinesseventsthailand.com/th/policy> หรือตามเอกสารแนบท้ายสัญญานี้ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อนประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(๓) ผู้รับจ้างจะกำหนดให้การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญานี้ถูกจำกัดเฉพาะเจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ได้รับมอบหมายและมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความจำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญานี้เท่านั้น

(๔) ผู้รับจ้างจะควบคุมดูแลให้เจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ต้องรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลด้วยมาตรฐานเดียวกัน และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการตามที่กำหนดในสัญญานี้เท่านั้น และจะไม่ทำซ้ำ คัดลอก ทำสำเนา บันทึกภาพข้อมูลส่วนบุคคลไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วนเป็นอันขาด เว้นแต่เป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา

(๕) ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยื่นคำร้องขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่อผู้รับจ้างโดยตรง ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งและส่งคำร้องดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที และดำเนินการเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ว่าจ้างในการตอบสนองต่อคำร้องขอของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้รับจ้างจะไม่ใช่ผู้ตอบสนองต่อคำร้องดังกล่าวเอง เว้นแต่ ผู้ว่าจ้างจะได้มอบหมายให้ผู้รับจ้างดำเนินการเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคำร้องดังกล่าว

๒๖



Legal

(๖) ผู้รับจ้างจะจัดทำและเก็บรักษามบันทึกการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing) ทั้งหมดที่ผู้รับจ้าง ประมวลผลในขอบเขตของสัญญาฉบับนี้ และข้อมูลที่ระบุด้านล่าง และจะดำเนินการส่งมอบบันทึกการดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อสิ้นสุดสัญญา และ/หรือทันที ที่ผู้ว่าจ้างร้องขอ

(ก) ประเภทของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(ข) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ค) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ง) การโอนข้อมูลไปยังต่างประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ และเอกสารที่ระบุมาตรการป้องกันที่เหมาะสม

(จ) คำอธิบายทั่วไปของมาตรการเชิงเทคนิคและมาตรการเชิงบริหารจัดการเพื่อการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

(๗) ผู้รับจ้างจะจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสมตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนดและ/หรือตามมาตรฐานสากล โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามที่กำหนดในสัญญาฉบับนี้เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ความเสียหายอันเกิดจากการละเมิด อุบัติเหตุ การลบ ทำลาย สูญหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไข เข้าถึง ใช้ เผยแพร่หรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เป็นต้น

(๘) เว้นแต่กฎหมายที่เกี่ยวข้องจะบัญญัติไว้เป็นประการอื่น ผู้รับจ้างจะทำการลบหรือทำลายหรือส่งคืน (ตามที่ สสพ. จะแจ้ง) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ทำการประมวลผลภายใต้สัญญาฉบับนี้ภายใน ๑๕ วัน นับแต่วันที่ดำเนินการประมวลผลเสร็จสิ้น หรือวันที่ สสพ. และผู้รับจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิกสัญญาหรือให้ยกเลิกการประมวลผลตามสัญญาฉบับนี้ แล้วแต่กรณี ผู้รับจ้างต้องยืนยันการลบหรือทำลายหรือส่งคืนข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเป็นลายลักษณ์อักษรให้กับผู้ว่าจ้าง

(๙) กรณีที่ผู้รับจ้างพบเหตุการณ์ใด ๆ ที่มีลักษณะที่กระทบต่อการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ที่ผู้รับจ้างประมวลผลภายใต้สัญญาฉบับนี้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายจากการละเมิด อุบัติเหตุ การลบ ทำลาย สูญหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไข เข้าถึง ใช้ เผยแพร่หรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างทราบโดยทันที ทั้งนี้ต้องไม่เกิน ๑๒ ชั่วโมงนับจากทราบเหตุ



Legal

๑๐

(๑๐) การแจ้งถึงเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญา ผู้รับจ้างจะต้องระบุถึงสาเหตุของการละเมิด และมาตรการการป้องกันปัญหาดังกล่าวมิให้เกิดซ้ำ และจะให้ข้อมูลแก่ผู้ว่าจ้างภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้กำหนด ดังต่อไปนี้

- (ก) รายละเอียด ลักษณะและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นของการละเมิด
- (ข) มาตรการที่ถูกใช้เพื่อป้องกัน หรือลดผลกระทบของการละเมิด
- (ค) ประเภทของข้อมูลส่วนบุคคลและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกละเมิด (หากมีปรากฏ)

(ง) ข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวข้องกับการละเมิด

(๑๑) ผู้รับจ้างมีหน้าที่รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับทราบมาเป็นอย่างดี

(๑๒) ผู้รับจ้างไม่สามารถจ้างช่วงบุคคลอื่นใดเพื่อการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ว่าจ้างโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่มีการอนุญาตจะเป็นการอนุญาตสำหรับผู้รับจ้างช่วงเฉพาะรายเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องลงนามในสัญญากับผู้รับจ้างช่วงภายนอกซึ่งมีข้อกำหนดในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่น้อยไปกว่าข้อกำหนดที่กำหนดต่อผู้รับจ้างตามสัญญา และผู้รับจ้างผลยังคงต้องรับผิดชอบผู้ว่าจ้าง สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับจ้างช่วง

(๑๓) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจ้างในการปฏิบัติตามสัญญา จะสิ้นสุดลงนับแต่วันที่ปฏิบัติงานที่ตกลงเสร็จสิ้น หรือวันที่ผู้รับจ้าง และผู้ว่าจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี อย่างไรก็ตาม การสิ้นสุดของสัญญาฉบับนี้ ไม่กระทบต่อหน้าที่ของผู้รับจ้างในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ได้กำหนดในข้อ ๑๖ (๘) และหน้าที่รักษาความลับตามที่กำหนดในข้อ ๑๖ (๔) และข้อ ๑๖ (๑๑) ของสัญญาฉบับนี้

(๑๔) นอกเหนือจากหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาแล้ว กรณีที่เกิดความเสียหายขึ้นจากการที่ ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้าง อันเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือ เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล หรือการปฏิบัติผิดข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผู้ว่าจ้าง และจะถือว่าผู้รับจ้างเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ แทนผู้ว่าจ้าง และผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเสมือนดังผู้รับจ้างเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเอง

(๑๕) หากผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างตามข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล อย่างเคร่งครัด ผู้ว่าจ้างสามารถบอกเลิกสัญญาได้ทันที



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด
Legal

๑๑

สัญญาที่สร้างขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความ โดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และคู่สัญญาต่าง ยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้ว่าจ้าง

(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....พยาน

(นายพัฒนชัย สิงหะวาระ)

ผู้อำนวยการ

สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....ผู้รับจ้าง

(นายพิชัย ศิริจันทร์นนท์)

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



ลงชื่อ.....พยาน

(นางสิริมา มีแก้ว)

บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

เลขที่โครงการ ๖๘๐๒๔๔๓๗๕๓๕

เลขคู่สัญญา ๖๘๐๔๒๔๐๐๕๙๖๐

Legal
๑๒



อ.ส.5 ใบสลิทหลังตราสาร

เลขที่ 04047
วันที่ 30 เมษายน 2568

เลขประจำตัว 0105544000734 เลขที่สาขา
ที่อยู่เสียภาษีอากร บริษัท แบรนท์ เอ็ม มาร์เก็ตติ้ง ซิสเต็มส์ เซส จำกัด

ในฐานะ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากร

ที่อยู่ : เลขรหัสประจำบ้าน 10170288234 ชื่ออาคาร -
ห้องเลขที่ - ชั้นที่ -
เลขที่บ้าน - หมู่ที่ -
เลขที่ 3/1 แยก -
ตรอก/ซอย ซอยหมอนแก้ว แขวง/ตำบล จิตดาภิเษก
ถนน พระยาสงเคราะห์ เมือง/อำเภอ หินแดง จังหวัด กรุงเทพมหานคร
รหัสไปรษณีย์ 10400

ผู้เสียภาษีอากร
เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0994000112165 เลขที่สาขา
ชื่อ สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ไว้เสียอากรแสตมป์ เป็นตัวเงินสำหรับตราสารตามบัญชีอัตราอากรแสตมป์ ปี 2568
ลักษณะตราสาร สัญญาเลขที่ 68-060 ลง 28 เมษายน 2568 ดังต่อไปนี้



	บาท	
มูลค่าตราสาร	1,385,000	00
ค่าอากรแสตมป์	1,385	00
เงินเพิ่ม	0	00
รวมเงิน	1,385	00

จำนวนเงินเป็นตัวอักษร (หนึ่งพันสามร้อยแปดสิบล้านบาทถ้วน)

ตามใบเสร็จรับเงิน เลขที่ 0099280

ลงวันที่ 30 เมษายน 2568

เลขระบุเอกสาร อ.ส.5/ส. 02011260-25680430-1-05-000054



ลงชื่อ

ตำแหน่ง (นางทิพย์ารม นพินธุกุล)
เจ้าพนักงานสรรพากรปฏิบัติงาน

ใบสลิทหลังตราสารนี้จะมีผลใช้บังคับเมื่อมีเงินชำระอากรแสตมป์แล้ว และให้นำใบสลิทหลังตราสารนี้ไปใช้ชำระอากรแสตมป์
ไว้ลงชื่อและลงนามในใบเสร็จรับเงินเรียบร้อยแล้ว

ข้อกำหนดงาน (TERMS OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงินเกิน 500,000 บาท ขึ้นไป)

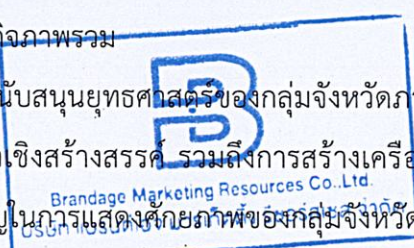
1. **ชื่อโครงการ :** สนับสนุนโมเดลซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ภาคใต้ (Destination Development)
2. **ชื่อกิจกรรม :** กิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองโมเดลซิตี้ที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง – กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. **งบประมาณ :** วงเงิน 1,500,000 (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล :

สสพ. สำนักงานภาคใต้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาคใต้โดยใช้กิจกรรมไมซ์ (MICE: Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การสร้างเครือข่ายธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับประเทศ รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งตั้งอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของภาคใต้ตอนบน ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรมที่หลากหลาย และความเชื่อมโยงทางการคมนาคมที่สะดวก

ยุทธศาสตร์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการให้เติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนและการพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเติบโตในอนาคต ในการนี้สำนักงานภาคใต้จึงได้ดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่องาน The Southern MICE Economic Forum 2025 เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักลงทุน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับประเทศและระดับสากล ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ การจับคู่เจรจาธุรกิจ และการจัดแสดงสินค้าและบริการในพื้นที่ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยมุ่งเน้นให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีกลายเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาค พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ และยังตอบสนองต่อนโยบายระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ รวมถึงยุทธศาสตร์ของ สสพ. ซึ่งล้วนชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพภูมิภาคเพื่อยกระดับเศรษฐกิจภาพรวม

เมื่อพิจารณาภาพรวมในระดับกลุ่มจังหวัด กิจกรรมนี้ยังสนับสนุนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ที่เน้นการพัฒนาภาคการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างจังหวัด โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นเวทีสำคัญในการแสดงศักยภาพของกลุ่มจังหวัดผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น นิทรรศการสินค้าและบริการ การสัมมนาเกี่ยวกับนวัตกรรมไมซ์ และกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ



นอกจากนี้กิจกรรมนี้ยังสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) ซึ่งมีเป้าหมายในการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการลดความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) พร้อมทั้งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ สสป. ที่มุ่งเน้นการกระจายกิจกรรมไม่สู่ภูมิภาค การสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงบวกจากกิจกรรมไม่ และการพัฒนาไม่ให้เติบโตอย่างยั่งยืน งานนี้จะช่วยสร้างการรับรู้ถึงศักยภาพของภาคใต้ในฐานะจุดหมายปลายทางไม่ระดับภูมิภาค พร้อมทั้งสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้น สำนักภาคใต้จึงมีความจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่องาน The Southern MICE Economic Forum 2025 เพื่อชูแนวคิดการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างมีคุณค่าและยั่งยืนผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างงานและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการในพื้นที่ ช่วยยกระดับเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการสร้างความร่วมมือในทุกภาคส่วน พร้อมยกระดับให้ภาคใต้ตอนบน โดยเฉพาะจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการพัฒนาไม่ที่มีศักยภาพในระดับสากลอีกด้วย

5. วัตถุประสงค์ :

5.1 เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ในภาคใต้ สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ในภาคใต้ รวมถึงการส่งเสริมจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดในภาคใต้ให้เป็นศูนย์กลางการจัดงานไม่ระดับภูมิภาค

5.2 เพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไม่ นักลงทุน และหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ รวมถึงเปิดโอกาสในการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และกระตุ้นการลงทุนในพื้นที่

5.3 เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ในภาคใต้ให้สอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) โดยส่งเสริมการจัดงานไม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

5.4 เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของภาคใต้ในตลาดโลก ในฐานะจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไม่ระดับสากล พร้อมทั้งดึงดูดนักลงทุนและผู้จัดงานไม่จากทั่วโลกให้พิจารณาเลือกจัดกิจกรรมในภูมิภาค

5.5 เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นในอุตสาหกรรมไม่

5.6 เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการจัดงานไม่ในอนาคต

5.7 เพื่อสร้างต้นแบบและโครงการนำร่องในการพัฒนาเมืองด้านการสร้างจุดขายของเมืองต่อไปในอนาคต



Legal

6. ขอบเขตการดำเนินงาน:

6.1 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนงานการดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 แผนงาน

6.2 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีผู้เข้าร่วมงานทั้งหมดจำนวน 200 ท่าน จำนวน 1 วัน

6.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนการดำเนินงาน

6.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาวิทยากร จำนวน 6 ท่าน และนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับการจัดกิจกรรม ตามข้อ 6.2 พร้อมทั้งประสานงานในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยากร ทั้งนี้ต้องผ่านความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนการดำเนินงาน

6.5 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้กับวิทยากรตามข้อ 6.4 ประกอบด้วย บัตรโดยสารเครื่องบิน ยานพาหนะรับส่ง ค่าน้ำมันรถ ค่าที่พัก (กรณีมีการพักค้างคืน) ค่าอาหาร และเครื่องดื่ม

6.6 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางสำหรับเครือข่ายภาคีนอกพื้นที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 20 ราย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมตามข้อ 6.2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.6.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาและออกบัตรโดยสารเดินทาง ไป - กลับ จากจุดต้นทางของผู้เดินทางมายังเมืองที่จัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 ทั้งนี้จะต้องเป็นบัตรโดยสารที่สามารถเปลี่ยนวันเดินทาง เปลี่ยนเที่ยวบินได้ และต้องบริหารจัดการเวลาตามเที่ยวบินของผู้เข้าร่วมงานแต่ละท่านให้เหมาะสม กับระยะเวลาที่จัดกิจกรรม

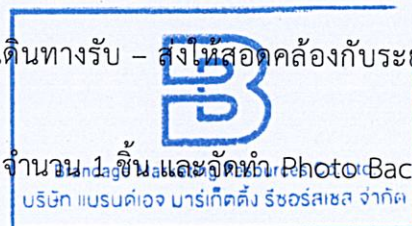
6.6.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหายานพาหนะเดินทาง ไป - กลับ จากจุดต้นทางของผู้เดินทางไปยังเมืองที่จัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 โดยออกแบบเวลาเดินทางให้เหมาะสมกับเวลาที่จัดกิจกรรม (กรณีที่ไม่มีเที่ยวบินจากจังหวัดต้นทาง)

6.6.3 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าน้ำมันรถ กรณีที่ผู้เดินทาง เดินทางมายังเมืองที่จัดกิจกรรมด้วยตนเองตามข้อ 6.2 พร้อมแนบหลักฐานการรับผิดชอบค่าน้ำมันรถ

6.6.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาห้องพัก ณ โรงแรมที่จัดงานฯ หรือบริเวณใกล้เคียง ในเมืองที่จัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 และสะดวกรวดเร็วในการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 1 คืนต่อ 1 ห้อง ๆ ละ 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น 20 ห้อง ในกรณีที่เที่ยวบินการเดินทางไม่สอดคล้องกับระยะเวลาการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 ให้ผู้รับจ้างจัดหาห้องพักเพิ่มให้เหมาะสมกับการเดินทาง

6.6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดหายานพาหนะเดินทางรับ - ส่งให้สอดคล้องกับระยะเวลาการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2

6.7 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียม Stage Backdrop จำนวน 1 ชิ้น และจัดทำ Photo Backdrop จำนวน 1 ชิ้น โดยวัสดุที่ใช้จะต้องคำนึงถึงการจัดงานอย่างยั่งยืน



10

Legal

6.8 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมอาหารกลางวัน จำนวน 1 มื้อ และอาหารว่างและเครื่องดื่ม จำนวน 2 มื้อ สำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม จำนวน 200 คน ให้เรียบร้อย

6.9 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมกิจกรรมงานเลี้ยงต้อนรับอย่างเป็นทางการในตอนเย็น (Welcome Reception) ในรูปแบบที่น่าสนใจ จำนวน 1 ครั้ง สำหรับผู้เข้าร่วมงาน 40 ท่าน

6.10 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมของที่ระลึก อย่างน้อย 200 ชิ้น

6.11 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาพิธีกร จำนวน 1 คน

6.12 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตามความเหมาะสมของงาน เพื่อดูแลอำนวยความสะดวกตลอดการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และครบถ้วนโดยไม่มีอุปสรรคใดๆ

6.13 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 และสรุปผลประเมินความพึงพอใจในรูปแบบรายงานไฟล์ PDF บรรจุลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด

6.14 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่างภาพนิ่ง และช่างวิดีโอ ตามความเหมาะสมของกิจกรรมตามข้อ 6.2 เพื่อถ่ายภาพตลอดการจัดงาน พร้อมจัดทำวิดีโอสรุปภาพรวมงาน (Highlight) ไม่เกิน 2 นาที พร้อม Footage ตลอดการจัดงาน บรรจุลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด

6.15 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ จอ LED ไมโครโฟน เครื่องเสียง แสงสี อินเทอร์เน็ต Backdrop การตกแต่ง ให้เหมาะสมกับการจัดกิจกรรม

6.16 ผู้รับจ้างจะต้องคำนวณ Carbon Footprint เบื้องต้นที่ลดลงของการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2

6.17 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใช้ระบบลงทะเบียน BIZ Connect ของ สสป. ในการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 พร้อมทั้งดำเนินการออกแบบ badge สำหรับผู้เข้าร่วมงาน

6.18 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลส่วนบุคคลใดๆ จะต้องดำเนินการดังนี้

6.18.1 ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

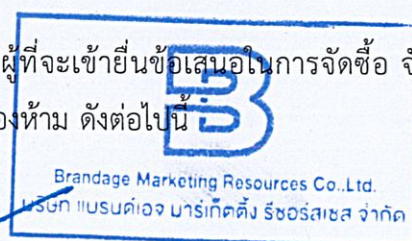
6.18.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

7.คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

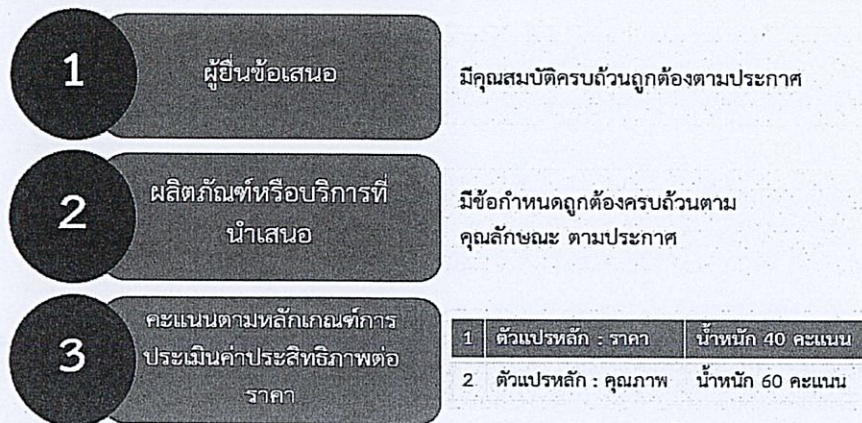


Legal

- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้างใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนน

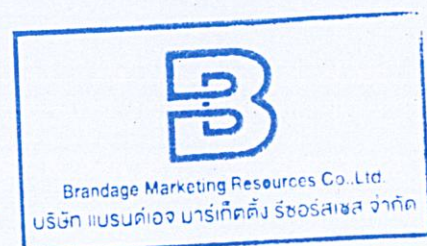
ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน



Legal

ตัวแปรรอง	การพิจารณา										
ตัวแปรรองที่ 1	การจัดทำแผนการดำเนินงาน (15 คะแนน) พิจารณาจากการนำเสนอกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมี Concept และ Theme ของการจัดงานตามขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด (15 คะแนน) <table border="1"> <tr> <td>3 คะแนน</td><td>มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงาน แต่ไม่ได้เหมาะสมกับโครงการ</td></tr> <tr> <td>6 คะแนน</td><td>มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง</td></tr> <tr> <td>9 คะแนน</td><td>มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม แต่ Concept และ Theme ยังไม่มีความสร้างสรรค์</td></tr> <tr> <td>12 คะแนน</td><td>มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม พร้อมเสนอ Concept และ Theme มีความน่าสนใจอย่างสร้างสรรค์</td></tr> <tr> <td>15 คะแนน</td><td>มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม พร้อมเสนอ Concept และ Theme มีความน่าสนใจอย่างสร้างสรรค์ และสามารถดำเนินการได้จริง พร้อมทั้งนำไปพัฒนาต่อยอดให้กับ สสพ. ได้</td></tr> </table>	3 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงาน แต่ไม่ได้เหมาะสมกับโครงการ	6 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง	9 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม แต่ Concept และ Theme ยังไม่มีความสร้างสรรค์	12 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม พร้อมเสนอ Concept และ Theme มีความน่าสนใจอย่างสร้างสรรค์	15 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม พร้อมเสนอ Concept และ Theme มีความน่าสนใจอย่างสร้างสรรค์ และสามารถดำเนินการได้จริง พร้อมทั้งนำไปพัฒนาต่อยอดให้กับ สสพ. ได้
3 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงาน แต่ไม่ได้เหมาะสมกับโครงการ										
6 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม แต่ควรมีการปรับปรุง										
9 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม แต่ Concept และ Theme ยังไม่มีความสร้างสรรค์										
12 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม พร้อมเสนอ Concept และ Theme มีความน่าสนใจอย่างสร้างสรรค์										
15 คะแนน	มีการจัดทำแผนและนำเสนอแผนการดำเนินงานอย่างเหมาะสม พร้อมเสนอ Concept และ Theme มีความน่าสนใจอย่างสร้างสรรค์ และสามารถดำเนินการได้จริง พร้อมทั้งนำไปพัฒนาต่อยอดให้กับ สสพ. ได้										



ตัวแปรครั้งที่ 2	องค์ประกอบกิจกรรมภายในงาน (30 คะแนน)	
	2.1 พิจารณาจากการนำเสนอสถานที่จัดงาน (10 คะแนน)	
	2 คะแนน	มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน แต่ไม่ได้เหมาะสมกับโครงการ
	4 คะแนน	มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน เหมาะสมกับโครงการ แต่ไม่บอกเหตุผลของการเลือกพื้นที่นั้น
	6 คะแนน	มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน เหมาะสมกับโครงการ พร้อมเหตุผลที่เลือกพื้นที่นั้น
	8 คะแนน	มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน พร้อมเหตุผลที่เลือกพื้นที่นั้น และมีความเป็นไปได้ในการจัดงานที่เหมาะสมแต่ไม่มีความสอดคล้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
	10 คะแนน	มีการนำเสนอสถานที่จัดงาน เหมาะสมกับโครงการ พร้อมเหตุผลที่เลือกพื้นที่นั้น และความเป็นไปได้ในการจัดงานที่เหมาะสมกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
	2.2 พิจารณาจากการนำเสนอหัวข้อในการเสวนาและรายชื่อวิทยากร (20 คะแนน)	
	4 คะแนน	มีการนำเสนอหัวข้อเสวนา และรายชื่อวิทยากร แต่ไม่เหมาะสมกับโครงการ
	9 คะแนน	มีการนำเสนอหัวข้อเสวนา และรายชื่อวิทยากร เหมาะสมกับโครงการ
	14 คะแนน	มีการนำเสนอหัวข้อเสวนา และรายชื่อวิทยากร เหมาะสมกับโครงการ อีกทั้งยังมีรูปแบบที่สร้างสรรค์น่าสนใจ
	18 คะแนน	มีการนำเสนอหัวข้อเสวนา และรายชื่อวิทยากร อีกทั้งยังมีรูปแบบที่สร้างสรรค์น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมงาน
20 คะแนน	มีการนำเสนอหัวข้อเสวนา และรายชื่อวิทยากร อีกทั้งยังมีรูปแบบที่สร้างสรรค์น่าสนใจ เป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมงาน และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง	



8/10

Legal

ตัวแปรครั้งที่ 3	การบริหารจัดการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ (35 คะแนน) 3.1 พิจารณาจากการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม (15 คะแนน) <table border="1"> <tr> <td data-bbox="367 383 587 495">3 คะแนน</td><td data-bbox="587 383 1420 495">มีการจัดเตรียมรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่ได้นำเสนอ</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 495 587 607">6 คะแนน</td><td data-bbox="587 495 1420 607">มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่ครบถ้วน</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 607 587 719">9 คะแนน</td><td data-bbox="587 607 1420 719">มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครบถ้วน</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 719 587 831">12 คะแนน</td><td data-bbox="587 719 1420 831">มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครบถ้วน แต่ไม่มีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรม</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 831 587 943">15 คะแนน</td><td data-bbox="587 831 1420 943">มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม และมีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง</td></tr> </table> 3.2 พิจารณาจากการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception (20 คะแนน) <table border="1"> <tr> <td data-bbox="367 1055 587 1133">4 คะแนน</td><td data-bbox="587 1055 1420 1133">มีการจัดเตรียมรายละเอียดงาน Welcome Reception แต่ไม่ได้นำเสนอ</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 1133 587 1256">8 คะแนน</td><td data-bbox="587 1133 1420 1256">มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception แต่ไม่ได้สอดคล้องกับกิจกรรม</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 1256 587 1368">12 คะแนน</td><td data-bbox="587 1256 1420 1368">มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม แต่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 1368 587 1536">16 คะแนน</td><td data-bbox="587 1368 1420 1536">มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ แต่ผู้เข้าร่วมงานไม่ได้ประโยชน์จากงาน</td></tr> <tr> <td data-bbox="367 1536 587 1706">20 คะแนน</td><td data-bbox="587 1536 1420 1706">มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ และผู้เข้าร่วมงานได้ประโยชน์จากงาน สามารถต่อยอดในอนาคตได้</td></tr> </table>	3 คะแนน	มีการจัดเตรียมรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่ได้นำเสนอ	6 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่ครบถ้วน	9 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครบถ้วน	12 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครบถ้วน แต่ไม่มีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรม	15 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม และมีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง	4 คะแนน	มีการจัดเตรียมรายละเอียดงาน Welcome Reception แต่ไม่ได้นำเสนอ	8 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception แต่ไม่ได้สอดคล้องกับกิจกรรม	12 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม แต่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์	16 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ แต่ผู้เข้าร่วมงานไม่ได้ประโยชน์จากงาน	20 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ และผู้เข้าร่วมงานได้ประโยชน์จากงาน สามารถต่อยอดในอนาคตได้
3 คะแนน	มีการจัดเตรียมรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่ได้นำเสนอ																				
6 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ไม่ครบถ้วน																				
9 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครบถ้วน																				
12 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ครบถ้วน แต่ไม่มีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรม																				
15 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดการเดินทางของวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม และมีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง																				
4 คะแนน	มีการจัดเตรียมรายละเอียดงาน Welcome Reception แต่ไม่ได้นำเสนอ																				
8 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception แต่ไม่ได้สอดคล้องกับกิจกรรม																				
12 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม แต่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์																				
16 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ แต่ผู้เข้าร่วมงานไม่ได้ประโยชน์จากงาน																				
20 คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดงาน Welcome Reception มีความสอดคล้องกับกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ และผู้เข้าร่วมงานได้ประโยชน์จากงาน สามารถต่อยอดในอนาคตได้																				

ค.อ.



Legal

ตัวแปรครั้งที่ 4	ความพร้อมและประสบการณ์ (10 คะแนน) พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ข้อมูลการดำเนินธุรกิจ (Company Profile) ของบริษัท ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ผ่านมาของบริษัท รวมถึงข้อมูลอ้างอิงที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา <table border="1"> <tr> <td>2 คะแนน</td><td>บริษัทเพิ่งดำเนินงาน ยังไม่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์</td></tr> <tr> <td>4 คะแนน</td><td>บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์</td></tr> <tr> <td>6 คะแนน</td><td>บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ แต่ไม่สามารถยกตัวอย่างงานที่เคยทำได้</td></tr> <tr> <td>8 คะแนน</td><td>บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ที่เคยจัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน</td></tr> <tr> <td>10 คะแนน</td><td>บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ที่เคยจัดงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะงานประชุมสัมมนา หรืองานแสดงสินค้า</td></tr> </table>	2 คะแนน	บริษัทเพิ่งดำเนินงาน ยังไม่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	4 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	6 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ แต่ไม่สามารถยกตัวอย่างงานที่เคยทำได้	8 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ที่เคยจัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน	10 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ที่เคยจัดงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะงานประชุมสัมมนา หรืองานแสดงสินค้า
2 คะแนน	บริษัทเพิ่งดำเนินงาน ยังไม่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์										
4 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์										
6 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ แต่ไม่สามารถยกตัวอย่างงานที่เคยทำได้										
8 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ที่เคยจัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน										
10 คะแนน	บริษัทดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ที่เคยจัดงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะงานประชุมสัมมนา หรืองานแสดงสินค้า										
ตัวแปรครั้งที่ 5	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน) 5.1 พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน) <table border="1"> <tr> <td>0 คะแนน</td><td>ไม่มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td></tr> <tr> <td>4 คะแนน</td><td>มีความรู้แต่ยังไม่มี ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์</td></tr> <tr> <td>6 คะแนน</td><td>มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับพื้นฐาน แต่ยังไม่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้</td></tr> <tr> <td>8 คะแนน</td><td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้</td></tr> <tr> <td>10 คะแนน</td><td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาเพิ่มเติมที่สอดคล้องกับกิจกรรมได้</td></tr> </table>	0 คะแนน	ไม่มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	4 คะแนน	มีความรู้แต่ยังไม่มี ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์	6 คะแนน	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับพื้นฐาน แต่ยังไม่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้	8 คะแนน	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้	10 คะแนน	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาเพิ่มเติมที่สอดคล้องกับกิจกรรมได้
0 คะแนน	ไม่มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์										
4 คะแนน	มีความรู้แต่ยังไม่มี ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์										
6 คะแนน	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับพื้นฐาน แต่ยังไม่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้										
8 คะแนน	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้										
10 คะแนน	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายของสสบน. ได้ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาเพิ่มเติมที่สอดคล้องกับกิจกรรมได้										
รวม	100										

๑๐



Legal

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจ และเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

8.3 ผู้ว่าจ้างพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

ภายในระยะเวลา 210 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้างผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนดำเนินกิจกรรมตามข้อ 6.1 ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
2	ผู้รับจ้างต้องดำเนินกิจกรรมและส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมด ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ พร้อมไฟล์รูปภาพและวิดีโอหลังเสร็จสิ้นการดำเนินกิจกรรม บรรจุลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด	ภายใน 210 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 2 งวดดังนี้

11.1 งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.2 งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 90 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

15. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ผู้ว่าจ้าง และ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อผู้ว่าจ้างพิจารณาแล้วเห็นว่า **ผู้รับจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็น**



ประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจาก การนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้าง ช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่ บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้าง จะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของ ผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างใน การบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินของผู้ว่าจ้างถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้ง คัดค้านการตัดสินของผู้ว่าจ้างไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ใน การคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้างโดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้างก่อน
4. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสิน ของผู้ว่าจ้าง
5. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความ ยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

- ชื่อผู้ติดต่อ : 1. นางสาวดวงรัชนี นภาลย์
ตำแหน่ง ผู้ปฏิบัติการอาวุโส สำนักฯภาคใต้
Email: tuangrat_n@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6052
2. นางสาวณัฐณิชา สิงห์บุระอุดม
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส สำนักฯภาคใต้
Email: natthanitcha_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 2037

18



Legal

โครงการสนับสนุนไมซ์ซีทีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำตลาดเมือง โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายจาก City DNA ภาคใต้



กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ.จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่องาน The Southern MICE Economic Forum 2025



P.01 นำเสนอโดย บริษัท แบรินดเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

ผนวก 2



๐๐๐๐



The Southern MICE Economic Forum 2025

Empowering Southern Mighty MICE

นำเสนอโดย บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

P.02



Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



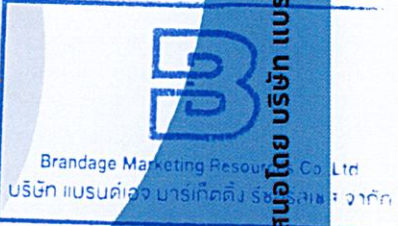
Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

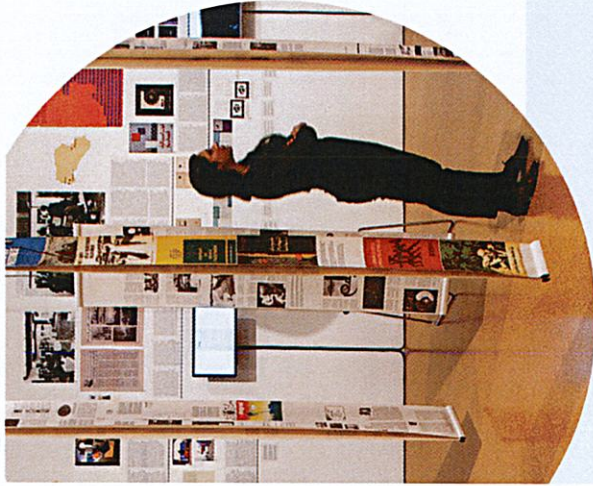


หลักการและเหตุผล

สสบน. สำนักฯภาคใต้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาคใต้โดยใช้กิจกรรมไมซ์ (MICE: Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การสร้างเครือข่ายธุรกิจระดับภูมิภาค และระดับประเทศ รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งตั้งอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของภาคใต้ตอนบน ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรมที่หลากหลาย และความเชื่อมโยงทางการคมนาคมที่สะดวก

สำนักฯภาคใต้จึงได้ดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัด สุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่องาน The Southern MICE Economic Forum 2025 เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักลงทุน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับประเทศ และระดับสากล ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ การจับคู่เจรจาธุรกิจ และการจัดแสดงสินค้าและบริการในพื้นที่ให้สอดคล้องกับเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยมุ่งเน้นให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีกลายเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาค พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่





ยุทธศาสตร์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวและบริการ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชนและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์พื้นฐานที่รองรับ การเติบโตในอนาคต ในการนี้สำนักฯภาคใต้จึงได้ดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัด สุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่องาน The Southern MICE Economic Forum 2025 เพื่อดึงดูดความสนใจจาก นักลงทุน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับประเทศและระดับสากล ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ การจับคู่เจรจาธุรกิจ และการจัดแสดงสินค้าและบริการในพื้นที่ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยมุ่งเน้นให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีกลายเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ ในระดับภูมิภาค พร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ และยังตอบสนองต่อนโยบาย ระดับจังหวัด ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ รวมถึงยุทธศาสตร์ของ สป.บ. ซึ่งล้วนชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ ของการพัฒนาภาคภูมิภาคว่ามีความจำเป็น



ดังนั้น สำนักฯภาคใต้จึงมีความจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่องาน The Southern MICE Economic Forum 2025 เพื่อชูแนวคิดการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น อย่างมีคุณค่าและยั่งยืนผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างงานและเพิ่ม มูลค่าให้กับสินค้าและบริการในพื้นที่ ช่วยยกระดับเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค สร้างความเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการสร้างความร่วมมือในทุก ภาคส่วน พร้อมยกระดับให้ภาคใต้ตอนบน โดยเฉพาะจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการพัฒนาไมซ์ที่มี ศักยภาพในระดับสากลอีกด้วย



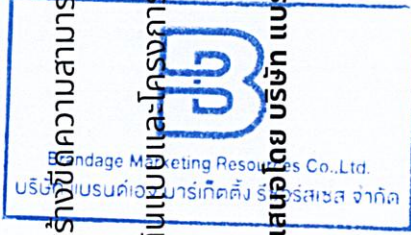
Legal

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ รวมถึงการส่งเสริมจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดในภาคใต้ให้เป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ระดับภูมิภาค
2. เพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ บัณฑิตวิทยาลัย และหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ รวมถึงเปิดโอกาสในการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และกระตุ่นการลงทุนในพื้นที่
3. เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ให้สอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) โดยส่งเสริมการจัดงานไมซ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของภาคใต้ในตลาดโลก ในฐานะจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับสากล พร้อมทั้งดึงดูดนักลงทุนและผู้จัดงานไมซ์จากทั่วโลกให้พิจารณาเลือกจัดกิจกรรมในภูมิภาค
5. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นในอุตสาหกรรมไมซ์
6. เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการจัดงานไมซ์ในอนาคต
7. เพื่อสร้างต้นแบบและโครงการนำร่องในการพัฒนาเมืองด้านการสร้างอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต

P.05  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

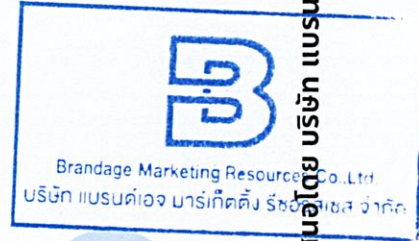
Legal





ขอบเขตการดำเนินงาน

1. นำเสนอแผนงานการดำเนินงานกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ
ณ.จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ดำเนินการจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ
ณ.จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีผู้ร่วมงานทั้งหมด 200 ท่าน



P.06  นำเสนอโดย บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด


Legal



แผนการดำเนินงานโครงการ

	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1	กำหนดและขั้นตอนดำเนินงาน • แผนและขั้นตอนดำเนินงาน • แผนประชาสัมพันธ์			
2	สรุปและเรียนเชิญวิทยากร และนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับการจัดกิจกรรม พร้อมทั้งประสานงานในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิทยากร ทั้งนี้ต้องผ่านความเห็นชอบจาก สสป.น. ก่อนการดำเนินงาน			
3	ประชุมสรุปรายงานความคืบหน้าครั้งที่ 1			
4	ติดต่อประสานงานสถานที่และที่พักสำหรับจัดกิจกรรม พร้อมการเดินทาง			
5	ออกแบบและนำเสนอ สื่อประชาสัมพันธ์ และอุปกรณ์ประกอบกิจกรรม เช่น Backdrop			
6	เปิดลงทะเบียน รับสมัครผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมยืนยันการลงทะเบียน			
7	ประสานงานเรียนเชิญเครือข่ายภาคีนอกพื้นที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้ จำนวน 20 ราย			
8	จัดกิจกรรมตามวันเวลาที่กำหนด			
9	ส่งรายงานสรุปกิจกรรม			
10	ประชุมสรุปการจัดกิจกรรม			

P.07  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal 



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

กำหนดการ

2025 THE SOUTHERN MICE ECONOMIC FORUM

กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ
ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

08.30 – 09.00 น. • ลงทะเบียน
09.00 – 09.10 น. • พิธีกรกล่าวต้อนรับแขกผู้มีเกียรติ
09.10 – 10.00 น. • นายพัฒนชัย สิงห์หวาระ

ผู้อำนวยการ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้
กล่าวถึงแนวทางของสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้ ในการผลักดัน พัฒนา
และยกระดับ เพื่อเปิดประตูสู่บทใหม่ ๆ ให้กับอุตสาหกรรม MICE ในภาคใต้

10.00 – 10.15 น. • พิธีรับประทานอาหารว่าง
10.15 – 11.00 น. • Global to Local (G2L)

โดย ดร. ณัฐกิตติ์ ตั้งพูลสินธนา กรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานการตลาด บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด
หรือ

การสร้าง Destination MICE

คุณดวงทอง ตีระไตรภพ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท พัทธ เอ็นเนอจี จำกัด (มหาชน) หรือ PTG

11.00 – 12.00 น. • Regenerative MICE

โดย ดร.ศิริกุล เลากัยกุล ผู้อำนวยการ Sustainable Brands (SB) Thailand

12.00 – 13.00 น. • รับประทานอาหารกลางวัน

13.00 – 14.00 น. • Signature Events

โดย คุณปณิษฐา บุรี สองประธาน Bhiraj Buri Group และ นายกสมาคมการแสดงสินค้าไทย หรือ TEA

14.00 – 15.00 น. • Bringing Robusta to Limelight

โดย คุณฟูอาดี้ พิศสุวรรณ หนึ่งในนักพัฒนากาแฟไทยที่น่าจับตามอง

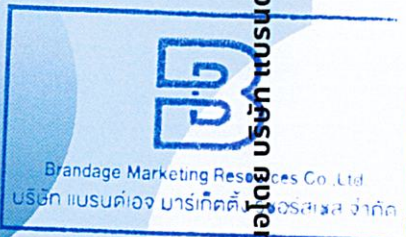
15.00 – 15.15 น. • พิธีรับประทานอาหารว่าง

15.15 – 16.30 น. • เสวนา "Mighty MICE Prep Talk : เชื้อความพร้อมสู่ Southern MICE

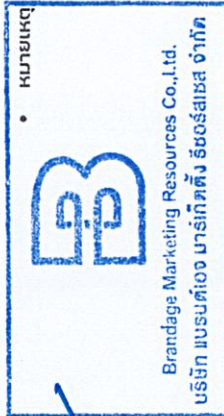
- นายสมชาย เสมมณี ก่อตั้งและก้าวจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ดร.วิษณุตา มาซู ผู้อำนวยการศูนย์ประสานงานสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
- นายอรรถมน กนกวิจิตร ประธานกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC 2025-2026
- คุณลลิตา ศรีสวัสดิ์ นายกสมาคมโรงแรมและการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

P.08  นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



• หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม





3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2
ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจาก สสพ.น. ก่อนการดำเนินการ

โรงแรมวังไต้ Wang Tai Hotel

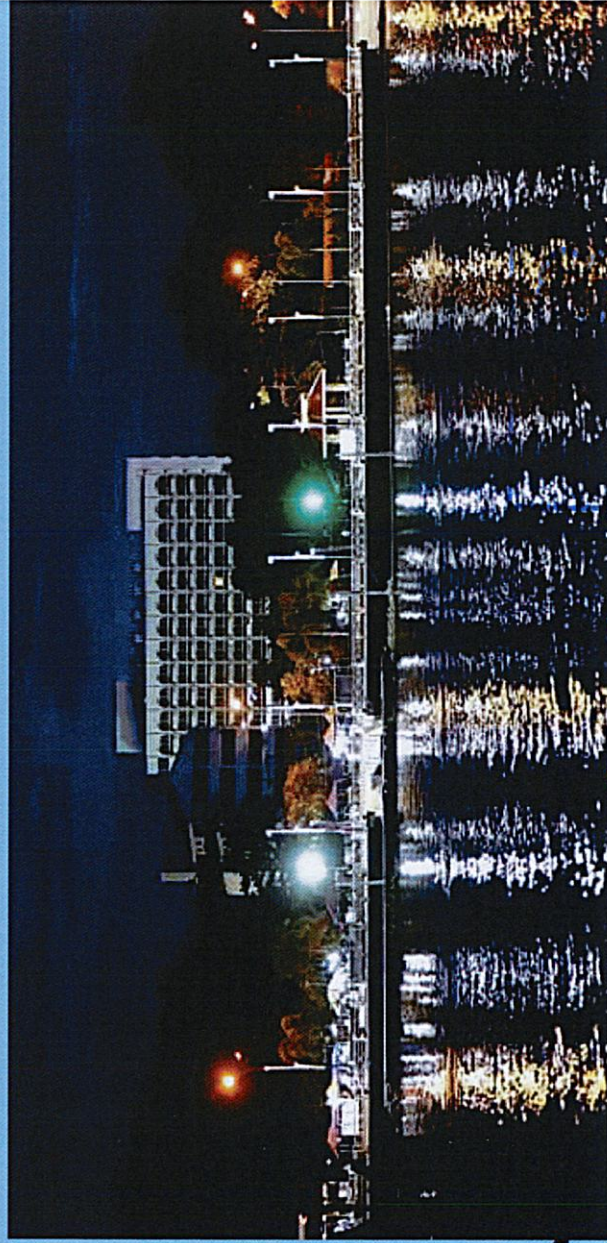
1 ถ. ตลาดใหม่ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
สุราษฎร์ธานี 84000

หรือ



P.09  นำเสนอโดย บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด


Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด




Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

โรงแรมบรจบุรี
(Bunjongburi Hotel)

83/34 หมู่ 3 ถ.บายพาส ตำบลมะขามเตี้ย,
ซีทีเซ็นเตอร์, สุราษฎร์ธานี, ไทย, 84000



P.10 นำเสนอโดยบริษัท แบนดอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบนดอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

4 ผู้รับจะจ้างต้องจัดหาวิทยากร จำนวน 6 ท่าน และนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับการจัดกิจกรรมตามข้อ 6.2 พร้อมทั้งประสานงานในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยากร ทั้งนี้ต้องผ่านความเห็นชอบจาก สสปน. ก่อนการดำเนินงาน

Contents

The Southern MICE Economic Forum 2025 เป็นเวทีรวมผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม MICE, การท่องเที่ยว, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, และเทคโนโลยี เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจภาคใต้ผ่านอุตสาหกรรม MICE

Key Topics

Empowering Southern Mighty MICE

The Future of Southern MICE: From Local to Global
Regenerative MICE: Sustainable & Impactful Events
Empowering Local Businesses through MICE
Smart MICE & Digital Transformation
City DNA & MICE Branding
Creative City Design : การใช้การออกแบบมาช่วยสร้างศักยภาพตามเมืองใหญ่

P.11  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Southern MICE

อุตสาหกรรม MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) ในภาคใต้ของประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการเติบโต เนื่องจากภาคนี้มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการจัดงาน MICE ระดับนานาชาติ โดยการส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองผ่านแนวคิด "City DNA" ในภาคใต้

ตัวอย่าง อัตลักษณ์ หรือ DNA ของแต่ละจังหวัด เช่น

ภูเก็ต "World-Class MICE & Gastronomy Destination"

สงขลา "Creative & Cultural MICE Hub"

สุราษฎร์ธานี "Robusta Coffee & Green MICE"

นครศรีธรรมราช "The Spiritual & Heritage MICE City"

กระบี่ "Sustainable & Adventure Tourism Hub"

ตรัง "Slow Life & Gastronomy Tourism City"

การทำตลาดผ่านอัตลักษณ์ เมือง

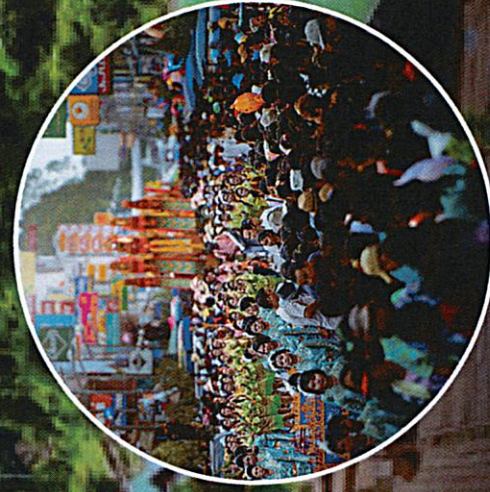
P.12  นำเสนอโดยบริษัท แบรินเคตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Surat Thani

ความพร้อมในการเป็นศูนย์กลาง MICE city



P.13  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เจจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Co., Ltd.
เรส จำกัด

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เจจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

สู่ราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูง โดยมีรายได้ของจังหวัดสูงเป็นอันดับ 3 ในภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบายอีกด้วย

1	เกษตรกรรม	1.จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีส่วนผลิตกันที่มวลรวมด้านการเกษตรต่อจังหวัดเท่ากับร้อยละ 26.3 2.ผลผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เงาะ ทุเรียน มังคุด และลองกอง 3.นอกจากนี้ยังมีการปศุสัตว์ที่สำคัญหลายประเภท ซึ่งมุ่งเน้นที่โคเนื้อเพราะเป็นที่นิยมทางตลาด และมีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ
2	อุตสาหกรรม	1.จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีส่วนผลิตกันที่มวลรวมด้านอุตสาหกรรมต่อจังหวัดเท่ากับร้อยละ 14.0 2.อุตสาหกรรมหลักของจังหวัด ได้แก่ อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อาหาร อโลหะ ขนส่ง และยาง 3.นอกจากนี้ ยังมีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหาร และการแปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้
3	การท่องเที่ยว	1.รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี 2558 ประมาณ 68,000 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวประมาณ 5,200,000 คน 2.สุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลกหลายแห่งไม่ว่าจะเป็นเขื่อนรัชชประภา และ 3 เกาะสำคัญของจังหวัด เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า
4	ศิลปะ วัฒนธรรม	1.จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นที่ตั้งของเมืองเก่า ศูนย์กลางของเมืองศรีวิชัย นับเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน 2.งานประเพณี ได้แก่ ประเพณีชักพระ กอดผ้าป่า และแข่งขันเรือยาว งานวันเงาะโรงเรียน 3.อาหารพื้นเมือง เช่น ผัดไทยไชยาและผัดไทยถั่วขาว ยำปลาเม็ง ไส้จืดต่าง
5	โครงสร้างพื้นฐาน	1.มีสภาพที่ตั้งเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงภาคใต้ตอนบน กับภาคใต้ตอนล่าง และเชื่อมโยงทะเลฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย ทำให้มีการคมนาคมที่สะดวก 2.มีโรงแรมที่สามารถรองรับจัดการประชุมขนาดใหญ่ได้หลายที่ และมีสถานที่จัดงานสัมมนาและนิทรรศการที่สามารถจุคนได้ถึง 10,000 คน จึงเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการรับรองอุตสาหกรรมโมใช้ได้เป็นอย่างดี

จุดเด่นของสุราษฎร์ธานีในการเป็นโมชิตี แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

1	 จุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมระดับโลก	1. มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม โดยเฉพาะเกาะ และชายหาดที่สวยงาม เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะนางยวน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะเต่า เป็นต้น 2. มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ และกิจกรรมให้ทำมากมาย เช่น เขื่อนรัชชประภาหรือเขื่อนเชี่ยวหลาน อุทยานแห่งชาติเขาสก
2	 การเดินทางเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่น ๆ	1. เป็นจังหวัดที่มีท่าอากาศยาน 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี และท่าอากาศยานนานาชาติเกาะสมุย ซึ่งมีเส้นทางบินเชื่อมโยงทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. มีเรือโดยสารวิ่งรับส่งในแม่น้ำตาปี ขนส่งสินค้าทางทะเล และเรือเฟอร์รี่ ซึ่งเป็นเรือโดยสารข้ามฟากขนาดใหญ่
3	 แหล่งเรียนรู้ชุมชนและวัฒนธรรมที่หลากหลาย	1. มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีการติดต่อค้าขายกับหลายประเทศ จึงมีการแลกเปลี่ยนและหลอมรวมวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เข้าด้วยกัน 2. มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนและวัฒนธรรมต่าง ๆ จำนวนมาก เช่น ชุมชนหมู่บ้านพุมเรียง คลองร้อยสาย และบึงขุนทะเล
4	 ศูนย์รวมสถาบันการศึกษาของภาคใต้ตอนบน	1. เป็นศูนย์รวมด้านการศึกษาของพื้นที่ภาคใต้ตอนบน เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยต่าง ๆ 2. โดยเป็นสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่ 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี และมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
5	 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	1. มีโรงแรมที่พักที่มีคุณภาพมากมาย หลากหลายระดับ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ พร้อมทั้งห้องประชุม และห้องจัดเลี้ยง ทั้งบนแผ่นดินใหญ่และบนเกาะ 2. มีบุคลากรที่มีศักยภาพ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดให้รองรับกับอุตสาหกรรมได้

P.15 นำเสนอโดย บริษัท แบรินเคตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



BB

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินเคตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

จุดเด่นของสุราษฎร์ธานีในการเป็นโมเชิตี คือ
การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ทั้งเกาะ และชายหาดที่สวยงาม น้ำใส

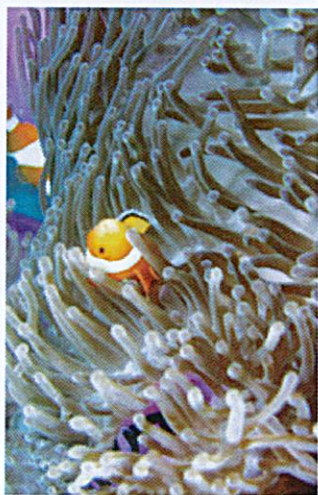
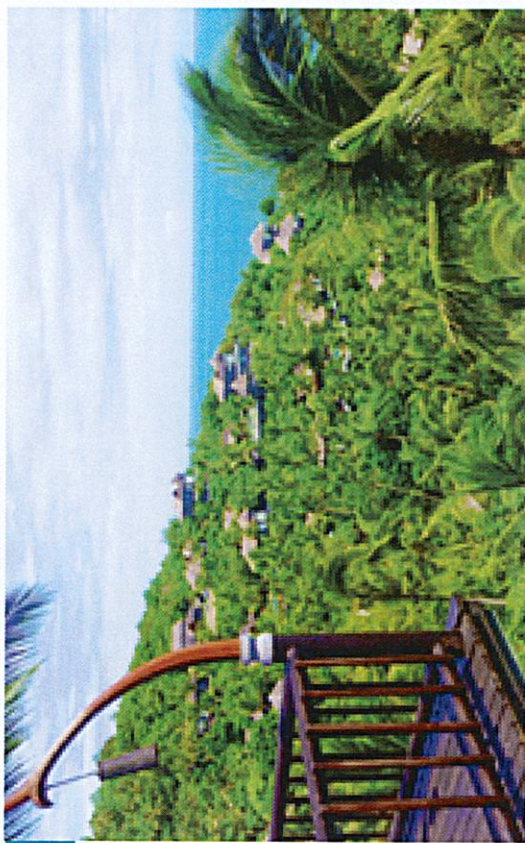
1. จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลก

1. เกาะสมุย ได้รับการจัดอันดับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก ได้แก่
- อันดับ 1 Global Beachfront Destination Awards ของเว็บไซต์ true - beachfront ในปี 2014
 - 1 ใน 10 Best Luxury Destination ของ บริษัท Ctrip.com ในปี 2016
 - อันดับ 6 Most Potential Destination ของ Ctrip.com ในปี 2017
 - อันดับ 91 ของ Top 100 City Destinations จากรายงานของ Euromonitor ในปี 2017
 - อันดับ 9 ของ Top 10 Islands in Asia จากนิตยสาร Travel & Leisure ในปี พ.ศ. 2561

2. มีสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม โดยเฉพาะเกาะ และชายหาดที่สวยงาม เช่น เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน หมู่เกาะอ่างทอง เกาะแตน เป็นต้น

3. มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ และกิจกรรมให้ทำมากมาย เช่น เขื่อนรัชชประภา หรือเขื่อนเชี่ยวหลาน อุทยานแห่งชาติเขาสก

4. มีการบริการด้านการท่องเที่ยวที่ครบครัน หลากหลาย และมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก ทั้งที่พัก อาหาร การนำเที่ยว ซึ่งมีหลากหลายคุณภาพและราคา



Legal

จุดเด่นของสุราษฎร์ธานีในการเป็นโมเชิตี คือ การเดินทางเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่น ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ทำให้สามารถเดินทางได้สะดวก

2 การเดินทางเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่น ๆ

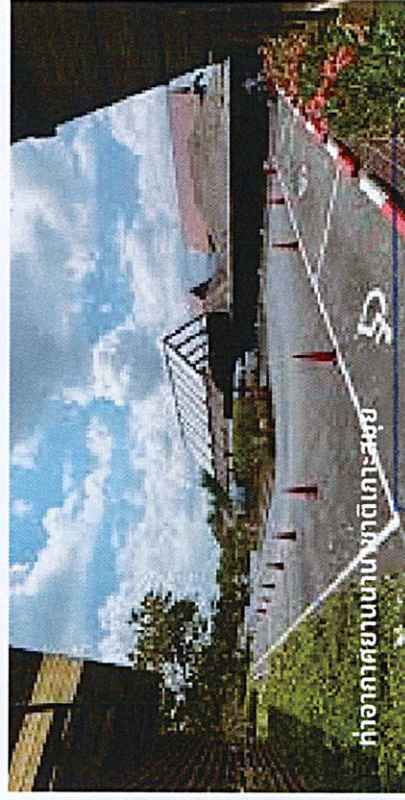
1. สุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีท่าอากาศยาน 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี และท่าอากาศยานนานาชาติเกาะสมุย ซึ่งมีเส้นทางบินเชื่อมโยงทั้งในประเทศและต่างประเทศ และยังมีโครงการจะขยายเพิ่มอีกเพื่อรองรับผู้โดยสารเพิ่มขึ้น โดยในปี 2559

- ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีผู้โดยสารประมาณ 1,366,479 คน 9,034 เที่ยวบิน
- ท่าอากาศยานเกาะสมุย มีผู้ใช้บริการ 1,280,276 คน 25,837 เที่ยวบิน

2. มีเที่ยวบินตรงเชื่อมโยงสู่ประเทศต่าง ๆ มากมาย เช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง จีน และมาเลเซีย

3. การคมนาคมทางน้ำ มีเรือโดยสารวิ่งส่งในแม่น้ำตาปีและมีการคมนาคมขนส่งสินค้าทางทะเลจากกรุงเทพฯ - สุราษฎร์ธานี และอำเภอเมือง - อำเภอเกาะสมุย/เกาะพะงัน นอกจากนี้ ยังมีบริการรถโดยสารประจำทาง โดยเรือเฟอร์รี่ ซึ่งเป็นเรือโดยสารข้ามฟากขนาดใหญ่ และมีท่าเทียบเรือบริเวณปากน้ำตาปีและคลองท่าทองสำหรับเรือขนถ่ายสินค้าอีกจำนวน 18 ท่า

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินเคตลิง รีซอร์สเซส จำกัด



P.17 1 นำเสนอโดย บริษัท แบรินเคตลิง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

12

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินเคตลิง รีซอร์สเซส จำกัด

จุดเด่นของสุราษฎร์ธานีในการเป็นโมชิตี คือ เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนและวัฒนธรรมที่หลากหลาย และงานประเพณีที่โดดเด่น

3 แหล่งเรียนรู้ชุมชนและวัฒนธรรมที่หลากหลาย

- 1.เป็นที่ตั้งของเมืองเก่าศูนย์กลางของเมืองศรีวิชัยในช่วงหลังพุทธศตวรรษที่ 13 โดยมีหลักฐานแสดงถึงการตั้งกรกรากและเส้นทางสายไหมในพื้นที่อ่าวบ้านดอน ทำให้ภายในจังหวัดมีแหล่งโบราณสถานมากมาย เช่น พระบรมธาตุไชยา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยาซากเมืองโบราณสมัยอาณาจักรศรีวิชัย
- 2.มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ชนพื้นเมืองเป็นพวกเขมังกะและชาวมลายูดั้งเดิม มีการติดต่อค้าขายกับหลายประเทศ จึงมีการแลกเปลี่ยนและหลอมรวมวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทำให้มีมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพชนได้สร้างสรรค์และสร้างสมไว้ให้ลูกหลานมากมาย
- 3.มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนและวัฒนธรรมต่าง ๆ จำนวนมาก เช่น

- **ชุมชนหมู่บ้านพุมเรียง** ชุมชนชาวนุสลิ้มที่ส่วนใหญ่มีอาชีพทอผ้าไหมมีลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์ได้แก่ลายราชวัตร ลายนพเก้า
- **คลองร้อยสาย** ชมกิจกรรมของชาวบ้าน เช่น การทำสวนเกษตร ประมงพื้นบ้าน บ้านโบราณ และหัตถกรรมศิลปะพื้นบ้าน
- 4. **ขนบธรรมเนียมประเพณี** มีทั้งประเพณีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับภูมิภาคอื่น ๆ และที่มีลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ ที่ยังคงมีการสืบทอดการปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีชักพระหรือลากพระ ประเพณีรับส่งตายาย การทำขวัญเด็ก

ชุมชนหมู่บ้านพุมเรียง



คลองร้อยสาย



ประเพณีชักพระหรือลากพระ

จุดเด่นของสุราษฎร์ธานีในการเป็นโมชิตี คือ เป็นศูนย์รวมสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยของภาคใต้ตอนบน

4 ศูนย์รวมสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยของภาคใต้ตอนบน

1. เป็นศูนย์รวมด้านการศึกษาของพื้นที่ภาคใต้ตอนบน เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยตาปี และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2. โดยมีสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่ 2 แห่ง ได้แก่
 - มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี เป็นวิทยาเขตย่อยของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นการศึกษาหลักที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับทางด้านการศึกษาของประเทศ ประกอบด้วย 3 สาขาวิชา ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาการจัดการ และวิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับต้น ๆ ของประเทศ
- เป็นหนึ่งใน 4 มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ของภาคใต้



P.19  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

จุดเด่นของสุราษฎร์ธานีในการเป็นโมชิตี คือ

มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีโรงแรมที่พัก ห้องจัดเลี้ยงพร้อม สามารถจัดประชุมได้ทั้งบนแผ่นดินใหญ่และบนเกาะ

5 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

1. สุราษฎร์ธานีมีโรงแรมที่พักที่มีคุณภาพมากมาย หลายระดับ ที่สามารถรองรับ นักเดินทางได้ พร้อมทั้งห้องประชุม และห้องจัดเลี้ยง ทั้งบนแผ่นดินใหญ่และบนเกาะ
2. มีการขยายตัวของโรงแรมใหม่ที่มีบริหารภายใต้เครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงในการรองรับ กลุ่มนักเดินทางไมซ์และนักท่องเที่ยวระดับบน
3. มีผู้ให้บริการนำเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เป็นจำนวนมาก สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรางวัลได้
4. มีบุคลากรที่มีศักยภาพ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดให้รองรับกับอุตสาหกรรมไมซ์ได้ อีกทั้งบุคลากรเหล่านี้ยังสามารถสื่อสารได้ดีทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาจีน

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

P.20  นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

○วิพากษ์



ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสายงานทั้งด้านธุรกิจ การตลาด เทคโนโลยี การพัฒนาเมือง และความยั่งยืน

MICE & Tourism Strategy → นวัตกรรมแผนกลยุทธ์ MICE และการท่องเที่ยว Sustainability & Green MICE → ผู้เชี่ยวชาญด้านอีเวนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Digital & Smart MICE → ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เช่น AI, VR, Big Data Event Experience Design → นวัตกรรมแบบประสบการณ์และผู้จัดการระดับนานาชาติ



P.21 นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เจจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal



10

เปิดงานโดยผู้บริหารสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้ หัวข้อ The Next Chapter of the Southern Mighty MICE



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

กล่าวถึงแนวทางของสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
ภาคใต้ ในการผลักดัน พัฒนา และยกระดับ เพื่อเปิดประตูสู่บทใหม่ ๆ
ให้กับอุตสาหกรรม MICE ในภาคใต้



นายพัฒนชัย สิงหะวาระ
ผู้อำนวยการ
สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้

P.22 นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

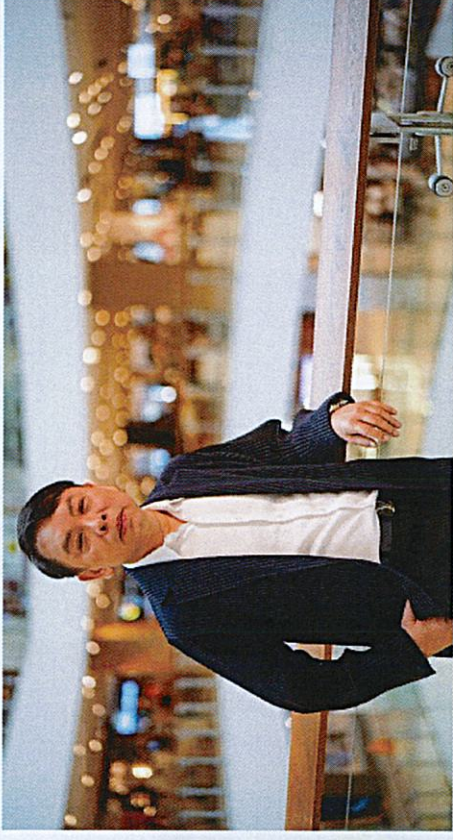


Legal

Global to Local (G2L)

แนวคิด "Global to Local" (G2L) คือ การนำแนวโน้มระดับโลกมาปรับใช้ในระดับท้องถิ่น หรือ การเชื่อมโยงกระแสโลกเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าและความยั่งยืน.

ดร. ณัฐกฤตย์ ตังพลสินธนา
กรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานการตลาด บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด



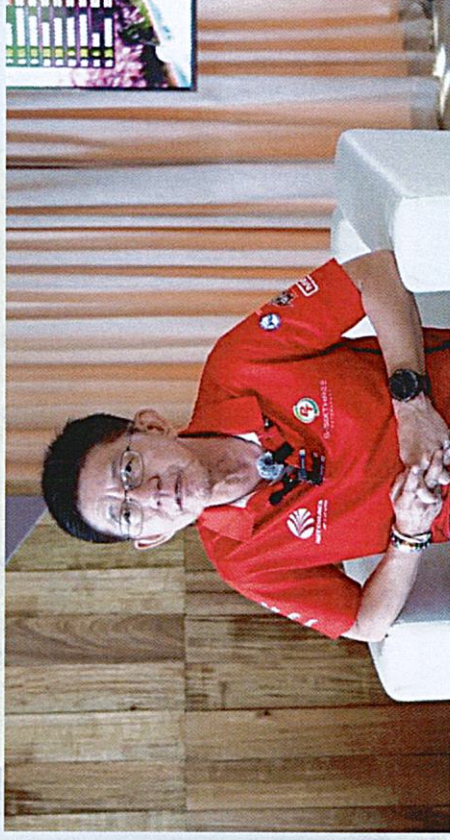
หรือ

การสร้าง Destination MICE

การพัฒนาเมืองหรือภูมิภาคให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดการจัดประชุม สัมมนา ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานแสดงสินค้า และกิจกรรม (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions - MICE)

คุณฉลอง ศิโรไตรภูษิต

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท ฟิทจี เอ็นเบย์ จำกัด (มหาชน) หรือ PTG



P.23 นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

Regenerative MICE

การจัดอุตสาหกรรม MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) ที่เน้นการฟื้นฟูและสร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้เป็นการพัฒนาไปอีกขั้นจาก Sustainable MICE (MICE อย่างยั่งยืน) เพราะไม่ใช่แค่ลดผลกระทบเชิงลบ แต่ยังมุ่งเน้นไปที่การสร้าง การเปลี่ยนแปลงเชิงบวก โดยแนวทางของ Regenerative MICE

ดร.ศิริกุล เลากัยกุล

- ผู้อำนวยการ Sustainable Brands (SB) Thailand
- ผู้อำนวยการและผู้ก่อตั้ง โครงการพอแล้วดี The Creator
- ที่ปรึกษา คณะกรรมการสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

P.24  นำเสนอโดย บริษัท แบรนด์ดีเจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรนด์ดีเจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

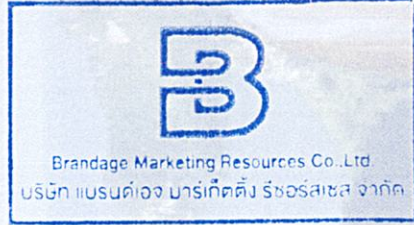
ก.ค.

Signature Events

งานอีเวนต์ที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งด้านเศรษฐกิจ
การตลาด ภาพลักษณ์เมือง และภูมิภาค

คุณปณิษฐา บุรี

- รองประธาน Bhiraj Buri Group และ
- นายคสมาศมการแสดงสินค้าไทย หรือ TEA
- ประธานสมาคมการแสดงสินค้าโลก หรือ UFI ประจำปี พ.ศ. 2568-2569



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



P.25 นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



ก.ค.

Legal

Bringing Robusta to Limelight

ภาคใต้ของไทยเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการปลูกกาแฟโรบัสต้าที่สำคัญ โดยเฉพาะในจังหวัด ชุมพร สุราษฎร์ธานี ระนอง และนครศรีธรรมราช การผลักดันพื้นที่ซึ่งมีสภาพภูมิอากาศและดินที่เหมาะสม ทำให้กาแฟโรบัสต้าไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งในเรื่องของรสชาติ กลิ่น และคุณภาพ

การผลิตต้น กาแฟโรบัสต้า (Robusta) ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในระดับสากล เป็นแนวทางที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ และส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น

ฟูอาดี้ พิศสุวรรณ

หนึ่งในนักพัฒนากาแฟไทยที่น่าจับตามอง

เสวนา “Mighty MICE Prep Talk : เช็กความพร้อมสู่ Southern MICE

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินคัล จำกัด



นายสมชาย เสมมณี
ท่่องเที่ยวและกีฬา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ดร.วิชชุดา มายุ
อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และ
วิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี



คุณสุธิกา ศรีสวัสดิ์
นายกสมาคมโรงแรมและท่องเที่ยว
จังหวัดสุราษฎร์ธานี



นายอนรรฆ ภนกวิจิตร
ประธานกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่(YEC)
2025-2026



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินคัล มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

๒๓

ประเด็นเสวนา “Mighty MICE Prep Talk : เชิดความพร้อมสู่ Southern MICE

แนวโน้มและโอกาสของอุตสาหกรรม MICE ในภาคใต้

- ศักยภาพของเมืองหลัก เช่น ภูเก็ต กระบี่ สงขลา หาดใหญ่ ในการเป็นศูนย์กลาง MICE
- แนวโน้มของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

- การขยายสนามบิน โรงแรม ศูนย์ประชุม และสถานที่จัดอีเวนต์
- ระบบขนส่งและการเชื่อมโยงเมือง MICE สำคัญ
- กลยุทธ์ดึงดูดนักเดินทางไมซ์ให้เลือกภาคใต้เป็นจุดหมาย
- การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น

เทรนด์ใหม่ในการจัดอีเวนต์ MICE

- AI ที่เข้ามามีบทบาท และสร้างความน่าสนใจให้ MICE ในภาคใต้
- ประสบการณ์ที่แตกต่าง เช่น การจัดอีเวนต์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและธรรมชาติ
- เทคโนโลยี AI, AR/VR และแพลตฟอร์มดิจิทัลในงาน MICE

ความพร้อมของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรม

- การสร้าง Upskill และ Reskill ให้กับบุคลากรจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรม MICE
- การฝึกอบรมและการสนับสนุนจากภาครัฐ
- การส่งเสริมมาตรฐานบริการระดับสากล

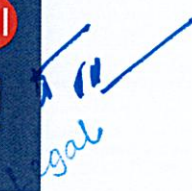
วิทยาการและหัวข้อ (เพิ่มเติม)



P.29  นำเสนอโดย บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



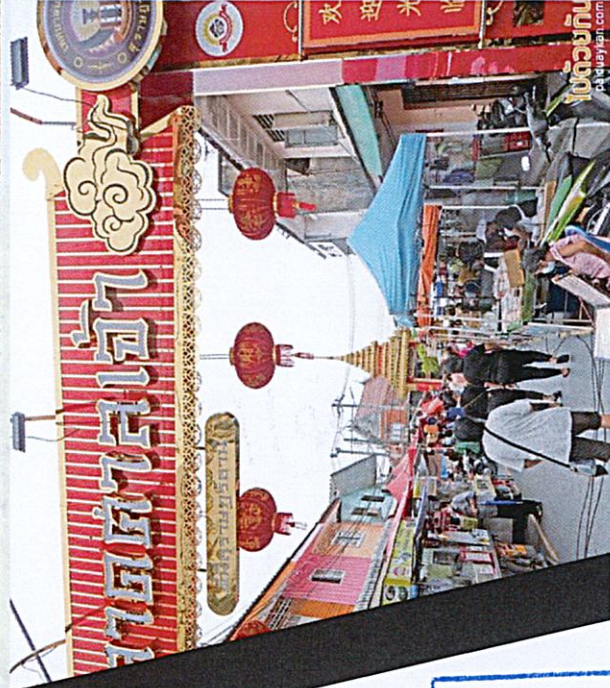
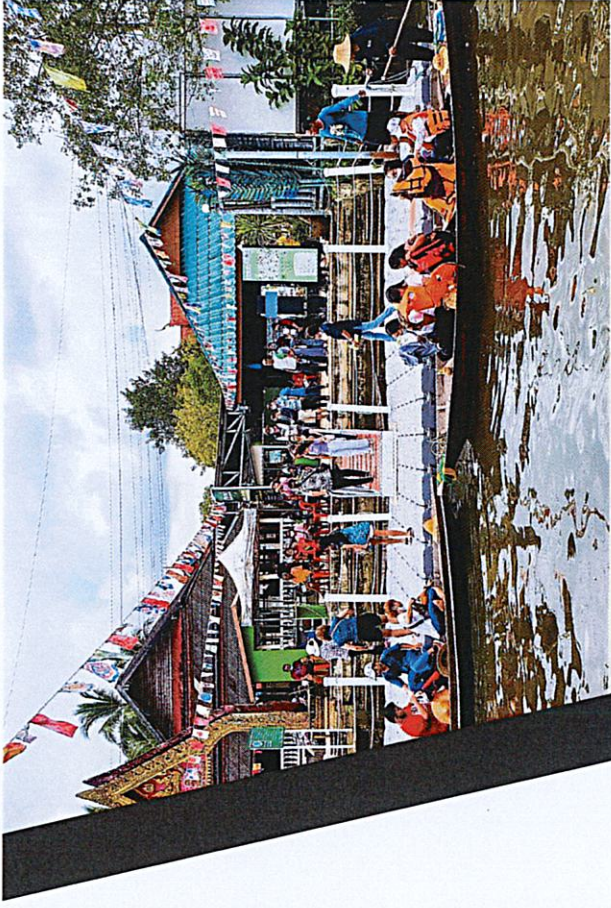



Legal



MICE Plus Creative City Design

นายพิชิต วัชรคุบุตร.
รองผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์



MICE + Creative City Design

การนำดีไซน์มาช่วยสร้างสรรค์ย่านหรือเมือง เป็นแนวคิดที่นำเอาเสน่ห์ในการดึงดูดมาผสมผสานกับ
อุตสาหกรรม MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) โดยเน้นการจัด
งานที่มีเอกลักษณ์ ดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และองค์กรที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์อันมีเสน่ห์
ของงานที่ใช่

ความเกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ

P.30  นำเสนอโดย บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal

การนำ Digital Marketing มาเพิ่มประสิทธิภาพและขยายโอกาสทางการตลาด MICE

ผศ.ดร.ธีรศานต์ สหสพาศน์
ผู้อำนวยการหลักสูตร คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

“ต่อ เพนกวิน” นายธนพงศ์ วงศ์ชินศรี
ซีอีโอจากบริษัท เพนกวินเอ็กซ์ จำกัด
ผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจร้านอาหาร
“เพนกวิน อีท ชาบู” (Penguin Eat Shabu)

หรือ



P.31  นำเสนอโดย บริษัท แบรนดจ์เจจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

โดย
จำกัด

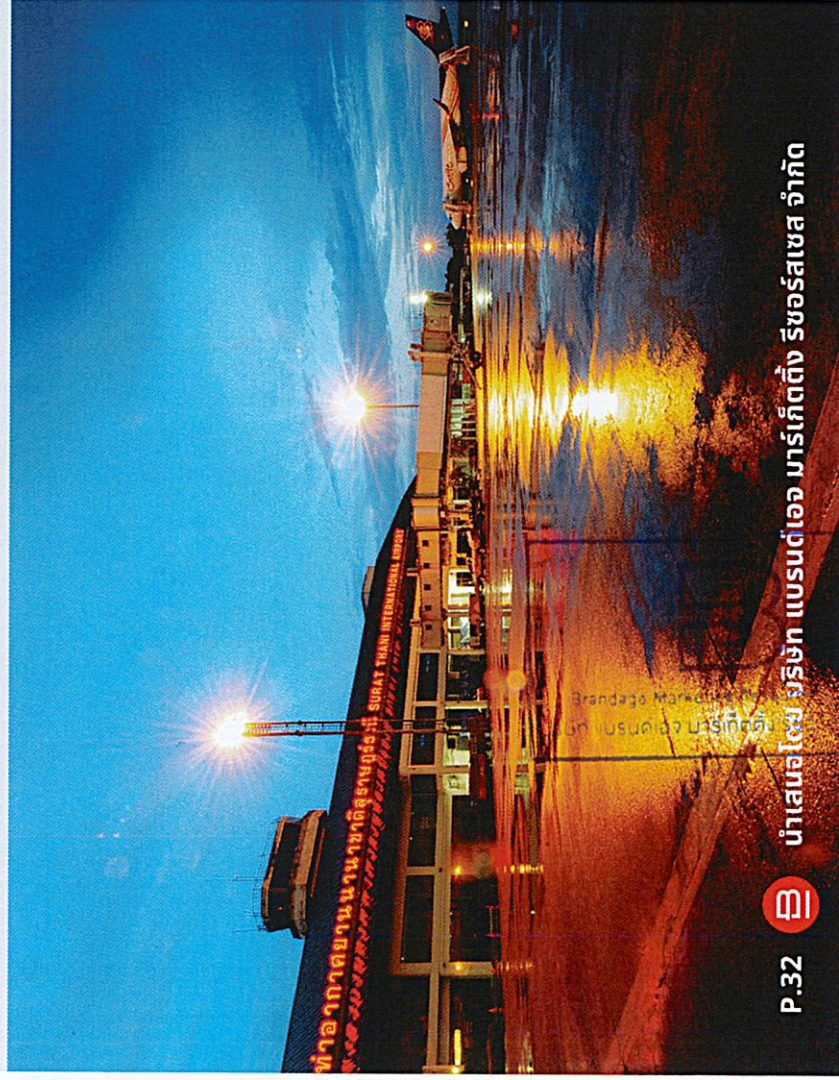
Legal



Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบรนดจ์เจจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

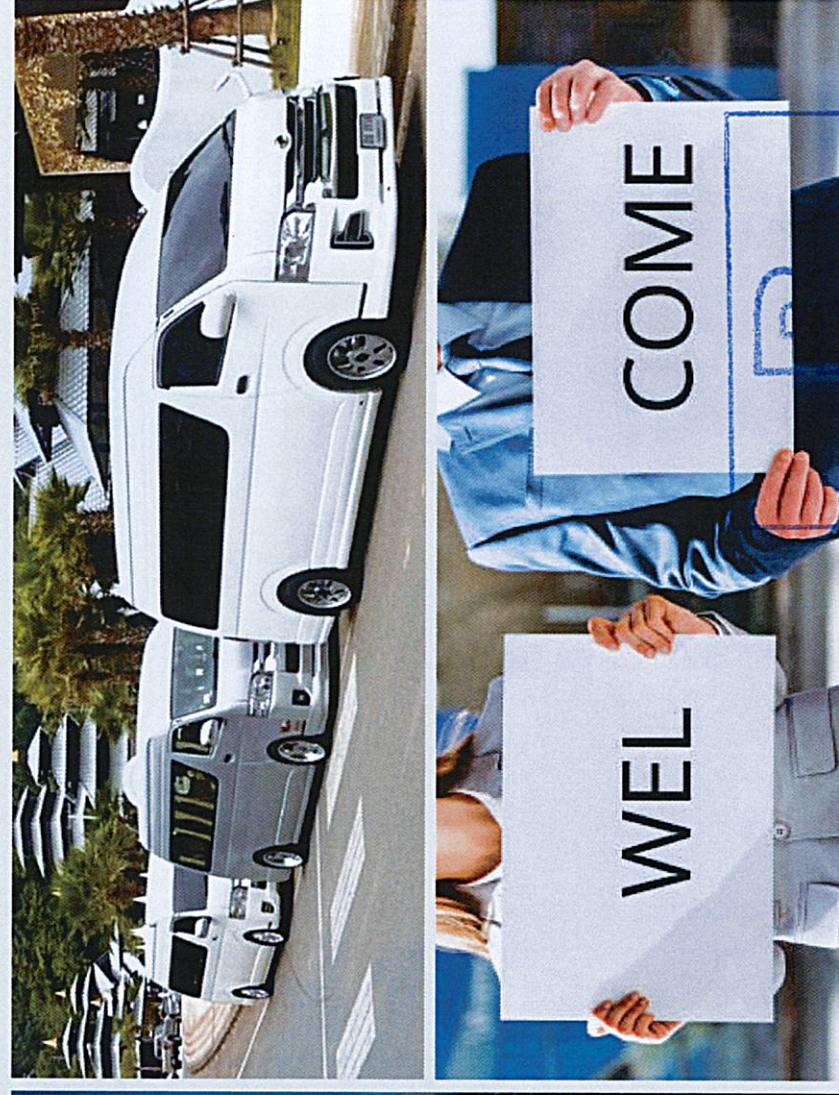
โดย

5 จัดเตรียมการเดินทาง ของวิทยากร และการเดินทางสำหรับเครือข่ายภาคพื้นที จำนวน 20 ราย
พร้อมจัดหาห้องพักที่เหมาะสม สอดคล้องเวลาในการจัดกิจกรรม



P.32  นำเสนอไทย บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

พ. (พ)

6. จัดเตรียมห้องพัก ณ. โรงแรมที่จัดงานหรือบริเวณใกล้เคียง จำนวน 1 คืนต่อ ๆ ห้องๆ ละ 1 ท่าน
รวมทั้งสิ้น 20 ห้อง

1. โรงแรมวังใต้



P.33 นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

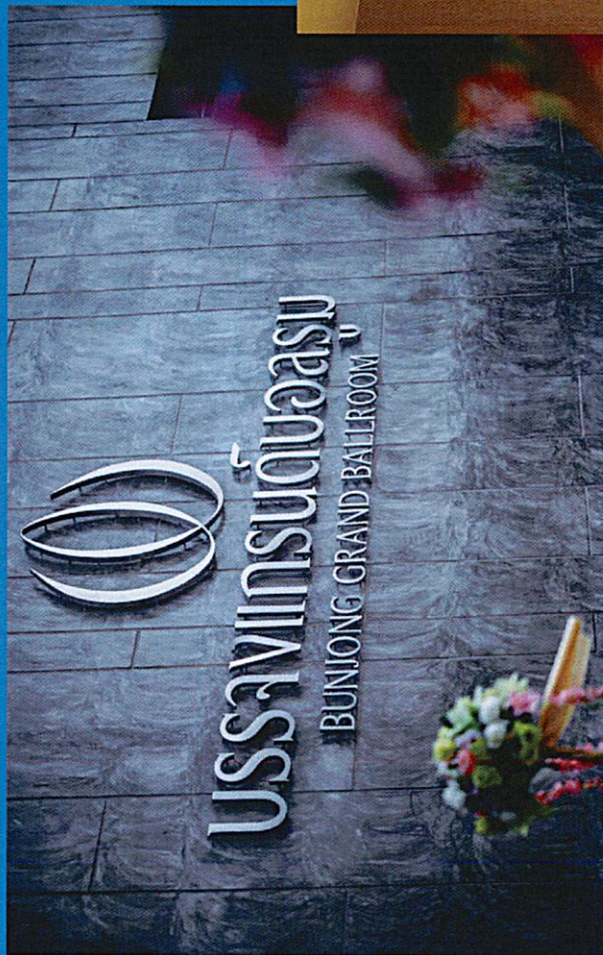
หรือ



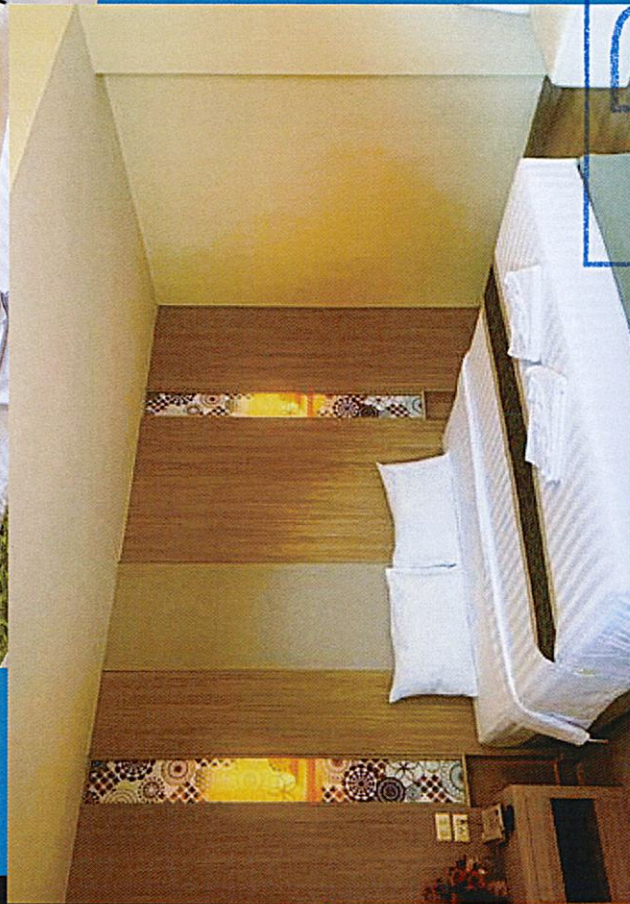
Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

2.โรงแรมบunjongบุรี



Junior Suite



P.34  นำเสนอโดย บริษัท แบริ่ง แบริ่ง แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริ่ง แบริ่ง แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริ่ง แบริ่ง แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Handwritten signature and date: 11/11

Handwritten signature and date: 11/11

Legal

7 จัดเตรียม Stage Backdrop จำนวน 1 ชิ้น และ Photo Backdrop จำนวน 1 ชิ้น

1. Stage Backdrop

จำนวน 1 ชิ้น
จอ LED ขนาด 3*6 เมตร
(สำหรับนำเสนอ Present
วิทยากรและถ่ายภาพ)

2.Photo Backdrop

จำนวน 1 ชิ้น
ขนาด 2.40 * 6 เมตร
(วัสดุจากผ้า
สามารถนำโครงกลับมาใช้ใหม่ได้)



P.35  นำเสนอโดย บริษัท แบริ่ง แบริ่งดีเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal









8 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมอาหารกลางวัน จำนวน 1 มื้อ และอาหารว่างและเครื่องดื่ม จำนวน 2 มื้อ สำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม จำนวน 200 คน ให้เรียบร้อย



P.36



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

นำเสนอ โดย บริษัท แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

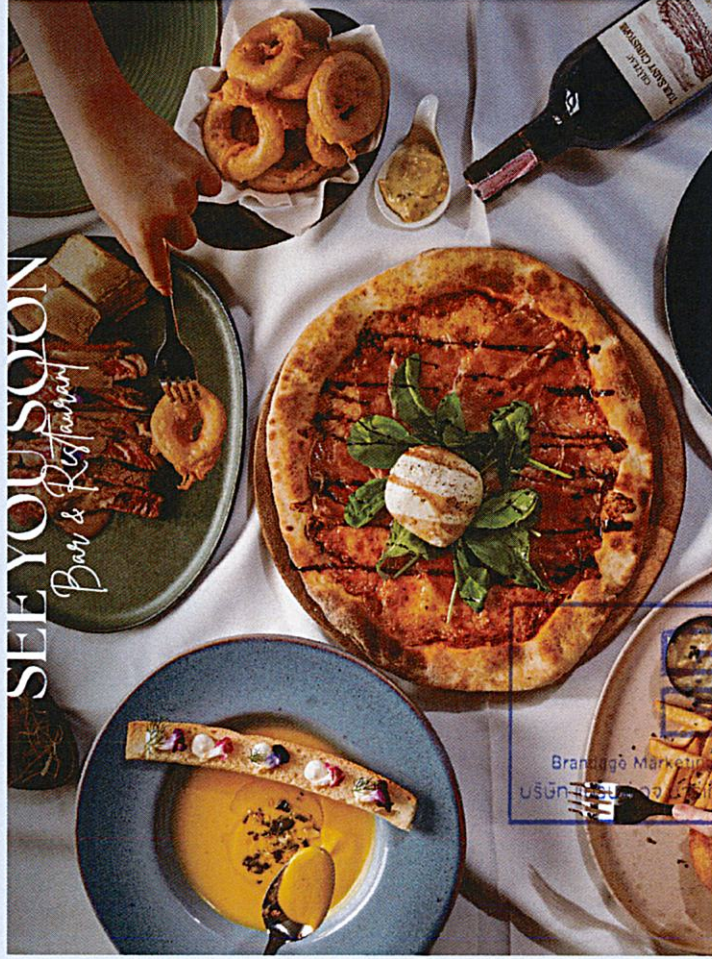


มี

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

9 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมกิจกรรมงานเลี้ยงต้อนรับอย่างเป็นทางการในตอนเย็น (Welcome Reception) ในรูปแบบที่น่าสนใจจำนวน 1 ครั้ง สำหรับผู้เข้าร่วมงาน 40 ท่าน

ร้านอาหารTime23 Bunjongburi Surat



P.37  นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

23

Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

พ.บ.

Legal

10 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมของที่ระลึก อย่างน้อย 200 ชิ้น

ของที่ระลึกนำเสนอเป็นของในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อาทิเช่น

1.ของจากธรรมชาติและสุขภาพ

- น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น - ของฝากขึ้นชื่อจากเกาะสมุย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ
- สบู่มะพร้าวออร์แกนิก - ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ หอมละมุน
- น้ำผึ้งป่าแท้ - นำผึ้งจากป่าธรรมชาติของสุราษฎร์ฯ บรรจุในขวดพรีเมียม

2. ของกินพรีเมียม

- กาละแม่มืองสุราษฎร์ - แพคเกจพิเศษสำหรับงานประชุม
- ชาหรือลูกอมจากมะพร้าว - เครื่องดื่มและของหวานที่ทำจากมะพร้าว
- ปลาเค็มกางมุ้ง (บรรจุภัณฑ์พิเศษ) - เหมาะสำหรับแจกเป็นของฝากระดับพรีเมียม

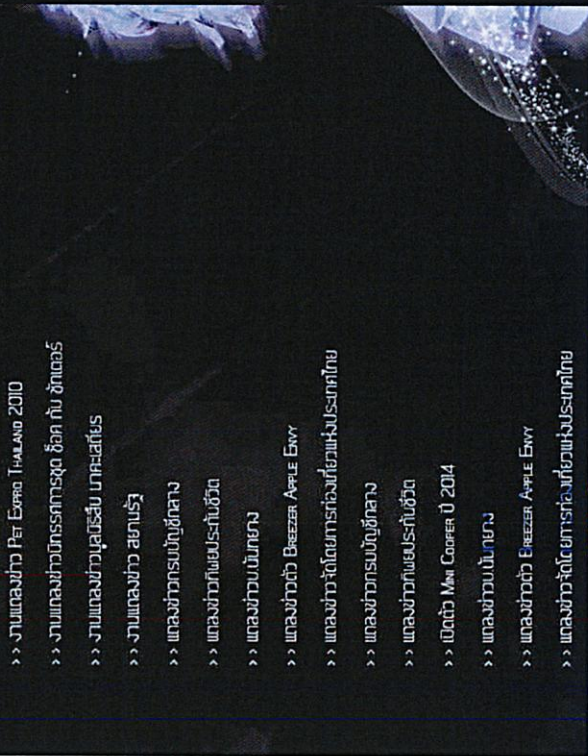
นำมาบรรจุในถุงผ้าที่ทำจากอวน หรือ ถุงผ้าพร้อมใส่ป้ายแสดงกิจกรรมการจัดงาน



11 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาพิธีกรจำนวน 1 คน

PRESS CONFERENCE WORK

- >> งานแถลงข่าวเปิดตัว จำกัด (มหาชน)
- >> งานแถลงข่าวการธนาคารมณฑล จำกัด มหาชน
- >> งานแถลงข่าว มติชน
- >> งานแถลงข่าว Pet Event Thailand 2010
- >> งานแถลงข่าวการธนาคารกรุง รัชดา กับ ธกส
- >> งานแถลงข่าวเฉลิมฉลอง ภาครัฐบาล
- >> งานแถลงข่าว สยามรัฐ
- >> แถลงข่าวการเปิดตัวกลาง
- >> แถลงข่าวการเปิดตัวบริษัท
- >> แถลงข่าวเป็นกลาง
- >> แถลงข่าวด้วย BREEZER APPLE ENVY
- >> แถลงข่าวจัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- >> แถลงข่าวการเปิดตัวบริษัท
- >> แถลงข่าวการเปิดตัว
- >> เปิดตัว Mm Cooper ปี 2014
- >> แถลงข่าวเป็นกลาง
- >> แถลงข่าวด้วย BREEZER APPLE ENVY
- >> แถลงข่าวจัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



EVENT WORK

- >> บริษัทการะเวียงวักคอน จอเลสเตอร์
- >> ปูนอินทรีย์
- >> ปูนซีเมนต์นครหลวงไทย
- >> กรมการพัฒนาชุมชนบริษัทแอดวานซ์ อิมโฟร์ เซอร์วิส จำกัดมหาชน
- >> บริษัทการะเวียงวักคอน
- >> .อีซูมโตโยต้า, ออนต้า ซูซูกิ, ฟูโซ, ฮีโน่
- >> งานประจำปีของวันธรรมดณูป
- >> โครงการวันโลกาภิวัตน์ที่ท่าอากาศยานนครนบุรี
- >> แคมเปญผลิตภัณฑ์จากพืช, แป้ง, น้ำมัน
- >> วาสสันเครื่องสำอางเอสซี
- >> แถลงข่าวด้วยวอเตอร์
- >> วันประกันชีวิตแห่งชาติ
- >> ไทยเดนมาร์ก



P.39  นำเสนอไทย บริษัท แบรินดีเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดีเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

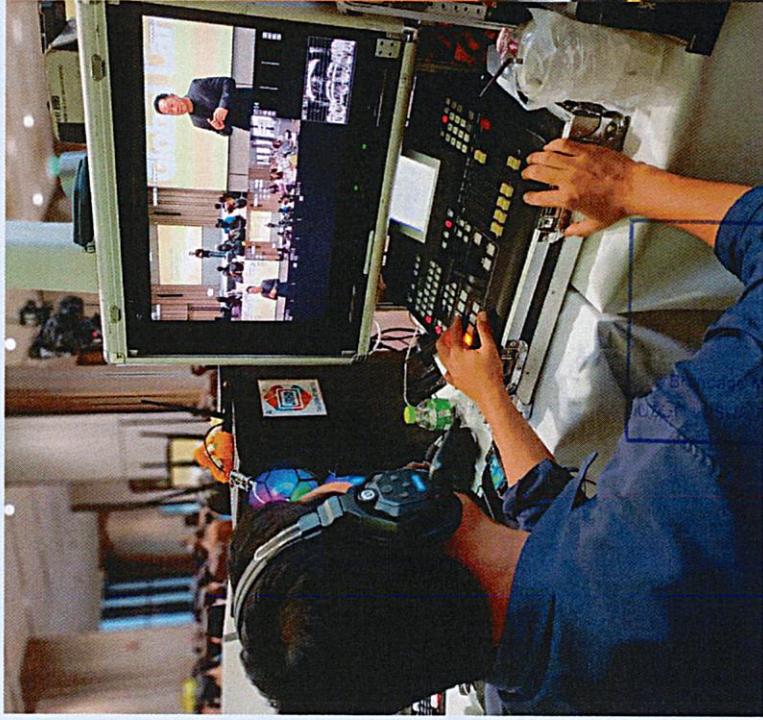


Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินดีเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด




Legal

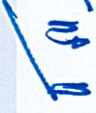
12 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตามความเหมาะสมของงาน เพื่อดูแลอำนวยความสะดวก
ตลอดการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และครบถ้วนโดยไม่มีอุปสรรคใดๆ



P.40  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

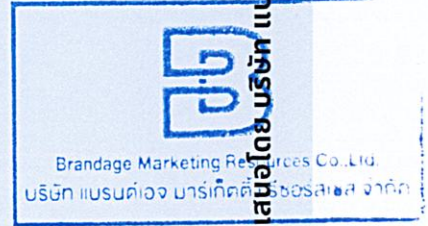

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด


Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal  

13 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบประเมิน
ความพึงพอใจของการจัดกิจกรรมตาม
ข้อ 6.2 และสรุปผลประเมินความพึงพอใจ
ในรูปแบบรายงานไฟล์ PDF ussลงใน
Thumb Drive จำนวน 1 ชุด

ตัวอย่างแบบประเมินความพึงพอใจกิจกรรม



P.41 นำเสนอโดย บริษัท แบรินทีเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal



แบบสอบถามความพึงพอใจ
The Southern MICE Economic Forum 2025
กิจกรรมประชุมสัมมนาวิชาการ ณ อิมพีเรียลแกรนด์

คำชี้แจง ขอเรียนแจ้งว่าแบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัดระดับความพึงพอใจ
ต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการ
ลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center)
ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center)

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ท่านมีอาชีพอะไร (โปรดระบุในช่องว่าง)

☐ อื่นๆ

☐ ไม่ระบุ

1.2 ท่านเคยใช้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) มากน้อยเพียงใด

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ ไม่เคยใช้บริการ

ส่วนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม

2.1 ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) มากน้อยเพียงใด

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ ไม่เคยใช้บริการ

2.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) มากน้อยเพียงใด

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ ไม่เคยใช้บริการ

2.3 ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) มากน้อยเพียงใด

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ ไม่เคยใช้บริการ

2.4 ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) มากน้อยเพียงใด

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ ไม่เคยใช้บริการ

ส่วนที่ 3. ระดับความพึงพอใจ / การนำไปใช้ / ความพึงพอใจ
คำชี้แจง โปรดระบุในช่องว่าง ✓ สำหรับข้อที่ 3-6 โปรดระบุในช่องว่างสำหรับข้อที่ 7-10

3.1 การประเมินความพึงพอใจ (5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด)

รายการประเมิน	ผู้ตอบแบบสอบถาม				
	5	4	3	2	1
1. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
2. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
3. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
4. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
5. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
6. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					

3.2 การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Service Center) มากน้อยเพียงใด

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
2. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
3. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
4. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
5. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					
6. การให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์					

3.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบคุณที่เข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามนี้



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินทีเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

The Southern MICE Economic Forum 2025 กิจกรรมประชุม เชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ
กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัด
สุราษฎร์ธานี The Southern MICE Economic
Forum 2025

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ
นิทรรศการ (สสปน.) ขอความยินยอมสำหรับการ
เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน จากการตอบ
แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับ
กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัด
สุราษฎร์ธานี The Southern MICE Economic
Forum 2025 โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วน
บุคคลครั้งนี้ สำนักงานจะดำเนินการเก็บรักษา
ข้อมูลส่วนบุคคล

ลงชื่อเข้าใช้ Google เพื่อบันทึกการแก้ไข
ข้อมูลเพิ่มเติม

ท่านยินยอมที่จะให้ข้อมูลในครั้งนี้อหรือไม่

P.42

นำเสนอโดย บริษัท แบริ่งแอนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

ท่านยินยอมที่จะให้ข้อมูลในครั้งนี้อหรือไม่

- ☐ ยินยอม
☐ ไม่ยินยอม

ท่านอนุญาตให้ทาง สสปน. หรือที่เลิ็บ นำข้อมูล
ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และอัปเดตข้อมูล
ข่าวสาร เกี่ยวกับ สสปน. และ/หรืออุตสาหกรรม
ไมซีในครั้งถัดไปหรือไม่

- ☐ ยินยอม
☐ ไม่ยินยอม

ชื่อ-นามสกุล

คำตอบของคุณ

เพศ

- ☐ ชาย
☐ หญิง

อายุ

- ☐ 20-30 ปี
☐ 31-40 ปี
☐ 41-50 ปี
☐ 51-60 ปี
☐ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ

- ☐ หน่วยงานภาครัฐ
☐ หน่วยงานภาคเอกชน
☐ หน่วยงานผู้แทนสมาคม

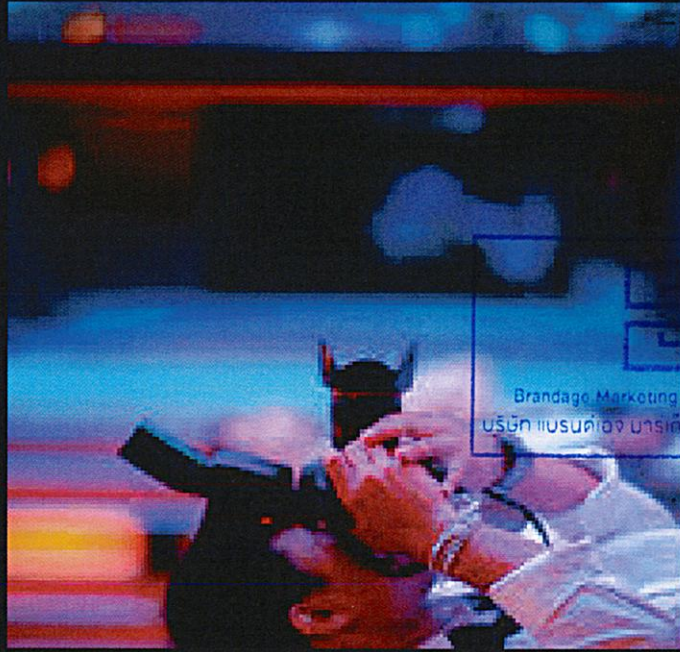
๒๒

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริ่งแอนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

การประเมินความพึงพอใจความพึงพอใจ วิทยากร	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง
การ ถ่ายทอด ความรู้ ความ ชัดเจน	☐	☐	☐	☐
การ อธิบาย การให้ ความรู้ เป็นไป ตาม ลำดับขั้น ตอน	☐	☐	☐	☐
การ เชื่อมโยง เนื้อหา ในการ บรรยาย	☐	☐	☐	☐
ความ ครบถ้วน ของ เนื้อหา ในการ บรรยาย	☐	☐	☐	☐

การประเมินความพึงพอใจความพึงพอใจ วิทยากร	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง
การ ถ่ายทอด ความรู้ ความ ชัดเจน	☐	☐	☐	☐
การ อธิบาย การให้ ความรู้ เป็นไป ตาม ลำดับขั้น ตอน	☐	☐	☐	☐
การ เชื่อมโยง เนื้อหา ในการ บรรยาย	☐	☐	☐	☐
ความ ครบถ้วน ของ เนื้อหา ในการ บรรยาย	☐	☐	☐	☐
ใช้เวลา				

14 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่างภาพหนึ่ง และช่างวิดีโอ ตามความเหมาะสมของกิจกรรมตาม
ข้อ 6.2 เพื่อถ่ายภาพตลอดการจัดงาน พร้อมจัดทำวีดีโอสรุปภาพรวมงาน (Highlight) ไม่
เกิน 2 นาที พร้อม Footage ตลอดการจัดงาน บรรจุลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด



P.44  นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Ltd.
จำกัด

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

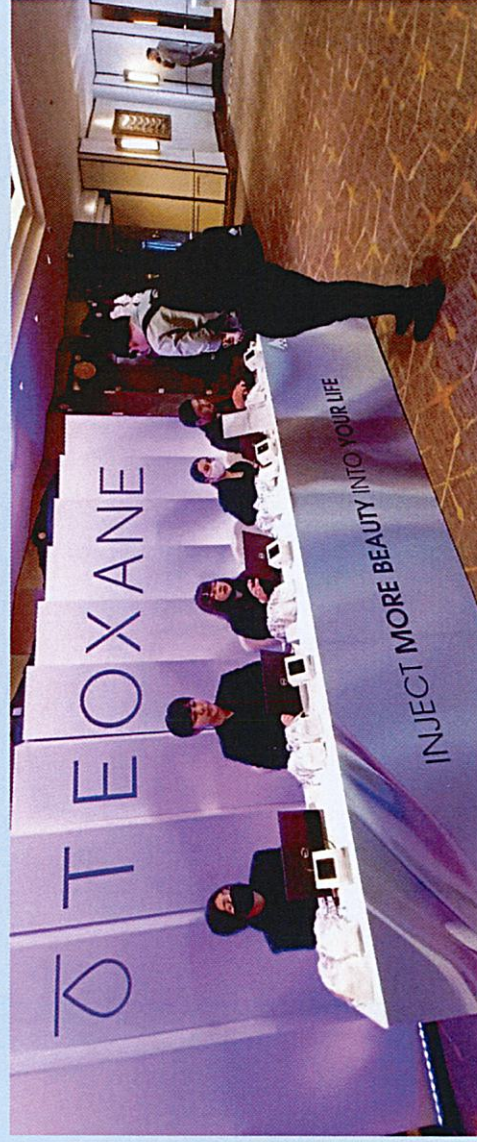
Legal

17 ดำเนินการใช้ระบบลงทะเบียน BIZ Connect ของ สสปน. พร้อมดำเนินการออกแบบ Badge สำหรับผู้ร่วมงาน



P.45  นำเสนอโดย บริษัท แบรนด์คีโอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal





Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบรนด์คีโอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

18 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลส่วนบุคคลใดๆ



THE SOUTHERN MICE ECONOMIC FORUM 2025

การยินยอมให้ถ่ายภาพติดต่อกลายในใช้ในการจัดงาน มีการบันทึกภาพถ่ายของผู้ที่มาเข้าร่วมงานสัมมนา โดยผู้เข้าร่วมงานยินยอมให้บริษัทฯ เก็บ รวบรวม บันทึก เผยแพร่ภาพถ่าย กับรากฏในงานสัมมนา นี้ เพื่อนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนในรูปแบบสื่อสาร โฆษณา ทางเว็บไซต์ แพลตฟอร์มสื่อสังคม และสื่อสารการตลาดอื่นของบริษัทฯ 4 เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงพาณิชย์ โดยไม่กำหนดระยะเวลา

Brandage Marketing Resources Co., Ltd.

บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

P.46

นำเสนอโดย บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

18



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



ข้อเสนอเพิ่มเติม

1. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมก่อนงานผ่านสื่อ BrandAge Online ได้แก่
www.BrandAge.com และ Facebook : BrandAge Online มูลค่า
100,000 บาท

2. ข่าวกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองโมซัตที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง - กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานีผ่านสื่อ BrandAge Online ได้แก่ www.BrandAge.com และ Facebook : BrandAge Online หลังการจัดกิจกรรม พร้อมสัมภาษณ์ผู้ร่วมกิจกรรม ประกอบการลงข่าว

Brandage Marketing Resource Co., Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

P.47



๒

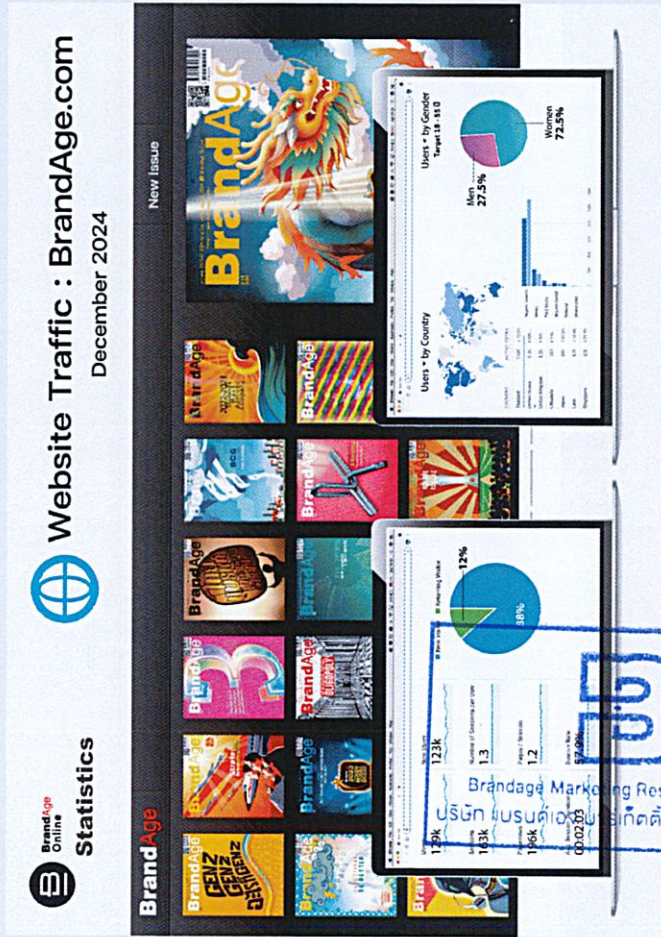
Brandage Marketing Resource Co., Ltd.
บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

10

Legal

ประชาสัมพันธ์สื่อ Online

สื่อ Online ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ได้แก่
www.brandage.com ซึ่งมียอดผู้ติดตาม 7,151,108 คน และ Facebook : BrandAge Online มียอดผู้ติดตาม 474,279 คน
 โดยมีรายละเอียดการประชาสัมพันธ์ ดังนี้



ทีมงาน

Project Leader



คุณธนเดช กุลปิตวัน

บรรณาธิการ BrandAge
และ BrandAge Online

คุณธนภฤช ชิมตระกูล

BrandAge Editorial
Advisor

คุณวุฒิศร สิบธุวากิน

Senioe Editor

นางชนิษฐา อติธรรมมงคล

ฝ่ายข้อมูล

นางสาวนาราทา ปัญญาวงษ์

ฝ่ายข้อมูล

ทีมงาน



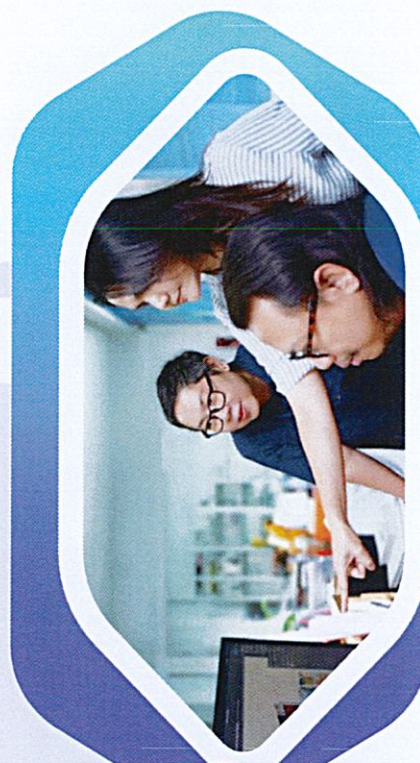
นางสิริมา มีแก้ว
Business Center Manager



พรชนก ไชยจันทร์
ผู้ประสานงาน



จวรรณ แก้วใจอง
ผู้ช่วยผู้ประสานงาน



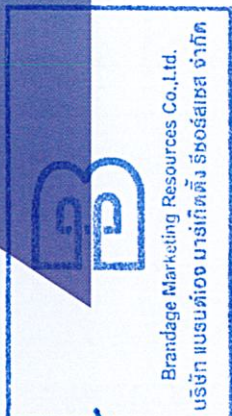
**กรุณา เขตานุรักษ์
เสาวนีย์ พรหมกะจิน
สุทธิรักษ์ ศิลปะสอน**

ฝ่ายศิลป์



P.51

นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal

จด. จาก กค

Legal

BrandAge

CONTENT TRANSFER SERVICE



BrandAge เป็นผู้ให้บริการด้านการสร้าง การตลาด และการสร้างแบรนด์ ที่ครอบคลุมช่องทางโซเชียลมีเดีย ออนไลน์ และช่องทางออนไลน์ ด้วยประสบการณ์การทำงาน มากกว่า 20 ปี

BrandAge จึงเป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ด้วยการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

MAGAZINE PROFILE



BrandAge โดยบริษัทแร่นต์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด เป็นผู้ให้บริการด้านการตลาดแบบบูรณาการ ที่ครอบคลุมช่องทางโซเชียลมีเดีย ออนไลน์ และช่องทางออนไลน์ ด้วยประสบการณ์การทำงาน มากกว่า 20 ปี





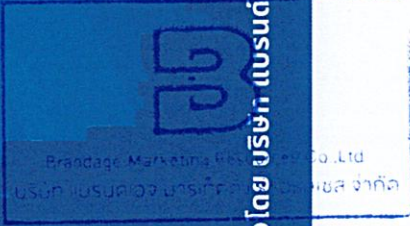
BrandAge Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แร่นต์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



พวงวน

2026 - 2030

P.55 นำเสนอโดย บริษัท แบริ่ง แบริ่ง แบริ่ง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal

ผลงาน



โครงการการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงาน
SPECIALISED EXPO 2027/2028ภายใต้ชื่องาน
EXPO 2028 - PHUKET, THAILAND
กิจกรรม : สร้างการมีส่วนร่วมและการรับผิดชอบ
ต่อโครงการในพื้นที่ดำเนินการ



EXPO 2028
PHUKET | THAILAND

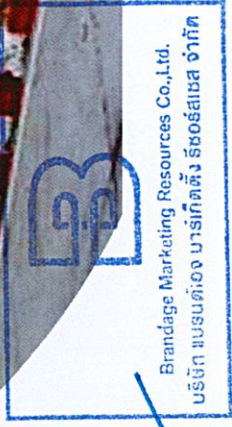


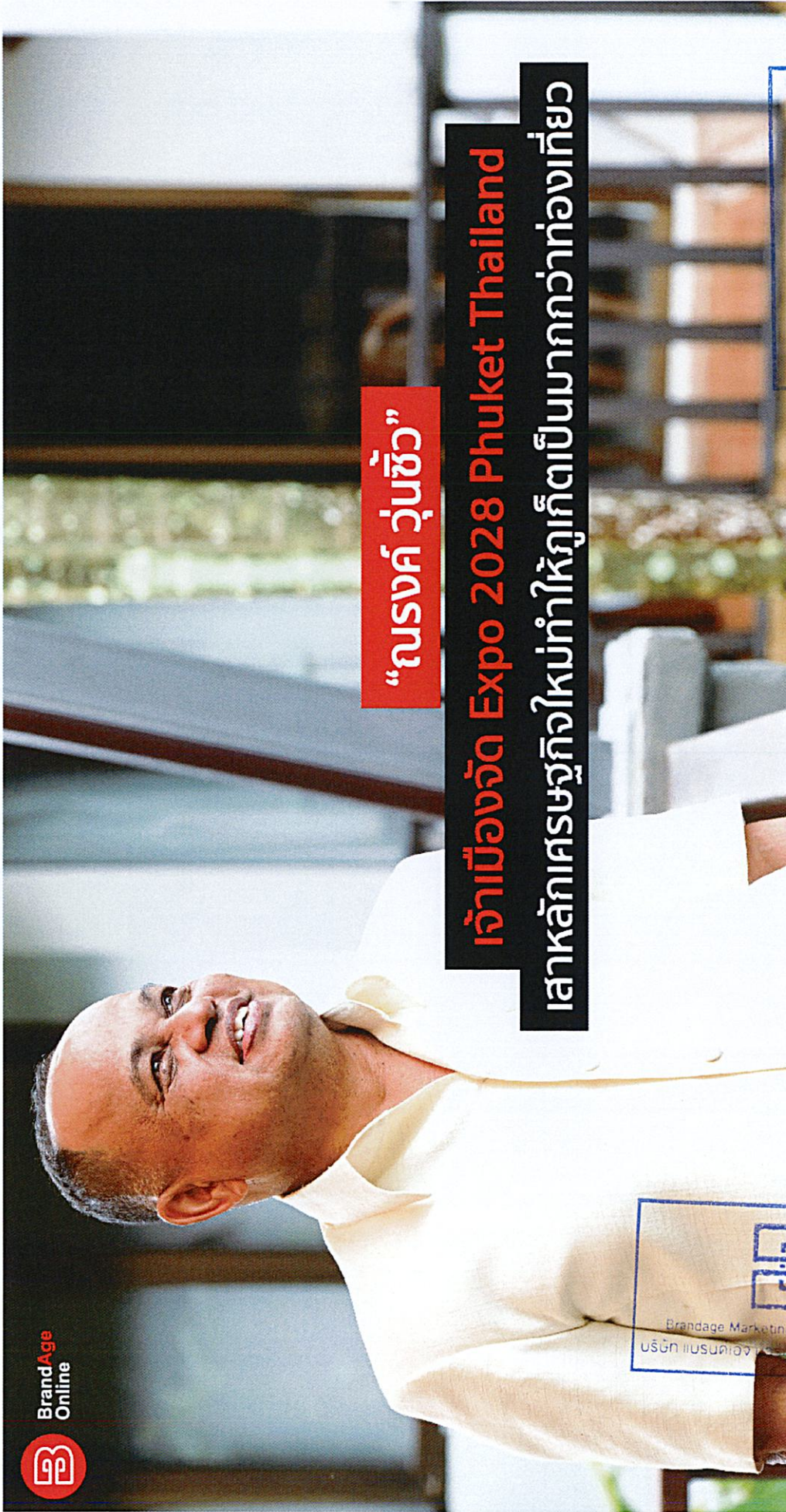
P.56 นำเสนอโดย บริษัท แบรินดจ์ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal

610





BrandAge
Online

“ณรงค์ วุ่นซิ้ว”

เจ้าเมืองจัด Expo 2028 Phuket Thailand

เสาหลักเศรษฐกิจใหม่ทำให้ภูเก็ตเป็นมากกว่าท่องเที่ยว



P.57 นำเสนอโดย บริษัท แบริมดเจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบริมดเจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Handwritten signature in blue ink.

ผลงาน

โครงการสนับสนุนไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ภาคใต้

SURAT
THANI
MICE CITY
THE SOUTHERN CONNECT

NAKHON
SI THAMMARAT
CULTURAL WISDOM

KRASI
GREEN & BLEISURE

Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบรินค่อจ มารีเก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

P.58

นำเสนอโดย บริษัท แบรินค่อจ มารีเก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบรินค่อจ มารีเก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

กิจกรรม Workshopโครงการสนับสนุนไมซ์ซีดีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำตลาดเมือง
(Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ภาคใต้
(จังหวัดสุราษฎร์ธานี, จังหวัดกระบี่ และ จังหวัดนครศรีธรรมราช)



P.59

นำเสนอไทย บริษัท แบน



Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบนไดเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal



เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด



Brandage Marketing Resources Co.,Ltd.
บริษัท แบนไดเอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Therthern MICE
Forum 2025

ส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองในชัย
ภูมิอง, กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ



Thank You

นำเสนอโดย บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

3/1 ซอยหมอแก้ว ถนนประชาสงเคราะห์ แขวงรัชดาภิเษก

เขตดินแดง กทม. 10400

โทร.02-274-9192 - 5 ต่อ 101-103

E-MAIL : SEMINAR@BRANDAGE.COM



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

P.60

Legal



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

www.BrandAge.com

บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

3/1 ซอยหมอแก้ว ถนนประชาสงเคราะห์ แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กทม. 10400

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105544000734

โทรศัพท์ 02-274-9192-5 ต่อ 101-104 โทรสาร.02-274-9196



QUOTATION

เลขที่เอกสาร 2568-03-002

วันที่ 26 มีนาคม 2568

เรียน ประธานกรรมการ

โครงการสนับสนุนโมชิตีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมืองโดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA

ภาคใต้ (Destination Development)

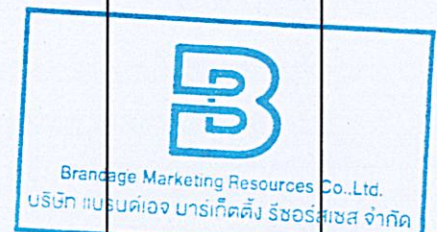
กิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองโมชิตีที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง-กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ.จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เสนอ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ 26 ยูนิต A2 B1 และ B2 เลขที่ 989 ถนนพระรามที่ 1 แขวงปทุมวัน

แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10331

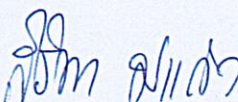
ขอบเขตการดำเนินงาน	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
1. นำเสนอแผนงานการดำเนินกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 แผนงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ -จัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีผู้เข้าร่วมงานทั้งหมดจำนวน 200 ท่าน จำนวน 1 วัน -จัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรม	1	200,000	200,000.00
2. จัดหาวิทยากร จำนวน 6 ท่าน และนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับการจัดกิจกรรมทั้ง ประสานงานในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยากร โดยดูค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้ -จัดเตรียมงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้กับวิทยากร ประกอบด้วย บัตรโดยสาร เครื่องบิน ยานพาหนะรับส่ง ค่าน้ำมันรถ ค่าที่พัก (กรณีมีการพักค้างคืน) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	6	30,000	180,000.00
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสำหรับเครือข่ายภาคีนอกพื้นที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม โมชิตี จำนวน 20 ราย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้ -จัดหาและออกบัตรโดยสารเดินทาง ไป - กลับ จากจุดต้นทางของ ผู้เดินทางมายังเมืองที่จัดกิจกรรม ทั้งนี้จะต้องเป็นบัตรโดยสารที่สามารถเปลี่ยนวันเดินทาง เปลี่ยนเที่ยวบินได้ และต้องบริหารจัดการ เวลาตามเที่ยวบินของผู้เข้าร่วมงานแต่ละท่านให้เหมาะสม กับระยะเวลาที่จัดกิจกรรม -จัดหายานพาหนะเดินทาง ไป - กลับ จากจุดต้นทางของ ผู้เดินทางไปยังเมืองที่จัดกิจกรรม โดย ออกแบบเวลาเดินทางให้เหมาะสมกับเวลาที่จัดกิจกรรม (กรณีที่ไม่มีเที่ยวบินจากจังหวัดต้นทาง) -รับผิดชอบค่าน้ำมันรถ กรณีที่ผู้เดินทาง เดินทางมายังเมืองที่จัดกิจกรรมด้วยตนเอง	20	10,000	200,000.00
4. ห้องพัก ณ โรงแรมที่จัดงานฯ หรือบริเวณใกล้เคียง ในเมืองที่จัดกิจกรรม และสะดวกรวดเร็วในการ เดินทางเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 2 คืนต่อ 1 ห้อง ๆ ละ 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น 20 ห้อง	20	4,000	80,000.00
5. จัดหายานพาหนะเดินทางรับ - ส่งให้สอดคล้องกับระยะเวลาการจัดกิจกรรม	1	20,000	20,000.00
6. จัดเตรียม Stage Backdrop จำนวน 1 ชิ้น และจัดทำ Photo Backdrop จำนวน 1 ชิ้น โดยวัสดุ ที่ใช้จะต้องคำนึงถึงการจัดงานอย่างยั่งยืน	2	30,000	60,000.00



Brandage Marketing Resources Co., Ltd.
บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

Legal

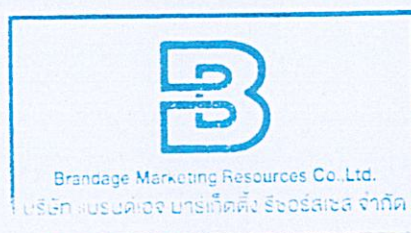
ขอบเขตการดำเนินงาน	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
7. จัดเตรียมอาหารกลางวัน จำนวน 1 มื้อ และอาหารว่างและเครื่องดื่ม จำนวน 2 มื้อ สำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม จำนวน 200 คน	200	700	140,000.00
8. จัดเตรียมกิจกรรมงานเลี้ยงต้อนรับอย่างเป็นทางการในตอนเย็น (Welcome Reception) ในรูปแบบที่น่าสนใจ จำนวน 1 ครั้ง สำหรับผู้เข้าร่วมงาน 40 ท่าน	40	3,000	120,000.00
9. จัดเตรียมของที่ระลึก อย่างน้อย 200 ชิ้น	200	400	80,000.00
10. จัดหาพิธีกร จำนวน 1 คน	1	20,000	20,000.00
11. จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตามความเหมาะสมของงาน เพื่อดูแลอำนวยความสะดวกตลอดการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และครบถ้วนโดยไม่มีอุปสรรคใดๆ Head Staff 1 ท่าน / เจ้าหน้าที่ 6 คน	1	50,000	50,000.00
12. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของการจัดกิจกรรม และสรุปผลประเมินความพึงพอใจในรูปแบบรายงานไฟล์ PDF บรรจุลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด	1	40,000	40,000.00
13. ช่างภาพนิ่ง และช่างวิดีโอ ตามความเหมาะสมของกิจกรรม เพื่อถ่ายภาพตลอดการจัดงาน พร้อมจัดทำวิดีโอสรุปภาพรวมงาน (Highlight) ไม่เกิน 2 นาที พร้อม Footage ตลอดการจัดงาน บรรจุลงใน Thumb Drive จำนวน 1 ชุด	1	35,000	35,000.00
14. จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ จอ LED ไมโครโฟน เครื่องเสียง แสงสี อินเทอร์เน็ต Backdrop การตกแต่ง ให้เหมาะสมกับการจัดกิจกรรม	1	30,000	30,000.00
15. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใช้ระบบลงทะเบียน BIZ Connect ของ สสพ. ในการจัดกิจกรรม พร้อมทั้งดำเนินการออกแบบ badge สำหรับผู้เข้าร่วมงาน	1	30,000	30,000.00
16. ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	1	10,000	10,000.00
จำนวนเงิน (หนึ่งล้านสี่แสนแปดหมื่นหนึ่งพันเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน)	รวมเป็นเงิน (บาท)		1,385,000.00
	ภาษีมูลค่าเพิ่ม		96,950.00
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น (บาท)		1,481,950.00

ลงชื่อ 

(นางสิริมา มีแก้ว)

ผู้จัดการส่วนธุรกิจ

บริษัท แบรินด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด








Legal