

สัญญาดำเนินกิจกรรมสัมมนาพร้อมระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุม
และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (Familiarization Trip)
และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี ๒๕๖๘

สัญญาเลขที่ ๖๘-๐๘๒

สัญญานี้ทำขึ้น ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เลขที่ ๙๘๙ อาคารสยามพิวรรณ์ทาวเวอร์ ชั้น ๒๕ และ ชั้น ๒๖ ถนนพระราม ๑ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘ ระหว่าง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดย นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้ว่าจ้าง" ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ เลขที่ ๕๘๒/๒๗ ซอยโพธิ์ปิ่น แขวง ๒๑ ถนนอโศก-ดินแดง แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร โดย นายอาภากร อ้อแสงชัย ผู้รับมอบอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคลปรากฏตามหนังสือรับรองของ E๑๐๐๙๑๒๒๐๓๒๕๔๐๖ ลงวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๖๘ และหนังสือมอบอำนาจลงวันที่ ๕ พฤษภาคม ๒๕๖๘ แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้รับจ้าง" อีกฝ่ายหนึ่ง

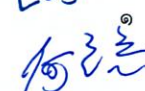
คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงาน ดำเนินกิจกรรมสัมมนาพร้อมระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (Familiarization Trip) และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี ๒๕๖๘ ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้รวมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา

ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ ชนิดดี เพื่อใช้ในการงานจ้างตามสัญญานี้



Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด
Legal


ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑ แผนวก ๑ ข้อกำหนดงาน จำนวน ๑๓ (สิบสาม) หน้า

๒.๒ แผนวก ๒ ข้อเสนอทางเทคนิค จำนวน ๖๓ (หกสิบสาม) หน้า

๒.๓ แผนวก ๓ ข้อเสนอทางด้านราคา จำนวน ๔ (สี่) หน้า

๒.๔ แผนวก ๔ หนังสือมอบอำนาจ หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัทของผู้รับจ้าง
ออกให้โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และหลักฐานการจดทะเบียนอื่น ๆ สำเนาบัตร
ประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
จำนวน ๑๑ (สิบเอ็ด) หน้า

ความใดในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความใน
สัญญานี้บังคับ และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของ
ผู้ว่าจ้าง คำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้างให้ถือเป็นที่สุด และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าจ้าง หรือค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่าย
ใดๆ เพิ่มเติมจากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

ข้อ ๓. หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในขณะที่ทำสัญญานี้ผู้รับจ้างได้นำหลักประกันเป็น แคชเชียร์เช็ค ธนาคารกสิกรไทย
เลขที่ ๒๒๔๕๘๖๖๗ เป็นจำนวนเงิน ๖๙,๔๐๐.๐๐ บาท (หกหมื่นเก้าพันสี่ร้อยบาทถ้วน) ซึ่งเท่ากับ
ร้อยละ ๕ (ห้า) ของราคาค่าจ้างตามสัญญา มามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญานี้

กรณีผู้รับจ้างใช้หนังสือค้ำประกันมาเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา หนังสือ
ค้ำประกันดังกล่าวจะต้องออกโดยธนาคารที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือโดยบริษัทเงินทุนหรือบริษัท
เงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกันตาม
ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบตาม
แบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดหรืออาจเป็นหนังสือค้ำประกัน
อิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้ และจะต้องมีอายุการค้ำประกันตลอดไปจนกว่าผู้รับจ้างพ้น
ข้อผูกพันตามสัญญานี้

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ตามวรรคหนึ่ง จะต้องมียุครอบคลุมความรับผิดชอบ
ของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ถ้าหลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ดังกล่าวลดลงหรือเสื่อมค่าลง หรือมีอายุ
ไม่ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ไม่ว่าด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม รวมถึงกรณี ผู้รับจ้างส่งมอบ
งานล่าช้าเป็นเหตุให้ระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวันครบกำหนดความรับผิดชอบการรับประกันตามสัญญา

เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเกิดขึ้นคราวใด ผู้รับจ้างต้องหาหลักประกันใหม่หรือหลักประกันเพิ่มเติมให้มีจำนวนครบถ้วนตามวรรคหนึ่งมามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบไว้ตามข้อนี้ ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้าง โดยไม่มีดอกเบี้ย เมื่อผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพัน และความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญาแล้ว

ข้อ ๔. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวน ๑,๓๘๘,๐๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านสามแสนแปดหมื่นแปดพันบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน ๙๐,๘๐๓.๗๔ บาท (เก้าหมื่นแปดร้อยสามบาทเจ็ดสิบสี่สตางค์) ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวดๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๕ (ห้า) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๖๙,๔๐๐.๐๐ บาท (หกหมื่นเก้าพันสี่ร้อยบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๑ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ กรกฎาคม ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๕๕๕,๒๐๐.๐๐ บาท (ห้าแสนห้าหมื่นห้าพันสองร้อยบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๒ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๘ กันยายน ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดสุดท้าย ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๕๕ (ห้าสิบห้า) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๗๖๓,๔๐๐.๐๐ บาท (เจ็ดแสนหกหมื่นสามพันสี่ร้อยบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาและส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๘ ตุลาคม ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

ข้อ ๕. เงินค่าจ้างล่วงหน้า

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงิน - บาท ซึ่งเท่ากับร้อยละ - ของราคาค่าจ้าง ตามสัญญาที่ระบุไว้ในข้อ ๔

เงินค่าจ้างล่วงหน้าดังกล่าวจะจ่ายให้ภายหลังจากที่ผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าเป็น.....-.....เต็มตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นให้แก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องออกไปเสร็จรับเงิน


Local Alike Legal
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อะลิค จำกัด

ค่าจ้างล่วงหน้า ตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้ และผู้รับจ้างตกลงที่จะกระทำตามเงื่อนไขอันเกี่ยวกับการใช้จ่ายและ
การใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า นั้น ดังต่อไปนี้

๕.๑ ผู้รับจ้างจะใช้เงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามสัญญา
เท่านั้น หากผู้รับจ้างใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเงินค่าจ้างล่วงหน้าในทางอื่น ผู้ว่าจ้าง
อาจจะเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๒ เมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง ผู้รับจ้างต้องแสดงหลักฐานการใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อ
พิสูจน์ว่าได้เป็นไปตามข้อ ๕.๑ ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหาก
ผู้รับจ้างไม่อาจแสดงหลักฐานดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน ผู้ว่าจ้างอาจเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืน
จากผู้รับจ้าง หรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๓ ในการจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามข้อ ๔ ผู้ว่าจ้างจะหักคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า
ในแต่ละงวดเพื่อชดใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้จำนวนร้อยละ - ของจำนวนเงินค่าจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจำนวน
เงินที่หักไว้จะครบตามจำนวนเงินที่หักค่าจ้างล่วงหน้าจากผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว ยกเว้นค่าจ้างงวดสุดท้ายจะหักไว้เป็น
จำนวนเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือทั้งหมด

๕.๔ เงินจำนวนใดๆ ก็ตามที่ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อชำระหนี้หรือเพื่อ
ชดใช้ความรับผิดต่างๆ ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากเงินค่าจ้างงวดที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก่อนที่จะหักชดใช้
คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า

๕.๕ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญา หากเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือเกินกว่าจำนวนเงินที่
ผู้รับจ้างจะได้รับหลังจากหักชดใช้ในกรณีอื่นแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินจำนวนที่เหลือนั้นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน
๗ (เจ็ด) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

๕.๖ ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างต่อเมื่อผู้ว่าจ้าง
ได้หักเงินค่าจ้างไว้ครบจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามข้อ ๕.๓ แล้ว เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิขอคืน
หลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าบางส่วนให้แก่ผู้รับจ้างก่อนได้

(๑) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้ฉบับเดียว หากผู้ว่าจ้าง
ได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในส่วนที่ผู้ว่าจ้างได้หัก
เงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้วนั้น โดยผู้รับจ้างจะต้องนำหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าฉบับใหม่ที่มีมูลค่า
เท่ากับเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลืออยู่มาวางให้แก่ผู้ว่าจ้าง

(๒) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้หลายฉบับ ซึ่งแต่ละ
ฉบับมีมูลค่าเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่ผู้ว่าจ้างจะต้องหักไว้ในแต่ละงวด หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้าง
ล่วงหน้าในงวดใดแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดนั้นได้

ข้อ ๘. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วง หรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ข้อ ๙. ความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง และจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างช่วงด้วย (ถ้ามี)

ความเสียหายใดๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัยก็ตาม ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยซ่อมแซมให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ความรับผิดชอบของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเพียงในกรณีชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายดังกล่าวในข้อ ๗ เท่านั้น

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง หรือลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง รวมถึงผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ตามสัญญานี้ หากผู้ว่าจ้างถูกเรียกร้องหรือฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใดๆ เพื่อให้มีการว่าต่างแก้ต่างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งผู้รับจ้างจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้นๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใดๆ อันเกิดจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที

ข้อ ๑๐. การจ่ายเงินแก่ลูกจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกจ้างที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญาไว้ต่อลูกจ้างดังกล่าว



local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไอลีกะ ออลค์ จำกัด

Legal
๖

15/3/25

ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอื่นใดแก่ลูกจ้างดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกจ้างของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้ถือว่าผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีประกันภัยสำหรับลูกจ้างทุกคนที่จ้างมาทำงาน โดยให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้าง รวมทั้งผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตามกฎหมาย ซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ ต่อลูกจ้างหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง

ข้อ ๑๑. การตรวจรับงานจ้าง

เมื่อผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างที่ส่งมอบและเห็นว่าถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาแล้ว ผู้ว่าจ้างจะออกหลักฐานการรับมอบเป็นหนังสือไว้ให้ เพื่อผู้รับจ้างนำมาเป็นหลักฐานประกอบการขอรับเงินค่างานจ้างนั้น

ถ้าผลของการตรวจรับงานจ้างปรากฏว่างานจ้างที่ผู้รับจ้างส่งมอบไม่ตรงตามสัญญา ผู้ว่าจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับงานจ้างนั้น ในกรณีเช่นว่านี้ ผู้รับจ้างต้องทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามสัญญาด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง และระยะเวลาที่เสียไปเพราะเหตุดังกล่าวผู้รับจ้างจะนำมาอ้างเป็นเหตุขอขยายเวลาส่งมอบงานจ้างตามสัญญาหรือของดหรือลดค่าปรับไม่ได้

ข้อ ๑๒. รายละเอียดของงานจ้างคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในรายละเอียดของงานจ้างโดยถี่ถ้วนแล้ว หากปรากฏว่ารายละเอียดของงานจ้างนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากหลักการทางวิศวกรรมหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด โดยผู้รับจ้างจะคิดค่าจ้าง ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มขึ้นจากผู้ว่าจ้าง หรือขอขยายอายุสัญญาไม่ได้

ข้อ ๑๓. ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของราคาพัสดุที่ยังมิได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาทำงานให้ จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตามข้อ ๑๔ ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๔. สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อจนแล้วเสร็จก็ได้ และในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมดหรือบางส่วนตามแต่จะเห็นสมควร นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่าหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินใดๆ ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้

ข้อ ๑๕. การบังคับค่าปรับ ค่าเสียหาย และค่าใช้จ่าย

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

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

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแล้วยังเหลืออยู่อีกเท่าใด ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๖. การงดหรือลดค่าปรับ หรือการขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มิมีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย หรือเหตุอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญาได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือพฤติการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างทราบ เพื่อขอตหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน ๑๕ (สิบห้า) วันนับถัดจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง หรือตามที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าว แล้วแต่กรณี

ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิเรียกร้อง ในการที่จะขอตหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่ กรณี เหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือผู้ว่าจ้างทราบดี อยู่แล้วตั้งแต่ต้น การขอตหรือลดค่าปรับ หรือขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๗. ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้รับจ้างเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามสัญญา โดยมิหน้าที่ดำเนินการรวบรวม การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแทนหรือในนามของผู้ว่าจ้าง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่น ๆ ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้รวมเรียกว่า “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ทั้งที่มีผลใช้บังคับอยู่ ณ วันทำสัญญานี้ และที่จะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงในภายหลัง โดยคู่สัญญายอมรับและตกลงร่วมกัน ดังนี้

(๑) ผู้ว่าจ้าง ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ตกลงมอบหมายให้ผู้รับจ้าง ในฐานะผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ดำเนินการเก็บ รวบรวม หรือใช้ ข้อมูลส่วนบุคคลของ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสัมมนา ระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (Familiarization Trip) และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี ๒๕๖๘ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล หน่วยงาน เบอร์โทร อีเมล ชื่อบริษัท ที่อยู่ติดต่อ ตำแหน่ง หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว (ถ้ามี) เพื่อเป็นข้อมูลในการติดต่อประสานงาน เพื่อใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูล รวมถึงนำข้อมูลไปประมวลผล อันเกี่ยวกับการดำเนินงานตามขอบเขตงานของสัญญานี้

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ให้แล้วเสร็จภายในกำหนดระยะเวลาตามสัญญานี้ เว้นแต่กรณีที่คู่สัญญาตกลงแก้ไขสัญญาหรือขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

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



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไลค์ ออล์ค จำกัด

Legal

๑๐/๓๖

(๓) ผู้รับจ้างจะกำหนดให้การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญาฉบับนี้ถูกจำกัดเฉพาะเจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ได้รับมอบหมายและมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความจำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญาฉบับนี้เท่านั้น

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

(๕) ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยื่นคำร้องขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่อผู้รับจ้างโดยตรง ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งและส่งคำร้องดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที และดำเนินการเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ว่าจ้างในการตอบสนองต่อคำร้องของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้รับจ้างจะไม่เป็นผู้ตอบสนองต่อคำร้องดังกล่าวเอง เว้นแต่ ผู้ว่าจ้างจะได้มอบหมายให้ผู้รับจ้างดำเนินการเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคำร้องดังกล่าว

(๖) ผู้รับจ้างจะจัดทำและเก็บรักษาบันทึกการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing) ทั้งหมดที่ผู้รับจ้าง ประมวลผลในขอบเขตของสัญญาฉบับนี้ และข้อมูลที่ระดับด้านล่าง 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 เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

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

(๑๐) การแจ้งถึงเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญานี้ ผู้รับจ้างจะต้องระบุถึงสาเหตุของการละเมิด และมาตรการการป้องกันปัญหาดังกล่าวมิให้เกิดซ้ำ และจะให้ข้อมูลแก่ผู้ว่าจ้างภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้กำหนด ดังต่อไปนี้

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

(ง) ข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวข้องกับการละเมิด
(๑๑) ผู้รับจ้างมีหน้าที่รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับทราบมานี้อย่างเคร่งครัด

(๑๒) ผู้รับจ้างไม่สามารถจ้างช่วงบุคคลอื่นใดเพื่อการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ว่าจ้างโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่มีการอนุญาตจะเป็นการอนุญาตสำหรับผู้รับจ้างช่วงเฉพาะรายเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องลงนามในสัญญากับผู้รับจ้างช่วงภายนอกซึ่งมีข้อกำหนดในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่น้อยไปกว่าข้อกำหนดที่กำหนดต่อผู้รับจ้างตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างยังคงต้องรับผิดชอบผู้ว่าจ้าง สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับจ้างช่วง

(๑๓) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจ้างในการปฏิบัติตามสัญญา จะสิ้นสุดลงนับแต่วันที่ปฏิบัติงานที่ตกลงเสร็จสิ้น หรือวันที่ผู้รับจ้าง และผู้ว่าจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี อย่างไรก็ตาม การสิ้นสุดของสัญญาฉบับนี้ ไม่กระทบต่อหน้าที่ของผู้รับจ้างในการลบหรือทำลาย

ข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กำหนดในข้อ ๑๖ (๘) และหน้าที่รักษาความลับตามที่กำหนดในข้อ ๑๖ (๔) และข้อ ๑๖ (๑๑) ของสัญญาฉบับนี้

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

(๑๕) หากผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างตามข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล น้อย่างเคร่งครัด ผู้ว่าจ้างสามารถบอกเลิกสัญญาได้ทันที

สัญญานี้ทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความ โดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และคู่สัญญาต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้ว่าจ้าง
(นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)
ผู้อำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....ผู้รับจ้าง
(นายอาภากร ฮ่อแสงชัย)
ผู้รับมอบอำนาจ
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

ลงชื่อ.....พยาน
(นางสาวกนกพร ดำรงกุล)
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดไม่ซ์ในประเทศ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....พยาน
(นางสาวพิมพ์ชนก พิชัยกาล)
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

เลขที่โครงการ ๖๘๐๔๙๐๔๘๒๖๑

เลขคู่สัญญา ๖๘๐๕๒๔๐๐๕๒๖๕

Legal
๑๒

แบบขอเสียอากรแสตมป์เป็นตัวเงิน
สำหรับตราสารอิเล็กทรอนิกส์

อ.ส.9

☒ (1) ยื่นปกติ ☐ (2) ยื่นเพิ่มเติมครั้งที่☒ (1) ยื่นภายในกำหนดเวลา ☐ (2) ยื่นเกินกำหนดเวลา

ชื่อผู้เสียอากร บริษัท โลเคิล อโศก จำกัด

ในฐานะ ผู้รับจ้าง

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0 1 0 5 5 5 6 1 6 1 7 9 7 สาขาที่ 0

ที่อยู่อากร - ห้องเลขที่ - ชั้นที่ - หมู่บ้าน - เลขที่ 582/27 หมู่ที่ -

ตรอก/ซอย โพธิ์บัน แยก 21 ถนน อโศก-ดินแดง ตำบล/แขวง ดินแดง

อำเภอ/เขต ดินแดง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 1 0 4 0 0

ชื่อคู่สัญญา สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0 9 9 4 0 0 0 1 1 2 1 6 5 สาขาที่

ที่อยู่อากร อาคารสยามพารากอน ห้างเลขที่ - ชั้นที่ 25,26 หมู่บ้าน - เลขที่ 989 หมู่ที่ -

ตรอก/ซอย แยก ถนน พระราม1 ตำบล/แขวง ปทุมวัน

อำเภอ/เขต ปทุมวัน จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 1 0 3 3 0

รายละเอียดเกี่ยวกับสัญญา/ตราสาร

สัญญา/ตราสารเลขที่ 68-082 ลงวันที่ 21/05/2568

วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นสัญญา/ตราสาร 22/05/2568

วัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดสัญญา/ตราสาร 18/10/2568

หมายเลขอ้างอิงตราสารอิเล็กทรอนิกส์ 20250601

หมายเลขอ้างอิงตราสารอิเล็กทรอนิกส์เดิม (กรณียื่นเพิ่มเติม)

วันที่ได้รับตราสารอิเล็กทรอนิกส์(กรณีที่จัดทำขึ้นในต่างประเทศและนำเข้ามาในประเทศไทย)

เลขที่ใบเสร็จ: 68127238302

วันที่: 02/06/2568

จำนวนเงิน 1,298.00 บาท

(หนึ่งพันสองร้อยเก้าสิบแปดบาทถ้วน)

DLN: อส900006000020112603092568060202000103

UID: 0000600025680602309003325

ตราสารตามบัญชีตราอากรแสตมป์ จ้างทำของ

มูลค่าในตราสาร (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) 1,297,196.26

รายการค่าอากรแสตมป์ที่ขอชำระ

จำนวนเงิน

1. จำนวนเงินค่าอากรแสตมป์	1,298.00
2. เงินเพิ่มอากร	0.00
3. รวมจำนวนเงินค่าอากรแสตมป์ และเงินเพิ่มอากร (1. + 2.)	1,298.00

รายละเอียดเกี่ยวกับสัญญา/ตราสารเพิ่มเติม (ถ้ามี)

งานที่รับจ้าง : ดำเนินกิจกรรมสัมมนาความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุม และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ
(Familiarization Trip) และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี ๒๕๖๘

จำนวนงวดงาน : 3

จำนวนเงินค้ำประกันตามสัญญา : 69,400.00 บาท

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า รายการที่แจ้งไว้ข้างต้นนี้ เป็นรายการที่ถูกต้องและเป็นจริงทุกประการ



Digitally Signed

By: 16 Revenue Department (CPA) A8FC50F7036A0848EBE0BB6ADB4FE72E3851C593957956BC828FE7B30105781D03B35DE6D973D862

Date: 2025-06-02 16:22:59

ยื่นวันที่ 02 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2568 เวลา 00:00:00 น.

รายละเอียดการขอเสียอากรแสตมป์เป็นตัวเงินสำหรับตราสารอิเล็กทรอนิกส์

รหัสรับรองการเสียอากรแสตมป์

17976806028882757233

เลือกยื่นตราสาร

☐ ตราสารอิเล็กทรอนิกส์

☒ ตราสารกระดาษ

ผู้ขอเสียอากรแสตมป์

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

0

1

0

5

5

6

1

6

1

7

9

7

สาขาที่

0

ชื่อผู้ขอเสียอากรแสตมป์

บริษัท โลเคิล อโลค จำกัด

ในฐานะ

ผู้รับจ้าง

คู่สัญญา

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

0

9

9

4

0

0

0

1

1

2

1

6

5

สาขาที่

ชื่อคู่สัญญา

สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายละเอียดเกี่ยวกับสัญญา

ลักษณะแห่งตราสาร ตราสาร 4 จ้างทำของ

สัญญาเลขที่ 68-082

ลงวันที่ 21/05/2568

วัน เดือน ปี ที่เริ่มสัญญา 22/05/2568

วัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดสัญญา 18/10/2568

หมายเลขอ้างอิงตราสารอิเล็กทรอนิกส์ 20250601

มูลค่าในตราสาร (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) 1,297,196.26

วันที่ได้รับตราสารอิเล็กทรอนิกส์

รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับตราสารอิเล็กทรอนิกส์

งานที่รับจ้าง ดำเนินกิจกรรมสัมมนาความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุม

จำนวนงวดงาน 3

จำนวนเงินค้ำประกันตามสัญญา 69,400.00

บาท

รายละเอียดการชำระเงิน

จำนวนเงินค่าอากรแสตมป์ 1,298.00

เงินเพิ่มอากร 0.00

รวมจำนวนเงินค่าอากรแสตมป์ และเงินเพิ่มอากร 1,298.00

เลขที่ใบเสร็จรับเงิน 68127238302

วันที่ชำระเงิน 02/06/2568

กรณียื่นแบบเพิ่มเติม (สำหรับตราสาร 1, 2, 3, 4, 5, 11(2), 14, 17, 18 และ 21)

หมายเลขอ้างอิงตราสารอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับเดิม)

สัญญาเลขที่ (ฉบับเดิม)

ลงวันที่ (ฉบับเดิม)



Digitally Signed

By the Revenue Department (EPA)

Date :2025-06-02 16:22:59



ใบเสร็จรับเงิน

หน่วยรับชำระ	กองบริหารการคลังและรายได้ กรมสรรพากร		
ผู้ชำระภาษีอากร	บริษัท โลเคิล อีโกลด์ จำกัด		
เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร/เลขประจำตัวประชาชน	0-1055-56161-79-7		

วันชำระเงิน/วันนำส่ง	02/06/2568
เดือน/ปีภาษี	
ประเภทการชำระ	อากรแสตมป์

หมายเลขอ้างอิงการยื่นแบบ	เลขที่ใบเสร็จรับเงิน	จำนวนเงิน (บาท)
P090035150930	68127238302	*****1,298.00
จำนวนเงินเป็นตัวอักษร	(หนึ่งพันสองร้อยเก้าสิบแปดบาทถ้วน)	1,298.00

อ.ส.9



Digitally Signed
By the Revenue Department (EPA)
Date :2025-06-02 16:22:58

ผู้รับเงิน
(นางสาวจิตรา พงษ์พานิช)

ผู้อำนวยการกองบริหารการคลังและรายได้/ผู้รับมอบอำนาจ



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

1. ชื่อโครงการ

พัฒนากิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ “เส้นทางสายไหม” ประจำปี 2568

2. ชื่อกิจกรรม

การสัมมนาร่วมระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (Familiarization Trip) และส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี 2568

3. งบประมาณ

วงเงิน 1,400,000 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการให้บริการและเชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ (Potential Industry) ที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นทางท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ) อีกทั้งยังสอดคล้องตามนโยบายรัฐบาล ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ ดำเนินการพัฒนาเส้นทางสายไหม เพื่อพัฒนาสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์หรือเส้นทางกิจกรรมไมซ์ใหม่ๆ ในการตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการและ อุตสาหกรรมไมซ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยดำเนินการจัดทำเครื่องมือทางการตลาด “เส้นทางสายไหม” ช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการจัดงานประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เป็นการพัฒนาสินค้าและบริการทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับสถานที่จัดงานไมซ์ในพื้นที่เป้าหมายเพื่อชูอัตลักษณ์ของชุมชน และเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐบาล การจัดกิจกรรมการสัมมนาร่วมระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (Familiarization Trip) และส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ ภายใต้แผนการขับเคลื่อนภายใต้แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสป. ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า เพื่อยกระดับศักยภาพจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในภูมิภาค เนื่องจากอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงทั้งในด้านรายได้หมุนเวียนในประเทศและจ่านานักเดินทางธุรกิจไมซ์ ด้วยการเพิ่มคุณค่าเชิงพื้นที่ของเมืองไมซ์ เมืองศักยภาพ และเพื่อส่งเสริมพื้นที่

การจัดประชุมด้วยแนวคิด High Value Added Destination จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาเส้นทางสายไหมเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้สัมผัสประสบการณ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยวและความพร้อมของพื้นที่ที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการขับเคลื่อนนโยบายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และแผนการพัฒนาทั้งในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค ก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาการจัดงานไหมซ์ในประเทศได้อย่างแท้จริง

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น ผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้จัดงานในอุตสาหกรรมไหมซ์ และภาคีเครือข่าย ได้เห็นความสำคัญเมืองจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไหมซ์ โดยเฉพาะเส้นทางสายไหมซ์

5.2 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศให้สูงขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคให้เติบโต

5.3 เพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ

5.4 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในชุมชนและส่งเสริมระบบนิเวศไหมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน เกิดสร้างงาน สร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและพื้นที่ทั่วประเทศ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip “เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส” ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.1 นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายไหมซ์แบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานไหมซ์/นักธุรกิจกลุ่มไหมซ์ โดยต้องมียอดประกอบจากสถานที่หรือกิจกรรมตาม E-book “เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส” ที่จัดทำโดย สสพ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไหมซ์และมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

6.1.2 ประสานงานเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (FAM Trip) จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน อาทิ หน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และ Influencer เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือสามารถจัดกลุ่มนักธุรกิจไหมซ์ลงพื้นที่ต่อเนื่องได้ในอนาคต

6.1.3 จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนการดำเนินงาน และจะต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกราย

6.1.4 จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ

6.1.5 จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน

6.1.6 จัดหาช่างถ่ายภาพนิ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอ แยกตามวันที่จัดกิจกรรมและกิจกรรมเด่นที่เหมาะสมต่อการใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

6.1.7 จัดทำสรุปภาพรวมของกิจกรรมในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์กิจกรรมไฮไลท์ ขนาด 16 : 9 หรือขนาดอื่นตามความเหมาะสม ความยาวไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้น พร้อมวิดีโอต้นฉบับ (Footage)

6.1.8 จัดหาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ “เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส” จำนวนอย่างน้อย 100 ชิ้น

6.1.9 จัดทำการสำรวจความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรม FAM Trip และสรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip พร้อมข้อเสนอแนะ และสรุปเป็นรายงานและเอกสารนำเสนอ (PowerPoint หรือ Canva) โดยนำผลการประเมินมาปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

6.1.10 นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ “เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส” บนช่องทางออนไลน์ ผ่านการนำเสนอของ Influencer สายการเดินทางและท่องเที่ยวจำนวนอย่างน้อย 5 คนที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาพหรือเนื้อหาจากบรรยากาศในการร่วมกิจกรรมต่างๆ มานำเสนอในรูปแบบภาพนิ่ง (Still Phot) อัลบั้มภาพ (Photo Album) หรือคลิปวีดิทัศน์สั้น (Short VDO Clip) ความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยให้มีจำนวนโพสต์ไม่น้อยกว่า 3 โพสต์ ได้รับยอด Engagement ไม่น้อยกว่า 100 Engagement โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ถึงการโพสต์บนแพลตฟอร์มจริง และต้องรายงานผลการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ว่าจ้างหลังจากดำเนินกิจกรรม FAM Trip แล้วเสร็จ

6.1.11 จัดทำรายงานสรุปผลการจัดกิจกรรม FAM Trip และประโยชน์ที่ได้รับ

6.1.12 บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม

6.2 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.1 นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส โดยมีเนื้อหาครอบคลุม ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส ได้แก่

Food, Fashion, Film, Fighting, Festival, Faith และเส้นทาง 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ บนช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวน 1,000,000 Reach/Impression

6.2.2 นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างจำนวนอย่างน้อย 20 สื่อ/ช่องทาง พร้อมออกแบบ จัดทำเนื้อหาหลัก และชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ในรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ ภาพประกอบการสื่อสาร ในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้มซึ่งประกอบด้วยภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน

6.2.3 จัดทำแผนการสื่อสาร จำนวน 1 แผน และออกแบบเนื้อหา ชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงบริหารจัดการประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊กเพจ “TCEB Domestic MICE” จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน อาทิ สื่อวีดิทัศน์ที่มีขนาด 9:16 ความยาวอย่างน้อย 15 วินาที ภาพประกอบการสื่อสารในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้ม ซึ่งประกอบด้วยจำนวนอย่างน้อย 5 ภาพ ซึ่งจะต้องเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้ว่าจ้างทุกครั้งก่อนการผลิต

6.2.4 จัดทำวีดิทัศน์ 2 ภาษา (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) โดยมีความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน เพื่อนำใช้ในการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีร์ส และภาพรวมตลาดไมซ์ ในประเทศทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยต้องจัดหาภาพประกอบที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ และต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้ว่าจ้างทุกครั้งก่อนการผลิต

การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงาน เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

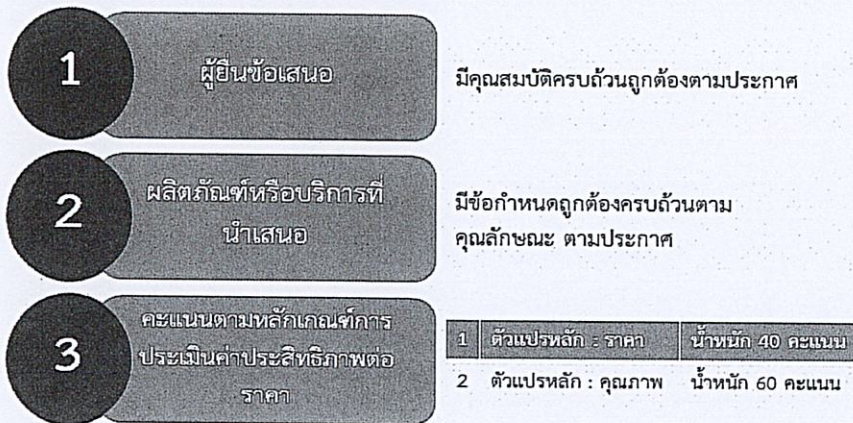
- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา

(5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกจ้างเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109

(6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 ตัวแปร		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

ตัวแปรรอง	การพิจารณา																								
ตัวแปรรองที่ 1	วิธีการนำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip แผนการประชาสัมพันธ์ แนวทางในการสื่อสาร และเครื่องมือทางการตลาดสำหรับ “เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์ เวอร์ชัน” (60 คะแนน) พิจารณาจากการนำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip แผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ สร้างกระแส (Hype Campaign) แนวทางในการสื่อสาร (Communication Strategy) และเครื่องมือ ทางการตลาดสำหรับ “เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน” 1.1 การนำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip (15 คะแนน) <table border="1" data-bbox="464 689 1401 1155"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมไม่น่าสนใจและไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ</td><td>1</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่น่าสนใจ เท่าที่ควร</td><td>5</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและสามารถ ดำเนินการได้</td><td>9</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและน่าสนใจ</td><td>13</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการน่าสนใจ และสร้างสรรค์</td><td>15</td></tr> </tbody> </table> 1.2 การนำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และแนวทางใน การสื่อสาร (Communication Strategy) (10 คะแนน) <table border="1" data-bbox="464 1279 1401 1787"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารไม่น่าสนใจและไม่ตรง ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</td><td>2</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ แต่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร</td><td>4</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและสามารถดำเนินการได้</td><td>6</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและน่าสนใจ</td><td>8</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ น่าสนใจและสร้างสรรค์</td><td>10</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมไม่น่าสนใจและไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ	1	นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่น่าสนใจ เท่าที่ควร	5	นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและสามารถ ดำเนินการได้	9	นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและน่าสนใจ	13	นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการน่าสนใจ และสร้างสรรค์	15	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารไม่น่าสนใจและไม่ตรง ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	2	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ แต่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	4	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและสามารถดำเนินการได้	6	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและน่าสนใจ	8	นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ น่าสนใจและสร้างสรรค์	10
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมไม่น่าสนใจและไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ	1																								
นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่น่าสนใจ เท่าที่ควร	5																								
นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและสามารถ ดำเนินการได้	9																								
นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและน่าสนใจ	13																								
นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการน่าสนใจ และสร้างสรรค์	15																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารไม่น่าสนใจและไม่ตรง ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	2																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ แต่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	4																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและสามารถดำเนินการได้	6																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและน่าสนใจ	8																								
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางในการสื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ของ โครงการ น่าสนใจและสร้างสรรค์	10																								

1.3 การใช้เครื่องมือทางการตลาด (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอการใช้เครื่องมือทางการตลาดไม่น่าสนใจและไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	2
นำเสนอการใช้เครื่องมือทางการตลาดตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร	4
นำเสนอการใช้เครื่องมือทางการตลาดตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและสามารถดำเนินการได้	6
นำเสนอการใช้เครื่องมือทางการตลาดตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการและน่าสนใจ	8
นำเสนอการใช้เครื่องมือทางการตลาดตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ น่าสนใจและสร้างสรรค์	10

1.4 การนำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จาก Influencer จำนวน 5 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จาก Influencer จำนวน 1 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers และมีช่องทางนำเสนอไม่ต่ำกว่า 2 แพลตฟอร์ม (FB / IG / X / Tiktok /Linkedin)	1-2
นำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จาก Influencer จำนวน 2 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers และมีช่องทางนำเสนอไม่ต่ำกว่า 2 แพลตฟอร์ม	3-4
นำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จาก Influencer จำนวน 3 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers และมีช่องทางนำเสนอไม่ต่ำกว่า 2 แพลตฟอร์ม	5-6
นำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จาก Influencer จำนวน 4 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers และมีช่องทางนำเสนอไม่ต่ำกว่า 2 แพลตฟอร์ม	7-8
นำเสนอและบริหารจัดการกิจกรรมเพิ่ม Engagement จาก Influencer จำนวน 5 คน ที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers และมีช่องทางนำเสนอไม่ต่ำกว่า 2 แพลตฟอร์ม	9-10

1.5 การนำเสนอเนื้อหาเส้นทางสายไมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชีวส์ ที่ครอบคลุมซอฟต์แวร์ 6 ด้าน ได้แก่ Food, Fashion, Film, Fighting, Festival และ Faith เป็นต้น (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมซอฟต์แวร์จำนวน 1 ด้าน	2
นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมซอฟต์แวร์จำนวน 2 ด้าน	4
นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมซอฟต์แวร์จำนวน 3 ด้าน	6
นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมซอฟต์แวร์จำนวน 4 ด้าน	8
นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมซอฟต์แวร์จำนวน 5 ด้าน	9
นำเสนอเนื้อหาครอบคลุมซอฟต์แวร์จำนวน 6 ด้าน	10

	1.6 การนำเสนอเนื้อหาเส้นทางสายไม้ซุง ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ เป็นต้น (5 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 1 ภาค</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 2 ภาค</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 3 ภาค</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 4 ภาค</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 1 ภาค	2	นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 2 ภาค	3	นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 3 ภาค	4	นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 4 ภาค	5														
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 1 ภาค	2																								
นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 2 ภาค	3																								
นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 3 ภาค	4																								
นำเสนอเนื้อหาที่มีเส้นทางจำนวน 4 ภาค	5																								
ตัวแปรครั้งที่ 2	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ (20 คะแนน) พิจารณาจากการนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน (Project Planning Timeline) แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ (ความเพียงพอของบุคลากร) และความสามารถในการนำเสนอผลงานได้ครบถ้วนตรงตามขอบเขตการดำเนินงานและเวลาที่กำหนด รวมถึงวิธีการบริหารจัดการโครงการทั้งหมด แบ่งออกเป็น 2.1 การวางแผนการดำเนินงาน <u>ก่อนช่วงวันจัดกิจกรรม Fam trip</u> (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> 2.2 การวางแผนการดำเนินงาน <u>ณ ช่วงวันจัดกิจกรรม Fam trip</u> (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> หมายเหตุ การนำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน หมายถึง ขาดการนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานไม่ครบถ้วน การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	2	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	4	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	6	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	8	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	2	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	4	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	6	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	8	นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	2																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	4																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	6																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	8																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	2																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	4																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	6																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี	8																								
นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด	10																								

	การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนและมีประสิทธิภาพดี การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด หมายถึง นำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียด ระยะเวลาการดำเนินงาน แผนการบริหารบุคลากรตลอดระยะดำเนินโครงการ และความสามารถในการนำเสนอแผนงานที่มีประสิทธิภาพครบถ้วนมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด																								
ตัวแปรรองที่ 3	การนำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (10 คะแนน) พิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ 3.1 กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 1 กลุ่ม</td><td>2</td></tr> <tr> <td>นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 2 กลุ่ม</td><td>4</td></tr> <tr> <td>นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 3 กลุ่ม</td><td>6</td></tr> <tr> <td>นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 4 กลุ่ม</td><td>8</td></tr> <tr> <td>นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 5 กลุ่ม</td><td>10</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 1 กลุ่ม	2	นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 2 กลุ่ม	4	นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 3 กลุ่ม	6	นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 4 กลุ่ม	8	นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 5 กลุ่ม	10												
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 1 กลุ่ม	2																								
นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 2 กลุ่ม	4																								
นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 3 กลุ่ม	6																								
นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 4 กลุ่ม	8																								
นำเสนอกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 5 กลุ่ม	10																								
ตัวแปรรองที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน) พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อมและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ 4.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้</td><td>3</td></tr> <tr> <td>มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี</td><td>4</td></tr> <tr> <td>มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน</td><td>5</td></tr> </tbody> </table> 4.2 ความพร้อมและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความพร้อมและไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมแต่ไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน</td><td>3</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน</td><td>4</td></tr> <tr> <td>มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งาน</td><td>5</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	0	มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย	2	มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้	3	มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี	4	มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน	5	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความพร้อมและไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	0	มีความพร้อมแต่ไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	2	มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน	3	มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน	4	มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งาน	5
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	0																								
มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย	2																								
มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้	3																								
มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี	4																								
มีความรู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน	5																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีความพร้อมและไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	0																								
มีความพร้อมแต่ไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	2																								
มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน	3																								
มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน	4																								
มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งาน	5																								

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูล การดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและ เห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอทางเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค โดยมีวิธีในการประเมินให้คะแนน ดังต่อไปนี้

8.3 ผู้ว่าจ้างพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนน รวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนน สูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่ อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อ จัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

150 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ 6. จำนวน 1 แผนงาน ในรูปแบบรายงาน 1 ชุด และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน 1 อัน	ภายใน 45 วัน นับ ถัดจากวันที่ ทำ สัญญา
2	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.1.1 – 6.1.6, 6.1.8, 6.1.10 และ 6.2 ในรูปแบบรายงานจำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด รวมถึงไฟล์ภาพถ่าย และไฟล์ VDO บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน และส่งมอบหลักฐานที่แสดงจำนวนของที่ระลึกแบบครบถ้วน จำนวนไม่ต่ำกว่า 100 ชิ้น	ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา
3	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.1.7, 6.1.9 และ 6.1.11 ในรูปแบบรายงานจำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

11.1 งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 5 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.2 งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.3 งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 55 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสตมป์

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

14. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ ผู้ว่าจ้าง


Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ผู้ว่าจ้างและ ผู้ว่าจ้าง มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ขอสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินของ ผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ ผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน
4. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ ผู้ว่าจ้าง

5. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์ธนิกุล
ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ
Email: jutarat_a@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6040
นายปิยนันท์ อภาสกุลเดช
ผู้จัดการ ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ
Email: piyanut_a@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6164

โครงการพัฒนากิจกรรมทางการ ตลาดและประชาชนพันธุ์"เส้นทาง สายไหม" ประจำปี 2568

การสัมมนาระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตรเพื่อยกระดับ
อุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทาง
เพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (Familiarization Trip) และส่งเสริม
การตลาดและประชาชนพันธุ์เชิงรุก
ประจำปี 2568



Presented by

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไลเคิล อไลค์ จำกัด



หลักการและเหตุผล



อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการให้บริการและเชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ (Potential Industry) ที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ) อีกทั้งยังสอดคล้องตามนโยบายรัฐบาล ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศดำเนินการพัฒนาเส้นทางสายไมซ์ เพื่อพัฒนาสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ หรือเส้นทางกิจกรรมไมซ์ หรือเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับสถานที่จัดงานไมซ์ในพื้นที่เป้าหมายอุตสาหกรรมไมซ์ที่จะสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยดำเนินการจัดทำเครื่องมือทางการตลาด “เส้นทางสายไมซ์” ช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการจัดงานประชุมและการเดินทางเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ เป็นการพัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐบาล การจัดกิจกรรมการสัมมนาหรือระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ภายใต้แผนการขับเคลื่อนตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สป.น. ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้ความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า เพื่อกระตุ้นศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ทั้งในด้านรายได้หมุนเวียนในภูมิภาค เนื่องจากอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล เป็นหนึ่งในธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ทั้งในด้านรายได้หมุนเวียนในภูมิภาค และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ ด้วยการเพิ่มคุณค่าเชิงพื้นที่ของเมืองไมซ์ เมืองศึกษา และเพื่อส่งเสริมพื้นที่ต่างๆ ในการจัดประชุมด้วยแนวคิด High Value Added Destination จึงจำเป็นต้องพัฒนาเส้นทางสายไมซ์ เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายให้ไม่สัมผัสประสบการณ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยว และความพร้อมของพื้นที่ที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการขับเคลื่อนนโยบายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และแผนการพัฒนาทั้งในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค ก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาการจัดงานไมซ์ในประเทศได้อย่างแท้จริง

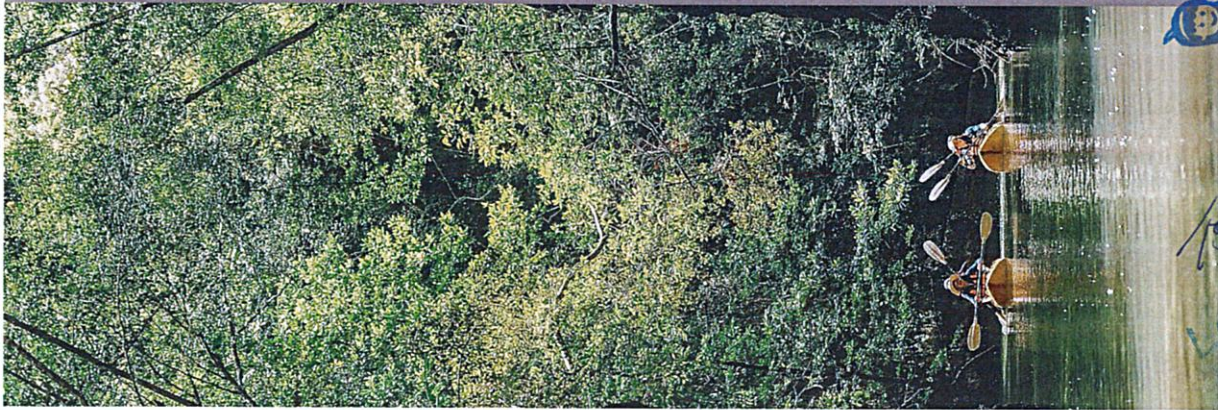
Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local

วัตถุประสงค์

- ▶ 5.1 เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนักเดินทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น ผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และภาคีเครือข่าย ได้เห็นความสำคัญเมืองจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเฉพาะเส้นทางสายไมซ์
- ▶ 5.2 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศให้สูงขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคให้เติบโต
- ▶ 5.3 เพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ
- ▶ 5.4 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ภายในชุมชนและส่งเสริมระบบนิเวศไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน เกิดสร้างงาน สร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและพื้นที่ทั่วประเทศ



ขอบเขตของงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip "เส้นทางสายไหม ขอฟ้าพาเวอร์ซีรีส์" ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.1 นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายไหมแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานไหมซ์/นักธุรกิจกลุ่มไหมซ์ โดยต้องมียศประกอบจากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายไหม ขอฟ้าพาเวอร์ซีรีส์" ที่จัดทำโดย สสปน. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไหมซ์และมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

6.1.2 ประสานงานเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (FAM Trip) จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน อาทิหน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐหลัก และ Influencer เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือสามารถจัดกลุ่มนักธุรกิจไหมซ์ลงพื้นที่ต่อเนื่องได้ในอนาคต

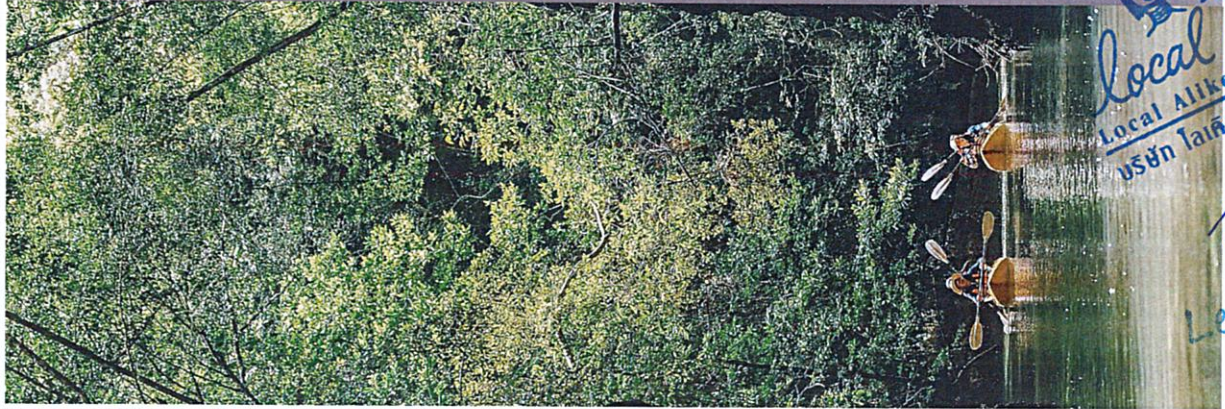
6.1.3 จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพัสดุห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณา ก่อนการดำเนินงาน และจะต้องมีการกำกับกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกราย

6.1.4 จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ

6.1.5 จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน

6.1.6 จัดหาช่างถ่ายภาพนิ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอแยกตามวันที่จัดกิจกรรมและกิจกรรมเด่นที่เหมาะสมต่อการใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์





ขอบเขตของงาน

6.1.7 จัดทำสรุปภาพรวมของกิจกรรมในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์กิจกรรมไฮไลต์ขนาด 16 : 9 หรือ ขนาดอื่นตามความเหมาะสม ความยาวไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้น พร้อมวีดิทัศน์ฉบับ (Footage)

6.1.8 จัดหาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหมฯ ขอฟ้าพาเวอร์ซีรีส์" จำนวน อย่างน้อย 100 ชิ้น

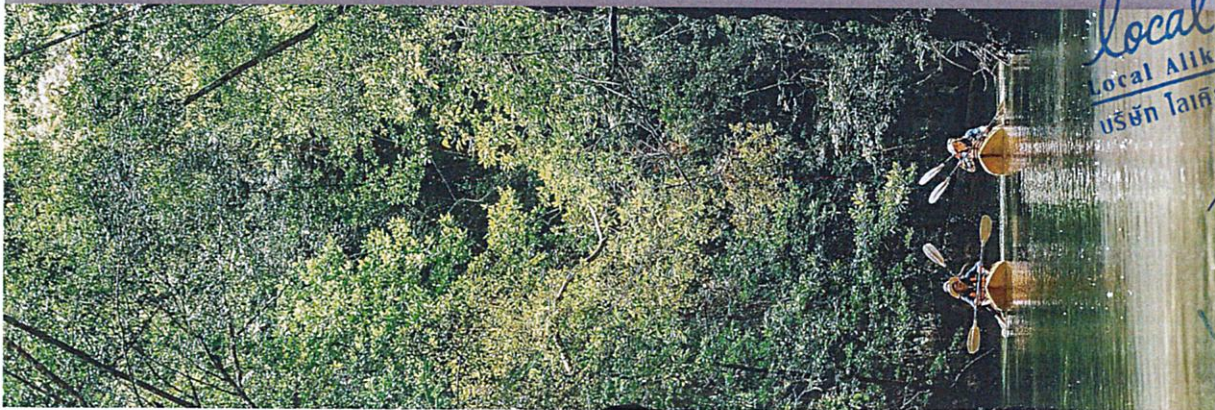
6.1.9 จัดทำการสำรวจความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรม FAM Trip และสรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip พร้อมข้อเสนอแนะ และสรุป เป็นรายงานและเอกสารนำเสนอ (PowerPoint หรือ Canva) โดยนำผลการประเมินมาปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

6.1.10 นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหมฯ ขอฟ้าพาเวอร์ซีรีส์" บนช่องทางออนไลน์ ผ่านการนำเสนอของ Influencer สายการ เดินทางและท่องเที่ยวจำนวนอย่างน้อย 5 คนที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาพหรือเนื้อหา จากบรรยากาศในการร่วมกิจกรรมต่างๆ มานำเสนอในรูปแบบภาพนิ่ง (Still Photo) อัลบั้มภาพ (Photo Album) หรือคลิปวีดิทัศน์สั้น (Short VDO Clip) ความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยให้มีจำนวนโพสต์ไม่น้อยกว่า 3 โพสต์ ได้รับยอด Engagement ไม่ต่ำกว่า 100 Engagement โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ถึงการโพสต์บนแพลตฟอร์มจริง และ ต้องรายงานผลการ ประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ว่าจ้างหลังจากดำเนินกิจกรรม FAM Trip แล้วเสร็จ

6.1.11 จัดทำรายงานสรุปผลการจัดกิจกรรม FAM Trip และประโยชน์ที่ได้รับ

6.1.12 บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม





ขอบเขตของงาน

6.2 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไหมซ์ ฮอฟต์ฟาวเวอร์ซีรีส์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.1 นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไหมซ์ ฮอฟต์ฟาวเวอร์ซีรีส์โดยมีเนื้อหาครอบคลุม ฮอฟต์ฟาวเวอร์ ใต้แก๊ท Food, Fashion, Film, Fighting, Faith และเส้นทาง 4 ภาค ใต้แก๊ทภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้บนช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวน 1,000,000 Reach/Impression

6.2.2 นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายภายใต้วงกว้างจำนวนอย่างน้อย 20 สื่อ/ช่องทาง พร้อมออกแบบ จัดทำเนื้อหาหลักและชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ในรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ภาพประกอบการสื่อสาร ในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้มซึ่งประกอบด้วยภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน

6.2.3 จัดทำแผนการสื่อสาร จำนวน 1 แผน และออกแบบเนื้อหา ชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงบริหารจัดการประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ของผู้จ้าง เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊กเพจ "TCEB Domestic MICE" จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน อาทิ สื่อวีดิทัศน์ที่มีขนาด 9:16 ความยาวอย่างน้อย 15 วินาทีภาพประกอบการสื่อสารในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้ม ซึ่งประกอบด้วย จำนวนอย่างน้อย 5 ภาพ ซึ่งจะต้องเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้จ้างว่าจ้างทุกครั้งก่อนการผลิต

6.2.4 จัดทำวีดิทัศน์ 2 ภาษา (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) โดยมีความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน เพื่อนำใช้ในการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไหมซ์ ฮอฟต์ฟาวเวอร์ซีรีส์และภาพรวมตลาดในโซเชียลมีเดียและออนไลน์โดยต้องจัดทำภาพประกอบที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมายและได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์และต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้จ้างว่าจ้างทุกครั้งก่อนการผลิต



Local alike

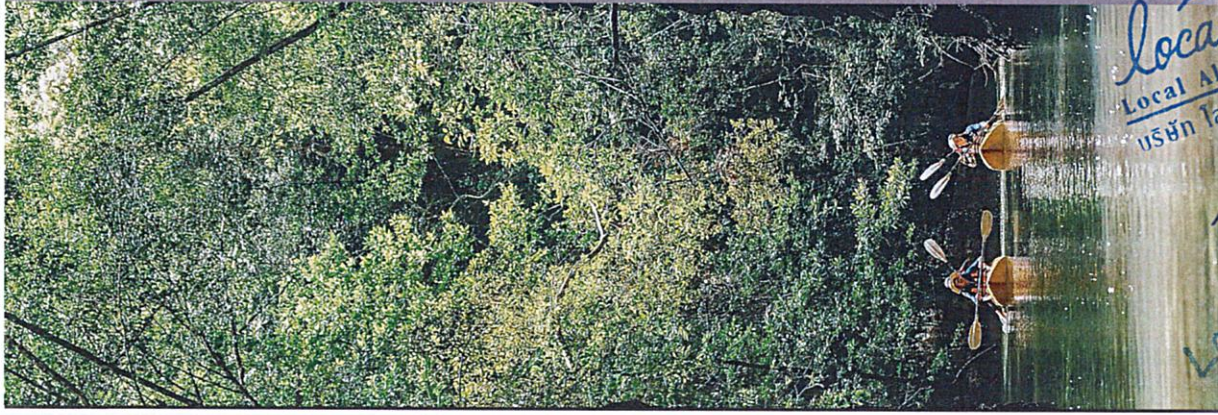
Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

[Handwritten signature]

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

[Handwritten signature]
Legal

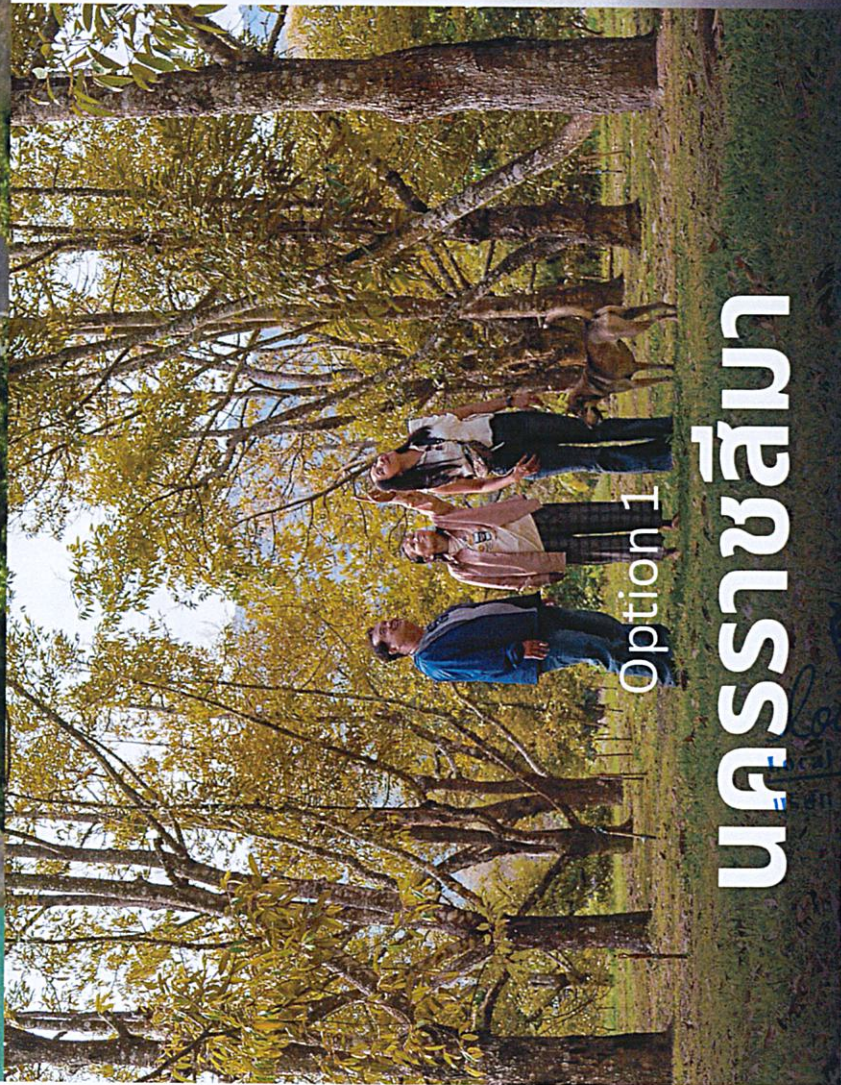


ขอบเขตของงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินงานกิจกรรม Familiarization Trip "เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน" ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

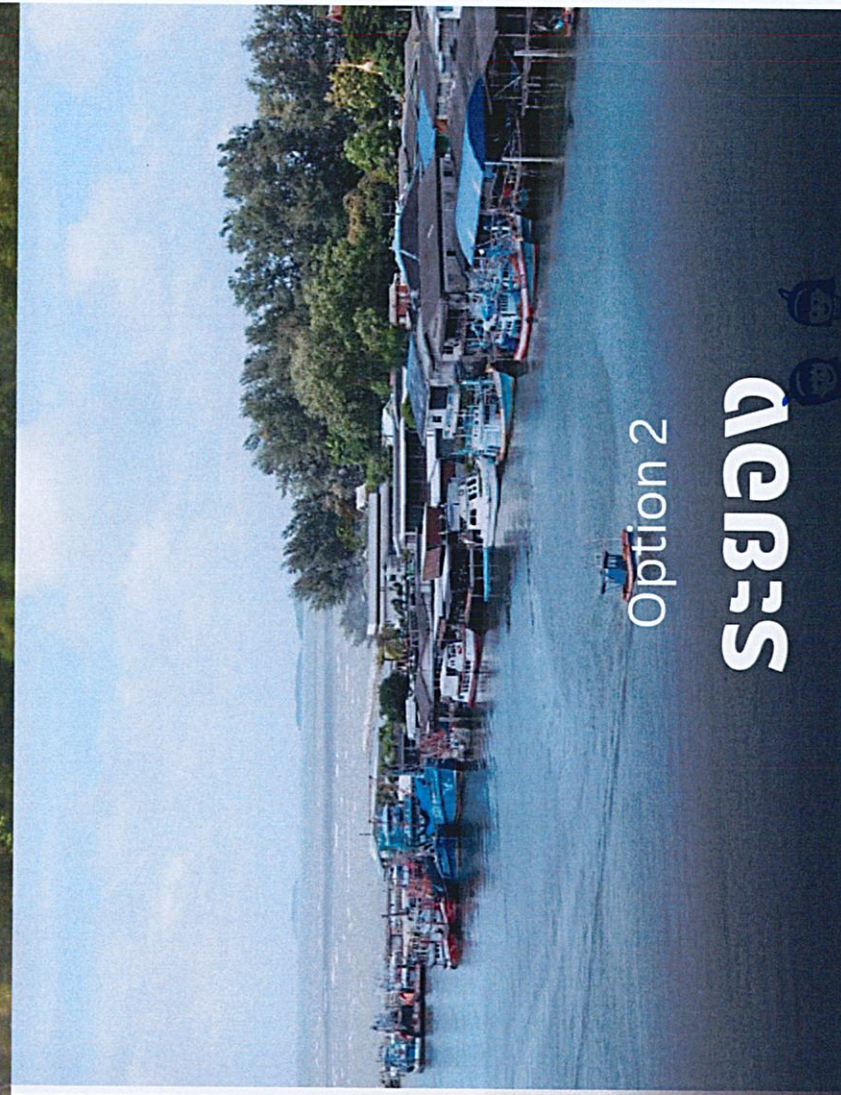
6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายไม้แบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ
สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานไม้ช/ไม้ธุรกิจกลุ่มไม้ช โดยต้องมื่อองค์ประกอบ
จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายไม้ช ชอฟต์แวร์เวอร์ชัน 3" ที่จัดทำโดย สสพ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ชและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน



Option 1

นครราชสีมา



Option 2

ระยอง

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมฆะยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ
สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานโมฆะ/กิจกรรมกลุ่มโมฆะ โดยต้องคำนึงประกอบ
จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมฆะ ชอฟต์แวร์เวอร์ชัน 1.0" ที่จัดทำโดย สสป. ตลอดจนวิธีการที่มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมฆะและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

Concept

ดีท็อกซ์ปอด กอดเขาใหญ่

เส้นทาง Low Carbon & Local Wisdom



Food Firm Fighting Festival Fashion Faith

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal



นำเสนอเส้นทางสายโมฆะยั่งยืน “ดีท็อกซ์ปอด กอดเขาใหญ่”
สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวโมฆะที่ผสมผสานระหว่างการ พักฟื้นกายใจจาก
ธรรมชาติ, การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน และการดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่ง
แวดล้อม ภายใต้ไอเดีย **Green MICE & Wellness Retreat**

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by
Local alike

6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมชแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของการของผู้อยู่ในกลุ่มโมช โดยต้องคำนึงประกอบ จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมช ขอพิพาวเวอร์ชีส์" ที่จัดทำโดย สสพ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมชและมีประสบการณ์ในการตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

บ้านท่ามะปรางค์-คลองเพลา

พื้นที่ศักยภาพสำหรับ
แหล่งท่องเที่ยวเชิง
SUSTAINABLE

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม:

ชุมชนตั้งอยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีลำตะคองไหลผ่านกลางหมู่บ้าน ทำให้พื้นที่นี้อุดมสมบูรณ์ด้วยอากาศบริสุทธิ์ ป่าเขา และแหล่งน้ำธรรมชาติ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรม

กิจกรรมท่องเที่ยวสายโมชยั่งยืน

- เวิร์กช็อปทำลูกมะกรุดหอมใบเตย / น้ำสมุนไพร
- ไปสาร์ดธรรมชาติ

วัฒนธรรมและวิถีชุมชนที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน:

- เส้นทางท่องเที่ยวแบบ Low Carbon ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs
- วิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เช่น การปลูกพืชปลอดสาร การใช้สมุนไพรพื้นบ้าน

6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมฆะแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานโมฆะ/กิจกรรมกลุ่มโมฆะ โดยต้องป้องกันผลกระทบจากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมฆะ ชอว์ดีพาวเวอร์ซีรีส์" ที่จัดทำโดย สปบ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมฆะและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

เขาใหญ่

บ้านท่ามะปรางค์ - คลองเพล

สัมผัสวิถีเขาใหญ่ในแบบ

Low Carbon & Local Wisdom



Day 1

- 8:00** เดินทางจากกรุงเทพฯ โดยรถตู้ที่ได้มาตรฐาน ความปลอดภัยจำนวน 7 คัน
- 10:15** เยี่ยมชมความสวยงามของลานหินปฏิบัติธรรมพร้อมกับพระพุทธรูปหินลาวาที่มีพื้นหลังเป็นภูเขาว่า 40 องค์ และเรื่องราวของวัดที่เป็นสถานที่บ่มจิตผู้เผยแผ่ศาสนา วัดถ้ำกระบอก อ.พระพุทธบาท จ.สระบุรี
- 12:00** รับประทานอาหารกลางวันแบบท้องถิ่น ณ ร้านอาหารเป็นลาอว
- 13:30** เดินทางถึงชุมชนบ้านท่ามะปรางค์ - คลองเพล เกียวชมสวนผลไม้ สัมผัสกับการดีท็อกซ์ปอด ณ จุดแรก พร้อมชิมผลไม้สด ๆ จากสวน
- 14:15** เดินเส้นทางศึกษาธรรมชาติ เก็บเมล็ดมะค่าไปยังหิ้งสติ๊กเพื่อปลูกป่า เป็นการดีท็อกซ์ปอดที่ได้อะไรมากมายในจุดที่สอง
- 15:00** เวชชนแบบสโลว์ไลฟ์แอนด์เก็ท เก็บผักผลไม้ที่ตัวเองต้องการเพื่อนำไปให้แม่ครัวชุมชนทำอาหารว่างให้รับประทาน สำหรับการดีท็อกซ์จุดที่สาม
- 15:30** ทำกลุ่มประคอบหมอบ ในตะมอกรับชมบรรยากาศ ณ ริมทำน้ำ เป็นการดีท็อกซ์ปอดจุดที่สี่
- 16:00** รับประทานอาหารว่าง จากวัตถุดิบที่เก็บมาเองผ่านฝีมือแม่ครัวชุมชน
- 17:30** เช็กอินที่พัก / พักผ่อนสบายๆ
- 18:30** รับประทานอาหารเย็นโดยมีโรงครัว

Presented by

Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local Alike Co., Ltd.

โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมซิกแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ
สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานโมซิก/นักธุรกิจกลุ่มโมซิก โดยต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ
จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมซิก ขอพิพาวเวอร์ซีรีส์" ที่จัดทำโดย สสพ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมซิกและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

Day 2

8:00 รับประทานอาหารเช้าโรงแรมที่พัก

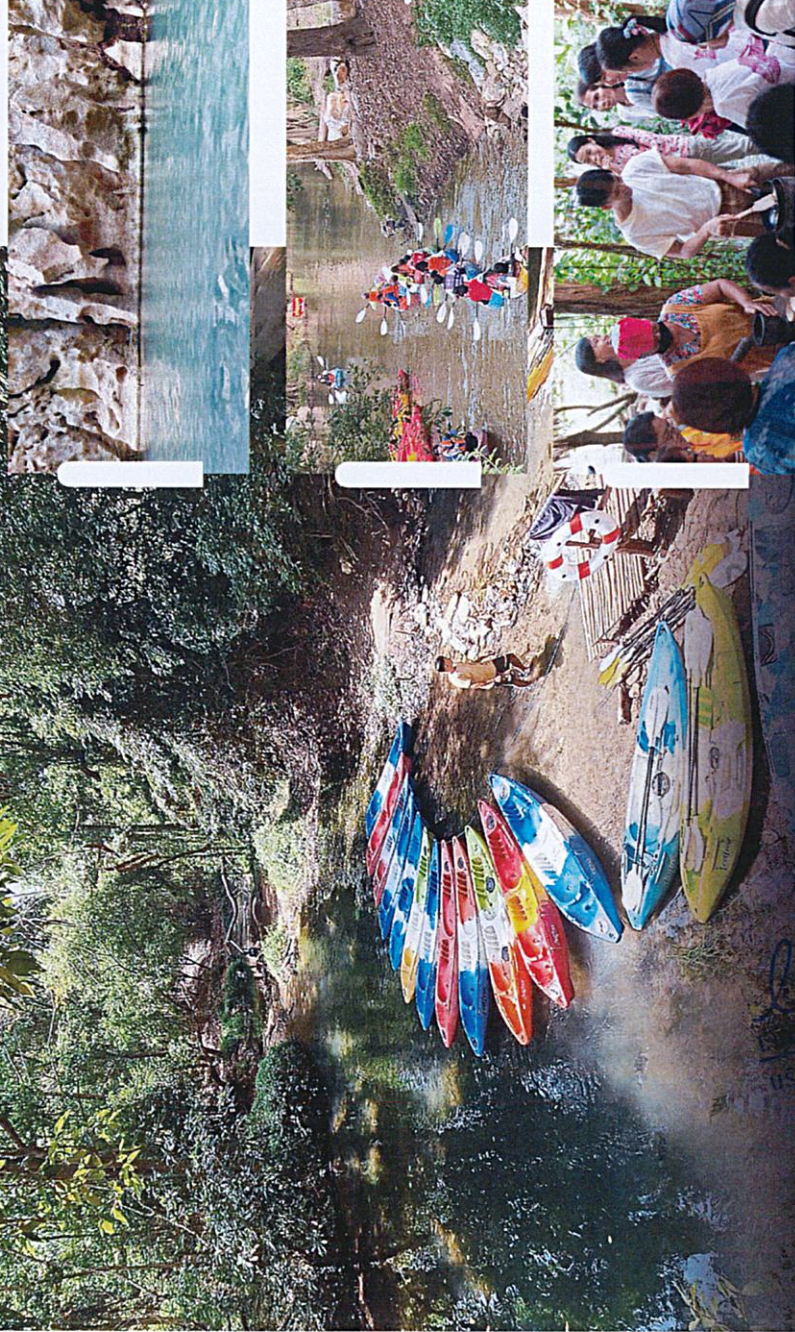
9:30 เช็กเอาท์ เดินทางออกจากโรงแรม

9:45 เดินทางไปยังชุมชนบ้านท่าช้าง พายเรือคายัค ออปปาทางน้ำ
สัมผัสบรรยากาศความสงบผ่านลำน้ำลำตะคอง

11:00 เปลี่ยนเสื้อผ้า (หากเปียก)

11:30 ลงมือทำอาหารโดยแบ่งกลุ่มทำเมนูประจำจังหวัด "ผัดหมี่โคราช"
เป็นอาหารกลางวันทานร่วมกันแบบอื่น ๆ ณ โรงเรียนชุมชน

13:00 เดินทางกลับกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ



Presented by


Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด


Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

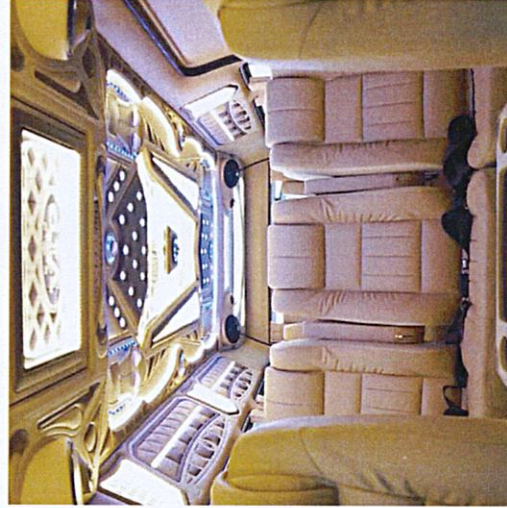
6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมไซแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ
สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานโมไซ/นักธุรกิจกลุ่มโมไซ โดยต้องคำนึงประกอบ
จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมไซ ชอปปิงแควเวอริตี้ส์" ที่จัดทำโดย สปบ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมไซและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หมู่ย่อย จำนวน 2 วัน 1 คืน

ตัวอย่าง: ยานพาหนะพร้อมคนขับและคนประสานงานรับ-ส่ง

ออกเดินทางด้วยรถบัส ณ จุดนัดพบของ TCEB ไปยังโรงแรมในจังหวัดระยอง
ด้วยรถตู้ 9 คัน จำนวน 7 คัน

พร้อมรับ snack box รักโลก (แวกแพคเกจรถ 2 จุดระหว่างทาง)



หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัท 4 สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจาก
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไลคัล อลิค จำกัด

local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไลคัล อลิค จำกัด

Presented by
Local Alike

6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมซันแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานโมซัน/นักธุรกิจกลุ่มโมซัน โดยต้องมียอดคิดประกอบ จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมซัน ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 3.0" ที่จัดทำโดย สสป. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมซันและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

Concept



E-C-O Rayong

E = Environment C = Community O = Ocean

ชุมชนปากน้ำประแส

จังหวัดระยอง

เส้นทางสายโมซัน ในรูปแบบการ "คืนกลับ" ในแบบยั่งยืน

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด



สัมผัสธรรมชาติ

กิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ

ทำขนมโมซันที่ไร่ประแส

เดินชมชุมชนเก่า 200 ปี

เรียนรู้วิถีประมงพื้นบ้าน

อาหารพื้นบ้าน

ทำของที่ระลึกจากท้องถิ่น



Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

Presented by

Local Alike

6.1.1

ชุมชนปากน้ำประแส จ.ระยอง



๘๘ มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ชายฝั่งปากน้ำประแส จ.ระยอง อุณหภูมิร้อนด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ในบริเวณนี้จะประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก นับได้ว่าเป็นชุมชนที่ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้อย่างดี การมาเยือนที่ชุมชนแห่งนี้มีนักท่องเที่ยวจะได้เข้ามาสัมผัสบรรยากาศริมทะเลสุดชิล ให้อาหารเหยี่ยวแดงแบบใกล้ชิด เยี่ยมชมเขตนุรักษ์ป่าชายเลนและความงามของทุ่งโปรงทอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ จังหวัดระยอง

กิจกรรมเด่นของชุมชน

๙๙

2 วัน 1 คืน

ทำหมอนจากเศษหลอดพลาสติก

บ้านพิพิธภัณฑ์



เดินสำรวจทุ่งโปรงทอง



Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by
Local Alike

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ Local Alike



ชุมชนปากน้ำประแส

Day 1

กิจกรรม

08.00

- ออกเดินทางจากกรุงเทพฯ มุ่งหน้าสู่ชุมชนปากน้ำประแส พร้อมบริการอาหารว่าง (Snack Box) บนรถระหว่างเดินทาง และกิจกรรมร่วมสนุกระหว่างเดินทาง เพื่อทำความรู้จักเพื่อร่วมทางก่อนเดินทางถึงชุมชน
- เดินทางถึงชุมชนปากน้ำประแส รับการต้อนรับโดยชุมชนและฟังเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนที่เป็นชุมชนด่านแรกในการรับมือภัยทางทะเล พร้อมสร้างความสัมพันธ์และทำความรู้จักกับชุมชน และเดินชมบรรยากาศโดยรอบ (30 นาที)

11.30

12.00-13.00

- รับประทานอาหารกลางวันที่บ้านของชุมชน

13.00 - 16.00

- ล่องเรือชมป่าโกงกาง ป่าที่มีความสำคัญในการช่วยกรองขยะก่อนเข้าสู่แหล่งน้ำหลักของชุมชน (30 นาที)
- นั่งรถสามล้อ (ชาเล้ง) เที่ยวชมหมู่บ้านริมน้ำ ชื่นชมบ้านไม้เก่าแก่ที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี (30 นาที)
- เยี่ยมชม บ้านพิพิธภัณฑ์ปากน้ำประแส เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านในอดีต (30 นาที) *เปิดเฉพาะเสาร์-อาทิตย์*
- พักเบรก (15 นาที)

- กิจกรรมกำหนดอนจากหลอด เคนพลาสติกเหลือใช้ที่จะกลายเป็นของที่มีประโยชน์สำหรับผู้ป่วยติดเตียงในโรงพยาบาล สามารถนำกลับไป หรือบริจาคให้ชุมชนได้ (1 ชั่วโมง) หรือ ทำงานตามหาก ช่วยสร้างมูลค่าให้วัสดุเหลือใช้ และลดการใช้พลาสติกในชุมชน

16.30

- สรุปกิจกรรม ถ่ายรูปร่วมกันและจบกิจกรรม กล่าวคำอำลาชุมชน

18.00

- เดินทางไปยังโรงแรมที่พัก
- เช็กอินเข้าที่พัก
- รับประทานอาหารเย็น ณ โรงแรมที่พัก
- พักผ่อนตามอัธยาศัย



Presented by

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อลิค จำกัด



Presented by

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อลิค จำกัด



Presented by

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อลิค จำกัด

ชุมชนปากน้ำประแส

07.30

รับประทานอาหารเช้าที่โรงแรม

09.00

เช็คเอาท์ออกจากโรงแรม

10.00

แวะถ่ายภาพ เดินเล่นที่ทุ่งโปรงทองและต้นจามจุรียักษ์
ชมต้นตะเคียนอายุ 500 ปี สักการะเจ้าแม่ตะเคียน
ศาลกรมหลวงชุมพร เพื่อความเป็นสิริมงคล

12.00

แวะรับประทานอาหารกลางวัน
ณ ร้านอาหารแหลมเจริญ ชื่อดัง

13.30

ออกเดินทางจาก จ.ระยอง มุ่งหน้าสู่กรุงเทพฯ เดิน
ทางกลับโดยสวัสดิภาพ
(แวะพักรถ 2 จุดระหว่างทาง)

17.30

คณะเดินทางมาถึงกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ

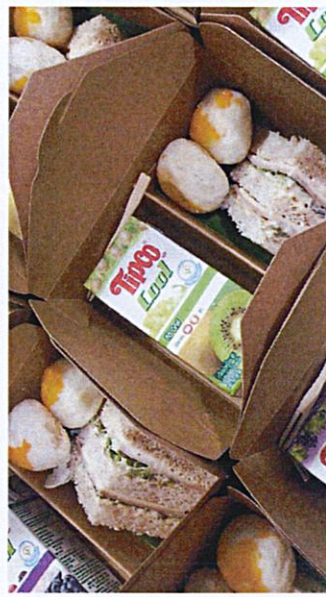
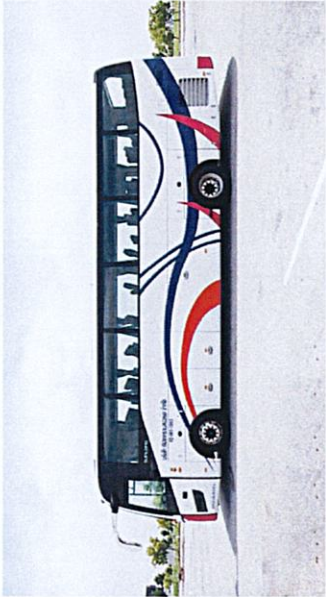


6.1.1

นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายโมฆะยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ
สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงานโมฆะ/นักธุรกิจกลุ่มโมฆะ โดยต้องมียอดประกอบ
จากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E-book "เส้นทางสายโมฆะ ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 3" ที่จัดทำโดย สปบ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความ
เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโมฆะและมีประสบการณ์ในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน

ตัวอย่าง: ยานพาหนะพร้อมคนขับและคนประสานงานรับ-ส่ง

ออกเดินทางด้วยรถบัส ณ จุดนัดพบของ TCEB ไปยังโรงแรมในจังหวัดระยอง
ด้วยรถบัส 30 ที่นั่ง พร้อมรับ snack box รักโลก
(แวะพักรถ 2 จุดระหว่างทาง)



รถบัส 30 ที่นั่ง จำนวน 2 คัน
รถโดยสารส่วนบุคคล และป้ายเลขที่คันรถ

6.1.2

ประสานงานเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (FAM Trip) จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน อาทิหน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐหลัก และ Influencer เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือสามารถชักชวนกลุ่มนักท่องเที่ยวมาซื้อสินค้าต่อไปได้อีก

ตัวอย่างองค์กรกลุ่มเป้าหมายในการเชิญเข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip

หน่วยงานภาครัฐ	DMC/ OTAs / Agent	หน่วยงานเอกชน/สมาคม	Startup / SMEs	สื่อ/Influencer
  	     	         	 	 

Local alike
บริษัท โลอัล อลิค จำกัด

Presented by
Local alike

Local alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อลิค จำกัด

Presented by
Local alike

6.1.2

ประสานงานเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (FAM Trip) จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน อาทิหน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และ Influencer เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือสามารถจัดกลุ่มนักธุรกิจโซเชียลมีเดียที่ต่อเนื่องได้ในอนาคต

การเชื่อมโยงกลุ่มเป้าหมายต่ออุตสาหกรรมไทย

หน่วยงานภาครัฐ

เช่น TICA

- สร้างโอกาสในการเชื่อมต่อกับผู้จัดงานไทย หรือ Corporate Clients ที่เป็นสมาชิกของ TICA
- เพื่อให้สมาชิกของ TICA ได้เห็นศักยภาพของสถานที่ กิจกรรม และประสบการณ์ที่สามารถนำไปจัดกิจกรรมไทย

DMC / OTAs / Agent

เช่น EXO Travel, Elevate, Happy Trips, Find Folk

- เป็นผู้จัดการและออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว, MICE Organizer
- เชี่ยวชาญด้านการสร้างประสบการณ์และโลจิสติกส์ในการจัดงานไทย

หน่วยงานเอกชน/สมาคม

เช่น TICA (Thailand Incentive and Convention Association), THA (Thai Hotels Association), AIA

- มีบทบาทโดยตรงในอุตสาหกรรมไทย เช่น การจัดประชุม สัมมนา นิทรรศการ
- สมาคมสามารถผลักดันสมาชิกเข้าสู่พื้นที่จัดกิจกรรมไทย

Startup / SMEs

เช่น Young Happy, Golfdiggy

- โอกาสในการต่อยอดจัดกิจกรรมไทยสร้างสรรค์ และโซเชี่ยลฟุตพาวเวอร์
- เสริม ecosystem ของไทยผ่านสินค้า บริการ เทคโนโลยี หรือกิจกรรมต่างๆ

สื่อออนไลน์

เช่น Time Out, Weekend, Influencer

- ช่วยขยายการรับรู้ เส้นทางสายไทยและกิจกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น องค์กรจัดกิจกรรม เพื่อพนักงาน Incentive Meeting, Outing, Team Building, Events รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์สถานที่ในการจัดสัมมนาต่างๆ เป็นต้น
- มีบทบาทด้าน Content Marketing ส่งเสริมภาพลักษณ์และการเข้าถึงและสร้างการรับรู้สำหรับเส้นทางสายไทย โซฟต์พาวเวอร์รี่

กลุ่มการศึกษา / หน่วยงานต่างประเทศ

เช่น AIESEC, WorldStrides, YSEALI, OEG, Pa

- เป็นกลุ่มเป้าหมายด้านการจัด Educational Tours, การประชุมเยาวชน และกิจกรรมการเรียนรู้ระหว่างประเทศ (Learning Journey)
- สามารถพัฒนาต่อเป็นกลุ่มลูกค้าโซเชี่ยลวิชาการ การอบรม การสัมมนา การประชุมพิเศษของกลุ่มนักศึกษา หรือนักเรียนแลกเปลี่ยนจากต่างประเทศ

ภาคเอกชนและองค์กรใหญ่

เช่น PTT Group, ธนาคารกรุงไทย, Mitr Phol

- สามารถนำเสนอเส้นทางสายไทย โซฟต์พาวเวอร์รี่ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร
- องค์กรสามารถร่วมพัฒนาชุมชนผ่านการจัดงาน ประชุม, สัมมนา, Workshop ในพื้นที่จริง

Legal

Local alike
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด



Local alike

Local alike Co., Ltd.

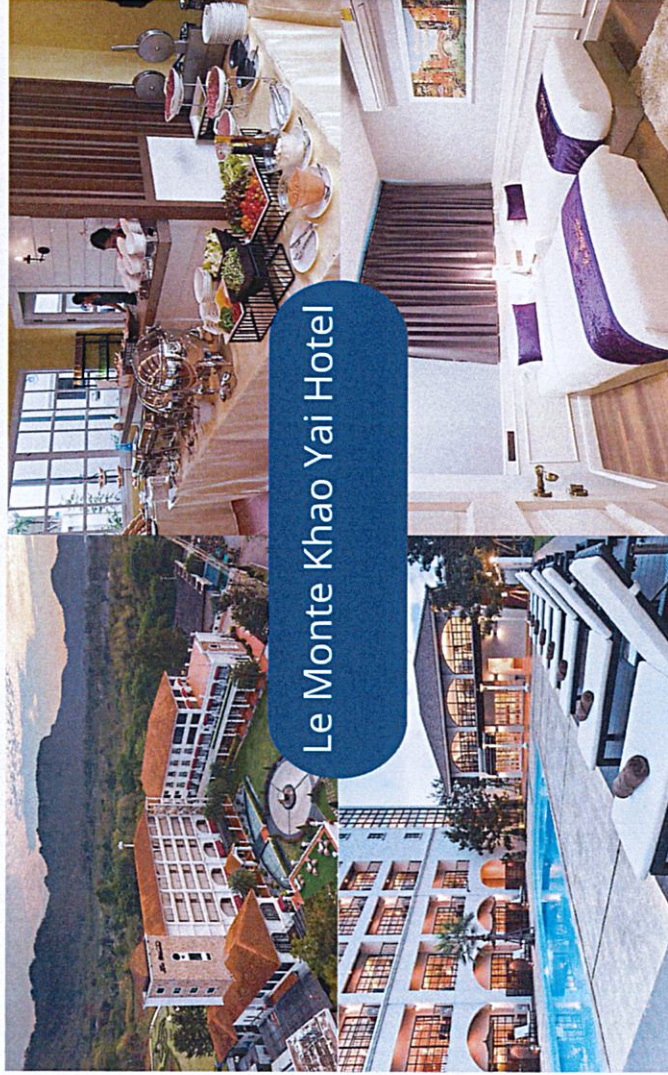
Presented by



6.1.3

จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาประกอบการดำเนินการดำเนินงาน และจะต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมทุกราย

ตัวเลือกที่พัก จังหวัดนครราชสีมา (50 ห้อง ห้องละ 1 คน/คืน จำนวน 1 คืน)



จังหวัดนครราชสีมา

โรงแรมเล มอนเต้ เขาใหญ่

ระดับ: ★★★★★

ห้องพัก: ห้องสุพีเรียร์

สิ่งอำนวยความสะดวก: ห้องประชุม พื้นที่จัดกิจกรรม, ฟิตเนส, สระว่ายน้ำ, ห้องอาหาร, ห้องสมุด

สถานที่ใกล้เคียง: เขาใหญ่กอล์ฟคลับ 3.7 กม. / เขาใหญ่อาร์ตมิวเซียม 6.2 กม. / พิชญ์เขาวงกต 7.5 กม.

ระยะทางจากชุมชนบ้านท่ามะปรางค์: 5.5 กม. หรือประมาณ 10 นาที

- World Luxury Hotel Awards 2018
- Leaders in Luxury 2024 – Best European Themed Hotel
- MUSE Hotel Awards 2020 – World Class Hotel & Conference Centre
- Travel & Hospitality Awards 2021

มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ

รับรอง

Local alike

Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by Local alike

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal

6.1.3

จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาประกอบการดำเนินงาน และจะต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมทุกราย

ตัวเลือกที่พัก จังหวัดนครราชสีมา (50 ห้อง ห้องละ 1 คน/คืน จำนวน 1 คืน)



Rain Tree Khao Yai Hotel

จังหวัดนครราชสีมา

โรงแรมเรนท์ เขาใหญ่

ระดับ: ★★★★★

ห้องพัก: ห้องดีลักซ์

สิ่งอำนวยความสะดวก: ห้องประชุม พื้นที่จัดกิจกรรม, ฟิตเนส, สระว่ายน้ำ, ห้องอาหาร, ห้องสมุด

สถานที่ใกล้เคียง: ไร่จุ่นฟิวส์เวย์ 4 กม.

ระยะทางจากชุมชนบ้านท่ามะปรางค์ : 24 กม. หรือประมาณ 30 นาที



มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ



Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by
Local Alike

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal

6.1.3

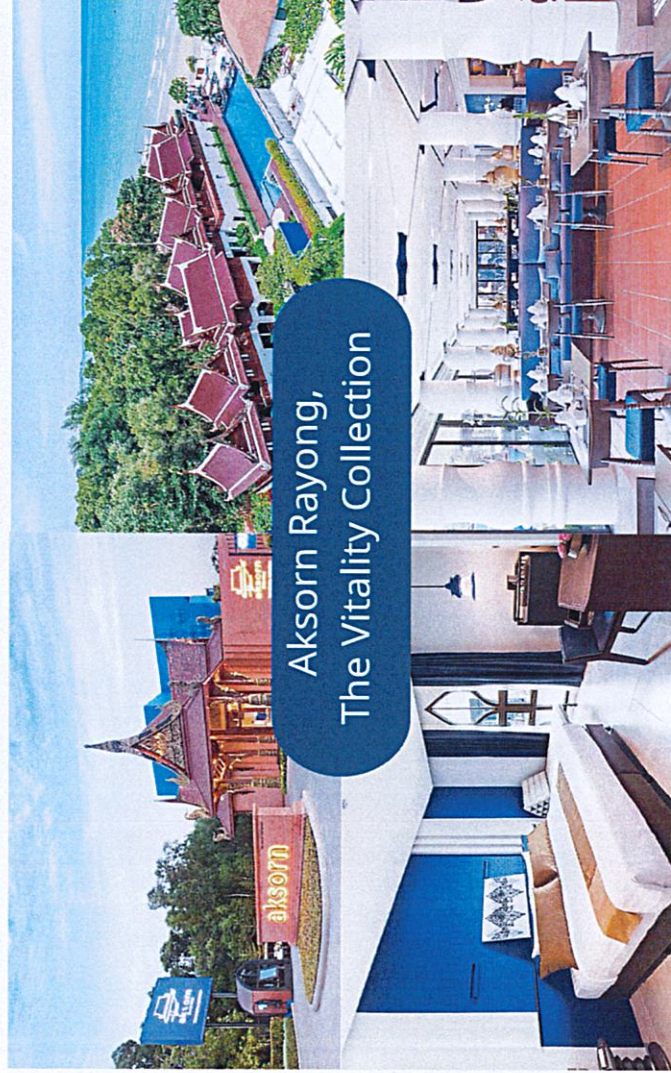
จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาประกอบการดำเนินการดำเนินงาน และจะต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมทุกราย

ตัวเลือกที่พัก จังหวัดระยอง (50 ห้อง ห้องละ 1 คน/คืน จำนวน 1 คืน)



aksorn
Rayong
The Vitality Collection

จังหวัดระยอง



โรงแรม อักษร ระยอง เดอะ ไวทัลลิตี้ คอลเลกชัน

ระดับ: ★★☆☆

ห้องพัก: ห้องดีลักซ์

สิ่งอำนวยความสะดวก: ห้องประชุม พื้นที่จัดกิจกรรม, สปา, ฟิตเนส, สระว่ายน้ำ, ห้องอาหาร

สถานที่ใกล้เคียง: สวนพฤกษศาสตร์ ระยอง 2.3 กม. / สวนวังแก้ว 2.3 กม. / แหลมแม่พิมพ์ 3.5 กม.

ระยะทางจากชุมชนปากน้ำประแส : 18 กม. หรือประมาณ 30 นาที

มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ



Legal

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

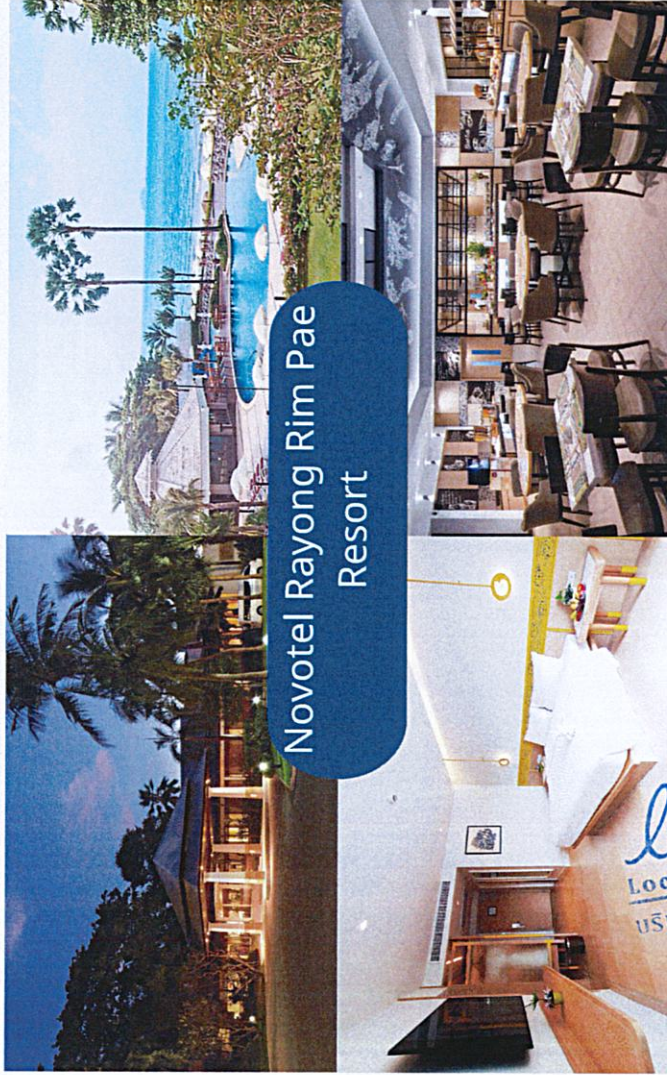
Presented by
Local Alike

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.3

จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนการดำเนินการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมทุกกราย

ตัวเลือกที่พัก จังหวัดระยอง (50 ห้อง ห้องละ 1 คน/คืน จำนวน 1 คืน)



Novotel Rayong Rim Pae Resort

NOVOTEL
HOTELS & RESORTS
RAYONG
RIMPAE RESORT

จังหวัดระยอง

โนโวเทล ระยอง ริมเพ รีสอร์ท

ระดับ: ★★★★★

ห้องพัก: ห้องสุพีเรีย

สิ่งอำนวยความสะดวก: ห้องประชุม พื้นที่จัดกิจกรรม, สปา, ฟิตเนส, สระว่ายน้ำ, ห้องอาหาร

สถานที่ใกล้เคียง: สวนพฤกษศาสตร์ระยอง 3.2 กม.

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำระยอง 16 กม.

ระยะทางจากชุมชนปากน้ำประแส : 36 กม. หรือ 40 นาที



มาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับ

สมาชิกในเครือ Accor Hotel
รางวัล Travelers' Choice จาก TripAdvisor

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัท ฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Presented by
Local Alike



Local Alike

Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Legal

6.1.3

จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้
ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาประกอบการดำเนินงาน และจะต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วม
กิจกรรมทุกราย



กรุงเทพประกันภัย
Bangkok Insurance

ประกันการเดินทาง

จำนวนเงินจำกัดความรับผิดชอบภายใต้ข้อตกลงคุ้มครอง มีรายละเอียดดังนี้

- ข้อ 1 การเสียชีวิต การสูญเสีย อวัยวะ สายตา หรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง 1,000,000 บาท
- ข้อ 2 การรักษาพยาบาลต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง 500,000 บาท

ภายใต้กรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้ ให้ความคุ้มครองครอบคลุมเฉพาะรายชื่อนักท่องเที่ยวในขณะที่อยู่ภายใต้การ
ดูแลของผู้ถือกรมธรรม์ประกันภัยและ/หรือภายใต้โปรแกรมท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยผู้ถือกรมธรรม์ประกัน
ภัยและมีระยะเวลาเดินทาง แต่ละครั้งสูงสุดไม่เกิน 30 วัน

ข้อตกลงผู้โดยสาร

การประกันภัยนี้ให้ความคุ้มครองตามสัญญาเงื่อนไขของข้อมูลประกันภัยโดยผู้ถือครอง ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างระยะเวลาการเดินทางและทำให้
เกิดผลตั้งแต่วันที่ -

ข้อ 1. การเสียชีวิต การสูญหาย หรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง

ถ้าความบาดเจ็บที่ได้รับทำให้ผู้ถือประกันภัยเกิดเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา หรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง ภายใน 180 วัน นับแต่วันที่เกิดอุบัติเหตุ
หรือความบาดเจ็บที่ได้รับทำให้ผู้ถือประกันภัยเสียชีวิตก่อนแล้วแต่กรณีในขณะอยู่ในระหว่างการเดินทาง และเกิดอุบัติเหตุเพราะความบาดเจ็บนั้นเมื่อใดก็ได้
บริษัทจะจ่ายค่าทดแทนให้ดังนี้

1.1 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีเสียชีวิต

1.2 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิงและการสูญหาย การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.3 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.4 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.5 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.6 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.7 60% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.8 60% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

1.9 60% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย สำหรับกรณีทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

การสูญหายหรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง หมายถึง การสูญหายหรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

การสูญหายหรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง หมายถึง การสูญหายหรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

ข้อ 2. การรักษาพยาบาล

ถ้าความบาดเจ็บที่ได้รับทำให้ผู้ถือประกันภัยเกิดเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา หรือทุพพลภาพการสิ้นเชิง การประกันภัยนี้สามารถจ่ายได้เป็นไป

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อลิค จำกัด

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อลิค จำกัด

Presented by
Local Alike

Legal

6.1.4

จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ

จังหวัดนครราชสีมา

BREAKFAST



อาหารเช้า ณ โรงแรม
International Buffet
(Day 2)

LUNCH



Day 1 : ร้านอาหารเป็นลาว เขไทหญ่ (Set Menu)
Day 2 : บ้านท่าช้าง (Set Menu)

DINNER



อาหารเย็น ณ โรงแรม
Set Menu
(Day 1)

Presented by



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ



(Day 2)

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.4

จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ

จังหวัดนครราชสีมา

Day 1

1. อาหารว่างเช้า
2. อาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารเป็นลาว
3. อาหารว่างบ่าย
4. อาหารเย็น
-

Day 2

5. อาหารเช้า
6. อาหารกลางวัน ณ บ้านท่าช้าง

LUNCH (Day 1)

ร้านอาหารเป็นลาว



LUNCH (Day 2)

บ้านท่าช้าง



ตัวอย่างอาหารว่างชุมชน



- หลักเลียงการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง
- เน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น/ ในพื้นที่

ร้านเป็นลาว
รางวัลการันตี: รับรางวัล "นิยาม ชิน ภูมิองค์กร"
ประจำปี 2023-2024

Legal

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by
Local alike

6.1.4

จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ

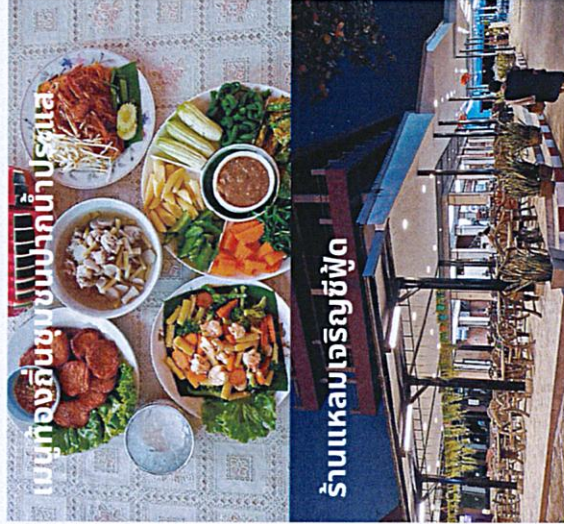
จังหวัดระยอง

BREAKFAST



อาหารเช้า ณ โรงแรม
International Buffet
(Day 2)

LUNCH



Day 1 : อาหารท้องถิ่นชุมชนปากน้ำประแส (Set Menu)
Day 2 : ร้านแหลมเจริญซิวัด (Set Menu)

DINNER



อาหารเย็น ณ โรงแรม
(Set Menu)
(Day 1)

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด



Presented by
Local alike

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

Local alike

6.1.4

จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ

ชุมชนประแส จังหวัดระยอง

Lunch (Day 1)

ตัวอย่างเมนูเสิร์ฟมีดังนี้

- ปลากระพงทอดน้ำปลา
- ทอดมันปลา
- เจจรรนย่าง
- หอยลายผัดพริกเผา
- แคงส้มผักรวม
- ยำรวมมิตรทะเลประแส
- ข้าวผัดประแส
- ข้าวไข่กระทะผง
- ข้าวสวย

1 โต๊ะ
7-8 ท่าน

*รายละเอียดเมนูอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามฤดูกาล



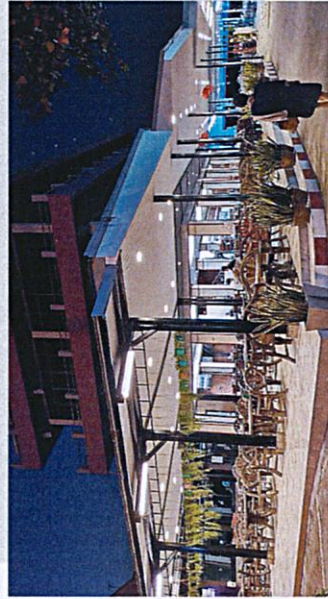
หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดรายการจะขึ้นอยู่กับงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.4

จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ



แหลมเจริญชี่ฟูต จังหวัดระยอง

Lunch (Day 2)

ตัวอย่างเมนูเสิร์ฟมีดังนี้

- ปลากระพงทอดน้ำปลา
- กอดมันปลา
- รวมนัตถะทะเล
- ปลาหมึกทอดกระเทียม
- ยำปลาข้าวสาร
- ต้มยำรวมมิตร
- ผัดผักรวมมิตร
- น้ำพริกไข่ปู
- ข้าวสวย
- ผลไม้รวม
- น้ำเปล่า

1 โต๊ะ
7-8 ท่าน



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.5

จัดทำทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์
จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน

คณะทำงาน

Project Manager



ผู้ดูแลพรสวรรค์ด้านการจัดกิจกรรม
FAM Trip

คุณชลวศา ปุณณภักวิวัฒน์

ประสานงานฝ่ายระหว่างองค์กรและทีมงาน



คุณอาภากร อ้อแสงชัย



คุณช่อผกา พอนาสุนทร์
ผู้ประสานงานหลัก
กับทาง สสปน.



ผู้ดูแลพรสวรรค์ด้าน Marketing Campaign /
Influencer / Media

คุณณัฐพล วงศ์กฤษฎ

ประสานงาน Tour Leader / Guide / ขุมชน



คุณพรวนีย์ แก้วมีศรี



คุณกนกวรรณ กลิ่นดี



คุณธนวัฒน์ กลางประพันธ์



คุณพิมพ์ชนก พิชัยกาล



นายชาญชนะ แซ่ลี้

ประสานงานฝ่าย Logistic / อาหาร / ที่พัก / ความปลอดภัย



คุณนภ ม่วงเกลี้ยง
Social Impact



พ.ร.บ. หจก. รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local Alike

Presented by

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.5

จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์
จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน



คุณชลวศา ปุญญากิตวัฒน์
ผู้อำนวยการ ฝ่ายปฏิบัติการ
ด้านการท่องเที่ยว / ทัวร์

ทีมงานมืออาชีพ

การศึกษาและหลักสูตร
ปริญญาโท ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย หลักสูตรนานาชาติ สาขาวิชาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว และการโรงแรม ด้านการตลาด ห้องพัก และอาหาร (Glion Institute of Higher Education, สวิตเซอร์แลนด์)
ปริญญาตรี ปริญญาบัณฑิตในสาขาการบริหารธุรกิจ วิชาหลักการตลาดและการท่องเที่ยว (TIM - Travel Industry Management) มหาวิทยาลัยมหิดล หลักสูตรนานาชาติ (Mahidol University International College)

ประสบการณ์ทำงาน
ที่ปรึกษาอิสระให้กับบริษัททัวร์ (MICE) (กรุงเทพฯ, ประเทศไทย)
ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ โรงแรม Holiday Inn Bangkok Sukhumvit 22 (กรุงเทพฯ, ประเทศไทย)
ผู้จัดการร้านอาหาร โรงแรม Holiday Inn Resort Krabi Aonang Beach (กระบี่, ประเทศไทย)
ผู้จัดการ The Break, Wellgrow, Chachoensao (กรุงเทพฯ, ประเทศไทย)
ผู้ช่วยผู้บริหารผู้จัดการ บริษัท GalloThai Co., Ltd. (กรุงเทพฯ, ประเทศไทย)
ผู้จัดการแผนกทั่วไป Zele Cafe (โตโยต้า, สหรัฐอเมริกา)

ผลงานและความเชี่ยวชาญ
การบริหารจัดการสำหรับธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ในด้านต่าง ๆ อาทิ เช่น ห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่ม
การออกแบบและตกแต่งอาหาร และเครื่องดื่ม สำหรับโรงแรมและร้านอาหาร
การให้บริการตามมาตรฐาน (SOPs) ของธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร ในระดับเครือโรงแรม
กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร

6.1.5

จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน

ทีมงานมืออาชีพ

การศึกษาและหลักสูตร

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ ภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนบุรี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตตาก

การอบรม

- การอบรมภาคฤดูร้อน (ต่างประเทศ)
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- การเขียนหนังสือราชการ (มสร.)
- การตลาดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ททท.)
- การอบรม CBT INTEGRATED (DASTA)
- การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (TCEP)

ประสบการณ์ทำงาน

- บริษัท World Explorer (บริษัทนำเที่ยว) ตำแหน่ง Operation Manager
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) อพท.
- ตำแหน่งเจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (ระดับสูง)
- พัฒนาชุมชนตามมาตรฐานการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนของประเทศไทย CBT Thailand จัดทำแผนการดำเนินงานพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- บริษัท Glory Travel (บริษัทนำเที่ยว) ตำแหน่ง Operation
- จัดโปรแกรมทัวร์ ตามความต้องการลูกค้าจัดเตรียมเอกสารสำหรับการยื่นขอเสนอการจัดซื้อจัดจ้าง
- กับหน่วยงานภาครัฐต่างๆ และนำเสนอข้อมูลการประสานงาน (Coordination) กับหน่วยงานและกับ
- แผนกที่เกี่ยวข้อง



คุณพนีย์ แก้ววีศรี
Assistant Head of Operation

หมายเหตุ: รูปใบแนบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัท ฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local Alike

Legal

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.5

จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์
จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน



คุณจิฑพล จงศักดิ์
Senior Marketing Manager

ทีมงานมืออาชีพ

การศึกษาและหลักสูตร

ปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
ปริญญาโท คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์ทำงาน

- ผู้จัดการฝ่ายการตลาดดิจิทัล บริษัท แสงเจริญแกรนด์ และบริษัทในเครือ ที่ให้บริการให้ด้านของการจำหน่ายสินค้าชุมชน และการพัฒนาสินค้าที่ผลิตจากวิสาหกิจ
- ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท วัลศิลป์ จำกัด บริษัทที่จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องหนัง
- ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท คีพอินท์ จำกัด บริษัทที่ให้บริการทางด้านการจัดงานสัมมนา
- งานอีเวนต์คอนเสิร์ต

ผลงานและความเชี่ยวชาญ

- วิทยากรบรรยายเกี่ยวกับการวางแผนงานกับบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
- ผ่านการอบรมทางด้านส่งออกสินค้า ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- ผ่านการอบรมทางสื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook

หมายเหตุ: รูปใบแนบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไลคัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท ไลคัล อไลค์ จำกัด

Legal

6.1.5

จัดทำทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์
จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน

ทีมงานมืออาชีพ

การศึกษาและหลักสูตร

ปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (สถาปัตยกรรมภายใน)
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับ 2 คณะศิลปกรรมศาสตร์ (ออกแบบนิเทศศิลป์)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประสบการณ์ทำงาน

- ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด
- อาจารย์พิเศษ เรื่องการนำเสนอแบบมืออาชีพ
- เจ้าของผลิตภัณฑ์ Activecare และ Lifestyle
- วิทยากรบรรยายพิเศษเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

คุณอาภากร จ้อยแสงชัย
Sales Manager

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดต่างๆ เป็นงาน 4 บริษัท 4 สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ



๒๖/๖/๒๕๖๖

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

6.1.5

จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์
จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน



คุณณนก บ่วงเกลียง
Community Relations And Social
Impact Manager

การศึกษาและหลักสูตร
ปริญญาตรี ศิลปศาสตร์ สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต

ประสบการณ์ทำงาน

ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการวัดผลกระทบทางสังคมและชุมชนสัมพันธ์ บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด
นักวิชาการสนับสนุนโครงการ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
นักวิเคราะห์ตัวชี้วัด : มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนานโยบาย
Supervisor : Thai Organize Co., Ltd.
Supervisor : The Jas Group
Project Manager : T-Group Holding (Thailand) Co., Ltd

ผลงานและความเชี่ยวชาญ

นักวิชาการสนับสนุน โครงการพัฒนาสมรรถนะและรูปแบบการดูแลทางสังคมของผู้ป่วยและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19
นักวิเคราะห์ตัวชี้วัด การประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษาตาม
กรอบการประเมินองค์การมหาชน
นักวิเคราะห์ข้อมูล ความรอบรู้ทางด้านสุขภาพเพศ ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ
ทีมงานเก็บข้อมูลชุมชน โครงการ OTOP นวัตกรรม
หลักสูตรนวัตกรรมเพื่อสังคม Social Innovation 101 สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
หลักสูตรการวิเคราะห์ข้อมูล Data Analytics ผ่านระบบ MOOC มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้จัดงานการประชุมวิชาการและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เสียที่คนอื่นไม่ได้ยิน ประชากรกลุ่มเฉพาะ โดย สสส.
ผู้จัดงานเปิดศูนย์อนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำและนกกระเรียนพันธุ์ไทย จ. บุรีรัมย์ โดย กรุงเทพมหานคร

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงานเป็นของบริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

6.1.6

จัดหาช่างถ่ายภาพหนึ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอ
แยกตามวันที่จัดกิจกรรมและกิจกรรมเด่นที่เหมาะสมต่อการใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์



ทีมช่างภาพ

ผลงานของทีมช่างภาพหนึ่ง และช่างภาพวิดีทัศน์

- โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ: ไม้สร้างสรรค์
รวมพลังชุมชนภาคเหนือ โดย **TCEB**
- ไม้มีหัวใจใส่สไตล์เหนือสร้างสรรค์ (EXCLUSIVE ROUTE) โดย
TCEB
- โครงการ Expats Explore the Village Voyage: ชวนเพื่อนฝรั่ง
กินเที่ยวชุมชน โดย **กกท.**
- โครงการพัฒนาเส้นทางชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี "อินทออง
ถิ่น In นวัตวิถี" โดย **กรมการพัฒนาชุมชน**
- เทียวสนุก บุตาเส้นประวัติศาสตร์ : **อภท.**
- ภาพบรรยากาศงานประกวด Mister & Miss RMUTI and Miss
RMUTI Ladyboy contests 2024
- ภาพบรรยากาศเดินแบบเสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์ ILYNNOfficial



ตัวอย่าง: ภาพถ่ายและวิดีทัศน์ ของทีม



6.1.6

จัดช่างถ่ายภาพนิ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอ
แยกตามวันที่จัดกิจกรรมและกิจกรรมเด่นที่เหมาะสมต่อการใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ตัวอย่างผลงานภาพนิ่ง

โครงการ Expats Explore the Village Voyage: ชวนเพื่อนฝรั่งกิน-เที่ยวชุมชน (จัดโดย กกท.)

ส่งรูปเข้า Google Drive ทุกวันหลังจบงาน



local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal



หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ



local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by
local alike

6.1.7

จัดทำสรุปภาพรวมของกิจกรรมในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์กิจกรรมไฮไลต์ขนาด 16 : 9 หรือ ขนาดอื่นตามความเหมาะสม ความยาวไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้น พร้อมวิดีโอต้นฉบับ (Footage)

ตัวอย่างผลงาน VDO สรุปกิจกรรมไฮไลต์ กระตุ้นความสนใจ
ความยาวไม่เกิน 2 นาที



local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal

local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Presented by
local alike

6.1.8

จัดทำของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม" ของพิพิธภัณฑ์ "จำนวนอย่างน้อย 100 ชิ้น

"เทียนหอม" ของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม Fam Trip

เทียนหอมนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากเสน่ห์ของธรรมชาติและบรรยากาศของ "เส้นทางสายไหม" ของพิพิธภัณฑ์

ด้วยกลิ่นหอมจากพืชพรรณธรรมชาติ ช่วยสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดจากการทำงาน และเติมพลังให้จิตใจ ให้ทุกช่วงเวลาของคุณเต็มไปด้วยแรงบันดาลใจ ราวกับได้ออกเดินทางไปยังสถานที่ใหม่ ๆ แม้จะยังนั่งทำงานอยู่ที่เดิม จุดไฟเทียน หลับตา และปล่อยให้กลิ่นหอมพาคุณออกเดินทาง



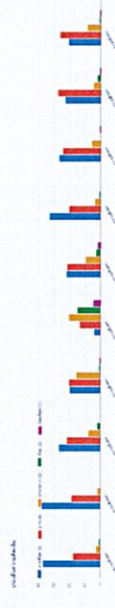
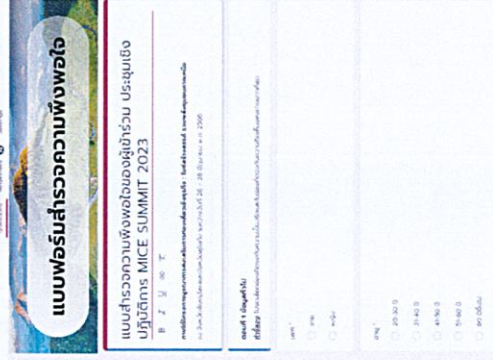
6.1.9

จัดทำการสำรวจความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรม FAM Trip และสรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip พร้อมข้อเสนอแนะ และสรุปเป็นรายงานและเอกสารนำเสนอ (PowerPoint หรือ Canva) โดยนำผลการประเมินมาปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้ได้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1) รายงานวัดระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip

2) รายงานสรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip พร้อมข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วม ประชุมเชิงปฏิบัติการ MICE SUMMIT 2023



1. ความพึงพอใจต่อที่พัก

จากการสำรวจความพึงพอใจจำนวนทั้งหมด 59 คน พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อที่พักมากที่สุดจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 62.71 พึ่งพอใจมากจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 30.51 พึ่งพอใจปานกลางจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 และพึงพอใจน้อยจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.69

2. ความพึงพอใจต่ออาหารและเครื่องดื่มตลอดกิจกรรม

จากการสำรวจความพึงพอใจจำนวนทั้งหมด 59 คน พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อบ้านอาหารและเครื่องดื่มตลอดกิจกรรมมากที่สุดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 64.41 พึ่งพอใจมากจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 และพึงพอใจปานกลางจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39

ตัวอย่างแบบฟอร์มวัดระดับความพึงพอใจในรูปแบบ Google form

6.1.10

นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม" ขงฟัวหวาเวอร์ซีส" บนช่องทางออนไลน์ ผ่านการนำเสนอของ **Influencer สายการเดินทางและท่องเที่ยวจำนวนอย่างน้อย 5 คนที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers** ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาพหรือเนื้อหาจากบรรยากาศในการรวมกิจกรรมต่างๆ มาเสนอในรูปแบบภาพนิ่ง (Still Photo) อัลบั้มภาพ (Photo Album) หรือคลิปวิดีโอสั้น (Short VDO Clip) ความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยให้จำนวนโพสต์ไม่น้อยกว่า 3 โพสต์ ได้รับยอด Engagement ไม่ต่ำกว่า 100 Engagement โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ทั้งการโพสต์บนแพลตฟอร์มจริง และต้องรายงานผลการประชาสัมพันธ์ให้แก่วางค์หลังจากดำเนินกิจกรรม FAM Trip แล้วเสร็จ

คัดเลือก Influencer 5 ราย ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media เช่น



@fanpageboredofwork
2 155.3K Followers
Contact line : fenzui
ig : bloom.8
lemon8-app.com/เฟ้นเบื่องาน

@bomolibeam
170 278K Followers
Message
เฟ้นเบื่องาน โคมอน 8 app
for work : @bomolibeam
live in BKK
lemon8-app.com/bomolibe... and 3 more
Showcase

@poppanpungs
1362 89.6K Followers
1997 following
Beginner
For work, Please DM
Cats : @berlinandgodzilla
@knowthailandbetter
@linkteupop panupong and 1 more
@poppanpungs กับการเดินทางในจีน

Kitiapat Oumuang (Mankitpat)
2173 50.8K Followers
1296 following
Beginner
Cultural Lecturer
DM for work click
@kitiapatmankitpat

@santha.patitaw
499K Followers • 285 following
The Travel is to live.
สำหรับแนว การเดินทางคือชีวิต

Legal

Local alike
Local Alike Co., Ltd.

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

6.1.10

นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม" บนช่องทางออนไลน์ ผ่านการนำเสนอของ **Influencer** สายการเดินทางและท่องเที่ยวจำนวนมากอย่างน้อย **5 คนที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers** ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาพหรือเนื้อหาจากบรรยากาศในการร่วมกิจกรรมต่างๆ นำเสนอในรูปแบบภาพนิ่ง (Still Photo) อัลบั้มภาพ (Photo Album) หรือคลิปวิดีโอสั้น (Short VDO Clip) ความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยให้มีจำนวนโพสต์ไม่น้อยกว่า 3 โพสต์ ได้รับความ Engageement ไม่น้อยกว่า 100 Engagement โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ทั้งการโพสต์บนแพลตฟอร์มจริง และต้องรายงานผลการประชาสัมพันธ์ให้ทางเจ้าภาพหลังจากดำเนินกิจกรรม FAM Trip แล้วเสร็จ

คัดเลือก Influencer 5 ราย ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media เช่น



every.mysunshine
956 posts
63.4K followers
207 following

• ไปเที่ยวใกล้กับ
• train | road trip | camping
/ now in Chiangmai
work : dm or click link
See Translation
linktree/every.mysunshine

Followed by nancpk, natthaphon_gun and 7 others

outingman
29 following
78K followers
1.3M likes

ติดต่องาน
outingman.official@gmail.com
lemon8-app.com/Outing Man and 3 more
Subscription

witsarud
2,969 posts
105K followers
2,114 following

Public figure
Cafe Hopper and Lifestyle Traveler
Ambassador @departure.th
DM for Work!
Chiangmai - Bangkok Thailand... more

จัดทำรายงานโดยครอบครัวกลุ่มขอบเขตงานตาม
ที่ทาง สสป. กำหนด

จัดทำรายงานโดยครอบครัวกลุ่มขอบเขตงานตาม
ที่ทาง สสป. กำหนด


Local alike
 Local Alike Co., Ltd.
 บริษัท โลคัล อายล์ จำกัด

บริษัท ไลน์ จำกัด

Local Alike Co., Ltd.
Usan Tañā ālān ālān

6.1.12

บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะสมและสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

ลำดับ	รายละเอียด	ส่งมอบงาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4				เดือนที่ 5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
6.1	ผู้ริเริ่มต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอด การดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip "เส้นทางสายไหม ขอฟต์แวร์เวิร์ช็อป" ร่วมกับกลุ่ม เป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้	ภายใน 45 วัน																				
6.1.1	นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายไหมแบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่ จัดกิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่ความเหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความ ต้องการของผู้จัดงานในวัย/นักธุรกิจกลุ่มในวัย โดยต้องบ่งชี้ครอบคลุมจากสถานที่หรือกิจกรรม ตาม E- book "เส้นทางสายไหม ขอฟต์แวร์เวิร์ช็อป" ที่จัดทำโดย สปบ. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมในและแปรรูปสินค้าในการทำตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำนวนไม่ต่ำ กว่า 50 คน หรือ 30 หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน																					
6.1.2	ประสานงานเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (FAM Trip) จำนวนไม่ต่ำ กว่า 50 คน อาทิหน่วยงานภาคเอกชน หน่วยราชการ ศักดิ์สิทธิ์ และ Influencer เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องเป็นก ลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือสามารถจัดหากลุ่มนักธุรกิจไทยซึ่งพื้นที่ต่อเนื่อง ได้ในอนาคต																					
6.1.3	จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืน จำนวน 1 คืน ทั้งนี้ ต้องนำเสนอที่พักให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาประกอบการดำเนินการ และจะต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้า ร่วมกิจกรรมทุกราย	ภายใน 120 วัน																				
6.1.4	จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ จำนวนอย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 50 คน ได้เพียงพอ																					
6.1.5	จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อเตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์จำ นวนไม่ต่ำกว่า 10 คน																					
6.1.6	จัดหาช่างถ่ายภาพนิ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพเคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอ เอกสาร วันที่จัดกิจกรรมและกิจกรรมแผนที่เหมาะสมต่อการใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์																					

6.1.12

บริหารจัดการตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะสมและสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

ลำดับ	รายละเอียด	ส่งมอบงาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4				เดือนที่ 5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
6.1	ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนินกิจกรรม Familiarization Trip "เส้นทางสายไหม ขอฟ้าพาเวอร์รี่ส์" ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้	ภายใน 45 วัน																				
6.17	จัดทำสรุปภาพรวมของกิจกรรมในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์กิจกรรม (ไฟล์ขนาด 16 : 9 หรือ ขนาดอื่นตามความเหมาะสม ความยาวไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้น พร้อมวีดิทัศน์ฉบับ (Footage)	ภายใน 150 วัน																				
6.18	จัดทำของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม ขอฟ้าพาเวอร์รี่ส์" จำนวน อย่างน้อย 100 ชิ้น	ภายใน 120 วัน																				
6.19	จัดทำการสำรวจความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรม FAM Trip และสรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip พร้อมข้อเสนอแนะ และสรุปเป็นรายงานและเอกสารนำเสนอ (PowerPoint หรือ Canva) โดยนำผลการประเมินปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	ภายใน 150 วัน																				
6.110	นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม ขอฟ้าพาเวอร์รี่ส์" บนช่องทางออนไลน์ ผ่านการนำเสนองาน Influencer สายการเดินทางและท่องเที่ยวจำนวนอย่างน้อย 5 คนที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาพหรือเนื้อหาจากบรรยากาศในการร่วมกิจกรรมต่างๆ นำเสนอในรูปแบบภาพนิ่ง (Still Photo) อัลบั้มภาพ (Photo Album) หรือคลิปวีดิทัศน์สั้น (Short VDO Clip) ความยาวไม่เกิน 2 นาที และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยให้จำนวนโพสต์ไม่น้อยกว่า 3 โพสต์ ได้รับยอด Engagement ไม่น้อยกว่า 100 Engagement โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ทั้งการโพสต์บนแพลตฟอร์มจริง และต้องรายงานผลการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ว่าจ้างหลังจากดำเนินกิจกรรม FAM Trip แล้วเสร็จ	ภายใน 120 วัน																				
6.111	จัดทำรายงานสรุปผลการจัดกิจกรรม FAM Trip และประโยชน์ที่ได้รับ	ภายใน 150 วัน																				
6.112	บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม																					

6.1.12

บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะและสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

ลำดับ	รายละเอียด	ส่งมอบงาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4				เดือนที่ 5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
6.2	บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	ภายใน 120 วัน																				
6.2.1	นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าทางสายโซ่ โซฟต์พาวเวอร์ซีรีส์โดยมีเนื้อหาครอบคลุม โซฟต์พาวเวอร์ ได้แก่ Food, Fashion, Film, Fighting, Festival, Faith และเส้นทาง 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้บนช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวน 1,000,000 Reach/Impression																					
6.2.2	นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างจำนวนอย่างน้อย 20 สื่อ/ช่องทาง พร้อมออกแบบ จัดทำเนื้อหาหลักและชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ในรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ภาพประกอบการสื่อสาร ในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้มซึ่งประกอบด้วยภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน																					
6.2.3	จัดทำแผนการสื่อสาร จำนวน 1 แผน และออกแบบเนื้อหา ชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ของผู้จ้าง เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊ก เพจ "TCB Domestic MICE" จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน อาทิ สื่อวีดิทัศน์ขนาด 9:16 ความยาวอย่างน้อย 15 วินาทีภาพประกอบการสื่อสารในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้ม ซึ่งประกอบด้วยจำนวน อย่างน้อย 5 ภาพ ซึ่งจะต้องเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้จ้างทุกครั้งก่อนการผลิต																					
6.2.4	จัดทำวีดิทัศน์ 2 ภาษา (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) โดยมีความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายโซ่ โซฟต์พาวเวอร์ซีรีส์และภาพรวมตลาดใช้ในประเทศทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์โดยต้องจัดทำภาพประกอบที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมายและได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์และต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้จ้างทุกครั้งก่อนการผลิต																					



local alike
Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

[Signature]

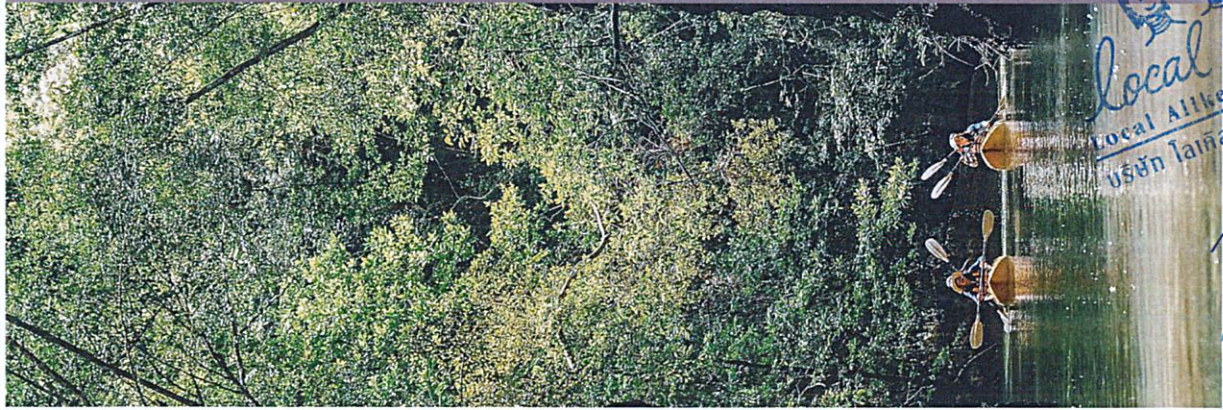


local alike
Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

[Signature]

Legal



ขอบเขตของงาน

6.2 บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย
เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม

X

6.2.1

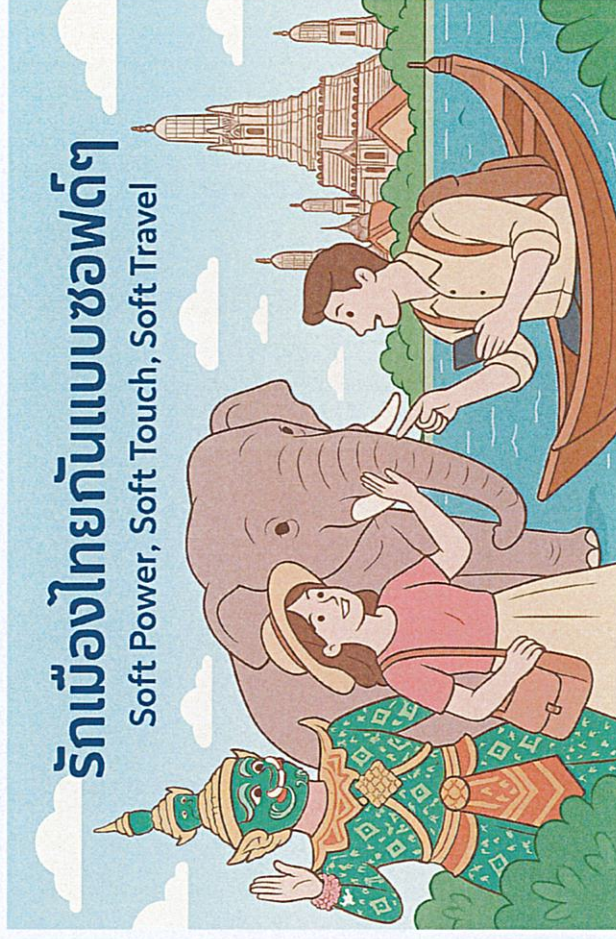
นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไหมซ์
ซอฟต์พาวเวอร์ซีรีส์โดยมีเนื้อหาครอบคลุม ซอฟต์พาวเวอร์ ได้แก่ Food, Fashion, Film, Fighting, Festival, Faith และเส้นทาง
4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้บนช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม จำนวน 1 แผน
เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวน 1,000,000 Reach/Impression

"รักเมืองไทยกันแบบซอฟต์ๆ"

"Soft Power, Soft Touch, Soft Travel"

Concept: ใช้ "ซอฟต์พาวเวอร์" ที่ครอบคลุมซอฟต์พาวเวอร์ 6 ด้าน ได้แก่
Food, Fashion, Film, Fighting, Festival และ Faith โดยนำองค์ประกอบต่างๆ
เช่น อาหาร เพลง ศิลปะ สุนัขไพร ประเพณีไทย ท่ามกลาง โลเคชันธรรมชาติและ
วัฒนธรรมแบบ Local จาก 4 ภาค
ทุกกิจกรรมคือการแสดง "รักเมืองไทย" ผ่านวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เป็นมิตร และยั่งยืน
เป็นรูปแบบ MICE ที่เข้าใจ มาตรฐานชาติ และ ให้คุณค่ากับสิ่งเล็กๆ ที่ยิ่งใหญ่

Soft Work = ประชุมในพื้นที่สร้างแรงบันดาลใจ เช่น กลางทุ่งนา/ป่า/ริมทะเล
Soft Living = กิจกรรมแบบยั่งยืน ช้าแต่มีคุณค่า เช่น ปลูกผัก ทำอาหารชาติ
Soft Culture = สัมผัสวัฒนธรรมไทยที่ไม่ดัดแปลงแต่มีสไตล์
Soft Talk = พูดคุยกับคนท้องถิ่น เรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง
Soft Impact = ทรัพย์สินที่ทิ้งรอยเก๋ไก๋ๆ แต่ทิ้งรอยยิ้มไว้กับชุมชน



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล จำกัด

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ
Presented by
Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล จำกัด

6.2.1

นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์เส้นทางสายโม้
ซอฟต์แวร์เวอร์ชันล่าสุดโดยมีเนื้อหาครอบคลุม ซอฟต์แวร์เวอร์ชันล่าสุด ได้แก่ Food, Fashion, Film, Fighting, Faith และเส้นทาง
4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ บนช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม จำนวน 1
แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวน 1,000,000 Reach/Impression

ตัวอย่างแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส

ชื่อแคมเปญหลัก "วาร์ปยกทิว นวนยกทัพ"

เน้นการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายโม้ 7 Themes Soft Power

Series และเส้นทาง 4 ภาค

- #เปิดวาร์ปเป็นทิว
- #เที่ยวไทยสายโม้แบบซอฟต์แวร์
- #วาร์ปยกทิว

โดยกิจกรรมของ Campaign คือ "วาร์ปยกทิวในมุมมองใหม่"

เปิดรับสมัครพนักงานออกแบบดีไซน์ของทุกบริษัท หรือคนทั่วไป ร่วมออกแบบ เส้นทางสายโม้
7 Themes Soft Power Series โดยเลือกข้อมูลจาก E-book D-MICE TCEB นำมาออกแบบ
ให้เข้าใจง่าย และสามารถทำกิจกรรมตามได้ โดยมีเกณฑ์ตัดสินดังนี้

- ชิ้นงานที่มียอดไลค์และแชร์มากที่สุด
- เนื้อหาสำหรับใช้ท่องเที่ยวสายโม้ที่ตามครบถ้วน

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- สร้างรูปแบบสื่อการท่องเที่ยวสายโม้ในรูปแบบใหม่
- สร้างการรับรู้ไปยังฝ่ายต่างๆของบริษัท ผ่านการส่งตัวแทนร่วมงานออกแบบของโครงการ
- ขยายการรับรู้เส้นทางสายโม้ กิจกรรมและประสบการณ์ของเส้นทางไปยังกลุ่มเป้าหมาย
หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ

ขั้นตอนการร่วมกิจกรรม

- ยื่นสมัครผลงานผ่านเพจ Local Alike
- ประกาศผลงานที่ผ่านเข้ารอบ 10 ชิ้นงาน และโพสต์ลงเพจ Local Alike
- นับจากวันโพสต์ขึ้นงาน 30 วัน โดยวัดผล engagement ยอดไลค์ & แชร์ ที่ได้รับจำนวนมากที่สุด

ตัวอย่าง Content Calendar ประชาสัมพันธ์กิจกรรมโดยย่อ (1 เดือน)

สัปดาห์	Content / กิจกรรม
Week 1	วิดีโอเปิดตัวแคมเปญ + โพสต์แนะนำกิจกรรม + Infographic
Week 2	Content: Highlight กิจกรรมของเส้นทางสายโม้, แคปชั่นชวนร่วมสนุก
Week 3	แชร์ผลงาน Top 10 (สร้างกระแส Like & Share)
Week 4	Countdown ไขว่ผลงาน ปิดรับคะแนน

6.2.2

นำเสนอแผนการซื้อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างจำนวน อย่างน้อย 20 สื่อ/ช่องทาง พร้อมออกแบบ จัดทำเนื้อหาหลักและชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ในรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ภาพประกอบการสื่อสาร ในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้มซึ่งประกอบด้วยภาพที่บ่งชี้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน

Media Lists

1. Thairath
2. Dailynews
3. Khaosod
4. Matichon
5. Komchadluek
6. Bangkokbiznews
7. Mgronline
8. Siamrath
9. Naewna
10. Banmuang
11. Thaipost
12. Lokwannee
13. Bangkok-Today
14. Pimthai
15. Prachachat turakij

ตัวอย่างรายชื่อ 20 สื่อในการลงข่าวประชาสัมพันธ์ทาง เพจหรือเว็บไซต์

- | | |
|----------------------|--------------------------------|
| 1. The People | 1. เพจ เกี่ยวกับไทยไม่ไปไม่รู้ |
| 2. Mthai | 2. เพจ เกี่ยวกับทัวร์ on Thai |
| 3. Line-today | 3. เพจ Plancloudเพลนคร่าว |
| 4. Newtv | 4. เพจ เชคอิน กัน เกี่ยว |
| 5. True ID | 5. เพจ ไปกับป๊อ |
| 6. Sanook | 6. เพจ ไปกับคุณ |
| 7. Phototechthailand | 7. เพจ เกี่ยวกับยัย |
| 8. Plancloudtravel | 8. เพจ ไปกันเอง |
| 9. Gorgeousbkk | 9. The Better |
| 10. Btripnews | 10. Sawaddeemuangthai |
| 11. Touronthai | |
| 12. Siamevent | |
| 13. MONO online | |
| 14. Lifedaily | |
| 15. Tiptotravel | |

6.2.2

นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างจำนวนอย่างน้อย 20 สื่อ/ช่องทาง พร้อมออกแบบ จัดทำเนื้อหาหลักและชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ภาพประกอบการสื่อสาร ในรูปแบบภาพเดียว หรือ อัลบั้มซึ่งประกอบด้วยภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน

EX. Clipping

กิจกรรมจับมือ

พริตตี้: อลิค / อิมพอสซิเบิล

"กรมการพัฒนชุมชน" ร่วมกับ "Local Alike" พัฒน 20 ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี "Hotown" การท่องเที่ยววิถีใหม่เพื่อความยั่งยืน
เมื่อวันที่ 27 มี.ค. 2563 ณ โรงแรม The Park View 1883 โดย อิมพอสซิเบิล

M THAI | **พริตตี้: อลิค / อิมพอสซิเบิล** | **พริตตี้: อลิค / อิมพอสซิเบิล**

"กรมการพัฒนชุมชน" ร่วมกับ "Local Alike" พัฒน 20 ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี "Hotown" การท่องเที่ยววิถีใหม่เพื่อความยั่งยืน
กรมการพัฒนชุมชน (DCC) กระทรวงมหาดไทย ร่วมกับ Local Alike Co., Ltd. จัดกิจกรรมพัฒนชุมชน 20 ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี "Hotown" การท่องเที่ยววิถีใหม่เพื่อความยั่งยืน ณ โรงแรม The Park View 1883 เมื่อวันที่ 27 มี.ค. 2563 โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยสันติกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นประธานในพิธีเปิดกิจกรรม และได้รับเกียรติจาก นายสุวิทย์ วิบุลยสันติกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นประธานในพิธีเปิดกิจกรรม และได้รับเกียรติจาก นายสุวิทย์ วิบุลยสันติกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นประธานในพิธีเปิดกิจกรรม

FoodStory พัฒนาระบบ POS ร้านอาหาร
บริการระบบ POS ร้านอาหาร Series B ฟลา
กร: ดันและคอมพิวเตอร์ Restaurant
Ecosystem

ประเพณีตุงก

FoodStory พัฒนาระบบ POS ร้านอาหาร
บริการระบบ POS ร้านอาหาร Series B ฟลา
กร: ดันและคอมพิวเตอร์ Restaurant
Ecosystem

เทลิวิชั่น

FoodStory พัฒนาระบบ POS ร้านอาหาร
บริการระบบ POS ร้านอาหาร Series B ฟลา
กร: ดันและคอมพิวเตอร์ Restaurant
Ecosystem

FoodStory พัฒนาระบบ POS ร้านอาหาร
บริการระบบ POS ร้านอาหาร Series B ฟลา
กร: ดันและคอมพิวเตอร์ Restaurant
Ecosystem

FoodStory พัฒนาระบบ POS ร้านอาหาร
บริการระบบ POS ร้านอาหาร Series B ฟลา
กร: ดันและคอมพิวเตอร์ Restaurant
Ecosystem

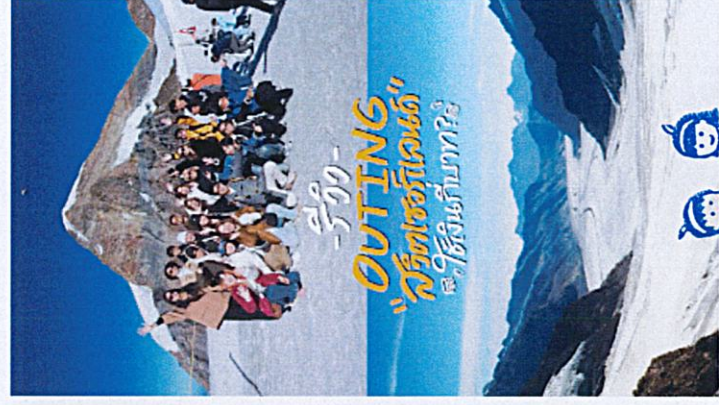
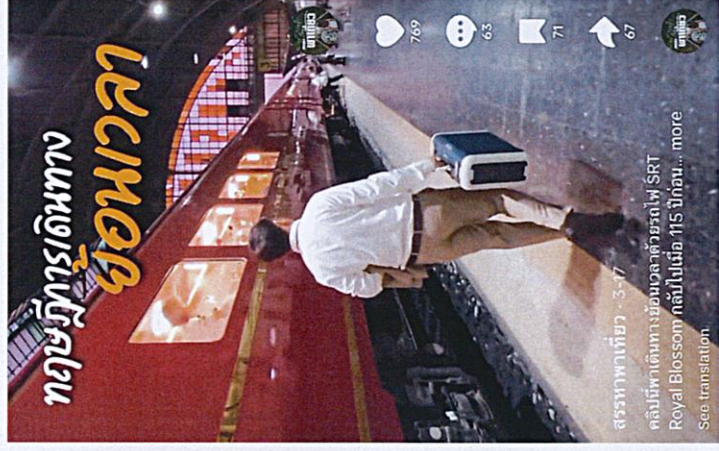
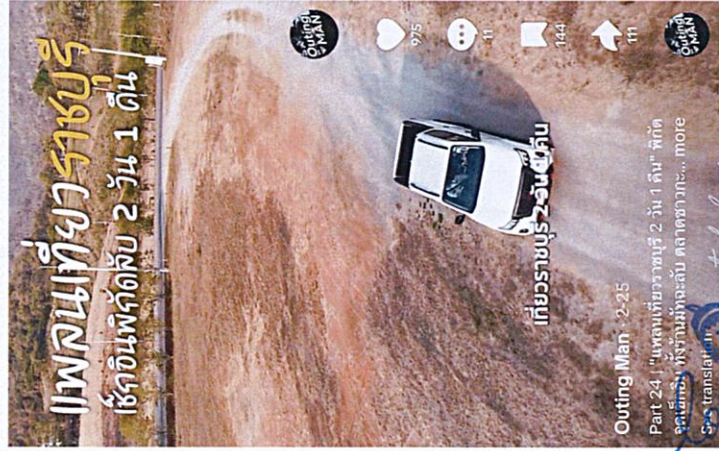
Legal

Presented by
Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อลิค จำกัด

6.2.3

จัดทำแผนการสื่อสาร จำนวน 1 แผน และออกแบบเนื้อหา ชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ของผู้อ้าง เช่น บนช่องทางเพจเฟสบุ๊คเพจ "TCEB Domestic MICE" จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน อาทิ สื่อวีดิทัศน์ที่มีขนาด 9:16 ความยาวอย่างน้อย 15 วินาทีภาพประกอบการสื่อสารในรูปแบบภาพเดี่ยว หรืออัลบั้ม ซึ่งประกอบด้วย จำนวน อย่างน้อย 5 ภาพ ซึ่งจะต้องเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้จ้างจ้างทุกครั้งที่มีการผลิต

ตัวอย่างการจัดทำคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media



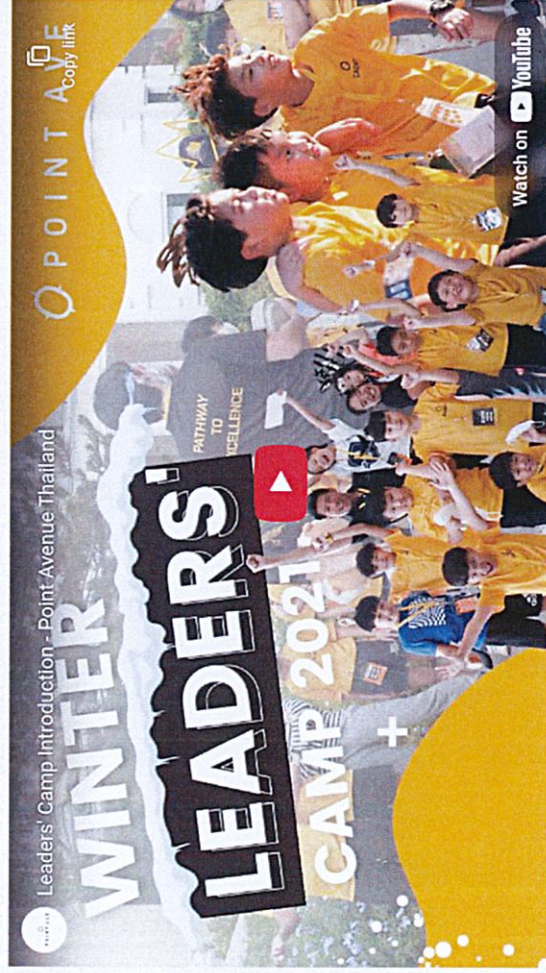
Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อไลค์ จำกัด

6.2.4

จัดทำวิดีโอ 2 ภาษา (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) โดยมีความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน เพื่อนำใช้ในการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายโซ่ ชอฟต์แวร์เวอร์ชิสส์และภาพรวมตลาดโมไซในประเทศทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์โดยต้องจัดทำภาพประกอบที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตามกฎหมายและได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์และต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้ว่าจ้างทุกครั้งก่อนการผลิต

ตัวอย่างรูปแบบคลิป VDO



Voice Over + Interview + Enjoy

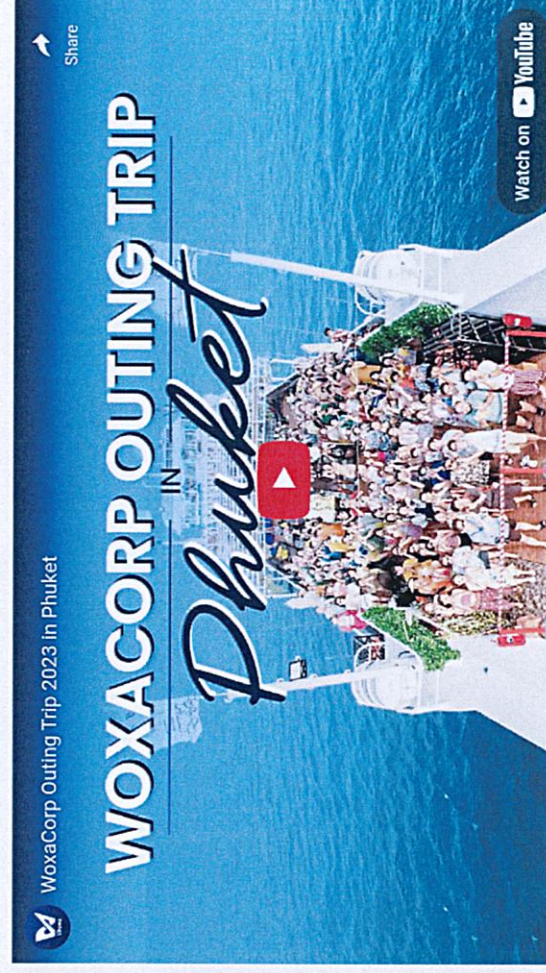
ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

1 ชิ้นงาน

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local alike
Local Alike Co., Ltd.



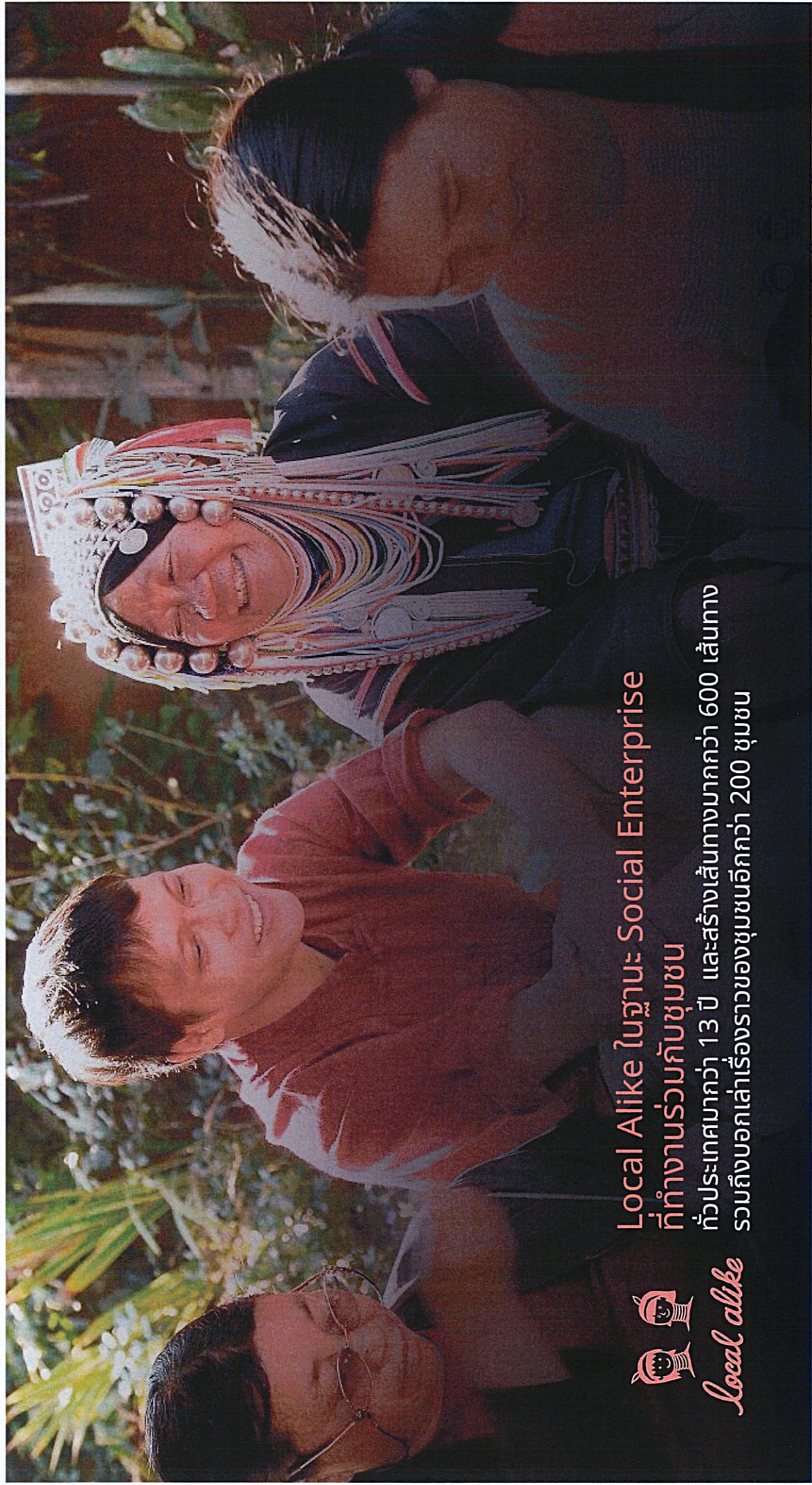
Teammate's Vibes + Funny

ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

1 ชิ้นงาน



Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด



Local Alike ในฐานะ Social Enterprise

ที่ทำงานร่วมกับชุมชน

ทั่วประเทศมากกว่า 13 ปี และสร้างเส้นทางมากกว่า 600 เส้นทาง
รวมถึงบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนอีกกว่า 200 ชุมชน



Local alike

Legal

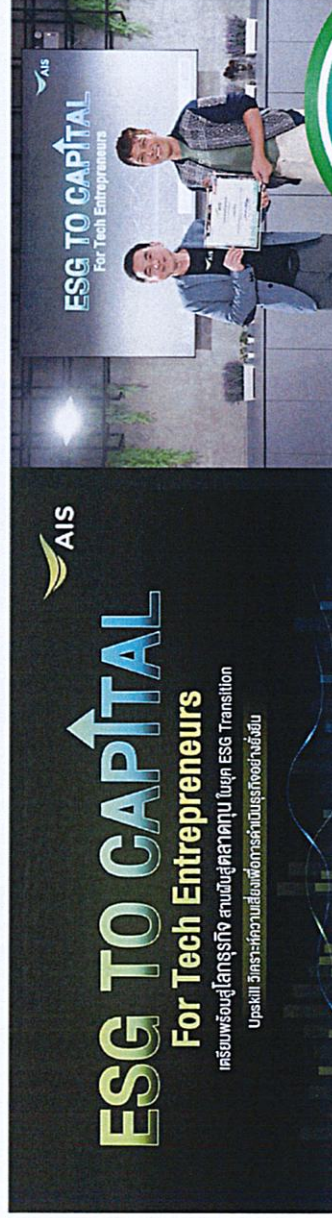

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด


Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

What we do

Standards / Certificates

ESG



Local Alike participated in the ESG to Capital for Tech Entrepreneurs program, aimed at helping Thai tech startups understand and adopt ESG (Environmental, Social, and Governance) practices. The program focuses on building awareness around sustainable business, enhancing risk analysis and investment skills, and preparing startups to compete globally. AIS The StartUp believes that sustainable growth isn't just about funding—it's also about having the right skills, knowledge, digital tools, solutions, and access to markets and customers.



TATSTAR

(Sustainable Tourism Acceleration Rating)

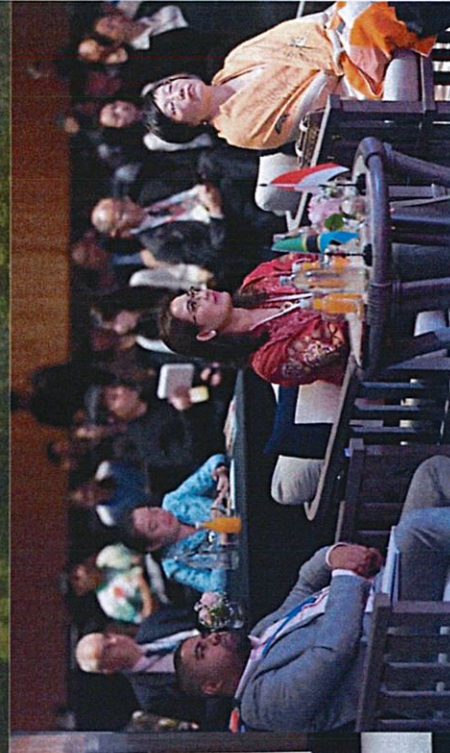


Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อลิค จำกัด

Legal

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลอัล อลิค จำกัด

ผลงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด



Local Alike จัดงาน ITOP Forum ฉลองครบรอบ 25 ปี งาน Inter-Islands Tourism Policy Forum (ITOP) ครั้งที่ 25 จะจัดขึ้นที่ภูเก็ต ระหว่างวันที่ 24-26 กันยายน 2024 ที่โรงแรม Pullman Phuket Karon Beach Resort ซึ่งถือเป็นโอกาสดีของการฉลองครบรอบ 25 ปีของการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจุดหมายปลายทางต่างๆ บนเกาะต่างๆ งานนี้จะจัดขึ้นเป็นเวลา 3 วัน โดยจะมีผู้นำและผู้นำกำหนดนโยบายกว่า 10 ประเทศสมาชิกทั่วโลกเข้าร่วมหารือเกี่ยวกับอนาคตของการท่องเที่ยว ความท้าทายด้านความยั่งยืน และกลยุทธ์ในการสร้างความสามารถในการฟื้นตัวจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมนี้มีบทบาทสำคัญในการชักชวนชุมชนบนเกาะให้มุ่งสู่อนาคตที่ยั่งยืนและรุ่งเรืองยิ่งขึ้น



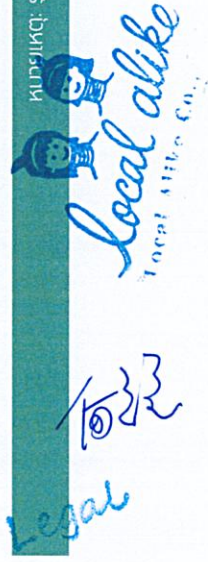
Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

ผลงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จัดโครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โฉมทัศน์สร้างสรรค์ร่วมพลังชุมชนภาคเหนือ กิจกรรม MICE City Summit 2023 ระหว่าง วันที่ 26-28 มิถุนายน 2566 เพื่อประชาสัมพันธ์พื้นที่ ณ จังหวัดพิษณุโลก และสุโขทัย โดยมี **คณะผู้นำจาก 10 เมืองไมซ์ และผู้นำ 11 เมืองที่มีศักยภาพ** เข้าร่วมโครงการในรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ และการเสวนาในหัวข้อ “ไมซ์เพื่อชุมชน: ตลาดไมซ์ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” และ หัวข้อ “ความยั่งยืนกับการจัดประชุมในรูปแบบเมือง” ตลอดจนกิจกรรมศึกษาศักยภาพเมืองจังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดสุโขทัย อาทิ อุกยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ภายใต้แนวคิด “เยือนถิ่นสองแควเสริมพลังสปิริต อิ่มอมความวิจิตรถิ่นกำเนิดไทย”



หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัท ฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับ

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Local Alike

ผลงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองภายใต้แคมเปญ My Local Idol จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลัก เมืองรอง พร้อมจัดกิจกรรม FAM Trip รวม 10 จังหวัดทั่วไทย โดยหนึ่งในจังหวัดที่พาดพิงกันท่องเที่ยวเดินทางไปทำกิจกรรมคือ เส้นทางท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย



หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยเตรียมหาแผนของทางบริษัทฯ

Local alike

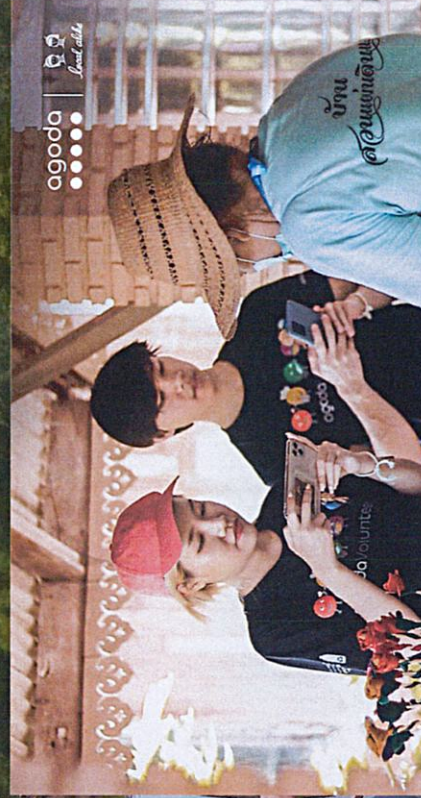
Local Alike Co., Ltd.

บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Legal

ผลงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

เสนอให้เรื่องท่องเที่ยว วิถีชีวิตริมน้ำสุพรรณ



Agoda Community Engagement Program จำนวน 2 ทรูป โดยทรูปล่าสุด จัดขึ้น ณ ชุมชนบ้านแหลม จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งในทรูปดังกล่าว Local Alike ได้นำพนักงานจากบริษัท Agoda จำนวน 30 คน กองเที่ยววิถีชุมชนพร้อมกับทำกิจกรรมอาสาในพื้นที่ ประกอบด้วยการสร้าง online content การช่วยชุมชนในการเข้าถึง platform ของ Agoda ปรับปรุงโครงสร้างต่างๆ ในชุมชน เก็บขยะและฝึกตบชวาจากแม่น้ำและแปรรูปผักตบชวาถึงครัวเพื่อมอบให้กับชุมชนได้ใช้ประโยชน์ต่อไป



Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Legal

ผลงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด



ชุมชนบ้านนาปอ

ตำบลแสงภา อำเภอนาหว้า จังหวัดเลย

Local Alike ได้รับโอกาสจาก PTT ให้ดำเนินการพัฒนา โดยมีพนักงานและผู้บริหารของบริษัทฯ เข้าร่วมเพื่อทดสอบกริ๊ป ภายใต้โครงการ “คนสร้างป่า ป่าสร้างวิถี” จากเขาหัวโล้นสู่ป่าที่ยั่งยืน ตำบลแสงภา อำเภอนาหว้า จังหวัดเลย ดินแดนที่โอบล้อมไปด้วยขุนเขา ลายล้อมไปด้วยป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีชุมชนที่เข้มแข็ง ช่วยกันดูแลรักษาพื้นที่เปลี่ยนวิถีชีวิตจากการเกษตรเชิงเดี่ยวมาสู่การเกษตรแบบผสมผสานช่วยกันปลูกป่าเปลี่ยนภูเขาหัวโล้นสู่ป่าเขียวชอุ่ม โดยมี “กาแฟ” เป็นหัวใจสำคัญในการหล่อหลอมวิถีของคนที่นี่ให้เริ่มหันมาปลูกป่าแบบผสมผสานซึ่งกาแฟเป็นพืชที่ต้องการร่มเงาจากต้นไม้อื่น ด้วยการปลูกต้นไม้ผสมผสานเพิ่มไม่ขึ้นเรือนยอดลดหลั่นกันตามธรรมชาติจึงทำให้มีป่าต้นไม้อุดมสมบูรณ์



Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

๑๖๖
Legal

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

ผลงานของบริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด



Pernod Ricard: Responsib'ALL Day trip ทริปประจำปีของบริษัท Pernod Ricard ที่ Local Alike ได้รับโอกาสให้จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จำนวน 3 ทริป โดยมีพนักงานและผู้บริหารของบริษัทฯ เข้าร่วมระหว่าง 70-100 คน ซึ่งทริปล่าสุดจัดขึ้น ณ ชุมชนบางกอบัว จังหวัดสมุทรปราการ ภายในทริปดังกล่าว นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวในแบบชุมชนบางกอบัว ประกอบด้วย กิจกรรมทำฟาร์ม ย้อมจากสีธรรมชาติ วนดสมุนไพรไทย การพายเรือเก็บขยะในลำคลอง และเยี่ยมชมวัดจากแดง เรียนรู้เรื่องกิจกรรมการใช้ขยะจากขวดพลาสติก เป็นต้น



Pernod Ricard

local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

Legal

local alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

หมายเหตุ: รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ



บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
582/27 ซอยโพธิ์บันแยก 21 ถนนโศภ-ดินแดง
แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105556161797
โทร. 0645598636
www.localalike.com

ลูกค้า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
(สำนักงานใหญ่)
เลขที่ 989 อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ ชั้น 26 ยูนิต A2, B1, B2
ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000112165

ใบเสนอราคา

เลขที่ QT2025040007
วันที่ 29/04/2025
ผู้ขาย booking@localalike.com

ชื่องาน โครงการพัฒนากิจกรรมทางการตลาด
และประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหมซ์"
ประจำปี 2568 (กิจกรรมการสัมมนาร่วม
ระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อยก
ระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการ
เดินทาง เพื่อเป็นการจัด
Familiarization Trip (การเดินทางเพื่อ
สร้างความคุ้นเคยกับสถานที่) ภายใน
ประเทศ และส่งเสริมการตลาดและ
ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี 2568)

#	รายละเอียด	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ส่วนลด	มูลค่า
6.1)	ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ ประสานงาน จัดหา จัดเตรียม และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตลอดการดำเนิน กิจกรรม Familiarization Trip "เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์ เวอร์ชัน" ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 1 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้	1	23,000.00		23,000.00
6.1.1)	นำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบ Concept เส้นทางสายไหมซ์แบบยั่งยืน (Sustainable) สถานที่จัด กิจกรรมประชุม ยานพาหนะ สร้างสรรค์กิจกรรมที่มีความ เหมาะสมเชิงพื้นที่และตอบโจทย์ความต้องการของผู้จัดงาน ไมซ์/นักธุรกิจกลุ่มไมซ์ โดยต้องมียอดประกอบจากสถานที่ หรือกิจกรรมตาม E-book "เส้นทางสายไหมซ์ ซอฟต์แวร์ เวอร์ชัน" ที่จัดทำโดย สสปน. ตลอดจนวิทยากรที่มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และมีประสบการณ์ในการทำ ตลาดเชิงพื้นที่ (Destination Marketing) และจัดเตรียมสิ่ง อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม สำหรับคณะจำ นวนไม่ต่ำกว่า 50 คน หรือ 30หน่วยงาน จำนวน 2 วัน 1 คืน				
6.1.2)	ประสานงานเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม Familiarization Trip (FAM Trip) จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน อาทิหน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และ Influencer เป็นต้น ทั้งนี้ต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ ในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือสามารถจัดกลุ่มนักธุรกิจไมซ์ ลงพื้นที่ต่อเนื่องได้ในอนาคต	1	10,000.00		10,000.00
6.1.3)	จัดหาที่พักที่ได้รับมาตรฐาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ห้อง โดยพักห้องละ 1 คนต่อคืนจำนวน 1 คืน ทั้งนี้ต้องนำ เสนอที่พักรายชื่อให้ผู้จ้างพิจารณาประกอบการดำเนินงาน และจะ ต้องมีการทำประกันเดินทางให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกราย	1	180,000.00		180,000.00
6.1.4)	จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง สำหรับผู้ เข้าร่วมงานตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ จำนวน อย่างน้อย 6 มื้อ และสามารถรองรับสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่ต่ำกว่า 50 คนได้เพียงพอ	1	150,000.00		150,000.00
6.1.5)	จัดหาทีมงานมืออาชีพและผู้ประสานงานหลัก เพื่อ เตรียมงานและจัดงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์จำนวนไม่ต่ำ กว่า 10 คน	1	10,000.00		10,000.00
6.1.6)	จัดหาช่างถ่ายภาพนิ่ง 1 คน และช่างถ่ายภาพ เคลื่อนไหว 1 คน พร้อมจัดเก็บภาพและวิดีโอ แยกตามวันที่	1	30,000.00		30,000.00

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local Alike
Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal



ใบเสนอราคา

บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
582/27 ซอยโพธิ์บันแยก 21 ถนนอโศก-ดินแดง
แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105556161797
โทร. 0645598636
www.localalike.com

ลูกค้า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
(สำนักงานใหญ่)
เลขที่ 989 อาคารสยามพิพรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ ชั้น 26 ยูนิต A2, B1, B2
ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000112165

เลขที่ QT2025040007
วันที่ 29/04/2025
ผู้ขาย booking@localalike.com

ชื่องาน โครงการพัฒนากิจกรรมทางการตลาด
และประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม"
ประจำปี 2568 (กิจกรรมการสัมมนาร่วม
ระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อยก
ระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการ
เดินทาง เพื่อเป็นการจัด
Familiarization Trip (การเดินทางเพื่อ
สร้างความคุ้นเคยกับสถานที่) ภายใน
ประเทศ และส่งเสริมการตลาดและ
ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี 2568)

#	รายละเอียด	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ส่วนลด	มูลค่า
	จัดกิจกรรมและกิจกรรมเด่นที่เหมาะสมต่อการใช้ผลผลิตสื่อประชาสัมพันธ์				
6.1.7)	จัดทำสรุปภาพรวมของกิจกรรมในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ กิจกรรมไฮไลท์ขนาด 16 : 9 หรือขนาดอื่นตามความเหมาะสม ความยาวไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 1 ชิ้น พร้อมวิดีโอต้นฉบับ (Footage)	1	30,000.00		30,000.00
6.1.8)	จัดหาของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 1" จำนวนอย่างน้อย 100 ชิ้น	1	20,000.00		20,000.00
6.1.9)	จัดทำเอกสารความพึงพอใจในการร่วมกิจกรรม FAM Trip และสรุปข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม FAM Trip พร้อมข้อเสนอแนะ และสรุปเป็นรายงานและเอกสารนำเสนอ (PowerPoint หรือ Canva) โดยนำผลการประเมินมาปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	1	3,000.00		3,000.00
6.1.10)	นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไหม ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 1" บนช่องทางออนไลน์ ผ่านการนำเสนอของ Influencer สายการเดินทางและท่องเที่ยวจำนวนอย่างน้อย 5 คนที่มียอดผู้ติดตามอย่างน้อย 50,000 Followers ผ่านการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาพหรือเนื้อหาจากบรรยากาศในการร่วมกิจกรรมต่างๆ มานำเสนอในรูปแบบภาพนิ่ง (Still Photo) อัลบั้มภาพ (Photo Album) หรือคลิปวีดิทัศน์สั้น (Short VDO Clip) ความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยให้มีจำนวนโพสต์ไม่น้อยกว่า 3 โพสต์ ได้รับยอด Engagement ไม่น้อยกว่า 100 Engagement โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ถึงการโพสต์บนแพลตฟอร์มจริง และต้องรายงานผลการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้จ้างหลังจากดำเนินกิจกรรม FAM Trip แล้วเสร็จ	1	250,000.00		250,000.00
6.1.11)	จัดทำรายงานสรุปผลการจัดกิจกรรม FAM Trip และประโยชน์ที่ได้รับ	1	2,000.00		2,000.00
6.1.12)	บริหารจัดการงานตามกำหนดการ หรืองานที่ได้รับมอบหมาย เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	1	30,000.00		30,000.00
6.2)	ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้าง	1	200,000.00		200,000.00

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal



บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
582/27 ซอยโพธิ์บันแยง 21 ถนนโศภ-ดินแดง
แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105556161797
โทร. 0645598636
www.localalike.com

ลูกค้า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
(สำนักงานใหญ่)
เลขที่ 989 อาคารสยามพิพรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ ชั้น 26 ยูนิต A2, B1, B2
ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000112165

ใบเสนอราคา

เลขที่ QT2025040007
วันที่ 29/04/2025
ผู้ขาย booking@localalike.com

ชื่องาน โครงการพัฒนากิจกรรมทางการตลาด
และประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไมซ์"
ประจำปี 2568 (กิจกรรมการสัมมนาร่วม
ระหว่างภาคีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อยก
ระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการ
เดินทาง เพื่อเป็นการจัด
Familiarization Trip (การเดินทางเพื่อ
สร้างความคุ้นเคยกับสถานที่) ภายใน
ประเทศ และส่งเสริมการตลาดและ
ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี 2568)

#	รายละเอียด	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ส่วนลด	มูลค่า
	กระแส (Hype Campaign) และการประชาสัมพันธ์เส้นทาง สายไมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 1 โดยมีรายละเอียดดังนี้ 6.2.1) นำเสนอแผนประชาสัมพันธ์แคมเปญสร้างกระแส (Hype Campaign) และช่องทางสำหรับโฆษณา ประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 1 โดยมี เนื้อหาครอบคลุม ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน ได้แก่ Food, Fashion, Film, Fighting, Festival, Faith และเส้นทาง 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้บนช่องทาง ออนไลน์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องให้ได้จำนวน 1,000,000 Reach/Impression				
	6.2.2) นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมี เดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้ในวงกว้างจำนวนอย่างน้อย 20 สื่อ/ช่องทาง พร้อม ออกแบบ จัดทำเนื้อหาหลักและชุดข้อความสื่อสารหลักที่ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ในรูปแบบต่างๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ภาพประกอบการสื่อสาร ในรูปแบบภาพ เดี่ยว หรือ อัลบั้มซึ่งประกอบด้วยภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูก ต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน	1	200,000.00		200,000.00
	6.2.3) จัดทำแผนการสื่อสาร จำนวน 1 แผน และออกแบบ เนื้อหา ชุดข้อความสื่อสารหลักที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงบริหารจัดการประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ของ ผู้ว่าจ้าง เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊กเพจ "TCEB Domestic MICE" จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน อาทิ สื่อวีดิทัศน์ที่มี ขนาด 9:16 ความยาวอย่างน้อย 15 วินาทีภาพประกอบการ สื่อสารในรูปแบบภาพเดี่ยว หรือ อัลบั้ม ซึ่งประกอบด้วย จา นวนอย่างน้อย 5 ภาพ ซึ่งจะต้องเป็นภาพที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูก ต้องตามกฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทางผู้ว่าจ้างทุก ครั้งก่อนการผลิต	1	100,000.00		100,000.00
	6.2.4) จัดทำวีดิทัศน์ 2 ภาษา (ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ) โดยมีความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน เพื่อนำใช้ใ การประชาสัมพันธ์เส้นทางสายไมซ์ ซอฟต์แวร์เวอร์ชัน 1 และ ภาพรวมตลาดไมซ์ในประเทศทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยต้องจัดหาภาพประกอบที่มีลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องตาม	1	150,000.00		150,000.00

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Legal



บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
582/27 ซอยโพธิ์ปิ่นแยก 21 ถนนอโศก-ดินแดง
แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105556161797
โทร. 0645598636
www.localalike.com

ลูกค้า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
(สำนักงานใหญ่)
เลขที่ 989 อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ ชั้น 26 ยูนิต A2, B1, B2
ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0994000112165

ใบเสนอราคา

เลขที่ QT2025040007
วันที่ 29/04/2025
ผู้ขาย booking@localalike.com

ชื่องาน โครงการพัฒนากิจกรรมทางการตลาด
และประชาสัมพันธ์ "เส้นทางสายไมซ์"
ประจำปี 2568 (กิจกรรมการสัมมนา
ระหว่างภาคเครือข่ายพันธมิตร เพื่อ
ระดับอุตสาหกรรมการประชุมและการ
เดินทาง เพื่อเป็นการจัด
Familiarization Trip (การเดินทางเพื่อ
สร้างความคุ้นเคยกับสถานที่) ภายใน
ประเทศ และส่งเสริมการตลาดและ
ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประจำปี 2568)

#	รายละเอียด	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ส่วนลด	มูลค่า
	กฎหมาย และได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์และต้องได้รับ การอนุมัติจากทางผู้ว่าจ้างทุกครั้งก่อนการผลิต				
			รวมเป็นเงิน		1,388,000.00 บาท
			ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%		90,803.74 บาท
			รวมไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม		1,297,196.26 บาท
			จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น		1,388,000.00 บาท

(หนึ่งล้านสามแสนแปดหมื่นแปดพันบาทถ้วน)

หมายเหตุ

Bank Account:
Local Alike Co., Ltd.
Kasikorn Bank/ Phahon Yothin
0508161646
SWIFT code: KASITHBK

Mailing address
Local Alike Company
582/27 Soi Pho Pan Yaek 21,
Asoke-Din Daeng Rd, Din Daeng,
Din Daeng, Bangkok 10400

ในนาม สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ผู้สั่งซื้อสินค้า

วันที่

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

ผู้อนุมัติ

ในนาม บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

Local Alike Co., Ltd.
บริษัท โลคัล อไลค์ จำกัด

วันที่