

สัญญาจ้างดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญประกวด

“ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย” ประจำปี ๒๕๖๘

สัญญาเลขที่ ๖๘-๐๒๐

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้น ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เลขที่ ๙๘๙ อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น ๒๕ และ ชั้น ๒๖ ถนนพระราม ๑ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ ระหว่าง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดย นางนิชาภา ยศวีร์ รองผู้อำนวยการ สสปน. รักษาการแทนผู้อำนวยการ สสปน. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ว่าจ้าง” ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท ศรีเอทีพอสส์ จำกัด ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ เลขที่ ๑๒๔๐ ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โดย นางสาววิวรรณ คงโชคสมัย ผู้รับมอบอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคลปรากฏตามหนังสือรับรองเลขที่ E๑๐๐๙๑๒๐๙๙๑๖๕๕ ลงวันที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๖๗ และหนังสือมอบอำนาจลงวันที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๖๘ แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้รับจ้าง” อีกฝ่ายหนึ่ง

คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงานดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม รุ่รักเมืองไทย” ประจำปี ๒๕๖๘ ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้รวมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา

ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ชนิดดี เพื่อใช้ในงานจ้างตามสัญญานี้

ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑ ผนวก ๑ ข้อกำหนดงาน จำนวน ๑๓ (สิบสาม) หน้า

๒.๒ ผนวก ๒ ข้อเสนอทางเทคนิค จำนวน ๓๔ (สามสิบสี่) หน้า

๒.๓ ผนวก ๓ ข้อเสนอทางด้านราคา จำนวน ๖ (หก) หน้า

๒.๔ ผนวก ๔ หนังสือมอบอำนาจ หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัทของผู้รับจ้างออกให้โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และหลักฐานการจดทะเบียนอื่น ๆ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๑๕ (สิบห้า) หน้า

ความใดในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของคู่พินิจ คำวินิจฉัยของคู่พินิจให้ถือเป็นที่สุด และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าจ้าง หรือค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติมจากคู่พินิจทั้งสิ้น

ข้อ ๓. หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในการทำสัญญานี้ผู้รับจ้างได้นำหลักประกันเป็น แคชเชียร์เช็ค ธนาคารกรุงไทย เลขที่ ๒๒๒๘๑๕๒๕ จำนวน ๑๘๘,๙๒๙.๐๕ บาท (หนึ่งแสนเก้าหมื่นแปดพันเก้าร้อยยี่สิบเก้าบาทห้าสตางค์) มามอบให้แก่คู่พินิจเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

กรณีผู้รับจ้างใช้หนังสือค้ำประกันมาเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา หนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะต้องออกโดยธนาคารที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือโดยบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดหรืออาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้ และจะต้องมีอายุการค้ำประกันตลอดไปจนกว่าผู้รับจ้างพ้นข้อผูกพันตามสัญญา

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ตามวรรคหนึ่ง จะต้องมียุครอบคลุมความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ถ้าหลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ดังกล่าวลดลงหรือเสื่อมค่าลง หรือมีอายุไม่ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ไม่ว่าด้วยเหตุใด ๆ ก็ตาม รวมถึงกรณี ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเป็นเหตุให้ระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวันครบกำหนดความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องตามสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเกิดขึ้นคราวใด ผู้รับจ้างต้องหาหลักประกันใหม่หรือหลักประกันเพิ่มเติมให้มีจำนวนครบถ้วนตามวรรคหนึ่งมามอบให้แก่คู่พินิจภายใน ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากคู่พินิจ

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบไว้ตามข้อนี้ คู่พินิจจะคืนให้แก่ผู้รับจ้าง โดยไม่มีดอกเบี้ย เมื่อผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพัน และความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญาแล้ว

ข้อ ๔ ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวนเงิน ๓,๙๗๘,๕๘๑.๐๐ บาท (สามล้านเก้าแสนเจ็ดหมื่นแปดพันห้าร้อยแปดสิบเอ็ดบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๒๖๐,๒๘๑.๐๐ บาท (สองแสนหกหมื่นสองร้อยแปดสิบเอ็ดบาทถ้วน) ตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวด ๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๓๙๗,๘๕๘.๑๐ บาท (สามแสนเก้าหมื่นเจ็ดพันแปดร้อยห้าสิบแปดบาทสิบสตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๑ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๕ เมษายน ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๑,๕๙๑,๔๓๒.๔๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนเก้าหมื่นหนึ่งพันสี่ร้อยสามสิบสองบาทสี่สิบสตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๒ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒ ตุลาคม ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดสุดท้าย ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๕๐ (ห้าสิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๑,๙๘๙,๒๙๐.๕๐ บาท (หนึ่งล้านเก้าแสนแปดหมื่นเก้าพันสองร้อยเก้าสิบบาทห้าสิบสตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาและส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๘ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

ข้อ ๕. เงินค่าจ้างล่วงหน้า

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงิน - บาท ซึ่งเท่ากับร้อยละ - ของราคาค่าจ้าง ตามสัญญาที่ระบุไว้ในข้อ ๔

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

๕.๑ ผู้รับจ้างจะใช้เงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามสัญญาเท่านั้น หากผู้รับจ้างใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเงินค่าจ้างล่วงหน้าในทางอื่น ผู้ว่าจ้างอาจจะเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

CREATIVE
TALK

Legal
Ken

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

๕.๓ ในการจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามข้อ ๔ ผู้ว่าจ้างจะหักคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าในแต่ละงวดเพื่อชดเชยคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้จำนวนร้อยละ - ของจำนวนเงินค่าจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจำนวนเงินที่หักไว้จะครบตามจำนวนเงินที่หักค่าจ้างล่วงหน้าจากผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว ยกเว้นค่าจ้างงวดสุดท้ายจะหักไว้เป็นจำนวนเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือทั้งหมด

๕.๔ เงินจำนวนใด ๆ ก็ตามที่ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อชำระหนี้หรือเพื่อชดเชยความรับผิดชอบต่าง ๆ ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากเงินค่าจ้างงวดที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก่อนที่จะหักชดเชยคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า

๕.๕ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญา หากเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือเกินกว่าจำนวนเงินที่ผู้รับจ้างจะได้รับหลังจากหักชดเชยในกรณีอื่นแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายคืนเงินจำนวนที่เหลือนั้นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๗ (เจ็ด) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

๕.๖ ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างต่อเมื่อผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างไว้ครบจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามข้อ ๕.๓ แล้ว เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าบางส่วนให้แก่ผู้รับจ้างก่อนได้

(๑) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้ฉบับเดียว หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในส่วนที่ผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้วนั้น โดยผู้รับจ้างจะต้องนำหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าฉบับใหม่ที่มีมูลค่าเท่ากับเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลืออยู่มาวางให้แก่ผู้ว่าจ้าง

(๒) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้หลายฉบับ ซึ่งแต่ละฉบับมีมูลค่าเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่ผู้ว่าจ้างจะต้องหักไว้ในแต่ละงวด หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดใดแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดนั้นได้



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Legal
Kew

ข้อ ๖ กำหนดเวลาแล้วเสร็จและสิทธิของผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ผู้รับจ้างต้องเริ่มทำงานที่รับจ้างภายในวันที่ ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ และจะต้องทำงานให้แล้วเสร็จบริบูรณ์ภายในวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๘ ถ้าผู้รับจ้างมิได้ลงมือทำงานภายในกำหนดเวลา หรือไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีเหตุให้เชื่อได้ว่าผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลา หรือจะแล้วเสร็จล่าช้าเกินกว่ากำหนดเวลา หรือผู้รับจ้างทำผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือตกเป็น ผู้ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือตกเป็นผู้ล้มละลาย หรือเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญานี้ได้ และมีสิทธิจ้างผู้รับจ้างรายใหม่เข้าทำงานของผู้รับจ้างให้ลุกลงไปได้ด้วยการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญานั้นไม่กระทบสิทธิของผู้ว่าจ้างที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้รับจ้าง

การที่ผู้ว่าจ้างไม่ใช้สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิดชอบตามสัญญา

ข้อ ๗ ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาดำเนินข้อ ๖ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการจ้างนี้ ภายในกำหนด ... - ... (... - ...) เดือน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้มิเรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการแก้ไข ให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างไม่กระทำการดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น

ในกรณีเร่งด่วนจำเป็นต้องรีบแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายโดยเร็ว และไม่อาจรอให้ผู้รับจ้างแก้ไขในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งได้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิเข้าจัดการแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ซ่อมแซมความชำรุดบกพร่องหรือเสียหาย โดยผู้รับจ้าง ต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมด

การที่ผู้ว่าจ้างทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นแทนผู้รับจ้าง ไม่ทำให้ผู้รับจ้าง หลุดพ้นจากความรับผิดชอบตามสัญญา หากผู้รับจ้างไม่ชดใช้ค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายตามที่ผู้ว่าจ้างเรียกร้องผู้ว่าจ้างมีสิทธิบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้

ข้อ ๘ การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วง หรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ข้อ ๙ ความรับผิดของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยอันตรายใด ๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง และจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างช่วงด้วย (ถ้ามี)

ความเสียหายใด ๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัยก็ตาม ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยซ่อมแซมให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ความรับผิดของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเพียงในกรณีชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายดังกล่าวในข้อ ๗ เท่านั้น

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง หรือลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง รวมถึงผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ตามสัญญา หากผู้ว่าจ้างถูกเรียกร้องหรือฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อให้มีการว่าต่างแก้ต่างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งผู้รับจ้างจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเกิดจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที

ข้อ ๑๐ การจ่ายเงินแก่ลูกจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกจ้างที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญาไว้ต่อลูกจ้างดังกล่าว

ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอื่นใดแก่ลูกจ้างดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกจ้างของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้ถือว่าผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว


CREATIVE

Legal


ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีประกันภัยสำหรับลูกจ้างทุกคนที่จ้างมาทำงาน โดยให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของลูกจ้าง รวมทั้งผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตามกฎหมาย ซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใด ๆ ต่อลูกจ้างหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง

ข้อ ๑๑ การตรวจรับงานจ้าง

เมื่อผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างที่ส่งมอบและเห็นว่าถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาแล้ว ผู้ว่าจ้างจะออกหลักฐานการรับมอบเป็นหนังสือไว้ให้ เพื่อผู้รับจ้างนำมาเป็นหลักฐานประกอบการขอรับเงินค่างานจ้างนั้น

ถ้าผลของการตรวจรับงานจ้างปรากฏว่างานจ้างที่ผู้รับจ้างส่งมอบไม่ตรงตามสัญญา ผู้ว่าจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับงานจ้างนั้น ในกรณีเช่นนี้ ผู้รับจ้างต้องทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามสัญญาด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง และระยะเวลาที่เสียไปเพราะเหตุดังกล่าวผู้รับจ้างจะนำมาอ้างเป็นเหตุขอขยายเวลาส่งมอบงานจ้างตามสัญญาหรือของดหรือลดค่าปรับไม่ได้

ข้อ ๑๒ รายละเอียดของงานจ้างคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในรายละเอียดของงานจ้างโดยถี่ถ้วนแล้ว หากปรากฏว่ารายละเอียดของงานจ้างนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากหลักการทางวิศวกรรมหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด โดยผู้รับจ้างจะคิดค่าจ้าง ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มขึ้นจากผู้ว่าจ้าง หรือขอขยายอายุสัญญาไม่ได้

ข้อ ๑๓ ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของราคาพัสดุที่ยังมิได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาท) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาทำงานให้ จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตามข้อ ๑๔ ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อ

เรียกร่องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๔ สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อจนแล้วเสร็จก็ได้ และในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิริบหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมดหรือบางส่วนตามแต่จะเห็นสมควร นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่าหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินใด ๆ ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้

ข้อ ๑๕ การบังคับค่าปรับ ค่าเสียหาย และค่าใช้จ่าย

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

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

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแล้วยังเหลืออยู่อีกเท่าใด ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๖ การงดหรือลดค่าปรับ หรือการขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย หรือเหตุอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างทราบ เพื่อของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน ๑๕ (สิบห้า) วันนับถัดจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง หรือตามที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าว แล้วแต่กรณี

ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้ละสิทธิเรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่ กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือผู้ว่าจ้างทราบดี อยู่แล้วตั้งแต่นั้น

การลดหรือลดค่าปรับ หรือขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๗ ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้รับจ้างเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามสัญญา โดยทำหน้าที่ดำเนินการรวบรวมการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแทนหรือในนามของผู้ว่าจ้าง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่น ๆ ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้จะรวมเรียกว่า “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ทั้งที่มีผลใช้บังคับอยู่ ณ วันที่ทำสัญญานี้และที่จะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงในภายหลัง โดยคู่สัญญายอมรับและตกลงร่วมกัน ดังนี้

(๑) ผู้ว่าจ้าง ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ตกลงมอบหมายให้ผู้รับจ้างในฐานะผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ดำเนินการเก็บ รวบรวม ใช้ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมโครงการแคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” ประจำปี ๒๕๖๘ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง ชื่อองค์กรหรือหน่วยงาน เบอร์โทรศัพท์ อีเมล ที่อยู่ติดต่อ เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร รูปภาพนิ่ง รูปภาพเคลื่อนไหว (ถ้ามี) เพื่อใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ จัดเก็บเป็นฐานข้อมูล และติดต่อประสานงานด้านต่างๆ รวมถึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลสำหรับการดำเนินโครงการต่อไป

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ให้แล้วเสร็จภายในกำหนดระยะเวลาตามสัญญานี้ เว้นแต่กรณีที่คู่สัญญาตกลงแก้ไขสัญญาหรือขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

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

(๓) ผู้รับจ้างจะกำหนดให้การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญานี้ถูกจำกัดเฉพาะเจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ได้รับมอบหมายและมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความจำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญานี้เท่านั้น

(๔) ผู้รับจ้างจะควบคุมดูแลให้เจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ต้องรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลด้วยมาตรฐานเดียวกันและปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตาม

วัตถุประสงค์ของการดำเนินการตามที่กำหนดในสัญญาฉบับนี้เท่านั้น และจะไม่ทำซ้ำ คัดลอก ทำสำเนา บันทึกภาพข้อมูลส่วนบุคคลไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วนเป็นอันขาด เว้นแต่เป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา

(๕) ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยื่นคำร้องขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่อผู้รับจ้างโดยตรง ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งและส่งคำร้องดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที และดำเนินการเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ว่าจ้างในการตอบสนองต่อคำร้องของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยผู้รับจ้างจะไม่ใช่ผู้ตอบสนองต่อคำร้องดังกล่าวเอง เว้นแต่ ผู้ว่าจ้างจะได้มอบหมายให้ผู้รับจ้างดำเนินการเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคำร้องดังกล่าว

(๖) ผู้รับจ้างจะจัดทำและเก็บรักษาบันทึกการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing) ทั้งหมดที่ผู้รับจ้าง ประมวลผลในขอบเขตของสัญญาฉบับนี้ และข้อมูลที่ระบุด้านล่าง และจะดำเนินการส่งมอบบันทึกการดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อสิ้นสุดสัญญา และ/หรือ ที่ผู้ว่าจ้างร้องขอ

(ก) ประเภทของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(ข) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ค) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ง) การโอนข้อมูลไปยังต่างประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ และเอกสารที่ระบุมাত্রการป้องกันที่เหมาะสม

(จ) คำอธิบายทั่วไปของมาตรการเชิงเทคนิคและมาตรการเชิงบริหารจัดการเพื่อการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

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

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



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Legal
๑๐



(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) ผู้รับจ้างมีหน้าที่รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับทราบมาอย่างเคร่งครัด

(๑๒) ผู้รับจ้างไม่สามารถจ้างช่วงบุคคลอื่นใดเพื่อการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ว่าจ้างโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่มีการอนุญาตจะเป็นการอนุญาตสำหรับผู้รับจ้างช่วงเฉพาะรายเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องลงนามในสัญญากับผู้รับจ้างช่วงภายนอกซึ่งมีข้อกำหนดในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่น้อยไปกว่าข้อกำหนดที่กำหนดต่อผู้รับจ้างตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างผลยังคงต้องรับผิดชอบผู้ว่าจ้าง สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับจ้างช่วง

(๑๓) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจ้างในการปฏิบัติตามสัญญา จะสิ้นสุดลงนับแต่วันที่ปฏิบัติงานที่ตกลงเสร็จสิ้น หรือวันที่ผู้รับจ้าง และผู้ว่าจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี อย่างไรก็ดี การสิ้นสุดของสัญญานี้ ไม่กระทบต่อหน้าที่ของผู้รับจ้างในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กำหนดในข้อ ๑๗ (๘) และหน้าที่รักษาความลับตามที่กำหนดในข้อ ๑๗ (๔) และข้อ ๑๗ (๑๑) ของสัญญานี้

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

(๑๕) หากผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างตามข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด ผู้ว่าจ้างสามารถบอกเลิกสัญญาได้ทันที

C
CREATIVE
TALK

Legal
๑๑

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

ลงชื่อ.....ผู้ว่าจ้าง
(นางนิชาภา ยศวีร์)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

รักษาการแทนผู้อำนวยการ สสปน.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....ผู้รับจ้าง

(นางสาวฉวีวรรณ คงโชคสมัย)

ผู้รับมอบอำนาจ

บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด

ลงชื่อ.....พยาน

(นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์ธนิกุล)

ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาดไม่ซ้ำในประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....พยาน

(นางสาวณัฐชนก สกุลชัยพิวัฒน์)

บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด

เลขที่โครงการ ๖๗๑๒๔๔๒๘๗๕

เลขคู่สัญญา ๖๘๐๒๒๔๐๐๐๖๓๖



อ.ศ.5 ใบสภักดิ์ทางราชการ

เลขที่ 07010
วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2568

เลขประจำตัว 0105563105945 เลขที่สาขา
ชื่อผู้เสียภาษีอากร บริษัท คี.เอ.พี.เอส. จำกัด

ในฐานะ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากร

ที่อยู่ : เลขรหัสประจำบ้าน
ชื่อ-นามสกุล -
เลขที่บ้าน -
เลขที่ 1240
ต.ระก. / ซอย -
ถนน พิชัยนาค
เขต/อำเภอ ส่วนกลาง
รหัสไปรษณีย์ 10250

ชื่ออาคาร -
ชั้นที่ -
หมู่ที่ -
แยก -
แขวง/ตำบล ส่วนกลาง
จังหวัด กรุงเทพมหานคร



เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0994000112165 เลขที่สาขา
ชื่อ สำนักงาน ส่งเสริมการค้ากับต่างประเทศและนิคมการค้า (องค์การมหาชน)

ได้เสียภาษีอากรแสดงเป็นเงินสำหรับชำระตามบัญชีอัตราภาษีอากรแสดงปี ช้อ 4
ลักษณะทางราชการ อ้างคำของ ดังนี้ :

	บาท	สต.
มูลค่าทางราชการ	3,718,300	00
ค่าอากรแสดงปี	3,719	00
เงินเพิ่ม	0	00
รวมเงิน	3,719	00



จำนวนเงินเป็นตัวอักษร (สามพัน เจ็ดร้อยสิบเก้า บาทถ้วน)

ตามใบเสร็จ เลขที่ 001954

ลงวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2568

เลขประจำตัว อ.ศ.4 คือ 01003071-25680207-1-06-000076

ลงชื่อ

ตำแหน่ง

ใบสภักดิ์ทางราชการนี้จะมีอายุใช้ต่อเมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่อากรแสดงปีของหน่วยงานเก็บภาษีอากร
ได้ลงชื่อและออกใบเสร็จรับเงินเรียบร้อยแล้ว

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

1. ชื่อโครงการ

แคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย”

2. ชื่อกิจกรรม

การจัดจ้างผู้ดำเนินการจัดทำโครงการแคมเปญประกวด “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” ประจำปี 2568

3. งบประมาณ

วงเงิน 4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล

การดำเนินกิจกรรมการจัดทำแคมเปญการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ ภายใต้แผนการขับเคลื่อนภายใต้แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสพ. ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เรื่องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า เพื่อยกระดับศักยภาพจุดหมายปลายทางแห่งใหม่ในภูมิภาค เนื่องจากอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลเป็นหนึ่งในธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงทั้งในด้านรายได้หมุนเวียนในประเทศและจำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจไมซ์ ด้วยการเพิ่มคุณค่าเชิงพื้นที่ของเมืองไมซ์ เมืองศักยภาพ และเพื่อส่งเสริมพื้นที่ต่างๆ ในการจัดประชุมด้วยแนวคิด High Value Added Destination จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาแคมเปญการตลาดไมซ์โดยเฉพาะการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้สัมผัสประสบการณ์การจัดประชุมภายใต้แนวคิดแคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” เนื่องจากประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยวและความพร้อมของพื้นที่ที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ นอกจากนี้ การส่งเสริมด้วยแคมเปญการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ ยังสอดคล้องกับการขับเคลื่อนนโยบายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และแผนการพัฒนาทั้งในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค ก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาการจัดงานไมซ์ในประเทศได้อย่างแท้จริง แคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” เป็นแคมเปญประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ร่วมกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นต่อยอดผลิตภัณฑ์และบริการในชุมชนในรูปแบบการส่งเสริมกิจกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการเดินทาง

ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจโดยเพิ่มเติมคุณค่าการสร้างควมยั่งยืนร่วมกับชุมชน และกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มจำนวนการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศและจำนวนนักเดินทางไมซ์ให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10% ต่อปี ทั้งเป็นการสร้างเครือข่าย และความร่วมมือกับหน่วยงานภาคี เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีในด้านต่างๆ ที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้ยั่งยืนต่อไป

5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ภายใต้แคมเปญ "ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย"

5.2 เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนักเดินทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น องค์กรภาคเอกชน (บริษัท SMEs, Startup, บริษัทขนาดกลาง, บริษัทขนาดใหญ่) หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคม สมาพันธ์ และ หอการค้า เป็นต้น ในการเพิ่มจำนวนการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้เพิ่มสูงขึ้น

5.3 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในชุมชนและส่งเสริมระบบนิเวศไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน เกิดสร้างงาน สร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและพื้นที่ทั่วประเทศ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนแนวคิดแคมเปญ และ แผนบริหารจัดการเกี่ยวกับแคมเปญ "ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย" ที่สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 คนตลอดโครงการ โดยแผนบริหารจัดการและการสื่อสารต้องประกอบไปด้วยแคมเปญหลัก (Core Campaign) ซึ่งเป็นแกนหลักของแคมเปญ , แคมเปญรอง (Secondary Campaign) ที่สนับสนุนแคมเปญหลัก เช่น แคมเปญย่อยในการสนับสนุนการประชุมในแต่ละภูมิภาค และ แคมเปญเสริม (Supplemental Campaign) เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1.1 กำหนดและดำเนินการเกี่ยวกับกฎ กติกา และระบบการรับสมัคร (Rule & Regulation/ Register Systems & Platform) ทั้งผู้ให้บริการ (Seller/Supply) และผู้ใช้บริการ (Seller/Demand) ผ่านช่องทาง <https://www.yokteam.or.th>

6.1.2 นำเสนอแนวทางการตัดสินใจ กรอบหลักเกณฑ์การพิจารณา ขั้นตอน เงื่อนไข วิธีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญทั้งหมด และนำเสนอของรางวัล รวมถึงแผนการดำเนินการตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อม Timeline จำนวน 1 แผนงาน หากมีการจัดการประกวดจะต้องนำเสนอ คัดเลือก และประสานงานกับคณะกรรมการตัดสินการประกวด (ถ้ามี)

6.1.3 เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเตรียมรางวัลตลอดการดำเนินกิจกรรม และบริหารจัดการติดต่อประสานงานรวมถึงนำส่งไปยังผู้ที่ได้รับรางวัล จำนวนอย่างน้อย 10 รางวัล (รวมมูลค่าอย่างน้อย 1,000,000 บาท)

หมายเหตุ การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ผู้ว่าจ้างเสียประโยชน์โดยเด็ดขาด

6.1.4 รวบรวมข้อมูลของผู้สมัคร ข้อมูลอื่นๆ ของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัคร และสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเป็นรายเดือน หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยส่งข้อมูลผ่านช่องทางอีเมล

6.1.5 นำเสนอแผนการดำเนินการ ข้อคิดเห็น เทรนด์การตลาดใหม่ แนวทางการปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินงานโครงการ

6.2 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการงานประสานงาน ติดตาม เร่งรัด จัดการ และประเมินผลด้านข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสารโครงการเพื่อให้เป็นไปตามโครงการตามระยะเวลาที่กำหนด

6.2.1 จัดทำข้อมูลนำเสนอานพร้อมรายงานความเคลื่อนไหวของโครงการ/กิจกรรมต่างๆ รวมถึงสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขหรือตามหัวข้อที่กำหนด ร่วมกับผู้ว่าจ้างในรูปแบบ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง โดยกำหนดส่งภายในวันที่ 25 ของแต่ละเดือน และรวบรวมเป็นรายงานสรุปจำนวน 1 ชุด ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

6.2.2 เข้าร่วมประชุมหารือความคืบหน้าของโครงการผ่านช่องทาง Online/Onsite ร่วมกับผู้ว่าจ้าง หรือตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นสมควรตามสถานการณ์และวันเวลาที่เหมาะสม

6.2.3 บริหารจัดการ และประสานงานกับหน่วยงาน/องค์กรเพื่อเข้าร่วมเป็นพันธมิตรหลัก และหน่วยงานพันธมิตรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพันธมิตรการตลาดออนไลน์สำหรับแคมเปญ “ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย” เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของโครงการ

6.2.4 ประสานงานและ/หรือปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

6.3 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ร่วมกับพันธมิตรการตลาดออนไลน์ จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวนรวม 4,000,000 Reach/Impression โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.3.1 นำเสนอ key message และแผนการส่งเสริมโพสต์ (Boost Post) สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ จำนวน 1 แผน

6.3.2 นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องสอดคล้องกับแคมเปญการตลาดในประเทศของผู้ว่าจ้างอย่างน้อย 15 เพจ/ช่องทาง

6.3.3 จัดทำแผนการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา บริหารจัดการ และรับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊กเพจ “TCEB Domestic MICE”, เว็บไซต์ของผู้ว่าจ้าง, Youtube, Twitter, Line และ TikTok เป็นต้น

6.3.4 ดำเนินกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ (engagement) เช่น การเล่นเกม ตั้งคำถามแจกของรางวัล ของที่ระลึก อย่างน้อยเดือนละครั้ง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยรวมถึงการจัดหา นำเสนอของรางวัลจูงใจและ จัดส่งถึงผู้ชนะรางวัลในแต่ละกิจกรรม

6.3.5 ส่งมอบ username และ password ทั้งหมดของแต่ละช่องทางการสื่อสารที่ได้ใช้
ประชาสัมพันธ์ในนามของผู้ว่าจ้างหลังเสร็จสิ้นกิจกรรมในรูปแบบรายงาน

6.4 จัดทำแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการ และบริหารจัดการการแนะนำแคมเปญผ่านทางโทรศัพท์
ในช่องทาง Account Line Official (Telesales : after sales service) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.4.1 แนะนำแคมเปญให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งที่ได้รับข้อมูลจากผู้ว่าจ้าง และที่สรรหาเพิ่มเติม

6.4.2 แจ้งประชาสัมพันธ์ข่าวสารอัปเดตของโครงการที่เกี่ยวข้อง

6.4.3 บริการให้ข้อมูล ตอบคำถามผู้ให้ความสนใจที่ติดต่อสอบถาม

6.4.4 กระตุ้นให้เกิดการสมัครเข้าร่วมโครงการ

6.4.5 รายงานผลการดำเนินการในรูปแบบไฟล์งานที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น Microsoft Excel/
Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดหรือเห็นชอบโดยส่งมอบทางอีเมล

6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร Production & Material

6.5.1 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์แคมเปญจำนวนไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 2 ชิ้นงาน

6.5.2 จัดทำบทความการตลาดนำเสนอประเด็นต่างๆ ของกิจกรรม อาทิ บทความโฆษณา
(Advertorial), ข่าวประชาสัมพันธ์แคมเปญ, บทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร, ชุดข้อความมุมมองผู้บริหารแบบสั้น
พร้อมออกแบบชิ้นงานภาพประกอบ (Executive Quote Banner), เป็นต้น สำหรับประชาสัมพันธ์ในช่องทาง
ออนไลน์ และออฟไลน์ (เพจ TCEB Domestic MICE และเพจอื่นๆ) จำนวนอย่างน้อย 25 ชิ้นงาน โดยจัดทำ
เป็นคลิปวิดีโอหรืออัลบั้มรูปอย่างน้อย 10 ชิ้นงานตลอดระยะเวลากิจกรรม

6.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้รับผิดชอบหลักเพื่อบริหารจัดการแผนงาน/กิจกรรม จำนวน 1 คน
มีประสบการณ์การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับ
มอบหมายให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยประจำอยู่ที่สำนักงานของผู้รับจ้าง

6.7 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำแผนการส่งผลงานการดำเนินโครงการเข้าประกวดของสถาบัน/
หน่วยงานต่างๆ ที่เหมาะสมทั้งในประเทศและ/หรือต่างประเทศ โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปประโยชน์จากการ
ดำเนินโครงการในมิติต่างๆ และแผนการต่อยอดของโครงการ เพื่อจัดส่งผลงานการดำเนินแคมเปญ “ยกทีม
ประชุมรักเมืองไทย” เข้าประกวดชิงรางวัล ในรูปแบบไฟล์นำเสนอ ในรูปแบบ Microsoft PowerPoint/
โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง (Presentation) และรูปแบบเอกสารอื่นที่จำเป็นต่อการส่งผลงานเข้าประกวด
จำนวน 2 ชิ้นงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและ
ขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วน
บุคคล

- ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงาน เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

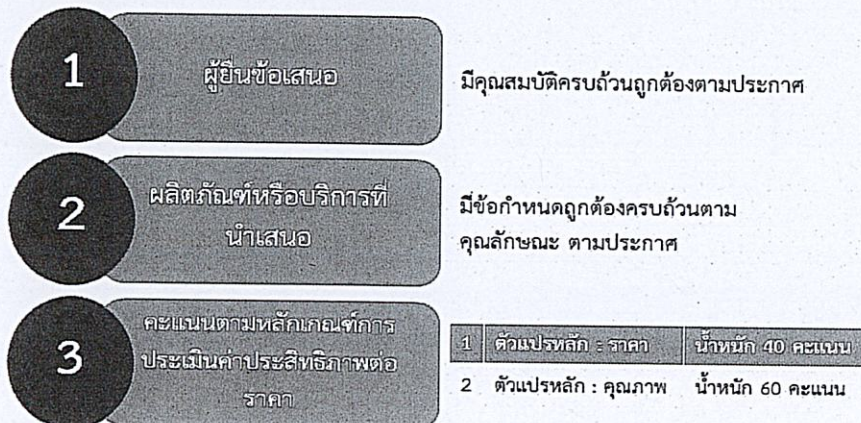
7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 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)		น้ำหนักคะแนน
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 ตัวแปร		
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



Kem
At

ตัวแปรรอง	การพิจารณา																																
ตัวแปรรองที่ 1	วิธีการที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์และการนำเสนอกลยุทธ์ (40 คะแนน) พิจารณาตามความเหมาะสมของกลยุทธ์ แนวทาง วิธีการที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ รวมถึงแนวทางการเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ 1.1 การนำเสนอกลยุทธ์ (Strategy) 1.1.1 กลยุทธ์ภาพรวม (15 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการที่น่าสนใจ</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการแต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน</td><td>7</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง</td><td>11</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>15</td></tr> </tbody> </table> 1.1.2 แผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ (15 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญที่น่าสนใจ</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน</td><td>7</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง</td><td>11</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด</td><td>15</td></tr> </tbody> </table> 1.2 การนำเสนอของรางวัลพร้อมข้อมูลสนับสนุนว่าสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมแคมเปญได้ (10 คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีการนำเสนอของรางวัลแต่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลสนับสนุน</td><td>2</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุน แต่ข้อมูลยังไม่น่าเชื่อถือ</td><td>5</td></tr> <tr> <td>มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุนที่มีความเชื่อถือ</td><td>7-10</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการที่น่าสนใจ	0	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการแต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง	11	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญที่น่าสนใจ	0	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง	11	มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15	ความหมาย	ระดับคะแนน	มีการนำเสนอของรางวัลแต่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลสนับสนุน	2	มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุน แต่ข้อมูลยังไม่น่าเชื่อถือ	5	มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุนที่มีความเชื่อถือ	7-10
ความหมาย	ระดับคะแนน																																
ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการที่น่าสนใจ	0																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการแต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง	11																																
มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ แนวทาง และวิธีการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																
ไม่มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญที่น่าสนใจ	0																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	2																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์บางส่วน	7																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริง	11																																
มีการนำเสนอแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการและบริหารจัดการแนะนำแคมเปญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งหมด และสามารถดำเนินการได้จริงและเหมาะสมมากที่สุด	15																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																
มีการนำเสนอของรางวัลแต่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลสนับสนุน	2																																
มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุน แต่ข้อมูลยังไม่น่าเชื่อถือ	5																																
มีการนำเสนอของรางวัลและข้อมูลสนับสนุนที่มีความเชื่อถือ	7-10																																

ตัวแปรรองที่ 2

การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ (20 คะแนน)

พิจารณาจากการนำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา (Project/ Campaign Planning Timeline) แผนการบริหารบุคลากร (ความเพียงพอของบุคลากร) และความสามารถในการนำเสนอแผนงานได้ครบถ้วน ตรงตามขอบเขตการดำเนินงาน รวมถึงวิธีการบริหารจัดการโครงการทั้งหมด

2.1 การวางแผนการดำเนินงานภาพรวม (20 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
การนำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน	0-5
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร	6-10
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร	11-15
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสม	16-19
การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสมมากที่สุด	20

หมายเหตุ

การนำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน หมายถึง การนำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานไม่ครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนแต่ไม่ดีเท่าที่ควร หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานแต่ไม่ดีเท่าที่ควร

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและสามารถดำเนินการได้พอสมควร หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน และสามารถดำเนินการได้พอสมควร

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสม หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานและมีประสิทธิภาพดี

การนำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วนและเหมาะสมมากที่สุด หมายถึง นำเสนอแผน รายละเอียด ระยะเวลา แผนการบริหารบุคลากร และความสามารถในการนำเสนอแผนงานครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานและมีประสิทธิภาพ

ตัวแปรครั้งที่ 3

การนำเสนอแผนและกิจกรรมสื่อสารการตลาดประชาสัมพันธ์ (30 คะแนน)

พิจารณาจากการนำเสนอแผนและกิจกรรมสื่อสารการตลาดประชาสัมพันธ์

3.1 แผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) (15 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ไม่ตรงวัตถุประสงค์โครงการ	0
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการบางส่วน	2
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการแต่ไม่แสดงว่าสามารถทำได้จริง	7
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการและแสดงให้เห็นว่าทำได้จริงบางส่วน	11
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ตรงวัตถุประสงค์โครงการและแสดงให้เห็นว่าทำได้จริงทั้งหมด	15

3.2 การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อช่องทางออนไลน์ต่างๆ (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 2 ช่องทาง	2
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 4 ช่องทาง	4
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 6 ช่องทาง	6
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 8 ช่องทาง	8
การทำการตลาดออนไลน์ร่วมกับสื่อออนไลน์จำนวน 10 ช่องทางขึ้นไป	10

3.3 การนำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ ไม่สร้างสรรค์	1
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ สร้างสรรค์เล็กน้อย	2
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ สร้างสรรค์พอใช้	3
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ สร้างสรรค์ดี	4
นำเสนอแนวคิดของกิจกรรมในช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ สร้างสรรค์ดีที่สุด	5

ตัวแปรครั้งที่ 4**ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน)**

พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจ ความพร้อมและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

4.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เล็กน้อย	2
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พอใช้	3
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดี	4
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ดีที่สุดใน	5

4.2 ความพร้อมและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัทเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีความพร้อมและไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1
มีความพร้อมแต่ไม่มีความพร้อมในการทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	2
มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 1 งาน	3
มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 2 งาน	4
มีความพร้อมและประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 3 งานขึ้นไป	5

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอทางเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค โดยมีวิธีในการประเมินให้คะแนนดังต่อไปนี้

8.2 ผู้ว่าจ้างพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 82 (2))

8.4 กรณีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

300 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ 6. จำนวน 1 แผนงาน ในรูปแบบรายงาน 1 ชุด	ภายใน 60 วัน นับ ถัดจากวันที่ทำ สัญญา
2	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานตามขอบเขตงานข้อ 6.1 – 6.6 ในรูปแบบ รายงานจำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา
3	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานตามขอบเขตงานข้อ 6.7 ในรูปแบบรายงาน จำนวน 1 เล่ม และไฟล์ดิจิทัล 1 ชุด บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 อัน	ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำ สัญญา

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

11.1 งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน
ครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ
ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.2 งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน
ครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ
ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11.3 งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 50 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน
ครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ
ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือ
จ้าง

13. อากรแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่อการแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับ
การจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมภ์ 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ ผู้ว่าจ้าง ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ผู้ว่าจ้างและ ผู้ว่าจ้าง มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อเสนอสิทธิ์

ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้าง

จะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้างก่อน
4. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง
5. ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวจุฑารัตน์ อภิวัฒน์ธนกุล
ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายการตลาดไมซ์ในประเทศ
Email: jutarat_a@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6040

17.01.2568

**CREATIVE
TALK**
CO., LTD.



วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย 'ยกทีมประชุมรักเมืองไทย'
2. เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนักเดินทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น องค์กรภาคเอกชน บริษัท SMEs Startup บริษัทขนาดกลาง บริษัทขนาดใหญ่ หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคม สมาพันธ์ และ หอการค้า เป็นต้น ในการเพิ่มจำนวนการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้เพิ่มสูงขึ้น
3. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ภายในชุมชนและส่งเสริมระบบนิเวศให้เติบโตอย่างยั่งยืนสร้างงานสร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและพื้นที่ทั่วประเทศ

เป้าหมาย

1. ผู้เข้าร่วมแคมเปญ จำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 คน ตลอดโครงการ
2. สร้างการรับรู้ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวนรวม 4,000,000 Reach หรือ Impression

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

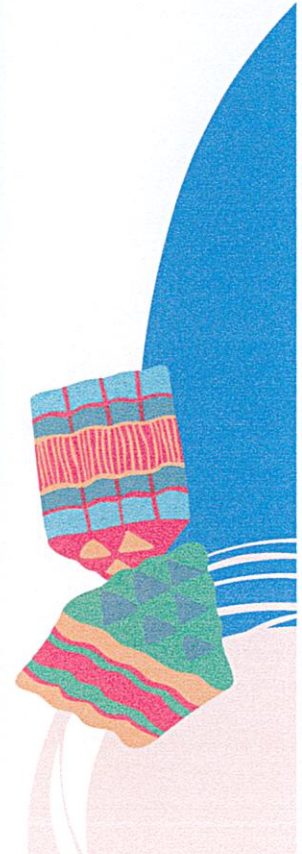
ยกทีม
ประชุม
รักเมืองไทย



มกษ
มรณ
มรณ



CAMPAIGN STRATEGY



PRESENTED BY



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย ‘ไปกันไมซ์ ไปได้ทุกฤดู’

กรอบแนวคิดในการสื่อสาร แบ่งออกเป็นช่วงฤดูกาลและเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้แคมเปญสามารถสื่อสารได้ตลอดทั้งปี รวมถึงสามารถสร้างแรงจูงใจและเป็นแนวทางให้กับกลุ่มเป้าหมายจัดกิจกรรมการประชุมได้อย่างต่อเนื่อง

ฤดูร้อน

ช่วงไตรมาส 2

เดือนเมษายน

ถึงเดือนมิถุนายน 2568

ฤดูฝน

ช่วงไตรมาส 3

เดือนกรกฎาคม

ถึงเดือนกันยายน 2568

ฤดูหนาว

ช่วงไตรมาส 4

เดือนตุลาคม

ถึงเดือนธันวาคม 2568



SECONDARY CAMPAIGN

บอกกัน
ประชุม
รักเมืองไทย

ฤดูร้อน

ช่วงไตรมาส 2
เดือนเมษายน
ถึงเดือนมิถุนายน 2568

ตัวอย่างการสื่อสาร

- แนะนำเนื้อหาการประชุมช่วงไตรมาส 2
- แนะนำกิจกรรมการจัดประชุมในช่วงฤดูร้อน
- แนะนำสถานที่จัดประชุมในช่วงฤดูร้อน
- ยกตัวอย่างการประชุมนอกสถานที่

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

SECONDARY CAMPAIGN

พบกับ
ประชุม
อรุณรัก ♥ เมืองไทย

ฤดูฝน

ช่วงไตรมาส 3

เดือนกรกฎาคม

ถึงเดือนกันยายน 2568

ตัวอย่างการสื่อสาร

- แนะนำเนื้อหาการประชุมช่วงไตรมาส 3
- แนะนำกิจกรรมการจัดประชุมในช่วงฤดูฝน
- แนะนำสถานที่จัดประชุมในช่วงฤดูฝน
- ยกตัวอย่างการประชุมนอกสถานที่

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

SECONDARY CAMPAIGN

พบกับ
ประชุม
ธุรกิจ ♥ เมืองไทย

ฤดูหนาว

ช่วงไตรมาส 4

เดือนตุลาคม

ถึงเดือนธันวาคม 2568

ตัวอย่างการสื่อสาร

- แนะนำเนื้อหาการประชุมช่วงไตรมาส 4
- แนะนำกิจกรรมการจัดประชุมในช่วงฤดูหนาว
- แนะนำสถานที่จัดประชุมในช่วงฤดูหนาว
- ยกตัวอย่างการประชุมนอกสถานที่

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

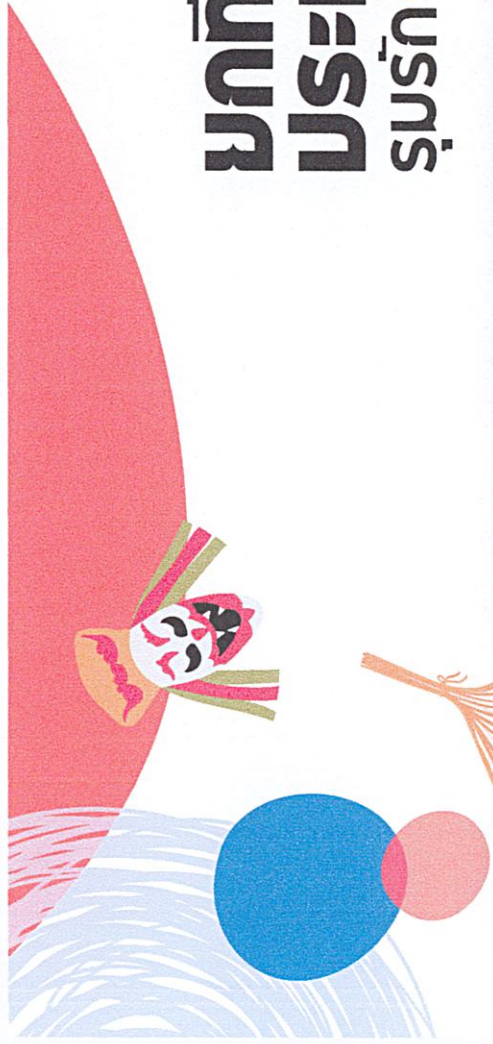
SUPPLEMENTAL CAMPAIGN

พบกับ
ประชุม
ธุรกิจเมืองไทย

ENGAGEMENT
CONTENT

REAL-TIME
CONTENT

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



มกษ
มส
มรณ ♥ มอจไทย



RULE AND REGULATION

PRESENTED BY



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Am

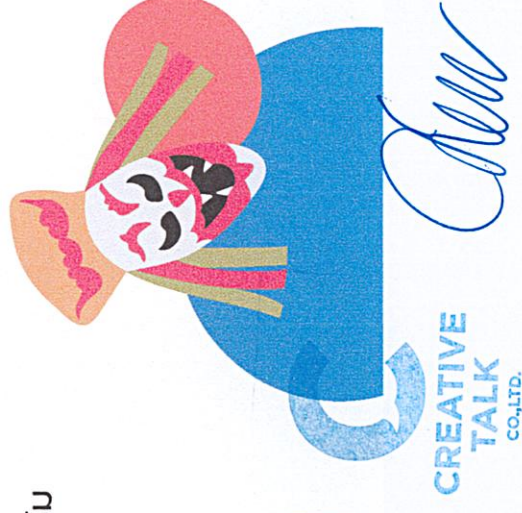
RULE

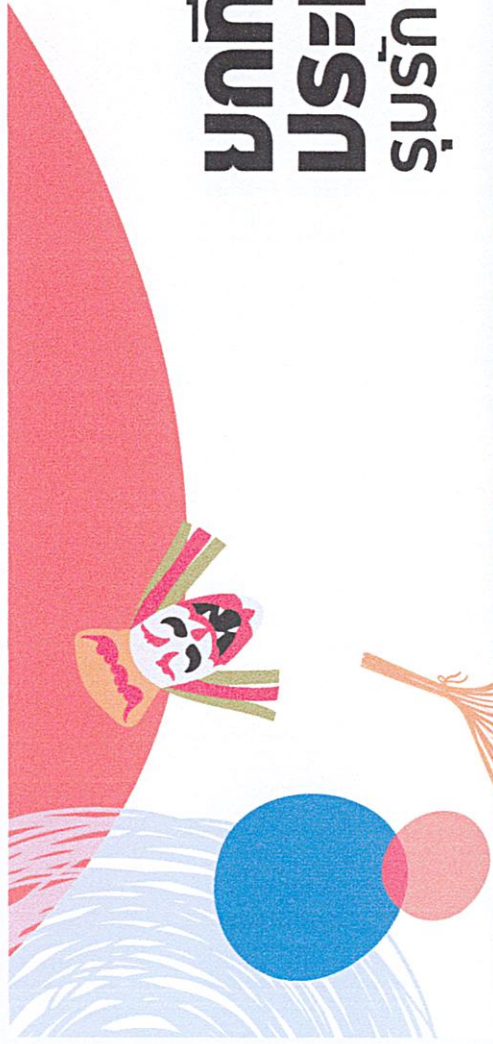
บอกกัน
ประชุม
รุมรัก❤เมืองไทย

กติกาการสมัครเข้าร่วมโครงการ

- ดำเนินการจัดการประชุมทีมนงาน 20 คนขึ้นไป นอกพื้นที่จังหวัดที่ตั้งขององค์กร เป็นระยะเวลา 2 วัน 1 คืน
- ผู้สมัครจะต้องเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับส่วนร่วมกับการประชุม
- ส่งผลงานเข้าร่วมโครงการ โดยการรีวิวความประทับใจจากการประชุมและโพสต์ผ่านช่องทาง social media ของผู้สมัคร พร้อมเปิดแฮชแท็กเป็นสาธารณะ
- วิธีการรีวิว สามารถเขียนบรรยาย ใสรูปภาพ หรือทำเป็นคลิป Video แล้วติด Hashtag #ยกทีมประชุม #ยกทีมประชุมรุมรักเมืองไทย
- ส่ง Link ผลงานรีวิว ผ่านช่องทาง LINEOA ของโครงการ และกรอกรายละเอียดเพิ่มเติมในรูปแบบฟอร์ม
- การตัดสินผู้ชนะโครงการ โดยการนับจำนวนยอด like ที่สูงที่สุด

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม





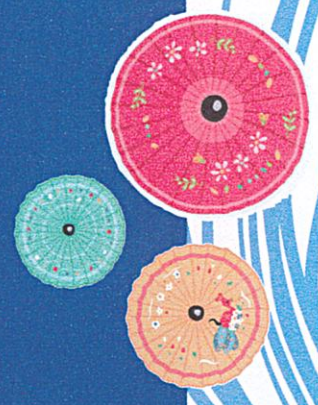
มกษ
มส=ม
มรณ ♥ มอจไทย



REWARDS



PRESENTED BY



Chen

CREATIVE
TALK
CO., LTD.

รางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

มกทิมประชุม รุมรักเมืองไทย

‘ไปกันไมซ์ ไปได้ทุกฤดู’

ฤดูร้อน

ช่วงไตรมาส 2

เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน 2568

ฤดูฝน

ช่วงไตรมาส 3

เดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน 2568

ฤดูหนาว

ช่วงไตรมาส 4

เดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม 2568

มูลค่าของรางวัลรวม 1,000,000 บาท

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



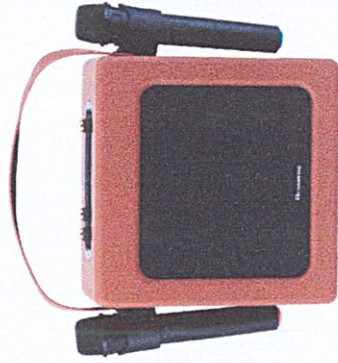
REWARDS

มกทิม
ประชุม
ธุรกิจ ♥ เมืองไทย

ตัวอย่างของรางวัล สำหรับรางวัลที่ 3 จำนวนรวมทั้งหมด 40 รางวัล

ลำโพงบลูทูธพกพา

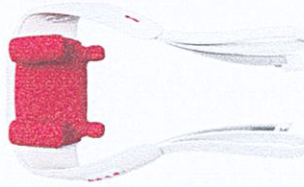
Aconatic | AN-RT401



มูลค่า 4,990 บาท

เครื่องนวดคอบ่าไหล่ไฟฟ้า

FULLI 2U | OFFICIAL STORE



FULLI Neck and Shoulder Massager
ネック&ショルダーマッサー2U

เครื่องนวดคอ บ่า ไหล่
ไฟฟ้าอัจฉริยะ

1 YEAR
Warranty

มูลค่า 2,999 บาท

Voucher นวดผ่อนคลาย



HEALTH LAND

GIFT VOUCHERS



มอบความผ่อนคลาย แค่...คลิกถูกรับ
@มวกทิม @มวกทิม @มวกทิม

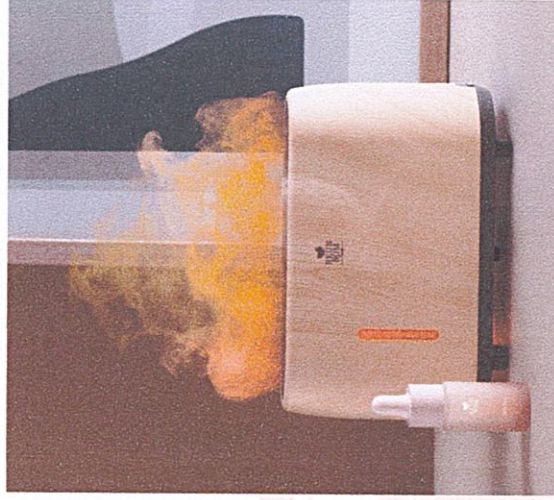
* มูลค่ารวม 1,000 บาท

มูลค่า 1,000 บาท

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

ตัวอย่างของรางวัล สำหรับรางวัลที่ 3 จำนวนรวมทั้งหมด 40 รางวัล

เครื่องพ่นไอน้ำ



มูลค่า 1,490 บาท

น้ำหอมระเหย



มูลค่า 750 บาท

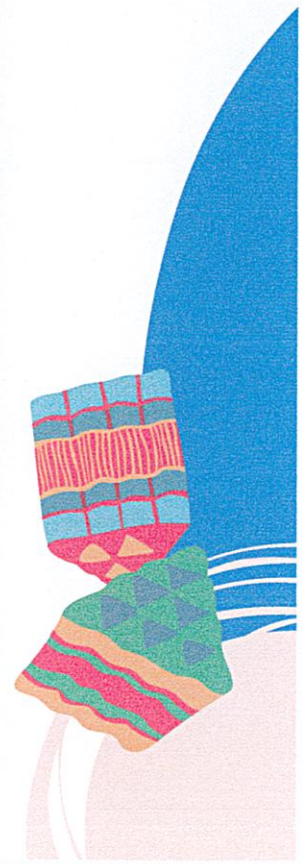
*ข้อเสนอต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



บริษัท
มณีนุช
กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



PR AND COMMUNICATION STRATEGY



PRESENTED BY



PRESS CONFERENCE

บทกวี
ประพันธ์
สุนทรภู่

PRESS CONFERENCE

Date/Time: ปลายเดือน มี.ค. หรือต้นเดือน เม.ย.

Venue: TCEB

Organize: TCEB

Press Release: TCEB and Creative Talk

Press Invitation: TCEB and Creative Talk

Creative Talk

- ช่วยเสนอชื่อ Influencer, Micro Influencer และ Media Partner รวมทั้งหมด 15 รายชื่อ
- ประชาสัมพันธ์โครงการในสื่อของ Creative Talk
- ทำบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร TCEB เกี่ยวกับโครงการนี้ ลงในสื่อของ Creative Talk

หมายเหตุ TCEB เป็นผู้รับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายในการจัดงาน อาทิ ค่าสถานที่, ค่าวิทยากร (ถ้ามี), ค่าอาหารและเครื่องดื่ม

*ข้อแตกต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

CHANNEL

พบกับ
ประชุม
ธุรกิจ ♥ เมืองไทย

PR AND COMMUNICATION CHANNEL

ช่องทางประชาสัมพันธ์ทั้งรูปแบบออนไลน์ของโครงการ

OWN
MEDIA

ONLINE
MEDIA
PARTNER

KOLs



*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

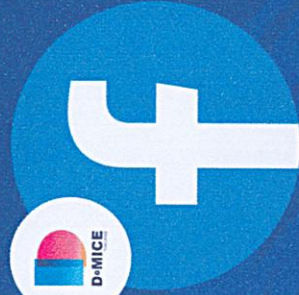
OWN MEDIA

อยู่กับ
ประยุทธ์
รักเมืองไทย

ช่องทางสื่อสารของโครงการ

ประชาสัมพันธ์แผนปฏิบัติการและแผนการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing)

เช่น Facebook 'TCEB Domestic MICE', Website ของผู้ว่าจ้าง, Youtube, Twitter, Line และ TikTok



*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

OWN MEDIA

พบกับ
ประยูณ
ธมรงค์ ใจไทย

ช่องทางสื่อสารของโครงการ

ประชาสัมพันธ์แผนและแผนการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing)

LINE OFFICIAL ACCOUNT
@YOKTEAM



Purchase a Premium ID

@ yokteam 7/18

Purchase Premium ID

This Premium ID is available!



*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

CREATIVE
TALK

CREATIVE
TALK
CO.,LTD.

Handwritten signature

ONLINE MEDIA

พบกับ
ประชุม
ธุรกิจ ♥ เมืองไทย

ตัวอย่างสื่อออนไลน์ (Online Media Partner)

ที่ตรงและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งสอดคล้องกับแคมเปญการตลาดในประเทศไทย



ออฟฟิศ 0.4



AD ADDICT



ADPT



TECH SAUCE CO/CONNECT



CONTENT SHIFU



DIGITAL TIPS



*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

CREATIVE
TALK
CO., LTD.



KOLs

บทกวี
ประชุม
รณรงค์ ♡ เมืองไทย

ตัวอย่างสื่อออนไลน์ (KOLs)

ที่ตรงและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งสอดคล้องกับแคมเปญการตลาดในประเทศ



คุณอภิชาติ ชันวีร์
CEO, QGEN Consultant



คุณกษิต สตางคังค
Digital Analytics Manager, adapter digital
Founder of DataRockie



คุณสิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษ
CEO and Founder at Creative Talk
และผู้จัดงาน CTC (Creative Talk Conference)



*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



CREATIVE
TALK
CO.,LTD.

ONGROUND EVENT

CREATIVE TALK EVENT

พื้นที่แสดงงานของโครงการในงานของ Creative Talk จำนวน 3 งาน

1. งาน People Performance Conference 2025 PPC2025 มูลค่า 45,000 บาท
2. งาน Creative Talk Conference CTC2025 มูลค่า 55,000 บาท
3. งาน Marketing Insight and Technology MITCON2025 มูลค่า 45,000 บาท

รายละเอียดพื้นที่

- รูปแบบพื้นที่เปล่า (Raw Space)
- ขนาด 3x3 ม หรือ 4x2 ม (ขนาดของพื้นที่ขึ้นอยู่กับแผนผังของผู้จัดงาน โดยผู้จัดงานจะแจ้งขนาดและตำแหน่งให้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน)

มูลค่ารวม 145,000 บาท

*ข้อแตกต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

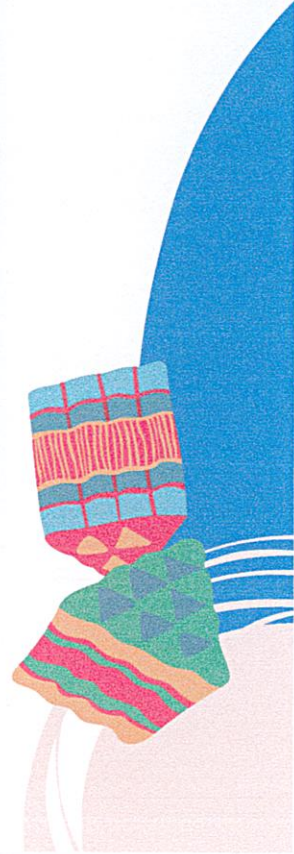




မကုန်း
ပြည်သူ့
ဓနနှင့် ပို့ဆောင်ရေး



PR AND COMMUNICATION MATERIAL



PRESENTED BY



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Chen

MATERIAL

บทกวี
ประพันธ์
รณรงค์ มิตรไทย

PR AND COMMUNICATION MATERIAL

จัดทำบทความการตลาด นำเสนอประเด็นต่างๆ ของกิจกรรม

อาทิ บทความโฆษณา ข่าวประชาสัมพันธ์ บทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร ชุดข้อความมุมมองผู้บริหารแบบสั้น พร้อมออกแบบชิ้นงานประกอบ เป็นต้น

สำหรับประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์จำนวนอย่างน้อย 25 ชิ้น

VIDEO
PROMO

วิดีโอประชาสัมพันธ์
ความยาวไม่เกิน 2 นาที
จำนวนอย่างน้อย 2 ชิ้น

CONTENT
PIC POST

จำนวนอย่างน้อย 15 ชิ้น

PHOTO
ALBUM

จำนวนอย่างน้อย 5 ชิ้น

VDO
SHORT
CLIP

จำนวนอย่างน้อย 5 ชิ้น

ALWAY-ON CONTENT จำนวนรวมทั้งหมด อย่างน้อย 25 ชิ้น

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

KEY VISUAL

พบกับ
ประชุม
ธุรกิจ ♥ เมืองไทย

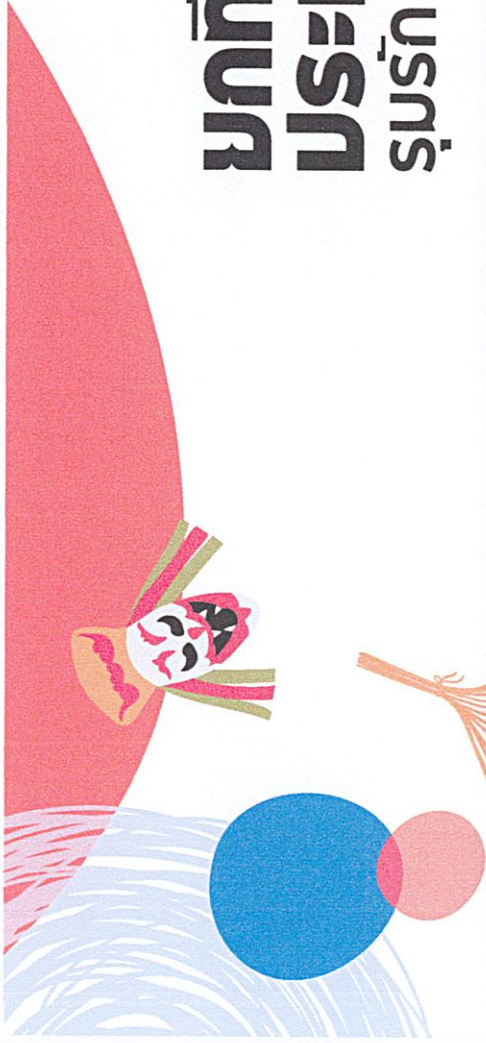
CAMPAIGN KEY VISUAL

ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ของการสื่อสารตามแบบกับปี 2567
เพื่ออำนวยความสะดวกของโครงการ

และปรับเปลี่ยนความสัญลักษณ์เพื่อแสดงความแตกต่างของปี



*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



กรมศิลปากร
กระทรวงวัฒนธรรม



TIMELINE AND ACTION PLAN



PRESENTED BY



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Chen

RECRUITMENT PLAN

บอกกัน
ประชุม
รูมรัก ♥ เมืองไทย

PHASE	ACTIVITIES	ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
		เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
ฤดูร้อน	กิจกรรมประจำเดือนเมษายน	500 คน								
	กิจกรรมประจำเดือนพฤษภาคม		500 คน							
	กิจกรรมประจำเดือนมิถุนายน			1,000 คน						
	Total		2,000 คน							
ฤดูฝน	กิจกรรมประจำเดือนกรกฎาคม				1,000 คน					
	กิจกรรมประจำเดือนสิงหาคม					1,250 คน				
	กิจกรรมประจำเดือนกันยายน						1,250 คน			
	Total					3,500 คน				
ฤดูหนาว	กิจกรรมประจำเดือนกรกฎาคม							1,000		
	กิจกรรมประจำเดือนสิงหาคม								1,000	
	กิจกรรมประจำเดือนกันยายน									500
	Total								2,500 คน	
Grand Total		8,000 คน								

TIMELINE

พบกับ
ประชุม
ธุรกิจ ♥ เมืองไทย

Q1 Q2 Q3 Q4
JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AUG SEP OCT NOV DEC

ขึ้นเสนอราคา นำเสนอ ประกาศผล
ทำสัญญา

6.1 ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนแนวคิดแคมเปญ และ แผนบริหารจัดการเกี่ยวกับแคมเปญ "ยกทีมประชุม ธุรกิจเมืองไทย" ที่สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 คนตลอด โครงการ โดยแผนบริหารจัดการและการสื่อสารต้องประกอบไปด้วยแคมเปญหลัก (Core Campaign) ซึ่งเป็นแกนหลักของ แคมเปญ แคมเปญรอง (Secondary Campaign) ที่สนับสนุนแคมเปญหลัก เช่น แคมเปญย่อย ในการ สนับสนุนการประชุมในแต่ละภูมิภาค และ แคมเปญเสริม (Supplemental Campaign) เพื่อตอบสนองต่อ สถานการณ์ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1.1 กำหนดและดำเนินการเกี่ยวกับกฎ กติกา และระบบการรับสมัคร (Rule & Regulation/Register Systems & Platform) ที่ผู้ให้บริการ (Seller/Supply) และผู้ใช้บริการ (Seller/Demand) ผ่านช่องทาง <https://www.yokteam.or.th>

6.1.2 นำเสนอแนวทางตัดสินใจ กรอบหลักเกณฑ์การพิจารณา ขั้นตอน เงื่อนไข วิธีการดำเนินการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญทั้งหมด และนำเสนอของรางวัล รวมถึงแผนการดำเนินการตามกลุ่มเป้าหมาย พร้อม Timeline จำนวน 1 แผนงาน หากมีการจัดการประกวดจะต้องนำเสนอ คัดเลือก และคณะกรรมการตัดสินการประกวด (ถ้ามี)

6.1.3 เป็นผู้รับผิดชอบ ในการจัดเตรียมรางวัลตลอดการดำเนินกิจกรรม และบริหารจัดการติดต่อ ประสานงานรวมถึงนำส่งไปยังผู้ได้รับรางวัล จำนวนอย่างน้อย 10 รางวัล (รวมมูลค่าอย่างน้อย 1,000,000 บาท) หมายเหตุ การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ผู้จ้างเสียประโยชน์ใดๆ

6.1.4 รวบรวมข้อมูลของผู้สมัคร ข้อมูลอื่นๆ ของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัคร และสรุปผล การดำเนินงาน และการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเป็นรายเดือน หรือตามที่ผู้จ้างกำหนด โดยส่งข้อมูล ผ่านช่องทางอีเมล

6.1.5 นำเสนอแผนการดำเนินการจัดการ ข้อคิดเห็น เทรนด์การตลาดใหม่ แนวทางการปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการดำเนินงาน โครงการ

6.2 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการงานประสานงาน ติดตาม เร่งรัด จัดการ และประเมินผลด้านข้อมูลและ จัดทำฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสารโครงการเพื่อให้เป็นไปตาม โครงการตามระยะเวลาที่กำหนด

6.2.1 จัดทำข้อมูลนำเสนอผลงานพร้อมรายงานความเคลื่อนไหวของ โครงการกิจกรรมต่างๆ รวมถึง สรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขหรือตามหัวข้อที่กำหนด ร่วมกับผู้จ้างในรูปแบบ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ให้ผู้จ้าง โดยกำหนดส่งภายในวันที่ 25 ของแต่ละ เดือน และรวบรวมเป็นรายงานสรุปจำนวน 1 ชุด ตลอดระยะเวลาดำเนินการ

6.2.2 เข้าร่วมประชุมหรือความคืบหน้าของ โครงการผ่านช่องทาง Online/Onsite ร่วมกับผู้จ้าง หรือตามที่ผู้จ้างเห็นสมควรตามสถานการณ์และเวลาที่เหมาะสม

6.2.3 บริหารจัดการ และประสานงานกับหน่วยงาน/องค์กรเพื่อเข้าร่วมเป็นพันธมิตรหลัก และ หน่วยงานพันธมิตรภาคเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพันธมิตรการตลาดออนไลน์สำหรับแคมเปญ "ยกทีมประชุม ธุรกิจเมืองไทย" เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของ โครงการ

6.2.4 ประสานงานและ/หรือปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ

*ข้อเสนอต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



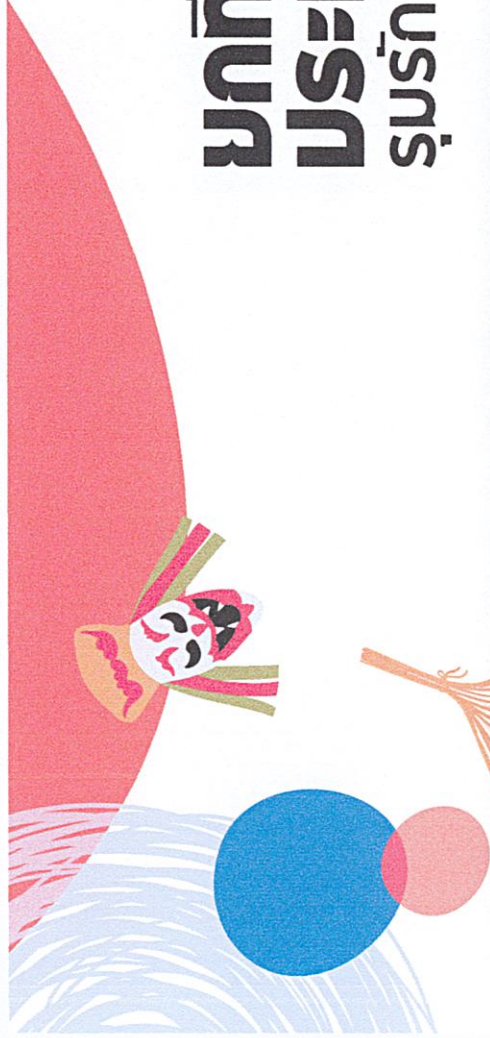
CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Chen

TIMELINE

	Q1	Q2	Q3	Q4								
	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
6.3 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์แบบแผน และแผนการทำตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ร่วมกับพันธมิตรการตลาดออนไลน์ จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่าน ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ได้จำนวนรวม 4,000,000 Reach/Impression โดยมีรายละเอียดดังนี้												
6.3.1 นำเสนอ key message และแผนการส่งเสริมโพสต์ (Boost Post) สำหรับการทำสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ จำนวน 1 แผน												
6.3.2 นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องสอดคล้องกับแคมเปญการตลาดในประเทศของผู้รับจ้างอย่างน้อย 15 เพจ/ช่องทาง												
6.3.3 จัดทำแผนการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา บริหารจัดการ และรับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของผู้รับจ้าง เช่น บนช่องทางเฟซบุ๊กเพจ "TCEB Domestic MICE", เว็บไซต์ของผู้รับจ้าง, Youtube, Twitter, Line และ TikTok เป็นต้น												
6.3.4 ดำเนินกิจกรรม ในช่องทางออนไลน์เพื่อการกระตุ้นมีส่วนร่วมจากผู้รับสื่อ (engagement) เช่น การเล่นเกม ตั้งคำถามแสดงรางวัล ของที่ระลึก อย่างน้อยเดือนละครั้ง ตลอดระยะเวลาดำเนิน โครงการ โดยรวมถึงการจัดการจัดหา นำเสนอของรางวัลสูง ใจและ จัดส่งถึงผู้ชนะรางวัล ในแต่ละกิจกรรม												
6.3.5 ส่งมอบ username และ password ทั้งหมดของแต่ละช่องทางสื่อที่ให้ผู้รับจ้างได้ใช้ประชาสัมพันธ์ในนามของผู้รับจ้างหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ในรูปแบบรายงาน												
6.4 จัดทำแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการ และบริหารจัดการการแนะนำและเผยแพร่ผ่านทางโทรศัพท์ ในช่องทาง Account Line Official (Telesales : after sales service) ดังรายละเอียดต่อไปนี้												
6.4.1 แนะนำแคมเปญ ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับความสนใจจากผู้รับจ้าง และที่สรรหาเพิ่มเติม												
6.4.2 แจ้งประชาสัมพันธ์ข่าวสารอัปเดตของ โครงการที่เกี่ยวข้อง												
6.4.3 บริการ ให้ข้อมูล ตอบคำถามผู้ให้ความสนใจที่ติดต่อสอบถาม												
6.4.4 กระตุ้น ให้เกิดการสมัครเข้าร่วม โครงการ												
6.4.5 รายงานผลการดำเนินการในรูปแบบไฟล์งานที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น Microsoft Excel/ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ตามที่ผู้รับจ้างกำหนดหรือเห็นชอบ โดยส่งมอบทางอีเมล												
6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร Production & Material												
6.5.1 จัดทำสื่อที่สื่อถึงประชาสัมพันธ์แคมเปญจำนวนไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 2 ชิ้นงาน												
6.5.2 จัดทำบทความการตลาดนำเสนอประเด็นต่างๆ ของกิจกรรม อาทิ บทความ โฆษณา (Advertorial), ข่าวประชาสัมพันธ์แคมเปญ, บทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร, ชุดข้อความแนะนำผู้บริหารแบบสั้น พร้อมออกแบบชิ้นงานภาพประกอบ (Executive Quote Banner), เป็นต้น สำหรับประชาสัมพันธ์ในช่องทาง ออนไลน์ และออฟไลน์ (เพจ TCEB Domestic MICE และเพจอื่นๆ) จำนวนอย่างน้อย 25 ชิ้นงาน โดยจัดทำ เป็นคลิปวิดีโอหรืออัลบั้มรูปอย่างน้อย 10 ชิ้นงานตลอดระยะเวลาโครงการ												
6.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำผู้รับผิดชอบหลักเพื่อบริหารจัดการแผนงานกิจกรรม จำนวน 1 คน มีประสบการณ์การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของ โครงการ โดยประจำอยู่ที่สำนักงานของผู้รับจ้าง												
6.7 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำแผนการส่งผลงานการดำเนิน โครงการเข้าประกวดของสถาบัน/หน่วยงานต่างๆ ที่เหมาะสมทั้งในประเทศและหรือต่างประเทศ โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปประวัติโครงการ ดำเนินโครงการในมิติต่างๆ และแผนการตอบของโครงการ เพื่อจัดส่งผลงานการดำเนินแคมเปญ "บทกับ ประชุม ฌีเอ็มไทย" เข้าประกวดชิงรางวัล ในรูปแบบไฟล์นำเสนอ ในรูปแบบ Microsoft PowerPoint/ โปรแกรม Canva ให้ผู้รับจ้าง (Presentation) และรูปแบบเอกสารอื่นที่จำเป็นต่อการส่งผลงานเข้าประกวด จำนวน 2 ชิ้นงาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)												

*ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



บริษัท
US-TH
สมรค์ ♥ เมจิลไทย



OPERATION AND CAMPAIGN MANAGEMENT



PRESENTED BY



Adm

CREATIVE
TALK
CO., LTD.

ORGANIZATION CHART

บทัน
ประชุม
มรภ. มอ.ไทย

Pre-Project

ส.ค. 67 - ก.พ. 68

สุวัจน์ ไตรมงคล

Business Development

ณัฐชนก สุกุลชัยวัฒน์

Account Executive

Campaign Strategy

จวีร์รณ คงโชคสมัย

Managing Director

Creative Strategy

สิริพงษ์ ศรีมาศเกษม

CEO & Founder

Project

ก.พ. - ส.ค. 68

Project Management

วรรณม ไชยวิศาล

Project Manager

*ผู้ประสานงานหลัก

วริศรา ประมวลญาติ

Project Admin

PR and Communication

ชญาณิศ จำปรัตน์

Editor in Chief

กิตติภาพ ปานลำเลิศ

Creative Content

Production

สุพัฒน์ กาสรศิริ

Producer

ดวงรัตน์ เปรมศรี

Co-Producer

ชนสรณ์ เวชสิทธิ์

Graphic Designer

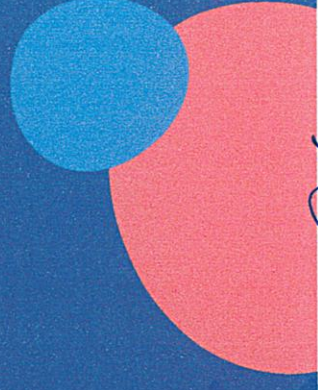
สามารถ สรหงษ์

Editor



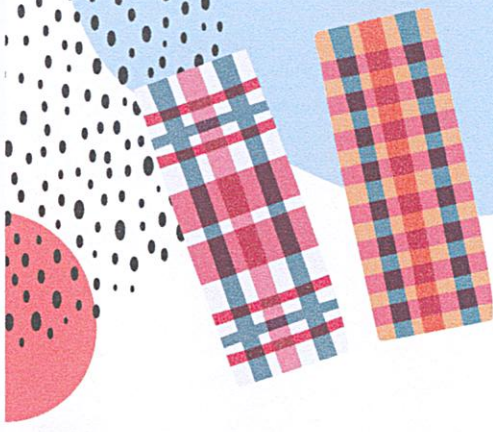
คุณสมบัติผู้ประสานงาน

- ติดต่อประสานภายในและภายนอกองค์กร
- ดูแลการทำงานของแต่ละภาคส่วนให้เสร็จตรงตามกำหนดเวลา และอยู่ในงบประมาณที่กำหนด
- จัดทำรายงานความคืบหน้าของโครงการ
- ติดต่อประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องหากมีปัญหาเกิดขึ้น
- ตรวจสอบคุณภาพของงานก่อนส่งมอบงาน





มกษ
มรณ
มรณ ♥ มรณ



THANK YOU

PRESENTED BY



CREATIVE
TALK

17.01.2568



CREATIVE
TALK
CO., LTD.

Chen



วันที่ 17 มกราคม 2568

เรื่อง ปรับลดราคา

เรียน คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง

ตามที่ บริษัท ครีเอทีฟทอล์ค จำกัด ได้เสนอราคาต่อ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โครงการแคมเปญประกวด ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทยประจำปี 2568 ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2568 เสนอราคาเป็นเงิน 3,999,981.00 บาท (สามล้านเก้าแสนเก้าหมื่นเก้าพันเก้าร้อยแปดสิบเอ็ดบาทถ้วน) แล้วนั้น

เนื่องจากบริษัทฯ ได้เป็นผู้ชนะการประกวดราคาในครั้งนี้ ทางบริษัทฯ ยินดีที่จะปรับลดราคาลงจำนวน 20,000 บาท (สองหมื่นบาทถ้วน) เมื่อปรับลดแล้วเป็น 3,978,581.00 บาท (สามล้านเก้าแสนเจ็ดหมื่นแปดพันห้าร้อยแปดสิบเอ็ดบาทถ้วน)

และขอมอบสิทธิพิเศษ บัตรเข้างานและพื้นที่แสดงงานในอีเวนต์ของบริษัท จำนวน 3 งาน ดังนี้

1. People Performance Conference จำนวน 10 ใบ มูลค่า 42,800 บาท
2. Creative Talk Conference จำนวน 10 ใบ มูลค่า 42,800 บาท
3. Marketing Insight & Technology Conference จำนวน 10 ใบ มูลค่า 42,800 บาท
4. พื้นที่แสดงงาน ขนาด 3x3 m หรือ 4x2 m ขนาดของพื้นที่ขึ้นอยู่กับแผนผังของผู้จัดงาน โดยผู้จัดงานจะแจ้งขนาดและตำแหน่งให้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน มูลค่า 155,150 บาท

มูลค่าสิทธิพิเศษ บัตรงานอีเวนต์และพื้นที่แสดงงาน รวมทั้งสิ้น จำนวน 283,550.00 บาท (สองแสนแปดหมื่นสามพันห้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

ทั้งนี้ บริษัทฯ ขอยื่นราคา 3,978,581.00 บาท (สามล้านเก้าแสนเจ็ดหมื่นแปดพันห้าร้อยแปดสิบเอ็ดบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ตามเอกสารฉบับนี้ ตั้งแต่วันที่ 17 มกราคม 2568 เป็นต้นไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวอุวรรณ คงโชคสมัย

บริษัท ครีเอทีฟทอล์ค จำกัด



ใบเสนอราคา

Quotation (ต้นฉบับ / original)



ลูกค้า / Customer สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (สำนักงานใหญ่)
ที่อยู่ / Address อาคารสยามพหุวรรณทาวเวอร์ ชั้นที่ 25,26 ห้อง A2,B1,B2 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง
ปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
เลขผู้เสียภาษี / Tax ID 0994000112165 E: -
ผู้ติดต่อ / Attention - T: -

เลขที่ / No. QO-20241200006
วันที่ / Issuer Date 17/01/2025
ใช้ได้ถึง / Valid 17/02/2025
อ้างอิง / Ref. -

ผู้ออก บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด (สำนักงานใหญ่)
Issuer เลขที่ 1240 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250

เลขผู้เสียภาษี / Tax ID 0105563105945
จัดเตรียมโดย / Prepared by Nutchanok Sakulchaipiwat
T: - E: -
W: -

รหัส ID No.	คำอธิบาย Description	จำนวน Quantity	หน่วย Unit	ราคาต่อหน่วย Unit Price	มูลค่าก่อนภาษี Pre-Tax Amount
P00023	แคมเปญ “ยกทีมประชุมรักเมืองไทย 2568” 1. ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนแนวคิดแคมเปญ และ แผนบริหารจัดการ เกี่ยวกับแคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่มรักเมืองไทย” ที่สามารถดึงดูดผู้ เข้าร่วมแคมเปญจำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 คนตลอดโครงการ โดยแผน บริหารจัดการและการสื่อสารต้องประกอบไปด้วยแคมเปญหลัก (Core Campaign) ซึ่งเป็นแกนหลักของแคมเปญ , แคมเปญรอง (Secondary Campaign) ที่สนับสนุนแคมเปญหลัก เช่น แคมเปญย่อยในการ สนับสนุนการประชุมในแต่ละภูมิภาค และ แคมเปญเสริม (Supplemental Campaign) เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่อาจมี การเปลี่ยนแปลง ดังรายละเอียดต่อไปนี้	1	งาน	1,200,000.00	1,200,000.00
P00023	1.1 กำหนดและดำเนินการเกี่ยวกับกฎ กติกา และระบบการรับสมัคร (Rule & Regulation/ Register Systems & Platform) ทั้งผู้ให้ บริการ (Seller/Supply) และผู้ใช้บริการ (Seller/Demand) ผ่านช่อง ทาง https://www.yokteam.or.th	1	งาน	0.00	0.00
P00023	1.2 นำเสนอแนวทางการตัดสินใจ กรอบหลักเกณฑ์การพิจารณา ขั้นตอน เงื่อนไข วิธีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญทั้งหมด และนำ เสนอของรางวัล รวมถึงแผนการดำเนินการตามกลุ่มเป้าหมายพร้อม Timeline จำนวน 1 แผนงาน หากมีการจัดการประกวดจะต้องนำ เสนอ คัดเลือก และประสาน	1	งาน	0.00	0.00
P00023	1.3 เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเตรียมรางวัลตลอดการดำเนินงาน และบริหารจัดการติดต่อประสานงานรวมถึงนำเสนอไปยังผู้ที่ได้รับรางวัล จำนวนอย่างน้อย 10 รางวัล (รวมมูลค่าอย่างน้อย 1,000,000 บาท) หมายเหตุ การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ทำให้ผู้ว่าจ้างเสียประโยชน์ โดยเด็ดขาด	1	งาน	0.00	0.00
P00023	1.4 รวบรวมข้อมูลของผู้สมัคร ข้อมูลอื่นๆ ของโครงการที่เกี่ยวข้องกับ การรับสมัคร และสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมการวิเคราะห์ประมวล ผลข้อมูลเป็นรายเดือน หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยส่งข้อมูลผ่าน ช่องทางอีเมล	1	งาน	0.00	0.00

ใบเสนอราคา
Quotation (ต้นฉบับ / original)



ลูกค้า / Customer	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (สำนักงานใหญ่)	เลขที่ /No.	QO-20241200006
ที่อยู่ / Address	อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 25,26 ห้อง A2,B1,B2 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง ปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330	วันที่ /Issue	17/01/2025
เลขผู้เสียภาษี / Tax ID	0994000112165 E: -	ใช้ได้ถึง/Valid	17/02/2025
ผู้ติดต่อ / Attention	- T: -	อ้างอิง / Ref.	-

ผู้ออก issuer	บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 1240 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250	เลขผู้เสียภาษี /Tax ID	0105563105945
		จัดเตรียมโดย / Prepared by	Nutchanok Sakulchaipiwat
		T: -	E: -
		W: -	

รหัส ID No.	คำอธิบาย Description	จำนวน Quantity	หน่วย Unit	ราคาต่อหน่วย Unit Price	มูลค่าก่อนภาษี Pre-Tax Amount
P00023	1.5 นำเสนอแผนการดำเนินการ ข้อคิดเห็น เทรนด์การตลาดใหม่ แนวทางการปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับ การดำเนินงานโครงการ	1	งาน	0.00	0.00
P00023	2 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการงานประสานงาน ติดตาม เร่งรัด จัดการ และ ประเมินผลด้านข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงเอกสาร โครงการเพื่อให้เป็นไปตามโครงการตามระยะเวลาที่กำหนด	1	งาน	0.00	0.00
P00023	2.1 จัดทำข้อมูลนำเสนองานพร้อมรายงานความเคลื่อนไหวของ โครงการ/กิจกรรมต่างๆ รวมถึงสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขหรือตามหัวข้อที่กำหนด ร่วมกับผู้ว่าจ้างในรูปแบบ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง โดยกำหนดส่งภายในวันที่ 25 ของแต่ละเดือน และรวบรวมเป็น รายงานสรุปจำนวน 1 ชุด ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ	1	งาน	40,000.00	40,000.00
P00023	2.2 เข้าร่วมประชุมหรือความคืบหน้าของโครงการผ่านช่องทาง Online/Onsite ร่วมกับผู้ว่าจ้าง หรือตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นสมควรตาม สถานการณ์และวันเวลาที่เหมาะสม	1	งาน	0.00	0.00
P00023	2.3 บริหารจัดการ และประสานงานกับหน่วยงาน/องค์กรเพื่อเข้าร่วม เป็นพันธมิตรหลัก และหน่วยงานพันธมิตรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพันธมิตรการตลาดออนไลน์สำหรับแคมเปญ “ยกทีมประชุม ร่ม รักเมืองไทย” เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของโครงการ	1	งาน	0.00	0.00
P00023	2.4 ประสานงานและ/หรือปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายที่ เกี่ยวข้องกับโครงการ	1	งาน	0.00	0.00
P00023	3 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ และแผนการ ทำการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Marketing) ร่วมกับ พันธมิตรการตลาดออนไลน์ จำนวน 1 แผน เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่อง ทางออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ได้จำนวนรวม 4,000,000 Reach/Impression โดยมี รายละเอียดดังนี้	1	งาน	718,300.00	718,300.00

ใบเสนอราคา

Quotation (ต้นฉบับ / original)



ลูกค้า / Customer สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (สำนักงานใหญ่)
ที่อยู่ / Address อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 25,26 ห้อง A2,B1,B2 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง
ปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
เลขผู้เสียภาษี / Tax ID 0994000112165 E: -
ผู้ติดต่อ / Attention - T: -

เลขที่ /No. QO-20241200006
วันที่ /Issue 17/01/2025
ใช้ได้ถึง/Valid 17/02/2025
อ้างอิง / Ref. -

ผู้ออก บริษัท ครีเอทีฟทอล์ค จำกัด (สำนักงานใหญ่)
issuer เลขที่ 1240 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250

เลขผู้เสียภาษี /Tax ID 0105563105945
จัดเตรียมโดย / Prepared by Nutchanok Sakulchaiwiat
T: - E: -
W: -

รหัส ID No.	คำอธิบาย Description	จำนวน Quantity	หน่วย Unit	ราคาต่อหน่วย Unit Price	มูลค่าก่อนภาษี Pre-Tax Amount
P00023	3.1 นำเสนอ key message และแผนการส่งเสริมโพสต์ (Boost Post) สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ จำนวน 1 แผน	1	งาน	0.00	0.00
P00023	3.2 นำเสนอแผนการซื้อสื่อโฆษณาในช่องทางโซเชียลมีเดีย และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องสอดคล้องกับแคมเปญการตลาดในประเทศของผู้ว่าจ้างอย่างน้อย 15 เพจ/ช่องทาง	1	งาน	300,000.00	300,000.00
P00023	3.3 จัดทำแผนการสื่อสาร ออกแบบเนื้อหา บริหารจัดการ และรับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ รวมถึงผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง เช่น บนช่องทางเพชบุรีเพจ "TCEB Domestic MICE", เว็บไซต์ของผู้ว่าจ้าง, Youtube, Twitter, Line และ TikTok เป็นต้น	1	งาน	300,000.00	300,000.00
P00023	3.4 ดำเนินกิจกรรมออนไลน์เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้รับ (engagement) เช่น การเล่นเกม ตั้งคำถามแจกของรางวัล ของที่ระลึก อย่างน้อย เดือนละครั้ง ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยรวมถึงการจัดหา นำเสนอของรางวัลจูงใจและ จัดส่งถึงผู้ชนะรางวัลในแต่ละกิจกรรม	1	งาน	0.00	0.00
P00023	3.5 ส่งมอบ username และ password ทั้งหมดของแต่ละช่องทางการสื่อสารที่ได้ใช้ประชาสัมพันธ์ในนามของผู้ว่าจ้างหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม	1	งาน	0.00	0.00
P00023	"4 จัดทำแผนการสรรหาผู้เข้าร่วมโครงการ และบริหารจัดการการแนะนำแคมเปญผ่านทางโทรศัพท์ในช่องทาง Account Line Official (Telesales : after sales service) ดังรายละเอียดต่อไปนี้ - แนะนำแคมเปญให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งที่ได้รับข้อมูลจากผู้ว่าจ้างและที่สรรหาเพิ่มเติม - แจ้งประชาสัมพันธ์ข่าวสารอัปเดตของโครงการที่เกี่ยวข้อง - บริการให้ข้อมูล ตอบคำถามผู้ให้ความสนใจที่ติดต่อสอบถาม - กระตุ้นให้เกิดการสมัครเข้าร่วมโครงการ - รายงานผลการดำเนินการในรูปแบบไฟล์งานที่เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น Microsoft Excel/ Microsoft PowerPoint หรือ โปรแกรม Canva ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดหรือเห็นชอบ	1	งาน	40,000.00	40,000.00

ใบเสนอราคา
Quotation (ต้นฉบับ / original)



ลูกค้า / Customer	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (สำนักงานใหญ่)	เลขที่ /No.	QO-20241200006
ที่อยู่ / Address	อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 25,26 ห้อง A2,B1,B2 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง ปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330	วันที่ /Issue	17/01/2025
เลขผู้เสียภาษี / Tax ID	0994000112165 E: -	ใช้ได้ถึง/Valid	17/02/2025
ผู้ติดต่อ / Attention	- T: -	อ้างอิง / Ref.	-

ผู้ออก issuer	บริษัท ครีเอทีฟทอล์ค จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 1240 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250	เลขผู้เสียภาษี /Tax ID	0105563105945
		จัดเตรียมโดย / Prepared by	Nutchanok Sakulchaiwiat
		T: -	E: -
		W: -	

รหัส ID No.	คำอธิบาย Description	จำนวน Quantity	หน่วย Unit	ราคาต่อหน่วย Unit Price	มูลค่าก่อนภาษี Pre-Tax Amount
P00023	5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร Production & Material	1	งาน	0.00	0.00
P00023	5.1 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์แคมเปญจำนวนไม่เกิน 2 นาที อย่างน้อย 2 ชิ้นงาน	1	งาน	100,000.00	100,000.00
P00023	5.2 จัดทำบทความการตลาดนำเสนอประเด็นต่างๆ ของกิจกรรม อาทิ บทความโฆษณา (Advertorial), ข่าวประชาสัมพันธ์แคมเปญ, บทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร, ชุดข้อความมุมมองผู้บริหารแบบสั้นพร้อม ออกแบบชิ้นงานภาพประกอบ (Executive Quote Banner), เป็นต้น สำหรับประชาสัมพันธ์ในช่องทาง ออนไลน์ และออฟไลน์ (เพจ TCEB Domestic MICE และเพจอื่นๆ) จำนวนอย่างน้อย 25 ชิ้นงาน โดยจัดทำเป็นคลิปรีดิโอ อัลบั้มรูปอย่าง น้อย 10 ชิ้นงานตลอดระยะเวลากิจกรรม	1	งาน	250,000.00	250,000.00
P00025	6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้รับผิดชอบหลักเพื่อบริหารจัดการแผนงาน/ กิจกรรม จำนวน 1 คน มีประสบการณ์การบริหารจัดการกิจกรรมส่งเสริม การตลาดและประชาสัมพันธ์ และงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยประจำอยู่ที่สำนักงานของผู้รับจ้าง	1	ทีม	750,000.00	750,000.00
P00023	7 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำแผนการส่งผลงานการดำเนิน โครงการเข้าประกวดของสถาบัน/หน่วยงานต่างๆที่เหมาะสมทั้งใน ประเทศและ/หรือต่างประเทศ โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปประโยชน์ จากการดำเนินโครงการในมิติต่างๆ และแผนการต่อยอดของโครงการ เพื่อจัดส่งผลงานการดำเนินแคมเปญ “ยกทีมประชุมรักเมืองไทย” เข้าประกวดชิงรางวัล ในรูปแบบไฟล์นำเสนอ ในรูปแบบ Microsoft PowerPoint/โปรแกรม Canva ให้ผู้ว่าจ้าง (Presentation) และรูปแบบ เอกสารอื่นที่จำเป็นต่อการส่งผลงานเข้าประกวด จำนวน 1 ชิ้น งาน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)	1	งาน	40,000.00	40,000.00

ใบเสนอราคา

Quotation (ต้นฉบับ / original)



ลูกค้า / Customer สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (สำนักงานใหญ่)
ที่อยู่ / Address อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 25,26 ห้อง A2,B1,B2 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง
ปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
เลขผู้เสียภาษี / Tax ID 0994000112165 E: -
ผู้ติดต่อ / Attention - T: -

เลขที่ /No. QO-20241200006
วันที่ /Issue 17/01/2025
ใช้ได้ถึง /Valid 17/02/2025
อ้างอิง / Ref. -

ผู้ออก บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด (สำนักงานใหญ่)
issuer เลขที่ 1240 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250
เลขผู้เสียภาษี /Tax ID 0105563105945
จัดเตรียมโดย / Prepared by Nutchanok Sakulchaiwat
T: - E: -
W: -

หมายเหตุ / Remarks	ส่วนลด (บาท) / Discount	20,000.00
	ราคาสุทธิสินค้าที่เสียภาษี (บาท) / Pre-VAT Amount	3,718,300.00
	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (บาท) / VAT	260,281.00
	จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น (บาท) / Grand Total	3,978,581.00
	จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น สามล้านเก้าแสนเจ็ดหมื่นแปดพันห้าร้อยแปดสิบเอ็ดบาทถ้วน	

การชำระเงิน / Payment

ธนาคาร	ชื่อบัญชี	เลขที่บัญชี
• กสิกรไทย	Creative Talk Co.Ltd.	074-1-636387
• กสิกรไทย	บริษัท ศรีเอทีฟทอล์ค จำกัด	074-1-63638-7

อนุมัติโดย / Approved by

วันที่ / Date 17/01/2025

ยอมรับใบเสนอราคา /

Accepted by

วันที่ / Date

หน้า 5/5

