



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมพัฒนากลยุทธ์และผลิตรายเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สำหรับในและต่างประเทศ -
การสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างกิจกรรมพัฒนากลยุทธ์และผลิตรายเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สำหรับในและต่างประเทศ - การสร้างความเชื่อมั่น
อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคา
ครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๙๘๒,๑๕๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านเก้าแสนแปดหมื่นสองพันหนึ่งร้อยห้าสิบบาทถ้วน) จำนวน ๑
รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่น
ข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๓๐
กรกฎาคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศ
จนถึงวันเสนอราคา

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่
๐๗๓/๒๕๖๘ ลงวันที่ ๒๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่
วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.buinesseventsthailand.com หรือ
www.gprocurement.go.th ทั้งนี้ หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับขอบเขตของงาน โปรดสอบถาม
มายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
dilakar_t@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด ภายในวันที่ ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๘ ในเวลาราชการ
โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์
www.buinesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๘

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่น
เข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ในวันจันทร์ ที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบ
อีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ประกาศ ณ วันที่ ๒๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายสรายุโรจน์ สุทัศน์ชูโต)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ. สสปน.

8825 8.0.1.5	
นาย/นาง/นางสาว	☐
นาย/นาง/นางสาว	☐
นาย/นาง/นางสาว	☒
นาย/นาง/นางสาว	☐
นาย/นาง/นางสาว	☐

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

๑. ชื่อโครงการ พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์

๒. ชื่อกิจกรรม พัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สำหรับในและต่างประเทศ - การสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีพันธกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดงานเชิงธุรกิจ ครอบคลุมทั้งการจัดประชุม องค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ หรือที่เรียกว่า อุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการจัดงานและกิจกรรมพิเศษทุกรูปแบบ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ระดับนานาชาติด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า พร้อมทั้งขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของไมซ์คุณภาพ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จึงเป็นอีกหนึ่งภารกิจที่สำคัญขององค์กร ที่ต้องเร่งดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารศักยภาพความพร้อม และ Soft Power ของประเทศไทยในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลกตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการเดินทางที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ พร้อมทั้งยกระดับประสบการณ์การเดินทาง เสริมสร้างความเข้มแข็งให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน สอดรับกับนโยบายรัฐบาลระยะยาวที่มุ่งเน้นการ สร้างรายได้ สร้างโอกาส และการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ประกอบกับบทบาท ทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินงานของ สสปน. รวมถึงกลยุทธ์ TCEB GO มีความสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างโอกาสให้กับประเทศ ผลักดันการสร้างระบบนิเวศของประเทศไปสู่การเป็น High Value-Added Destination ที่สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ

๕. วัตถุประสงค์

- ๕.๑ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านการจัดงานในทุกภูมิภาค กระจายรายได้ไปยังทุกภาคส่วนในประเทศไทยตามนโยบายรัฐบาล
- ๕.๒ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาท หน้าที่ พันธกิจขององค์กร และความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยทั้งในและต่างประเทศ
- ๕.๓ เพื่อพัฒนาตลาดแบรนด์ไมซ์ไทยในระดับประเทศและนานาชาติ

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องทำความเข้าใจรายละเอียดวัตถุประสงค์โครงการ และรวบรวมข้อมูลทั้งภายในและภายนอก อาทิ สถานการณ์เศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ แนวโน้มเศรษฐกิจ ทิศทางการดำเนินงานดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ นโยบายรัฐบาล แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ ทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของ สสพ. ข้อมูลการวิจัยของ สสพ. ต่างๆ อาทิ โครงการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการคาดการณ์เชิงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเดินทางไมซ์ (MICE Foresight) โครงการศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยประจำปี ๒๕๖๗ โครงการสำรวจศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยประจำปี ๒๕๖๗ (Top of Mind 2024) รายงานการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์โดยการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ (Brand Health Check 2021) โครงการสร้างความเชื่อมั่นภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางไมซ์คุณภาพสูง รวมทั้งทำความเข้าใจแคมเปญการสื่อสารของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซียฮ่องกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน และประเทศชั้นนำในทวีปอื่นๆ เช่น เยอรมัน อังกฤษ สเปน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ

AVJ

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศและ/หรือในประเทศพร้อมนำเสนอแคมเปญการสื่อสาร (Communications campaign) แนวความคิดหลัก (Concept) และข้อมูลสนับสนุน (RTB) จำนวน ๑ แผนงาน

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด และข้อความหลัก (Key message) สำหรับแคมเปญการสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และเจาะรายอุตสาหกรรม (อุตสาหกรรมการจัดประชุมและสัมมนา (Meetings & Incentives) อุตสาหกรรมการประชุมสมาคม (Conventions) อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Exhibitions) และงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Mega Events))

๖.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ (Creative concept and design) ให้กับแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยนำเสนอรายละเอียดงานครีเอทีฟ เช่น ภาพหลัก (Key visual) และข้อความ (Copy) พร้อมทั้ง Mood & Tone เป็นต้น

๖.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำชิ้นงานสื่อ สำหรับแคมเปญสื่อสารตามข้อ ๖.๒ สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศและ/หรือในประเทศ ประกอบไปด้วย

๖.๕.๑ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานสื่อสารหลัก (Key Visual) จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๖.๕.๒ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๘ สำหรับชิ้นงานโฆษณาหลัก Thematic Print Ad ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ในรูปแบบแนวดิ่งและแนวนอน

๖.๕.๓ ออกแบบและจัดทำพรีเซนเทชันแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตรายการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ตามทิศทางกลยุทธ์อุตสาหกรรมไมซ์ พร้อมข้อความและรูปภาพประกอบ สำหรับการสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๘ ในรูปแบบ Powerpoint Presentation ภาษาไทย จำนวน ๑ ชิ้นงาน และภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๖.๖ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบไฟล์ดิบการดำเนินงาน ไฟล์ต้นฉบับ ไฟล์ source ข้อมูล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิกประกอบต่างๆ สำหรับทั้งโครงการ ให้แก่ สสพ. โดยเป็นลิขสิทธิ์ของ สสพ. ที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและจัดทำชิ้นงานด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล โดยครอบคลุมลิขสิทธิ์การออกสื่อสารทั่วโลก รองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆ ของ สสพ. และ สามารถใช้ได้ในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงสามารถให้ทาง สสพ. นำไปใช้ได้

๖.๘ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดหาผู้ประสานงานประจำ เพื่อดำเนินงานร่วมกับทาง สสพ. อย่างน้อย ๑ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและสามารถติดต่อประสานงานตลอดทั้งโครงการ

๖.๙ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของ สสพ. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๐ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ตามข้อ ๖.๒ – ๖.๖ ข้อมูลบันทึกลง External Drive จำนวน ๒ ชุด

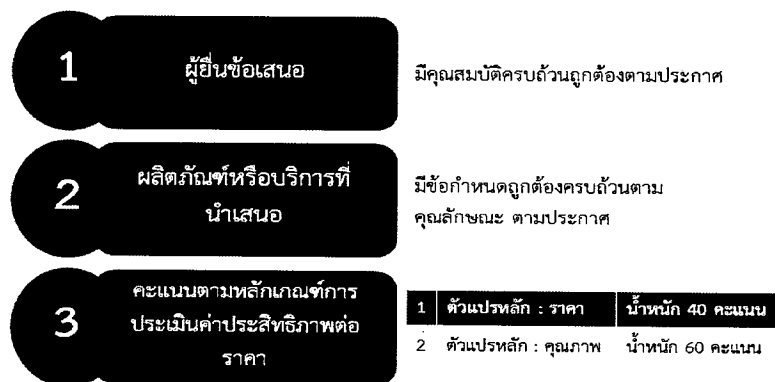
๖. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

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

๗. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร ๒ แปร		น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรที่ ๑	การพิจารณาด้านราคา	๔๐
ตัวแปรที่ ๒	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	๖๐
รวม		๑๐๐

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอแนะด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนนของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

ตัวแปร	การพิจารณา/น้ำหนักคะแนน																								
ตัวแปรรองที่ ๑	การวางแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ (๓๐ คะแนน) ๑.๑) พิจารณาจากวิธีการนำเสนอแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ตามขอบเขตงานข้อ ๖.๒ โดยให้บรรล่วัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้ (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อทั้งโครงการ</td><td>๐</td></tr> <tr> <td>แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๔</td><td>๕</td></tr> <tr> <td>แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๓</td><td>๖</td></tr> <tr> <td>แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๒</td><td>๘</td></tr> <tr> <td>แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑</td><td>๑๐</td></tr> </tbody> </table> ๑.๒) พิจารณาจากการวางแผนดำเนินงานทั้งโครงการ ตามขอบเขตงานข้อ ๖.๒ โดยให้บรรล่วัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้ (๒๐ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งโครงการ</td><td>๐</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๔</td><td>๕</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๓</td><td>๑๐</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๒</td><td>๑๕</td></tr> <tr> <td>แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑</td><td>๒๐</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อทั้งโครงการ	๐	แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๔	๕	แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๓	๖	แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๒	๘	แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑	๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งโครงการ	๐	แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๔	๕	แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๓	๑๐	แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๒	๑๕	แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑	๒๐
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีการนำเสนอแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อทั้งโครงการ	๐																								
แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๔	๕																								
แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๓	๖																								
แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๒	๘																								
แผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑	๑๐																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งโครงการ	๐																								
แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๔	๕																								
แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๓	๑๐																								
แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๒	๑๕																								
แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑	๒๐																								

ตัวแปรรองที่ ๒	ความคิดสร้างสรรค์ (๓๐ คะแนน) ๒.๑) พิจารณาจากการนำเสนอแคมเปญสื่อสาร (Communication Campaign) และข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ชัดเจน โดดเด่น เหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ (๑๐ คะแนน) <table border="1" data-bbox="440 495 1406 1010"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก</td><td>๐</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๔</td><td>๕</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๓</td><td>๖</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๒</td><td>๘</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๑</td><td>๑๐</td></tr> </tbody> </table> ๒.๒) พิจารณาจากรูปแบบการนำเสนอและจัดทำชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ (Creative concept and design) ให้กับแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เหมาะสม เป็นสากล (๒๐ คะแนน) <table border="1" data-bbox="440 1211 1406 1514"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์</td><td>๐</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๔</td><td>๑-๕</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๓</td><td>๖-๑๐</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๒</td><td>๑๑-๑๕</td></tr> <tr> <td>บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๑</td><td>๑๖-๒๐</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก	๐	บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๔	๕	บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๓	๖	บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๒	๘	บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๑	๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์	๐	บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๔	๑-๕	บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๓	๖-๑๐	บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๒	๑๑-๑๕	บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๑	๑๖-๒๐
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีการนำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก	๐																								
บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๔	๕																								
บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๓	๖																								
บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๒	๘																								
บริษัทที่นำเสนอแคมเปญสื่อสารและข้อความหลัก ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และชัดเจนในการสื่อสารได้ดีเป็นอันดับที่ ๑	๑๐																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีการนำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์	๐																								
บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๔	๑-๕																								
บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๓	๖-๑๐																								
บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๒	๑๑-๑๕																								
บริษัทที่นำเสนอชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ได้ดีเป็นอันดับที่ ๑	๑๖-๒๐																								
ตัวแปรรองที่ ๓	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและพันธกิจของ สสพ. และอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (๒๐ คะแนน) ๓.๑) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและพันธกิจของ สสพ. (๑๐ คะแนน) <table border="1" data-bbox="440 1682 1406 1935"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ.</td><td>๐</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อยที่สุด</td><td>๒</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อย</td><td>๔</td></tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. ปานกลาง</td><td>๖</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ.	๐	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อยที่สุด	๒	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อย	๔	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. ปานกลาง	๖														
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ.	๐																								
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อยที่สุด	๒																								
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. น้อย	๔																								
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสพ. ปานกลาง	๖																								

	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. มาก	๘
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจของ สสป. มากที่สุด	๑๐
๓.๒) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (๑๐ คะแนน)		
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	๐
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์น้อยที่สุด	๒
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์น้อย	๔
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ปานกลาง	๖
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มาก	๘
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มากที่สุด	๑๐
ตัวแปรตอนที่ ๔	ความพร้อมและประสบการณ์ (๒๐ คะแนน) พิจารณาจากความพร้อมและประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ อาทิ การพัฒนากลยุทธ์ การจัดทำแคมเปญ การออกแบบชิ้นงานการสื่อสาร หากเคยมีประสบการณ์ในการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ และอุตสาหกรรมไมซ์จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ โดยแสดงหลักฐานเป็นหนังสือรับรองผลงาน (๒๐ คะแนน) ๔.๑) พิจารณาจากประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ (๑๐ คะแนน)	
	ความหมาย	ระดับคะแนน
	ไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ	๐
	มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ	๑-๒
	มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ๑-๒ โครงการ มีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ	๓-๔
	มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ๑-๒ โครงการ มีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๕-๖

	มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป มีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ	๗-๘
	มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป มีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	๙-๑๐
๔.๒) พิจารณาจากประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในต่างประเทศ (๑๐ คะแนน)		
ความหมาย		ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์		๐
มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในต่างประเทศ		๑-๒
มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในต่างประเทศ ๑-๒ โครงการ มีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ		๓-๔
มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในต่างประเทศ ๑-๒ โครงการ มีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์		๕-๖
มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในต่างประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป มีประสบการณ์การทำงานให้หน่วยงานราชการ		๗-๘
มีประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนากลยุทธ์และการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในต่างประเทศ ๓ โครงการขึ้นไป และมีประสบการณ์การทำงานให้ทั้งหน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์		๙-๑๐

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอทางเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไปจึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

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

๘.๔ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ตัวแปรรองที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๘.๕ ในกรณีที่ผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคามากกว่า ๓ รายขึ้นไป สสพ. จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคตามที่แนบมาในระบบ e-GP เป็นอันดับแรก จากนั้นอาจพิจารณาเลือกผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคาที่ได้คะแนนสูงสุด ๓ อันดับแรก เสนอข้อเสนอทางเทคนิค (Present) ตามความเหมาะสมอีกครั้ง หรืออาจพิจารณาเลือกผู้ชนะจากเอกสารในคราวนั้นเลยขึ้นกับความเหมาะสม

๘. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๙. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรูปเล่มรายงานแผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานข้อ ๖.๒ จำนวน ๒ เล่ม และในรูปแบบ Soft File พร้อมบันทึกลงใน Thumb Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานครบทั้งโครงการและส่งมอบงานทั้งหมดตามข้อ ๖ บันทึกลงใน External Drive จำนวน ๒ ชุด และรูปเล่มรายงานจำนวน ๒ เล่ม	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๒ งวดดังนี้

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

๑๑.๒ งวดที่ ๒ สสพ. กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๘๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทาง สสพ. จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อาการแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่ออาการแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอาการแสดมภ์ ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

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

๑๕. การยกเลิก

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

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสพ. ที่

ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน. และ สสปน. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของ ชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของ สสปน. ผู้รับจ้างต้องรักษา ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูล ส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือ เงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสปน. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อ ทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่าย ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสปน. ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วง งานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สสปน. แล้ว การที่ สสปน. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วน ดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้อง รับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุก ประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ สสปน. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิ สสปน. ในการ บอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้าน การตัดสินของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการ คัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้อง ได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน

๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.

๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

- ชื่อผู้ติดต่อ : ๑. นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา
ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
Email: somkamon_r@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๕๖
๒. นางสาวดิลกา ต้นประสาทปริญญา
ผู้จัดการ ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
Email: dilakar_t@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๑๒



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑.	ชื่อโครงการ	กิจกรรมพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สำหรับในและต่างประเทศ – การสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		๒,๐๐๐,๐๐๐	บาท
๓.	วันที่กำหนดราคากลาง	๐๓/๐๗/๒๕๖๘	เป็นเงิน ๑,๙๘๒,๑๕๐.๐๐	บาท
(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)				

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

๓.๑	ผู้รับจ้างจะต้องทำความเข้าใจรายละเอียดวัตถุประสงค์โครงการ และรวบรวมข้อมูลทั้งภายในและภายนอก อาทิ สถานการณ์เศรษฐกิจโลกและภายในประเทศ แนวโน้มเศรษฐกิจ ทิศทางการดำเนินงานดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ นโยบายรัฐบาล แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ ทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของ สสพ. ข้อมูลการวิจัยของ สสพ. ต่างๆ อาทิ โครงการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการคาดการณ์เชิงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเดินทางไมซ์ (MICE Foresight) โครงการศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยประจำปี ๒๕๖๗ โครงการสำรวจศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยประจำปี ๒๕๖๗ (Top of Mind 2024) รายงานการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์โดยการตรวจสอบสุขภาพแบรนด์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ (Brand Health Check 2021) โครงการสร้างความเชื่อมั่นภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางไมซ์คุณภาพสูง รวมทั้งทำความเข้าใจแคมเปญการสื่อสารของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน และประเทศชั้นนำในทวีปอื่นๆ เช่น เยอรมัน อังกฤษ สเปน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานทั้งโครงการ	๑,๙๘๒,๑๕๐.๐๐	บาท
-----	---	--------------	-----

- ๓.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศและ/หรือในประเทศพร้อมนำเสนอแคมเปญการสื่อสาร (Communications campaign) แนวความคิดหลัก (Concept) และข้อมูลสนับสนุน (RTB) จำนวน ๑ แผนงาน
- ๓.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด และข้อความหลัก (Key message) สำหรับแคมเปญการสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และเจาะรายอุตสาหกรรม (อุตสาหกรรมการจัดประชุมและสัมมนา (Meetings & Incentives) อุตสาหกรรมการประชุมสมาคม (Conventions) อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า (Exhibitions) และงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Mega Events))
- ๓.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอและจัดทำชิ้นงานแนวความคิดสร้างสรรค์ (Creative concept and design) ให้กับแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยนำเสนอรายละเอียดงานครีเอทีฟ เช่น ภาพหลัก (Key visual) และข้อความ (Copy) พร้อมทั้ง Mood & Tone เป็นต้น
- ๓.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำชิ้นงานสื่อ สำหรับแคมเปญสื่อสารตามข้อ ๖.๒ สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศและ/หรือในประเทศประกอบไปด้วย
- ๓.๕.๑ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานสื่อสารหลัก (Key Visual) จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- ๓.๕.๒ ออกแบบและจัดทำชิ้นงานโฆษณาแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๘ สำหรับชิ้นงานโฆษณาหลัก Thematic Print Ad ภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ในรูปแบบแนวตั้งและแนวนอน
- ๓.๕.๓ ออกแบบและจัดทำพรีเซนเทชันแผนพัฒนากลยุทธ์และผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ตามทิศทางการกลยุทธ์อุตสาหกรรมไมซ์ พร้อมข้อความและรูปภาพประกอบ สำหรับการสื่อสารแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประจำปี ๒๕๖๘ ในรูปแบบ Powerpoint Presentation ภาษาไทย จำนวน ๑ ชิ้นงาน และภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- ๓.๖ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบไฟล์ดิบการดำเนินงาน ไฟล์ต้นฉบับ ไฟล์ source ข้อมูล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิกประกอบต่างๆ สำหรับทั้งโครงการให้แก่ สสปน. โดยเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน. ที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้

- ๓.๗ ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและจัดทำขึ้นงานด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล โดยครอบคลุมลิขสิทธิ์การออกสื่อสารทั่วโลก รองรับ การนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆ ของ สสพ. และ สามารถใช้ได้ ในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงสามารถให้ทาง สสพ. นำไปใช้ ต่อได้
- ๓.๘ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดหาผู้ประสานงานประจำ เพื่อดำเนินงาน ร่วมกับทาง สสพ. อย่างน้อย ๑ คน เพื่ออำนวยความสะดวกและ สามารถติดต่อประสานงานตลอดทั้งโครงการ
- ๓.๙ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของ สสพ. ให้เจ้าของข้อมูล ส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- ๓.๑๐ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับ การประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวเนื่องกับการ ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- ๓.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปการทำงานตลอดทั้งโครงการเป็น รูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ตามข้อ ๖.๒ – ๖.๖ ข้อมูลบันทึกลง External Drive จำนวน ๒ ชุด

๔. แหล่งที่มีของราคากลาง

- ๔.๑ บริษัท เดอะ เทนดเชทเทอร์ จำกัด
- ๔.๒ บริษัท แบงค์คอก โรเตอร์ แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด
- ๔.๓ บริษัท มีเดีย โซน เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา

หมายเหตุ ราคานี้เป็นราคาที่รวม VAT 7%