



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อสร้างการรับรู้และความ
เข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสปน.
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และ
การบริการ สสปน. ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้ง
นี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๘๒๔,๘๐๐.๐๐ บาท (สองล้านแปดแสนสองหมื่นสี่พันแปดร้อยบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่น
ข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑ ธันวาคม
๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวัน
เสนอราคา

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่
๐๙๔/๒๕๖๘ ลงวันที่ ๒๑ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้
ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.buinesseventsthailand.com หรือ
www.gprocurement.go.th ทั้งนี้ หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับขอบเขตของงาน โปรดสอบถาม
มายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
kwanchanok_o@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด ภายในวันที่ ๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ ใน
เวลาราชการ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่าน
ทางเว็บไซต์ www.buinesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๖ พฤศจิกายน
๒๕๖๘

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่น
เข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒๕ ในวันจันทร์ที่ ๘ ธันวาคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภาย
หลังกทางอีเมลผู้ประสานงาน

ประกาศ ณ วันที่ ๒๑ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายสรายุโรจน์ สุทัศน์ชูโต)

รองผู้อำนวยการ สสปน.

รักษาการแทนผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

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

๑. ชื่อโครงการ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๒. ชื่อกิจกรรม กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสบน.

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๖๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านหกแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสบน. เป็นหน่วยงานรัฐที่มีพันธกิจหลักในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ สร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ เพื่อให้ประเทศไทยไปสู่การเป็น High Value-Added Destination โดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการประชาสัมพันธ์ให้ สสบน. และประเทศไทยได้รับความเชื่อมั่นในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ที่จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์สร้างงาน สร้างรายได้ ดึงคนจากทั้งในและต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายกระจายสู่พื้นที่ต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด

ด้วยเหตุนี้ ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กรจึงต้องดำเนินกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย รวมถึงการสร้างการรับรู้ถึงบทบาท หน้าที่ และการบริการของ สสบน. โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสบน. ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยครอบคลุมการบริหารจัดการผู้สื่อข่าว (Media) อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) กิจกรรมการแถลงข่าว ตลอดจนการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงบทบาทหน้าที่ และภาพลักษณ์ของ สสบน. ในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์คุณภาพ ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

๕.๒ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การรับรู้ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ การให้บริการ และการดำเนินกิจกรรมของ สสบน. รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ ได้แก่ การจัดประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ การจัดนิทรรศการ งานแสดงสินค้านานาชาติ การจัดกิจกรรมพิเศษ เมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ

ทพฐน ๐๓๓๓

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ จัดทำแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตารางดำเนินงาน (PR Plan and Activities) เพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ว่าจ้าง โดยอยู่ภายใต้การพิจารณาของผู้ว่าจ้าง

๖.๒ จัดทำประเด็นการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ เช่น แนวทางการประชาสัมพันธ์ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมขององค์กร (PR Strategic Direction and Key Message) โดยอยู่ภายใต้การพิจารณาของผู้ว่าจ้าง

๖.๓ ดำเนินงานบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ช่วยสร้างการรับรู้ของผู้ว่าจ้าง ดังนี้

๖.๓.๑ จัดกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารได้สัมภาษณ์ และ/หรือแถลงนโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของผู้ว่าจ้าง ในรูปแบบปกติหรือออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน ตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทข่าวประชาสัมพันธ์ หรือบทความประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สู่สื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ เป็นการทดแทนกิจกรรมดังกล่าว ตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๖.๓.๒ จัดกิจกรรมสื่อมวลชน และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) เยี่ยมชมศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย หรือจัดกิจกรรมพิเศษในกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน ตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

ในกรณีที่มีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทข่าวประชาสัมพันธ์ หรือบทความประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สู่สื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ เป็นการทดแทนกิจกรรมดังกล่าว ตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๖.๓.๓ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทข่าวประชาสัมพันธ์ หรือบทความประชาสัมพันธ์ หรือภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ในสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง

๖.๓.๔ จัดกิจกรรม Media Relations เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างที่เส็บและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง

๖.๓.๕ จัดกิจกรรมเยี่ยมสื่อมวลชนในวันครบรอบก่อตั้งของสื่อต่างๆ พร้อมจัดหาของที่ระลึก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้น และอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับผู้ว่าจ้าง ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

๖.๓.๖ จัดทำประมวลข่าวสารสถานการณ์ความเคลื่อนไหวรายวันที่เกี่ยวข้องกับผู้ว่าจ้าง และอุตสาหกรรมไมซ์ จากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่ออื่นๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยนำส่งคลิปข่าวประชาสัมพันธ์สรุปรายวัน (News Clipping) ผ่านทางอีเมลของทุกวันทำการ

วัลย์ชนก วัฒน

๖.๓.๗ รวบรวมมูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอจากสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ โดยครอบคลุมทั้งสื่อส่วนกลาง สื่อส่วนภูมิภาค และ/หรือตามข้อกำหนดของผู้ว่าจ้าง

๖.๓.๘ จัดทำรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม มูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดในแต่ละเดือน ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด

๖.๓.๙ จัดทำ Crisis Management การประชาสัมพันธ์ ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือสถานการณ์วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับผู้ว่าจ้าง (ถ้ามี) โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และ/หรือมีการปรับเปลี่ยนเชิงนโยบายขององค์กร โดยอยู่ภายใต้การพิจารณาและเห็นชอบของผู้ว่าจ้าง

๖.๓.๑๐ จัดทำสรุปรายชื่อสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และกิจกรรมต่างๆ ของผู้ว่าจ้าง ในรูปแบบ Soft File โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด

๖.๓.๑๑ จัดทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้และความคิดเห็นของสื่อมวลชน และ/หรือสื่อออนไลน์ และ/หรือสื่อโซเชียลที่มีต่อการดำเนินงานของผู้ว่าจ้างตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ พร้อมจัดทำรายงานการวิเคราะห์ในรูปแบบ Soft File โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด

๖.๓.๑๒ จัดหาผู้ประสานงานประจำในการดำเนินกิจกรรมให้แก่ผู้ว่าจ้างอย่างน้อย ๓ คน เพื่อดูแลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ โดยเป็นบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร

๖.๓.๑๓ จัดหาช่างภาพนิ่ง และ/หรือช่างภาพเคลื่อนไหวอย่างน้อย ๑ คน เพื่อบันทึกภาพการจัดกิจกรรมตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๕ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

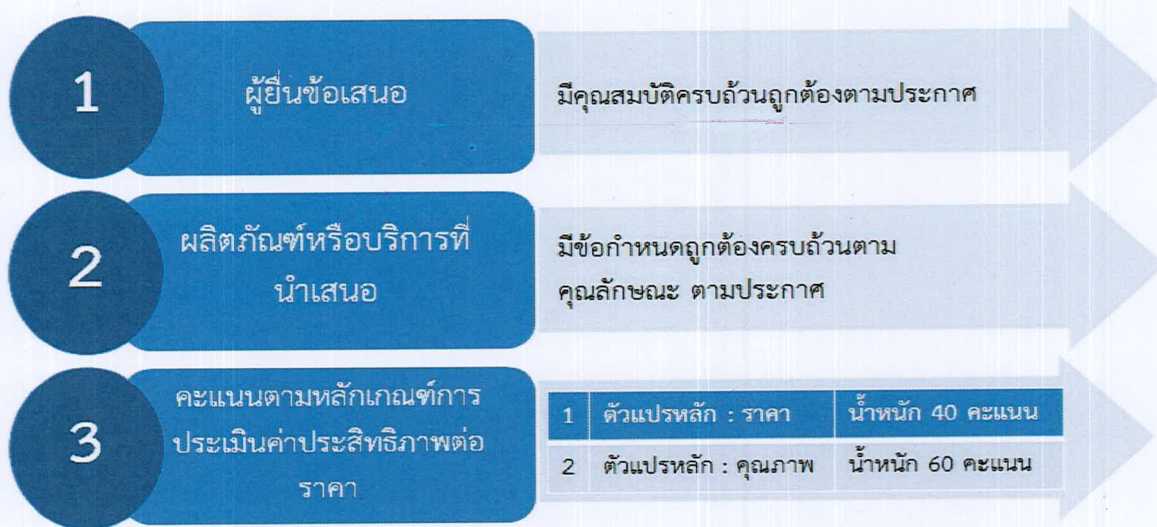
(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

(๗) เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประหวัดราคารอเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

วันชนก อดทน

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ขั้วประชุม ๐๑๓๗

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา/น้ำหนักคะแนน																																																
ตัวแปรรองที่ ๑	กลยุทธ์และแผนงานสร้างสรรค์ (PR Strategies and Plan) ๖๐ คะแนน ๑.๑ แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความสร้างสรรค์ พิจารณาจากการนำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (๕๐ คะแนน) ประกอบด้วย ๑.๑.๑ สื่อโทรทัศน์ (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด</td><td>๒</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย</td><td>๔</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้</td><td>๖</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี</td><td>๘</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน</td><td>๑๐</td></tr> </tbody> </table> ๑.๑.๒ สื่อวิทยุ (๕ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด</td><td>๑</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย</td><td>๒</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้</td><td>๓</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี</td><td>๔</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน</td><td>๕</td></tr> </tbody> </table> ๑.๑.๓ สื่อสิ่งพิมพ์ (๑๐ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด</td><td>๒</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย</td><td>๔</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้</td><td>๖</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี</td><td>๘</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน</td><td>๑๐</td></tr> </tbody> </table> ๑.๑.๔ สื่อออนไลน์ (๑๕ คะแนน) <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด</td><td>๓</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย</td><td>๖</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้</td><td>๙</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี</td><td>๑๒</td></tr> <tr> <td>นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน</td><td>๑๕</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๒	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๔	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๖	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๘	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๑	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๒	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๓	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๔	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๕	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๒	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๔	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๖	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๘	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๓	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๖	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๙	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๑๒	นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๑๕
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๒																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๔																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๖																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๘																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๑๐																																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๑																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๒																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๓																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๔																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๕																																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๒																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๔																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๖																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๘																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๑๐																																																
ความหมาย	ระดับคะแนน																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อยที่สุด	๓																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายน้อย	๖																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอใช้	๙																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดี	๑๒																																																
นำเสนอสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดีที่สุดใน	๑๕																																																

จตุพร ๐๐๓

๑.๒ แผนกลยุทธ์และแผนงานสามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๒๐ คะแนน)

๑.๒.๑ การนำเสนอกิจกรรมสำหรับผู้บริหารที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรน้อยที่สุด	๒
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรน้อย	๔
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรพอใช้	๖
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรดี	๘
นำเสนอกิจกรรมที่ให้ผู้บริหารสร้างจุดขายให้องค์กรดีที่สุด	๑๐

๑.๒.๒ การนำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (YouTuber-Vlogger) ที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรน้อยที่สุด	๒
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรน้อย	๔
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรพอใช้	๖
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรดี	๘
นำเสนอสื่อมวลชนเป้าหมายที่สามารถสร้างจุดขายให้องค์กรดีที่สุด	๑๐

ตัวแปรตอนที่ ๒

บริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดทำเนื้อหาสำหรับการสื่อสารองค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ ๒๐ คะแนน

๒.๑ พิจารณาจากการวางแผนการบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อยที่สุด	๑
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการน้อย	๒
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการพอใช้	๓
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดี	๔
นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ตอบโจทย์โครงการดีที่สุด	๕

๒.๒ พิจารณาจากการนำเสนอประเด็นการสื่อสาร และจัดทำเนื้อหาในการสื่อสารให้องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีจุดขายและมีความน่าสนใจ (๑๕ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อโครงการน้อยที่สุด	๓
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อโครงการน้อย	๖
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อโครงการพอใช้	๙
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อโครงการดี	๑๒
นำเสนอประเด็นการสื่อสารมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อโครงการมากที่สุด	๑๕

ผู้ตรวจ ๐๓๓๓

ตัวแปรครั้งที่ ๓	บุคลากรในการดำเนินงานมีความพร้อม ประสพการณ์ และความเข้าใจเกี่ยวกับงานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. ๒๐ คะแนน ๓.๑ คุณสมบัติของบุคลากรในการดำเนินงานมีความพร้อม ประสพการณ์ในการทำงาน มีความรู้ความเข้าใจ ในวิชาชีพงานด้านประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. (๑๕ คะแนน) <table border="1" data-bbox="379 427 1458 936"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. น้อยที่สุด</td><td>๓</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. น้อย</td><td>๖</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. พอใช้</td><td>๙</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. ดี</td><td>๑๒</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. ดีที่สุด</td><td>๑๕</td></tr> </tbody> </table> ๓.๒ พิจารณาจากการมีประสพการณ์ทำงานกับหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐ และ/หรือสมาคมเอกชนอื่นๆ (๕ คะแนน) <table border="1" data-bbox="379 1070 1458 1355"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑-๓ ปี</td><td>๑</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๔-๖ ปี</td><td>๒</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๗-๙ ปี</td><td>๓</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๐-๑๒ ปี</td><td>๔</td></tr> <tr> <td>มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๓ ปีขึ้นไป</td><td>๕</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. น้อยที่สุด	๓	มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. น้อย	๖	มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. พอใช้	๙	มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. ดี	๑๒	มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. ดีที่สุด	๑๕	ความหมาย	ระดับคะแนน	มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑-๓ ปี	๑	มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๔-๖ ปี	๒	มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๗-๙ ปี	๓	มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๐-๑๒ ปี	๔	มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๓ ปีขึ้นไป	๕
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. น้อยที่สุด	๓																								
มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. น้อย	๖																								
มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. พอใช้	๙																								
มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. ดี	๑๒																								
มีประสพการณ์และเข้าใจงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. ดีที่สุด	๑๕																								
ความหมาย	ระดับคะแนน																								
มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑-๓ ปี	๑																								
มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๔-๖ ปี	๒																								
มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๗-๙ ปี	๓																								
มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๐-๑๒ ปี	๔																								
มีประสพการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า ๑๓ ปีขึ้นไป	๕																								
รวม	๑๐๐																								

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

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

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๘.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนน รวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลังข้อ ๘๓ (๒))

กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนน สูงสุดจากเกณฑ์ตัวแปรครั้งที่ ๓ มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หาก ดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็น ผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

ขงกนก อดทน

๘.๔ ในกรณีที่ผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคามากกว่า ๓ รายขึ้นไป สสปน. จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอทางเทคนิคตามที่แนบมาในระบบ e-GP เป็นอันดับแรก จากนั้นอาจพิจารณาเลือกผู้สนใจเข้าร่วมเสนอราคาที่ได้คะแนนสูงสุด ๓ อันดับแรก เช้าหน้าเสนอข้อเสนอทางเทคนิค (Present) ตามความเหมาะสมอีกครั้ง หรืออาจพิจารณาเลือกผู้ชนะจากเอกสารในคราวนั้นเลยขึ้นกับความเหมาะสม

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๓๖๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตารางดำเนินงาน (PR Plan and Activities) ตามข้อ ๖.๑ ประเด็นการสื่อสาร ตามข้อ ๖.๒ รายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๑) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๒) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๗๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๓) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๑๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๔) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๑๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๕	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๕) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๑๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๖	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๖) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๑๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ทศพร ๐๐๓๗

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๗	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๗) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๒๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๘	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๘) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๒๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๙	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๙) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๒๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๑๐	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๑๐) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๓๑๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๑๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๑๑) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลง USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๓๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
๑๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบสรุปรายชื่อสื่อมวลชน ตามข้อ ๖.๓.๑๐ รายงานการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้และความคิดเห็นฯ ตามข้อ ๖.๓.๑๑ รายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ (ฉบับที่ ๑๒) ตามข้อ ๖.๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) โดยบรรจุลงใน USB Flash Drive จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๑๒ งวดดังนี้

๑๑.๑ งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๒ งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๑.๓ งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

वलसलल ००लल

๑๔. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ผู้ว่าจ้าง และผู้ว่าจ้างมีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อผู้ว่าจ้างพิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

ชวัญชนก อดทน

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่างงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
๒. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน
๔. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง
๕. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวขวัญชนก อดทน
ผู้จัดการ ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
Email: kwanchanok_o@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๙๖

ขวัญชนก อดทน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสปน.		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		2,600,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	12/11/2568	เป็นเงิน	2,824,800.00 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1 ดำเนินการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสปน.	2,824,800.00	บาท
- ทำแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์		
- ทำประเด็นการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้		
- กิจกรรมที่ผู้บริหารได้สัมภาษณ์และ/หรือแถลงนโยบาย ผลงาน 8 ครั้ง		
จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน		
- กิจกรรมสื่อมวลชน หรืออินฟลูเอนเซอร์ บล็อกเกอร์ ยูทูบเบอร์ เยี่ยมชม		
ศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย 1 ครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน		
- ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบอร์ดข่าว บทความ ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ 12 ครั้ง		
- กิจกรรม Media Relations 4 ครั้ง		
- กิจกรรมเยี่ยมสื่อมวลชนในวันครบรอบก่อตั้งของสื่อ พร้อมสนับสนุนของที่ระลึกไม่น้อยกว่า 15 ชิ้น		
- ประมวลข่าวสถานการณ์ความเคลื่อนไหวรายวันที่เกี่ยวข้องกับผู้ว่าจ้าง		
และอุตสาหกรรมไมซ์ ทุกวันทำการ		
- รวบรวมมูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอจากสื่อโดยครอบคลุมทั้ง		
สื่อส่วนกลาง สื่อส่วนภูมิภาค		
- รายงานความคืบหน้าของการดำเนินกิจกรรม มูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์		
และการเผยแพร่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละเดือน		
- สรุปรายชื่อสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ลงใน USB Flash		
Drive จำนวน 1 ชุด		

- จัดทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้และความคิดเห็นของสื่อและ

จัดทำรายงานการวิเคราะห์ ลงใน USB Flash Drive จำนวน 1 ชุด

- ผู้ประสานงานประจำในการดำเนินกิจกรรมอย่างน้อย 3 คน

- ช่างภาพนิ่ง และ/หรือช่างภาพเคลื่อนไหวอย่างน้อย 1 คน

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

4.1 บริษัท เอ พับลิซิส์ จำกัด

4.2 บริษัท อีเว้นท์ แพคทอรี จำกัด

4.3 บริษัท ดับเบิล ดี ครีเอชั่น จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวขวัญชนก อดทน