



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างโครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่  
ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน (ครั้งที่ ๒) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-  
bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา  
จ้างโครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจาย  
รายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน (ครั้งที่ ๒) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างใน  
การประกวดราคาค้างนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
  ๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
  ๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
  ๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว  
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง  
การคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
  ๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงาน  
ของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้  
จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
  ๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร  
พัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
  ๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
  ๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริม  
การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ  
อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
  ๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อ  
เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
  ๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic  
Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
  ๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย  
อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ  
ป.ป.ช. กำหนด
  ๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่  
ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
  ๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงิน  
แต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
- ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๗  
สิงหาคม ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.bussinesseventsthailand.com](http://www.bussinesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๗๙๑๑๕ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [jutathip\\_s@tceb.or.th](mailto:jutathip_s@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๑ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.bussinesseventsthailand.com](http://www.bussinesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๑

ประกาศ ณ วันที่ ๒๖ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

(นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา

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

1. ชื่อโครงการ : โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชน เพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน
2. ชื่อกิจกรรม : ประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน
3. งบประมาณ  
วงเงิน 5,000,000 บาท (ราคาดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)  
รหัสงบประมาณ : 2-61MS11001
4. หลักการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ ทีเส็บ เดินหน้าผลักดันให้อุตสาหกรรมจัดงานไมซ์ของไทยได้ พัฒนาศักยภาพด้านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล หวังให้เกิดการต่อยอดอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก ตามแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) หนึ่งในเป้าหมายสำคัญคือ เพิ่มปริมาณในการจัดงาน และเพิ่มจำนวนการจัดงานกลุ่มไมซ์ในประเทศไทย ด้วยนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาในประเทศ ตลอดจนผู้จัดงานต้องมียุทธศาสตร์และมีข้อมูลสถิติที่ช่วยวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยกระดับมาตรฐานเทียบเท่า World Class Standard เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการเป็นศูนย์กลางการจัดงานธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค

ทีเส็บจึงให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยใช้เป็นเครื่องมือผลักดันและขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก และก้าวสู่ศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค สอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy และ Thailand 4.0 ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือการทำตลาด ช่วยบริหารการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยยกระดับงานไมซ์ที่จัดในประเทศไทยให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้อย่างตรงจุด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มความสามารถในการมีส่วนร่วมหรือได้ตอบระหว่างกัน และเป็นการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีกด้วย

โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการขานรับนโยบายภาครัฐเพื่อเศรษฐกิจฐานราก มุ่งเน้นการสร้างคามเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยเปิดพื้นที่ทางสังคมให้หน่วยงานต่างๆที่

เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาควิชาการ ภาคชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นพลังทางสังคมของประเทศ ได้เข้ามา  
มาช่วยกันทำงาน เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานราก สร้างสัมมาชีพ ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน

สสปน. ได้จัดทำโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่ชุมชนเพื่อ  
สร้างการรับรู้ สร้างกระแส เชิญชวนให้องค์กรเอกชนต่างๆ จัดกิจกรรมสัมมนา ประชุมในพื้นที่ชุมชน ซึ่งจะ  
สามารถสร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน และยังเป็น การช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชนอีก  
จำนวนมากทั่วประเทศที่มีศักยภาพที่จะได้รับการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ตามแนวทางเศรษฐกิจยั่งยืน ซึ่ง  
โครงการฯ เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนงานด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งของสสปน. ในการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม  
เป็นเครื่องมือการทำตลาด เพื่อช่วยบริหารการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยยกระดับงานโมชี่ที่  
จัดในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศไทยให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มโมชี่ได้  
อย่างตรงจุด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและจำนวนเพิ่มมากขึ้นด้วย

#### 5. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายระดับท้องถิ่น
- (2) เพื่อจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์สร้างกระแส ส่งเสริมการจัดการประชุมสัมมนาในประเทศ ใน  
พื้นที่ชุมชน และเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสสปน. ตามบทบาทภารกิจในฐานะองค์กรรัฐผู้ทำหน้าที่ผลักดันและ  
พัฒนาการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ
- (4) เพื่อให้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประสบการณ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานโมชี่ ให้แก่  
กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

#### 6. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ :

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมาย
1. ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของสสปน. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ	การรับรู้ (View)	1,500,000

6.1 การจัดทำแผนงานการบริหารกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการจัด  
ประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน สำหรับ 4  
ชุมชน

6.1.1 ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ของกิจกรรม (Theme & Concept)

6.1.2 ศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่สำรวจชุมชน 4 ชุมชน

6.1.3 พัฒนาเนื้อหา สำหรับประชาสัมพันธ์แคมเปญ

6.1.4 ออกแบบดีไซน์สื่อต่างๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและแคมเปญ

- 6.1.5 ผลิตวีดีโอ ประชาสัมพันธ์กิจกรรม
  - 6.1.6 จัดทำแบนด์แอมบาสเตอร์ เพื่อเป็นตัวแทนประชาสัมพันธ์กิจกรรม
  - 6.1.7 จัดหารางวัลสำหรับกิจกรรมในแคมเปญ
  - 6.2 จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายไมชี่ในประเทศ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารอย่างน้อย 10 สื่อ โดยต้องผ่านความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินการ
  - 6.3 โพรโมทและประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านสื่อออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Networking และ mobile application ของสสพ. พร้อมกับการสื่อสารสังคมออนไลน์ใหม่ๆที่เข้ามามีบทบาทในโลกออนไลน์ ที่อยู่ในระหว่างดำเนินการโครงการ อย่างน้อย 20 เว็บไซต์/Social Network โดยต้องผ่านความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินการ
  - 6.4 บริหารจัดการระบบสารสนเทศของแคมเปญ
    - 6.4.1 สร้างเว็บไซต์ พร้อม domain name ตามชื่อที่เหมาะสมกับแคมเปญ พร้อมกับการบำรุงรักษาเว็บไซต์ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ
    - 6.4.2 ระบบ Front End ดูแลหน้า Landing Page รวมถึงการออกแบบ interface ต่างๆ โดยจัดทำเป็น 3 ภาษาคือ ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และภาษาจีน
    - 6.4.3 ระบบ backend และระบบฐานข้อมูล
  - 6.4 ดำเนินการจัดงานแถลงข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ 1 ครั้ง โดยเชิญตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน สื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ต้องมีสื่อที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงานอย่างน้อย 30 ราย)
  - 6.5 สรุปผลการดำเนินงานของโครงการฯ กิจกรรม และแคมเปญ พร้อมจัดทำรายงานประเมินความสำเร็จผ่านการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในประเทศสำหรับทั้ง 4 ชุมชน
  - 6.6 เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ ต้องทำรายงานส่งมอบงานต่อให้ สสพ. เพื่อให้สามารถบริหารโครงการได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงทุกๆแพลตฟอร์ม ทุกๆข้อมูลของชุมชน และเครือข่ายสังคมออนไลน์
  - 6.7 จัดจ้างผู้ดูแลโครงการ 1 ท่านที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักและสามารถเป็นผู้ประสานงานได้ตลอดระยะเวลาการดำเนินการโครงการ
7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :
- มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้
- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย

Jutathip

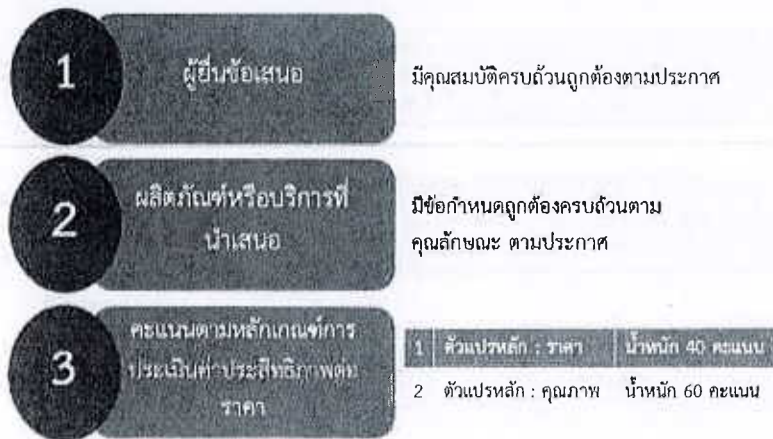
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 210 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อสิ่งจ้างหรือนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

9. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงาน	20
ตัวแปรรองที่ 2	ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ	30
ตัวแปรรองที่ 3	ความพร้อมและประสบการณ์	30
ตัวแปรรองที่ 4	การบริหารงบประมาณ	10
ตัวแปรรองที่ 5	ผลประโยชน์เพิ่มเติม	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 60 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

10. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบส่งงานรายละเอียดดำเนินการ จำนวน 3 ฉบับ ภายในระยะเวลา 30 วัน นับตั้ง

จากวันที่ส่งข้อสั่งจ้างหรือวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) แนวคิดออกแบบสร้างสรรค์ของแคมเปญ (Creative Concept)
- (2) กลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม

Jutathip

- (3) แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แคมเปญ
- (4) Key Visual ของงานดีไซน์
- (5) ตัวอย่างสื่อออนไลน์ที่ใช้ในแคมเปญ
- (6) ตัวอย่างสื่อออฟไลน์ที่ใช้ในแคมเปญ

โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ในรูปแบบเอกสารจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อส่งจ้างหรือวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) สรุปข้อมูลจากการลงสำรวจพื้นที่ชุมชนในโครงการจำนวน 4 ชุมชน
- (2) สรุปความคืบหน้าชิ้นงานต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในโครงการฯ
- (3) สรุปผลการคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ
- (4) แผนการแถลงข่าวเปิดตัวแคมเปญ
  - 4.1 สถานที่จัดงานแถลงข่าว
  - 4.2 รายชื่อแขกและสื่อมวลชนที่เชิญ
  - 4.3 เอกสารโครงการ Factsheet และ Press Release สำหรับแจกสื่อมวลชนและผู้เข้าร่วมงาน
  - 4.4 คำกล่าวผู้บริหาร
  - 4.5 ตัวอย่างชิ้นงานดีไซน์ในงาน เช่น backdrop signage บัตรเชิญ เป็นต้น

โดยส่งมอบรายงานผลการดำเนินการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ภายในระยะเวลา 210 วัน นับถัดจากวันที่สั่งซื้อส่งจ้างหรือวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) สรุปผลการดำเนินการจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ
- (2) สรุปผลการแข่งขันกิจกรรมในแคมเปญ
- (3) สรุปผลการประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่าน Social Media และ Social network ต่างๆ
- (4) สรุปผลการประชาสัมพันธ์ข่าวของแคมเปญผ่านเว็บไซต์ หรือ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 20 เว็บไซต์



(5) สรุปผลการประชาสัมพันธ์ข่าวของแคมเปญผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อย่างน้อย 10 สื่อ

(6) สรุปผลปริมาณการรับรู้ (Visibility) การสร้างกระแสการจัดงานโซเชียลของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500,000 การรับรู้ (View)

โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

11. เงื่อนไขการชำระเงิน :

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 50 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

12. ค่าปรับ :

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

13. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่า 5% ของราคาซื้อหรือจ้าง

14. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่อการแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสดมปี 1 บาท

15. การยกเลิก :

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิ์ยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตาม

Jutathip

กำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ผู้ว่าจ้างด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ :

ผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงาน ที่กำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ ผู้ว่าจ้างไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้น หากไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้าง

---

**ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :**

ชื่อผู้ติดต่อ : 1. นางสาว จุฑาทิพย์ สุพรรณครุฑ  
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล  
Email: [jutathip\\_s@tceb.or.th](mailto:jutathip_s@tceb.or.th) โทรศัพท์ 02 694 6017

Jutathip



## สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	โครงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศในพื้นที่ชุมชนเพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาด		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		5,000,000	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	12/06/2561	เป็นเงิน	5,000,000 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ดำเนินการจัดกิจกรรม Online Event แคมเปญประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริม สร้างกระแสการจัดงานไมซีในประเทศ ในพื้นที่ชุมชน 4 ชุมชน			
	<ul style="list-style-type: none"><li>- ออกแบบแนวคิดสร้างสรรค์ของกิจกรรม Theme &amp; Concept</li><li>- ศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่สำรวจชุมชน 4 ชุมชน</li><li>- พัฒนาเนื้อหา สำหรับประชาสัมพันธ์แคมเปญ</li><li>- ออกแบบดีไซน์ชิ้นงานต่างๆในแคมเปญ สำหรับ 4 ชุมชน</li><li>- จัดหาของรางวัลสำหรับกิจกรรมในแคมเปญ</li></ul>		900,000	บาท
3.2	จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์สู่กลุ่มเป้าหมายในประเทศ			
	<ul style="list-style-type: none"><li>- ค่าผลิตวิดีโอประชาสัมพันธ์แคมเปญ</li><li>- ค่าประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media</li><li>- ค่าประชาสัมพันธ์ผ่าน Website</li><li>- ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดั้งเดิม</li></ul>		2,150,000	บาท
3.3	จัดทำแผนการสื่อสาร (Communication Plan) ของแคมเปญ และดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายในประเทศ		950,000	บาท



3.4	ดำเนินการจัดงานแถลงข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ	700,000	บาท
3.5	จัดจ้างผู้รับผิดชอบหลัก สำหรับการบริหารและดูแลโครงการ	300,000	บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 บริษัท บอร์น ดิสติงชัน จำกัด

4.2 บริษัท บรอดมายด์ จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ