



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการตลาดออนไลน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับตลาดต่างประเทศ (MICE Thailand Signature) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการตลาดออนไลน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับตลาดต่างประเทศ (MICE Thailand Signature) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๗๓๙,๕๐๐.๐๐ บาท (สามล้านเจ็ดแสนสามหมื่นเก้าพันห้าร้อยบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๒ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๕๖๐๐๐ ต่อ ๖๓๘๗ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องเตรียมเข้าร่วมนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ในวันพุธที่ ๒๕ ธันวาคม ๒๕๖๒ ณ สสปน. ห้องประชุม ๒ ชั้น ๒๕ โดยขอให้เตรียมเอกสารสำหรับนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิค และรายละเอียดเพิ่มเติม จำนวน ๕ ชุด ทั้งนี้ กำหนดเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล jutathip_s@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๒ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๒

ประกาศ ณ วันที่ ๑๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๒



(นายจirutต์ 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 : โครงการส่งเสริมแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยร่วมกับพันธมิตร
2. ชื่อกิจกรรม : การตลาดออนไลน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ (MICE Thailand Signature)
3. งบประมาณ
วงเงิน 3,500,000 บาท (ราคาดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
รหัสงบประมาณ : 2-63MS04002
4. หลักการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสพ. เดินหน้าผลักดันให้อุตสาหกรรมการจัดงานไมซ์ของไทยได้ พัฒนาศักยภาพด้านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล หวังให้เกิดการต่อยอดอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก ตามแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) หนึ่งในเป้าหมายสำคัญคือ เพิ่มปริมาณในการจัดงานและเพิ่มจำนวนการจัดงานกลุ่มไมซ์ในประเทศไทย ด้วยนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาในประเทศไทย ตลอดจนผู้จัดงานต้องมอบคุณค่าและมีข้อมูลสถิติที่ช่วยวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยกระดับมาตรฐานเทียบเท่า World Class Standard เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการเป็นศูนย์กลางการจัดงานธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค

สสพ. จึงให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยใช้เป็นเครื่องมือผลักดันและขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก และก้าวสู่ศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค สอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy และ Thailand 4.0 ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือการทำตลาด ช่วยบริหารการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยยกระดับงานไมซ์ที่จัดในประเทศไทยให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้อย่างตรงจุด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มความสามารถในการมีส่วนร่วมหรือได้ตอบระหว่างกัน และเป็นการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีกด้วย

ซึ่งการขับเคลื่อนงานด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง รวมไปถึงการทำตลาดเชิงรุกร่วมกับพันธมิตรของ สสพ. ในแคมเปญการตลาดออนไลน์ที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และยังสามารถเป็นเครื่องมือทางการตลาดให้กับส่วนงานการขายต่างๆ ใน สสพ. เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในวงกว้างถึงศักยภาพ

ของประเทศไทยในฐานะ MICE Destination เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเชื่อถือและมีความมั่นใจในการเดินทางจัดงานในประเทศไทย สร้างการรับรู้ข้อมูลจุดเด่น รวมไปถึงการสร้างความประทับใจและมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เพิ่มการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนักในประเทศไทยมากขึ้น

5. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ประเทศไทย ศักยภาพในความพร้อมของประเทศไทยที่จะเป็นประเทศแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการ
- (2) เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้เดินทางเข้ามาประชุมหรือเข้ามาจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (3) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการบริการต้อนรับให้กับประเทศไทย
- (4) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ผ่านสิทธิประโยชน์ของแคมเปญ
- (5) เพื่อกระตุ้นให้นักเดินทางไมซ์ใช้จ่ายมากขึ้น มีจำนวนวันที่พำนักในประเทศไทยยาวนานขึ้น
- (6) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประสบการณ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานไมซ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	เป้าหมาย
1. ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของ สสปน. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ	การรับรู้ (View)	3,000,000
2. จำนวนร้านค้าใหม่ que เข้าร่วมแคมเปญทั้งหมด	ร้านค้า	500
3. จำนวนการใช้บริการ รับสิทธิประโยชน์	รายการ	1,000

หมายเหตุ : โดยที่ปริมาณการรับรู้ และจำนวนร้านค้าใหม่ จำนวนการใช้บริการ ต้องมีหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้

- 6.1 จัดทำแผนงานการบริหารจัดการแคมเปญการตลาดออนไลน์ ร่วมกับพันธมิตรของ สสปน. ในภาพรวมตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
- 6.2 จัดทำแผนงานบริหารจัดการประชาสัมพันธ์และสรรหาร้านค้าใหม่ให้เข้าร่วมโครงการฯ ให้บรรลุเป้าหมาย โดยนำเสนอแคมเปญ และสิทธิประโยชน์ในการเข้าร่วมโครงการ พร้อมกับประสานงานกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. เพื่อ นำเสนอสำหรับสิทธิประโยชน์สำหรับกลุ่มเป้าหมายไมซ์ต่างประเทศ โดยต้องเป็นพันธมิตรที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ สามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายไมซ์ในเมืองไมซ์ (MICE City) ทั้ง 5 เมือง และสรรหาร้านค้าใหม่เพื่อเข้าร่วม

แคมเปญให้ได้ทั้งหมด 500 ร้านค้า (โดยประมาณจังหวัดละ 100 ร้านค้า ซึ่งสามารถถ่วงเฉลี่ยได้) ใน จังหวัดที่กำหนด ได้แก่

6.2.1 จังหวัดกรุงเทพ

6.2.2 จังหวัดเชียงใหม่

6.2.3 จังหวัดขอนแก่น

6.2.4 จังหวัดภูเก็ต

6.2.5 เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

6.3 จัดทำแผนงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แคมเปญการตลาดออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ / Social Networking / สื่อออนไลน์ต่างๆที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายไมซ์/ mobile application สสปน./ และสื่อออนไลน์ของ สสปน. พร้อมกับการสื่อสารสังคมออนไลน์ใหม่ๆที่มีบทบาทในโลกออนไลน์ ซึ่งรวมไปถึง

6.3.1 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และผลิต artwork ต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสาร

ประชาสัมพันธ์โครงการ ตามที่ สสปน. กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นงาน เช่น เอกสาร ประชาสัมพันธ์ โบรชัวร์ (Brochure) แผ่นพับ เป็นต้น

6.3.2 ผลิตสติ๊กเกอร์โครงการแบบเดิมที่มีอยู่แล้วจำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชิ้น เพื่อนำไปติดที่หน้า ร้านที่เข้าร่วมโครงการทุกร้านค้า

6.3.3 จัดทำวีดิทัศน์สื่อสารประชาสัมพันธ์แคมเปญ

(1) วีดิทัศน์หลักของแคมเปญที่สื่อสารครอบคลุมถึงสิทธิประโยชน์ของแคมเปญใน ทั้ง 5 เมืองไมซ์ (MICE City) ได้แก่ กรุงเทพ เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น ภูเก็ต ความยาวไม่เกิน 2 นาที โดยจัดทำในรูปแบบข้อความ (Superimposition - super) ภาษาอังกฤษและภาษาไทย ด้วยเนื้อหาแบบเดียวกัน

(2) วีดิทัศน์ในข้อ 6.3.3 (1) ให้ตัดเป็นวีดิทัศน์สำหรับของแต่ละเมืองไมซ์ (MICE City) ความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวน 5 เมือง โดยจัดทำในรูปแบบข้อความ (Superimposition - super) ภาษาอังกฤษและภาษาไทย ด้วยเนื้อหาแบบเดียวกัน

6.4 จัดทำแผนงานในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายนักธุรกิจ นักเดินทางไมซ์ต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในศักยภาพของประเทศไทยในฐานะ MICE Destination พร้อมจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้งานจริงตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และเพื่อให้มีการใช้บริการรับสิทธิประโยชน์ (Code Generation / Code Redemption)

6.5 จัดการประชุมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมต่างๆที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับ สสปน. ในแต่ละเมืองไมซ์ (MICE City) ที่กำหนดในข้อ 6.2 ซึ่งครอบคลุมถึงภาครัฐในจังหวัดกรุงเทพด้วย เพื่อหาความร่วมมือในการจัดหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ และการประชาสัมพันธ์โครงการ พร้อมทั้งการจัดงาน

แถลงข่าวโครงการ โดยผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดงานแถลงข่าวในแต่ละเมืองไมซ์ (MICE City)

6.5.1 ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและสมาคมต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในนาม สสปน. สำหรับการจัดการประชุมร่วมกับเมืองไมซ์ (MICE City) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งการลงพื้นที่สำรวจร้านค้าที่มีความสนใจในการเข้าร่วมโครงการฯ

(1) กรุงเทพฯ อย่างน้อย 3 ครั้ง

(2) เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น ภูเก็ต เมืองละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 วัน รวมทั้งหมด 8 ครั้ง

6.5.2 ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมฯต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในนาม สสปน. สำหรับการจัดงานแถลงข่าวในแต่ละเมืองไมซ์ (MICE City) กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น ภูเก็ต เมืองละ 1 ครั้ง รวมแล้ว 5 ครั้ง

6.5.3 ผู้รับจ้างเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดการประชุมแต่ละครั้ง รวมไปถึงการจัดการหายานพาหนะที่เหมาะสม พร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงานอย่างน้อย 1 คน ในการลงพื้นที่แต่ละเมืองไมซ์ (MICE City)

6.6 จัดงานแถลงข่าวในแต่ละเมืองร่วมกับภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และพันธมิตรหลักที่เข้าร่วมโครงการ ทั้ง 5 เมืองไมซ์ (MICE City) ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น ภูเก็ต ทั้งหมด 5 ครั้ง โดยผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดงานแถลงข่าวทั้งหมด จำนวน 5 ครั้ง

6.6.1 เชิญสื่อมวลชนสายธุรกิจเข้าร่วมงานแถลงข่าวอย่างน้อย 20 รายในแต่ละเมือง

6.6.2 เชิญพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. สมาคมต่างๆในอุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งแควีไอพี

6.6.3 จัดหาพิธีกรที่สามารถสื่อสารได้ทั้งสองภาษา (ไทย และอังกฤษ)

6.6.4 จัดทำ Press Release ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษเพื่อส่งออกให้สื่อมวลชน

6.6.5 จัดหาช่างภาพมืออาชีพเพื่อเก็บภาพบรรยากาศในงาน

6.6.6 จัดหาสถานที่และของว่างพร้อมเครื่องดื่มสำหรับจัดงานแถลงข่าว ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ประมาณ 50 รายต่อครั้ง

6.6.7 จัดกิจกรรมต่อยอดจากงานแถลงข่าวเพื่อให้สื่อมวลชนได้สัมผัสกับประสบการณ์จริงจากร้านค้าที่เข้าร่วมในโครงการ อย่างน้อย 1 ครั้งในจังหวัดกรุงเทพฯ

6.7 จัดทำทริป 1 วันเพื่อให้ผู้แทนในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ตัวแทนจากสมาคมด้านไมซ์ พันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ จำนวน 20 รายได้สัมผัสประสบการณ์จริง เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจ และสามารถนำไปประชาสัมพันธ์ต่อให้กลุ่มเป้าหมายไมซ์ต่างประเทศได้ โดย สสปน. เป็นผู้คัดเลือกผู้แทนที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ โดยผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดทริปนี้

6.8 บริหารจัดการระบบสารสนเทศของแคมเปญ

6.8.1 ต่ออายุ Domain ของเว็บไซต์ <http://micethailandsignature.com> เป็นเวลา 2 ปี โดยบริหารจัดการให้ Domain นี้ re-direct ไปที่หน้าหลักของโครงการ ที่ sub-domain

Jutathip

<http://signature.businesseventsthailand.com/> ซึ่งอยู่ภายใต้เว็บไซต์ทำของ สสปน.

<https://www.businesseventsthailand.com>

6.8.2 บำรุงรักษาหน้าหลักของโครงการนี้ โดยครอบคลุมไปถึงหน้าอื่นๆในโครงการด้วย

<http://signature.businesseventsthailand.com> ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ

6.8.3 บริหารจัดการระบบหลังบ้าน (backend) และระบบฐานข้อมูลของโครงการฯ ซึ่งประกอบไปด้วย

(1) ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯในแต่ละจังหวัด พร้อมกับรายละเอียดสิทธิประโยชน์ที่นำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมายในโครงการฯ

(2) กลุ่มเป้าหมายที่สมัครเป็นสมาชิกของโครงการฯ

(3) การสร้างรหัสสำหรับการใช้บริการ (Code Generation) และการใช้รหัสเพื่อรับสิทธิประโยชน์ (Redemption Transaction)

6.9 จัดประชุมเพื่อรายงานความคืบหน้าของการดำเนินงานโครงการ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งและจัดทำสรุปการประชุม ภายใน 3 วันนับจากเสร็จสิ้นการประชุมในแต่ละครั้ง

6.10 สรุปผลการดำเนินงานของแคมเปญ พร้อมจัดทำรายงานผลการประเมินความสำเร็จผ่านการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ

6.11 เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ ต้องจัดทำรายงานสรุป และส่งมอบงานให้ สสปน. เพื่อให้สามารถบริหารโครงการได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงได้ทุกแพลตฟอร์ม ทุกๆข้อมูลของแคมเปญ และเครือข่ายสังคมออนไลน์

6.12 จัดหาผู้ดูแลโครงการอย่างน้อย 1 ท่าน เป็นผู้รับผิดชอบหลักและสามารถเป็นผู้ประสานงานได้ตลอดระยะเวลาการดำเนินการโครงการ

6.12.1 การตอบอีเมลล์ผู้ที่ติดต่อเข้ามาในช่องทางเว็บไซต์ และอีเมลล์ของโครงการ

6.12.2 เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการประสานงานระหว่าง สสปน. และพันธมิตรของสสปน.

6.13 หากมีการเปลี่ยนแปลงทีมงานในการดำเนินโครงการฯ ที่แตกต่างจากที่นำเสนอในแผนงาน ต้องเสนอและได้รับการอนุมัติจาก สสปน. ก่อนการเปลี่ยนแปลง และหาก สสปน. เล็งเห็นว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายกับโครงการฯ สสปน. มีสิทธิที่จะไม่อนุมัติการเปลี่ยนแปลงทีมงาน

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

Jutathip

(4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม

(5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109

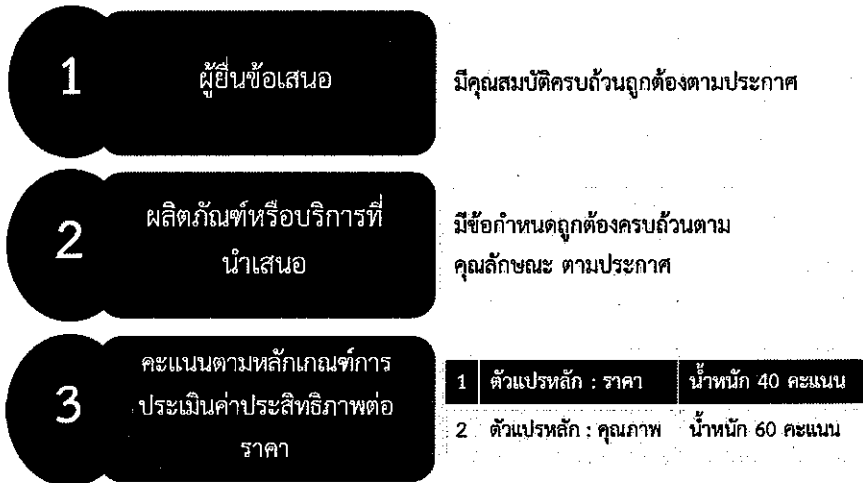
(6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

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	<p>การวางแผนการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาถึงโครงการ MICE Thailand Signature ในปีที่ผ่านมาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาโครงการให้ดีขึ้น - นำเสนอพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. ในแต่ละเมืองไมซ์ซิตี้ เพื่อให้โครงการมีความหลากหลายและน่าสนใจ - นำเสนอแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ใช้งานและผู้ให้บริการ/ร้านค้า - นำเสนอแผนการที่สามารถนำเสนอแคมเปญที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทุกกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ (Meetings & Incentives, Conventions, Exhibitions, Domestic MICE, MICE Capabilities เป็นต้น) 	30
ตัวแปรรองที่ 2	<p>ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอความคิดที่จะทำให้โครงการเป็นที่น่าสนใจ ตอบโจทย์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไมซ์ - นำเสนอความคิดที่จะต่อยอดโครงการให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อโครงการทั้งในมุมมองผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ - นำเสนอเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในโครงการเป็นที่น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ 	30
ตัวแปรรองที่ 3	<p>ความพร้อมและประสบการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการโครงการออนไลน์ มาร์เก็ตติ้ง การทำแคมเปญ - มีประสบการณ์ด้านการจัดทำแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์ ยังกลุ่มเป้าหมาย - มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ 	30
ตัวแปรรองที่ 4	<p>ผลประโยชน์เพิ่มเติมที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินโครงการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ สสปน.</p> <ul style="list-style-type: none"> - การมีสื่อในเครือข่ายที่จะช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จัก 	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

10. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงาน ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ประกอบด้วย

(1) รายงานแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. สำหรับตลาดต่างประเทศ

รายงานแผนงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 6.1 – 6.8

(2) รายการเอกสารที่ต้องใช้ในการส่งมอบงานในแต่ละงวด (Check List items) เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันระหว่าง สสปน. และผู้รับจ้าง และการส่งมอบ-ตรวจรับงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยในแต่ละงวด

โดยต้องส่งมอบในรูปแบบเอกสารจำนวน 3 ชุด พร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. สำหรับตลาดต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

(1) รายงานความคืบหน้าของแผนการสร้างปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ รวมทั้งแผนการประชาสัมพันธ์แคมเปญ

(2) รายงานปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 500,000 การรับรู้ (View) โดยต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายไม่ซ้ำ ตามที่ สสปน. กำหนด และมีรายงานชี้แจงรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายไม่ซ้ำนี้ เช่น โปรไฟล์ เป็นต้น

Jutathip

- (3) รายงานความคืบหน้าของแผนการประชุมร่วมกับเมืองไมซ์ (MICE City) แบบลงรายละเอียดของวันที่ และผู้เข้าร่วมประชุมและสมาคมฯต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมรายงานความคืบหน้าในการดำเนินการจัดงานแถลงข่าวในแต่ละเมืองไมซ์
- (4) รายงานความคืบหน้าแผนการสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจที่จะเข้าร่วมโครงการ พร้อมรายงานความคืบหน้าของรายชื่อร้านค้าใหม่ที่ได้ทำการติดต่อประสานงาน อย่างน้อย 300 ร้านค้า โดยกำหนดให้เป็นร้านค้าใหม่ในกรุงเทพฯอย่างน้อย 100 ร้านค้า และเมืองไมซ์อื่นๆสามารถถัวเฉลี่ยได้ (เชียงใหม่ พัทยา ขอนแก่น ภูเก็ต) โดยสามารถเป็นร้านค้าที่อยู่ในช่วงของการประสานงานได้
- (5) แผนงานการสร้างและกระตุ้นให้เกิดการใช้งานจริง (Redemption) เพื่อให้ถึงเป้าหมาย

โดยส่งมอบรายงานผลการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมฉบับที่กเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งปริมาณการรับรู้โครงการในต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 180 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000,000 การรับรู้ (View) นับแต่วันเริ่มดำเนินโครงการฯ โดยต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายไมซ์ ตามที่ สสพ. กำหนด โดยมีรายงานชี้แจงรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายไมซ์นี้ เช่น โปรไฟล์ เป็นต้น
- (2) รายงานผลการประชุมร่วมกับเมืองไมซ์ (MICE City) และสมาคมฯต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมรายงานผลการจัดงานแถลงข่าวในแต่ละเมืองไมซ์ ทั้ง 5 ครั้ง
- (3) รายงานจำนวนร้านค้าใหม่ที่เข้าร่วมแคมเปญทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 500 ร้านค้า นับแต่วันเริ่มดำเนินโครงการฯ โดยกำหนดให้เป็นร้านค้าใหม่ในกรุงเทพฯอย่างน้อย 100 ร้านค้า และเมืองไมซ์อื่นๆ สามารถถัวเฉลี่ยได้ โดยประมาณจังหวัดละ 100 ร้านค้า
- (4) รายงานความคืบหน้าแผนงานการสร้างการใช้งานจริงจากสิทธิประโยชน์ที่นำเสนอ (Redemption) เพื่อให้ถึงเป้าหมาย โดยต้องส่งรายงานผลการใช้งานจริงอย่างน้อย 200 รายการ พร้อมรายละเอียดการใช้งาน
- (5) ส่งมอบวีดิทัศน์แคมเปญตามเนื้องานข้อ 6.3 เพื่อใช้ในการแถลงข่าวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- (6) รายงานความคืบหน้าผลตอบรับของการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ

โดยส่งมอบรายงานผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมฉบับที่กเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 4 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการผลการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ พร้อมปริมาณการรับรู้

ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ ทั้งในประเทศต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,000,000 การรับรู้ (View) นับตั้งแต่วันเริ่มดำเนินโครงการ
- (2) รายงานสรุปผลร้านค้าที่เข้าร่วมแคมเปญทั้งหมด โดยกำหนดให้ตลอดทั้งโครงการต้องไม่ต่ำกว่า 500 ร้านค้าโดยประมาณจังหวัดละ 100 ร้านค้า (ซึ่งสามารถถ่วงเฉลี่ยได้) พร้อมรายละเอียดของสิทธิประโยชน์ของแต่ละร้านค้า
- (3) รายงานสรุปแผนงานการสร้างการใช้งานจริงจากสิทธิประโยชน์ที่นำเสนอ (Redemption) โดยมีการใช้สิทธิประโยชน์สำหรับสินค้าและบริการจริง อย่างน้อย 1,000 รายการ
- (4) สรุปผลตอบรับของการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ พร้อมตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์จริงที่ใช้
- (5) รายงานสรุปผลการประชุมในแต่ละเมืองไมซ์ จากข้อ 6.5 และผลการแถลงข่าวในแต่ละเมืองไมซ์ จากข้อ 6.6 พร้อมแนบรายละเอียดของผลการดำเนินการ
- (6) รายงานสรุปการจัดทำทริป 1 วันเพื่อให้ผู้แทนในอุตสาหกรรมไมซ์ ในหัวข้อ 6.7
- (7) Source Code สำหรับเว็บไซต์แคมเปญ และออนไลน์ แพลตฟอร์มต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการผลการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ.สำหรับตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบรายเดือนตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน Portable Drive จำนวน 3 ชุด

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

- **งวดที่ 1 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ
- **งวดที่ 2 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ
- **งวดที่ 3 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ
- **งวดที่ 4 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 4 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

12. ค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

Jutathip

13. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

14. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่า 5% ของราคาซื้อหรือจ้าง

15. อากรแสดมปี

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

16. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ผู้ว่าจ้างด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขทั้งสิ้น

17. กรรมสิทธิ์

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

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : 1. นางสาว จุฑาทิพย์ สุพรรณครุฑ
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล
Email: jutathip_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6387

Jutathip

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	โครงการส่งเสริมแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยร่วมกับพันธมิตร กิจกรรมการตลาดออนไลน์ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับตลาด ต่างประเทศ		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาด		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร			3,500,000 บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	11 พฤศจิกายน 2562	เป็นเงิน	3,739,500 บาท
(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)			

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	บริหารจัดการแคมเปญการตลาดออนไลน์ - บริหารจัดการกลุ่มพันธมิตรของแคมเปญ และ ผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมไมซ์ - บริหารจัดการระบบสารสนเทศของ สสพ. ทั้งที่มีอยู่เดิมและ พัฒนาปรับปรุง เช่น webpage MICE Thailand Signature	3,739,500	บาท
3.2	จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ		
3.3	จัดทำแผนการสื่อสาร (Communication Plan) ของแคมเปญเพื่อ ประชาสัมพันธ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ รวมไปถึงการจัดทำ และผลิต artworks สำหรับแคมเปญ		
3.4	จัดทำแผนการประชุมร่วมกับเมืองไมซ์ซิตี้ ทั้ง 5 เมืองตามที่ สสพ. กำหนด		

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

ใช้ราคาที่เคยซื้อครั้งล่าสุดภายในระยะเวลา 2 ปีงบประมาณ ตามสัญญา เลขที่ 61 - 109 ลงวันที่ 28 กันยายน 2561
หมายเหตุ : โดยในปี 2563 ตัดลดเนื้อหาของกรทำเว็บไซต์ และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสติ๊กเกอร์
แคมเปญ

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ
