



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็น  
รางวัล ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ครั้งที่ ๒

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา  
จ้างจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ด้วยวิธีประกวด  
ราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๔๐๑,๖๖๖.๐๐  
บาท (สองล้านสี่แสนหนึ่งพันหกร้อยหกสิบหกบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว  
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง  
การคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงาน  
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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่  
๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

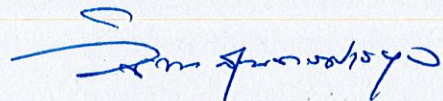
ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อ  
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๕๔๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๖๗ ในวันและเวลาราชการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเข้าร่วมนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ในวันพุธที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๓ ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยขอให้เตรียมเอกสารสำหรับนำเสนอ ข้อเสนอด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม จำนวน ๕ ชุด

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [supanich\\_t@tceb.or.th](mailto:supanich_t@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๓ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๓

ประกาศ ณ วันที่ ๙ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓



(นางสาววิชญา สุนทรสารทูล)

รักษาการรองผู้อำนวยการสายงานบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการ 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. ชื่อกิจกรรม การจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสำหรับส่งเสริมการขายและการตลาด
2. งบประมาณ วงเงิน 1,400,000 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนบาทถ้วน) (ราคาค้างกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
3. วัตถุประสงค์
  - 3.1 เพื่อใช้เป็นแคมเปญในการส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศ
  - 3.2 เพื่อกระตุ้นและดึงดูดกลุ่มลูกค้าในตลาดต่างประเทศให้ร่วมงานการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล หรืองานไมซ์ประเภทอื่นๆ มาจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น
  - 3.3 เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นอย่างต่อเนื่องถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในมุมมองใหม่สำหรับการเป็นจุดหมายหลักของการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในภูมิภาคเอเชียต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในตลาดต่างประเทศ
  - 3.4 สร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันที่โดดเด่นของประเทศไทยในตลาดต่างประเทศต่อกลุ่มลูกค้ารวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจต่อประเทศคู่แข่งในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล
4. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ
  - 4.1 ผู้รับจ้างจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับมุมมองของลูกค้าจากตลาดต่างประเทศ (Outside-In) และมีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลักของอุตสาหกรรมจัดประชุมและนิทรรศการ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศ รวมถึงมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อออกแบบเรื่องราวของการจัดทำ Marketing Campaign และนำเสนอโครงสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร (Messaging Framework) ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด (Concept/Idea) และแก่นสำคัญของการสื่อสาร (Key Message) เพื่อส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างสร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดจ้าง
  - 4.2 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ นำเสนอ และจัดทำภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ตามแนวคิดสำหรับการสื่อสาร เพื่อสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่างกับคู่แข่งให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในอุตสาหกรรมไมซ์

*Signature*



- 4.3 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ VDO Content Creation หรือ Storyboard สำหรับการจัดทำ VDO พร้อมทั้งนำเสนอต่อสสพ. เพื่อเห็นชอบ
- 4.4 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีการดำเนินการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวใหม่ (VDO Footage) โดยถ่ายทำในจุดหมายหลักของประเทศไทย (MICE Cities) อย่างน้อย 2 จังหวัด เพื่อใช้ประกอบการจัดทำ VDO
- 4.5 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการรวบรวมข้อมูล รูปภาพ และ/หรือ ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อจัดทำ VDO เพื่อการแนะนำ Marketing Campaign ในตลาดต่างประเทศ โดยมีความยาวในการนำเสนอประมาณ 2 นาที และ จัดทำ VDO เวอร์ชันอื่น ที่มีความยาวพร้อมถึงการใส่เทคนิค แสงสีเสียง ตามความต้องการของสสพ. เพื่อการเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งหมดจำนวน 3 ชิ้นงาน
- 4.6 ผู้รับจ้างจะต้องทำงานใกล้ชิดกับ สสพ. และชิ้นงานต่างๆ จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก คณะทำงาน/คณะกรรมการตรวจรับในการดำเนินงาน
- 4.7 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบชิ้นงานการจัดทำ Marketing Campaign ให้แก่คณะกรรมการตรวจรับ ซึ่งประกอบด้วย
- 4.7.1 โครงสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร (Messaging Framework) ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด (Concept/Idea) และแก่นสำคัญของการสื่อสาร (Key Message) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชิ้นงาน
  - 4.7.2 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชิ้นงาน
  - 4.7.3 VDO Content Creation หรือ Story Board สำหรับการจัดทำ VDO ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชิ้นงาน
  - 4.7.4 VDO ที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้ว จำนวน 3 ชิ้นงาน ตามรายละเอียดข้อ 4.5
  - 4.7.5 VDO Footage ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 ชิ้นงาน

## 5. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

- 5.1 ผู้รับจ้างต้องมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลและได้รับการยอมรับในเวทีสากล (สามารถให้แหล่งอ้างอิงอย่างใดอย่างหนึ่งได้ อาทิเช่น ได้รับการรับรองคุณสมบัติ (Certified) จากสมาคมหลักของอุตสาหกรรมไมซ์และ/หรือเป็นพันธมิตร ร่วมกับการจัดงานทางการประชุมหรือการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศ และ/หรือมีส่วนร่วมกับสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในการดำเนินกิจกรรมในต่างประเทศ และ/หรือมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในตลาดต่างประเทศ เป็นต้น)
- 5.2 มาตรา 64 ภายใต้อำนาจมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้
- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
  - (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย



- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

6. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

7. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

สสปน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

1	ผู้ยื่นข้อเสนอ	มีคุณสมบัติครบถ้วนถูกต้องตามประกาศ						
2	ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นำเสนอ	มีข้อกำหนดถูกต้องครบถ้วนตามคุณลักษณะ ตามประกาศ						
3	คะแนนตามหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา	<table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>ตัวแปรหลัก : ราคา</td> <td>น้ำหนัก 40 คะแนน</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ตัวแปรหลัก : คุณภาพ</td> <td>น้ำหนัก 60 คะแนน</td> </tr> </table>	1	ตัวแปรหลัก : ราคา	น้ำหนัก 40 คะแนน	2	ตัวแปรหลัก : คุณภาพ	น้ำหนัก 60 คะแนน
1	ตัวแปรหลัก : ราคา	น้ำหนัก 40 คะแนน						
2	ตัวแปรหลัก : คุณภาพ	น้ำหนัก 60 คะแนน						

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

*Handwritten signature*

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถและศักยภาพของการออกแบบ นำเสนอแผนงานได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และสามารถดำเนินการได้จริง	20
ตัวแปรรองที่ 2	ความคิดสร้างสรรค์ของการนำเสนอเนื้อหาและจุดขาย (Creative Content) ในการส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับเจาะกลุ่มลูกค้าการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศได้อย่างน่าสนใจ	40
ตัวแปรรองที่ 3	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลัก รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และพันธกิจของ สสปน.	30
ตัวแปรรองที่ 4	ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ของทีมงาน เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และได้รับการยอมรับในเวทีสากล	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

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

*gc*



## 8. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบโครงสร้างของการจัดการทำ Marketing Campaign ตามข้อ 4.7.1 ได้แก่ โครงสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร (Messaging Framework) ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด (Concept/Idea) และแก่นสำคัญของการสื่อสาร (Key Message) สำหรับส่งเสริมการขายและการตลาดเพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในตลาดต่างประเทศ รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชิ้นงาน ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ ชิ้นงานตามข้อ 4.7.2 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) 4.7.3 VDO Content Creation หรือ Story Board สำหรับการจัดทำ VDO รูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ชิ้นงาน ภายในระยะเวลา 60 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ ชิ้นงานตามข้อ 4.7.4 VDO ที่ตัดต่อเรียบร้อยแล้วตามที่กำหนด จำนวน 3 ชิ้นงาน และ 4.7.5 VDO Footage (จำนวน 1 ชิ้นงาน) ภายในระยะเวลา 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

## 9. เงื่อนไขการชำระเงิน :

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

## 7. อัตราค่าปรับ :

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

## 8. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าอัตราร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

## 9. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงาน



แต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทน หรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

#### 10. อากรแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ 1 บาท

#### 11. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้าง โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

#### 14. กรรมสิทธิ์

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงาน รวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน. และ สสปน. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ โดยผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงานและกำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ สสปน. ไม่ว่าจะเป็เอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้นหากไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นางสาวศุภานิช เตียรสิงห์

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

อีเมล [supanich\\_t@tceb.or.th](mailto:supanich_t@tceb.or.th)

โทร 02 694 6067

*Getra*



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	การจัดทำ Marketing Campaign ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสำหรับส่งเสริมการขายและการตลาด		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร			๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓	เป็นเงิน	๒,๕๐๑,๖๖๖ บาท

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ค่าการออกแบบนำเสนอโครงสร้างของการสื่อสาร แนวคิด แก่นสำคัญของการสื่อสาร และภาพหลักของการสื่อสาร (Creative Content Development, Messaging Framework incl. Concept/Idea, Key Message and Key Visual etc.) สำหรับการจัดทำ Marketing Campaign		๕๓๕,๓๖๖ บาท
3.2	การออกแบบเรียบเรียงเนื้อหาการจัดทำ VDO รวบรวม ข้อมูล รูปภาพ และเรียบเรียง คำดำเนินการถ่ายทำภาพเคลื่อนไหวใหม่ (Footage) เพื่อ ประกอบการจัดทำ VDO ในจังหวัดหลักของประเทศไทย (MICE Cities) จำนวนอย่างน้อย ๒ จังหวัด คำดำเนินการผลิต VDO ความยาวประมาณ 2 นาที และ การตัดต่อชิ้นงาน VDO ตามความยาว หรือลักษณะการใช้ งาน (Announcer, Graphic, Sound Mix etc.) เพื่อใช้ใน การประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ฯลฯ รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 ชิ้นงาน		๑,๘๖๖,๓๐๐ บาท



4. แหล่งที่มีของราคากลาง

4.1 VDA Bangkok Co., Ltd.

4.2 บริษัท คัสต้อม เอเชีย จำกัด

4.3 บริษัท ออลเวิร์ค จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวศุภานิช เทียรสิงห์