



## ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

### เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้งานระบบ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้งานระบบ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาค้างครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๕๕๖,๖๘๐.๐๑ บาท (สามล้านห้าแสนห้าหมื่นหกพันหกร้อยแปดสิบบาทหนึ่งสตางค์)

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 ๒๘ เมษายน ๒๕๖๓ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๙๓ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางผู้ประสงค์ยื่นเสนอราคาทำการยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ผ่านทางโปรแกรม Zoom Meeting ในวันพฤหัสบดีที่ ๓๐ เมษายน ๒๕๖๓ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [chanyaruk\\_q@tceb.or.th](mailto:chanyaruk_q@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๓ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๓

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๓

(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

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

**1. ชื่อโครงการ**

MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (ภาคกลาง) ประจำปีงบประมาณ 2563

**2. ชื่อกิจกรรม**

กิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้งานระบบ

**3. งบประมาณ**

วงเงิน 3,700,000 บาท (สามล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

รหัสงบประมาณ 5-63IN01002

**4. หลักการและเหตุผล**

อุตสาหกรรมการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้านานาชาติ รวมเรียกว่า อุตสาหกรรมไมซ์สามารถใช้เป็นหนึ่งในกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของประเทศได้ โดยมีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของไมซ์ เช่น การจัดประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมองค์การนานาชาติและงานแสดงสินค้านานาชาติ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์จะก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนจำนวนมาก ช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน โดยก่อให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การนำเข้าส่งออก และการลงทุนต่าง ๆ นอกจากนี้ในการจัดงานไมซ์ยังมีประโยชน์ที่ไม่ได้เป็นตัวเงิน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ตลอดจนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมไปถึงการขยายตลาดสินค้าของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะหน่วยงานระดับนโยบายที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นกลไกและเครื่องมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ รวมทั้งเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้ก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางในระดับโลก ทั้งนี้ สสปน. จึงเห็นถึงความจำเป็นในการจัดทำโครงการ MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ ทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์ในแต่ละพื้นที่ และสามารถสร้าง Big Data จากจำนวนการเข้าใช้ Marketplace เพื่อยกระดับศักยภาพในการวิเคราะห์ ประเมินผลแนวโน้มตลาด และยังเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการวางแผนหรือเสนอแนะนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้

เติบโตก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน อันจะเป็นการพัฒนาพื้นที่ กระจายรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจในพื้นที่และประเทศต่อไป

ในปัจจุบันการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และสังคมออนไลน์ (Social Media) ถือเป็นช่องทางที่ได้รับ ความนิยมเป็นอย่างสูงจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ประกอบกับอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์ Smart Phone และ Tablet รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาเสพข้อมูลข่าวสารจากโลกออนไลน์มากขึ้น โดยความได้เปรียบของสื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างจากสื่ออื่น ๆ คือ ความรวดเร็วของข่าวสาร (Real Time) และสามารถสื่อสารได้สองทาง (Interactive Communication) มีประสิทธิภาพวัดผลได้อย่างแม่นยำ ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการให้บริการข้อมูลการใช้งานระบบ MICE Marketplace ทั้งในฝั่ง Supply และฝั่ง Demand ที่ผู้ต้องการจัดงานไมซ์สามารถเข้ามาใช้งานผ่านระบบ MICE Marketplace จึงต้องให้ความสำคัญด้านการทำ Digital Marketing สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสื่อดิจิทัลและทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สสพ. จึงได้จัดทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้งานระบบ MICE Marketplace เพื่อดึงดูดให้มีผู้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และเพื่อเป็นการรักษาและขยายฐานของกลุ่มผู้ใช้งานระบบฯ

## 5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดและแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายคือการเพิ่มจำนวนการรับรู้และใช้งานระบบ MICE Marketplace อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ประกอบการไมซ์และผู้ใช้งานในภาคกลาง

5.2 เพื่อดำเนินการพัฒนาเนื้อหาการตลาด (Content Marketing) สร้างแคมเปญทางการตลาด โดยมุ่งเน้นแคมเปญสำหรับภาคกลาง และดำเนินการบริหารด้านสื่อประชาสัมพันธ์พร้อมเผยแพร่ผ่านช่องทางการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสม

## 6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของโครงการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยจะต้องทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนาทิศทางทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการให้มีประสิทธิภาพ เช่น การวิเคราะห์และกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning) การวิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย (User) รวมถึงประเมินช่องทางการตลาดดิจิทัล เช่น Social Media, Online Channel, KOL, Forum Contents หรือ Influencer Marketing ต่างๆ ที่เหมาะสมในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

6.2 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสร้างเนื้อหา (Content) และสร้างแคมเปญทางการตลาดที่สอดคล้องกับโครงการ Thai MICE Connect รวมถึงทำการสื่อสารแคมเปญทางการตลาดที่ออกโดย สสพ. เพื่อกระตุ้นให้มีผู้สนใจเข้ามาใช้งานมากขึ้น รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 48 ชิ้นงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.1 จัดทำวิดีโอโฆษณา (VDO content) พร้อมเนื้อหาประกอบ สำหรับ Facebook หรือช่องทางดิจิทัลอื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ชิ้น

6.2.2 จัดทำภาพนิ่ง พร้อมเนื้อหาประกอบ สำหรับ Facebook หรือช่องทางดิจิทัลอื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 36 ชิ้น

6.3 ผู้รับจ้างจะต้องทำการบริหารสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดดิจิทัล ตามข้อ 6.2 เพื่อให้เกิดการรับรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมให้กับโครงการ MICE Marketplace โดยมีเป้าหมาย ดังนี้

6.3.1 ดำเนินการจัดทำแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อให้เกิด การรับรู้ (Impression) ไม่น้อยกว่า 800,000 ครั้งจากสื่อ Digital Marketing ต่าง ๆ รวมกันในทุกช่องทาง

6.3.2 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างให้เกิดมีส่วนร่วม (Engagement) ในทุกช่องทางหลักของ โครงการ MICE Marketplace เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนมือถือ Facebook Page และ Line Official Account จำนวนไม่น้อยกว่า 50,000 ครั้ง รวมกันในทุกช่องทาง

6.3.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการ MICE Marketplace ในรูปแบบ Influencer Marketing ผ่าน Blog, Facebook หรือช่องทางดิจิทัลที่เหมาะสมไม่น้อยกว่า 8 ข่าวสาร

6.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานที่มีเนื้อหาครอบคลุมตลอดระยะเวลาดำเนิน โครงการเป็นรายประจำเดือน โดยเน้นการใช้งานในภาคกลาง รวมทั้งสิ้น 8 ครั้ง (เดือนแรกจะไม่มีรายงาน เนื่องจากอยู่ในขั้นตอนการวางแผน) ซึ่งประกอบด้วยผลการวิเคราะห์สื่อแต่ละช่องทาง (Media Performance) พร้อมกับข้อเสนอแนะ ครอบคลุมถึงแคมเปญการตลาด รูปแบบการทำการตลาดในแต่ละช่องทาง ฯลฯ เพื่อ ปรับปรุงส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของผู้ว่าจ้าง รวมถึงจัดทำรายงานเพิ่มเติมอื่นๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างร้องขอเป็นครั้งคราว

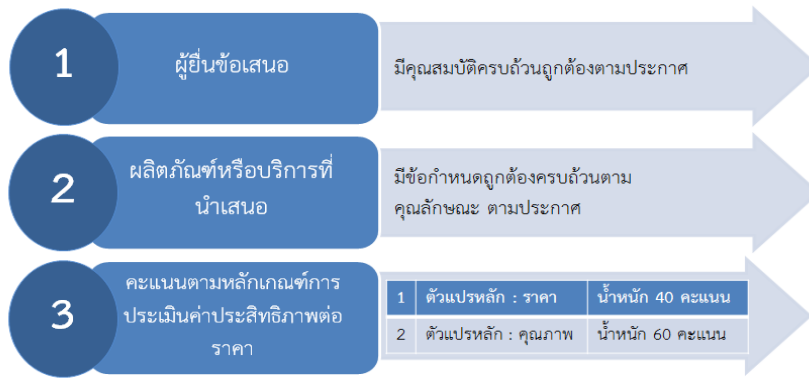
## 7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของ หน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ใน ราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

## 8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ พิจารณาตามความเพียงพอของบุคลากร แผนการดำเนินงานที่เป็นระบบ ความรู้ความสามารถของบุคลากร งบประมาณที่นำเสนอ รวมถึงความสามารถในการนำเสนอผลงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	20
ตัวแปรรองที่ 2	วิธีการที่ใช้ในการดำเนินงาน พิจารณาตามความเหมาะสมของแผนงาน วิธีการที่ใช้ในดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับขอบเขตงานตามที่กำหนด อาทิ รูปแบบการสร้างเนื้อหา (Content) วิธีการและขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาในการทำตลาดดิจิทัล เป็นต้น	45
ตัวแปรรองที่ 3	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ข้อมูลบริษัทการดำเนินธุรกิจ (Company Profile) ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ข้อมูลอ้างอิงลูกค้าและประสบการณ์ในการดำเนินงาน	25

ตัวแปรครั้งที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 80 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

8.3 สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

#### 9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

ภายใน 270 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

#### 10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้สสพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับการส่งมอบงานภายในระยะเวลาที่กำหนดดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องทำการส่งมอบงานตามขอบเขตงานดังนี้ 1 รายงานสรุปวิเคราะห์แผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล วิธีการทำงาน แผนการทำงาน บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และผังการทำงานแสดงระยะเวลาดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการทำงานตามขอบเขตงานข้อที่ 6.1 2 จัดทำรายงานสรุปผลในรูปแบบเอกสารพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้ง ส่งมอบ Flash drive ที่บรรจุรายงานที่อยู่ในรูปแบบ Word document PDF และ PowerPoint จำนวน 2 ชุด	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
2	ผู้รับจ้างต้องทำการส่งมอบงานตามขอบเขตงานดังนี้ 1 รายงานสรุปผลการสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับโครงการ Thai MICE Connect ตามขอบเขตงานข้อที่ 6.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นงาน	ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	2 รายงานความก้าวหน้าการบริหารสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดดิจิทัล ตามขอบเขตงานข้อที่ 6.3 3 จัดทำรายงานสรุปผลในรูปแบบเอกสารพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้ง ส่งมอบ Flash drive ที่บรรจุรายงานที่อยู่ในรูปแบบ Word document PDF และ PowerPoint จำนวน 2 ชุด	
3	ผู้รับจ้างต้องทำการส่งมอบงานตามขอบเขตงานดังนี้ 1 รายงานสรุปผลการสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับโครงการ Thai MICE Connect ตามขอบเขตงานข้อที่ 6.2 ส่วนที่เหลือจำนวนไม่น้อยกว่า 28 ชิ้นงาน 2 รายงานสรุปผลการบริหารสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดดิจิทัล ตามขอบเขตงานข้อที่ 6.3 3 จัดทำรายงานสรุปผลในรูปแบบเอกสารพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้ง ส่งมอบ Flash drive ที่บรรจุรายงานที่อยู่ในรูปแบบ Word document PDF และ PowerPoint จำนวน 3 ชุด	ภายใน 270 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

## 11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 50 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

## 12. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

## 13. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง



#### 14. อาการแสบตมบี้

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอาการแสบตมบี้ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอาการแสบตมบี้ 1 บาท

#### 15. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไว้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน.จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน.เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน.ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขทั้งสิ้น

#### 16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน.และ สสปน. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

#### 17. ข้อสงวนสิทธิ์

สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสปน. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จาก สสปน. ทั้งสิ้น

#### 18. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามขอบเขตงานนี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วง ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

#### หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่โต้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน

4. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ สสปน.

5. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินการ

**ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :**

- ชื่อผู้ติดต่อ : 1. นางจารุวรรณ สุวรรณศาสน์  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ ฝ่าย MICE Intelligence & Innovation  
Email: Jaruwan\_p@tceb.or.th โทรศัพท์ 02-694-6032
2. นางชญญรักษ์ ฉิน  
ตำแหน่ง ผู้จัดการ ฝ่าย MICE Intelligence & Innovation  
Email: Chanyaruk\_q@tceb.or.th โทรศัพท์ 02-694-6093

## สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (ภาคกลาง) ประจำปีงบประมาณ 2563 กิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้งานระบบ		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่าย MICE Intelligence และนวัตกรรม		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		3,700,000.00	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	27 มีนาคม 2563	เป็นเงิน	3,556,680.01 บาท
	ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ และ ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี)			
3.1	ค่าจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด		517,166.67	บาท
3.2	ค่าจัดทำเนื้อหา (Content) และสร้างแคมเปญทางการตลาดประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"><li>- จัดทำวิดีโอโฆษณา (VDO content) พร้อมเนื้อหาประกอบ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ชิ้น</li><li>- จัดทำภาพนิ่ง พร้อมเนื้อหาประกอบ จำนวนไม่น้อยกว่า 36 ชิ้น</li></ul>		1,214,806.67	บาท
3.3	ค่าบริการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการตลาดดิจิทัลประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"><li>- จัดทำแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ (Impression) ไม่น้อยกว่า 800,000 ครั้ง</li><li>- ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างให้เกิดมีส่วนร่วม (Engagement) ในทุกช่องทาง ไม่น้อยกว่า 50,000 ครั้ง</li><li>- ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Influencer Marketing ไม่น้อยกว่า 8 ข่าวสาร</li><li>- จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานเป็นรายประจำเดือน รวมทั้งสิ้น 8 ครั้ง</li></ul>		1,824,706.67	บาท

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

4.1 JENOSIZE COMPANY LIMITED

---

4.2 บริษัท นูปา คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด

---

4.3 BrandBaker Co., Ltd.

---

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางชัญญรักษ์ ฉิน

---

นางจารุวรรณ สุวรรณศาสน์

---