



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๔๒๔,๕๐๐.๐๐ บาท (สองล้านสี่แสนสองหมื่นสี่พันห้าร้อยบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอรราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒

มีนาคม ๒๕๖๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๘๑-๖๙๔-๙๑๒๓ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ประสงค์ยื่นเสนอราคาทำการยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิค ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting และ/หรือ เข้าร่วมนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิค ณ สสปน. ในวันพฤหัสบดีที่ ๔ มีนาคม ๒๕๖๔ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล ananta_@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๔



(นางสาววิชญา สุนทรสารทูล)

รองผู้อำนวยการสายงานบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

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

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

๑. ชื่อโครงการ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ

๒. ชื่อกิจกรรม การผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๔๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านสี่แสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็น หน่วยงานรัฐที่มีพันธกิจหลักในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุมของนคร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่าอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำและเป็นจุดหมายปลายทางอันดับหนึ่งของการจัดกิจกรรมไมซ์ต่างๆในภูมิภาคเอเชีย

ในการนี้ ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กรจึงดำเนินโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย รวมถึงการสร้างการรับรู้ถึงบทบาท หน้าที่ และบริการของ สสปน. โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. ให้แก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงต้องจัดหาบริษัทเพื่อดำเนินการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร โดยครอบคลุมการบริหารจัดการผู้สื่อข่าว (Media) อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (You tuber -Vlogger) กิจกรรมการแถลงข่าว ตลอดจนการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงบทบาทหน้าที่ และภาพลักษณ์ของ สสปน. ในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และบริการของ สสปน. รวมถึงอุตสาหกรรมการจัดประชุม องค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรืออุตสาหกรรมไมซ์

๕.๒ เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สสปน. ตามบทบาทภารกิจในฐานะองค์กรรัฐผู้ทำหน้าที่ผลักดันและ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

๖. เป้าหมายการดำเนินโครงการ

๖.๑ เป้าหมายมูลค่าข่าวไม่ต่ำกว่า ๖ เท่าของเงินลงทุนทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าข่าวประมาณ ๑๔,๔๐๐,๐๐๐ บาท

๖.๒ มูลค่าข่าวที่ได้รับการนำเสนอโดยภาพรวมจะต้องมีการนำเสนอในสื่อหลักไม่ต่ำกว่า ๗๐% โดยสื่อหลักภายใต้คำจำกัดความ ได้แก่ สื่อทั้งส่วนกลาง และ สื่อส่วนภูมิภาค (ตามข้อกำหนดของแผนการดำเนินงานของ สสปน.)

- สื่อโทรทัศน์ทั้งฟรีทีวีระบบอนาล็อกและระบบดิจิทัล ได้แก่ ช่อง 3 / 33 HD / 5 HD / 7 HD / 9 MCOT HD / Thai PBS / NBT / TNN / Nation / NOW / PPTV / Thairath / ONE /Amarin / WorkPoint และอื่นๆ เป็นต้น

- สื่อวิทยุ ได้แก่ คลื่น FM 96.5 / FM 104.5 / FM 105.5 / FM 101 / FM 92.5 เป็นต้น
- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ไทยรัฐ / เดลินิวส์ / กรุงเทพธุรกิจ / ข่าวสด / มติชน / ผู้จัดการรายวัน / เดอะ เนชั่น / บางกอกโพสต์ / ประชาชาติธุรกิจ / ฐานเศรษฐกิจ / เชียงใหม่นิวส์ / เสียงใต้ / ขอนแก่นนิวส์ และอื่นๆ เป็นต้น
- สื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์สำนักข่าว และสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) / ทวิตเตอร์ (Twitter) / อิน스타그램 (Instagram) / ยูทูบ (Youtube) และอื่นๆ

๗. ขอบเขตการดำเนินงาน

จัดทำแผนงาน กลยุทธ์ ประเด็นการสื่อสาร และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายในประเทศ โดยครอบคลุมงานในขอบข่ายความรับผิดชอบ ดังนี้

๗.๑ จัดทำแผนงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรตลอดโครงการ และมีการวางแผนงานอย่างต่อเนื่อง โดยต้องอยู่ภายใต้การพิจารณาของ สสปน.

๗.๒ จัดทำประเด็นการสื่อสาร แนวคิดหลักของโครงการเพื่อประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ เช่น แนวทางการประชาสัมพันธ์ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมขององค์กร เพื่อการสื่อสารภายในประเทศ (PR Strategic Direction and Key Message) โดยต้องอยู่ภายใต้การพิจารณาของ สสปน.

๗.๓ จัดทำแผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ พร้อมตารางดำเนินงาน (PR Plan and Activities) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสนับสนุนแผนงานของ สสปน. โดยต้องอยู่ภายใต้การพิจารณาของ สสปน.

๗.๔ ดำเนินงานบริหารจัดการกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของ สสปน. โดยดำเนินงานครอบคลุมกิจกรรมตลอดอายุการว่าจ้าง ดังนี้

- ๗.๔.๑ จัดให้มีการแถลงข่าว นโยบาย ผลงาน และกิจกรรมของ สสปน. ต่อสื่อมวลชนเป้าหมาย และ/หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่ สสปน. เห็นชอบ จำนวน ๓๐ คนขึ้นไป ในรูปแบบปกติหรือออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง
- ๗.๔.๒ จัดกิจกรรมพาสื่อมวลชนเยี่ยมชมศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย หรือจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในกรุงเทพ หรือต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเป้าหมายที่ สสปน.เห็นชอบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน
- ๗.๔.๓ จัดกิจกรรมพาสื่อมวลชน (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) เยี่ยมชมศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย หรือจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างสัมพันธ์ในกรุงเทพ หรือต่างจังหวัด ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมี อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่ สสปน. เห็นชอบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน
- ๗.๔.๔ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสื่อบทสัมภาษณ์ หรือภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง
- ๗.๔.๕ จัดทำบทความประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ที่ สสปน. เห็นชอบ ไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง
- ๗.๔.๖ จัดให้มีสื่อออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย ที่ สสปน. เห็นชอบ ทำการสัมภาษณ์หรือประชาสัมพันธ์งานของ สสปน. ในรูปแบบวิดีโอลงในสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียที่ สสปน. เห็นชอบ ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- ๗.๔.๗ จัดให้มีกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relation Activities) ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
- ๗.๔.๘ จัดให้มีกิจกรรมเยี่ยมสื่อมวลชนในวันครบรอบก่อตั้งสื่อ พร้อมสนับสนุนของที่ระลึกไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น และอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับ สสปน.
- ๗.๔.๙ จัดทำประมวลข่าวสถานการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับ สสปน. อุตสาหกรรมไมซ์ และข่าวของ สสปน. จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ภายในประเทศ โดยนำเสนอคลิปข่าวประชาสัมพันธ์พร้อมการสรุปข่าวประชาสัมพันธ์รายวันผ่านทางอีเมล ภายในเวลา ๑๐.๐๐ น. ของทุกวันทำการ

๗.๔.๑๐ จัดทำรายงานสรุปผลกิจกรรม มูลค่าข่าว และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ข่าวในและต่างประเทศในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงานรวมจำนวน ๙ ฉบับ ตลอดระยะเวลาการ ดำเนินโครงการ

๗.๔.๑๑ จัดทำสรุปรายชื่อสื่อมวลชนในรูปแบบ Soft File จำนวน ๑ ไฟล์

๗.๔.๑๒ จัดทำสรุปรายชื่อสื่อออนไลน์ และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูปเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์และกิจกรรมต่างๆของ สสพ. ใน รูปแบบ Soft File จำนวน ๑ ไฟล์

๗.๔.๑๓ จัดทำการสำรวจความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อ สสพ. ในกลุ่มสื่อหลัก และกลุ่มสื่ออุตสาหกรรม ไมซ์ และ/หรือ อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูปเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่ สสพ. เห็นชอบ รวมไม่น้อยกว่า ๒๕ สื่อ พร้อมจัดทำรายงานการสำรวจความคิดเห็นในรูปแบบ Soft File จำนวน ๑ ไฟล์ และในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด

๗.๔.๑๔ จัดหาอุปกรณ์และวัสดุชนิดดี รวมทั้งจัดหาผู้ประสานงานดูแลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์มา ปฏิบัติงานประจำโครงการให้แก่ สสพ. อย่างน้อย ๓ คน

๗.๕ ผู้รับจ้างต้องใช้ความรู้ความชำนาญในวิชาชีพ ตลอดจนระมัดระวังและมีความขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติงาน ตามขอบเขตการดำเนินงานที่ได้รับ โดยดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์องค์กร และประสานงานดูแลตลอดโครงการในกิจกรรม ที่ สสพ. มอบหมายเพิ่มเติมภายใต้ขอบเขตการทำงาน

๘. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

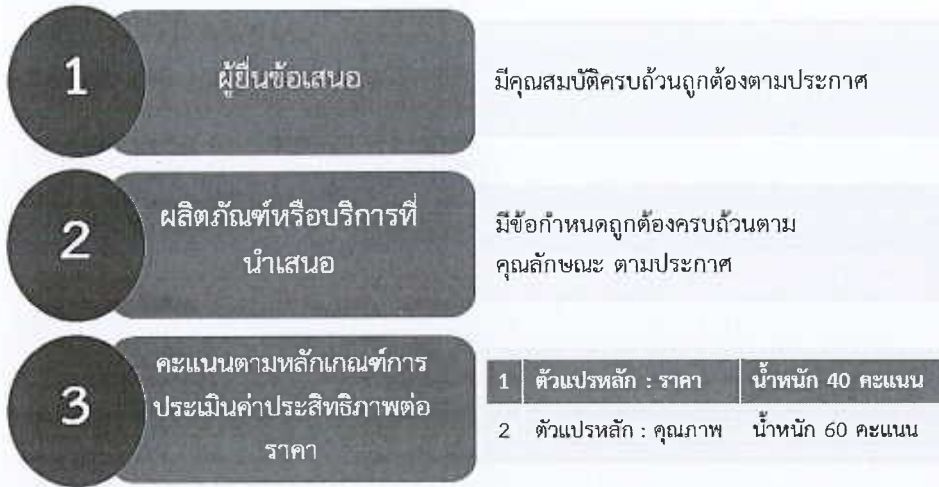
(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนด ในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่ กรมบัญชีกลางกำหนด

๙. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๗ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	กลยุทธ์และแผนงานสร้างสรรค์ (Creative PR Strategies and Plan) พิจารณาตามแนวคิดกลยุทธ์แผนกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่นำเสนออย่างสร้างสรรค์ ทันสมัย ทันสถานการณ์ โดยมีความเหมาะสมและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์โครงการ มี ความแปลกใหม่ และสามารถสร้างจุดขายให้แก่องค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทั้งการ สื่อสารองค์กรส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและพันธ- กิจการดำเนินงานขององค์กรเป็นหลัก พร้อมกระบวนการวัดผลการสื่อสารที่ชัดเจน	๓๐
ตัวแปรรองที่ ๒	การจัดทำเนื้อหาสำหรับการสื่อสารองค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ให้เหมาะสม พิจารณาการนำเสนอประเด็นหลักในการสื่อสารตลอดโครงการ จัดทำเนื้อหาในการ สื่อสารให้ สสพ. และ อุตสาหกรรมไมซ์ให้มีจุดขายและมีความน่าสนใจ ตอบโจทย์ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสื่อสารทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	๓๐

ตัวแปรครั้งที่ ๓	ความแข็งแรงของเครือข่ายสื่อมวลชนทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค พิจารณาจากการติดต่อเครือข่ายกับสื่อมวลชนเป้าหมายทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สื่อออนไลน์ กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) บล็อกเกอร์ (Blogger) ยูทูบเบอร์ (Youtuber-Vlogger) ที่เป็นไปอย่างเห็นผลและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถประสานงานกับหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐและเอกชนอื่นๆ ได้ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์	๒๐
ตัวแปรครั้งที่ ๔	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากคุณสมบัติ ความพร้อมของบริษัท ความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพงานด้านประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารองค์กร อุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. รวมถึงประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท หากมีประสบการณ์ดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และ/หรือ ภาคเอกชนที่ต้องทำร่วมกับผู้บริหารสูงสุดขององค์กร จะถือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาลงคะแนน	๒๐
รวม		๑๐๐

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๙.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๙.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๙.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๙.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๑๐. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๓๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๑. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่วันที่เริ่มทำงานจนถึงวันที่ 30 เมษายน 2564 ฉบับที่ ๑ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 30 เมษายน 2564
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนพฤษภาคม 2564 ฉบับที่ ๒ ในรูปแบบ Soft File	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 31 พฤษภาคม 2564

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	(PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนมิถุนายน 2564 ฉบับที่ ๓ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 30 มิถุนายน 2564
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนกรกฎาคม 2564 ฉบับที่ ๔ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 31 กรกฎาคม 2564
๕	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนสิงหาคม 2564 ฉบับที่ ๕ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 31 สิงหาคม 2564
๖	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนกันยายน 2564 ฉบับที่ ๖ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 30 กันยายน 2564
๗	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนตุลาคม 2564 ฉบับที่ ๗ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 31 ตุลาคม 2564
๘	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และมูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนพฤศจิกายน 2564 ฉบับที่ ๘ ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ 30 พฤศจิกายน 2564
๙	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลกิจกรรมตามข้อ ๗.๔ และกิจกรรม มูลค่าข่าวการประชาสัมพันธ์เดือนธันวาคม 2564 ฉบับที่ ๙ และรายงานการสำรวจความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อ สสพ. ในรูปแบบ Soft File (PowerPoint Presentation) จำนวน ๑ ไฟล์ โดยบรรจุลง USB Flash Drive พร้อมเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด	ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

๑๒. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างการดำเนินงานกิจกรรมตามขอบเขตงาน แบ่งออกเป็น ๙ งวดดังนี้

๑๒.๑ งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายเงินค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๒ งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๓ งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๔ งวดที่ ๔ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๕ งวดที่ ๕ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๕ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๖ งวดที่ ๖ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๖ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๗ งวดที่ ๗ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๗ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๘ งวดที่ ๘ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๘ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒.๙ งวดที่ ๙ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๙ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๓. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๔. อาการแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอาการแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอาการแสดมภ์ ๑ บาท

๑๕. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๖. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มี

ความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

๑๗. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๘. ข้อเสนอสิทธิ์

สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสปน. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสปน. ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินใจของผู้ว่าจ้างถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่โต้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของผู้ว่าจ้างไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ดีที่สุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน

๔. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง

๕. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวอนันตา หลีเกษม

ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร

Email: ananta_l@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐๒ ๖๙๔ ๖๐๙๗ หรือ ๐๘๑ ๖๙๔ ๙๑๒๓

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	กิจกรรมการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		2,400,000	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	4/02/2564	เป็นเงิน	2,424,500 บาท
(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)				
ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ				
	3.1	ดำเนินการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรทั้งในและต่างประเทศ	2,424,500	บาท
4.	แหล่งที่มีชื่อของราคากลาง			
	4.1	บริษัท แอร์บอร์น พรินต์ จำกัด		
	4.2	บริษัท เทเล-วิชั่น มีเดีย เน็ตเวิร์ค จำกัด		
	4.3	บริษัท วิเสจ จำกัด		
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง			
	นางสาวอนันตา หลีเกษม ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร			