



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)  
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของโครงการศึกษาและรวบรวมข้อมูล  
เพื่อจัดทำรายงาน ภายใต้โครงการสนับสนุนโมเดลที่ดีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination  
Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-  
bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา  
จ้างดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของโครงการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน ภายใต้  
โครงการสนับสนุนโมเดลที่ดีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้  
ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาากลางของงาน  
จ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๔๖๘,๐๔๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านสี่แสนหกหมื่นแปดพันสี่สิบบาทถ้วน)

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. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริม  
การจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ  
อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อ  
เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic

Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.buinesseventsthailand.com](http://www.buinesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๖๒-๘๘๕-๙๒๙๔ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค ทาง สสพ. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม Zoom Meeting หรือ ณ สสพ. ในวันที่ พุธที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [natthanitcha\\_s@tceb.or.th](mailto:natthanitcha_s@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.buinesseventsthailand.com](http://www.buinesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

ประกาศ ณ วันที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๔



(นางสาวจิตนันท์ เตชะศรินทร์)

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทนผอ. สสพ.

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

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

1. **ชื่อโครงการ** สนับสนุนโมซ์ซิตีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA
2. **กิจกรรม** : จัดจ้างบริษัทเพื่อดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของโครงการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน

**3. งบประมาณ**

วงเงิน 1,400,000 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

**4. หลักการและเหตุผล**

สสพ. ได้ดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ช้ร่วมกับเมืองหลักในภูมิภาค 5 แห่ง คือ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เมืองเหล่านี้เป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้าทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ซึ่งจากการดำเนินงานร่วมกันที่ผ่านมา มีความพยายามในการกำหนดจุดขายของเมืองต่างๆ ไม่ให้ทับซ้อนกัน เพื่อสร้างความหลากหลายของทางเลือกด้านจุดหมายปลายทางของการจัดประชุม อย่างไรก็ตาม สสพ. ในฐานะคู่คิด ผู้พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ช้ จึงมีความจำต้องสนับสนุนเมืองในการสร้างจุดขายที่ชัดเจน ทำให้ทุกภาคส่วนเห็นร่วม โดยจัดโครงการนำร่องเพื่อหาอัตลักษณ์ และพัฒนาจุดขายเมืองจากอัตลักษณ์นั้นของเมือง เพื่อให้การทำการตลาดเมืองมีความชัดเจน และสามารถพัฒนางานไม่ช้ที่สอดคล้องกับจุดขาย ทำให้ไม่ช้ช่วยเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัด สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนของพื้นที่อย่างแท้จริง โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา มีจังหวัด/เมือง ขอเข้ารับการประเมินเมืองเพื่อเป็นโมซ์ซิตี และได้รับการรับรองผลให้เป็นโมซ์ซิตีเพิ่มขึ้นอีก 5 จังหวัด ประกอบด้วย สงขลา นครราชสีมา พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี และอุดรธานี จาก 3 ภูมิภาคได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ ภาคใต้ ด้วยเหตุนี้ สำนักฯ ภาค จึงเห็นความจำเป็นในการดำเนินการโครงการนำร่องฯ จากจังหวัดที่ได้รับการรับรอง หรือจังหวัดที่มีศักยภาพ อย่างน้อย 3 พื้นที่ โดยกระจายทั่วทุกภูมิภาค อย่างน้อยภาคละ 1 พื้นที่ เพื่อหาอัตลักษณ์ และพัฒนาจุดขายเมืองจากอัตลักษณ์

โครงการสนับสนุนโมซ์ซิตีและเมืองที่มีศักยภาพในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA จึงมีความจำเป็นในการดำเนินการเพื่อที่จะนำผลการดำเนินการที่ผ่านมา ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ทั้งในแง่ธุรกิจและผลกระทบต่อชุมชนต่อไป

## 5. วัตถุประสงค์

5.1 เพื่อจัดทำโครงการนำร่อง สร้างตัวอย่างการมองเมืองของตัวเองใหม่ ใช้จุดเด่น อันเป็นเป็นเอกลักษณ์ มาพัฒนาจุดขายของจังหวัด และสร้างต้นแบบการพัฒนาเมือง MICE City ที่มีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ของเมือง

5.2 เพื่อพัฒนาแนวทางการตลาดเมือง Destination Marketing ที่เหมาะสมกับพื้นที่ เริงลุดอุปสรรคและ มองหาโอกาสใหม่ด้านการตลาดเมืองให้แก่มอซ์ซิตี้

5.3 เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตนโยบายมอซ์ซิตี้

5.4 เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีศักยภาพและมีความสนใจในการจัดประชุมและนิทรรศการได้มีโอกาสได้พบปะ และแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมมอซ์

## 6. ขอบเขตการดำเนินงาน

ลักษณะงานภายใต้โครงการต้องครอบคลุมขอบเขตงาน ดังนี้

6.1 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนดำเนินงานโครงการ โดยมีรายละเอียดการทำงานอย่างครบถ้วน อาทิเช่น

6.1.1 แผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และแผนการดำเนินงานสำรองในกรณีที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือโรคอุบัติใหม่ที่ไม่คาดคิด โดยประสานงานระหว่าง สสปน. และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยแผนสำรองดังกล่าวต้องใช้ได้จริงตรงตามวัตถุประสงค์การจัดกิจกรรมของโครงการ

6.1.2 แผนการส่งมอบงานตามกำหนดเวลาของโครงการ (Project Timeline) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

6.2 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของเมือง (City DNA) และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กับผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ดำเนินการ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานทั้ง 3 พื้นที่ โดยพื้นที่ดำเนินการ ได้แก่ สงขลา พิชญโลก ขอนแก่น หรือจังหวัดที่มีศักยภาพ อย่างน้อย 2 ครั้งต่อพื้นที่ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ทั้งนี้ในกรณีที่ไม่สามารถเดินทางข้ามพื้นที่ได้ ให้จัดประชุมฯ ผ่านโปรแกรมการประชุมออนไลน์ที่มีความเสถียรสูงแทน

6.3 นำเสนอแผนงานการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ (City DNA) ของทั้ง 3 จังหวัด โดยได้มีการสอบถามข้อมูล จากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมอซ์ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมอซ์ เป็นต้น

6.4 นำเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้อัตลักษณ์ของจังหวัดมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6.5 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนาจุดขาย (Unique Selling Point, USP) ในการทำการตลาดและการขายเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์เมือง Destination Marketing Campaign เป็นต้น

6.6 นำแผนการตลาดมาดำเนินการจัดทำเครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการตลาดและการประชาสัมพันธ์จังหวัดต่อไป

6.7 ผลิตชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย – อังกฤษ) ประกอบการจัดกิจกรรม ตามแผนส่งเสริมการตลาด อาทิเช่น Roll up, สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในรูปแบบเล่มและดิจิทัล (E-book หรือ E-Brochure), วิดีทัศน์สำหรับเผยแพร่ทั้งแบบ Online – Offline และ Artwork Key Visual สำหรับ 3 เมือง สำหรับการเผยแพร่บนเว็บไซต์ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่เหมาะสมตามแผนการตลาดของแต่ละพื้นที่ ทั้ง 3 พื้นที่ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า พื้นที่ละ 3 ชิ้นงาน

6.8 รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม อาทิเช่น ค่าเบี้ยประชุมคณะกรรมการฯ ค่าเช่าห้องประชุม ค่าโปรแกรมการประชุมออนไลน์ ค่าวัสดุอุปกรณ์ประกอบการประชุม ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเอกสารประกอบการประชุม และอื่นๆ เป็นต้น

6.9 สรุปผลการดำเนินงานโครงการฯ เพื่อจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ พร้อมนำเสนอผลการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะกับสสพ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## 7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

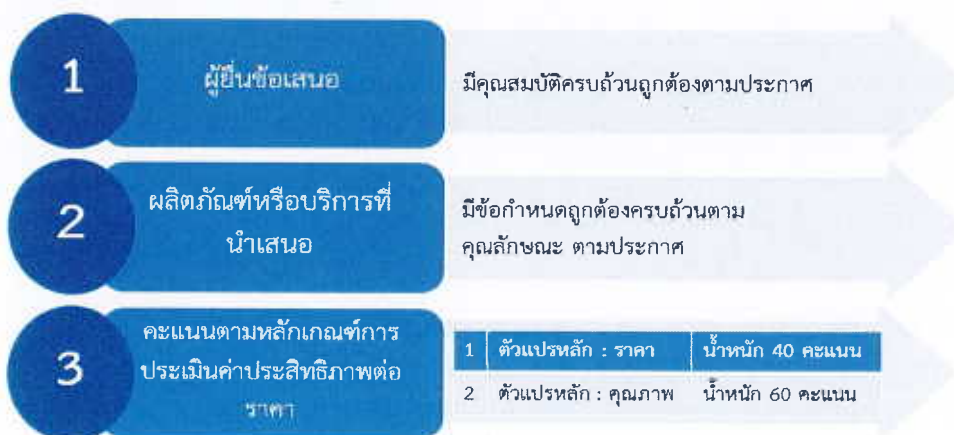
มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อ จัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

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

เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

## 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 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การบริหารจัดการและวางแผนโครงการ พิจารณาตามความเพียงพอของบุคลากร ความรู้ความสามารถของบุคลากร แผนการดำเนินงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นระบบ รวมถึงความสามารถในการนำเสนอผลงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	20
ตัวแปรรองที่ 2	วิธีการที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์และการนำเสนอ พิจารณาตามความเหมาะสมของแผนงาน แนวทางและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ รวมไปถึงนำเสนอเครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล	40
ตัวแปรรองที่ 3	ความพร้อมและประสบการณ์ พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ข้อมูลบริษัทการดำเนินธุรกิจ (Company Profile) ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ข้อมูลอ้างอิงที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา	25
ตัวแปรรองที่ 4	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ พิจารณาจากความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	15
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

8.3 สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

8.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

## 9. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

240 วันนับถัดจากวันที่ทำสัญญา

## 10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ	สิ่งที่ใช้ในการส่งมอบ
1	รายงานเบื้องต้น (Inception Report ประกอบด้วย 1 แผนการดำเนินการและขั้นตอนอย่างเป็นระบบ 2 แผนการส่งมอบงานตามกำหนดเวลา (Project Timeline) 3 แนวคิด เทคนิค วิธี ที่ได้รับการยอมรับในการทำแผนการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ (City DNA) 4 บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	ภายใน 45 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา	1. รายงาน 3 เล่ม 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb drive จำนวน 3 ชิ้น
2	รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ประกอบด้วย 1. รายงานการดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ทั้ง 3 จังหวัด 2. ร่างแผนการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ 3. ภาพถ่ายกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา	1. รายงาน 10 เล่ม ประกอบด้วย รายงานรวม 1 เล่ม และ รายงานผลรายจังหวัด จังหวัดละ 3 เล่ม 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb drive จำนวน 3 ชิ้น

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ	สิ่งที่ใช้ในการส่งมอบ
3	<p>รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย</p> <p>1. รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ</p> <p>2. รายงานฉบับสมบูรณ์เกี่ยวกับผลการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA ทั้ง 3 จังหวัด พร้อมข้อเสนอแนะ</p> <p>3. ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย - อังกฤษ) ตามแผนการตลาดทั้ง 3 พื้นที่ จำนวนพื้นที่ละ 3 ชิ้นงาน</p>	ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา	<p>1. รายงาน 10 เล่ม ประกอบด้วย รายงานรวม 1 เล่ม และ รายงานผลรายจังหวัด จังหวัดละ 3 เล่ม</p> <p>2. ไฟล์รายงาน และไฟล์งาน ทั้งหมดบันทึกใน Thumb drive จำนวน 3 ชิ้น</p>

#### 11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

**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

#### 12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

#### 13. อากรแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอกรแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอกรแสดมภ์ 1 บาท



#### 14. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

#### 15. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

#### 16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

#### 17. ข้อเสนอสิทธิ์

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอברהที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

#### 18. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของ ผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

**หมายเหตุ :**

1. ผลการตัดสินของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน
4. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสปน.
5. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

**ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :**

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวณัฐนิชา สิงห์ระอุดม

ผู้จัดการอาวุโส สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้

Email: [natthanitcha\\_satceb.or.th](mailto:natthanitcha_satceb.or.th) โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 2037



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	การสนับสนุนไมซ์ซิตี้ในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภูมิภาคใต้		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		1,400,000	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	19 มกราคม 2564	เป็นเงิน	1,468,040 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	ค่าจัดทำแผนงานการตลาด	169,417	บาท
3.2	ค่าจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)	505,397	บาท
3.3	ค่านำเสนอแผนงานการตลาดเมืองจากอัตลักษณ์ (City DNA) และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้อัตลักษณ์ของจังหวัดมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น	71,333	บาท
3.4	ค่าจัดทำนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนาจุดขาย (Unique Selling Point, USP)	187,250	บาท
3.5	ค่าจัดทำนำแผนการตลาดมาดำเนินการจัดทำเครื่องมือทางการตลาด (6.6)	133,750	บาท
3.6	ค่าผลิตชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย - อังกฤษ)	378,423	บาท
3.7	ค่าจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ พร้อมนำเสนอผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ	22,470	บาท



4. แหล่งที่มีของราคากลาง

- 4.1 บริษัท อินเทจ (ประเทศไทย) จำกัด
  - 4.2 บริษัท ไฮฟ์สเตอร์ จำกัด
  - 4.3 บริษัท ทูมอร์โรว์ (ไทยแลนด์) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
- 

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวณัฏฐนิชชา สิงห์บุระอุดม ผู้จัดการอาวุโส สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภูมิภาคใต้

---