



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา จ้างกิจกรรมการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคา กลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๖๔๕,๒๒๕.๒๐ บาท (สี่ล้านหกแสนสี่หมื่นห้าพันสองร้อย ยี่สิบห้าบาทยี่สิบสตางค์)

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 เสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่

๑๙ มกราคม ๒๕๖๕ 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 ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๐๕ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม Zoom Meeting ในวันอังคารที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๕ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล [palida\\_l@tceb.or.th](mailto:palida_l@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๖๕ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE: TOR)  
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding)  
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา  
(วงเงิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)

๑. ชื่อโครงการ กิจกรรม โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ  
กิจกรรม การจัดการกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ
๒. งบประมาณ  
วงเงิน ๔,๔๕๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านสี่แสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ราคาดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว  
รหัสงบประมาณ 2-65CIC08001

๓. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีนโยบายหลักในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้น การจัดการกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศไทย จึงเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูความเชื่อมั่น กระตุ้นให้นักเดินทางไมซ์จัดงานในประเทศไทยกระจายสู่ภูมิภาคทั่วประเทศไทย รวมถึงแสดงศักยภาพความพร้อมของผู้ประกอบการในการจัดงานไมซ์อย่างมีมาตรฐาน สร้างโอกาส การเจรจาธุรกิจ และรณรงค์ให้ภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมมือร่วมใจผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์กระจายไปสู่ภูมิภาค สร้างความแข็งแกร่งให้กับประเทศไทย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติ โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี นอกจากนี้ เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทพันธกิจและบริการขององค์กรเกี่ยวกับการให้การสนับสนุนภาคเอกชน และการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทุกภาคส่วน ร่วมกันผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ ตลอดจนสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เผยแพร่และสื่อสารองค์กรเชื่อมโยงบริการทั้งภาครัฐและเอกชนในฐานะที่เป็นตัวแทนอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย (One Stop Service) ผ่านการจัดการกิจกรรมและการสนับสนุนกิจกรรมทั้งในและต่างประเทศ

๔. วัตถุประสงค์

๔.๑ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย แสดงศักยภาพความพร้อมของผู้ประกอบการในการจัดงานไมซ์อย่างมีมาตรฐานในระดับสากล

๔.๒ เพื่อเป็นเวทีสร้างโอกาสทางธุรกิจ กระจายความเจริญและรายได้สู่ภูมิภาค กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เกิดการสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ

๔.๓ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและ สสปน. ในฐานะผู้มีบทบาทในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



๔.๔ เพื่อเผยแพร่บทบาทและหน้าที่ของ สสปน. ในฐานะผู้พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทย พร้อมยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่ระดับนานาชาติ

## ๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างมีหน้าที่ในการดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ ในรูปแบบ การจัดกิจกรรมออกบูธ ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และการบริหารจัดการบูธ จำนวน ๑๐ ครั้ง โดยมีรายละเอียด แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ ๑: ผลิตรายการประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และ จัดทำอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ (Roll up)**

๕.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดในการออกแบบและจัดทำบูธประชาสัมพันธ์ฯ (Theme & Concept) งานออกแบบ (Design) รวมถึงออกแบบกราฟฟิก (Graphic) ประกอบในส่วนต่าง ๆ โดยเน้นจุดเด่นด้านบริการ ผสมผสานเทคโนโลยี และยังคงอัตลักษณ์สะท้อนความเป็นไทย โดยต้องสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และแคมเปญ (Campaign) ของ สสปน. และสามารถปรับเปลี่ยนไปตามแผนการสื่อสารขององค์กร

๕.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำบูธประชาสัมพันธ์สำหรับกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ (TCEB Pop Up Booth) ในรูปแบบบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เป็นโครงสร้างบูธชั่วคราว และบริหารจัดการพื้นที่ให้สอดคล้องกับลักษณะของกิจกรรม พร้อมกับออกแบบผังพื้นที่ (Floor plan) และรายละเอียดพื้นที่ในรูปแบบทัศนียภาพ (Perspective Design) ของบูธประชาสัมพันธ์ฯ ๒ ขนาด คือ

- บูธประชาสัมพันธ์ฯ ขนาด ๓ x ๓ เมตร (๙ ตร.ม)
- บูธประชาสัมพันธ์ฯ ขนาด ๓ x ๖ เมตร (๑๘ ตร.ม)

๕.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ (Roll up) จำนวน ๔ ชุด ตามแนวคิดที่ได้นำเสนอไว้ และ / หรือ ตามที่ สสปน. กำหนด

**ส่วนที่ ๒: การจัดการกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ และการบริหารจัดการ**

๕.๔ ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ นำเสนอแนวคิด และนำเสนอกิจกรรม (Activity Gimmick) ที่สามารถสร้างความน่าสนใจ สร้างการรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว ดึงดูดและทันสมัย เพื่อสร้างการรับรู้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลของ สสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งในกิจกรรมที่นำเสนอจะต้องเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ในช่องทางต่าง ๆ เช่น Social Media ของ สสปน. และสร้างการมีส่วนร่วมและการปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมในบูธประชาสัมพันธ์ฯ ให้กับผู้ร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างน้อย ๒ กิจกรรม ในการออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ ในแต่ละครั้ง

๕.๕ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการและวิธีการบริหารจัดการโครงการฯ ทั้งหมด อาทิ การเตรียมงาน การติดตั้ง การรื้อถอน การบริหารจัดการกิจกรรม และ/หรือ การให้ข้อมูลภายในบูธประชาสัมพันธ์ฯ การทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริหารบุคลากร เป็นต้น

*Wants*

๕.๖ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกบูธประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ (TCEB Pop Up Booth) และบริหารจัดการการจัดกิจกรรมบูธประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๐ ครั้งๆ ละ ๑-๓ วัน โดยดำเนินการในพื้นที่ทั่วประเทศ ตามรายละเอียดดังนี้

- พื้นที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล หรือ ภาคกลางและภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันตก และภาคอีสาน จำนวน ๖ ครั้ง
- พื้นที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน ๔ ครั้ง

ทั้งนี้ สสพ. จะเป็นผู้กำหนดสถานที่ จำนวนวัน และรูปแบบของบูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop Up Booth) ตามที่ สสพ. เห็นสมควรในแต่ละงาน โดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

๕.๗ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียม จัดหา และติดตั้งอุปกรณ์ระบบภาพ แสง เสียง อาทิ อุปกรณ์เครื่องเสียง จอภาพ กระแสไฟฟ้า เป็นต้น

๕.๘ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมการประชุมหารือร่วมกับ สสพ. เพื่อนำเสนอแผนการดำเนินงาน เทคนิคที่ใช้ในการทำกิจกรรม รวมทั้งรูปแบบกิจกรรม ก่อนการดำเนินงานในแต่ละครั้ง และ/หรือ จัดหาสถานที่ในการจัดประชุม ซึ่งหากมีค่าใช้จ่ายทางผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

๕.๙ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ประจำบูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop Up Booth) ดังนี้

- ๑) จัดหาพิธีกร (Emcee): ที่สามารถสื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ (ธุรกิจ) จำนวน ๑ คน พร้อมจัดทำบทพูดพิธีกร (Emcee Scrip) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สสพ. และอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- ๒) จัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงานหลัก (Project Manager) ประจำบูธฯ (สื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ) จำนวน ๑ คน
- ๓) จัดหาเจ้าหน้าที่ช่างเทคนิค ประจำบูธฯ จำนวน ๑ คน
- ๔) จัดหาเจ้าหน้าที่ดำเนินกิจกรรม ประจำบูธฯ (สื่อสารภาษาไทย-อังกฤษ) จำนวน ๑-๒ คน
- ๕) จัดหาและจัดเตรียมช่างภาพนิ่ง และช่างภาพวิดีโอ (VDO) แบบมือถืออาชีพเพื่อบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว พร้อมการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑-๒ คน พร้อมผลิต ตัดต่อประมวลภาพกิจกรรมที่สำคัญ (Hi-Light) ของงานในแต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม (การบันทึกภาพเคลื่อนไหวต้องมีความละเอียดสูง คุณภาพดี) และส่งมอบในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) และ รายงานผ่านทางอีเมล หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้ง ภายใน ๗ วัน โดยต้องมีความยาวภาพวิดีโอ ไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ ชุด

๕.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมระบบหรือจัดหาวิธีการรวบรวม เพื่อจัดเก็บฐานข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในบูธประชาสัมพันธ์ (Database Summary) จากนามบัตร และ/หรือ ข้อมูลของผู้เยี่ยมชม อาทิ ชื่อ-นามสกุล เบอร์ติดต่อ อีเมล ชื่อบริษัท ที่อยู่ เป็นต้น และทำการบันทึกข้อมูลในรูปแบบที่สะดวกต่อการนำไปใช้งานต่อได้ (Excel

file) โดยต้องมียอดรวมผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างน้อย ๑,๐๐๐ คน ตลอดการจัดกิจกรรม ๑๐ ครั้ง โดยสามารถถัวเฉลี่ยจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ในทุกครั้งที่การจัดกิจกรรม

๕.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหา ออกแบบ และผลิต พร้อมจัดเตรียมของที่ระลึกที่มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องกับแคมเปญของ สสปน. ให้นำเสนอ สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมภายในบูธประชาสัมพันธ์ (TCEB Pop Up Booth) จำนวนอย่างน้อย ๑,๐๐๐ ชิ้น โดยต้องให้ทาง สสปน. เห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต และจัดสรรให้เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมฯ ทั้งหมด ๑๐ ครั้ง

๕.๑๒ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน (หากมี) อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟ ฯลฯ รวมถึงค่าประกันบุคคลที่ ๓ ค่าค่าประกันพื้นที่ และค่าบริการส่วนกลาง ตามข้อกำหนดของผู้จัดงาน

๕.๑๓ ผู้รับจ้างจะต้องรับ-ส่ง ดูแล และรับผิดชอบรักษาเอกสาร และสิ่งของที่จำเป็นต้องใช้ทั้งหมด ไปยังสถานที่จัดงานในแต่ละที่ เพื่อใช้ประกอบการจัดบูธประชาสัมพันธ์ อาทิ แผ่นพับ สุนัขบัตร หรืออื่น ๆ เป็นต้น พร้อมจัดทำสรุปรายงาน (Stock Report) การนำไปใช้งานในแต่ละครั้ง โดยให้รายงานสรุปรายงาน (Stock Report) ผ่านทางอีเมลล์ หลังจบกิจกรรมในแต่ละครั้ง

๕.๑๔ ผู้รับจ้างจะต้องทำการรื้อถอนโครงสร้างบูธประชาสัมพันธ์ และจัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์ เอกสาร และของที่ระลึกต่าง ๆ ออกจากพื้นที่การจัดกิจกรรมตามข้อกำหนดของแต่ละงาน พร้อมจัดเก็บโครงสร้าง ชิงงาน และวัสดุ เครื่องมือ เครื่องใช้ เอกสาร ของที่ระลึก และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ที่จัดเก็บที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการชำรุดเสียหาย สำหรับใช้งานในครั้งต่อไปตามความเหมาะสม

๕.๑๕ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนสำรองกรณีไม่สามารถจัดงานในรูปแบบ Physical Event ได้ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ยังคงระบาดเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มการระบาดอย่างต่อเนื่องในปี ๒๕๖๕ โดยนำเสนอแผนสำรองการดำเนินการจัดกิจกรรมภายใต้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และข้อพึงระวังอื่น ๆ และ /หรือ ตามประกาศที่เกี่ยวข้อง

- นำเสนอแผนสำรอง สำหรับการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นในงาน (Hybrid Event) เพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานผ่านทางออฟไลน์ และออนไลน์ได้

- นำเสนอแผนสำรองสำหรับการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ (Virtual event / Virtual Exhibition) ในกรณีที่จำเป็นต้องปรับรูปแบบการจัดงานเป็นออนไลน์เต็มรูปแบบ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จนไม่สามารถจัดงาน Physical Event แบบปกติได้ เพื่อให้งานสามารถบรรลุเป้าหมายของโครงการได้

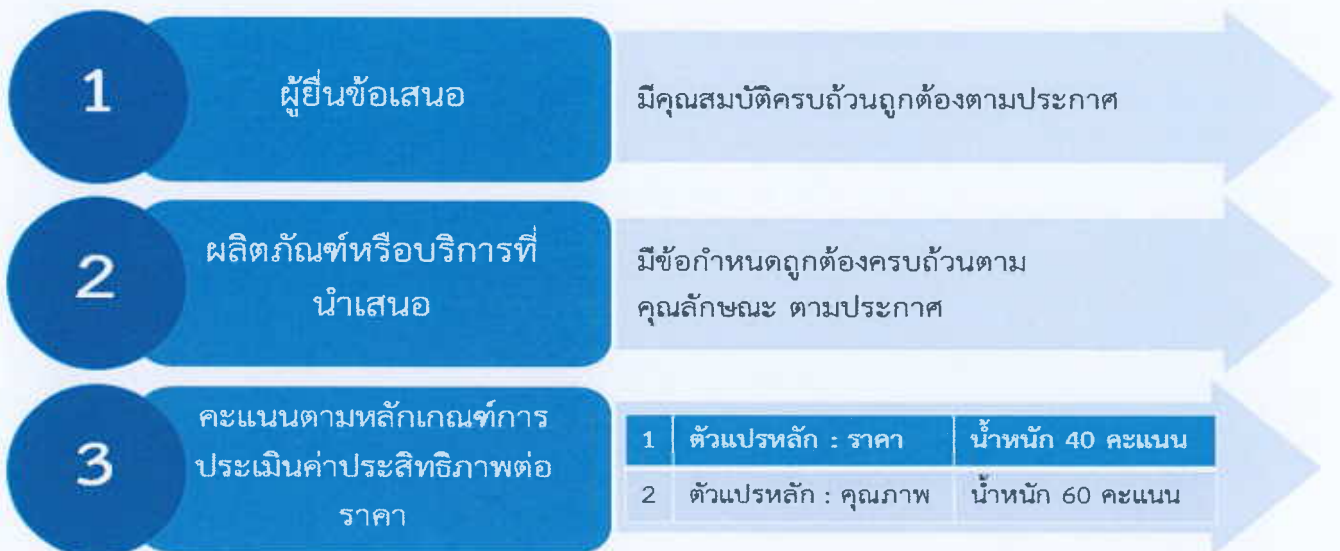
## ๖. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- ๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- ๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- ๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนักคะแนน
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 ตัวแปร		
ตัวแปรที่ ๑	การพิจารณาด้านราคา	๔๐
ตัวแปรที่ ๒	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	๖๐
<b>รวม</b>		<b>๑๐๐</b>

ตัวแปรที่ ๑: การพิจารณาด้านราคา ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาตามขอบเขตงาน โดยแสดงรายละเอียดแยกเป็นรายการอย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

*Handwritten signature*

การเสนอราคาให้เสนอตามรูปแบบของบูธในแต่ละแบบ และแต่ละสถานที่ในการจัดแสดงบูธแต่ละครั้ง โดยเสนอราคาในพื้นที่ทั่วประเทศ ตามรายละเอียดที่ได้ระบุไว้ใน ข้อ ๕. (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และต่างจังหวัด)

ตัวแปรที่ ๒: การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ประกอบด้วยตัวแปรรอง และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	<p>การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์</p> <p>๑.๑ การนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม (Concept &amp; Theme) (๑๐ คะแนน)</p> <p>การนำเสนองานออกแบบ (Design) บูธประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน)</p> <p>๑.๒ การนำเสนอกิจกรรมภายในบูธประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน)</p> <p>๑.๓ การนำเสนอของที่ระลึกที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของ สสพ. (Corporate Identity) และภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศไทยในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ (๕คะแนน)</p> <p>๑.๔ การนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดและการขายภายใต้แบรนด์แคมเปญ (Campaign) ของ สสพ. ด้วยความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน)</p> <p>๑.๕ การนำเสนอการเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเนื้อหาที่จัดแสดง รวมถึงการบริหารจัดการภายในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม (๑๐ คะแนน)</p>	๕๐
ตัวแปรรองที่ ๒	<p>การนำเสนอแผนการดำเนินการทั้งโครงการฯ</p> <p>๒.๑ การนำเสนอแผนการดำเนินการ (10 คะแนน)</p> <p>๒.๒ การนำเสนอการบริหารจัดการและนำเสนอแผนดำเนินการ (Booth Management) ก่อนเริ่มกิจกรรม ระหว่างดำเนินการและหลังดำเนินการ (๑๐ คะแนน)</p>	๒๐
ตัวแปรรองที่ ๓	<p>การนำเสนอแผนสำรอง กรณีไม่สามารถจัดงานในรูปแบบ Physical Event ได้เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19</p> <p>๓.๑ รูปแบบหรือวิธีการจัดงานรูปแบบอื่นทดแทน (๑๐ คะแนน)</p> <p>๓.๒ ความเป็นไปได้ในการดำเนินการของแผนสำรอง (๑๐ คะแนน)</p>	๒๐
ตัวแปรรองที่ ๔	<p>พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน และ / หรือ มีผลงานในการจัดงาน (๑๐ คะแนน)</p>	๑๐
<b>รวม</b>		<b>๑๐๐</b>

*W/term*



ขั้นตอนการพิจารณาและวิธีในการประเมินให้คะแนนของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๗.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจ และเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๗.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค โดยมีวิธีในการประเมินให้คะแนน ดังต่อไปนี้

ตัวแปร	การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนน				
ตัวแปรรองที่ ๑	การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์					
๑.๑	การนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม (Concept & Theme) (๒๐ คะแนน)	พิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบกิจกรรม <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐		
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐					
๑.๒	การนำเสนองานออกแบบ (Design) บุธประชาสัมพันธ์ฯ (๑๕ คะแนน) <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความสวยงามในการออกแบบ (๕ คะแนน)</li> <li>• ประโยชน์ในการใช้สอยภายในบูธ/พื้นที่จัดงาน (๑๐ คะแนน)</li> </ul>	ความสวยงามในการออกแบบ <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๕</td> </tr> </table> ประโยชน์ในการใช้สอยภายในบูธ/พื้นที่จัดงาน <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕					
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐					
๑.๓	การนำเสนอกิจกรรมภายในบูธประชาสัมพันธ์ฯ (๑๐ คะแนน)	รูปแบบกิจกรรมภายในบูธ <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐		
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐					
๑.๔	การนำเสนอของที่ระลึกที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของ สสปน. (Corporate Identity) และภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศไทยในธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ (๕ คะแนน)	สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของ สสปน. และ ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในธุรกิจ อุตสาหกรรมไมซ์ <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๕</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕		
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕					
๑.๕	การนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดและการขายภายใต้ แรนด์แคมเปญ (Campaign) ของ สสปน. ด้วยความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน)	การนำเสนอข้อมูลด้านการตลาด <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๕</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕		
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕					
๑.๖	การนำเสนอการเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเนื้อหา ที่จัดแสดง รวมถึงการบริหารจัดการภายในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม (๕ คะแนน)	เทคโนโลยีในการสื่อสาร <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๕</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕		
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๕					
ตัวแปรรองที่ ๒	การนำเสนอแผนการดำเนินการ					
๒.๑	การนำเสนอแผนการดำเนินการ (๑๐ คะแนน)	ความเหมาะสมของแผนบริหารจัดการบูธ <table border="1"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐		
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐					

*Handwritten signature*

๒.๒	การนำเสนอการบริหารจัดการและนำเสนอแผนดำเนินการ (Booth Management) ก่อนเริ่มกิจกรรมระหว่างดำเนินงาน และหลังดำเนินการ (๑๐ คะแนน)	ความเหมาะสมของแผนดำเนินงานด้านบุคลากร <table border="1" data-bbox="1029 280 1485 331"> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐						
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐									
ตัวแปรครั้งที่ ๓	การนำเสนอแผนสำรอง กรณีไม่สามารถจัดงานในรูปแบบ Physical Event ได้ เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 อาทิ การจัดงานในรูปแบบ Hybrid Event, Virtual Event	<table border="1" data-bbox="1029 750 1485 846"> <tr> <td colspan="2">ความเหมาะสมของแผนดำเนินงาน</td> </tr> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table> <table border="1" data-bbox="1029 996 1485 1048"> <tr> <td colspan="2">ความเป็นไปได้ในการดำเนินการของแผนสำรอง</td> </tr> <tr> <td>น้อยที่สุด = ๑</td> <td>ดีที่สุด = ๑๐</td> </tr> </table>	ความเหมาะสมของแผนดำเนินงาน		น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐	ความเป็นไปได้ในการดำเนินการของแผนสำรอง		น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐
ความเหมาะสมของแผนดำเนินงาน										
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐									
ความเป็นไปได้ในการดำเนินการของแผนสำรอง										
น้อยที่สุด = ๑	ดีที่สุด = ๑๐									
๓.๑	รูปแบบหรือวิธีการจัดงานรูปแบบอื่นทดแทน (๑๐ คะแนน)									
๓.๒	ความเป็นไปได้ในการดำเนินการของแผนสำรอง อาทิ การมีเครือข่ายพันธมิตร การวางแผนการจัดงานภายใต้สถานการณ์ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน เป็นต้น (๑๐ คะแนน)									
ตัวแปรครั้งที่ ๔	พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน และ/หรือ มีประสบการณ์และผลงานในการจัดงาน (๑๐ คะแนน)	พิจารณาจากประสบการณ์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดงาน <table border="1" data-bbox="1050 1249 1461 1512"> <tr> <td>มีผลงานระดับจังหวัด</td> <td>๓-๓</td> </tr> <tr> <td>มีผลงานระดับประเทศ</td> <td>๔-๖</td> </tr> <tr> <td>มีผลงานระดับนานาชาติ</td> <td>๗-๑๐</td> </tr> </table>	มีผลงานระดับจังหวัด	๓-๓	มีผลงานระดับประเทศ	๔-๖	มีผลงานระดับนานาชาติ	๗-๑๐		
มีผลงานระดับจังหวัด	๓-๓									
มีผลงานระดับประเทศ	๔-๖									
มีผลงานระดับนานาชาติ	๗-๑๐									

๗.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลังข้อ ๘๓ (๒))

กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

*Handwritten signature*

๘. ระยะเวลาดำเนินโครงการ/กิจกรรม ตามสัญญา

นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ถึง วันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๕

๙. การส่งมอบงาน (ตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๕.) โดยแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑: การผลิตบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และ จัดทำอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ (Roll up)

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และ จัดทำอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ (Roll up) ณ สถานที่ที่ได้มีการตกลงกันไว้ พร้อมภาพถ่ายในการส่งมอบบูธประชาสัมพันธ์ฯ และอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตงานในข้อ ๕. (ส่วนที่ ๑) ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ส่วนที่ ๒: การจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB Pop Up Booth) และการบริหารจัดการ

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบสรุปผลรายงานการดำเนินกิจกรรม / งาน และข้อมูลการจัดกิจกรรม หลังจากการจัดกิจกรรมออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ (TCEB Pop Up Booth) เสร็จสิ้นในแต่ละครั้ง ภายใน ๑๔ วัน นับจากวันที่จบการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (Flash Drive) และ รูปเล่มส่งมอบงาน (Proposal) โดยรายละเอียดการส่งมอบงานดังนี้

- ๑) รายงานสรุปผลผู้เข้าร่วมงานและจัดทำฐานข้อมูล (Database Summary) ของผู้เข้าร่วมงานในรูปแบบ Soft file (Excel) จำนวน ๒ ชุด
- ๒) รายงานสรุปผลรายละเอียดการดำเนินงาน และรายงานสรุปผลผู้เข้าร่วมงาน (ตามข้อ ๕.) ในรูปแบบรูปเล่มพิมพ์ ๔ สี (Proposal) จำนวน ๒ ชุด
- ๓) รูปถ่าย (Raw file) ประมวลภาพวิดีโอทัศน์ (Hi-light) บรรจุใน Flash Drive
- ๔) ไฟล์งานออกแบบ (Artwork Design) บรรจุใน Flash Drive

ทั้งนี้ การส่งมอบงานครั้งสุดท้าย ต้องส่งมอบงานภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๕ โดยผู้รับจ้างต้องรวบรวมข้อมูลทั้งหมดของทั้งโครงการฯ ซึ่งประกอบด้วยการทำงานใน ส่วนที่ ๑ และส่วนที่ ๒ ในทุกกิจกรรมการออกบูธประชาสัมพันธ์ฯ (TCEB Pop Up Booth) บรรจุข้อมูลทั้งหมดลงใน External Hard Disk ความจุไม่น้อยกว่า 1TB. จำนวน ๒ ชุด

๑๐. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งการชำระเงินค่าจ้าง ดังนี้

การจ่ายค่าจ้างตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๕. (ส่วนที่ ๑)

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง ร้อยละ ๑๐๐ ตามอัตราค่าจ้างเฉพาะงานตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๕. (ส่วนที่ ๑) เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบงานเรียบร้อยแล้ว และคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาเห็นชอบ และได้นำเสนอผู้มีอำนาจลงนามรับทราบการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

## การจ่ายค่าจ้างตามขอบเขตดำเนินงานในข้อ ๕. (ส่วนที่ ๒)

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินให้แก่ผู้รับจ้าง ร้อยละ ๑๐๐ ตามอัตราค่าจ้างของการจัดงาน / กิจกรรม แต่ละครั้งของการจัดกิจกรรม เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานในแต่ละงาน / กิจกรรมเรียบร้อยแล้ว และคณะกรรมการตรวจรับพิจารณาเห็นชอบ และนำเสนอผู้มีอำนาจลงนามรับทราบการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ ใบเสนอราคาต้องระบุรายละเอียดค่าใช้จ่ายของการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งอย่างชัดเจน

### ๑๑. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่างานในแต่ละกิจกรรม / ครั้ง ที่ยังไม่ได้ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

### ๑๒. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนนั้นได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าว นั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้ว่าจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วน โดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่งผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

### ๑๓. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาจ้าง

### ๑๔. อากรแถมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแถมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแถมปี ๑ บาท

### ๑๕. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนดผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้างและหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหายผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

## ๑๖. กรรมสิทธิ์

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูล และ/หรือ ซอฟต์แวร์ และสิ่งอื่นใดที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงาน รวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน. และ สสปน. มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ โดยผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงานและกำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ สสปน. ไม่ว่าจะเป็เอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน. ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้นหากไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

### หมายเหตุ:

- ๑) ผลการตัดสินของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสปน. ไม่ว่าจะกรณีใด ๆ ทั้งสิ้น
- ๒) สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
- ๓) หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน
- ๔) สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้า และ/หรือ ภายหลังกการตัดสินของ สสปน.
- ๕) สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

---

### ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

นางสาวปาไลดา ลิวเฉลิมวงศ์  
อีเมล: [palida\\_l@tceb.or.th](mailto:palida_l@tceb.or.th)

ผู้จัดการส่วนงานกิจกรรมการตลาด ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร  
โทรศัพท์: ๐๒-๖๔๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๐๕, ๐๘๓-๒๔๔-๒๑๘๘





สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)  
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ	โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ		
กิจกรรม	กิจกรรมการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร			๔,๔๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท
๓. วันที่กำหนดราคากลาง	๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๔	เป็นเงิน	๔,๖๔๕,๒๒๕.๒๐ บาท
(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)			

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

- การออกแบบ และโครงสร้างบุธฯ ๒ ขนาด (๓x๓ ตร.ม.และ ๖x๓ ตร.ม.)  
สำหรับกิจกรรมในประเทศ ๑,๑๐๐,๗๒๓.๒๐ บาท
- ค่าบริการจัดการสำหรับการดำเนินกิจกรรมในประเทศ ๓,๕๔๔,๕๐๒.๐๐ บาท  
(กรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด) จำนวนการจัดงาน ๑๐ ครั้ง
  - ค่าบำรุงรักษาโครงสร้าง
  - ค่าก่อสร้าง รื้อถอน โครงสร้างบุธฯ
  - ค่าประกันพื้นที่ ค่าส่วนกลาง ค่าน้ำ ค่ากระแสไฟฟ้า สำหรับการจัดกิจกรรม
  - ค่าบริการจัดการกิจกรรมฯ และค่าผลิตของที่ระลึก สำหรับการจัดกิจกรรมฯ ๑๐ ครั้ง
  - ทีมงานประจำบุธ (EMCC ,Project Manager, ช่างเทคนิค, ช่างภาพนิ่งและช่างภาพเคลื่อนไหว)

๔. แหล่งที่มาของราคากลาง

- Index Creative Village Co., Ltd.
- PICO (Thailand) Public Company Limited.
- Muse Art Design Co., Ltd.

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวปาลิตา ลิวเฉลิมวงศ์