



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการยกระดับการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ Product MICE
Premium ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคา
จ้างดำเนินกิจกรรมการยกระดับการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ Product MICE Premium ด้วยวิธีประกวด
ราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๕๘๑,๘๑๖.๖๖
บาท (หนึ่งล้านห้าแสนแปดหมื่นหนึ่งพันแปดร้อยสิบหกบาทหกสิบหกสตางค์)

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
๒๒ มีนาคม ๒๕๖๕ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๘๖-๘๗๙-๔๘๓๘ ในวันและเวลาราชการ การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันศุกร์ที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๕ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล wisitmon_s@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๕ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๑๐ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(นายสรายุโรจน์ สุทัศน์ชูโต)

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.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. ชื่อโครงการ : โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ: โมซ์สร้างสรรค์ รวมพลังชุมชนภาคเหนือ
กิจกรรม: การยกระดับการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ Product MICE Premium

2. งบประมาณ

วงเงิน.....1,500,000 บาท.... (ราคาคงกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)

รหัสงบประมาณ : 3-65NR05003

3. หลักการ

ด้วย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เล็งเห็นความสำคัญของการนำอัตลักษณ์ของเมืองมาสร้างเสน่ห์ที่แตกต่าง เพื่อส่งมอบคุณค่าผ่านสินค้าและบริการของกิจกรรมโมซ์ให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สสปน. จึงได้เริ่มดำเนินโครงการกิจกรรมการยกระดับการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ Product MICE Premium เป็นปีแรก เพื่อมุ่งเน้นการสนับสนุนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินการโครงการร่วมกันในการพัฒนา Product MICE โดยใช้องค์ประกอบ เช่น สถานที่ พื้นที่ หรือวัตถุดิบของสินค้าและบริการในท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการที่ใช้ในกิจกรรมโมซ์ อาทิ ของว่าง อาหาร ของชำร่วย ของฝากหรือของตกแต่งภายในโรงแรม สำหรับดำเนินการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป ซึ่งในปี พ.ศ. 2565 เป็นปีที่สองที่ได้ดำเนินโครงการนี้อีกโดยจะดำเนินการในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างใน 2 จังหวัด คือ จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดสุโขทัย

4. วัตถุประสงค์

4.1 เพื่อนำสินค้าและบริการของท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดสุโขทัยมาต่อยอดและพัฒนาเป็นสินค้าและบริการด้านโมซ์

4.2 เพื่อใช้กิจกรรมโมซ์ในการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการในชุมชนท้องถิ่นของไทยอย่างยั่งยืน

5. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ :

5.1 ด้านข้อมูลความพร้อมของพื้นที่และผลิตภัณฑ์

5.1.1 สืบหาข้อมูลพื้นฐานของ 2 จังหวัดเป้าหมาย คือ จังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย เพื่อหาอัตลักษณ์และหรือ DNA ของเมือง และสำรวจหากรอบความต้องการตลาดในประเทศและต่างประเทศของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการจัดกิจกรรมโมซ์ในจังหวัดเป้าหมาย จากหน่วยงานอย่างน้อยจังหวัดละ

- 10 หน่วยงาน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สมาคมท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐที่จัดกิจกรรมไม่ซ้ำ เพื่อวางกรอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Theme)
- 5.1.2 ลงพื้นที่สำรวจชุมชนครั้งที่ 1 ใน 2 จังหวัดเป้าหมาย คือ จังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในการต่อยอดพัฒนา โดยต้องมีชุมชนที่ผ่านการคัดเลือกอย่างน้อย 10 ชุมชนต่อจังหวัด จากกรอบความต้องการตลาดที่ได้จากข้อ 5.1.1
- 5.1.3 จัดประชุมหารือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องตามข้อ 5.1.1 ใน 2 จังหวัดเป้าหมาย คือ จังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย เพื่อนำเสนอตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่จะทำการพัฒนาและสอบถามข้อมูลความต้องการเพิ่มเติม รวมทั้งมาตรฐานและการยอมรับสินค้าสำหรับการพัฒนาสู่กิจกรรมไม่ซ้ำ โดยคัดเลือกให้เหลือ 5 ชุมชนต่อจังหวัด
- 5.1.4 ลงพื้นที่สำรวจชุมชนครั้งที่ 2 ใน 2 จังหวัดเป้าหมาย คือ จังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมกับชุมชน และออกแบบผลิตภัณฑ์ โดย 1 ผลิตภัณฑ์ต้องมี 3 รูปแบบตัวเลือก เพื่อให้กลุ่มตลาดเป้าหมายพิจารณา
- 5.1.5 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมระหว่างชุมชนและกลุ่มตลาดเป้าหมาย จำนวน 2 ครั้งต่อจังหวัด ดังนี้ ครั้งที่ 1 ประชุมสร้างความเข้าใจอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ และนำเสนอแบบร่างผลิตภัณฑ์เพื่อคัดเลือก ที่จะพัฒนาต่อยอดของแต่ละชุมชน โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์ให้เหลือ ชุมชนละ 1 แบบ ครั้งที่ 2 นำเสนอผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Mock up) สำหรับผลิตจริง พร้อมทั้ง จัดทำแผนการผลิตและกำหนดราคาจัดจำหน่าย โดยผู้รับจ้างต้องออกค่าใช้จ่ายในส่วนของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนที่มาร่วมประชุม
- 5.1.6 กำหนดให้แต่ละเมืองควรมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขั้นต่ำ 5 ชิ้นจากการพัฒนาชิ้นใหม่ ภายใต้โครงการนี้ โดยสินค้าดังกล่าวควรออกมาในลักษณะ ของว่าง อาหาร ของขบเคี้ยว ของฝากหรือของตกแต่ง ภายในโรงแรม ที่มีมูลค่ารวมระหว่าง 100-300 บาทต่อชิ้น ทั้งนี้ หากมูลค่าต่ำหรือมากกว่าที่กำหนดให้ขึ้นอยู่กับพิจารณาของ สสปน.
- 5.1.7 จัดทำสินค้าต้นแบบขั้นต่ำชิ้นงานละ 10 ชิ้น รวม 100 ชิ้น เพื่อทำสื่อประชาสัมพันธ์ โดยต้องผลิตจากวัตถุดิบจริงหรือใกล้เคียง พร้อมคำอธิบายรายละเอียด
- 5.1.8 ถ่ายรูปวัตถุดิบหรือสินค้าและภาพอื่นๆ เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลสำคัญ เช่น อัตลักษณ์หรือ DNA ที่เชื่อมโยงกับจุดเด่นของวัตถุดิบหรือสินค้า ชื่อชุมชนที่รับผิดชอบ เบอร์ติดต่อ เป็นต้น
- 5.2 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ให้กับกลุ่มเป้าหมาย
- 5.2.1 จัดทำโบว์ชัวร์เพื่อประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) จังหวัดละ 400 ชุด (ไทย 200 อังกฤษ 200) รวมจำนวน 800 ชุด ทั้งในรูปแบบเอกสารและ Digital ไฟล์ (E-Brochure)
- 5.2.2 จัดทำวีดิทัศน์ (VDO) รวมทั้งสิ้น 10 ชุด สำหรับเผยแพร่ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) โดยแบ่งเป็น
- 1) VDO แนะนำผลิตภัณฑ์ของ 2 จังหวัด จำนวน 4 ชุด (จังหวัดละ 2 ชุด ไทย 1 ชุด อังกฤษ 1 ชุด) ความยาวประมาณ 3 นาที

2) VDO สำหรับโปรโมทภาพรวมของโครงการ 4 ชุด แบ่งเป็น Teaser 2 ชุด (ไทยและอังกฤษ) ความยาวประมาณ 3-4 นาที และภาพรวมการทำงาน 2 ชุด (ไทยและอังกฤษ) ความยาวประมาณ 3-4 นาที

5.2.3 จัดทำ Artwork สำหรับ 2 จังหวัด รวมจำนวน 4 ชุด จังหวัดละ 2 ชุด (ไทยและอังกฤษ) สำหรับการเผยแพร่บนเพจและนำไปใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

5.2.4 จัดทำสรุปภาพรวมโครงการเป็นเอกสารนำเสนอ (PowerPoint) และแนวทางสำหรับการประชาสัมพันธ์และขายชุมชนสำหรับการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำต่อไป ในการส่งมอบงานงวดที่ 4

6 คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

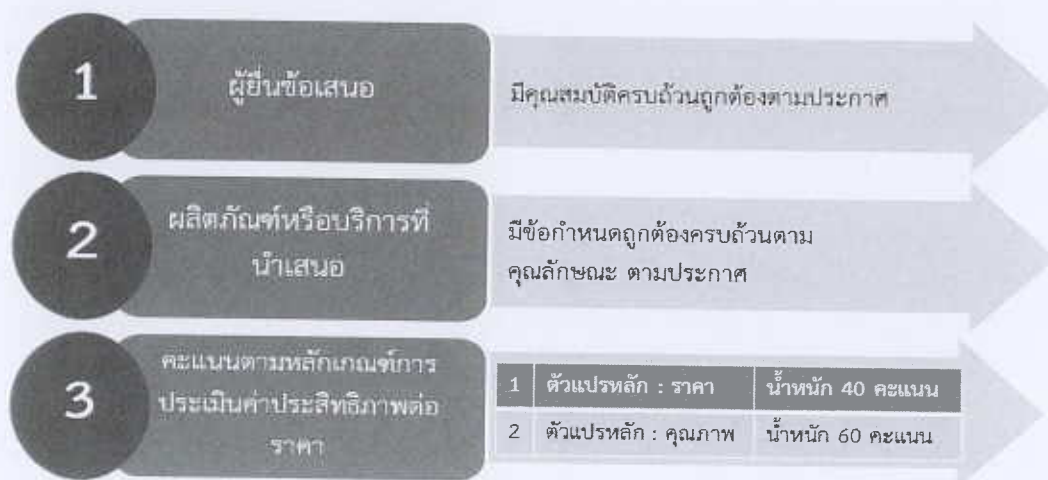
- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

7 ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 210 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

8 หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงาน วิธีการและประสบการณ์หรือกรณีศึกษา พิจารณาตามความเพียงพอของบุคลากร แผนการดำเนินงาน รวมถึงความสามารถ ในการนำเสนอผลงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนด และพิจารณาจากการนำเสนอหลัก แนวคิด ทฤษฎี ประสบการณ์งานที่เกี่ยวข้อง หรือการนำเสนอกรณีศึกษาที่นำมา อ้างอิงเพื่อยืนยันความเข้าใจในงาน	25
ตัวแปรรองที่ 2	ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และเข้าใจชุมชน พิจารณาจากการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจ MICE และเข้าใจการ ทำงานร่วมกับชุมชน ของคณะกรรมการ	25
ตัวแปรรองที่ 3	การสำรวจข้อมูลและการสร้างการมีส่วนร่วม พิจารณาจากการนำเสนอแนวทางการสำรวจข้อมูล และวิธีการลงพื้นที่เพื่อให้ได้รับ การยอมรับจากชุมชน รวมถึงการคำนึงถึงความยั่งยืนในการพัฒนาโครงการร่วมกับ สสปน.	20
ตัวแปรรองที่ 4	ความสามารถในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ พิจารณาจากรูปแบบสื่อที่น่าสนใจ ใช้งานได้จริง	15
ตัวแปรรองที่ 5	คุณสมบัติสำคัญของบุคลากร พิจารณาจากความพร้อมของบริษัท อันได้แก่ ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา ของบริษัท คุณสมบัติของคณะกรรมการ โดยจะต้องมีผู้ที่มีประสบการณ์และความ ชำนาญในงานทั้งสิ้น สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเส้นทางไมซ์	15
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนิน
โครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความ
เข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70
คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

3. สสพ. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

9 การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานทั้งหมด ภายในระยะเวลา 210 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

รายละเอียดของรายงาน	วันที่ส่งมอบงาน	ลักษณะของรายงาน
ครั้งที่ 1 รายงานเบื้องต้น (Inception Report) ประกอบด้วย - กรอบแนวคิด/แนวทางการดำเนินโครงการ - แผนการดำเนินงาน	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ ทำสัญญา	1. เล่มรายงานจำนวน 3 ชุด 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb Drive จำนวน 3 ชุด
ครั้งที่ 2 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ประกอบด้วย - การสรุปผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานและ สำรวจความต้องการตลาดใน 2 จังหวัด เป้าหมาย - การสรุปผลการลงพื้นที่สำรวจชุมชนครั้งที่ 1 ใน 2 จังหวัดเป้าหมาย - การสรุปผลการประชุมหารือกับหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ใน 2 จังหวัด เป้าหมาย และรายชื่อชุมชนที่ผ่านการ คัดเลือก	ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ ทำ สัญญา	1. เล่มรายงานทั้งหมด จำนวน 3 ชุด 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb Drive จำนวน 3 ชุด
ครั้งที่ 3 ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ประกอบด้วย - การสรุปผลการลงพื้นที่สำรวจชุมชนครั้งที่ 2 ใน 2 จังหวัดเป้าหมาย และรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบของทุกชุมชน ที่ผ่านการคัดเลือก - การสรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ระหว่างชุมชนและกลุ่มตลาดเป้าหมาย ครั้ง ที่ 1-2 ทั้ง 2 จังหวัดเป้าหมาย - ร่างโบว์ชัวร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ (ภาษาไทย)	ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ ทำ สัญญา	1. เล่มรายงานทั้งหมด จำนวน 3 ชุด 2. ไฟล์รายงานบันทึกใน Thumb Drive จำนวน 3 ชุด

- ร่างรูปแบบโบว์ชัวร์และร่างสตอรี่บอร์ด VDO		
ครั้งที่ 4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ประกอบด้วย - รายงานสรุปผลโครงการทั้งหมด - เอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย โบว์ชัวร์ VDO และ Artwork ตามรายละเอียดข้อ 5.2	ภายใน 210 วัน นับถัดจากวันที่ ทำ สัญญา	1. เล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 3 ชุด 2. โบว์ชัวร์ จำนวน 800 ชุด (ภาษาไทย 400 ชุด ภาษาอังกฤษ 400 ชุด) 3. VDO ประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 ชุด (ไทยและอังกฤษ) 4. ไฟล์ Artwork เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ 4 ชุด (ไทยและอังกฤษ) 5. ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ของข้อ 1-4 บันทึกใน Thumb Drive จำนวน 3 ชุด 6. สินค้าต้นแบบรวม 100 ชิ้น

10 เงื่อนไขการชำระเงิน

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 4 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 4 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11 ค่าปรับ

กรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาที่สุดที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

12 หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13 อากรแสดมภ์

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

14 การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขใดทั้งสิ้น

15 กรรมสิทธิ์

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

16 ข้อสงวนสิทธิ์

16.1 สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอปรราคาที่เกิดขึ้นจากกรณี เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

16.2 การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้ จะมีการลงนามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ ต่อเมื่อ พ.ร.บ.งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีผลให้ใช้บังคับหรือได้รับอนุมัติจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ไปพลางก่อนและได้รับจัดสรรงบประมาณจากสำนักงบประมาณแล้ว หากกรณีที่ สสพ. ไม่ได้รับอนุมัติจัดสรรงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งนี้ สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิก

17 การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือทันหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ
กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

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

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาว วิศิษฐ์มน ศรีนิลทา
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ
Email: wisitmon_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 0

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย

ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	กิจกรรมการยกระดับการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ Product MICE Premium		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		1,500,000	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	13 กุมภาพันธ์ 2565	เป็นเงิน	1,581,816.66 บาท
ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ และ ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี)				
3.1	ค่าสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ความต้องการตลาด และการลงพื้นที่สำรวจครั้งที่ 1 ของจังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดสุโขทัย		65,983.33	บาท
3.2	ค่าจัดประชุมหารือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจังหวัดละ 10 หน่วยงาน ค่าลงสำรวจครั้งที่ 2 และค่าออกแบบผลิตภัณฑ์ 30 ตัวเลือก		172,983.33	บาท
3.3	ค่าจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมระหว่างชุมชนและกลุ่มตลาดเป้าหมาย จำนวน 2 ครั้งต่อเมือง		133,750.00	บาท
3.4	จัดทำสินค้าต้นแบบชิ้นต่ำชิ้นงานละ 10 ชิ้น รวม 100 ชิ้น		67,766.67	บาท
3.5	ค่าจัดทำโบว์ชัวร์เพื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบ online และ offline (การออกแบบ จัดทำ content ฯลฯ)		149,800.00	บาท
3.6	ค่าจัดทำวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ 10 ชุดและ Artwork 4 ชุด		991,533.33	บาท
4.	แหล่งที่มีของราคากลาง			
4.1	บริษัท โลเคิล อโลค จำกัด			
4.2	บริษัท ฟายด์ โฟล็ค จำกัด			
4.3	บริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด			
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง			
	นายดนตรีทวี ไทรวิจิตร			