

ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)
การจ้างเหมาจัดงาน One Stop Open House 2026

1. หลักการและเหตุผล

ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ แผนแม่บทย่อยภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็น (11) แผนย่อยที่ 3 การพัฒนาช่วงวัยเรียนและวัยรุ่น จัดให้มีการพัฒนาทักษะความสามารถที่สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ความสามารถในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกับผู้อื่น จัดให้มีการพัฒนาทักษะด้านภาษา ศิลปะ ทักษะด้านดิจิทัล และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศและทักษะชีวิตที่สามารถอยู่ร่วมและทำงานภายใต้สังคมที่เป็นพหุวัฒนธรรม ส่งเสริมและสนับสนุนระบบบริการสุขภาพและอนามัยที่เชื่อมต่อกันระหว่างระบบสาธารณสุขกับโรงเรียน หรือสถานศึกษา เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านความฉลาดทางอารมณ์และความฉลาดทางอารมณ์ของกลุ่มวัยเรียน/วัยรุ่น รวมทั้งสร้างความอยากรู้อยากเห็นและสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 4) การพัฒนาและยกระดับศักยภาพวัยแรงงาน ด้วยการยกระดับศักยภาพทักษะและสมรรถนะของคนในช่วงวัยทำงาน ให้สอดคล้องกับความสามารถเฉพาะบุคคลและความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ และผลิตภาพเพิ่มขึ้นให้กับประเทศ เสริมสร้างความอยากรู้และยกระดับตนเอง สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่พึงประสงค์ และความรู้ความเข้าใจและทักษะทางการเงิน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและหลักประกันของตนเอง และครอบครัว ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความรู้แรงงานฝีมือให้เป็นผู้ประกอบการใหม่ และสามารถพัฒนาต่อยอดความรู้ในการสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ และสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับวัยทำงานผ่านระบบการคุ้มครองทางสังคมและการส่งเสริมการออม จึงได้ดำเนินนโยบาย “Quick Win” เพื่อเพิ่มพูนปัญญา นำพาโอกาส สร้างชาติ ด้วยนวัตกรรม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยผ่านการศึกษา การวิจัย และนวัตกรรม โดยขับเคลื่อนผ่านกลไกสำคัญ Upskill – Reskill ช่วยคนตกงาน เพื่อพลิกโฉมแรงงานไทย ให้กลับเข้าสู่ตลาดงานยุคใหม่ ผ่านการพัฒนาทักษะที่ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะทาง “สายพันธุ์ใหม่ รับอนาคต” 2,800 รุ่น เพื่อสร้างบุคลากรระดับปริญญาตรี - เอก ในสาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ดิจิทัล และ Soft Power ทุนการศึกษาเท่าเทียม 7,900 ทุน เพื่อช่วยเหลือผู้พิการ นักเรียนในพื้นที่ห่างไกล และชายแดนใต้ ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา สนับสนุนค่าสมัครสอบ TCAS TGAT TPAT เพื่อสร้างความเสมอภาค ลดภาระค่าใช้จ่าย และขยายโอกาสเข้าถึงการศึกษาให้ทั่วถึง






ในการนี้ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เห็นควรจัดงาน One Stop Open House 2026 เพื่อเป็นเวทีกลางในการเผยแพร่ ข้อมูลเชิงนโยบายและโอกาสทางการศึกษา อาชีพ และทุนการศึกษาจากทุกสถาบันสถานบันการศึกษา และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการอุดมศึกษาฯ ตลอดจนเป็นพื้นที่ในการบูรณาการการเรียนรู้ และการแนะแนวชีวิตใน มิติต่าง ๆ ดังนี้ มิติการศึกษา : แสดงข้อมูลหลักสูตร โอกาสรับทุน และการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) มิติ เศรษฐกิจ : เชื่อมโยงภาคการศึกษากับภาคอุตสาหกรรมและตลาดแรงงาน มิติเทคโนโลยีและนวัตกรรม : ส่งเสริม การใช้เทคโนโลยี Smart Platform และ นวัตกรรมดิจิทัล มิติสังคมและความเสมอภาค : สร้างโอกาส ทางการศึกษาอย่างทั่วถึง ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ดังนั้นการจัดงาน One Stop Open House 2026 จึงเป็นกลไกสำคัญเพื่อเป็นเวทีกลาง ในการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการศึกษา และอาชีพ เปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป เข้าถึงข้อมูลหลักสูตรจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศในทีเดียว รวมถึงการแนะแนว อาชีพ การพัฒนา Soft Skills และ Future Skills ที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ของกระทรวงการอุดมศึกษาฯ ผู้สาธารณะชนอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านกิจกรรมมีส่วนร่วม ทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนเห็นเส้นทางชีวิตที่ชัดเจน มีรายได้ และมีความสุข

2. แนวความคิด/Theme

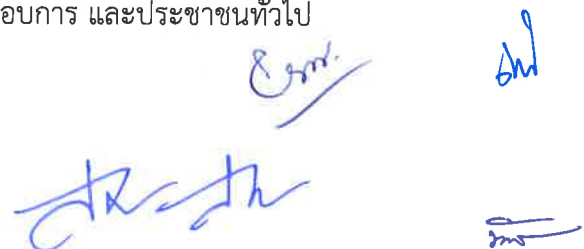
“Open Mind, Open Future” แสดงถึงภาพลักษณ์ของกระทรวง อว. “การศึกษาไทยที่เปิดกว้าง ทันโลก และเท่าเทียม”

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อแสดงศักยภาพด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่มีบทบาทสำคัญใน การพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้แก่นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการ (Upskill - Reskill) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศ
3. เพื่อเชื่อมโยง อววน. เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่ให้เกิดการกระจายรายได้ และสร้างความ เข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจภูมิภาค
4. เพื่อส่งเสริมการพัฒนา สร้างความร่วมมือด้านกำลังคนทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่สามารถ ลดช่องว่างระหว่างการผลิตกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันการศึกษา และ การวิจัยและพัฒนาในภาคอุตสาหกรรม

4. เป้าหมาย

ผู้ร่วมชมงานทั้งรูปแบบ Onsite และ Online จำนวนไม่น้อยกว่า 200,000 คน ประกอบด้วย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษา ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป



5. สถานที่และระยะเวลาการจัดงาน

ศูนย์การประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 11,000 ตารางเมตร ตั้งแต่วันที่ 6 - 8 กุมภาพันธ์ 2569

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดนิทรรศการ และกิจกรรมต่าง ๆ ในงาน One Stop Open House รวมถึงการดำเนินงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบ Onsite และ Online ดังนี้

6.1 จัดหาสถานที่สำหรับการจัดงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 11,000 ตารางเมตร ตั้งแต่วันที่ 6 - 8 กุมภาพันธ์ 2569 โดยต้องออกแบบพื้นที่ส่วนกลางตามความเหมาะสม โดยต้องนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบและแสดงหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษรในการเช่า - ใช้สถานที่สำหรับการจัดงาน

6.2 การออกแบบแนวคิด

(1) จัดทำแผนการดำเนินงานการจัดงาน One Stop Open House รวมถึงบริหารจัดการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยต้องนำเสนอและผ่านความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง

(2) ออกแบบแนวคิดภาพรวมของการจัดนิทรรศการ และกิจกรรม ให้มีความสวยงาม น่าสนใจที่สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย

6.3 การจัดแสดงนิทรรศการ และกิจกรรมต่าง ๆ

(1) การจัดแสดงนิทรรศการ

(1.1) นิทรรศการนโยบายด้านการอุดมศึกษา และ ผลงานของหน่วยงานกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยงาน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนากำลังคน การสร้างแรงบันดาลใจ และการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองตลอดชีวิต

(1.2) นิทรรศการ Main Land Mark สำหรับดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย และแสดงภาพรวมของงาน One Stop Open House

(1.3) นิทรรศการแสดงผลงานทางการศึกษา และสวัสดิการสำหรับนักศึกษาของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

(2) **เวทีกลาง** มีพื้นที่เวทีกลางในพื้นที่จัดนิทรรศการ สำหรับจัดกิจกรรม ขนาดไม่น้อยกว่า 500 ตารางเมตร พร้อมเก้าอี้สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ที่นั่ง ระบบแสง สี เสียง และดำเนินการถ่ายทอดกิจกรรมเวทีกลางผ่านระบบออนไลน์ ทุกวันทุกกิจกรรม พร้อมระบบอินเทอร์เน็ต ที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายทอดตลอดการจัดงาน โดยเวทีกลางต้องมีระบบแสง สี เสียง ที่ทันสมัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(2.1) มีเครื่องผสมสัญญาณเสียงระบบดิจิตอล ขนาดไม่น้อยกว่า 48 ช่องสัญญาณ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชุด พร้อมเครื่องสำรอง

(2.2) มีลำโพงเสียงต่ำ พร้อมเครื่องขยาย ความดังไม่น้อยกว่า 3,000 วัตต์ จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ตัว

(2.3) มีลำโพงเสียงกลางแหลม พร้อมเครื่องขยายเสียง ความดังไม่น้อยกว่า 2,000 วัตต์ จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ตัว

(2.4) มีลำโพงเสียงกลางแหลม แบบมีภาคขยายในตัว สำหรับเป็นมอนิเตอร์ ความดังไม่น้อยกว่า 500 วัตต์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ตัว

- (2.5) ไมโครโฟนไร้สายแบบมือถือคลื่น UHF ชนิดดิจิทัล จำนวนไม่น้อยกว่า 8 ตัว
- (2.6) ชุดสายโพลด สายสัญญาณ
- (2.7) เครื่องควบคุมแสงระบบดิจิทัล 2048 CH หรือดีกว่า จำนวน 1 ชุด พร้อมเครื่องสำรอง
- (2.8) โคมไฟ พาร์ LED ไม่น้อยกว่า 4 สี จำนวนไม่น้อยกว่า 12 โคม
- (2.9) โคมไฟ LED COB ขนาด 300 วัตต์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 โคม
- (2.10) โคมไฟแบบหมุนรอบทิศ ปรับลำแสงได้ ขนาดไม่น้อยกว่า จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ตัว
- (2.11) เครื่องทำควัน Smoke Machine ไม่น้อยกว่า 1 เครื่อง
- (2.12) ชุดสายโพลด สายสัญญาณ
- (2.13) ชุดโครงสร้างทริสเหล็ก หรือ อะลูมิเนียม สำหรับติดตั้งระบบแสง
- (2.14) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลควบคุมอุปกรณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน ตลอดระยะเวลา

การจัดงาน

(3) กิจกรรมเวทีกลาง

- (3.1) จัดทำแผนและผังรายการสำหรับกิจกรรมบนเวทีกลาง
- (3.2) จัดให้มีกิจกรรมสำหรับดึงดูดกลุ่มเป้าหมายทุกวันอย่างน้อย 3 กิจกรรมต่อวัน
- (3.3) ประสานหน่วยงานร่วมจัดกิจกรรม อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

(4) การจัดกิจกรรมระดับภูมิภาค

จัดให้มีกิจกรรมระดับภูมิภาคที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 120 คน ต่อภาค เช่น การจัดนิทรรศการ การจัดประกวดแข่งขัน การจัดบูธแคมป์ อบรมและสัมมนา เป็นต้น ไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละ 2 วัน ครอบคลุม 4 ภาค โดยสถานที่จัดงานต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(4.1) ออกแบบแนวคิดภาพรวมของการกิจกรรมภาพรวมระดับภูมิภาค โดยจัดทำแผนการดำเนินงาน รวมถึงการบริหารจัดการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยต้องนำเสนอและผ่านความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง ออกแบบแนวคิดภาพรวมของการจัดงานและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความสวยงาม

(4.2) การนำเสนอกิจกรรม นำเสนอแนวคิด ออกแบบ และดำเนินการจัดกิจกรรม ทั้งในสถานที่จัดงานและผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงบริหารจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

(4.3) ออกแบบ จัดทำเวทีส่วนกลาง และจัดกิจกรรมบนเวที ภายในงาน ไม่น้อยกว่า 1 กิจกรรม ต่อการจัดงานแต่ละครั้ง พร้อมทั้งจัดให้มีเจ้าหน้าที่ Back Stage พิธีกร เพื่อดำเนินกิจกรรมบนเวที

(4.4) ตกแต่งสถานที่ ป้าย Backdrop ป้ายหน้าห้อง และป้ายอื่น ๆ สำหรับการจัดกิจกรรม ในระหว่างการจัดงาน ของหน่วยงานผู้ร่วมจัดงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

(4.5) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าสถานที่ และค่าดูแลบริหารจัดการกิจกรรม รวมถึง ในการจัดหาอาหารเครื่องดื่มและอาหารว่าง จำนวนไม่น้อยกว่า 450 ชุดต่อ การจัดงานแต่ละครั้ง

(4.6) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้ผู้เข้าร่วมการแข่งขันและทีมงานทุกราย เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง เป็นต้น

(4.7) สรรหาวิทยากรที่มีความสามารถในเรื่อง Design Thinking/Research Model AI Application/Business Modal เหมาะสมกับกิจกรรมที่ดำเนินการ พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างวิทยากรหรือค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องตามจำนวนที่ผู้ว่าจ้างกำหนด เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าตอบแทน เป็นต้น

(4.8) สรรหาคณะกรรมการตัดสินกิจกรรมการประกวด โดยเป็นผู้ที่มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน มีผลงานทางวิชาการ หรือเป็นผู้มีชื่อเสียงที่สังคมให้การยอมรับ พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการในการสนับสนุนการปฏิบัติกิจกรรมตามจำนวนที่ผู้ว่าจ้างกำหนด เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าตอบแทน เป็นต้น

(4.9) จัดให้มีช่างภาพบันทึกภาพนิ่ง และวิดีโอ ตลอดการจัดงาน

(4.10) จัดเตรียมรางวัล โล่ และประกาศเกียรติคุณ

(4.11) จัดทำรูปเล่มรายงานกิจกรรม

(5) การจัดกิจกรรมระดับประเทศ

(5.1) ออกแบบแนวความคิดภาพรวมของภารกิจรวมระดับประเทศ โดยจัดทำแผนการดำเนินงาน รวมถึงการบริหารจัดการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยต้องนำเสนอและผ่านความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง ออกแบบแนวความคิดภาพรวมของการจัดงานและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้มีความสวยงาม

(5.2) การนำเสนอกิจกรรม นำเสนอแนวคิด ออกแบบ และดำเนินการจัดกิจกรรม ทั้งในสถานที่จัดงานและผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงบริหารจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

(5.3) ออกแบบ จัดทำเวทีส่วนกลาง และจัดกิจกรรมบนเวที ภายในงาน ไม่น้อยกว่า 1 กิจกรรม ต่อการจัดงานแต่ละครั้ง พร้อมทั้งจัดให้มีเจ้าหน้าที่ Back Stage พิธีกร เพื่อดำเนินกิจกรรมบนเวที

(5.4) ตกแต่งสถานที่ ป้าย Backdrop ป้ายหน้าห้อง และป้ายอื่น ๆ สำหรับการจัดกิจกรรม ในระหว่างการจัดงาน ของหน่วยงานผู้ร่วมจัดงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

(5.5) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดอาหารและเครื่องดื่มและอาหารว่าง จำนวนไม่น้อยกว่า 450 ชุดต่อ การจัดงานแต่ละครั้ง

(5.6) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้ผู้เข้าร่วมการแข่งขันและทีมงานทุกราย เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง เป็นต้น

(5.7) สรรหาคณะกรรมการตัดสินกิจกรรมการประกวด โดยเป็นผู้ที่มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน มีผลงานทางวิชาการ หรือเป็นผู้มีชื่อเสียงที่สังคมให้การยอมรับ พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการในการสนับสนุนการปฏิบัติกิจกรรมตามจำนวนที่ผู้ว่าจ้างกำหนด เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าตอบแทน เป็นต้น

(5.8) จัดให้มีช่างภาพบันทึกภาพนิ่ง และวิดีโอ ตลอดการจัดงาน

(5.9) จัดเตรียมรางวัล โล่ และประกาศเกียรติคุณ

(5.10) จัดทำรูปเล่มรายงานกิจกรรม



6.4 การประชาสัมพันธ์การจัดงานและการตลาด ดำเนินงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์งาน One Stop Open House ที่จัดขึ้นในสถานที่ตามที่ระบุใน ข้อ 5. มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(6.4.1) การประชาสัมพันธ์

(1) นำเสนอแนวคิด รูปแบบ วิธีการประชาสัมพันธ์ ให้มีลักษณะโดดเด่น สร้างจุดขายและกำหนดกลยุทธ์ในการดึงกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมงานได้อย่างชัดเจน

(2) นำเสนอแนวคิดในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชมทั้งในส่วนที่เข้าชมผ่านระบบออนไลน์และเข้าชม ณ สถานที่จริงในรูปแบบ (Real time และ Anytime)

(3) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ (Public Relations and Media Plan) อย่างทั่วถึงในเชิงรุกและรับ ในลักษณะผสมผสานกัน โดยมีแนวคิด เนื้อหาและช่วงเวลาการนำเสนอที่ส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน จัดให้มีกิจกรรมความเคลื่อนไหวของงานอย่างต่อเนื่องตามความเหมาะสมเพื่อกระตุ้นและผลักดันให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดผ่านช่องทางออนไลน์ หรือการสร้างกิจกรรมร่วมกับผู้ติดตามหรือกลุ่มเป้าหมาย และประชาสัมพันธ์กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลานั้น

(4) ดำเนินการจัดทำแผนการผลิต แผนการเผยแพร่และการใช้สื่อ และรูปแบบการนำเสนอ สื่อช่วงเวลาการเผยแพร่สื่อและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกระจายการรับรู้ของช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เครือข่าย สื่อมวลชน กลุ่มผู้นำทางความคิดต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และการติดตามในวงกว้าง โดยการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ประกอบด้วย

(4.1) ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน One Stop Open House ทั้งก่อนงาน ระหว่างงาน และหลังจบงาน ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

(1) สื่อโทรทัศน์

(1.1) ดำเนินการสร้างสรรครูปแบบการนำเสนอ ผลิตเนื้อหา บทความ เพื่อทำสื่อกับข่าวประชาสัมพันธ์การจัดงาน ประชาสัมพันธ์ผ่านรายการโทรทัศน์ ที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

- ผลิตเนื้อหา บทความ ความยาวไม่น้อยกว่า 1 นาที

- จำนวนไม่น้อยกว่า 3 รายการ

(2) สื่อหนังสือพิมพ์

ดำเนินการสร้างสรรครูปแบบการนำเสนอ ผลิตเนื้อหา บทความ เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน ผ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 3 สำนักพิมพ์

(3) สื่อออนไลน์และสังคมออนไลน์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อออนไลน์และสังคมออนไลน์ ตลอดระยะเวลาการจัดงาน โดยประสานและจัดทำเนื้อหากับผู้ว่าจ้าง และให้มีข้อกำหนดเบื้องต้น โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง ดังนี้

(3.1) ดำเนินการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ เพื่อประชาสัมพันธ์โฆษณาการจัดงาน ทางสื่อออนไลน์และสังคมออนไลน์ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 1 ชิ้น ที่มีความเหมาะสมในการสื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้รับจ้างจะต้องระบุช่องทางเผยแพร่ชิ้นงานดังกล่าว

(3.2) ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ภายในงาน โดยกลุ่มหรือเพจผู้มีอิทธิพล (Facebook PR Page/KOLs/influencer) หรือเป็นที่รู้จักในวงกว้าง บนช่องทางออนไลน์ มีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ช่องหรือคน และมียอดผู้ติดตามรวมกันไม่น้อยกว่า 2,000,000 ผู้ติดตาม

(3.3) ดำเนินการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ ผลิตเนื้อหา บทความ หรือกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์นิทรรศการและกิจกรรมในลักษณะออนไลน์ เพื่อนำเสนอที่น่าสนใจผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Website, Webpage, Social Media (Facebook, TikTok, Instagram, YouTube) โดยต้องมียอดการมองเห็นไม่น้อยกว่า 4,000,000 การมองเห็น (impression)

(4) **สื่อออกที่อยู่อาศัย** ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์นอกที่อยู่อาศัย ประเภทจอดิจิทัล บริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และต่างจังหวัด ในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว (Animation) หรือรูปแบบวิดีโอความยาวไม่น้อยกว่า 15 วินาที ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 20 วัน โดยผู้ว่าจ้างเป็นผู้ผลิตสื่อให้กับผู้รับจ้างภายในระยะเวลาก่อนการดำเนินงานเผยแพร่ รายละเอียดดังนี้

(4.1) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อจอดิจิทัล จำนวนไม่น้อยกว่า 250 จอ บริเวณสถานที่สำคัญ ถนนสายสำคัญ ครอบคลุมแหล่งธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด

(4.2) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อจอดิจิทัล บริเวณพื้นที่ภายใน หรือภายนอก ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (ไฮเปอร์มาร์เก็ต) ที่ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 สาขา รวมจำนวนจอไม่น้อยกว่า 1,500 จอ

(4.3) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อจอดิจิทัลภายในระบบขนส่งมวลชน (Mass Transit)

(1) จอดิจิทัลจำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 จอ บริเวณภายในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) จำนวนไม่น้อยกว่า 20 สถานี และภายในขบวนรถไฟฟ้า จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ขบวน

(2) จอดิจิทัลจำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 จอ บริเวณภายในขบวนรถไฟฟ้า (BTS) จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ขบวน

(3) จอดิจิทัลจำนวนไม่น้อยกว่า 180 จอ บริเวณภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

(5) **การแถลงข่าวก่อนการจัดงาน** โดยมีประเด็นเนื้อหาการแถลงข่าวครอบคลุมงาน เพื่อเป็นการสร้างกระแสให้รับรู้เกี่ยวกับการจัดงาน อย่างน้อย 1 ครั้ง โดยอย่างน้อยมีรายละเอียด ประกอบด้วย

(5.1) สร้างสรรค์รูปแบบงานแถลงข่าวที่มีความน่าสนใจ โดยนำเสนอกลไกการประชาสัมพันธ์ (Gimmick) ที่ทันสมัย แปลกใหม่ น่าสนใจ ดึงดูดผู้เข้าร่วมงาน

(5.2) สถานที่แกล้งข่าวที่ผู้ว่าจ้างกำหนด พร้อมตกแต่งสถานที่การจัดงาน แกล้งข่าว โดยจัดทำ Backdrop ในรูปแบบจอ LED ที่มีขนาดเหมาะสม และระบบแสงเสียงที่มีคุณภาพ

(5.3) จัดหาพิธีกรมืออาชีพอย่างน้อย 1 คน เป็นผู้ดำเนินรายการในระหว่างงานแกล้งข่าว

(5.4) จัดทำสคริปต์ และผลิต VTR สำหรับใช้เปิดในงานแกล้งข่าวการจัดงาน จำนวน 1 ชุด ความยาวรวมไม่น้อยกว่า 3 นาที พร้อมนำเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

(5.5) การเชิญสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า 10 สื่อ

(5.6) การเผยแพร่

(1) สถานีโทรทัศน์ ไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง เผยแพร่ไม่น้อยกว่า 3 ช่อง

(2) สกู๊ปหนังสือพิมพ์ ขนาดไม่น้อยกว่า 50 คอลัมน์นี้ว
จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง

(3) ข่าวหนังสือพิมพ์ ขนาดไม่น้อยกว่า 10 คอลัมน์นี้วหรือภาพข่าว
จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง

(4) ข่าวในเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง

(5.7) จัดหา - บริการอาหารว่างและเครื่องดื่มแก่สื่อมวลชน และผู้เข้าร่วมงาน แกล้งข่าว ไม่น้อยกว่า 120 ชุด

(5.8) จัดหาของที่ระลึกสำหรับพิธีแกล้งข่าวการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 120 ชิ้น

(5.9) จัดเจ้าหน้าที่ในการลงทะเบียน และดูแลต้อนรับนักข่าว รวมทั้งผู้เข้าร่วมงาน

(5.10) จัดทำป้าย หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในงานแกล้งข่าวตามความเหมาะสม

6.4.2 งานด้านการตลาด

(1) จัดทำแผนการตลาด โดยนำเสนอบทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้เข้าชมและนำเสนอแผนการตลาด เพื่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้าชมนิทรรศการ กิจกรรม และการประชุมสัมมนาทั้งก่อนและระหว่างการจัดงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายจำนวนผู้เข้าชมงาน

(2) ดำเนินการด้านการตลาดและประสานงานกับผู้ว่าจ้าง ในการเชิญชวนและจัดหา กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมชมงานและกิจกรรมที่จัดภายในงาน เช่น การบรรยายพิเศษ การประกวดแข่งขัน เป็นต้น โดยสื่อสารกับสถาบันการอุดมศึกษา โรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ตามที่ได้รับแจ้งจากผู้ว่าจ้าง

(3) ดำเนินการผลิตเอกสารและสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านการตลาดและการติดต่อกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมชมงาน โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง

(4) นำเสนอและจัดทำรูปแบบการจัดการผู้เข้าชม ระบบการเข้าชมงาน การจัดการระบบลงทะเบียน

๑๗

๑๗

๑๗

ค. จัดให้มีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำห้องพยาบาล จำนวนอย่างน้อย 2 คน รวมถึงรถพยาบาลฉุกเฉินอย่างน้อย 1 คัน พร้อมเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำรถ จำนวนอย่างน้อย 2 คน ในกรณีมีเหตุฉุกเฉิน

ง. บุคลากรทีมงานผู้ปฏิบัติหน้าที่และรับผิดชอบงานตามขอบเขตการจ้าง อย่างน้อยประกอบด้วย

- บุคลากรด้านการต้อนรับผู้เข้าชม เด็กนักเรียน และประชาชนทั่วไปตลอดวันจัดงาน
- บุคลากรประจำพื้นที่จัดนิทรรศการที่ต้องรับผิดชอบตามขอบเขตการจ้างตลอดวันจัดงาน
- บุคลากรผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม ไม่ต่ำกว่าระดับสามัญ ที่ร่วมเป็นที่มออกแบบ จัดสร้างรวมถึงดูแลรับผิดชอบงานด้านเทคนิควิชาช่าง โดยอย่างน้อยจะต้องประกอบด้วย วิศวกรไฟฟ้าโยธา รวมถึงเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (จป.) ซึ่งมีคุณสมบัติตามกฎหมาย อย่างน้อยสาขาละ 1 คน
- บุคลากรผู้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการโครงการ ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการงานในภาพรวมทุกด้าน เพื่อสื่อสารและพัฒนารายละเอียดงานร่วมกับผู้ว่าจ้างก่อนและระหว่างการจัดงาน โดยควบคุมงานและประสานงานทั้งหมดร่วมกับผู้ว่าจ้าง

6.6 การประเมินและรายงานผลการจัดงาน

6.6.1 สรุปรูปจำนวนผู้เข้าชมงาน ผู้ร่วมกิจกรรม ผู้ร่วมจัดนิทรรศการ และผู้เข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยแยกการจัด Onsite และ Online ให้ชัดเจน

6.6.2 สรุปรูปจำนวนผลงาน/ชิ้นงาน ที่ร่วมจัดแสดง

6.6.3 วิเคราะห์และประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Social Return of Investment: SROI)

6.6.4 วิเคราะห์และประเมินความพึงพอใจรวมถึงข้อคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อการจัดงานฯ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

6.6.5 จัดทำสรุปผลการดำเนินงานและประเมินผลการจัดงานฯ เป็นรูปเล่มสือรายงาน จำนวน 5 ชุด และ Digital File บรรจุใน External Hard Disk หรือ USB Flash Drive จำนวน 3 ชุด

6.6.6 จัดทำสถิติและ dashboard เพื่อสรุปผลการจัดงาน

6.7 สิ่งที่ต้องส่งมอบผลงานเสร็จสิ้น

ก. รายงานการจัดงานฯ เพื่อการเผยแพร่ ในรูปแบบของไฟล์เอกสารที่พร้อมนำไปจัดพิมพ์ได้ พร้อมส่งให้ผู้ว่าจ้าง หลังจบงานภายใน 1 เดือน โดยรูปแบบของรายงาน ให้อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างพิจารณาให้เหมาะสมต่อไป จำนวน 5 เล่ม

ข. คลิปสรุปผลการดำเนินงานฯ จำนวน 1 คลิป ความยาวไม่เกิน 5 นาที เพื่อเสนอผู้บริหารและคณะรัฐมนตรี

ค. ภาพกิจกรรมประจำวันและเหตุการณ์สำคัญทั้งรูปแบบภาพนิ่งและคลิปวิดีโอ พร้อมส่งมอบภาพนิ่งและคลิปวิดีโอในรูปแบบ UHD (Ultra Hi-Definition) ลงใน External Hard disk จำนวน 3 ชุด

ง. รายงานประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Social Return of Investment: SROI)

๐๒

๐๒

๐๒

๐๒

จ. รายงานประเมินผลการจัดแสดงนิทรรศการ กิจกรรม การใช้สถานที่ การประชาสัมพันธ์ ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นต่าง ๆ (Feedback) และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ภายใน 30 วันหลังจบงาน ทั้งนี้รูปแบบของรายงานให้อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างพิจารณา

7. เงื่อนไขอื่น ๆ

1. ผู้รับจ้างจะต้องไม่กระทำการหรือพยายามกระทำการใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ และจะไม่รับเงิน - ลินจ้าง - ผลประโยชน์อื่นใด อันเกี่ยวเนื่องกับโครงการนี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกเหนือจากค่าจ้างหรือเงื่อนไขที่ได้แสดงไว้ในเอกสารนี้เท่านั้น

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถศึกษารายละเอียดและตัวอย่างเพิ่มเติมได้ ตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว 78 ลงวันที่ 31 มกราคม 2565 เรื่อง แนวทางปฏิบัติตามกฎหมายกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563

2. สป.อว. ขอสงวนสิทธิมิให้ผู้รับจ้างคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม (คงราคาเดิม) ในกรณีเกิดเหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถจัดงานได้ในเวลาที่กำหนดและต้องมีการเลื่อนกำหนดการจัดงานออกไป เช่น การเกิดเหตุจลาจล การเกิดภัยพิบัติ หรือโรคระบาด เป็นต้น

8. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

8.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

8.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

8.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

8.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา 106 วรรคสาม (หมายถึง ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศ ของกรมบัญชีกลาง)

8.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109 (หมายถึง ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย)

8.6 คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

8.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาฯ ณ วันได้รับหนังสือเชิญชวนหรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในครั้งนี้

8.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

8.10 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

(8.10.1) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(8.10.2) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

(8.10.3) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

1) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจสำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

2) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ 8.10.3 ดำเนินการซื้อและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารจ้างทำของจึงจะมีสิทธิในการเข้ายื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้าได้

3) การยื่นข้อเสนอโดยวิธีคัดเลือกและวิธีเฉพาะเจาะจง หากผู้เข้าร่วมค้ารายใดได้รับหนังสือเชิญชวนจากหน่วยงานของรัฐแล้ว ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจ ตามข้อ (8.10.3) สามารถดำเนินการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

8.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

8.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(8.12.1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ 1 ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็น ผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก 1 ปี ได้

(8.12.2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน

โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้าง เกิน 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

(8.12.3) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 500,000 บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอ เป็นบุคคลธรรมดาให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝาก คงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก จะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงิน ฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(8.12.4) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือ สัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของ โครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียน ให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือ ที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดา มิได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่า งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุน เพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่ง ประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับ อนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลาง ต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงิน รวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจาก สำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน)

(8.12.5) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือ สัญชาติไทยตามข้อ 2 ข้อ 3 และข้อ 4 (2) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศ และเอกสารประกวดราคา ในระบบจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึง ข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบ กระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. 2539 และที่แก้ไขเพิ่มเติมกำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสาร ดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มี การยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่น ข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วน ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(8.12.6) กรณีตามข้อ (12.1) - ข้อ (12.5) ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

- 1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ
- 2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- 3) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้าง ที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ
- 4) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา 56 วรรคหนึ่ง (2) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ
- 5) การซื้อสังหาริมทรัพย์และการเช่าสังหาริมทรัพย์
- 6) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ

ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

8.13 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีนโยบายและแนวทางการป้องกันการทุจริตในการจัดซื้อจัดจ้าง

8.14 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงนามในข้อตกลงคุณธรรม กรณีโครงการจัดซื้อจัดจ้าง ที่มีวงเงินตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป

9. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

พิจารณาจากการยื่นข้อเสนอด้านราคาและข้อเสนอด้านเทคนิค โดยในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ในสัดส่วน 80 : 20 โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักร้อยละที่กำหนด โดยจะพิจารณาจากราคารวม ซึ่งกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้



9.1 พิจารณาราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดเท่ากับ ร้อยละ 100

- (1) ผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดจะได้คะแนน 100 คะแนน
- (2) ผู้ที่เสนอราคาอื่นจะคิดจากสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{คะแนน} = 100 - \frac{(\text{ราคาของผู้เสนอราคาอื่น} - \text{ราคาต่ำสุด}) \times 100}{\text{ราคาต่ำสุด}}$$

ตัวอย่างการคำนวณ

ผู้เสนอราคา A เสนอราคาต่ำสุด 2,000,000 บาท ได้คะแนน 100 คะแนน

ผู้เสนอราคา B เสนอราคา 2,500,000 บาท

ผู้เสนอราคา C เสนอราคา 2,700,000 บาท

ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผู้เสนอราคา B

$$\begin{aligned} \text{คะแนนผู้เสนอราคา B} &= 100 - \frac{(2,500,000 - 2,000,000) \times 100}{2,000,000} \\ &= 100 - \frac{(500,000) \times 100}{2,000,000} \end{aligned}$$

$$\text{คะแนนผู้เสนอราคา B} = 75 \text{ คะแนน}$$

ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผู้เสนอราคา C

$$\begin{aligned} \text{คะแนนผู้เสนอราคา C} &= 100 - \frac{(2,700,000 - 2,000,000) \times 100}{2,000,000} \\ &= 100 - \frac{(700,000) \times 100}{2,000,000} \end{aligned}$$

$$\text{คะแนนผู้เสนอราคา C} = 65 \text{ คะแนน}$$

9.2 พิจารณาจากข้อเสนอด้านคุณภาพหรือข้อเสนอทางเทคนิค และข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดเท่ากับ ร้อยละ 80 ประกอบด้วย

ลำดับ	เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)	น้ำหนัก	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)
1.	พิจารณาราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) (ตามสูตรการคำนวณ ข้อ 9.1)	20	100
2.	ข้อเสนอด้านเทคนิค/ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ	80	100
2.1	ตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน	10	100
2.2	แนวคิดและรูปแบบในการจัดงาน	20	100
	(1) ความคิดสร้างสรรค์		
	(2) รูปแบบการนำเสนอนิทรรศการและกิจกรรม		
2.3	ข้อเสนอการดำเนินการตามขอบเขตของงาน (TOR)	20	100
2.4	การวางแผนปฏิบัติงานและกระบวนการดำเนินงานต่างๆ (Timeline)	10	100
	(1) ด้านการตลาด		
	(2) การดำเนินงาน และ การบริหารจัดการ		
2.5	ข้อเสนออื่นๆ หรือแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ	20	100
	(1) กิจกรรมพิเศษสำหรับดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย		
	(2) ของที่ระลึกสำหรับมอบให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน		

เกณฑ์การพิจารณา		คะแนน
๑. มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน		
การออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ Theme การจัดงาน มีความชัดเจน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน		100
การออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ Theme การจัดงานมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน แต่มีการออกแบบผังงานภาพรวม หรือรูปแบบ Theme บางส่วนไม่ชัดเจน		80
การออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ Theme การจัดงานไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และมีรูปแบบไม่ชัดเจน		40
ไม่มีการออกแบบ		0

Signatures

Signatures

Signature

Signature

เกณฑ์การพิจารณา (ต่อ)	
๒. แนวคิดและรูปแบบในการจัดงานดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	คะแนน
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย ดึงดูดอย่างโดดเด่นชัดเจน ครบถ้วนทุกประเด็น	100
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย ครบทุกประเด็น แต่บางส่วนไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	80
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย แต่มีรูปแบบการนำเสนอการจัดกิจกรรมบางส่วนไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	60
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย แต่มีรูปแบบการนำเสนอการจัดกิจกรรมส่วนใหญ่ไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	40
ไม่มีการนำเสนอแนวคิด	0
๓. การดำเนินงานตามขอบเขตของงาน	คะแนน
ระบุแนวทางการดำเนินงานและรายละเอียดของการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัยอย่างโดดเด่น ชัดเจน ครบถ้วนทุกประเด็นตามขอบเขตของงาน	100
ระบุแนวทางการดำเนินงานและรายละเอียดของการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย ชัดเจน ครบถ้วนทุกประเด็นตามขอบเขตของงาน แต่ไม่โดดเด่น	80
ระบุแนวทางการดำเนินงานและรายละเอียดของการดำเนินงานในบางกิจกรรมไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน แต่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัยอย่างโดดเด่น ชัดเจน	60
ระบุแนวทางการดำเนินงานและรายละเอียดของการดำเนินงานในบางกิจกรรมไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และไม่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัยอย่างโดดเด่น ชัดเจน	40
ไม่มีการนำเสนอแนวทางการดำเนินงาน	0

สมชาย

สมชาย

สมชาย

สมชาย

เกณฑ์การพิจารณา (ต่อ)	
๔. การวางแผนปฏิบัติงานและกระบวนการดำเนินงานต่างๆ (Timeline)	คะแนน
การวางแผนปฏิบัติงานและกระบวนการดำเนินงานต่างๆ มีการกำหนด Timeline ที่ชัดเจนครอบคลุมทั้งการดำเนินงาน การบริหารจัดการ และการตลาด มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานจริง	100
การวางแผนปฏิบัติงานและกระบวนการดำเนินงานต่างๆ มีการกำหนด Timeline ที่ชัดเจนเป็นบางส่วนแต่ยังครอบคลุมทั้งการดำเนินงาน การบริหารจัดการ และการตลาด มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานจริง	80
การวางแผนปฏิบัติงานและกระบวนการดำเนินงานต่างๆ มีการกำหนด Timeline ที่ชัดเจนเป็นบางส่วนแต่ไม่ครอบคลุมการดำเนินงาน การบริหารจัดการ และการตลาด มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานจริง	60
มีการวางแผนปฏิบัติงานและกระบวนการดำเนินงานต่างๆ แต่ไม่มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานจริง	40
ไม่มีการวางแผน	0
๕. ข้อเสนออื่น ๆ หรือแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ	คะแนน
เสนอรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ ในงาน หรือแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน อย่างโดดเด่นชัดเจน	100
เสนอรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ ในงาน หรือแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน แต่ไม่โดดเด่นชัดเจน	75
เสนอรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ ในงาน หรือแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการที่ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน	50
ไม่มีการเสนอรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ ในงาน หรือแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ	0

9.3 ผลการตัดสินจะพิจารณาทั้งข้อเสนอด้านราคาและข้อเสนอด้านเทคนิค ที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาจากผู้เสนอราคาที่ผ่านมาเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา ทั้งนี้ผู้ที่ชนะการเสนอราคาต้องมีคะแนนรวมมากที่สุดภายในวงเงินงบประมาณ

9.4 คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคา ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาข้อเสนอทั้งหมดก็ได้แต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของคณะกรรมการฯ เป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ ไม่ได้ รวมทั้งคณะกรรมการ จะพิจารณายกเลิกการเสนอราคา และลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตามหากมีเหตุที่เชื่อได้ว่าการเสนอราคากระทำไปโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคา เอกสารอันเป็นเท็จหรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น

สม.

สม.

สม.

สม.

10. การส่งมอบและการเบิกจ่ายเงิน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการต่าง ๆ ในการจัดงานตามที่กำหนดไว้ ตามขอบเขตงาน และส่งมอบงานตามงวดงานที่กำหนด

11. วงเงินในการจัดจ้าง

วงเงินงบประมาณในการจ้างเหมาจัดงาน One Stop Open House จำนวน 40,000,000 บาท (สี่สิบล้านบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 แผนงานยุทธศาสตร์ เพื่อสนับสนุนด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โครงการส่งเสริมการใช้ประโยชน์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตร (One Stop Open House) งบรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายในการจัดตลาดนัดหลักสูตร (One Stop Open House)

12. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จะชำระเงินร้อยละ 100 เมื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับพัสดุตามระเบียบฯ เรียบร้อยแล้ว โดยมีระยะเวลาดำเนินงานให้แล้วเสร็จภายใน 90 วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา และแบ่งการส่งมอบงานเป็น 2 (สอง) งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 40 (สี่สิบ) ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งเอกสารรายงานผลการดำเนินงานการจัดงาน One Stop Open House ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ 6.1 - 6.2 ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวดที่ 2 (งวดสุดท้าย) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 60 (หกสิบ) ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งเอกสารรายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ของการจัดงาน One Stop Open House ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ 6 ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

ทั้งนี้ ในแต่ละงวดผู้รับจ้างต้องส่งเอกสารประกอบ ไม่น้อยกว่า 5 ชุด โดยทำเป็นต้นฉบับ 1 ชุด และสำเนา 4 ชุด พร้อม Digital File บรรจุใน Memory Stick (External Hard Disk) หรือ USB Flash Drive

หมายเหตุ : (1) กรณีส่งมอบงานไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือไม่ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนด ไม่ว่ากรณีใด ๆ ผู้ว่าจ้างจะคิดค่าปรับในอัตราร้อยละ 0.1 ต่อวันของราคาค่าจ้างทั้งหมด

(2) การรับประกันภายใน 30 วัน หลังจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับพัสดุตามระเบียบฯ เรียบร้อยแล้ว และแก้ไขให้ดีขึ้นภายใน 14 วัน

13. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ จะกำหนด ดังนี้

13.1 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก สป.อว. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ 10.00 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

13.2 กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ 12.1 จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้าง

14. ข้อเสนอสิทธิ

14.1 สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สงวนสิทธิ์ในการจัดจ้างงาน เป็นบางส่วนหรือทั้งหมดหรือยกเลิกการจ้างครั้งนี้ตามความจำเป็นและเหมาะสม กรณีที่มีเหตุขัดข้องด้านการจัดหา งบประมาณในการดำเนินการครั้งนี้ โดยให้ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกในการจัดจ้างครั้งนี้ จะใช้สิทธิ์เรียกร้อง ความเสียหายที่พึงเกิดขึ้น ณ ปัจจุบันหรืออนาคตจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ไม่ได้ ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

14.2 ลิขสิทธิ์ หรือ สิทธิบัตร ผลงานทั้งหมดที่ได้จัดทำเป็นรายงานเอกสาร หรือการบันทึกซีดีหรือแฟ้มข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหลายตามสัญญาจ้างหรือที่เกี่ยวข้องกับงานตามสัญญาจ้างนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

14.3 กรณีมีเหตุสุดวิสัย ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้บรรลุ ตามข้อตกลงได้ ผู้รับจ้างจะต้องทำหนังสือชี้แจง พร้อมเสนอแนะแนวทางแก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติม หรือทดแทน กิจกรรมนั้น ๆ โดยให้คณะกรรมการตรวจรับฯ พิจารณาเห็นชอบ ว่าผู้ว่าจ้างยังจะได้รับประโยชน์ไม่น้อยไปกว่า ตามข้อตกลงที่ได้ตกลงกันไว้แต่เดิม

14.4 เงื่อนไขอื่น ๆ นอกจากนี้ จะได้แจ้งให้ทราบในวันชี้แจงรายละเอียดอีกครั้งหนึ่ง หรือเป็นการล่วงหน้า ก่อนวันเสนอราคาอย่างน้อย 3 วัน (ถ้ามี)

(นายสมบัติ สมศักดิ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
ประธานกรรมการ

(นางสาวอิทธิประภา รัตนโชติ)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
กรรมการ

(นางสาวสิริกานต์ เกษี)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กรรมการ

(นายทินกร รสรินทร์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กรรมการ

(นายศิริศักดิ์ ศิริสวัสดิ์)

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
กรรมการ