



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

รายละเอียดและข้อกำหนด

(Term of Reference : TOR)

การจัดจ้างที่ปรึกษาการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ นิทรรศการและกิจกรรมสมาคมฯ งานสถาปนิก'61

สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ (สมาคมฯ) มีความประสงค์จะจัดจ้างที่ปรึกษาการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ นิทรรศการและกิจกรรมสมาคมฯ งานสถาปนิก'61 ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันอังคารที่ 1 ถึงวันอาทิตย์ที่ 6 พฤษภาคม 2561 ณ ชาเลนเจอร์ฮอลล์ 1-3 อิมแพ็คเมืองทองธานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดหลักในการจัดงาน

งานสถาปนิก '61

ASA 2018

Theme of the event: Vernacular Living
สถาปัตยกรรมกับวิถีชีวิตพื้นถิ่น (เฉพาะถิ่น)

Title: **BEYOND ORDINARY**

ไม่ธรรมดา

Key idea: Global innovation and local resilience: how does vernacular architecture respond and adapt to the contemporary society and advance technology?

Summary description of the theme

1. The fundamental idea of 'vernacular living'

'BEYOND ORDINARY' discusses the roles vernacular architecture plays in the contemporary life of Thai society. It attempts to extend the interpretation of vernacular architecture to not only the material objects, but also as the mode of living which is seamlessly integrated in everyday life. Rather than elaborating on the generic (physical) form of vernacular architecture, 'BEYOND ORDINARY' emphasises on its emergent process which reflects the local knowledge, identity and culture that in turn define 'our' vernacular architecture in the contemporary world.

"ไม่ธรรมดา" มุ่งอภิปรายบทบาทของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในวิถีชีวิตร่วมสมัยของสังคมไทย ซึ่งมุ่งสนใจที่กระบวนการการสร้างสรรค์ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยพัฒนากรอบแนวคิดการให้ความหมายและคุณค่าของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่ไม่จำกัดอยู่ที่เพียงรูปลักษณ์ของสถาปัตยกรรม แต่พิจารณาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในฐานะองค์ประกอบของการใช้ชีวิตประจำวันของผู้อยู่



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

อาศัย "ไม่ธรรมดา" ให้ความสนใจกับกระบวนการเกิดขึ้นของสถาปัตยกรรมที่สะท้อนองค์ความรู้พื้นถิ่น เอกลักษณ์และรากฐานวัฒนธรรม ซึ่งย้อนกลับมาให้ความหมายและคุณค่าใหม่ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของเราในปัจจุบัน

2. Interpretation of 'vernacular living'

Interpretations of vernacular architecture are classified into two main approaches. Both representations are transmissible and reflect on each other. Firstly, materialised or tangible representation includes the form of architecture, materials and surfaces, construction process and technology. Secondly, subjective or intangible representation includes local identity, distinction, ways of thinking, local knowledge, ethics, occupations and so on.

"ไม่ธรรมดา" พิจารณาการแสดงผลของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นออกเป็นสองแนวทาง โดยที่ทั้งสองแนวทางมีความสัมพันธ์และสะท้อนความหมายซึ่งกันและกัน แนวทางแรกคือการแสดงผลทางวัตถุหรือสิ่งของที่จับต้องได้และประเมินผลทางวัตถุได้ อันอาจหมายถึงรูปทรงทางสถาปัตยกรรม, วัสดุการก่อสร้าง, กระบวนการก่อสร้าง และเทคโนโลยีเพื่อการก่อสร้างและการใช้งานสถาปัตยกรรม เป็นต้น รูปแบบการแสดงผลของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นแนวทางที่สองคือ การแสดงผลที่จับต้องไม่ได้หรือการแสดงผลที่สร้างผลลัพธ์ทางความรู้สึกและตัวตน อันอาจหมายถึง เอกลักษณ์ท้องถิ่น, ลักษณะเฉพาะตน(ตัวตน), วิธีและกระบวนการทางความคิด, ความเชื่อและระบบการให้คุณค่าเฉพาะถิ่น, ระบบความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสาขาอาชีพ เป็นต้น

3. Challenges of 'vernacular living'

Nowadays, local architecture is challenged by the continuing process of globalisation, climate change and the change of the mode of society, for example, the transformation from the rural living into the urban living. 'BEYOND ORDINARY' discusses on the way in which vernacular architecture respond to these changes of the ways of living in four main activities of everyday life: domestic living space, working place, social space and infrastructure of the city. Theses spaces will be interrogated by architects and specialist researchers on the question of: why does vernacular architecture need architect; and, how could architect, researcher and developing technology advance the vernacular architecture in the future?

ในปัจจุบันสถาปัตยกรรมในท้องถิ่นต่างๆ กำลังถูกท้าทายด้วยกระบวนการการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในหลายๆ ด้าน อาทิ เช่น ปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์, การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงจากสังคมชนบทไปสู่สังคมเมือง (และชนบทกึ่งเมือง) เป็นต้น "ไม่ธรรมดา" อภิปรายกระบวนการที่ซึ่งสถาปัตยกรรมในพื้นที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวผ่านกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันในพื้นที่สี่ประเภท ได้แก่ พื้นที่พักอาศัย, พื้นที่ประกอบอาชีพ, พื้นที่สาธารณะ (และพื้นที่ทางสังคม) และระบบการเดินทางและขนส่ง

"ไม่ธรรมดา" เปิดพื้นที่ให้กลุ่มสถาปนิก, นักออกแบบ, ผู้เชี่ยวชาญทั้งทางวิชาการและงานปฏิบัติ (ช่างฝีมือ) ร่วมกันตั้งคำถามและวิเคราะห์กระบวนการการตอบสนองของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมทั้งสี่ประเภท ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมและ



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

สังคมดังกล่าว บนคำถามพื้นฐานว่า ทำไมสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นต้องการสถาปนิก และสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญ รวมไปถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่นั้นจะมีบทบาทในการพัฒนาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นไปข้างหน้าได้อย่างไร?

Implementation of the theme

Four spaces of everyday life which includes domestic space, working space, social space and infrastructure of the city will be presented as **four main pavilions** and elaborated by a pair of architect and specialist researcher. Furthermore, the fixed event spaces (13 spaces; key theme ‘BEYOND ORDINARY’ exhibition (introduction), International design competition exhibition, Asa award exhibition, Asa members exhibition, Thai architectural schools exhibition, Asa can exhibition, Conservation and Vernadoc group exhibition, Asa friends exhibition, Mor-bann, Asa crew, Asa club, Asa book shop & Asa shop and Main stage) will also be assigned with each local material and elaborated by a pair of architect and specialist researcher. The applying local materials are wood, bamboo, masonry, laterite or adobe.

Each pavilion will display the content of exhibition or activity which consists of two parts: first is the documentary of “making of the pavilion”, second is the individual exhibition of each pavilion. The content of exhibition would be displayed through a variety of media types, for example; performance, activities, documentary and film.

To be conclude, there will be 17 pavilions to be designed in the context of vernacular living theme with the brief provided.

การตีความการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและพื้นที่ของกิจกรรมในชีวิตประจำวันในสี่ประเภท ได้แก่ พื้นที่พักอาศัย, พื้นที่ประกอบอาชีพ, พื้นที่สาธารณะ (และพื้นที่ทางสังคม) และระบบการเดินทางและขนส่ง จะถูกนำเสนอใน pavilion หลัก สี่ pavilion โดยแต่ละ pavilion จะถ่ายทอดหนึ่งกิจกรรม โดยจะได้รับโจทย์ทางด้านวัสดุและกระบวนการก่อสร้างเฉพาะ และถูกออกแบบโดยหนึ่งกลุ่มสถาปนิกและสนับสนุนโดยนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุก่อสร้างและวิธีการก่อสร้างเฉพาะแบบ นอกจากนี้ “ไม่ธรรมดา” ยังประกอบด้วยอีกสิบสาม pavilion ย่อย ซึ่งจะจัดแสดงกิจกรรมหลักของงานอาษา โดย pavilion ย่อยเหล่านี้ก็จะได้รับโจทย์ทางด้านวัสดุและกระบวนการก่อสร้างเฉพาะเช่นเดียวกัน

นอกเหนือจากการออกแบบทางกายภาพของแต่ละ pavilion ที่สะท้อนลักษณะพิเศษของวัสดุและกระบวนการก่อสร้างเฉพาะแบบแล้ว ทางทีมสถาปนิกจำเป็นจะต้องออกแบบพื้นที่เพื่อเตรียมสำหรับการจัดแสดงเนื้อหาและกิจกรรมของแต่ละ pavilion แยกเป็นสองส่วนหลัก ได้แก่ (1) making of the pavilion (2) เนื้อหาหรือกิจกรรมเฉพาะ

Summary of main pavilion’s contents

1. Domestic living space- the transformation of multipurpose spaces in vernacular architecture, how does dweller adapt the generic architecture to conform to the contemporary life?



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

2. Working space- the change in the integration spaces between domestic space, working space and mobile workplace, how does developing technology appropriate the vernacular architecture and workplace?
3. Social space- what is the role of social space play in the contemporary social encounter pattern?
4. Move in space- If we view varieties of vernacular mobility as evidence of responsive mechanism to contemporary society, what would be the possible scenarios of city/place in the future?
5. Other pavilions- should architects develop the issue of content accordance with their interest or assigned materials and local construction knowledge. For example; ASA Competition Pavilion's architect shall provide the public proposal of competition.

2. วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและนิทรรศการ การส่งเสริมวิชาชีพทางสถาปัตยกรรมแก่สมาชิก และสังคม ตลอดจนให้บริการทางวิชาการแก่ประชาชน นิสิต นักศึกษา ได้อย่างสมบูรณ์พร้อม ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสมาคมฯ ที่มีต่อสาธารณชน

3. กลุ่มเป้าหมาย

สื่อมวลชน สมาชิกสมาคมฯ สถาปนิก นิสิต นักศึกษาสถาปัตยกรรม กลุ่มวิชาชีพสถาปัตยกรรม วิศวกร ผู้รับเหมาก่อสร้าง นักพัฒนาที่ดิน นักลงทุน ผู้บริหารอาคาร เจ้าของโครงการ ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายวัสดุ ก่อสร้าง และประชาชนผู้สนใจโดยทั่วไป ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. ขอบข่ายของงานที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

● กิจกรรมงานแถลงข่าว

4.1 การแถลงข่าวงานสถาปนิกครั้งแรก จะจัดขึ้นประมาณเดือนมกราคม ถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ โดยจะเป็นการแถลงข่าวเกี่ยวกับ Theme ของการจัดงาน วันเวลาจัดงาน สถานที่จัดงานและอื่นๆ

- ผู้รับจ้างมีหน้าที่ดำเนินการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแถลงข่าว ได้แก่ เชิญสื่อมวลชนที่ตรงกลุ่ม โดยมีจำนวนสื่อที่เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 15-20 สื่อต่อครั้ง จัดทำประเด็นข่าว เขียนข่าว เอกสารข่าว การวางแผน กำหนดรูปแบบ การจัดงาน สถานที่จัดงานแถลงข่าว ให้อยู่ในย่านใจกลางเมือง ติดรถไฟฟ้า BTS เพื่อสะดวกต่อการเดินทางของสื่อมวลชน ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และอื่นๆ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการจัดงานฯ ตลอดจนการกระจายข้อมูลไปสู่สื่อมวลชนอย่างทั่วถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารสู่สังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยมี บริษัท ทีทีเอฟ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงานพื้นที่วัสดุฯ เป็นรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการแถลงข่าว ได้แก่ ค่าสถานที่และการตกแต่งสถานที่จัดแถลงข่าว ค่าอาหารจัดเลี้ยง ค่าของที่ระลึกสำหรับผู้รับเชิญและผู้สื่อข่าวที่มาร่วมงาน



- 4.2 การแถลงข่าวงานสถาปนิกครั้งที่ 2 จะจัดขึ้นประมาณเดือนมีนาคม ถึงต้นเดือนเมษายน โดยจะเป็นการแถลงข่าวเกี่ยวกับนิทรรศการของผู้จัดแสดงวัสดุ นวัตกรรมทางด้านสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นในงาน
- ผู้รับจ้างมีหน้าที่ดำเนินการจัดทำประเด็นข่าว เขียนข่าว เอกสารข่าว ในเนื้อหาเกี่ยวกับ Theme ของการจัดงานจัดส่งข้อมูลไปยัง บริษัท ทีทีเอฟ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงานพื้นที่วัสดุฯ ซึ่งเป็นผู้วางรูปแบบการจัดงาน สถานที่จัดงานแถลงข่าว และอื่นๆ โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการจัดงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการแถลงข่าว
- 4.3 การแถลงข่าวงานสถาปนิกครั้งที่ 3 จะจัดขึ้นในวันแรกของการจัดงาน ภายในสถานที่จัดงานโดยจะเป็นการแถลงข่าวเกี่ยวกับภาพรวมของงานนิทรรศการต่างๆ งานสัมมนาสำหรับประชาชน งานสัมมนาวิชาการ รวมทั้งรายละเอียดของการลงทะเบียนเข้าร่วมสัมมนา และเยี่ยมชมบูธกิจกรรมไฮไลท์ภายในงาน
- ผู้รับจ้างมีหน้าที่ดำเนินการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การแถลงข่าว ได้แก่ เชิญสื่อมวลชนที่ตรงกลุ่ม โดยมีจำนวนสื่อที่เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 15-20 สื่อต่อครั้ง จัดทำประเด็นข่าว เขียนข่าว เอกสารข่าว การวางแผนกำหนดรูปแบบการจัดงาน ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการจัดงานฯ
- โดยมี บริษัท ทีทีเอฟ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงานพื้นที่วัสดุฯ เป็นรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการแถลงข่าว ได้แก่ ค่าสถานที่และการตกแต่งสถานที่จัดแถลงข่าว ค่าอาหารเลี้ยง ค่าของที่ระลึกสำหรับผู้รับเชิญและผู้สื่อข่าวที่มาร่วมงาน
- การวางแผนกลยุทธ์, ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่างๆ
- 4.4 การวางแผนกลยุทธ์, ผลิต และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ (เป็นส่วนหนึ่งของงบประมาณหนึ่งในสามของงบประมาณทั้งหมดเป็นอย่างน้อย)
- 4.4.1 บริหาร Facebook Page (งานสถาปนิก : ASA EXPO)
<https://www.facebook.com/ASAArchitectExposition> ตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยต้องเสนอแผนการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบและที่เหมาะสมกับเรขศิลป์ของงาน รวมถึงแผนเพิ่มจำนวนยอด Follow ในเพจให้ Facebook มีจำนวนผู้ติดตามเพจเพิ่มจากยอดเดิมและเฝ้าระวังข่าวเชิงลบหรือบิดเบือนทางสื่อสังคมออนไลน์ และตอบโต้ตามเหมาะสม ตลอดระยะเวลาในสัญญา
 - 4.4.2 บริหารเว็บไซต์ www.asaexpo.org ตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยต้องเสนอแผนการนำเสนอเนื้อหาการจัดทำข้อมูลเนื้อหาของนิทรรศการและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นภายในงาน การบริหารจัดการระบบการลงทะเบียนการส่งผลงานในกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในงาน
 - 4.4.3 ประสานงานข้อมูลภายในเว็บไซต์ www.asaexpo.org และ <https://www.facebook.com/ASAArchitectExposition> กับทีมงานบริหาร ASA application ของสมาคมฯ เพื่อให้เนื้อหา มีความสอดคล้องกัน
 - 4.4.4 จัดทำวิดีโอคลิป สำหรับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมช่วงก่อนการจัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คลิป ความยาวประมาณ 3 นาที โดยการเผยแพร่ช่องทางสื่อ Social Media ต่างๆ ของทางสมาคมฯ Facebook, Group Line, Instagram และ YouTube
 - 4.4.5 ดำเนินการ Live on Facebook ในกิจกรรมภายในวันจัดงาน ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

- 4.4.6 Top Portal (ที่มียอดผู้ติดตามในหลักล้าน) & Website Banner Ad และ Social Ads เพื่อโปรโมทกิจกรรมการประกวดแบบ และการจัดงานสถาปนิก ในสื่อกลุ่มเป้าหมายของงาน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 6 สื่อ
- 4.5 การจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ (Advertorial Ad) online อาทิ Arch daily, Dezeen, Art4D, Bustler, Singapore Architect หรือเทียบเท่า ไม่น้อยกว่า 5 สื่อ จำนวน 5 ครั้ง
- 4.6 การจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ (Advertorial Ad) offline ได้แก่ หนังสือพิมพ์, นิตยสาร อาทิ กรุงเทพธุรกิจ, The nation, A day, Daybeds, Elle Décor หรือเทียบเท่า ไม่น้อยกว่า 6 สื่อ จำนวน 9 ครั้ง
- 4.7 การประชาสัมพันธ์ในสื่ออื่นๆ อาทิ การจัดงาน pre-event โดยวิธี MOBILE PAVILION, การซื้อสื่อ MOVING Ads ที่สอดคล้องกับธีมงาน เช่น ป้ายบนรถสามล้อรับจ้าง, ป้ายบนรถสองแถว, หมวกนิรภัยมอเตอร์ไซค์รับจ้าง เป็นต้น โดยมีจำนวนของชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 500 ชิ้น โดยประสานงานร่วมกับทีมประชาสัมพันธ์ผู้จัดงานพื้นที่ต่างๆ บริษัท ทีทีเอฟ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบค่าใช้จ่าย
- 4.8 อื่นๆ (ผู้เสนองานนำเสนอ)

- **กิจกรรมสนับสนุนการจัดงาน**

- 4.9 ให้คำปรึกษาด้านงานประชาสัมพันธ์การจัดงานสถาปนิก'61 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อภาพรวมของสมาคมฯ
- 4.10 กำหนดกลยุทธ์ วางแผนงานประชาสัมพันธ์การจัดงานฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสื่อสารกิจกรรมการจัดงานไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด
- 4.11 ร่วมประชุมกับคณะกรรมการจัดงานฯ อย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้งเพื่อรายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินงาน ตลอดจนหารือถึงแนวทางการดำเนินการตามแผนงาน เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนหรือทบทวนกลยุทธ์ เพื่อให้กิจกรรมประชาสัมพันธ์ได้ผลสัมฤทธิ์สูงสุด
- 4.12 จัดทำประเด็นข่าว เขียนข่าว จัดทำภาพข่าว และจัดทำสื่อบทสัมภาษณ์นิตยสารและกิจกรรมการจัดงานฯ ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ฯลฯ เพื่อกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.13 จัดสัมภาษณ์พิเศษแบบกลุ่มไม่น้อยกว่า 3 สื่อ และแบบเดี่ยว โปรโมทภาพรวมการจัดกิจกรรม กิจกรรมที่โดดเด่นของการจัดงาน ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม โดยเป็นผู้จัดเตรียมการสัมภาษณ์ระหว่างสื่อมวลชนสาขาต่างๆ และประสานงานเชิญสื่อมวลชนให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 4.14 จัดทำเอกสารข่าว ส่วนของนิตยสารและกิจกรรมของสมาคมฯ ในวันพิธีการรับเสด็จ เพื่อจัดส่งข้อมูลให้กับสื่อมวลชน ผ่าน บริษัท ทีทีเอฟ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดงานพื้นที่ต่างๆ ซึ่งเป็นผู้ประสานหลักของสื่อฯ ในวันดังกล่าว
- 4.15 จัดทำรายงานผลการประชาสัมพันธ์เป็นรูปเล่มและซีดีให้กับสมาคมฯ ในการส่งมอบงาน
- 4.16 ประสานการจัดส่งข้อมูลไปยังผู้รับผิดชอบสื่อการประชาสัมพันธ์ของสมาคมฯ ในทุกช่องทาง
- 4.17 จัดทำข้อมูลชี้แจงและแก้ปัญหากรณีมีการนำเสนอข่าวคาดเคลื่อน
- 4.18 ตรวจสอบตัดข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน
- 4.19 งานอื่นๆ ตามที่ได้หารือและตกลงกับสมาคมฯ



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

5. **ระยะเวลาปฏิบัติงานและส่งมอบงาน**

ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ระหว่างเดือน ธันวาคม 2560-มิถุนายน 2561 (รวมระยะเวลา 7 เดือน) (นับตั้งแต่วันที่ลงนามสัญญา)

6. **วงเงินงบประมาณ**

ไม่เกิน 4,400,000 บาท (สี่ล้านสี่แสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

7. **การส่งมอบงานและการชำระเงิน**

แบ่งการส่งมอบงานและการจ่ายเงิน แบ่งเป็น ดังนี้

งวดที่ 1 จ่าย 10% ของค่าบริการทั้งหมด เมื่ออนุมัติให้ผู้รับจ้างเริ่มดำเนินการ

งวดที่ 2 จ่าย 20% ของค่าบริการทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างจัดทำสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และรายงานสรุปการแถลงข่าว ครั้งที่ 1 พร้อมส่งมอบรายชื่อผู้ที่ได้รับเชิญ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล และผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานจริง (โดยส่งเป็น File Excel ตาม Format ที่เจ้าหน้าที่สมาคมฯระบุ) รวมทั้งภาพถ่าย และเอกสารที่แจกในงานนั้น ให้กับสมาคมฯ ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

งวดที่ 3 จ่าย 20% ของค่าบริการทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างจัดทำสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ภายในเดือนมีนาคม 2561

งวดที่ 4 จ่าย 25% ของค่าบริการทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างจัดทำสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และจัดส่งข้อมูลการแถลงข่าว ครั้งที่ 2 สมาคมฯ ภายในเดือนเมษายน 2561

งวดที่ 5 จ่าย 25% ของค่าบริการทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างจัดทำสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และรายงานสรุปการแถลงข่าว ครั้งที่ 3 พร้อมส่งมอบรายชื่อผู้ที่ได้รับเชิญ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล และผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานจริง (โดยส่งเป็น File Excel ตาม Format ที่เจ้าหน้าที่สมาคมฯระบุ) รวมทั้งภาพถ่าย และเอกสารที่แจกในงานนั้น ให้กับสมาคมฯ ภายในเดือนพฤษภาคม 2561

8. **คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเสนอบริการ**

8.1 ผู้เสนอบริการเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งตามกฎหมายไทย มีทุนจดทะเบียนที่มีการชำระแล้ว หรือมีหุ้นที่ชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

8.2 ผู้เสนอบริการเป็นนิติบุคคลผู้มีความชำนาญและประกอบธุรกิจบริการด้านการประชาสัมพันธ์ และมี

8.3 ประวัติการทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี

8.4 มีประสบการณ์ทำงานกับองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร (Non-Profit Organization)

8.5 มีผลงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันนี้ และ เคยมีผลงานที่มีการจัดจ้าง โดยค่าบริการงาน 1 โครงการ ไม่ต่ำกว่า 1,000,000.- บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

8.6 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกับผู้เสนอบริการรายอื่นที่เข้ามาเสนอบริการให้แก่สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ ณ วันประกาศจัดจ้าง หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขัน อย่างเป็นทางการครั้งนี้



asa

The Association of Siamese Architects
under Royal Patronage
สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

9. กำหนดการ

- 9.1 ประกาศรายละเอียดและข้อกำหนดฯ วันพฤหัสบดีที่ 2 พฤศจิกายน 2560 ที่เว็บไซต์สมาคมฯ www.asa.or.th
- 9.2 ผู้เสนองานรับฟังชี้แจงรายละเอียดการเสนองานฯ จากคณะกรรมการฯ
ในวันพุธที่ 8 พฤศจิกายน 2560 เวลา 10.30 น. ณ สมาคมสถาปนิกสยามฯ
- 9.3 ยื่นซองเสนองานและ นำเสนองาน (Presentation) ต่อคณะกรรมการฯ (เฉพาะผู้ที่เข้ารับฟังการชี้แจงฯ เท่านั้น)
ในวันจันทร์ที่ 20 พฤศจิกายน 2560 เวลา 18.30 น. ณ สมาคมสถาปนิกสยามฯ
- 9.4 ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการคัดเลือกการเสนองาน ในจันทร์ที่ 27 พฤศจิกายน 2560 ที่เว็บไซต์สมาคมฯ
www.asa.or.th หรือตามดุลยพินิจของคณะกรรมการฯ

ยื่นซองเสนองาน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์
เลขที่ 248/1 ซอยศูนย์วิจัย 4 ถนนพระรามที่ 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
นางสาวตรีรัตน์ จันทร์ โทร: 02 319 6555 ต่อ 113 โทรสาร: 02 319 6419 email: asa.ratirat@gmail.com

10. หลักฐานการเสนอบริการ

ผู้เสนอบริการจะต้องเสนอเอกสารหลักฐาน จำหน่ายถึง “คณะกรรมการจัดจ้างที่ปรึกษาการสร้างกลยุทธ์และผลผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ นิทรรศการและกิจกรรมสมาคมฯ งานสถาปนิก'61” โดยห่อบรรจุปิดผนึกแยกออกจากกันเป็น 3 ส่วน ระบุหน้าซองแต่ละส่วนให้ชัดเจน ประกอบด้วย

10.1 ส่วนที่ 1 เอกสารหลักฐานนิติบุคคล อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

- 10.1.1 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล ลงนามรับรองโดยผู้มีอำนาจกระทำการในนามนิติบุคคลนั้น
- 10.1.2 สำเนาใบจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
- 10.1.3 สำเนาบัตรประชาชนผู้มีอำนาจกระทำการในนามนิติบุคคล พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
- 10.1.4 หนังสือมอบอำนาจ ซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย ในกรณีที่ผู้เสนอบริการมอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามในใบเสนอราคาบริการแทน

10.2 ส่วนที่ 2 ของข้อเสนอทางเทคนิค อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

- 10.2.1 ประวัติสังเขปของนิติบุคคล พร้อมโครงสร้างการดำเนินงาน
- 10.2.2 ประวัติผลงานนิติบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับงานนี้ พร้อมหนังสือรับรองผลงาน หรือ ข้อมูลบุคคลอ้างอิงที่สามารถตรวจสอบได้
- 10.2.3 ประวัติผลงานและคุณสมบัติบุคลากรที่จะเป็นผู้ปฏิบัติงานหลักในงานบริการงานที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์และจัดซื้อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้แก่ สมาคมฯ ซึ่งกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลังจะต้องได้รับการยินยอมจากสมาคมฯ เป็นลายลักษณ์อักษร
- 10.2.4 สำเนาสัญญา หรือ ใบเสนอราคาของโครงการที่คล้ายคลึงกัน ที่มีมูลค่าที่กำหนดในข้อ 8.5
- 10.2.5 ข้อเขียนแสดงวิสัยทัศน์ในการประชาสัมพันธ์ สมาคมสถาปนิกสยามฯ (ไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4)



- 10.2.6 ขอบเขตการให้บริการ
- 10.2.7 แผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ แนวคิดการดำเนินงาน การวางแผนพร้อมรายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน
- 10.2.8 ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ

10.3 ส่วนที่ 3 ของข้อเสนอด้านราคา

- 10.3.1 ใบเสนอราคาตามขอบเขตการให้บริการที่เสนอ พร้อมระบุราคาต่อหน่วยต่อรายการ ตามข้อ 4
- 10.3.2 ประมาณการค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือจากที่เสนอในขอบเขตการให้บริการ (ถ้ามี)

* เอกสารเสนองานจะต้องลงลายมือชื่อผู้มีอำนาจกระทำการ และตราประทับ (ถ้ามี) บนเอกสารทุกชุด

11. การเสนอบริการ

- 11.1 ผู้เสนอบริการต้องปฏิบัติตามรายละเอียดและข้อกำหนดลงลายมือชื่อในใบเสนอราคาโดยผู้มีอำนาจลงนาม พร้อมประทับตรานิติบุคคล จำนวนเงินที่เสนอจะต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลขและตัวอักษร โดยไม่มีการชดเชบหรือแก้ไข หากมีการชดเชบ ตก เต็ม แก้ไข เปลี่ยนแปลง จะต้องลงลายมือชื่อผู้เสนอบริการ พร้อมประทับตรา (ถ้ามี) กำกับไว้ทุกแห่ง
- 11.2 ผู้เสนอบริการจะต้องเสนอราคาเป็นเงินบาท โดยเสนอราคาต่อหน่วย และ/หรือต่อรายการ ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องราคารวมไม่เกินกว่าที่กำหนดในอัตราที่เงื่อนไขกำหนดในข้อ 6 ซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าภาษีอากรอื่นค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆทั้งปวง ทั้งนี้เพื่อใช้ในการตกลงกัน เพื่อในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง เพิ่มลดจำนวนชิ้นงานจากในเงื่อนไข
- 11.3 ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 60 วัน นับแต่วันยื่นของเสนอบริการ โดยภายใน
- 11.4 กำหนดยื่นราคา ผู้เสนอบริการต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้ และจะถอนการเสนอราคามีได้
- 11.5 ผู้เสนอบริการยินดีที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างของสมาคมฯ ทุกประการ

12. การยื่นของเสนอบริการ

ผู้เสนอบริการจะต้องยื่นเอกสารทั้ง 3 ส่วน ใส่ซองปิดผนึกแยกออกจากกันตามที่ระบุในข้อ 10 หลักฐานการเสนอบริการ ให้ครบถ้วนถูกต้อง ภายในกำหนดเวลาตามที่ระบุในข้อ 9

13. เกณฑ์การตัดสิน

การตัดสินจะกระทำโดยวิธีการให้คะแนนเป็นข้อๆ โดยคณะกรรมการจัดงานสถาปนิก'61 หรือกลุ่มบุคคลซึ่งได้รับมอบหมายจากสมาคมฯ ตามหัวข้อดังต่อไปนี้



ลำดับ	เกณฑ์การตัดสิน	คะแนน
1	วิสัยทัศน์ กลยุทธ์แผนการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การจัดงานของสมาคมฯ ตลอดจนข้อเสนอต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อสมาคมฯ	
	1.1 วิสัยทัศน์ กลยุทธ์แผนการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการดำเนินงานบนสื่อออนไลน์	35
	1.2 วิสัยทัศน์ กลยุทธ์แผนการประชาสัมพันธ์ และแนวทางการดำเนินงานบนสื่อออฟไลน์	35
2	ความพร้อม ประวัติดี ผลงาน และประสบการณ์การทำงานของบริษัท	30
		รวม 100

14. การสงวนสิทธิ์

- 14.1 หากปรากฏต่อคณะกรรมการฯ พิจารณาก่อนหรือในขณะที่มีการเปิดซอง หรือหลังการเปิดซองเสนอบริการว่า ผู้เสนอบริการมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือมีการกระทำที่ขัด หรือไม่ถูกต้องครบถ้วนต่อข้อกำหนดในการเสนอบริการ คณะกรรมการฯ สงวนสิทธิ์ที่จะตัดสิทธิ์ผู้เสนอบริการออกจากกรเข้ารับคัดเลือก โดยผู้เสนอบริการสละสิทธิ์ที่จะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ ยกเว้น กรณีที่เป็นข้อผิดพลาดหรือผิดหลงเพียงเล็กน้อย หรือที่ผิดแผกไปจากเงื่อนไขของการเสนอบริการในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญ ทั้งนี้ เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสมาคมฯ เท่านั้น
- 14.2 สมาคมฯ มีสิทธิ์ให้ผู้เสนอบริการชี้แจงข้อเท็จจริง สภาพ ฐานะ หรือข้อเท็จจริงอื่นใด ที่เกี่ยวข้องกับผู้เสนอบริการได้
- 14.3 สมาคมฯ มีสิทธิ์ที่จะไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากหลักฐานดังกล่าว ไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง
- 14.4 สมาคมฯ ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใดที่เสนอกันได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวนหรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรือยกเลิกการประกวดราคา โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมเสนอบริการตกลงยอมรับว่า การตัดสินของตัวแทนสมาคมฯ (คณะกรรมการฯ) ถือเป็นเด็ดขาด และจะไม่เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ

15. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ได้รับการคัดเลือกการเสนอบริการจะต้องทำสัญญาตามแบบสัญญามาตรฐานของสมาคมฯ ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง

16. ลิขสิทธิ์

- 16.1 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิใดๆ ในสิทธิบัตรหรือลิขสิทธิ์ของบุคคลที่สาม ซึ่งผู้รับจ้างนำมาใช้ในการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง
- 16.2 ลิขสิทธิ์ในเอกสารทุกฉบับ ซึ่งผู้รับจ้างได้ทำขึ้นเกี่ยวกับสัญญาจ้าง เมื่อชนะการประกวดราคา ให้ตกเป็นของสมาคมฯ บรรดาเอกสารที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเกี่ยวกับสัญญาจ้าง ให้ถือเป็นความลับและให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของสมาคมฯ ยกเว้นกรณีตามวรรคแรกของข้อนี้
