



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๔๙๗,๔๗๓.๓๓ บาท (สามล้านสี่แสนเก้าหมื่นเจ็ดพันสี่ร้อยเจ็ดสิบสามบาทสามสิบสามสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๖ เมษายน ๒๕๖๔ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.busessevents thailand.com หรือ

www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๑๗ ในวันและเวลา
ราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่ทางผู้ยื่นได้
ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ผ่านโปรแกรม ZOOM
Meeting ในวันอังคารที่ ๒๐ เมษายน ๒๕๖๔ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถาม
มายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล jutathip_s@tceb.or.th หรือ
ช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๕ เมษายน ๒๕๖๔ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ
นิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.buisinesseventsthailand.com
และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๕ เมษายน ๒๕๖๔

ประกาศ ณ วันที่ ๓๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



(นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ 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 : โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล (Digital Management)
2. ชื่อกิจกรรม : กิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์
3. งบประมาณ :

วงเงิน 3,500,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

4. หลักการและเหตุผล :

สสพ. ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขับเคลื่อนธุรกิจโมเดลไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก และก้าวสู่ศูนย์กลางธุรกิจโมเดลของภูมิภาค สอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy และ Thailand 4.0 ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือส่งเสริมภาพลักษณ์และสื่อสารการตลาด บริหารการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวกลุ่มโมเดลได้อย่างตรงจุด และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและเพิ่มจำนวนมากขึ้น สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมหรือโต้ตอบระหว่างกัน และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักธุรกิจโมเดลทั้งในและต่างประเทศอีกด้วย

ซึ่งการขับเคลื่อนงานด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งของสสพ. รวมไปถึงการทำการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) เพื่อสร้างการรับรู้ ส่งเสริมภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นแก่ตลาดเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับตลาดต่างประเทศ : Facebook, Twitter, Linked in, Youtube, Instagram, WeChat และสำหรับตลาดในประเทศ : Facebook, Instagram โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่การสื่อสารมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก

การบริหารสื่อสังคมออนไลน์ที่ดีต้องมีการบริหารจัดการ โดยการพัฒนาเนื้อหาคุณภาพสำหรับการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ การจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ รวมถึง ติดตามและประเมิน Engagement Rates เพื่อปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีความน่าสนใจและทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้โมเดลไทยเกิดความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นใจในการเดินทางมาจัดงานด้านโมเดลในประเทศไทย

5. วัตถุประสงค์ :

5.1 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมโมเดลประเทศไทยในฐานะที่เป็นจุดหมายสำหรับการจัดงานโมเดลเชิงคุณภาพในเวทีโลก

5.2 เพื่อกำหนดทิศทางการสื่อสารออนไลน์สำหรับภาพลักษณ์สสพ. และอุตสาหกรรมโมเดลไทยให้มีความชัดเจน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5.3 เพื่อให้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานไมซ์ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

5.4 เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน :

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานดังต่อไปนี้

6.1 บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของสสพ. (Social Media Management) สำหรับช่องทางในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่

6.1.1 บริหารจัดการช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ.

สำหรับตลาดต่างประเทศ มีจำนวน 6 ช่องทาง ดังนี้

Facebook /BusinessEventsThailand

Twitter /ThailandCVB

LinkedIn /businesseseventsthailand

Youtube /businesseseventsth

Instagram /businesseseventsth

WeChat/businesseseventsthailand (ภาษาจีน)

สำหรับตลาดในประเทศ มีจำนวน 3 ช่องทาง ดังนี้

Facebook /miceinthailand

Instagram /mice_thailand

Facebook Group / mice society

พร้อมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ภายใต้อุปกรณ์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสสพ. ที่นอกเหนือจากที่กำหนดด้านบน หากมีแพลตฟอร์มใหม่ๆทางด้านสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้น ในระหว่างการดำเนินการ และสสพ. เล็งเห็นว่าจะประโยชน์กับองค์กร เป็นต้น

6.1.2 ทำความเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์ของสสพ. และจัดทำรายงานวิเคราะห์อย่างน้อย 1 รายงาน เพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจของสสพ. อย่างน้อย 5 ราย โดยให้คำแนะนำที่สามารถนำมาปรับปรุงพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ของสสพ.

6.1.3 จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ พร้อมนำแผนงานมาปฏิบัติเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่องทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 1 แผนงาน

6.1.4 จัดทำแผนงานการสื่อสารออนไลน์และกิจกรรม พร้อมนำแผนงานมาปฏิบัติ โดยผู้รับจ้างต้องพัฒนาและบริหารจัดการเนื้อหา โดยจัดทำแผนการผลิตเนื้อหาครอบคลุมการหาข้อมูล เขียนเนื้อหา ออกแบบสร้างสรรค์เนื้อหาและกิจกรรม จำนวน 1 แผนงาน

- 6.1.5 จัดหานักเขียนมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์ด้านงานเขียนเชิงธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อเรียบเรียงเนื้อหาทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทย จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ชิ้นงาน พร้อมกับชิ้นงานอาร์ตเวิร์ก หรือรูปภาพที่ถูกลิขสิทธิ์ประกอบเนื้อหาจำนวนรวม 50 ชิ้นงาน
- 6.1.6 จัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมให้กับสมาชิกในชุมชนออนไลน์ และกลุ่มเป้าหมายของสสปน.จำนวนไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง
- 6.1.7 เพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์ (Boost Engagement) ในแต่ละโพสต์ โดยให้มีจำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 Engagements ไม่น้อยกว่า 100 โพสต์ ตลอดการดำเนินโครงการ
- 6.1.8 จัดทำแผนการเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่/ผู้ติดตาม จากในแต่ละช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสสปน.
- 6.1.9 จัดทำชิ้นงานอาร์ตเวิร์กเพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 30 ชิ้นงาน (นอกเหนือจากข้อ 6.1.5) ตามที่สสปน. กำหนดเพื่อใช้สื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์
- 6.1.10 จัดทำชิ้นงานวิดีโอ infographic 4 ชิ้นงาน เพื่อสร้างการรับรู้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางการติดต่อสสปน. หรือตามเนื้อหาที่สสปน.กำหนด
- (1) เวอร์ชันภาษาอังกฤษ 2 ชิ้นงาน ความยาว 1 นาที และคัททาว์นความยาว 30 วินาที
- (2) เวอร์ชันภาษาไทย 2 ชิ้นงาน ความยาว 1 นาที และคัททาว์นความยาว 30 วินาที
- 6.1.11 จัดทำชิ้นงานประชาสัมพันธ์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ และช่องทางการติดต่อสสปน. ในรูปแบบแบนเนอร์ (Banner) เพื่อไปใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร และภายนอกองค์กร จำนวน 6 ชิ้นงาน
- 6.1.12 จัดทำ Live นอกสถานที่ จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ครั้ง ซึ่งรวมไปถึงการถ่ายทำ ตัดต่อ ผลิตเป็นชิ้นงานที่สามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อได้จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ชิ้นงาน เช่น คลิปสัมภาษณ์ / Testimonial เป็นต้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ครั้ง (หากมีเครือข่ายสื่อที่เป็นพันธมิตร ให้แจ้งสสปน.เพื่อแชร์ Live ผ่านสื่อต่างๆของผู้รับจ้างด้วย โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่าย) โดยต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์การ Live ในแต่ละครั้ง เพื่อให้มีผู้เข้าชม Live ไม่น้อยกว่า 1,000 คน/ Viewer ในแต่ละการ Live
- 6.1.13 จัดทำแผนและบริหารจัดการช่องทาง WECHAT เพื่อเจาะตลาดเป้าหมายไมซ์จากประเทศจีน โดยต้องมีทีมงานที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาจีนได้ในระดับมืออาชีพ และรายงานความคืบหน้าเป็นรายเดือน และรายกิจกรรมที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งสามารถปรับแผนได้ระหว่างระยะเวลาดำเนินโครงการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 6.1.14 จัดทำแคมเปญประกวดภาพถ่าย (ภาพนิ่ง) และภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอคลิป) 1 แคมเปญ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสสปน. เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ การมีส่วนร่วม สร้างความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ในกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มบุคคลทั่วไป โดยให้แคมเปญครอบคลุมถึงเนื้อหาของการจัดประชุมในเมืองไทย และ/หรือ เมืองไมซ์ซีทีทั้ง 10 แห่ง เช่น สถานที่จัดประชุมที่มีความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบการจัดประชุมที่น่าสนใจ เป็นต้น โดยผู้รับจ้างสามารถนำเสนอรูปแบบการจัดทำแคมเปญร่วมกับพันธมิตรในแต่ละภูมิภาค หรือจังหวัด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันจะเป็นประโยชน์แก่แคมเปญ พร้อมทั้งจัดหารางวัลที่เหมาะสมและน่าสนใจ จัดทำและประชาสัมพันธ์แคมเปญให้มีการรับรู้ถึง 200,000 การรับรู้ และเมื่อเสร็จสิ้นแคมเปญ ผลงานทั้งหมดจะเป็นลิขสิทธิ์ของสสปน.เพื่อนำใช้งานต่อไป

- 6.1.15 จัดทำรายงานรายสัปดาห์ และรายเดือน ในรูปแบบ PowerPoint Presentation แสดงผลการดำเนินงานบริหารจัดการเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการอัปเดตข้อมูลของกลุ่มประเทศคู่แข่งเชิงธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลก จำนวน 5 ราย (จากคู่แข่งทางธุรกิจในข้อ 6.1.2 หรือตามที่ สสปน.กำหนด) และสามารถปรับกลยุทธ์ตามคำแนะนำของสสปน. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของโครงการ
- 6.1.16 ให้การ support กิจกรรมต่างๆบนสื่อสังคมออนไลน์ ในกรณีที่สสปน. ร้องขอ เช่นการสร้าง Facebook Group เพื่อการจัดงานแถลงข่าวออนไลน์ เป็นต้น
- 6.1.17 จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของสสปน. อย่างน้อย 1 คน เพื่อบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในทุกช่องทางทั้งในและต่างประเทศ พร้อมดำเนินการตอบคำถามข้อมูลจากลูกค้า โดยกำหนดให้มีการตอบกลับภายใน 24 ชั่วโมง ตามช่องทางที่ระบุในข้อ 6.1.1 รวมไปถึงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ภายใต้อช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสสปน. เช่น Facebook Group เป็นต้น
- 6.2 ผู้รับจ้างต้องจัดหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สอดคล้อง และเหมาะสมต่อการดำเนินงานนำข้อมูลเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์สสปน. เช่น ข้อมูลเทรนด์ต่างๆ หรือข้อกฎหมาย มาตรการใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์
- 6.3 หากเกิดปัญหาการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างต้องรายงานให้ทางสสปน. รับทราบ และดำเนินการแก้ปัญหาให้เรียบร้อยภายใน 24 ชั่วโมง
- 6.4 เมื่อเสร็จสิ้นโครงการนี้ ผลงานทุกชิ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้อการดำเนินโครงการ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของสสปน. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้สสปน. และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างรายใหม่สำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป ให้ทำงานอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงข้อมูลการ Log in ข้อมูล Code เป็นต้น
- 6.5 ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน ให้ผู้รับจ้างนำเสนอทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ หากในระหว่างการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลง ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้สสปน. รับทราบก่อนล่วงหน้า โดยทีมงานที่นำมาเปลี่ยนแปลงต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิม และสสปน. มีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงานหากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน

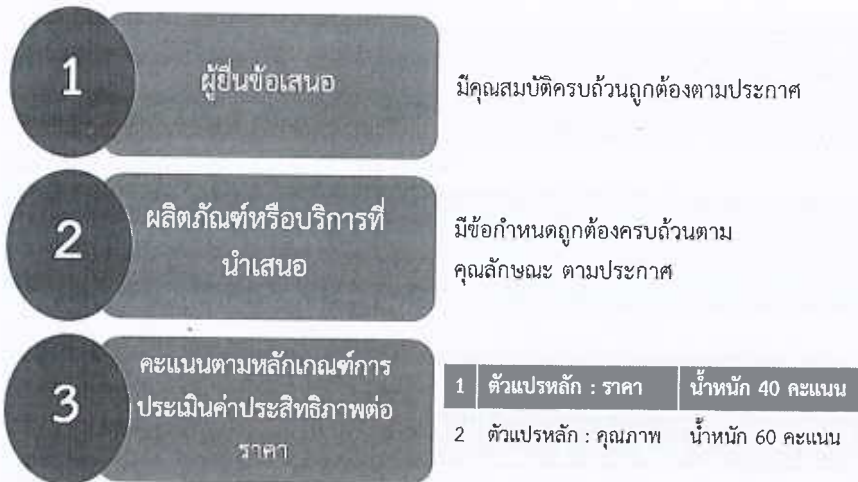
7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

มาตรา 64 ภายใต้อบังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๘
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)		น้ำหนักร้อยละ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร 2 แปร		คะแนน
ตัวแปรที่ 1	การพิจารณาด้านราคา	40
ตัวแปรที่ 2	การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค	60
รวม		100

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปร	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรที่ 1	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - การศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์ - การศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ - วางแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัยและหลากหลาย - กลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ อินโฟกราฟิก และมัลติมีเดีย สำหรับสื่อ 	30

	<p>สังคมออนไลน์ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - วางแผนในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยเทคนิคที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ - กลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้เยี่ยมชม และการมีส่วนร่วม ปฏิสัมพันธ์ (Engagement) สำหรับกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ในการใช้สื่อออนไลน์ WECHAT เจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายจากประเทศจีน 	
ตัวแปรรองที่ 2	<p>ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เทคนิคในการบริหารจัดการสมาชิกในแต่ละช่องทาง - การติดตามและประเมินผลสมาชิกในแต่ละช่องทาง - เทคนิคที่ทันสมัยในการขับเคลื่อนสื่อสังคมออนไลน์ ให้เทียบเท่าคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ในระดับนานาชาติ 	30
ตัวแปรรองที่ 3	<p>ความพร้อมและประสบการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งของไทยและต่างประเทศ - ความรู้ความเข้าใจในแบรนด์ไมซ์ประเทศไทย (REDEFINE) - ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ - มีความรู้และความเข้าใจในการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment – ITA) 	30
ตัวแปรรองที่ 4	<p>การบริหารงบประมาณ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความคุ้มค่าในการบริหารจัดการงบประมาณ 	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

240 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

10. การส่งมอบงาน :

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้สสปน.ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนงานการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ โดยส่งมอบรายงาน ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย พร้อมลงบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 3 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - แผนงานการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ - รายงานวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งทางธุรกิจของสสปน. - แผนการสื่อสารออนไลน์พร้อมกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม - แผนกลยุทธ์ และแผนประชาสัมพันธ์ และแผนการเพิ่มสมาชิกสื่อสังคมออนไลน์ - แผนบริหารจัดการช่องทาง WECHAT - แผนการบริหารจัดการงบประมาณของโครงการทั้งในส่วนของการ boost post และการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายต่างๆที่จะเกิดขึ้นในโครงการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโครงการ 	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา
2	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ สสปน. โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้าในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย พร้อมลงบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 3 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ - รายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ และตามแผนประชาสัมพันธ์ และตามแผนการเพิ่มสมาชิกสื่อสังคมออนไลน์ - จำนวนคนรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ของ สสปน. จากกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000,000 การรับรู้ (View) 	ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานการโพสต์ โดยจำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 Engagements ไม่ต่ำกว่าจำนวน 20 โพสต์ - ชิ้นงานวิดีโอ infographic จำนวน 4 ชิ้นงาน (ข้อ 6.1.10) - รายงานความคืบหน้าของการจัดทำเนื้อหา ชิ้นงานอาร์ตเวิร์ก และรูปภาพประกอบเนื้อหา อย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 20 ชิ้นงาน (ข้อ 6.1.5) - รายงานความคืบหน้าของการจัดทำชิ้นงานอาร์ตเวิร์คเพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 20 ชิ้นงาน (ข้อ 6.1.9) - รายงานการเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่/ผู้ติดตาม จากในแต่ละช่องทาง Social Media ของ สสปน. - รายงานความคืบหน้าการจัดทำแคมเปญการประกวดภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (ข้อ 6.1.14) - รายงานความคืบหน้าการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ โดยที่รวมรายงานรายสัปดาห์และรายเดือนที่จัดทำไว้ในรายงานความคืบหน้า (ข้อ 6.1.15) - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ 	
3	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินการโครงการ โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์สสปน. จัดพิมพ์สีภาษาไทย พร้อมลงบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 3 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานสรุปการบริหารจัดการสื่อสังคมของสสปน. - รายงานสรุปกลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์สสปน. - รายงานสรุปจำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ของ สสปน. จากกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านการรับรู้ (View) ภายในวันที่ 30 กันยายน 2564 พร้อมแนบรายงานรายเดือน - รายงานการโพสต์ โดยจำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 Engagements รวมทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 80 โพสต์ในงวดที่ 3 และสรุปรวมทั้งโครงการไม่ต่ำกว่า 100 โพสต์ - รายงานสรุปการจัดทำเนื้อหา ชิ้นงานอาร์ตเวิร์ก และรูปภาพประกอบ 	ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	<p>เนื้อหา รวมจากการส่งมอบงานทุกครั้งที่ผ่านมาก รวมแล้วจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 ชิ้นงาน (ข้อ 6.1.5)</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานสรุปการจัดทำชิ้นงานอาร์ตเวิร์คเพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมจากการส่งมอบงานทุกครั้งที่ผ่านมา ตลอดโครงการจำนวน 30 ชิ้นงาน (ข้อ 6.1.9) - รายงานการเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่/ผู้ติดตาม จากในแต่ละช่องทาง Social Media ของสสปน. - ไฟล์จากการ Live จำนวน 10 ครั้ง/ชิ้นงาน และไฟล์ชิ้นงานวิดีโอที่ตัดต่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 ชิ้นงาน - ไฟล์ชิ้นงานอาร์ตเวิร์คทั้งหมดของการดำเนินโครงการ ในรูปแบบ JPEG และ AI - ไฟล์รูปภาพแบบละเอียดสูงทั้งหมดของการดำเนินโครงการ - รายงานสรุปการจัดทำแคมเปญการประกวดภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว พร้อมทั้งไฟล์ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวทั้งหมด (ข้อ 6.1.14) - รายงานสรุปปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการปรับปรุงพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ของสสปน. - ส่งมอบผลงานทุกอย่างบนสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ สสปน. และ พร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป ให้ทำงานอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งข้อมูลการ Login รวมไปถึง Code ต่างๆ 	

11. เงื่อนไขการชำระเงิน :

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 40 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 45 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อาการแสดมภ์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดต่ออาการแสดมภ์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอาการแสดมภ์ 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ :

สสปน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคางานจ้างนั้น แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไว้ประโยชน์ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

17. ข้อสงวนสิทธิ์

สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสปน. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสปน. ทั้งสิ้น

18. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินใจของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน
4. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ สสปน.
5. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : 1. นางสาว จุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล
Email: jutathip_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6017

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล กิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		3,500,000	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	15/03/2564	เป็นเงิน	3,497,473.33 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างประเทศและในประเทศ	544,986.67	บาท
3.2	จัดทำรายงานวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์	208,650.00	บาท
3.3	จัดหานักเขียนมืออาชีพเพื่อจัดทำเนื้อหา (content) พร้อมอาร์ตเวิร์ค และรูปภาพ จำนวน 50 ชิ้นงาน	392,333.33	บาท
3.4	จัดกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม 8 ครั้ง	114,133.33	บาท
3.5	เพิ่มการปฏิสัมพันธ์ (Boost Engagement) ให้มีจำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 engagements ไม่น้อยกว่า 100 โพสต์	659,833.32	บาท
3.6	จัดทำชิ้นงานอาร์เวิร์คเพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 30 ชิ้นงาน	203,300.00	บาท
3.7	จัดทำชิ้นงานวิดีโอ infographic เพื่อสร้างการรับรู้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของทีเส็บ ความยาว 1 นาที และคัททาวน 30 วินาที ภาษาไทย 1 ชิ้น และภาษาอังกฤษ 1 ชิ้น	143,736.67	บาท
3.8	จัดทำแบนเนอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 ชิ้นงาน	55,640.00	บาท
3.9	จัดทำ Live นอกสถานที่จำนวน 10 ครั้งพร้อมติดต่อเป็นชิ้นงาน สำหรับการประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 ชิ้นงาน โดยการ Live แต่ละครั้งต้องมีเข้าชมไม่ต่ำกว่า 1,000 คน/Live	781,100.00	บาท
3.10	จัดทำแผนและบริหารจัดการช่องทาง WECHAT	142,666.67	บาท

3.11	จัดทำแคมเปญประกวดภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ครอบคลุม เนื้อหาการจัดประชุมเมืองไทยและเมืองโมะซัตต์ทั้ง 10 เมือง โดย กระตุ้นให้มียอดการรับรู้ถึง 200,000 การรับรู้ตลอดโครงการ	151,226.67	บาท
3.12	จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของทีเส็บในทุกช่องทาง 1 คน	99,866.67	บาท
4.	แหล่งที่มีของราคากลาง		
4.1	Invergent Company Limited		
4.2	Tero Entertainment Company Limited		
4.3	Jenosize Digital Company Limited		
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ		