



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล ด้วยวิธี
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างกิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้โครงการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล ด้วยวิธีประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาค้างนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๔๑๕,๐๙๗.๐๐
บาท (สองล้านสี่แสนหนึ่งหมื่นห้าพันเก้าสิบเจ็ดบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

กิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคม ออนไลน์ ภายใต้โครงการบริหาร จัดการสื่อดิจิทัล	จำนวน	๓	งาน
--	-------	---	-----

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วย
งานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ
กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การ
บริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่น
ข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก
ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า

ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก
กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้
เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้
ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้า
ร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการ
ร่วมค้า

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วย
อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี
ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มี
การตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดง
ฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมี
ทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอ
เป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝาก
คงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง
และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าตั้ง
กล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะ
เข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อ
เสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้
ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตาม
รายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่
สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อ
เสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราช

บัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่
๕ มกราคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ น. ถึง ๑๖.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๓๘๗ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และนัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ในวันอังคารที่ ๙ มกราคม ๒๕๖๗ ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลัง

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล wannadee_p@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒ มกราคม ๒๕๖๗ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๒ มกราคม ๒๕๖๗

ประกาศ ณ วันที่ ๒๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๖



(นายสรายุโรจน์ สุทัศน์ชูโต)

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

ข้อกำหนดงาน (TERMS OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)

๑. ชื่อโครงการ บริหารจัดการสื่อดิจิทัล

๒. ชื่อกิจกรรม บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๔๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านสี่แสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการเชิงรุกทุกด้านอย่างต่อเนื่องมีการขับเคลื่อนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยขับเคลื่อนผ่านการตลาดดิจิทัล สร้างระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (Digital Ecosystem for MICE Industry) ที่สมบูรณ์ สมดุล และยั่งยืน มุ่งหน้าสู่ยุคที่เน้นคุณค่า (High Value Added Destination) และความยั่งยืน (Sustainable MICE) ด้วยการส่งเสริมการตลาดไมซ์ที่พันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์จะช่วยกันผลักดันให้เกิด Synergy เสริมกำลังซึ่งกันและกัน เกิดเป็น Super Power ที่จะผลักดันให้ไมซ์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาด การไมซ์เชิงรุกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจและชุมชน สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายกว้างได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และสสปน. สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว

การขับเคลื่อนด้านการตลาดดิจิทัล ยังสอดคล้องกับ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ด้วยยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล การพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล และการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทย สสปน. ต้องเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล โดยต้องมีการยกระดับคุณภาพการให้บริการพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของ สสปน. อย่างเหมาะสม ผ่านการบริหารจัดการเว็บไซต์ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ สสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย

๕. วัตถุประสงค์

- ๕.๑ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในเวทีโลก
- ๕.๒ เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง และคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว

- ๕.๓ เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ๕.๔ เพื่อให้การบริการข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในอุตสาหกรรมไมซ์
- ๕.๕ เพื่อกำหนดทิศทางการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ให้แก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ได้เหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ๕.๖ เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ สสปน.

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง และ/หรือสร้างช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อื่นๆ นอกเหนือจากช่องทางปัจจุบัน กรณีที่มีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินงานที่ผู้ว่าจ้าง เล็งเห็นว่าช่องทางดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการองค์กร โดยครอบคลุมการดำเนินงานดังนี้

๖.๑ บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ทุกช่องทางของ สสปน. ดังนี้

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ภาษาอังกฤษ	ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทย	ช่องทางภาษาจีน
Facebook: BusinessEventsThailand	Facebook: miceinthailand	Wechat: BusinessEventsTH
X (Twitter): ThailandCVB	Facebook Group: mice society	
LinkedIn: businesseventsthailand	TikTok : MICE in Thailand	
Instagram: businesseventsth	Instagram: mice_thailand	
Youtube: businesseventsthailand		

๖.๒ จัดทำแผนวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ/คู่แข่ง ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ อย่างน้อย ๕ ราย เพื่อเปรียบเทียบและนำมาให้คำแนะนำรวมถึง พัฒนาการดำเนินงานให้กับผู้ว่าจ้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๖.๓ จัดทำแผนการดำเนินงานพร้อมกลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อกำหนดรูปแบบการ สื่อสารทั้งเนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ที่จะใช้ในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนเหมาะสม เพื่อให้เกิด การมีปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (Engagement Rates) การส่งต่อ (Share) มากขึ้น รวมถึง จัดทำแผนเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้างทั้งหมด โดย ให้จำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ จากเดิมก่อนเริ่มทำงานกับผู้ว่าจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕

๖.๔ จัดทำเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา (Artwork) จำนวนไม่ น้อยกว่า ๘๐ ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดย ต้องนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

- ๖.๕ จัดทำเนื้อหาภาษาจีนพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา (Artwork) จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยต้องนำส่งให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ
- ๖.๖ จัดทำเนื้อหาภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ/ภาษาจีน พร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า ๗๖ ชิ้นงาน สำหรับวันสำคัญของประเทศไทย ข่าวสารที่เป็นกระแสในช่วงนั้นๆ หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยต้องนำส่งให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ
- ๖.๗ จัดหารูปภาพ ภาพถ่ายประกอบเนื้อหาที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๒๐ ภาพ ตลอดการดำเนินโครงการ จากเว็บไซต์หรือผู้ให้บริการคลังภาพที่รวบรวมภาพที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์ อาทิ Shutterstock เป็นต้น
- ๖.๘ จัดกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม ให้กับสมาชิกในชุมชนออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง พร้อมจัดหาของรางวัลรวมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นต่อกิจกรรม
- ๖.๙ จัดทำการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ให้กับการจัดงานของผู้ว่าจ้าง ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยความละเอียดของการถ่ายทอดสดต้องไม่ต่ำกว่า Full HD 1080p: 1920x1080 px มีทีมงานมืออาชีพควบคุมอุปกรณ์กล้องและอุปกรณ์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสด และครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด อาทิ ค่าเดินทางไปทำการถ่ายทอดสดของทีมงาน (กรุงเทพฯ และปริมณฑล) ค่าเชื่อมต่อสัญญาณ ค่าอุปกรณ์ในการดำเนินการถ่ายทอดสด และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการถ่ายทอดสดทั้งหมด
- ๖.๑๐ เพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (Boost Post) ในแต่ละโพสต์ โดยให้มีจำนวนโพสต์ที่มียอดไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ Engagement จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โพสต์ ตลอดการดำเนินโครงการในทุกช่องทาง หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด
- ๖.๑๑ จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง อย่างน้อย ๒ คน ในฐานะแอดมินผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทางทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ตามข้อ ๖.๑ โดยผู้ดูแลต้องมีประสบการณ์ด้านการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี ทำหน้าที่บริหารจัดการเนื้อหาและกิจกรรมให้ตรงตามแผนงาน เผยแพร่เนื้อหาในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการตอบคำถาม ตอบคอมเมนต์ โดยกำหนดให้มีการตอบกลับภายใน ๒ ชั่วโมง โดยผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ต้องสามารถติดต่อและประสานงานได้ตลอดเวลาการดำเนินงาน
- ๖.๑๒ จัดทำแบบประเมินออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้างในช่องทางต่างๆจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ราย เพื่อประเมินความสนใจและความพึงพอใจในเนื้อหา กิจกรรม รวมถึงการได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆจากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง และสรุปผลประเมินพร้อมวิเคราะห์ผลเพื่อนำเสนอคำแนะนำต่อผู้ว่าจ้าง สำหรับการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

- ๖.๑๓ เพิ่มปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๗ ตามระยะเวลาของโครงการ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Views)
- ๖.๑๔ จัดประชุมกับทีมงานผู้ว่าจ้างเป็นรายเดือน หรือตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นสมควร เพื่อรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงวิเคราะห์การดำเนินงานและกิจกรรมของคู่แข่ง และเทรนด์ในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยนำเสนอเป็นรายงานประจำเดือนในรูปแบบ Soft File
- ๖.๑๕ ผลงานทุกชิ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ผู้ว่าจ้าง และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไปให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลกับผู้ว่าจ้างได้ ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ
- ๖.๑๖ ผู้รับจ้างจะไม่สามารถนำข้อมูลหรือชิ้นงานที่ได้จากการดำเนินโครงการนี้ไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใดนอกเหนือจากโครงการนี้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สสพ. เป็นลายลักษณ์อักษร
- ๖.๑๗ นำเสนอทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน หากในระหว่างการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลง บริษัทผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างรับทราบก่อนล่วงหน้า ๓๐ วัน โดยทีมงานที่นำมาเปลี่ยนแทนต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิม และสามารถดำเนินการต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ว่าจ้างมีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงานหากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน
- ๖.๑๘ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล
- ๖.๑๘.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- ๖.๑๘.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

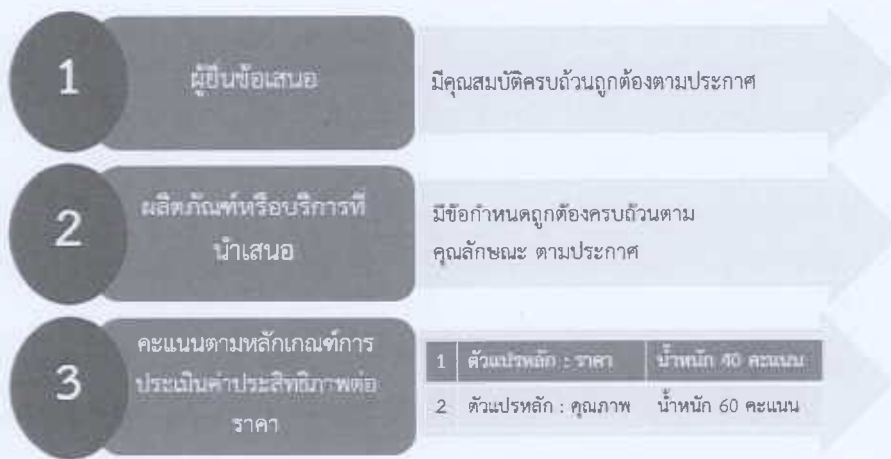
มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน																												
ตัวแปรรองที่ ๑	<p data-bbox="347 226 1193 264">การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้ (๔๐ คะแนน)</p> <p data-bbox="347 327 1321 409">๑.๑) การศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์ และศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (๑๐)</p> <table border="1" data-bbox="347 409 1334 999"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="355 510 1222 600">ไม่มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ</td> <td data-bbox="1222 510 1326 600">๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 611 1222 701">มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๓ ราย</td> <td data-bbox="1222 611 1326 701">๑-๓</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 712 1222 801">มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๕ ราย</td> <td data-bbox="1222 712 1326 801">๔-๕</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 813 1222 902">มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๗ ราย</td> <td data-bbox="1222 813 1326 902">๖-๗</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 913 1222 992">มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๑๐ ราย</td> <td data-bbox="1222 913 1326 992">๘-๑๐</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="347 1055 1305 1137">๑.๒) นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง (๑๐)</p> <table border="1" data-bbox="347 1137 1334 1529"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="355 1238 1222 1328">ไม่มีการนำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง</td> <td data-bbox="1222 1238 1326 1328">๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 1339 1222 1429">นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง ๑ แผน</td> <td data-bbox="1222 1339 1326 1429">๑-๕</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 1440 1222 1518">นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง ๒ แผนขึ้นไป</td> <td data-bbox="1222 1440 1326 1518">๖-๑๐</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="347 1585 1289 1765">๑.๓) กลยุทธ์การใช้เนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ และกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ กำหนดแบบจำลองกลุ่มเป้าหมายสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Persona) พร้อมแนวทางจัดทำเนื้อหาและเทคนิคที่ทันสมัย (๒๐)</p> <table border="1" data-bbox="347 1765 1334 2022"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="355 1865 1222 1910">ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓</td> <td data-bbox="1222 1865 1326 1910">๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 1921 1222 1966">มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓ จำนวน ๑-๒ ปัจจัย</td> <td data-bbox="1222 1921 1326 1966">๑-๑๐</td> </tr> <tr> <td data-bbox="355 1977 1222 2022">มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓ จำนวน ๓ ปัจจัยขึ้นไป</td> <td data-bbox="1222 1977 1326 2022">๑๑-๒๐</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ	๐	มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๓ ราย	๑-๓	มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๕ ราย	๔-๕	มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๗ ราย	๖-๗	มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๑๐ ราย	๘-๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง	๐	นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง ๑ แผน	๑-๕	นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง ๒ แผนขึ้นไป	๖-๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓	๐	มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓ จำนวน ๑-๒ ปัจจัย	๑-๑๐	มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓ จำนวน ๓ ปัจจัยขึ้นไป	๑๑-๒๐	๔๐
ความหมาย	ระดับคะแนน																													
ไม่มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ	๐																													
มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๓ ราย	๑-๓																													
มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๕ ราย	๔-๕																													
มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๗ ราย	๖-๗																													
มีการศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์และศึกษาเว็บไซต์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ ไม่ต่ำกว่า ๑๐ ราย	๘-๑๐																													
ความหมาย	ระดับคะแนน																													
ไม่มีการนำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง	๐																													
นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง ๑ แผน	๑-๕																													
นำเสนอแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง ๒ แผนขึ้นไป	๖-๑๐																													
ความหมาย	ระดับคะแนน																													
ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓	๐																													
มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓ จำนวน ๑-๒ ปัจจัย	๑-๑๐																													
มีการนำเสนอกลยุทธ์ ตามข้อ ๑.๓ จำนวน ๓ ปัจจัยขึ้นไป	๑๑-๒๐																													

<p>ตัวแปรครั้งที่ ๒</p>	<p>ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ (คะแนน ๔๐ คะแนน)</p> <p>๒.๑) นำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิคที่น่าสนใจเพื่อเพิ่มยอดผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ และการเพิ่มปฏิสัมพันธ์ (engagement) กับกลุ่มเป้าหมาย โดยศึกษาจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันของ สสปน. (๒๐)</p> <table border="1" data-bbox="327 398 1308 743"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑ จำนวน ๑-๓ รูปแบบ</td> <td>๑-๑๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑ จำนวน ๓ รูปแบบขึ้นไป</td> <td>๑๑-๒๐</td> </tr> </tbody> </table> <p>๒.๒) เทคนิคในการออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ (๑๐)</p> <table border="1" data-bbox="327 884 1308 1229"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒ จำนวน ๑-๒ เทคนิค</td> <td>๑-๕</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒ จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป</td> <td>๖-๑๐</td> </tr> </tbody> </table> <p>๒.๓) สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์แต่ละช่องทาง (๑๐)</p> <table border="1" data-bbox="327 1370 1308 1572"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีการนำเสนอวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย</td> <td>๑-๑๐</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑	๐	มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑ จำนวน ๑-๓ รูปแบบ	๑-๑๐	มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑ จำนวน ๓ รูปแบบขึ้นไป	๑๑-๒๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒	๐	มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒ จำนวน ๑-๒ เทคนิค	๑-๕	มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒ จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป	๖-๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย	๐	มีการนำเสนอวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย	๑-๑๐	<p>๔๐</p>
ความหมาย	ระดับคะแนน																							
ไม่มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑	๐																							
มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑ จำนวน ๑-๓ รูปแบบ	๑-๑๐																							
มีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เทคนิค ตามข้อ ๒.๑ จำนวน ๓ รูปแบบขึ้นไป	๑๑-๒๐																							
ความหมาย	ระดับคะแนน																							
ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒	๐																							
มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒ จำนวน ๑-๒ เทคนิค	๑-๕																							
มีการนำเสนอเทคนิคในการออกแบบเนื้อหา ตามข้อ ๒.๒ จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป	๖-๑๐																							
ความหมาย	ระดับคะแนน																							
ไม่มีการนำเสนอวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย	๐																							
มีการนำเสนอวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย	๑-๑๐																							

<p>ตัวแปรครั้งที่ ๓</p>	<p>ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ความพร้อมและประสบการณ์ (๒๐)</p> <p>๓.๑) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ (๕ คะแนน)</p> <table border="1" data-bbox="343 246 1340 795"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับ คะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด</td> <td>๑</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย</td> <td>๒</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง</td> <td>๓</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก</td> <td>๔</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด</td> <td>๕</td> </tr> </tbody> </table> <p>๓.๒) ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (๕ คะแนน)</p> <table border="1" data-bbox="343 884 1340 1523"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับ คะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ</td> <td>๑</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ</td> <td>๒</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ</td> <td>๓</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ</td> <td>๔</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ</td> <td>๕</td> </tr> </tbody> </table> <p>๓.๓) มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (๕ คะแนน)</p> <table border="1" data-bbox="343 1657 1340 2150"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับ คะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๑ โครงการ</td> <td>๑</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๒ โครงการ</td> <td>๒</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๓ โครงการ</td> <td>๓</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ	๐	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	๑	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	๒	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	๓	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	๔	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	๕	ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	๐	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ	๑	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ	๒	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ	๓	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ	๔	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ	๕	ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ	๐	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๑ โครงการ	๑	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๒ โครงการ	๒	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๓ โครงการ	๓
	ความหมาย	ระดับ คะแนน																																					
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ	๐																																					
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	๑																																					
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	๒																																					
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	๓																																					
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	๔																																					
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	๕																																					
	ความหมาย	ระดับ คะแนน																																					
	ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	๐																																					
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ	๑																																					
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ	๒																																					
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ	๓																																					
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ	๔																																					
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ	๕																																					
	ความหมาย	ระดับ คะแนน																																					
	ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ	๐																																					
	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๑ โครงการ	๑																																					
	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๒ โครงการ	๒																																					
	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๓ โครงการ	๓																																					

มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๔ โครงการ	๔							
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ๕ โครงการ	๕							
<p>๓.๔) ทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับโครงการนี้ (๕ คะแนน)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม (กรณีมีแค่ Project Owner)</td> <td>๐</td> </tr> <tr> <td>มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม</td> <td>๑-๕</td> </tr> </tbody> </table>			ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม (กรณีมีแค่ Project Owner)	๐	มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	๑-๕
ความหมาย	ระดับคะแนน							
ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม (กรณีมีแค่ Project Owner)	๐							
มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	๑-๕							
รวม		๑๐๐						

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

- ๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
- ๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
- ๘.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))
- ๘.๔ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญา-๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๗

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงาน (Inception Report) การบริหารจัดการช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. แผนวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ/คู่แข่ง พร้อมกลยุทธ์การสื่อสาร ตามขอบเขตงานข้อ ๖.๑-๖.๓	ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	<p>โดยส่งมอบรายงาน ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงาน บรรจุลง External Hard Disk (HDD)</p>	
๒	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า (Progress Report) โดยส่งมอบรายงาน ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานแผนวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ/คู่แข่ง (ข้อ ๖.๒) - แผนการดำเนินงานพร้อมกลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ (ข้อ ๖.๓) - รายงานสรุปสถิติการใช้งานในแต่ละช่องทางออนไลน์ (๖.๑๓) - รายงานสรุปจำนวนผู้ติดตาม (New Follower) จากในแต่ละช่องทาง Social Media ของสสพ.ตลอดโครงการ - รายงานความคืบหน้าของการจัดทำเนื้อหาพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา (Artwork) (ข้อ ๖.๔-๖.๖) - รายงานความคืบหน้าจัดทำรูปภาพ ภาพถ่ายประกอบเนื้อหาที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อออนไลน์ (ข้อ ๖.๗) - รายงานความคืบหน้าของกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (ข้อ ๖.๘) - รายงานสรุปการจัดทำ Live Streaming (ข้อ ๖.๙) - รายงานความคืบหน้า Boost Post ในแต่ละโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement (ข้อ ๖.๑๐) - รายงานความคืบหน้า ปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ข้อ ๖.๑๓) - รายงานรายเดือนและสรุปรายงานการประชุมรายเดือนกับผู้ว่าจ้าง (ข้อ ๖.๑๔) - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ 	<p>ภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา</p>
๓	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ (Final Report) ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เป็นภาษาไทย ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานสรุปการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ตลอดโครงการ (ข้อ ๖.๑) - รายงานแผนวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ/คู่แข่ง (ข้อ ๖.๒) - รายงานสรุปสถิติการใช้งานในแต่ละช่องทางออนไลน์ (๖.๑๓) - รายงานสรุปจำนวนผู้ติดตาม (New Follower) จากในแต่ละช่องทาง Social Media ของสสพ.ตลอดโครงการ 	<p>ภายในวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๗</p>

ครั้งที่	รายละเอียดของงานส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	<ul style="list-style-type: none"> - รายงานสรุปการจัดทำเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา (Artwork) จำนวนไม่น้อยกว่า ๙๐ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๔) - รายงานสรุปการจัดทำเนื้อหาภาษาจีนพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา (Artwork) จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๕) - รายงานสรุปการจัดทำเนื้อหาภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ/ภาษาจีน พร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า ๗๖ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๖) - รายงานสรุปการจัดหารูปภาพ ภาพถ่ายประกอบเนื้อหาที่มีความละเอียดสูง และถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อออนไลน์ พร้อมไฟล์รูปภาพที่มีความละเอียดสูง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๒๐ ภาพ (ข้อ ๖.๗) - รายงานสรุปกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง (ข้อ ๖.๘) - รายงานสรุปการจัดทำ Live Streaming จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง (ข้อ ๖.๙) - รายงานสรุป Boost Post ในแต่ละโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โพสต์ (ข้อ ๖.๑๐) - รายงานผลการทำแบบประเมินออนไลน์และวิเคราะห์ผลเพื่อเสนอคำแนะนำต่อผู้ว่าจ้าง (ข้อ ๖.๑๒) - รายงานสรุปปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จากทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องมียอดไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Views) ภายใน ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗ (ข้อ ๖.๑๓) - รายงานรายเดือน และ สรุปรายงานการประชุมรายเดือนกับผู้ว่าจ้าง (ข้อ ๖.๑๖) - รายงานสรุปปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการปรับปรุงพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ - ส่งมอบผลงานทั้งหมดรวมถึง ข้อมูลการ Login รวมไปถึง Source Code ต่างๆ 	

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวด โดยจะเบิกจ่ายให้หลังจากที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๑๐ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อากรแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสดมปี ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้าง/สสพ. เสร็จสิ้น

๑๕. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อเสนอสิทธิ

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.

๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ :

๑) นางสาวจุฑาทิพย์ สุพรรณครุฑ

ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

Email: jutathip_s@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๑๗

๒) นางสาววรรณดี ปานมงคล

ตำแหน่ง ผู้ปฏิบัติการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

Email: wannadee_p@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๓๘๗

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	กิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้โครงการพัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัล		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานการตลาดดิจิทัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		2,400,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	8 ธันวาคม 2566	เป็นเงิน	2,415,097.00 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ทุกช่องทางของ สสปน.	342,400.00	บาท
3.2	จัดทำแผนวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ อย่างน้อย 5 ราย เพื่อเปรียบเทียบและนำมาให้คำแนะนำรวมถึงพัฒนาการทำงานให้กับผู้ว่าจ้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ		
3.3	จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อสารทั้งเนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ที่จะใช้ในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนเหมาะสม เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (Engagement Rates) การส่งต่อ (Share) มากขึ้น รวมถึง จัดทำแผนเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้างทั้งหมด โดยให้จำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ จากเดิมก่อนเริ่มทำงานกับผู้ว่าจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ 5		
3.4	จัดทำเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า 90 ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยต้องนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ	1,157,026.67	บาท

3.5	จัดทำเนื้อหาภาษาจีนพร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยต้องนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ		
3.6	จัดทำเนื้อหา ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ/ภาษาจีน พร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา จำนวนไม่น้อยกว่า 76 ชิ้นงาน อาทิ วันสำคัญของประเทศไทย ข่าวสารที่เป็นกระแสในช่วงนั้นๆ หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยต้องนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ		
3.7	จัดหารูปภาพ ภาพถ่ายประกอบเนื้อหาที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 220 ภาพ ตลอดการดำเนินโครงการ จากเว็บไซต์หรือผู้ให้บริการคลังภาพที่รวบรวมภาพที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์ อาทิ Shutterstock เป็นต้น		
3.8	จัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม ให้กับสมาชิกในชุมชนออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง พร้อมจัดทำของรางวัลรวมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นต่อกิจกรรม	115,916.67	บาท
3.9	จัดทำการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ให้กับการจัดงานของผู้ว่าจ้าง ความยาวไม่ต่ำกว่า 30 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยความละเอียดของการถ่ายทอดสดต้องไม่ต่ำกว่า Full HD 1080 op: 1920x1080 px มีทีมงานมืออาชีพควบคุมอุปกรณ์กล้องและอุปกรณ์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสด และครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด อาทิ ค่าเดินทางไปทำการถ่ายทอดสดของทีมงาน (กรุงเทพฯ และปริมณฑล) ค่าเชื่อมต่อสัญญาณ ค่าอุปกรณ์ในการดำเนินการถ่ายทอดสด และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการถ่ายทอดสดทั้งหมด	156,933.33	บาท
3.10	เพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (Boost Post) ในแต่ละโพสต์ โดยให้มีจำนวนโพสต์ ที่มียอดไม่น้อยกว่า 1,000 Engagement จำนวนไม่น้อยกว่า 100 โพสต์ ตลอดการดำเนินโครงการในทุกช่องทาง หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด	568,526.67	บาท
3.11	จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง อย่างน้อย 2 คน ในฐานะแอดมิน ผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทางทั้งภาษาไทย		

<p>ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ตามข้อ 6.1 โดยผู้ดูแลต้องมีประสบการณ์ด้านการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ทำหน้าที่บริหารจัดการเนื้อหาและกิจกรรมให้ตรงตามแผนงาน เผยแพร่เนื้อหาในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการตอบคำถาม ตอบคอมเมนต์ โดยกำหนดให้มีการตอบกลับภายใน 2 ชั่วโมง โดยผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ต้องสามารถติดต่อและประสานงานได้ตลอดเวลาการดำเนินงาน</p>	
<p>3.12 จัดทำแบบประเมินออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้างในช่องทางต่างๆจำนวนไม่น้อยกว่า 150 ราย เพื่อประเมินความสนใจและความพึงพอใจในเนื้อหา กิจกรรม รวมถึงการได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆจากสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง และสรุปผลประเมินพร้อมวิเคราะห์ผลเพื่อนำเสนอคำแนะนำต่อผู้ว่าจ้าง สำหรับการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>	
<p>3.13 เพิ่มปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ระหว่างเดือนมกราคม – กันยายน 2567 รวมแล้วไม่น้อยกว่า 1,000,000 การรับรู้ (Views)</p>	
<p>3.14 Management fee</p>	<p>74,293.67 บาท</p>
<p>4. แหล่งที่มาของราคากลาง</p>	
<p>4.1 บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด</p>	
<p>4.2 บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)</p>	
<p>4.3 อีลีทพับลิชชิง (ประเทศไทย) จำกัด</p>	
<p>5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง</p>	
<p>นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ</p>	