



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๑๑๖,๗๕๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านหนึ่งแสนหนึ่งหมื่นหกพันเจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

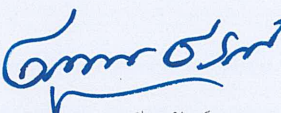
ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ ๑๐๗/๒๕๖๘ ลงวันที่ ๒๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.bussinesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th ทั้งนี้ หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ chayanan_c@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด ภายในวันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๙ ในเวลาราชการ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.bussinesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๙

๔. การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒๖ ในวันอังคารที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๖๙ หรือ ในวันพุธที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๙ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ประกาศ ณ วันที่ ๒๙ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๘


(นางศุภวรรณ ตีระรัตน์)

ผู้อำนวยการ สสปน.

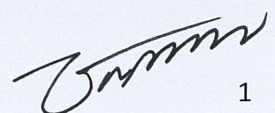
ข้อกำหนดงาน (TERM OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา
(วงเงินเกิน 500,000 บาท ขึ้นไป)

1. **ชื่อโครงการ/กิจกรรม :** การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย ภายใต้โครงการ/กิจกรรมสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล
2. **งบประมาณ :** วงเงิน 1,100,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว
3. **หลักการและเหตุผล :**

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการเชิงรุกทุกด้านอย่างต่อเนื่องมีการขับเคลื่อนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยขับเคลื่อนผ่านการตลาดดิจิทัล สร้างระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (Digital Ecosystem for MICE Industry) มุ่งหน้าสู่ยุคที่เน้นคุณค่า (High Value Added Destination) และความยั่งยืน (Sustainable MICE) ด้วยการส่งเสริมการตลาดไมซ์ที่พันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์จะช่วยกันผลักดันให้เกิด Synergy เสริมกำลังซึ่งกันและกัน เกิดเป็น Super Power ที่จะผลักดันให้ไมซ์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาดเชิงรุกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจและชุมชน สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายกว้างได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการติดตาม วิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลเชิงลึก (Data Analytics) เพื่อค้นหา Pain Point และ Insight ของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและทันท่วงที (Real Time) ซึ่งข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาแคมเปญการตลาดดิจิทัลที่ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ การดำเนินโครงการนี้จะช่วยให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Social Listening Tools และเครื่องมือการวิเคราะห์แนวโน้มออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของ สสปน. ต่อยอดสู่การเป็น High Value Added Destination พร้อมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไมซ์ไทย ด้วยการใช้เทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลที่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวยังส่งเสริมให้สสปน. เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการสื่อสารในทุกแพลตฟอร์ม เพื่อขยายการรับรู้และ



การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมสร้างฐานข้อมูลดิจิทัลที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนบนเวทีโลก

4. วัตถุประสงค์ :

4.1 เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของ สสบน. ต่อยอดสู่การเป็น High Value Added Destination กับกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4.2 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยยกระดับและพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล พร้อมจัดเตรียมเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลเพื่อเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

4.3 เพื่อเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งภายในและภายนอก สสบน. ผ่านการสื่อสารในทุกแพลตฟอร์มไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน :

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานดังต่อไปนี้

5.1 จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) พร้อมระบุระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาของโครงการ

5.2 ใช้เครื่องมือ Social Listening วัดประสิทธิภาพการสื่อสารจากบัญชี Social Media ทางการ ทั้งเพจหลักและเพจย่อยของแต่ละ Business Unit ของสสบน. จำนวน 13 เพจ เพื่อเจาะลึกประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยแยกรายแพลตฟอร์ม พร้อมสรุปภาพรวมการสื่อสารของหน่วยงานหลักและหน่วยงานย่อยทั้งหมดเป็นรูปแบบรายงาน

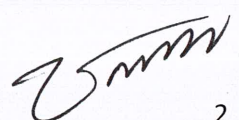
5.3 ใช้เครื่องมือ Social Listening วัดประสิทธิภาพการสื่อสารและทัศนคติของกลุ่มผู้ใช้งาน Social Media ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์ ที่จัด/สนับสนุนภายใต้การดูแลของสสบน. เช่น งานอีเวนต์ แคมเปญ ต่างๆ จำนวน 10 งาน พร้อมสรุปภาพรวมการสื่อสารทั้งหมดเป็นรูปแบบรายงาน

5.4 สร้างและบริหารแคมเปญเพื่อติดตามคำสำคัญ (Keywords) แบบไม่จำกัด โดยระบุคำทั้ง Main keywords, Sub keywords, Exclude keywords และสามารถระบุบัญชีผู้มีอิทธิพล (Top Users) ในแต่ละแคมเปญ

5.5 ตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อความ รูปภาพ และโลโก้ พร้อมระบุความรู้สึก Sentiment ของข้อความ Positive, Neutral, Negative

5.6 รวบรวมผลและแสดงผลข้อมูล Dashboard พร้อมกราฟ และข้อมูลแยกตามแพลตฟอร์ม พร้อมรายงานแบบ Full Report หรือ Executive Summary โดยต้องสามารถแสดงผลเชิงค่าสถิติ (Statistic) และเชิงค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) แบ่งแยกแต่ละช่องทางบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้

5.7 รวบรวมผลและแสดงผลข้อมูลเชิงสรุปเป็นหัวข้อต่างๆ เช่น Channels, Keywords, Engagement, Sentiment, Hashtags พร้อมทั้งสามารถแสดงผลข้อมูลในรูปแบบกลุ่มคำ (Word Clouds) และแฮชแท็ก (Hashtag Clouds) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและ Insight ของข้อความได้อย่างละเอียด



5.8 ใช้เทคโนโลยีที่ตรวจจับคำพร้อมจัดหมวดหมู่คำหรือวลีที่มีความหมายในข้อความเฉพาะได้ เช่น สถานที่ หน่วยงาน องค์กร บุคคล เป็นต้น

5.9 จัดอบรมการใช้งาน ครอบคลุมการสร้างและจัดการแคมเปญ, การตั้งค่าคำสำคัญและเงื่อนไขการค้นหา, การอ่านและวิเคราะห์ข้อมูลจากแดชบอร์ด, การใช้งานเครื่องมือ AI, การส่งออกข้อมูลและรายงาน, และการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นระบบ ให้แก่เจ้าหน้าที่ของ สสพ. จำนวน 1 ครั้ง

5.10 รายงานการดำเนินงาน

5.10.1 รายงานการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารจากบัญชี Social Media ทางกร ทั้งเพจหลักและเพจย่อยของแต่ละ Business Unit ของ สสพ. จำนวน 13 เพจ เพื่อเจาะลึกประสิทธิภาพการสื่อสาร (ตามข้อ 5.2) พร้อมรายละเอียดตามข้อ 5.4-5.8 จำนวน 1 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive

5.10.2 รายงานวัดประสิทธิภาพการสื่อสารและทัศนคติของกลุ่มผู้ใช้งาน Social Media ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์ ที่จัด/สนับสนุนภายใต้การดูแลของ สสพ. เช่น งานอีเวนต์ แคมเปญ ต่างๆ จำนวน 10 งาน (ตามข้อ 5.3) พร้อมรายละเอียดตามข้อ 5.4-5.8 จำนวน 10 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive

5.10.3 รายงานการจัดอบรมการใช้งานระบบ Social Listening (ตามข้อ 5.9) ให้แก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน จำนวน 1 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive

5.11 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลให้เพิ่มขอบเขตงานดังนี้

5.11.1 ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

5.11.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

6. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

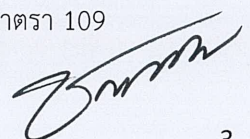
(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา

106 วรรคสาม

(5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109

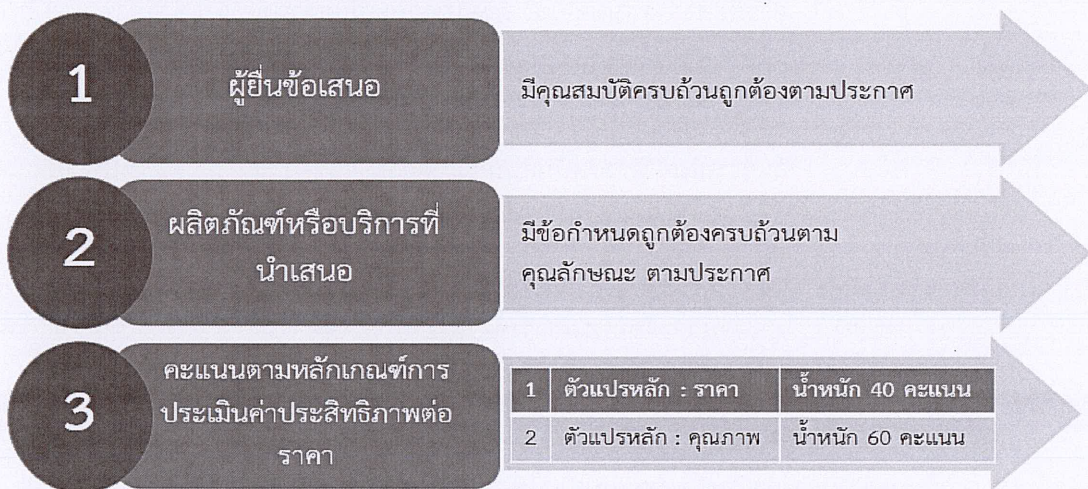


(6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

(7) เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

7. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



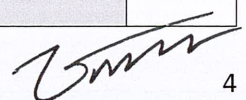
หลักเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพต่อราคา พิจารณาจากตัวแปรหลัก 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหลักด้านราคา น้ำหนักร้อยละ 40 และตัวแปรหลักด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ 60 โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

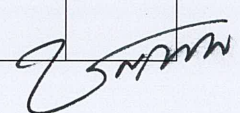
ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนนให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปร รอง	การพิจารณา	เกณฑ์การ ให้คะแนน	น้ำหนัก คะแนน
ตัวแปรรอง ที่ 1	1.1 การบริหารจัดการโครงการ (10 คะแนน) พิจารณาจากแผนการดำเนินงานชัดเจน ครบถ้วน ตามระยะเวลาที่กำหนด		20



	ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน	0	
	นำเสนอแผนการดำเนินงานพร้อมระบุ Timeline แต่ยังไม่ชัดเจน	5	
	นำเสนอแผนการดำเนินงานพร้อมระบุ Timeline ที่ชัดเจน มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ	10	
	1.2 ทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ (10 คะแนน) พิจารณาจากความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการวางแผนกลยุทธ์ การคิดแคมเปญต่างๆ มีประสบการณ์การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์โครงการ		
	ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติ (กรณีมีแค่ Project Owner)	0	
	มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติครบถ้วน	10	
ตัวแปรรอง ที่ 2	การนำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแคมเปญได้ตรงตามเป้าหมายโครงการฯ (40 คะแนน)		
	ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแคมเปญ	0	40
	นำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแคมเปญ แต่ยังไม่ตรงตามเป้าหมายโครงการฯ	10	
	นำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแคมเปญได้ตรงตามเป้าหมายโครงการฯ แต่ยังไม่ตอบโจทย์ในด้าน Output Outcome Impact ของโครงการที่ชัดเจน	20	
	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแคมเปญ ตอบโจทย์ในด้าน Output Outcome Impact ของโครงการแต่ยังไม่ชัดเจน	30	
	มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์การสร้างแคมเปญ ตอบโจทย์ในด้าน Output Outcome Impact ของโครงการที่ชัดเจน	40	
ตัวแปรรอง ที่ 3	การนำเสนอเครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยมใช้ในการสร้างการรับรู้เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์โครงการ (30 คะแนน)		
	ไม่มีการนำเสนอเครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ไทย	0	30
	นำเสนอเครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ แต่ยังไม่ตอบโจทย์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยโดยตรง และ/หรือกลุ่มเป้าหมายที่เลือกยังไม่เหมาะสมกับโครงการ	10	
	นำเสนอเครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ และตอบโจทย์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยโดยตรง แต่กลุ่มเป้าหมายที่เลือกยังไม่เหมาะสมกับโครงการ	20	
	นำเสนอเครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ และตอบโจทย์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยโดยตรง และกลุ่มเป้าหมายที่เลือกมีความเหมาะสมกับโครงการ	30	



ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (10 คะแนน) พิจารณาจากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทย			10
ตัวแปรรอง ที่ 4	ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ	0	
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	2	
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	4	
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	6	
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	8	
	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	10	
รวม			100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

7.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

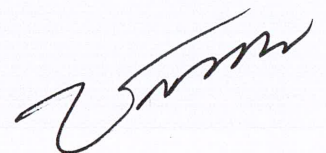
7.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

7.3 ผู้ว่าจ้าง พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))

7.4 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

8. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

210 วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา



9. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนดดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ รายงานแผนการดำเนินงาน (Inception Report) รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ บันทึกลง Cloud Drive ประกอบไปด้วยแผนปฏิบัติการ (Action Plan) พร้อมระบุระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาของโครงการ จำนวน 1 แผนงาน ในรูปแบบรายงานไฟล์ pdf จำนวน 1 ชุด (ข้อ 5.1)	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา
2	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ รายงานการดำเนินกิจกรรม ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive โดยมีรายละเอียด ดังนี้ รายงานการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารจากบัญชี Social Media ทางการตั้งเพจหลักและเพจย่อยของแต่ละ Business Unit ของ สสปน. จำนวน 13 เพจ และทัศนคติบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการพูดถึงสสปน. เพื่อเจาะลึกประสิทธิภาพการสื่อสาร (ตามข้อ 5.2) พร้อมรายละเอียดตามข้อ 5.4-5.8 จำนวน 1 ฉบับ	ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา
3	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ รายงานการดำเนินกิจกรรม ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive โดยมีรายละเอียด ดังนี้ รายงานการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารและทัศนคติของกลุ่มผู้ใช้งาน Social Media ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์ ที่จัด/สนับสนุนภายใต้การดูแลของสสปน. เช่น งานอีเวนต์ แคมเปญ ต่างๆ จำนวน 10 งาน (ตามข้อ 5.3) พร้อมรายละเอียดตามข้อ 5.4-5.8 จำนวน 10 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา
4	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบ รายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม(Final Report) ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive โดยมีรายละเอียด ดังนี้ รายงานการจัดอบรมการใช้งาน ให้แก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน ตามข้อ 5.9 จำนวน 1 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive	ภายใน 210 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

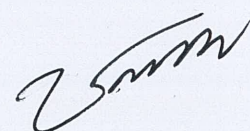
11. เงื่อนไขการชำระเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 4 งวดดังนี้

11.1 งวดที่ 1 ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่

1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและ

ได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น



- 11.2 **งวดที่ 2** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- 11.3 **งวดที่ 3** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- 11.4 **งวดที่ 4** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 4 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้ให้แก่ทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อาการแถมปี

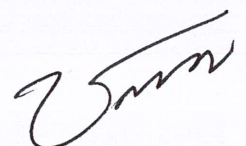
ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอาการแถมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอาการแถมปี 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ

ผู้ว่าจ้าง กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่างานที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

15. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้าง สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น



16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ผู้ว่าจ้างและ ผู้ว่าจ้าง มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

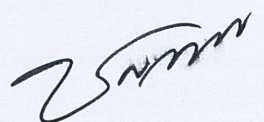
19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของผู้ว่าจ้าง ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น



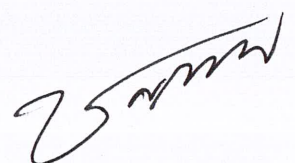
2. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก โดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ผู้ว่าจ้าง โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อน
4. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ ผู้ว่าจ้าง
5. ผู้ว่าจ้าง ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจาก หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวชญานันท์ ไชยสอาด

ตำแหน่ง ผู้จัดการ ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

Email: chayanan_c@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6000 ต่อ 6064



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทย ภายใต้โครงการ/กิจกรรมสร้างการรับรู้ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานการตลาดดิจิทัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		1,100,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	1 ธันวาคม 2568	เป็นเงิน	1,116,750.00 บาท
(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)			

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) พร้อมระบุระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline)	1,116,750.00	บาท
3.2	ใช้เครื่องมือ Social Listening วัดประสิทธิภาพการสื่อสารจากบัญชี Social Media ทางกร ทั้งเพจหลักและเพจย่อยของแต่ละ Business Unit ของสสพ. จำนวน 13 เพจ เพื่อเจาะลึกประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยแยกรายแพลตฟอร์ม		บาท
3.3	ใช้เครื่องมือ Social Listening วัดประสิทธิภาพการสื่อสารและทัศนคติของกลุ่มผู้ใช้งาน Social Media ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์ ที่จัด/สนับสนุนภายใต้การดูแลของสสพ. เช่น งานอีเวนต์ แคมเปญ ต่างๆ จำนวน 10 งาน พร้อมสรุปภาพรวมการสื่อสารทั้งหมดเป็นรูปแบบรายงาน		บาท

3.4	สร้างและบริหารแคมเปญเพื่อติดตามคำสำคัญ (Keywords) แบบไม่จำกัด โดยระบุค่าทั้ง Main keywords, Sub keywords, Exclude keywords และสามารถระบุบัญชีผู้มีอิทธิพล (Top Users) ในแต่ละแคมเปญ	บาท
3.5	ตรวจจับและวิเคราะห์ข้อความ รูปภาพ และโลโก้ พร้อมระบุความรู้สึก Sentiment ของข้อความ Positive, Neutral, Negative	บาท
3.6	รวบรวมผลและแสดงผลข้อมูล Dashboard พร้อมกราฟ และข้อมูลแยกตามแพลตฟอร์ม พร้อมรายงานแบบ Full Report หรือ Executive Summary โดยต้องสามารถแสดงผลเชิงค่าสถิติ (Statistic) และเชิงค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) แบ่งแยกแต่ละช่องทางบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้	บาท
3.7	รวบรวมผลและแสดงผลข้อมูลเชิงสรุปเป็นหัวข้อต่างๆ เช่น Channels, Keywords, Engagement, Sentiment, Hashtags พร้อมทั้งสามารถแสดงข้อมูลในรูปแบบกลุ่มคำ (Word Clouds) และแฮชแท็ก (Hashtag Clouds) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและ Insight ของข้อความได้อย่างละเอียด	บาท
3.8	ใช้เทคโนโลยีที่ตรวจจับคำพร้อมจัดหมวดหมู่คำหรือวลีที่มีความหมายในข้อความเฉพาะได้ เช่น สถานที่ หน่วยงาน องค์กร บุคคล เป็นต้น	บาท
3.9	จัดอบรมการใช้งาน ครอบคลุมการสร้างและจัดการแคมเปญ, การตั้งค่าคำสำคัญและเงื่อนไขการค้นหา, การอ่านและวิเคราะห์ข้อมูลจากแดชบอร์ด, การใช้งานเครื่องมือ AI, การส่งออกข้อมูลและรายงาน, และการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นระบบ ให้แก่เจ้าหน้าที่ของ สสปน. จำนวน 1 ครั้ง	บาท
3.10	รายงานการดำเนินงาน	บาท

3.10.1 รายงานการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารจากบัญชี social media ทางกร ทั้งเพจหลักและเพจย่อยของแต่ละ Business Unit ของ สสปน. จำนวน 13 เพจ เพื่อเจาะลึก ประสิทธิภาพการสื่อสาร จำนวน 1 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive

3.10.1 รายงานวัดประสิทธิภาพการสื่อสารและทัศนคติของกลุ่มผู้ใช้งาน social media ที่มีต่อกิจกรรมไมซ์ ที่จัด/สนับสนุนภายใต้การดูแลของ สสปน. เช่น งานอีเวนต์ แคมเปญ ต่างๆ จำนวน 10 งาน จำนวน 10 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive

3.10.1 รายงานการจัดอบรมการใช้งานระบบ Social Listening ให้แก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน จำนวน 1 ฉบับ ในรูปแบบ pdf บันทึกลง Cloud Drive

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

4.1 บริษัท เอรินดอร์ จำกัด

4.2 บริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด

4.3 บริษัท เทโร ดิจิทัล จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวชญานันท์ ไชยสอาด
