



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินการบริหารจัดการสื่อดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาค้างนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๗๗๖,๑๑๕.๐๐ บาท (สองล้านเจ็ดแสนเจ็ดหมื่นหกพันหนึ่งร้อยสิบห้าบาทถ้วน) จำนวน ๑ รายการ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอโดยแสดงหลักฐานถึงขีดความสามารถและความพร้อมที่มีอยู่ในวันยื่นข้อเสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติให้เป็นไปตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนด
๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑๓ มกราคม ๒๕๖๙ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น. ซึ่งสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา
๓. ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ ๑๐๘/๒๕๖๘ ลงวันที่ ๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๙ ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา ได้ที่เว็บไซต์ www.busesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th ทั้งนี้ หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ bovornpan_k@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด ภายในวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๖๙ ในเวลาราชการ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.busesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๖๙

๔. การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ - ๒ ชั้น ๒๖ ในวันพฤหัสบดีที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๙ หรือ วันศุกร์ที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๖๙ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ประกาศ ณ วันที่ ๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(นางศุภวรรณ ตีระรัตน์)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

๑. ชื่อโครงการ บริหารจัดการสื่อดิจิทัล

๒. ชื่อกิจกรรม บริหารจัดการสื่อดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๖๙๖,๐๐๐ บาท (สองล้านหกแสนเก้าหมื่นหกพันบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศ มีความจำเป็นต้องดำเนินงานเชิงรุกและต่อเนื่องเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย การสื่อสารและการตลาดดิจิทัลจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้ ขับเคลื่อน และสร้างภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านการตลาดดิจิทัลและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นการสร้างระบบนิเวศดิจิทัล (Digital Ecosystem) ที่สมบูรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ขยายการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และช่วยส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และพันธมิตรในอุตสาหกรรม ทั้งนี้ยังช่วยพัฒนานวัตกรรมและทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรภายในองค์กร ทำให้ สสปน. สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันได้อย่างรวดเร็ว และสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

๕. วัตถุประสงค์

- ๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทย รวมถึงสินค้าและบริการของ สสปน. ผ่านการสื่อสารภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยและประเทศไทย ให้เป็นจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์ระดับนานาชาติ
- ๕.๒ เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และยกระดับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในภาพรวม
- ๕.๓ เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภายในและภายนอก สสปน. เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน.ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ๕.๔ เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ให้การบริการข้อมูลด้านการตลาดที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ได้แบบ Real-time โดยขยาย

B. K.

ฐานการเชื่อมโยงข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลไมซ์ได้เต็มรูปแบบ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าให้อุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างยั่งยืน

๕.๕ เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ ของ สสพ. ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงกลุ่มเปราะบางที่ใช้บริการด้านข้อมูลของไมซ์และ สสพ.

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของสสพ. และ/หรือสร้างช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ นอกเหนือจากช่องทางปัจจุบัน กรณีที่มีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินงาน ที่ สสพ. เล็งเห็นว่าช่องทางดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการของ สสพ. โดยครอบคลุมการดำเนินงาน ดังนี้

๖.๑ บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ทุกช่องทางของ สสพ. ดังนี้

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ภาษาอังกฤษ	ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทย
X: ThailandCVB	Facebook: miceinthailand
LinkedIn: businesseventsthailand	Facebook: TCEB - Thailand Convention & Exhibition Bureau
Instagram: businesseventsth	Instagram: mice_thailand
Youtube: businesseventsthailand	TikTok: MICE in Thailand

- ๖.๒ จัดทำบทวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Competitor Review) อย่างน้อย ๕ ราย เพื่อเปรียบเทียบและนำมาให้คำแนะนำรวมถึงพัฒนาการทำงานให้กับ สสพ. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๖.๓ จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสาร (Strategic Communications Plan) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อสารทั้งเนื้อหา ภาพนิ่ง วิดีทัศน์สั้น ที่จะใช้ในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้งไทยและต่างชาติ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (Engagement) การส่งต่อ (Share) รวมถึงจัดทำแผนเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. ทั้งหมด โดยให้จำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ จากเดิมก่อนเริ่มทำงานกับ สสพ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ รวมทั้งจัดทำแผนการเพิ่มยอด Engagement แบบ Organic เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
- ๖.๔ จัดทำเนื้อหาภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ พร้อมออกแบบภาพประกอบเนื้อหา (AW creation + caption) จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๕ เซ็ต โดยต้องจัดหานักเขียนที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์และเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาอังกฤษแบบมืออาชีพและต้องผ่านการเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินงาน ซึ่งต้องจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์และเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร โดยทั้งหมดต้องจัดทำด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล และเนื้อหาที่ผลิตทั้งหมดต้องนำเสนอให้ สสพ. อนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ
- ๖.๕ จัดทำวิดีโอทัศน์สั้นภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ (Short Video Content) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ และเหมาะสม

Signature

ต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งเนื้อหาที่ผลิตทั้งหมดต้องนำเสนอให้ สสพ. อนุมัติก่อน ดำเนินการเผยแพร่ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยทางผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในทุกขั้นตอน การผลิต เช่น ออกแบบคอนเซ็ปของชิ้นงาน โดยสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยและอยู่ใน กระแสมาใช้ในการผลิต การถ่ายทำ และการตัดต่อ รวมถึงรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางของ ทีมงานทั้งหมดในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล

- ๖.๖ จัดทำกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าและบริการของ สสพ. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้กับสมาชิกชุมชนออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง พร้อมจัดหาของรางวัลใน การเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นต่อกิจกรรม
- ๖.๗ จัดทำการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) ผ่านช่องทางสื่อสังคม ออนไลน์ ให้กับการจัดงานของ สสพ. ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดย ความละเอียดของการถ่ายทอดสด ต้องไม่ต่ำกว่า Full HD ๑๐๘๐p: ๑๙๒๐x๑๐๘๐ px มีทีมงาน มีอาชีพควบคุมอุปกรณ์กล้องและอุปกรณ์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสด และครอบคลุม ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด อาทิ ค่าเดินทางของทีมงาน (กรุงเทพและปริมณฑล) ค่า เชื่อมต่อสัญญาณ ค่าอุปกรณ์ในการดำเนินการถ่ายทอดสด และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการ ดำเนินการถ่ายทอดสดทั้งหมด
- ๖.๘ จัดหาทีมงานในการบันทึกภาพงานหรือกิจกรรมนอกสถานที่ ตามที่ทาง สสพ. มอบหมาย (กรุงเทพและปริมณฑล) และเขียนสรุปเนื้อหาการจัดงาน หรือประเด็นสำคัญ (Key Takeaways) จากผู้ทรงคุณวุฒิในงาน และนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น Quote Infographic เพื่อนำเสนอในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ สสพ. ภายหลังการจัดงานทันที เป็น จำนวน ๕ ครั้ง
- ๖.๙ เพื่อยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (Boost Post) ในแต่ละโพสต์ โดยให้มีจำนวนโพสต์ ที่มียอดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ Engagement จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ โพสต์ ตลอดการดำเนินโครงการใน ทุกช่องทางหรือตามที่ สสพ. กำหนด
- ๖.๑๐ จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. อย่างน้อย ๒ คน ในฐานะแอดมินผู้รับผิดชอบหลักในการ บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทางทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ตามข้อ ๖.๑ รวมไปถึงการ บริหารจัดการตารางการลงเนื้อหาในช่องทางออนไลน์อื่นๆภายใต้ สสพ. ตามความเหมาะสมและ/ หรือ ตามที่ สสพ. กำหนด โดยผู้ดูแลต้องมีประสบการณ์ด้านการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๕ ปี เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการเนื้อหาและกิจกรรมให้ตรงตามแผนงาน พร้อมเผยแพร่เนื้อหาใน ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์
- ๖.๑๑ จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ (Admin) โดยต้องดำเนินการตอบคำถาม ตอบคอมเมนต์ โดย กำหนดให้มีการตอบกลับภายใน ๒ ชั่วโมง และต้องจัดทำข้อความตอบกลับอัตโนมัติผ่านช่อง ทางการติดต่อในสื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทางของ สสพ. โดยผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ต้องสามารถ ติดต่อและประสานงานได้ตลอดเวลาการดำเนินงาน
- ๖.๑๒ จัดทำแบบประเมินออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคม ออนไลน์ของ สสพ. ในช่องทางต่างๆจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย เพื่อประเมินความสนใจและ ความพึงพอใจในเนื้อหา กิจกรรม รวมถึงการได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆจากสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. และสรุปผลประเมินพร้อมวิเคราะห์ผลเพื่อนำเสนอคำแนะนำต่อ สสพ. สำหรับการพัฒนา สื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

BK

๖.๑๓ รายงานการเพิ่มปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายรวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Reach/View) ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๙

๖.๑๔ จัดประชุมกับทีมงาน สสปน. เป็นรายเดือนหรือตามที่ สสปน. เห็นสมควร เพื่อรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ตามรายละเอียด ดังนี้ :
สรุปผลการผลิตชิ้นงานรายเดือน การ boost post และยอดการมีส่วนร่วมในแต่ละช่องทาง สถิติการติดตามในแต่ละช่องทางของ สสปน. ผลวิเคราะห์การดำเนินงานและกิจกรรมของ สสปน. กิจกรรมที่น่าสนใจของคู่แข่งหรือเทรนด์ในอุตสาหกรรมไมซ์ที่น่าสนใจ เช่น พฤติกรรมออนไลน์ของผู้ติดตาม การพูดถึง สสปน. รวมถึงสินค้าและบริการของ สสปน. (Social Listening) พร้อมคำแนะนำ เพื่อนำมาปรับแผนการดำเนินงานในเดือนถัดไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำเสนอเป็นรายงานประจำเดือนในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล

๖.๑๕ ผลงานทุกชิ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ สสปน. และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไปให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ ผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลกับ สสปน. ได้ในกรณีที่ สสปน. ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ

๖.๑๖ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอทีมงานในการรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน หากในระหว่างการทำงานมีการเปลี่ยนแปลง ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ สสปน. รับทราบก่อนล่วงหน้า ๓๐ วัน โดยทีมงานที่นำมาเปลี่ยนแทนต้องมีคุณสมบัติและประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิม และสามารถดำเนินการต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย สสปน. มีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงาน หากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน

๖.๑๗ ตลอดการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ให้ผู้รับจ้างรวบรวมไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานบรรจุลง External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด โดยใช้เก็บข้อมูลการส่งมอบงานตลอดทั้งโครงการ

๖.๑๘ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๘.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของ สสปน. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๘.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหาย อันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล



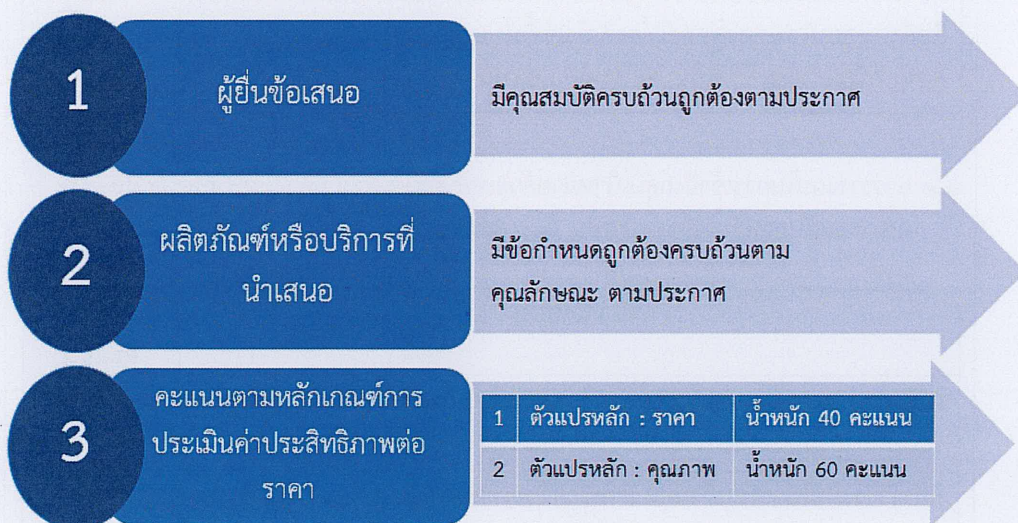
๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

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
- (๗) เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสปน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

Signature

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ ๑	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้	
	๑.๑ การศึกษาและความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์ รวมถึงการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (๑๐ คะแนน)	
	</	

BK Kp

ความหมาย		ระดับ คะแนน
ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ไม่มีดีไซน์สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไม่ระดับนานาชาติ		๐
มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไม่ระดับนานาชาติ แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ		๓
มีการนำเสนอกลยุทธ์การใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไม่ระดับนานาชาติ ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้		๖
มีการนำเสนอกลยุทธ์การใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไม่ระดับนานาชาติ ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี		๙
มีการนำเสนอกลยุทธ์การใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไม่ระดับนานาชาติ ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก		๑๐
๑.๔ การวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. (๑๐ คะแนน)		
ความหมาย		ระดับ คะแนน
ไม่มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน.		๐
มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. แต่ยังไม่น่าสนใจและไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ		๓
มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. ได้น่าสนใจ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้		๖
มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. ได้น่าสนใจ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี		๙
มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. ได้น่าสนใจ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก		๑๐
๑.๕ การวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. (๑๐ คะแนน)		
ความหมาย		ระดับ คะแนน
ไม่มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน.		๐
มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. แต่ไม่น่าสนใจ และยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ		๓

	มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. ได้น่าสนใจ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้	๖	
	มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. ได้น่าสนใจ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี	๘	
	มีการวางแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. ได้น่าสนใจ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก	๑๐	

ตัวแปรรองที่ ๒

ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ

๒.๑ นำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการเขียน พร้อมตัวอย่างผลงานการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือรูปแบบกิจกรรม และเทคนิคต่างๆที่น่าสนใจ โดยศึกษาจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบันของ สสพ. (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการเขียน ไม่มีตัวอย่างผลงานการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือรูปแบบกิจกรรม และเทคนิคต่างๆ	๐
มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการเขียน พร้อมตัวอย่างผลงานการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือรูปแบบกิจกรรม และเทคนิคต่างๆที่น่าสนใจ โดยศึกษาจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบันของ สสพ. แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ	๓
มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการเขียน พร้อมตัวอย่างผลงานการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือรูปแบบกิจกรรม และเทคนิคต่างๆที่น่าสนใจ โดยศึกษาจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบันของ สสพ. ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้	๖
มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการเขียน พร้อมตัวอย่างผลงานการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือรูปแบบกิจกรรม และเทคนิคต่างๆที่น่าสนใจ โดยศึกษาจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบันของ สสพ. ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี	๘
มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการเขียน พร้อมตัวอย่างผลงานการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือรูปแบบกิจกรรม และเทคนิคต่างๆที่น่าสนใจ โดยศึกษาจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบันของ สสพ. ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก	๑๐

๒.๒ นำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย	๐

๓๐

Bp km

	<table><tr><td>มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ</td><td>๓</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้</td><td>๖</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี</td><td>๙</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก</td><td>๑๐</td></tr></table>	มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ	๓	มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้	๖	มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี	๙	มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก	๑๐					
มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ	๓													
มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้	๖													
มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี	๙													
มีการนำเสนอเทคนิคในการดีไซน์เนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก	๑๐													
	๒.๓ ความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง</td><td>๐</td></tr><tr><td>มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ</td><td>๓</td></tr><tr><td>มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้</td><td>๖</td></tr><tr><td>มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี</td><td>๙</td></tr><tr><td>มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก</td><td>๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง	๐	มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ	๓	มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้	๖	มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี	๙	มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก	๑๐	
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ไม่มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง	๐													
มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทาง แต่ยังไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการ	๓													
มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับพอใช้	๖													
มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดี	๙													
มีความสามารถในการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละช่องทางได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์โครงการในระดับดีมาก	๑๐													
ตัวแปรรองที่ ๓	ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และ พรบ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ และ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล(PDPA) และประสบการณ์การทำงาน ๓.๑ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ</td><td>๐</td></tr><tr><td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด</td><td>๓</td></tr><tr><td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ น้อย</td><td>๖</td></tr><tr><td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ มาก</td><td>๙</td></tr><tr><td>มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ มากที่สุด</td><td>๑๐</td></tr></table> ๓.๒ ประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (๕ คะแนน)	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ	๐	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	๓	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ น้อย	๖	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ มาก	๙	มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	๑๐	๒๐
ความหมาย	ระดับคะแนน													
ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ	๐													
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	๓													
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ น้อย	๖													
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ มาก	๙													
มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	๑๐													

By/๒๖

	<table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับ คะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่</td><td>๐</td></tr><tr><td>มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ</td><td>๑</td></tr><tr><td>มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ</td><td>๒</td></tr><tr><td>มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ</td><td>๓</td></tr><tr><td>มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ</td><td>๔</td></tr><tr><td>มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ</td><td>๕</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	๐	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ	๑	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ	๒	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ	๓	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ	๔	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ	๕		
	ความหมาย	ระดับ คะแนน															
	ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	๐															
	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ	๑															
	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ	๒															
	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ	๓															
	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ	๔															
	มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ	๕															
	๓.๓ มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) (๕ คะแนน)																
	<table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับ คะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)</td><td>๐</td></tr><tr><td>มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) น้อยที่สุด</td><td>๑</td></tr><tr><td>มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) น้อย</td><td>๒</td></tr><tr><td>มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) พอใช้</td><td>๓</td></tr><tr><td>มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มาก</td><td>๔</td></tr><tr><td>มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มากที่สุด</td><td>๕</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับ คะแนน	ไม่มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	๐	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) น้อยที่สุด	๑	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) น้อย	๒	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) พอใช้	๓	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มาก	๔	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มากที่สุด	๕		
	ความหมาย	ระดับ คะแนน															
	ไม่มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	๐															
	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) น้อยที่สุด	๑															
	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) น้อย	๒															
	มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) พอใช้	๓															
มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มาก	๔																
มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการและพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) มากที่สุด	๕																
รวม		๑๐๐															

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

- ๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้างมีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
- ๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

- ๘.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))
- ๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญา ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๙

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๗ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - บทวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ข้อ ๖.๒) - แผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของ สสปน. (ข้อ ๖.๓)	ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. รายเดือน (ข้อ ๖.๑๔) โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๗ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - เนื้อหาภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ พร้อมภาพประกอบเนื้อหา (ข้อ ๖.๔) - วิดีทัศน์สั้นภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ (ข้อ ๖.๕) - รายงานการจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าและบริการ (ข้อ ๖.๖) - รายงานการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) (ข้อ ๖.๗) - สรุปเนื้อหาการจัดงานหรือประเด็นสำคัญ (Key Takeaway หรือ Quote Infographic) (ข้อ ๖.๘) - รายงานการ Boost Post เพื่อเพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (ข้อ ๖.๙)	ภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. รายเดือน (ข้อ ๖.๑๔) โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๗ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - เนื้อหาภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ พร้อมภาพประกอบเนื้อหา (ข้อ ๖.๔) - วิดีทัศน์สั้นภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ (ข้อ ๖.๕) - รายงานการจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าและบริการ (ข้อ ๖.๖) - รายงานการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) (ข้อ ๖.๗) - สรุปเนื้อหาการจัดงานหรือประเด็นสำคัญ (Key Takeaway หรือ Quote Infographic) (ข้อ ๖.๘) - รายงานการ Boost Post เพื่อเพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (ข้อ ๖.๙)	ภายในระยะเวลา ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ.น. รายเดือน (ข้อ ๖.๑๔) โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๗ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - เนื้อหาภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ พร้อมภาพประกอบเนื้อหา (ข้อ ๖.๔) - วิดีทัศน์สั้นภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ (ข้อ ๖.๕) - รายงานการจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าและบริการ (ข้อ ๖.๖) - การถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) (ข้อ ๖.๗) - สรุปเนื้อหาการจัดงานหรือประเด็นสำคัญ (Key Takeaway หรือ Quote Infographic) (ข้อ ๖.๘) - รายงานการ Boost Post เพื่อเพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (ข้อ ๖.๙) - สรุปผลวิเคราะห์การประเมินออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ.น. (ข้อ ๖.๑๒) - รายงานปริมาณการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายรวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Reach/View) (ข้อ ๖.๑๓) - ส่งมอบข้อมูลการ Login รวมไปถึง Source Code ต่างๆ ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของ สสพ.น. และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป (ข้อ ๖.๑๕)	ภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๙

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

สสพ.น. กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๔ งวด โดยจะเบิกจ่ายให้หลังจากที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๑๐ ดังนี้

งวดที่ ๑ สสพ.น.กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๒ สสพ.น.กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๓ สสพ.น.กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๔ สสพ.น.กำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทาง สสพ.น. จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

Bh Kw

๑๓. อาการแสดมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอาการแสดมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอาการแสดมปี ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง 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 หรือในนามของสสพ. ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อเสนอสิทธิ์

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอปรราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากสสพ. แล้ว การที่สสพ. ได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าว นั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่สสพ. เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิสสพ. ในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน

๔. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสปน.

๕. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ: นางสาวบรรพพรรณ กฤษทอง
ตำแหน่ง ผู้จัดการ ส่วนงานการตลาดดิจิทัล
Email: bovorpan_k@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๑๖๐๐๖

BK

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	บริหารจัดการสื่อดิจิทัล กิจกรรมบริหารจัดการสื่อดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ 2569		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาดดิจิทัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		2,696,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	9/12/2568	เป็นเงิน	2,776,115.00 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

1. ค่าบริหารจัดการช่องทางในสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. และเพิ่มการรับรู้	909,500.00	บาท
2. ค่าวิเคราะห์ข้อมูลสื่อออนไลน์, วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด และจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์	99,866.67	บาท
3. จัดทำเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 85 เซ็ต	833,708.33	บาท
4. จัดทำวีดิทัศน์สั้นภาษาไทยและอังกฤษ จำนวน 15 ชิ้นงาน	321,000.00	บาท
5. จัดกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 3 ครั้ง พร้อมจัดหาของรางวัล 10 ชุด/กิจกรรม	133,750.00	บาท
6. ค่าจัดทำ Live Streaming ในสถานที่ที่ สสพ. มอบหมาย จำนวน 3 ครั้ง	149,800.00	บาท
7. ค่าจัดทำ Key Takeaways ลงในสื่อสังคมออนไลน์ ในสถานที่ที่ สสพ. มอบหมาย จำนวน 5 ครั้ง	106,643.33	บาท
8. จัดทำ Online Survey สอบถามความคิดเห็นการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และสรุปผล จำนวน 100 คน	48,150.00	บาท
9. ค่าทำการ Boost Post ในสื่อสังคมออนไลน์ ให้มียอด Engagement ไม่ต่ำกว่า 100/โพสต์ จำนวน 80 โพสต์	82,033.33	บาท
10. ค่าจัดทำรายงานสรุปการทำงานรายเดือน	91,663.33	บาท

4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 บริษัท วายเอ็มคอต สตูดิโอ จำกัด

4.2 บริษัท เซโก กรุ๊ป จำกัด

4.3 บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวบรรพพรรณ กฤษทอง