



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๖๙๕,๐๐๐.๐๐ บาท (สามล้านหกแสนเก้าหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

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

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๘ มีนาคม ๒๕๖๒ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๕๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๑๗ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องเตรียมเข้าร่วมนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิคและรายละเอียดเพิ่มเติม ในวันอังคารที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๒ ณ สสพ. ห้องประชุม ๒ ชั้น ๒๕ โดยขอให้เตรียมเอกสารสำหรับนำเสนอข้อเสนอทางด้านเทคนิค และรายละเอียดเพิ่มเติม จำนวน ๕ ชุด ทั้งนี้ กำหนดเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล jutathip_s@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๒ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๒

ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๒

(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสพ.

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา

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

1. ชื่อโครงการ : โครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Digital Platform)
2. ชื่อกิจกรรม : การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)
3. งบประมาณ
วงเงิน 3,700,000 บาท (ราคาค้างกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)
รหัสงบประมาณ : 2-62MS03001
4. หลักการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ ทีเส็บ เดินหน้าผลักดันให้อุตสาหกรรมการจัดงานไมซ์ของไทยได้ พัฒนาศักยภาพด้านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล หวังให้เกิดการต่อยอดอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก ตามแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) ของแผนแม่บทอุตสาหกรรม การจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) หนึ่งในเป้าหมายสำคัญคือ เพิ่มปริมาณในการจัดงานและ เพิ่มจำนวนการจัดงานกลุ่มไมซ์ในประเทศไทย ด้วยนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามาในประเทศไทย ตลอดจนผู้จัดงานต้องมียุทธศาสตร์และมีข้อมูลสถิติที่ช่วยวางแผนและ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้ยกระดับมาตรฐานเทียบเท่า World Class Standard เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการเป็นศูนย์กลางการจัดงานธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค

ทีเส็บจึงให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยใช้เป็นเครื่องมือ ผลักดันและขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก และก้าวสู่ศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค สอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy และ Thailand 4.0 ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือ การทำตลาด ช่วยบริหารการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยยกระดับงานไมซ์ที่จัดในประเทศไทยให้ตอบ โจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้อย่างตรงจุด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ สะดวกและจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มความสามารถในการมีส่วนร่วมหรือโต้ตอบระหว่างกัน และเป็นการ เพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีกด้วย

ซึ่งการขับเคลื่อนงานด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งของทีเส็บ รวมไปถึงการทำการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ (Social Media Management) เพื่อสร้างการรับรู้แก่ตลาดเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับ ตลาดต่างประเทศ : Facebook, Twitter, Linked in, Youtube, Instagram, WeChat และสำหรับตลาดใน ประเทศ : Facebook, Instagram

การบริหารสื่อสังคมออนไลน์ที่ดีต้องมีการบริหารจัดการ โดยการพัฒนาเนื้อหาคุณภาพสำหรับการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ การจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ รวมถึง ติดตามและประเมิน Engagement Rates เพื่อปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีความน่าสนใจและทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้โซเชียลไทยเกิดความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นใจในการเดินทางมาจัดงานด้านโซเชียลในประเทศไทย

5. วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ประเทศไทยในฐานะที่เป็นจุดหมายสำหรับการจัดงานโซเชียลเชิงคุณภาพในเวทีโลก
- (2) เพื่อเพิ่มปริมาณงานและนักเดินทางโซเชียลเข้าประเทศ
- (3) เพื่อกำหนดทิศทางการสื่อสารออนไลน์สำหรับภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมโซเชียลของประเทศให้มีความชัดเจน ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งตลาดโซเชียลในประเทศและโซเชียลต่างประเทศ
- (4) เพื่อสร้างช่องทางในการสื่อสารออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโซเชียล ทั้งโซเชียลในประเทศและโซเชียลต่างประเทศ
- (5) เพื่อบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ สสพ. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- (6) เพื่อให้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประสบการณ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานโซเชียล ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน/รายละเอียดสินค้าและบริการ :

เป้าหมาย	หน่วยนับ	เป้าหมาย
1. ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ	การรับรู้ (View)	2,000,000
2. ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ	การรับรู้ (View)	1,000,000
3. การปฏิสัมพันธ์ (Engagement)	Engagement	จำนวนโพสต์ที่มียอด engagements ไม่ต่ำกว่า 1,000 engagements ไม่น้อยกว่าจำนวน 180 โพสต์
4. การเพิ่มสมาชิกจากประเทศจีนของช่องทาง Social Media	จำนวนสมาชิก	ไม่น้อยกว่า 3,000 สมาชิกใหม่ จากประเทศจีน

6.1 ดำเนินการบริหารจัดการเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ของ สสปน. ทั้งตลาดในและต่างประเทศ ประกอบไปด้วย

สำหรับตลาดต่างประเทศ มีจำนวน 6 ช่องทาง ดังนี้

Facebook	/BusinessEventsThailand
Twitter	@ThailandCVB
LinkedIn	/businesseventsthailand
Youtube	/businesseventsth
Instagram	/businesseventsth
WeChat	/businesseventsthailand

สำหรับตลาดในประเทศ มีจำนวน 2 ช่องทาง ดังนี้

Facebook	/miceinthailand
Instagram	/miceinthailand

พร้อมกับการสื่อสังคมออนไลน์ใหม่ๆที่เข้ามามีบทบาทในโลกออนไลน์ ที่อยู่ในระหว่างดำเนินการ
โครงการ

6.2 ดำเนินการบริหารจัดการเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. ทุกช่องทางตามข้อ 6.1

6.2.1 วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการโปรโมทงานทั่วไปและงานสำคัญ รวมไปถึงการบริหารจัดการเนื้อหาที่เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายตลอดทั้งโครงการ

6.2.2 ดำเนินงานจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มจำนวนของสมาชิกให้กับสื่อสังคมออนไลน์ของสสปน.

6.2.3 ทำงานร่วมกับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรเพื่อบูรณาการ การใช้ประโยชน์ของข้อมูล และขยายผลในการเผยแพร่ข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุด

6.3 บริหารจัดการแคมเปญ Social Media และ Social Media สำหรับ MICE โดยจัดแคมเปญสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Networking เพื่อสร้างการรับรู้ และการมีส่วนร่วม ให้กับสมาชิกในชุมชนออนไลน์

6.4 ทำการเพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์ (Boost Engagment) ในแต่ละโพสต์ โดยใช้งบประมาณ 20% ของโครงการและต้องนำส่งรายการค่าใช้จ่ายสำหรับการทำงานในส่วนนี้

6.5 บริหารจัดการให้มีจำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 engagements ไม่น้อยกว่า 180 โพสต์ ตลอดการดำเนินการโครงการ

- 6.6 จัดทำแผนการเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่จากประเทศจีนในช่องทาง Social Media ไม่น้อยกว่า 3,000 สมาชิกใหม่จากประเทศจีน
- 6.7 จัดทำรายงานประเมินผลการรับรู้ การบริหารจัดการ Social Media
- 6.8 จัดหานักเขียนมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์ในงานเขียนเชิงธุรกิจ หรือเชิงไมซ์ เพื่อเรียบเรียงเนื้อหา ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย
- 6.9 ดำเนินการประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลที่ต้องการ ตามสถานการณ์จริงในภาวะที่เกิดวิกฤตที่กระทบต่อ ความเชื่อมั่นของนักเดินทางกลุ่มไมซ์และผู้ประกอบการไมซ์
- 6.10 จัดทำรายงานรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน แสดงผลการดำเนินงานบริหารจัดการเครือข่ายสื่อสังคม ออนไลน์ และพร้อมที่จะปรับกลยุทธ์ตามคำแนะนำของ สสพ. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของ โครงการ

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของ รัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายในระยะเวลา 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา

9. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

1 ผู้ยื่นข้อเสนอ

มีคุณสมบัติครบถ้วนถูกต้องตามประกาศ

2 ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นำเสนอ

มีข้อกำหนดถูกต้องครบถ้วนตาม
คุณลักษณะ ตามประกาศ

3 คะแนนตามหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา

1 ตัวแปรหลัก : ราคา น้ำหนัก 40 คะแนน
2 ตัวแปรหลัก : คุณภาพ น้ำหนัก 60 คะแนน

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

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

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - การศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์ - วางแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัยและหลากหลาย - กลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา อินโฟกราฟิก และมัลติมีเดีย ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 	30
ตัวแปรรองที่ 2	ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ <ul style="list-style-type: none"> - เทคนิคในการบริหารจัดการสมาชิกในแต่ละช่องทาง - การติดตามและประเมินผลสมาชิกในแต่ละช่องทาง - เทคนิคที่ทันสมัยในการขับเคลื่อนดิจิทัลแพลตฟอร์มของ สสปน. ให้เทียบเท่าคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ในระดับนานาชาติ 	30

ตัวแปรครั้งที่ 3	ความพร้อมและประสบการณ์ <ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งของไทยและต่างประเทศ - ความรู้ความเข้าใจในแบรนด์ไมซ์ประเทศไทย (REDEFINE) - ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 	20
ตัวแปรครั้งที่ 4	การบริหารงบประมาณ <ul style="list-style-type: none"> - ความคุ้มค่าในการบริหารจัดการงบประมาณ 	10
ตัวแปรครั้งที่ 5	ผลประโยชน์เพิ่มเติม <ul style="list-style-type: none"> - สิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ระบุใน TOR 	10
รวม		100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินงานโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 60 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

10. การส่งมอบงาน

ครั้งที่ 1 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบส่งงานรายงานแผนดำเนินการ จำนวน 3 ฉบับ ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบเอกสาร จำนวน 3 ชุดพร้อมฉบับที่เป็น electronic file ใน flash drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 2 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมทั้งปริมาณการรับรู้โครงการ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆของ สสปน. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 300,000 การรับรู้ (View)

- (2) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 150,000 การรับรู้ (View)
- (3) จำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 engagements ไม่น้อยกว่าจำนวน 30 โพสต์
- (4) จำนวนการเพิ่มสมาชิกจากประเทศจีนของช่องทาง Social Media ไม่ต่ำกว่า 500 สมาชิกใหม่ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ

โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน flash drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 3 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมทั้งปริมาณการรับรู้โครงการ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 120 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ ยอดรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 1,000,000 การรับรู้ (View)
- (2) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ ยอดรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 500,000 การรับรู้ (View)
- (3) จำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 engagements สหสมไม่น้อยกว่าจำนวน 90 โพสต์
- (4) จำนวนการเพิ่มสมาชิกจากประเทศจีนของช่องทาง Social Media ไม่น้อยกว่า 1,250 สมาชิกใหม่ในช่วงเวลาดังตั้ง 90 ถึง 120 วัน นับตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ และโดยมียอดรวมสมาชิกใหม่จากประเทศจีนสะสมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 1,750 สมาชิก นับตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ

โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน flash drive จำนวน 3 ชุด

ครั้งที่ 4 : ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้าผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมทั้งปริมาณการรับรู้โครงการ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ภายในระยะเวลา 300 วัน นับถัดจากวันที่ทำสัญญา ประกอบด้วย

- (1) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ ยอดรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 2,000,000 การรับรู้ (View)
- (2) ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ ยอดรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 1,000,000 การรับรู้ (View)
- (3) จำนวนโพสต์ที่มียอด 1,000 engagements สหสมไม่น้อยกว่าจำนวน 180 โพสต์
- (4) จำนวนการเพิ่มสมาชิกจากประเทศจีนของช่องทาง Social Media ไม่น้อยกว่า 1,250 สมาชิกใหม่ในช่วงเวลาดังตั้ง 120 ถึง 300 วัน นับตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ และมียอดรวมสมาชิกใหม่จากประเทศจีนสะสมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 3,000 สมาชิก

โดยส่งมอบรายงานแผนการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบรายเดือน พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ชุดพร้อมลงบันทึกเป็น electronic file ใน flash drive จำนวน 3 ชุด

11. เงื่อนไขการชำระเงิน

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 20 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

งวดที่ 4 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 4 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบ

12. ค่าปรับ

ผู้ว่าจ้างกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างเสร็จสิ้น

13. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

14. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่า 5% ของราคาซื้อหรือจ้าง

15. อากรแถมปี

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแถมปีตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแถมปี 1 บาท

16. การยกเลิก

ผู้ว่าจ้างสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้า จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ผู้ว่าจ้างจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ผู้ว่าจ้างเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ผู้ว่าจ้างด้วยโดยไม่มีเงื่อนไขใดทั้งสิ้น

17. กรรมสิทธิ์

ผลงานที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสร้างสรรค์ตามขอบเขตงาน ที่กำหนดเป็นการเฉพาะให้กับ ผู้ว่าจ้างไม่ว่าจะเป็นเอกสาร รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเป็นสื่อในรูปแบบต่างๆ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ห้ามผู้รับจ้างนำไปใช้ประโยชน์ ทำซ้ำ ลอกเลียนแบบ ดัดแปลง เผยแพร่ในรูปแบบใดทั้งสิ้น หากไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้าง

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

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



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ กิจกรรม	โครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Digital Platform) กิจกรรมการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ฝ่ายการตลาด
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร	3,700,000 บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	24/12/2561 เป็นเงิน 3,695,000 บาท

ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ และ ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี)

3.1 ดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. ใน
ต่างประเทศ จำนวนอย่างน้อย 6 ช่องทาง

Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube, Instagram,
WeChat

- ผลิตเนื้อหาและอาร์ตเวิร์คฉบับภาษาอังกฤษ
- จัดกิจกรรมประจำเดือน เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม

ของแฟนเพจ

- ผลิตอาร์ตเวิร์คสำหรับกิจกรรมประจำเดือน
- คอยดูแล ตอบข้อซักถาม ปัญหาต่างๆ ของแฟนเพจ
- เผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนสื่อ

สังคมออนไลน์

- ซื้อสื่อโฆษณา Facebook Ads
- ออกแบบและจัดทำชิ้นงานตามเทศกาลตามความ

เหมาะสม เช่น วันปีใหม่ วันพ่อแห่งชาติ เป็นต้น

- จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ช่องทาง Social Media
- 1,900,000 บาท

3.2	<p>สำหรับตลาดในประเทศ : Facebook, Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตเนื้อหาและอาร์ตเวิร์คฉบับภาษาไทย - จัดกิจกรรมประจำเดือน เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของแฟนเพจ - ผลิตอาร์ตเวิร์คสำหรับกิจกรรมประจำเดือน - คอยดูแล ตอบข้อซักถาม ปัญหาต่างๆ ของแฟนเพจ - คัดสรรโฆษณาที่เหมาะสมให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย - คัดสรรโฆษณาที่เหมาะสมให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย - จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายในประเทศ 	1,200,000 บาท
3.3	<p>ดำเนินการบริหารจัดการเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. ทุกช่องทาง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินงานจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มจำนวนของสมาชิกให้กับสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงาน สสปน. - ทำงานร่วมกับหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรเพื่อบูรณาการใช้ประโยชน์ของข้อมูลและขยายผลในการเผยแพร่ข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุด - ทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. ในการทำงานร่วมกัน 	135,000 บาท
3.4	<p>ดำเนินแคมเปญ Social media and Social Networking for MICE โดยจัดแคมเปญสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Networking สร้าง Interactivity, Participation ให้สมาชิกในชุมชนออนไลน์ในแต่ละประเทศ</p>	460,000 บาท
4.	แหล่งที่มีของราคากลาง	
4.1	Next Step Digital Communication	
4.2	Winter Egency Co., Ltd.	
4.3	Jenosize Co., Ltd.	
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ	