ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างกิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างกิจกรรมบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๕๕๗,๘๑๖.๖๖ บาท (สองล้านห้าแสนห้าหมื่นเจ็ดพันแปดร้อยสิบหกบาทหกสิบหกสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย

๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๒๓ ธันวาคม ๒๕๖๕ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒๖๙๔๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๓๖ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค ทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ/หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม Zoom Meeting ในวันอังคารที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๕ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้งในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล์ Ananta_l@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๕ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๕

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(นายภูริพันธ์ บุนนาค)
รองผู้อำนวยการ สายงานบริหาร
ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

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

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

๑. ชื่อโครงการ พัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย

๒. ชื่อกิจกรรม บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการณ์และเหตุผล

สสปน. ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ไทยให้ทัดเทียมมาตรฐานโลก และก้าวสู่ศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ของภูมิภาค สอดคล้องกับนโยบาย Digital Economy และ Thailand 4.0 ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือส่งเสริมภาพลักษณ์และสื่อสารการตลาด บริหารการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ทั้งผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้อย่างตรงจุด เพิ่มจำนวนกลุ่มเป้าหมายพร้อมสร้างการมีส่วนร่วมหรือโต้ตอบระหว่างกันได้สะดวกมากขึ้น อีกทั้งยังสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งการขับเคลื่อนงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของ สสปน. รวมไปถึงการทำตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) เพื่อสร้างการรับรู้ ส่งเสริมภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่ตลาดเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในและต่างประเทศผ่านแอปพลิเคชัน Facebook, Instagram, Linkedin, Twitter, Youtube

การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่ดีต้องมีการบริหารจัดการ โดยการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาสำหรับการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ พร้อมจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ รวมถึงติดตามและประเมินการมีปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (Engagement Rates) เพื่อปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้มีความน่าสนใจและทันเหตุการณ์อย่างต่อเนื่อง ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ สสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในเวทีโลก

๕.๒ เพื่อกำหนดทิศทางการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ให้แก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๕.๓ เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พันธมิตรทางธุรกิจของ สสปน. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๕.๔ เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ สสปน.

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง และ/หรือสร้างช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ นอกเหนือจากช่องทางปัจจุบัน กรณีที่มีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินงานที่ผู้ว่าจ้างเล็งเห็นว่าช่องทางดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการองค์กร โดยครอบคลุมการดำเนินงานดังนี้

๖.๑ บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ทุกช่องทางของ สสปน. ดังนี้

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ภาษาอังกฤษ	ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทย
Facebook: BusinessEventsThailand	Facebook: miceinthailand
Twitter: ThailandCVB	Instagram: mice_thailand
LinkedIn: businesseventsthailand	Facebook Group: mice society
Youtube: businesseventsthailand	
Instagram: businesseventsth	

๖.๒ จัดทำรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ อย่างน้อย ๕ ราย เพื่อเปรียบเทียบและนำมาให้คำแนะนำรวมถึงพัฒนาการทำงานให้กับผู้ว่าจ้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไตรมาสละ ๑ ครั้ง

๖.๓ จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อสารทั้งเนื้อหาภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ที่จะใช้ในการสื่อสารได้อย่างชัดเจนเหมาะสม เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย (Engagement Rates) การส่งต่อ (Share) มากขึ้น รวมถึงเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในแต่ละช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดทำแผนการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้างทั้งหมด โดยให้จำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นจากเดิมก่อนเริ่มทำงานกับผู้ว่าจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕

๖.๔ นำเสนอกิจกรรม เนื้อหาในแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยกำหนดแนวทาง และ/หรือประเภทของเนื้อหา พร้อมระบุช่วงเวลาการโพสต์ในทุกเดือนตลอดระยะเวลาการทำงาน

๖.๕ พัฒนาและจัดทำเนื้อหา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๕๐ ชิ้นงาน โดยจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมตามข้อกำหนดของแต่ละช่องทางออนไลน์ โดยต้องนำส่งให้ผู้ว่าจ้างอนุมัติก่อนดำเนินการเผยแพร่ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๖.๖ ออกแบบจัดทำชิ้นงานที่ใช้ประกอบเนื้อหา อาทิ ภาพนิ่ง/อินโฟกราฟิกส์/คลิปวิดีโอ ที่ใช้ประกอบเนื้อหา (Artwork) รวมถึงปรับขนาดและรูปแบบของชิ้นงานให้เหมาะสมกับเนื้อหาในแต่ละช่องทางออนไลน์เพื่อใช้เผยแพร่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕๐ ชิ้นงาน กรณีการจัดทำชิ้นงานวิดีโอต้องครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ อาทิ ค่าตัดต่อ ค่าลงเสียง ค่าเดินทางของทีมงาน ค่าอุปกรณ์ในการทำงาน และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๖.๗ จัดหารูปภาพ ภาพถ่ายประกอบเนื้อหาที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ภาพ ตลอดการดำเนินโครงการ จากเว็บไซต์หรือผู้ให้บริการคลังภาพที่รวบรวมภาพที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์ อาทิ Shutterstock เป็นต้น

๖.๘ จัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม ให้กับสมาชิกในชุมชนออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง พร้อมจัดหาของรางวัลร่วมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นต่อกิจกรรม

๖.๙ จัดทำการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ให้กับการจัดงานของผู้ว่าจ้าง ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง โดยความละเอียดของการถ่ายทอดสดต้องไม่ต่ำกว่า Full HD 108 op: 1920x1080 px มีทีมงานมืออาชีพควบคุมอุปกรณ์กล้องและอุปกรณ์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสด และครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด อาทิ ค่าเดินทางไปทำการถ่ายทอดสดของทีมงาน (กรุงเทพฯ และปริมลฑล) ค่าเชื่อมต่อสัญญาน ค่าอุปกรณ์ในการดำเนินการถ่ายทอดสด และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการถ่ายทอดสดทั้งหมด

๖.๑๐ เพิ่มยอดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (Boost Post) ในแต่ละโพสต์ โดยให้มีจำนวนโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โพสต์ ตลอดการดำเนินโครงการในทุกช่องทางหรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

๖.๑๑ จัดหาผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง อย่างน้อย ๒ คน ในฐานะแอดมินผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทางทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 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 ระหว่างเดือนมกราคม – กันยายน ๒๕๖๖ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ การรับรู้ (Views)

๖.๑๔ จัดประชุมกับทีมงานผู้ว่าจ้างเป็นรายเดือน หรือตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นสมควร เพื่อรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงวิเคราะห์การดำเนินงานและกิจกรรมของคู่แข่ง โดยนำส่งเป็นรายงานประจำเดือนในรูปแบบ Soft File

๖.๑๕ ผลงานทุกชิ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ผู้ว่าจ้างและพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไปให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลกับผู้ว่าจ้างได้ ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ

๖.๑๖ ให้บริษัทนำเสนอทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน หากในระหว่างการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลง บริษัทผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างรับทราบก่อนล่วงหน้า ๓๐ วัน โดยทีมงานที่นำมาเปลี่ยนแทนต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิม และสามารถดำเนินการต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ว่าจ้างมีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงานหากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน

๖.๑๗ ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๘ ตลอดการดำเนินการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ให้ผู้รับจ้างรวบรวมไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานบรรจุลง External Hard Disk (HDD) จำนวน ๒ ชุด ใช้นำส่งมอบงานตลอดทั้งโครงการ

๖.๑๙ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๙.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๙.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

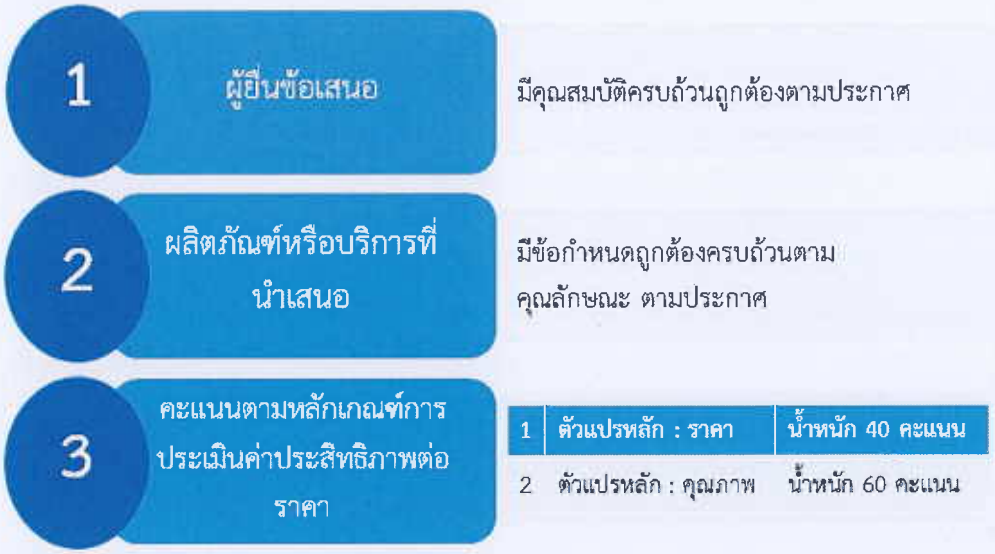
(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสปน. 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	**การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้** - การศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจไมซ์ และศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ของคู่แข่งในธุรกิจไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (๑๐) - วางแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเทคนิคที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผู้ว่าจ้าง (๑๐) - กลยุทธ์การใช้เนื้อหา คุณภาพการออกแบบ อินโฟกราฟิก และมัลติมีเดีย สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ กำหนดแบบจำลองกลุ่มเป้าหมายสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Persona) พร้อมแนวทางจัดทำเนื้อหาและเทคนิคที่ทันสมัย (๒๐)	๔๐

ตัวแปรรองที่ ๒	**ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ** - เทคนิคในการออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทันสมัย น่าสนใจ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ให้เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซ์ในระดับนานาชาติ (๑๐) - สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมออนไลน์แต่ละช่องทาง (๑๐) - การนำเสนอเนื้อหา รูปแบบกิจกรรม เพื่อเพิ่มยอดผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ และการเพิ่มปฏิสัมพันธ์ (engagement) กับกลุ่มเป้าหมาย (๑๐)	๓๐
ตัวแปรรองที่ ๓	**ความพร้อมและประสบการณ์** - ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและต่างประเทศ (๑๐) - ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐ หรือ องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (๕) - มีความรู้และความเข้าใจในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ (๕) - มีความรู้และความเข้าใจใน พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) (๕) - มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ที่ประสบความสำเร็จ (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (๕)	๓๐
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 กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

๓๕๐ วันนับถัดจากวันลงนามสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนงานการบริหารจัดการ การวิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน. โดยส่งมอบรายงาน ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๘ จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย - รายงานวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งทางธุรกิจของสสปน. (ข้อ ๖.๒) - แผนงานการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์และแผนกลยุทธ์การเพิ่มสมาชิกสื่อสังคมออนไลน์ (ข้อ ๖.๓)	ภายในระยะเวลา ๓๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้า ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๘ จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย - รายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์และแผนงาน - รายงานสรุปสถิติการใช้งานในแต่ละช่องทางออนไลน์ - รายงานความคืบหน้า Boost Post ในแต่ละโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement - รายงานความคืบหน้าของการจัดทำเนื้อหาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - รายงานความคืบหน้าจัดทำชิ้นงานที่ใช้ประกอบเนื้อหา อาทิ รูปภาพนิ่ง/อินโฟกราฟฟิก/คลิปวิดีโอ - รายงานการเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่/ผู้ติดตาม จากในแต่ละช่องทาง Social Media ของสสปน. - รายงานความคืบหน้าของกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์	ภายในระยะเวลา ๙๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้า ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๘ จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย - รายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์และแผนงาน - รายงานสรุปสถิติการใช้งานในแต่ละช่องทางออนไลน์ - รายงานความคืบหน้า Boost Post ในแต่ละโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement - รายงานความคืบหน้าของการจัดทำเนื้อหาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - รายงานความคืบหน้าจัดทำชิ้นงานที่ใช้ประกอบเนื้อหา อาทิ รูปภาพนิ่ง/อินโฟกราฟฟิก/คลิปวิดีโอ - รายงานความคืบหน้าการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ - รายงานความคืบหน้าของกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์	ภายในระยะเวลา ๑๘๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้าง โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้า ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๘ จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย - รายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์และแผนงาน - รายงานสรุปสถิติการใช้งานในแต่ละช่องทางออนไลน์ - รายงานสรุปปริมาณการรับรู้จากในและต่างประเทศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมแล้วจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ การรับรู้ - รายงานความคืบหน้า Boost Post ในแต่ละโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement - รายงานความคืบหน้าของการจัดทำเนื้อหาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - รายงานความคืบหน้าจัดทำชิ้นงานที่ใช้ประกอบเนื้อหา อาทิ รูปภาพนิ่ง/อินโฟกราฟฟิก/คลิปวิดีโอ - รายงานการเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่/ผู้ติดตาม จากในแต่ละช่องทาง Social Media ของสสปน. - รายงานความคืบหน้าของกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์	ภายในระยะเวลา ๒๗๕ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๕	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เป็นภาษาไทย ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานที่ผลิตและออกแบบ บรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๘ จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย - รายงานสรุปการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ตลอดโครงการ - รายงานสรุปสถิติการใช้งานในแต่ละเพจ เป็นรายเดือนตลอดการดำเนินงาน - รายงานสรุปการจัดทำเนื้อหาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่ต่ำกว่า ๓๕๐ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๕) - รายงานสรุปจัดทำชิ้นงานที่ใช้ประกอบเนื้อหา อาทิ รูปภาพนิ่ง/อินโฟกราฟฟิก/คลิปวิดีโอ ไม่ต่ำกว่า ๒๕๐ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๖) - รายงานสรุปพร้อมไฟล์รูปภาพที่มีความละเอียดสูง และถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ภาพ ที่สสปน. เป็นผู้อนุมัติแล้ว (ข้อ ๖.๗) - รายงานสรุปการจัดทำ Live Streaming ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ (ข้อ ๖.๙) - รายงานสรุป Boost Post ในแต่ละโพสต์ที่มียอด ๑,๐๐๐ Engagement ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โพสต์ (ข้อ ๖.๑๐) - รายงานผลการทำแบบประเมินออนไลน์และวิเคราะห์ผลเพื่อเสนอคำแนะนำต่อผู้ว่าจ้าง (ข้อ ๖.๑๒) - รายงานสรุปปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการปรับปรุงพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ - ส่งมอบผลงานทุกอย่างบนสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลการ Login รวมไปถึง Source Code ต่างๆ ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง พร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป	ภายในระยะเวลา ๓๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๕ งวด งวดละเท่าๆกัน โดยจะเบิกจ่ายให้หลังจากที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๑๐ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๔ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๕ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๕ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

๑๓. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ ๑ บาท

๑๔. อัตราค่าปรับ

สสปน. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

สสปน. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน.จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน.ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น

๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

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

๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ สสปน. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่โต้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสปน. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน. ก่อน

๔. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสปน.

๕. สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

<u>ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :</u>

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวอนันตา หลีเกษม
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร
Email: ananta_l@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๑๓๖

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

1.	**ชื่อโครงการ**	พัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย			
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร			
2.	**วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร**			2,500,000.00	**บาท**
3.	**วันที่กำหนดราคากลาง**	22/11/2565	**เป็นเงิน**	2,557,816.66	**บาท**
				(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)	

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามีให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ)

3.1 บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ทุกช่องทางของ สสปน. ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	2,557,816.66	**บาท**
3.2 จัดทำรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ อย่างน้อย 5 ราย		
3.3 จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในแต่ละช่องทางออนไลน์จากยอดเดิม 5% และมีปริมาณการรับรู้ไม่น้อยกว่า 2,000,000 การรับรู้ (Views)		
3.4 พัฒนาและจัดทำเนื้อหา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 350 ชิ้นงาน		
3.5 ออกแบบจัดทำชิ้นงานที่ใช้ประกอบเนื้อหา หรือ Artwork จำนวนไม่น้อยกว่า 250 ชิ้นงาน		
3.6 จัดหารูปภาพประกอบเนื้อหาที่มีความละเอียดสูงและถูกลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ภาพ		
3.7 จัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง พร้อมจัดหาของรางวัลร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นต่อกิจกรรม		
3.8 จัดทำการถ่ายทอดสดภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (Live Streaming) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง (Full HD 1920x1080 px)		

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

3.9 Boost Post ไม่น้อยกว่า 100 โพสต์ โดยในการ Boost แต่ละครั้ง ต้องมียอด 1,000 Engagement ขึ้นไป

3.10 จัดทำแบบประเมินออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 150 ราย และสรุปผลประเมินพร้อมวิเคราะห์ผล

4. แหล่งที่มีของราคากลาง

4.1 บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

4.2 บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด

4.3 บริษัท โซเชียล คอนเนคชั่น จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวอนันตา หลีเกษม ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร