



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดทำรายการ YouTube Channel ภายใต้โครงการ The New Chapter of
Thailand Digital MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างดำเนินการจัดทำรายการ YouTube Channel ภายใต้โครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้ง
สิ้น ๓,๒๖๖,๓๖๒.๐๐ บาท (สามล้านสองแสนหกหมื่นหกพันสามร้อยหกสิบสองบาทถ้วน) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินการจัดทำรายการ	จำนวน	๑	งาน
YouTube Channel ภายใต้			
โครงการ The New Chapter of			
Thailand Digital MICE			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วย
งานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ
กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การ
บริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราช

บัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่
๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๗ ระหว่างเวลา ๑๓.๐๐ น. ถึง ๑๖.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์
หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๔๒ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่น
เข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒๕ ในวันพฤหัสบดีที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ใน
ภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ทั้งนี้การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราช
บัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ มีผลบังคับใช้ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่าย
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ สสปน. ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อ
การจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว สสปน. สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้ง
โครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางอีเมล
jutathip_s@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยสำนักงาน
ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์
www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗

ประกาศ ณ วันที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

ข้อกำหนดงาน (TERMS OF REFERENCE)
สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา

๑. ชื่อโครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE

๒. ชื่อกิจกรรม การจัดทำรายการ YouTube Channel

๓. งบประมาณ วงเงิน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านสองแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการเชิงรุกทุกด้านอย่างต่อเนื่อง มีการขับเคลื่อนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยขับเคลื่อนผ่านการตลาดดิจิทัล สร้างระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ หรือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Digital Ecosystem for MICE Industry) ที่สมบูรณ์ สมดุล และยั่งยืน มุ่งหน้าสู่ยุคที่เน้นคุณค่า (High Value Added Destination) และความยั่งยืน (Sustainable MICE) ด้วยการส่งเสริมการตลาดไมซ์ที่พันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์จะช่วยกันผลักดันให้เกิด Synergy เสริมกำลังซึ่งกันและกัน เกิดเป็น Super Power ที่จะผลักดันให้ไมซ์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดไมซ์เชิงรุกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจและชุมชน สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายวงกว้างได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และสสปน. สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว

การขับเคลื่อนด้านการตลาดดิจิทัลสอดคล้องกับแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมด้วยยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล การพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลและการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทย สสปน. ต้องเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรมดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล โดยต้องมีการยกระดับคุณภาพการให้บริการพัฒนาด้านดิจิทัล เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของสสปน. อย่างเหมาะสม

การทำการตลาดผ่านดิจิทัลจำเป็นต้องมีเครื่องมือทางการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศจำนวนมาก โดยช่องทาง YouTube เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งานที่ชื่นชอบวีดิทัศน์คอนเทนต์ มีผู้ใช้งานมากกว่า ๒ พันล้านคนต่อเดือน และมียอดรับชมวีดิทัศน์คอนเทนต์ถึง ๓๐ พันล้านครั้งต่อวัน (ข้อมูลจากปี.ศ. ๒๐๒๓) ถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงเป็นอย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของแพลตฟอร์มได้เป็นอย่างดี ทำให้หลายๆ องค์กรหันมาใช้เครื่องมือนี้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายไมซ์ได้รู้จักกับสสปน. และข้อมูลสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เน้นการนำเสนอสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายไมซ์สนใจ ชื่นชอบ ได้ประโยชน์ และเกาะกับกระแสที่เป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น ด้วยรูปแบบที่น่าสนใจ มุ่งเน้นการทำตลาดเชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ ผ่านการทำ Content Marketing ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ

๕. วัตถุประสงค์

๕.๑ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย และประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในเวทีโลก

๕.๒ เพื่อกำหนดทิศทางการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ให้แก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๕.๓ เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน พันธมิตรทางธุรกิจของสสบน. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๕.๔ เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของสสบน.

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อวีดิทัศน์พร้อมเสียงและการบรรยายต่างๆ ที่เป็นไปตามข้อตกลงของผู้ว่าจ้างโดยครอบคลุมการดำเนินงานดังนี้

๖.๑ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรูปแบบ แนวทาง แนวคิด หรือเทคนิคอ้างอิงที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ โดยรายละเอียดต้องสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักและเหตุผล (Concept Design & Theme) ที่นำเสนอในข้อเสนอด้านเทคนิค โดยส่งให้พิจารณาอย่างน้อยจำนวน ๓ รูปแบบ เพื่อให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาตามความเหมาะสม ก่อนนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนอื่นๆ ในขั้นตอนที่จำเป็นต่อการผลิต/ถ่ายทำ ต่อไป

๖.๒ ผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ สำหรับกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ โดยจัดทำเนื้อหาวีดิทัศน์เป็นเสียงภาษาไทยพร้อมคำบรรยาย (Subtitle) เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน ๕ ชิ้นงาน ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสบน. ความยาว ๕-๑๐ นาทีต่อชิ้นงาน ผู้รับจ้างต้องเสนอให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ โดยวีดิทัศน์จะต้องมีเนื้อเรื่องที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ มีความสมจริง และต้องผ่านความเห็นชอบจากสสบน.

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำสื่อโฆษณาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ (teaser) ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๕ ชิ้นงาน พร้อมออกแบบและจัดทำหน้าปกสำหรับสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๐ ชิ้นงาน เพื่อประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ของสสบน.

๖.๔ จัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (Influencer) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากสามารถสร้างการรับรู้วีดิทัศน์ให้เป็นที่รู้จัก ไม่น้อยกว่า ๒ คน โดย ๑ คนทำหน้าที่ดำเนินรายการหลัก และ อีก ๑ คนทำหน้าที่สร้างคอนเทนต์ที่ดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งนี้ทั้ง ๒ คนต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างก่อนดำเนินงาน

๖.๕ จัดทำไตเติ้ลรายการและกราฟฟิกที่มีความสวยงาม ทันสมัย เข้าใจง่าย สอดรับกับเนื้อหาและมีภาพประกอบที่ทันสมัยและน่าสนใจ ดำเนินการตัดต่อลำดับภาพวีดิทัศน์ต้นฉบับและจัดทำกราฟิกตัวอักษรให้มีความเหมาะสม สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศเข้าใจโดยให้สอดคล้องกับข้อ ๖.๒

๖.๖ ดำเนินการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบวีดิทัศน์ฯ โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง และจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้นหากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

๖.๗ ดำเนินการนำเสนอการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และโครงร่างการผลิต (Storyboard) รูปแบบการถ่ายทำ นักแสดง เทคนิคทางภาพ สถานที่ถ่ายทำ แผนการดำเนินงานจริง เป็นต้น ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบก่อนการผลิต

๖.๘ การทำ YouTube Marketing สำหรับวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านทางช่องทาง YouTube ของสสพ. เพื่อเพิ่มยอดปริมาณการเข้าชม (Traffic), การเพิ่มยอดการปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (Boost), การทำให้รายการปรากฏบนหน้า Google Search หรือบนแท็บค้นหาข้อมูลใน YouTube, การทำ YouTube SEO สำหรับวิดีโอที่ผลิตจำนวน ๕ ชิ้นงาน (ตามข้อ ๖.๒) เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มปริมาณการรับรู้จากในและต่างประเทศไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Reach/View ภายใน ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗

๖.๙ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด อาทิ ค่าพิธีกรดำเนินรายการ ค่าเดินทางไปผลิตสื่อวิดีโอของทีมงาน (กรุงเทพฯ ปริมลพหล หรือต่างจังหวัด) รวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดหาชุดที่เหมาะสมให้กับผู้ดำเนินรายการ ค่าเข้าร่วมทำกิจกรรม ค่าใช้จ่ายในการเข้าสถานที่ถ่ายทำ และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน

๖.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องผลิตวิดีโอคุณภาพสูงทั้งในด้านความคมชัดของภาพและเสียงมีการตัดต่อภาพและกราฟิกอย่างมืออาชีพ รองรับความละเอียดระดับ 4K

๖.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาทีมงานที่มีประสบการณ์ในด้านการถ่ายทำวิดีโอ ประกอบด้วยช่างภาพ/วิดีโอ, ช่างตัดต่อวิดีโอ, กราฟฟิกดีไซน์เนอร์ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์

๖.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้บรรยายพากย์เสียง และจัดทำคำบรรยายภาษาอังกฤษหรือภาษาไทยได้ภาพ โดยได้รับความยินยอมหรือเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง

๖.๑๓ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขหรือเนื้อเรื่องตามที่ผู้ว่าจ้างเสนอแนะและได้ตกลงร่วมกัน

๖.๑๔ จัดหาผู้ประสานงานประจำ อย่างน้อย ๒ คน ในฐานะแอดมินผู้รับผิดชอบหลัก โดยผู้ประสานงานประจำต้องสามารถติดต่อและประสานงานได้ตลอดเวลาการดำเนินงาน

๖.๑๕ ผู้รับจ้างต้องรายงานตัวชี้วัดความสำเร็จพร้อมทั้งทำบทวิเคราะห์สื่อวิดีโอในแต่ละชิ้น ดังนี้

- Target Audience ที่แสดงให้เห็นว่าผู้รับชมวิดีโอเป็นใคร เพศ อายุ และประเทศ โดยสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาสร้างสรรค์เป็นวิดีโอหรือ Content Marketing ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้

- Relative and absolute audience retention วัดค่าวิดีโอว่ามีผู้รับชมมากน้อยเท่าไร และมีการรับชมวิดีโอมากที่สุดในช่วงเวลาใด เพื่อวิเคราะห์และวางแผนการเผยแพร่สื่อวิดีโอในครั้งต่อไป

- Average percentage viewed วัดค่าสื่อวิดีโอ ว่ามีความน่าสนใจหรือสามารถดึงดูดผู้ชมได้มากน้อยแค่ไหน โดยการแสดงให้เห็นจำนวนยอดวิว เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงสื่อวิดีโอหรือคอนเทนต์ให้ดียิ่งขึ้น

- Audience Engagement สรุปจำนวนการรับชมวิดีโอ (Views), การเผยแพร่วิดีโอไปยังช่องทางอื่น ๆ (Shares), การกดถูกใจ หรือ ไม่ถูกใจ (Likes/Dislikes) และอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง

๖.๑๖ ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการจัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้จะต้องเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบทั้งหมด

๖.๑๗ หากในระหว่างการทำงานมีการเปลี่ยนแปลง บริษัทผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างรับทราบก่อนล่วงหน้า ๓๐ วัน โดยทีมงานที่นำมาเปลี่ยนแทนต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิม และสามารถดำเนินการต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ว่าจ้างมีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงานหากตรวจพบว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน

๖.๑๘ ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้างให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๙ ตลอดการดำเนินการบริหารกิจกรรมการจัดทำรายการ YouTube Channel ให้ผู้รับจ้างรวบรวมไฟล์ดิจิทัลทุกชิ้นงานบรรจุลง External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด โดยให้ ชื่อนำส่งมอบงานตลอดทั้งโครงการ

๖.๒๐ สามารถรับชมตัวอย่างรายการได้ที่ช่องทาง YouTube (@Businesseventsthailand) และแนวทางการสื่อสารเนื้อหาต่างๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ของสสพ.

๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

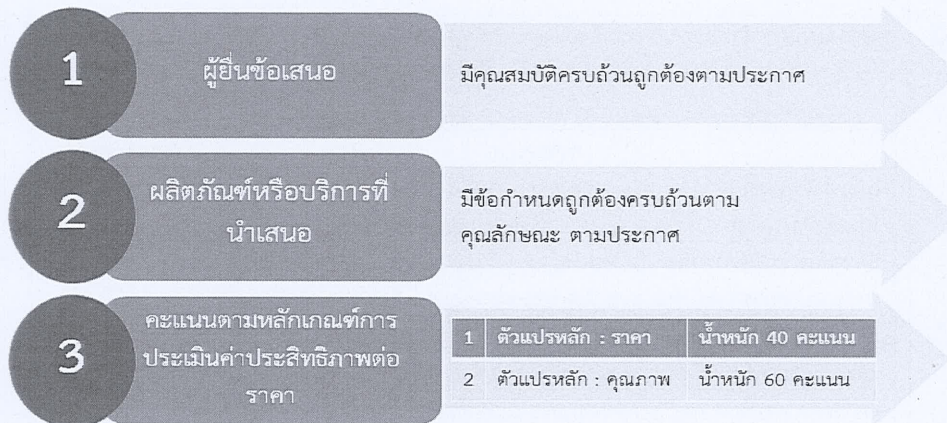
(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

ผู้ว่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนนให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน																										
ตัวแปรรองที่ ๑	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้ ๑.๑) ศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน</td><td>๐</td></tr><tr><td>มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๑ ราย</td><td>๑-๓</td></tr><tr><td>มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๒-๓ ราย</td><td>๔-๖</td></tr><tr><td>มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๔ รายขึ้นไป</td><td>๗-๑๐</td></tr></table> ๑.๒) นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</td><td>๐</td></tr><tr><td>นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ๑-๒ กลยุทธ์</td><td>๑-๕</td></tr><tr><td>นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับสำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ๓ กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับ สสพ.</td><td>๖-๑๐</td></tr></table> ๑.๓) นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์ (YouTube Marketing) เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามและรับชมรายการในช่องทาง Youtube (๑๐ คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ.</td><td>๐</td></tr><tr><td>นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ. จำนวน ๑-๒ วิธี</td><td>๑-๕</td></tr><tr><td>นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ. จำนวน ๓ วิธีขึ้นไป</td><td>๖-๑๐</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน	๐	มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๑ ราย	๑-๓	มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๒-๓ ราย	๔-๖	มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๔ รายขึ้นไป	๗-๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๐	นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ๑-๒ กลยุทธ์	๑-๕	นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับสำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ๓ กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับ สสพ.	๖-๑๐	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ.	๐	นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ. จำนวน ๑-๒ วิธี	๑-๕	นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ. จำนวน ๓ วิธีขึ้นไป	๖-๑๐	๓๐
ความหมาย	ระดับคะแนน																											
ไม่มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน	๐																											
มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๑ ราย	๑-๓																											
มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๒-๓ ราย	๔-๖																											
มีการศึกษาช่องทาง YouTube ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน ๔ รายขึ้นไป	๗-๑๐																											
ความหมาย	ระดับคะแนน																											
ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๐																											
นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่างๆ สำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ๑-๒ กลยุทธ์	๑-๕																											
นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับสำหรับผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของ สสพ. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ๓ กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับ สสพ.	๖-๑๐																											
ความหมาย	ระดับคะแนน																											
ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ.	๐																											
นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ. จำนวน ๑-๒ วิธี	๑-๕																											
นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Youtube ของ สสพ. จำนวน ๓ วิธีขึ้นไป	๖-๑๐																											

ตัวแปรครั้งที่ ๓	ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ ความพร้อมและประสบการณ์ (๒๐) ๓.๑) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ (๕ คะแนน)		๒๐
	ความหมาย	ระดับคะแนน	
	ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ	๐	
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	๑	
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	๒	
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	๓	
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	๔	
	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม้ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	๕	
	๓.๒) ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (๕ คะแนน)		
	ความหมาย	ระดับคะแนน	
	ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	๐	
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๑ โครงการ	๑	
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๒ โครงการ	๒	
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๓ โครงการ	๓	
	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๔ โครงการ	๔	
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ๕ โครงการ	๕		
๓.๓) มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (๕ คะแนน)			
ความหมาย	ระดับคะแนน		
ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ	๐		
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ ๑ โครงการ	๑		
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ ๒ โครงการ	๒		
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ ๓ โครงการ	๓		
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ ๔ โครงการ	๔		
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ที่ประสบความสำเร็จ ๕ โครงการ	๕		
๓.๔) ทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับโครงการนี้ (๕ คะแนน)			
ความหมาย	ระดับคะแนน		
ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม (กรณีมีแค่ Project Owner)	๐		
มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	๑-๕		
รวม			๑๐๐

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการ มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด

๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ: ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค

๘.๓ ผู้ว่าจ้าง พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))

๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญาถึงวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๗

๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
๑	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานที่มีรายละเอียดการนำเสนอรูปแบบ แนวทาง แนวคิด หรือเทคนิคอ้างอิงที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ โดยรายละเอียดต้องสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักและเหตุผล (Concept Design & Theme) จำนวน ๓ รูปแบบ ตามข้อ ๖.๑ ในรูปแบบไฟล์ PDF บรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๙ จำนวน ๑ ชุด	ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
๒	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของผู้ว่าจ้าง โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้า ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลบรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๙ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - รายงานความคืบหน้าการนำเสนอรูปแบบแนวคิด (Concept Design & Theme) ตามข้อ ๖.๑ - วีดิทัศน์พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาว ๕-๑๐ นาทีต่อชิ้นงาน ตามข้อ ๖.๒ - รายงานความคืบหน้าการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ตามข้อ ๖.๒ - รายงานความคืบหน้าการจัดทำสื่อโฆษณาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ (teaser) ตามข้อ ๖.๓ - รายงานความคืบหน้าการจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (Influencer) ตามข้อ ๖.๔ - รายงานความคืบหน้าการจัดทำไต่เต็ลรายการและกราฟฟิก ตามข้อ ๖.๕ - รายงานความคืบหน้าการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบวีดิทัศน์ฯ ตามข้อ ๖.๖	ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานนำเสนอการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และโครงร่างการผลิต (Storyboard) ตามข้อ ๖.๗ - รายงานความคืบหน้าการทำ YouTube Marketing สำหรับวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านทางช่องทาง YouTube เพื่อเพิ่มปริมาณการรับรู้จากในและต่างประเทศไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Reach/View ตามข้อ ๖.๘ - รายงานความคืบหน้าตัวชี้วัดความสำเร็จพร้อมทั้งทำบทวิเคราะห์สื่อวิดีโอในแต่ละชิ้นตามข้อ ๖.๑๕ - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube)	
๓	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของผู้ว่าจ้าง โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้า ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลบรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๙ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - รายงานความคืบหน้าการนำเสนอรูปแบบแนวคิด (Concept Design & Theme) ตามข้อ ๖.๑ - วิดีทัศน์พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ จำนวน ๒ ชิ้นงาน ความยาว ๕-๑๐ นาทีต่อชิ้นงาน ตามข้อ ๖.๒ - รายงานความคืบหน้าการผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ตามข้อ ๖.๒ - รายงานความคืบหน้าการจัดทำสื่อโฆษณาวิดีโอประชาสัมพันธ์ (teaser) ตามข้อ ๖.๓ - รายงานความคืบหน้าการจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (Influencer) ตามข้อ ๖.๔ (หากมี) - รายงานความคืบหน้าการจัดทำไต่เต็ลรายการและกราฟฟิก ตามข้อ ๖.๕ - รายงานความคืบหน้าการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบวิดีโอตามข้อ ๖.๖ - รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานนำเสนอการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และโครงร่างการผลิต (Storyboard) ตามข้อ ๖.๗ - รายงานการทำ YouTube Marketing สำหรับวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านทาง ช่องทาง Youtube เพื่อเพิ่มปริมาณการรับรู้จากในและต่างประเทศไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Reach/View ตามข้อ ๖.๘ ภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗ - รายงานความคืบหน้าตัวชี้วัดความสำเร็จพร้อมทั้งทำบทวิเคราะห์สื่อวิดีโอในแต่ละชิ้นตามข้อ ๖.๑๕ - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube)	ภายใน ๙๐ วันนับถัดจากวันลงนามสัญญา
๔	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง Youtube) ของผู้ว่าจ้าง โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลบรรจุลง External Hard Disk (HDD) ตามข้อ ๖.๑๙ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย - สรุปการดำเนินงานการนำเสนอรูปแบบ แนวทาง แนวคิด หรือเทคนิค อ้างอิงที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ โดยรายละเอียดต้อง	ภายในวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๗

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	สอดคล้องกับแนวคิดตาม หลักและเหตุผล (Concept Design & Theme) ตามข้อ ๖.๑ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษ จำนวน ๕ ชิ้นงาน ความยาว ๕-๑๐ นาทีต่อชิ้นงาน ตามข้อ ๖.๒ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการจัดทำสื่อโฆษณาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ (teaser) จำนวน ๕ ชิ้นงาน พร้อมออกแบบและจัดทำหน้าปกจำนวน ๑๐ ชิ้นงาน ตามข้อ ๖.๓ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (Influencer) ไม่น้อยกว่า ๒ คน ตามข้อ ๖.๔ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการจัดทำไต่เต้รายการและกราฟฟิกตามข้อ ๖.๕ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการดำเนินการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบวีดิทัศน์ฯ ตามข้อ ๖.๖ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการดำเนินงานนำเสนอการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และโครงร่างการผลิต (Storyboard) ตามข้อ ๖.๗ ตลอดทั้งโครงการ - สรุปรการทำ YouTube Marketing สำหรับวีดิทัศน์ที่เผยแพร่ผ่านทางช่องทาง YouTube เพื่อเพิ่มปริมาณการรับรู้จากในและต่างประเทศตลอดทั้งโครงการ ตามข้อ ๖.๘ - สรุปรรายงานตัวชี้วัดความสำเร็จพร้อมทั้งทำบทวิเคราะห์สื่อวีดิทัศน์ในแต่ละชิ้น ตามข้อ ๖.๑๕ ตลอดทั้งโครงการ - รายงานปัญหา อุปสรรค กรอบข้อเสนอแนะ และทางแก้ไขในการดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (ผ่านช่องทาง YouTube) ตลอดทั้งโครงการ	

สุภาพพร

๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๔ งวด โดยจะเบิกจ่ายให้หลังจากที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๑๐ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ ๔ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๓๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๔ 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

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๕. การยกเลิก

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

สุภาพพร

๑๕. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

๑๖. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๑๗. ข้อสงวนสิทธิ์

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าว จะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

๑๘. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

๑.ผลการตัดสินของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

๒.สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ

๓.หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน

๔.สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.

๕.สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ

๖.การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ มีผลบังคับใช้ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ สสพ. ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว สสพ. สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : ๑) นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ

ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

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

๒) นางสาววรรณดี ปานมงคล

ตำแหน่ง ผู้ปฏิบัติการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

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

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	กิจกรรมการจัดทำรายการ YouTube Channel		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานการตลาดดิจิทัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		3,200,000.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	11 เมษายน 2567	เป็นเงิน	3,266,362.00 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	รูปแบบ แนวทาง แนวคิด หรือเทคนิคอ้างอิงที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ โดยสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักและเหตุผล (Concept Design & Theme) จำนวน 3 รูปแบบ	150,346.67	บาท
3.2	ผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ สำหรับกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ โดยจัดทำเนื้อหาวีดิทัศน์เป็นเสียงภาษาไทย พร้อมคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษ จำนวน 5 ชิ้นงาน ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สสปน ความยาว 5-10 นาทีต่อชิ้นงาน	1,694,024	บาท
3.3	จัดทำสื่อโฆษณาวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ (teaser) ความยาวไม่ต่ำกว่า 30 วินาที จำนวน 5 ชิ้นงาน		
3.4	ออกแบบและจัดทำหน้าปกสำหรับสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 ชิ้นงาน เพื่อประชาสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ของสสปน		
3.5	จัดหาพิธีกรดำเนินรายการ (Influencer) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากที่สามารถสร้างการรับรู้วีดิทัศน์ให้เป็นที่รู้จัก ไม่น้อยกว่า 2 คน		
3.6	จัดทำไทม์ไลน์รายการและกราฟฟิกที่มีความสวยงาม ทันสมัย เข้าใจง่าย สอดรับกับเนื้อหาและมีภาพประกอบที่ทันสมัยและน่าสนใจ ดำเนินการ		

	ตัดต่อลำดับภาพวิดีโอต้นฉบับและจัดทำกราฟิกตัวอักษรให้มีความเหมาะสม		
3.7	ดำเนินการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบวิดีโอทัศน์ฯ โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง และจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ		
3.8	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของทีมงานรวมถึงพิธีกรดำเนินรายการทั้งหมด อาทิ ค่าเดินทางไปผลิตสื่อวิดีโอทัศน์ฯของทีมงาน (กรุงเทพฯ ปริมลฑล หรือต่างจังหวัด) รวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดหาชุดที่เหมาะสมให้กับผู้ดำเนินรายการ ค่าเข้าร่วมทำกิจกรรม ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ถ่ายทำ และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน		
3.9	ออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และโครงร่างการผลิต (Storyboard) รูปแบบการถ่ายทำ นักแสดง เทคนิคทางภาพ สถานที่ถ่ายทำ แผนการดำเนินงานจริง	986,549.33	บาท
3.10	การทำ YouTube Marketing สำหรับวิดีโอทัศน์ฯที่เผยแพร่ผ่านทางช่องทาง YouTube ของสสพ. เพื่อเพิ่มยอดปริมาณการเข้าชม (Traffic), การเพิ่มยอดการปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (Boost), การทำให้รายการปรากฏบนหน้า Google Search หรือบนแท็บค้นหาข้อมูลใน YouTube, การทำ YouTube SEO สำหรับวิดีโอทัศน์ฯที่ผลิตจำนวน 5 ชิ้นงาน (ตามข้อ ๖.๒) เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มปริมาณการรับรู้จากในและต่างประเทศไม่น้อยกว่า 1,000,000 Reach/View ภายใน 30 กันยายน 2567 พร้อมรายงานตัวชี้วัดความสำเร็จพร้อมทั้งบทวิเคราะห์สื่อวิดีโอทัศน์ฯในแต่ละชิ้น	338,500	บาท
3.14	Management fee	96,942	บาท
4.	แหล่งที่มีของราคากลาง		
4.1	บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด		
4.2	บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)		
4.3	บริษัท เพนตาไบต์ จำกัด		
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง		
	นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ		