



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official Line Channel ของทีเส็บ ภายใต้
โครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคา
จ้างดำเนินการจัดการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official Line Channel ของทีเส็บ ภายใต้โครงการ The New
Chapter of Thailand Digital MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ใน
การประกวดราคครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๐๖๒,๘๕๘.๖๖ บาท (สามล้านหกหมื่นสองพันแปดร้อยห้าสิบบาทหก
สิบหกสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินการจัดการจัดทำช่อง	จำนวน	๑	งาน
ทางการสื่อสาร Official Line			
Channel ของทีเส็บ 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 การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

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 ตาม

รายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ 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 โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

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

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒๕ ในวันพุธที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ทั้งนี้การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ มีผลบังคับใช้ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ สสปน. ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว สสปน. สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

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

ประกาศ ณ วันที่ ๒๖ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗



(นายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ สสปน.

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

1. ชื่อโครงการ : The New Chapter of Thailand Digital MICE
2. ชื่อกิจกรรม : กิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official Line Channel ของที่เส็บ
3. งบประมาณ : วงเงิน 3,239,900 บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
ทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว
4. หลักการและเหตุผล :

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

การขับเคลื่อนด้านการตลาดดิจิทัล ยังสอดคล้องกับ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ด้วยยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล การพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล และการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศไทย สสปน. ต้องเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรดิจิทัล โดยต้องมีการยกระดับคุณภาพการให้บริการพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของ สสปน. อย่างเหมาะสม ผ่านการบริหารจัดการเว็บไซต์ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ สสปน. และอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย

การทำตลาดดิจิทัลมีเครื่องมือทางการตลาดที่จำเป็นต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ สร้างความสัมพันธ์และสื่อสารแคมเปญต่างๆ ของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ในอนาคตเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม ความสนใจ ผ่านแพลตฟอร์มเรียกว่า LINE OA หรือ LINE Official Account เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ถูกนำมาใช้เพื่อทำการตลาดอย่างแพร่หลายทั้งในไทยและหลากหลายประเทศทั่วเอเชีย ด้วยจำนวนผู้ใช้งาน

แอปพลิเคชัน LINE ที่มีมากถึง 45 ล้านคน (ข้อมูลจากปีค.ศ. 2020) ทำให้หลาย ๆ แบนด์เริ่มหันมาใช้เครื่องมือนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งการนำ LINE Official Account เข้ามาใช้ใช้นั้น จะเป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ช่วยสร้างการรับรู้ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังตอบโจทย์ในเรื่องของการรับข้อร้องเรียนจากประชาชน หน่วยงานเอกชน อื่นๆ ผ่านช่องทาง LINE OA เพื่อตอบโจทย์การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment: ITA) สำหรับความสะดวกในการรับข้อร้องเรียน สนับสนุนการเป็นหน่วยงานดิจิทัลทั้งในด้านของ Digital Marketing และ Digital Transformation

5. วัตถุประสงค์ :

- 5.1 เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทย ผ่านการสื่อสารภาพลักษณ์ (Image and Branding) กระตุ้นให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการประชุมนานาชาติ
- 5.2 เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง และคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว
- 5.3 เพื่อให้การบริการข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์
- 5.4 มีการบริหารจัดการดิจิทัล และบุคลากรมีสมรรถนะและทักษะด้านดิจิทัล เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล สมรรถนะสูงอย่างมีธรรมาภิบาล
- 5.5 เพื่อรักษาและขยายฐานผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ของ สสปน. ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน :

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานดังต่อไปนี้

6.1 บริหารจัดการช่องทาง LINE Official Account: LINE OA (Account Management)

- 6.1.1 ศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมการวางแผนการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร
- 6.1.2 ดำเนินการเป็นตัวแทนในการสร้างสัญญาณระบบ LINE Official Account ของที่เสียบกับ LINE Corporation และบริหารจัดการงานระบบ LINE Official Account ของที่เสียบ ให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยทั้งหมดต้องผ่านการเห็นชอบของที่เสียบก่อนดำเนินการ
- 6.1.3 จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ LINE OA ให้เป็นที่รู้จักต่อกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป พร้อมทั้งแผนการเพิ่มผู้ติดตาม LINE OA ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 1 แผนงาน
- 6.1.4 อัปเดตข้อมูล นำเข้าเนื้อหา กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ และข้อมูลสำคัญอื่นๆ ของที่เสียบเป็นภาษาไทย
- 6.1.5 พัฒนารูปแบบการแสดงผลและปรับปรุงคุณสมบัติ (Features) ต่างๆที่เหมาะสมและมีประโยชน์ โดยคำนึงถึงการให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อกลุ่มเป้าหมายและง่ายต่อการใช้งาน และสอดคล้องกับแผนการตลาดดิจิทัลขององค์กร

- 6.1.6 ดำเนินการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม โดยสามารถใส่ลิงก์เว็บไซต์หรือช่องทางเพื่อให้คลิกไปยังหน้านั้นๆ ได้ หรือเมนูเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแคมเปญต่าง ๆ (Rich Message OA) จำนวน 40 ชิ้นงานหรือมากกว่า
 - 6.1.7 ดำเนินการออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) โดยสามารถตั้งค่าปุ่มให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ทันที และสามารถกำหนดได้ว่า ต้องการให้ผู้ติดตามกดแล้วไปที่เมนูหรือช่องทางใด เช่น เมนูสำหรับสอบถามข้อมูล หรือ เมนูเลือกดูข้อมูลการจัดงานต่างๆ ผ่าน Line Rich Menu จำนวน 3 ชิ้นงาน
 - 6.1.8 ดำเนินการออกแบบสำหรับ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม กดเข้ามาที่แชทไลน์ ทั้งแบบแนวนั่ง แนวนอน และแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตามความเหมาะสม และสามารถใส่ลิงก์ได้เหมือนกับ LINE Rich Message เพื่อให้ผู้ติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์/ข้อมูล ที่ต้องการได้ จำนวน 15 ชิ้นงานหรือมากกว่า
 - 6.1.9 ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ เพื่อให้สามารถเลือกดูข้อมูลได้ด้วยการปัดภาพไปด้านข้าง Card Message เช่น การโปรโมทสถานที่ประชุมงานอีเวนท์ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 ชิ้นงาน
 - 6.1.10 ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Greeting Message ข้อความทักทายที่จะ Pop-Up ขึ้นเมื่อมีการเพิ่มการติดตาม (Add Friend) Line Official Account เป็นครั้งแรก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี
 - 6.1.11 ดำเนินการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) ตั้งค่าแชทบอทให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยวางแผนร่วมกับทีเส็บเพื่อกำหนด Keyword จากคำถามที่ลูกค้ามักถามบ่อยๆ เช่น การขอรับการสนับสนุน, ข้อมูลการติดต่อ เพื่อให้ระบบตอบคำถามกลับอัตโนมัติได้ทันที
 - 6.1.12 ดำเนินการวางแผนจัดการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) โดยประยุกต์ข้อความที่จะส่งให้เหมาะสมกับเป้าหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสาร นำเสนอแคมเปญต่างๆ
- 6.2 การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ช่องทาง LINE Official Account
 - 6.2.1 วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมระยะเวลาของโครงการโดยจัดทำเป็นแผนระยะยาวและแผนระยะรายเดือน โดยต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 10,000 ผู้ติดตามภายใน 30 กันยายน 2567
 - 6.2.2 ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเป็นกลุ่ม เช่น อายุ เพศ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และระยะเวลาที่ติดตามช่องทาง เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อความโปรโมชัน แคมเปญ หรือโฆษณาต่างๆ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เลี่ยงการปิดกั้นหรือบล็อกข้อความจากการส่งไปผิดกลุ่มเป้าหมาย หรือทำให้ผู้ใช้ Line เกิดความรู้สึกในเชิงลบกับช่องทางของ สสพน.
 - 6.2.3 ศึกษาและคิดแคมเปญเพื่อตอบโจทยกลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE Official Account เพิ่มขึ้น จำนวน 3 แคมเปญ
 - 6.3 การดูแลระบบหลังบ้าน (Back-Office Access) ช่องทาง LINE Official Account
 - 6.3.1 บำรุงรักษาระบบเข้าถึงข้อมูลหลังบ้าน (Back-Office Access) เพื่อให้แอดมินของ สสพน. สามารถแก้ไขข้อมูลได้ในลักษณะที่เข้าใจได้ง่าย โดยสามารถสร้างเนื้อหา เพิ่มข้อมูล ข่าวประกาศ หรือรูปภาพ

- กิจกรรมต่างๆ การกำหนดสิทธิในการดูแลหรือแก้ไขหน้าเพจ (Admin) การเพิ่มผู้ใช้เข้ามาในระบบ พร้อมทั้งสิทธิในการเข้าถึงระบบหลังบ้าน ให้มีความสะดวกและง่ายในการจัดการด้วยตนเองได้
- 6.3.2 จัดหาผู้ดูแลระบบอย่างน้อย 1 คน โดยมีหน้าที่ดูแลระบบ LINE Official Account สนับสนุนการนำเข้า/แก้ไขข้อมูล และสนับสนุนการตอบคำถามข้อมูลจากผู้ติดตาม ภายใน 24 ชั่วโมง และต้องเป็นผู้ที่สามารถดำเนินการได้ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ
- 6.4 ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งานผ่านระบบ LINE Official Account ของที่เสียบอย่างน้อย 50 ราย โดยจัดทำแบบประเมินออนไลน์ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ พร้อมทำการวิเคราะห์และสรุปผลเป็นรายงาน พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานของปีงบประมาณถัดไป
- 6.5 รายงานประจำเดือน
- 6.5.1 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานกิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Line Official Account: LINE OA ของ สสพ.
- 6.5.2 จัดทำรายงานสถิติผู้ติดตามช่องทาง LINE Official Account และพฤติกรรม (User Journey) การใช้งานของผู้ติดตาม
- 6.5.3 จัดทำรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE Official Account รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม, การตอบกลับ,
- 6.5.4 รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป
- 6.6 จัดประชุมอัปเดตแผนงานรายเดือนร่วมกับ สสพ. เพื่อรายงานความคืบหน้า และผลการดำเนินงานสำหรับการบริหารช่องทาง LINE Official Account และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สสพ. โดยทีมงานต้องสามารถรับกลยุทธ์ตามคำแนะนำของ สสพ. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามตัวชี้วัดของโครงการฯ
- 6.7 ผลงานทุกชิ้นภายใต้การดำเนินโครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ สสพ. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ สสพ. และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป ให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ เป็นต้น โดยผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลได้ ในกรณีที่ สสพ. ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ
- 6.8 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน หากในระหว่างการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงทีมงาน ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ สสพ. รับทราบก่อนล่วงหน้า 5 วันทำการ โดยทีมงานที่นำมาทดแทนต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิมตามที่นำเสนอก่อนการเริ่มงานโดย สสพ. มีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงานหากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน
- 6.9 ผู้รับจ้างต้องศึกษาและทำความเข้าใจในการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment – ITA) เพื่อพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์และการนำเสนอข้อมูลของเว็บไซต์ให้สอดคล้องตามหลักการประเมิน
- 6.10 ผู้รับจ้างต้องศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยจัดทำ Privacy Policy รวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ และนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องถูกต้องตามพระราชบัญญัติ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- 6.11 หากเกิดปัญหาการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างต้องรายงานให้ทาง สสปน. รับทราบในทันที และดำเนินการแก้ปัญหาให้เรียบร้อยภายใน 24 ชั่วโมง
- 6.12 ผู้รับจ้างจะต้องไม่นำข้อมูลหรือชิ้นงานที่ได้จากการดำเนินโครงการนี้ไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใด นอกเหนือจากโครงการนี้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สสปน. เป็นลายลักษณ์อักษร
- 6.13 เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ผู้รับจ้างต้องทำหน้าที่บำรุงรักษา ช่องทาง LINE Official Account (Maintenance Service Agreement: MA) ให้สามารถตอบสนองการให้บริการและแสดงผลอย่างสมบูรณ์ต่อเนื่อง เป็นระยะเวลา 6 เดือนหลังจากจบโครงการ
- 6.14 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล
- ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลให้เพิ่มขอบเขตงานดังนี้
- 6.14.1 ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- 6.14.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงาน เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

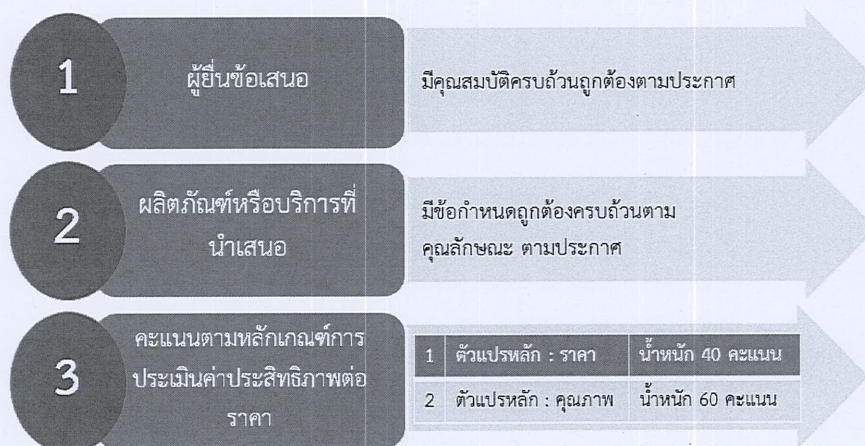
7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

สสปน. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนนให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้	
	1.1) ศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน (10 คะแนน)	

ตัวแปรครั้งที่ 2

ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ (50 คะแนน)

2.1) นำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการปิดข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (20 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการปิดข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0
นำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการปิดข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	1-20

2.2) นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสป. (15 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสป.	0
นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสป. จำนวน 1 เทคนิค	1-7
นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสป. จำนวน 2 เทคนิคขึ้นไป	8-15

2.3) นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ (15 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่	0
นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ 1 เทคนิค	1-5
นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ 2 เทคนิค	6-10
นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ 3 เทคนิคขึ้นไป	11-15

50

ตัวแปรครั้งที่ 3

ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ความพร้อมและประสบการณ์ (20)	
3.1) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ (5 คะแนน)	
ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ	0
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	1
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	2
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	3
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	4
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	5
3.2) ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (5 คะแนน)	
ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	0
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 1 โครงการ	1
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 2 โครงการ	2
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 3 โครงการ	3
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 4 โครงการ	4
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 5 โครงการ	5
3.3) มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ LINE OA ที่ประสบความสำเร็จ เช่น การเพิ่มผู้ติดตามช่องทาง LINE OA, ยอด Engagement (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (5 คะแนน)	
ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ	0
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 1 โครงการ	1
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 2 โครงการ	2
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 3 โครงการ	3
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 4 โครงการ	4
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 5 โครงการ	5
3.4) ทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับโครงการนี้ (5 คะแนน)	
ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม (กรณีมีแค่ Project Owner)	0
มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	1-5

20

รวม

100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจ และเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอทางเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสพ.พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญาถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2567

10. การส่งมอบงาน :

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสพ.ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงาน (Inception Report) การบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย - แผนบริหารจัดการช่องทาง LINE Official Account: LINE OA (AccountManagement) (ขอบเขตงานข้อ 6.1) - แผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2)	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
2	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า (Progress Report) การบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA โดยส่งมอบรายงานรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย 2.1 รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1) รายละเอียด ดังนี้	ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- ดำเนินการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม (Rich Message OA) จำนวน 10 ชิ้นงาน (ขอบเขตงานข้อ 6.1.6) - รายงานการออกแบบสำหรับเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) จำนวน 1 ชิ้นงาน (ขอบเขตงานข้อ 6.1.7) - รายงานการออกแบบ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม (ขอบเขตงานข้อ 6.1.8) จำนวน 5 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ (ขอบเขตงานข้อ 6.1.9) จำนวน 5 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Greeting Message (ขอบเขตงานข้อ 6.1.10) - รายงานการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12) 2.2 รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้ - รายงานความคืบหน้าการเพิ่มผู้ติดตามช่องทาง LINE Official Account และพฤติกรรม (User Journey) การใช้งานของผู้ติดตาม (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1-6.2.2) - รายงานความคืบหน้าการจัดทำแคมเปญเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE Official Account เพิ่มขึ้น จำนวน 1 แคมเปญ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.3) - รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE Official Account รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ - รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป	
3	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า (Progress Report) การบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA โดยส่งมอบรายงานรูปแบบเอกสาร จัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย	ภายในวันที่ 30 กันยายน 2567

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	3.1 รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1) รายละเอียด ดังนี้ - ดำเนินการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม (Rich Message OA) จำนวน 10 ชิ้นงาน (ขอบเขตงานข้อ 6.1.6) - รายงานการออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) จำนวน 1 ชิ้นงาน (ขอบเขตงานข้อ 6.1.7) - รายงานการออกแบบ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม (ขอบเขตงานข้อ 6.1.8) จำนวน 5 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ (ขอบเขตงานข้อ 6.1.9) จำนวน 15 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Greeting Message (ขอบเขตงานข้อ 6.1.10) - รายงานการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12) 3.2 รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้ - รายงานความคืบหน้าการเพิ่มผู้ติดตามช่องทาง LINE Official Account รวมแล้วจำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 ผู้ติดตาม (ภายใน 30 กันยายน 2567) (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1) - รายงานความคืบหน้าการจัดทำแคมเปญเพื่อตอบโจทยกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE Official Account เพิ่มขึ้น จำนวน 1 แคมเปญ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.3) - รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE Official Account รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ - รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป	

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
4	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ (Final Report) โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA จัดพิมพ์สีภาษาไทย พร้อมลงบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย - รายงานสรุปการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1.1) - รายงานสรุปการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม (Rich Message OA) จำนวน 40 ชิ้นงาน (ขอบเขตงานข้อ 6.1.6) - รายงานสรุปการออกแบบสำหรับเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) จำนวน 3 ชิ้นงาน (ขอบเขตงานข้อ 6.1.7) - รายงานสรุปการออกแบบสำหรับ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม (ขอบเขตงานข้อ 6.1.8) จำนวน 15 ชิ้นงาน - รายงานสรุปการออกแบบสำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ (ขอบเขตงานข้อ 6.1.9) จำนวน 30 ชิ้นงาน - รายงานการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12) รายงานสรุปการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้ - รายงานสรุปสถิติผู้ติดตามช่องทาง LINE Official Account รวมแล้วจำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 ผู้ติดตาม ภายใน 30 กันยายน 2567 (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1) - รายงานสรุปการจัดทำแคมเปญเพื่อตอบโจทยกลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE Official Account เพิ่มขึ้น จำนวน 3 แคมเปญ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.3) - รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE Official Account รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) - รายงานสรุปข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป	ภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2567

กรณี	รายละเอียดของหลักประกัน	กำหนดการปล่อย
	- ส่งมอบรายงานผลสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งาน LINE Official Account: Line OA (ตามขอบเขตงานข้อ 6.4) - ส่งมอบผลงานทั้งหมดตามที่ระบุในขอบเขตงานให้กับทาง สสพ. ทั้งข้อมูลการ Login รวมไปถึงข้อมูลระบบทางเทคนิคต่าง ๆ	

11. เงื่อนไขการชำระเงิน :

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 4 งวดดังนี้

- งวดที่ 1 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- งวดที่ 2 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 25 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- งวดที่ 3 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 25 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- งวดที่ 4 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ :

สสพ.กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้าง/สสพ. เสร็จสิ้น

15. การยกเลิก

สสพ. สงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสพ. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสพ. เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสพ. ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อเสนอสิทธิ

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

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบต่อความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินของ สสปน.ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสปน.ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. สสปน.ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสปน.โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสปน.ก่อน
4. สสปน.ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสปน.
5. สสปน.ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกให้ดำเนินการ
6. การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีผลบังคับใช้ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ สสปน. ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว สสปน. สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ :

1. นางสาว จุฑาทิพย์ สุพรรณครุฑ

ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

Email: jutathip_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6017

2. นางสาว ชญานันท์ ไชยสอาด

ตำแหน่ง ผู้จัดการ ส่วนงานการตลาดดิจิทัล

Email: chayanant_c@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6064

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ	กิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official Line Channel ของทีเส็บ		
หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานการตลาดดิจิทัล		
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		3,239,900.00	บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง	11 เมษายน 2567	เป็นเงิน	3,062,858.66 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	บริหารจัดการช่องทาง LINE Official Account: LINE OA (Account Management)	140,483.33	บาท
3.2	ดำเนินการเป็นตัวแทนในการสร้างสัญญาณระบบ LINE Official Account ของทีเส็บกับ LINE Corporation และบริหารจัดการงานระบบ LINE Official Account ของทีเส็บให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ	170,933.33	บาท
3.3	ออกแบบดีไซน์พร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม โดยสามารถใส่ลิงค์เว็บไซต์หรือช่องทางเพื่อให้คลิกไปยังหน้านั้นๆ ได้ หรือกดเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแคมเปญต่าง ๆ (Rich Message OA) จำนวน 40 ชิ้นงานหรือมากกว่า	313,200.00	บาท
3.4	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับเมนูลิ้นคานล่าง (Line Rich Menu) โดยสามารถตั้งค่าปุ่มให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ทันที และสามารถกำหนดได้ว่าต้องการให้ผู้ติดตามกดแล้วไปที่เมนูหรือช่องทางใด เช่น ปุ่มสำหรับสอบถามข้อมูล หรือ กดเลือกดูข้อมูลการจัดงานต่างๆ ผ่าน Line Rich Menu จำนวน 3 ชิ้นงาน	45,910.00	บาท
3.5	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม กดเข้ามาที่แชทไลน์ ทั้งแบบแนวนตั้ง แนวนอน และแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสตามความเหมาะสม และสามารถใส่ลิงค์ได้เหมือนกับ LINE Rich Message เพื่อให้ผู้ติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์/ข้อมูล ที่ต้องการได้ จำนวน 15 ชิ้นงานหรือมากกว่า	256,400.00	บาท

3.6	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ เพื่อให้สามารถเลือกดูข้อมูลได้ด้วยการบิดภาพไปด้านข้าง Card Message เช่น การโปรโมทสถานที่ประชุม งานอีเวนต์ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 ชิ้นงาน	251,116.67	บาท
3.7	การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ช่องทาง LINE Official Account วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมระยะเวลาของโครงการโดยจัดทำเป็นแผนระยะยาวและแผนระยะรายเดือน โดยต้องมีผู้ติดตามไม่ต่ำกว่า 10,000	1,016,000.00	บาท
3.8	แคมเปญเพื่อตอบโต้กลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE Official Account เพิ่มขึ้น จำนวน 3 แคมเปญ	322,383.33	
3.9	จัดหาผู้ดูแลระบบอย่างน้อย 1 คน โดยมีหน้าที่ดูแลระบบ LINE Official Account สนับสนุนการนำเข้า/แก้ไขข้อมูล และสนับสนุนการตอบคำถามข้อมูลจากผู้ติดตาม ภายใน 24 ชั่วโมง และต้องเป็นผู้ที่สามารถดำเนินการได้ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ	206,666.67	บาท
3.10	การดูแลระบบหลังบ้าน (Back-Office Access) ของทาง LINE Official Account	74,866.67	บาท
3.11	ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และขอคิดเห็นจากผู้ใช้งานผ่านระบบ LINE Official Account ของที่เสียบอย่างน้อย 50 ราย โดยจัดทำแบบประเมินออนไลน์ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ	21,366.67	บาท
3.12	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Greeting Message	2,496.66	บาท
3.13	รายงานความคืบหน้าประจำเดือน	57,066.67	บาท
3.14	Cover Photo สำหรับ Account Profile	2,496.66	บาท
3.15	Management Fee	181,472.00	บาท
4.	แหล่งที่มีของราคากลาง		
4.1	บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด		
4.2	บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)		
4.3	บริษัท พีที แอนด์ พี อินเทอร์เน็ตซันแนล มาร์เก็ตติ้ง (2011) จำกัด		
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง		
	นางสาวจุฑาทิพย์ สุพรรณครุฑ		