

ต้นฉบับ

สัญญาจ้างดำเนินกิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official Line Channel ของทีเส็บ
ภายใต้โครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE

สัญญาเลขที่ ๖๗-๐๔๙

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้น ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) หรือ
สสปน. เลขที่ ๘๘๘ อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น ๒๕ และ ชั้น ๒๖ ถนนพระราม ๑ แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๗ ระหว่าง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดย นายจิรุตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการ สสปน. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้
เรียกว่า "ผู้จ้าง" ฝ่ายหนึ่ง กับ

บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด ซึ่งจะทะเบียนเป็นนิตบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนทุนส่วนบริษัท
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ เลขที่ ๑๙๑ ซอยสุขุมวิท ๕๓ (ไปดี-มาดี) แขวง
คลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดย นางสาวสิรัชชา ธรรมรักษ์ ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิตบุคคลปรากฏ
ตามหนังสือรับรองของ ๕๗๐๐๔๑๒๒๐๓๑๒๗๘๗ ลงวันที่ ๒๗ เมษายน ๒๕๖๗ และหนังสือมอบอำนาจลงวันที่ ๓๐
พฤษภาคม ๒๕๖๗ แบบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้รับจ้าง" ฝ่ายเดียวกัน
คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้จ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงาน ดำเนินกิจกรรมการจัดทำช่องทางการ
สื่อสาร Official Line Channel ของทีเส็บ ภายใต้โครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE ตาม
ข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญาร่วมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา

ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ ชนิดใด
เพื่อใช้ในงานจ้างตามสัญญานี้

ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑ ผนวก ๑ ข้อกำหนดงาน จำนวน ๑๖ (สิบหก) หน้า

Legal



๒.๒ ผนวก ๒ ข้อเสนอทางเทคนิค จำนวน ๒๒ (ยี่สิบสอง) หน้า

๒.๓ ผนวก ๓ ข้อเสนอทางด้านราคา จำนวน ๑ (หนึ่ง) หน้า

๒.๔ ผนวก ๔ หนังสือมอบอำนาจ หนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัทของผู้รับจ้างออกให้โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในทะเบียนภาคีมูลค่าเพิ่ม และหลักฐานการจดทะเบียนอื่นๆ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจกระทำการแทนบริษัท จำนวน ๑๐ (สิบ) หน้า

ความได้ในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้รับจ้าง คำวินิจฉัยของผู้รับจ้างให้ถือเป็นที่สุด และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าจ้าง หรือค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมจากผู้รับจ้างทั้งสิ้น

ข้อ ๓. หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในขณะทำสัญญานี้ผู้รับจ้างได้นำหลักประกันเป็น แคชเชียร์เช็ค เลขที่ ๑๗๐๘๘๙๔๕ ธนาคารกสิกรไทย เป็นจำนวนเงิน ๑๕๕๘๗๗๒๐ บาท (หนึ่งแสนสี่หมื่นห้าพันสี่ร้อยเจ็ดบาทยี่สิบสตางค์) ซึ่งเท่ากับร้อยละ ๕ (ห้า) ของราคาก่อจ้างตามสัญญา นามของให้แก่ผู้รับจ้างเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญานี้

กรณีผู้รับจ้างใช้หนังสือค้ำประกันมาเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา หนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะต้องออกโดยธนาคารที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือโดยบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งไว้ในที่ทราบตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดหรืออาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้ และจะต้องมีอายุการค้ำประกันตลอดไปจนกว่าผู้รับจ้างพ้นข้อผูกพันตามสัญญานี้

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมายกให้ตามวรรคหนึ่ง จะต้องมีอายุครอบคลุมความรับผิดทั้งปวงของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ถ้าหลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมาอยู่ให้ดังกล่าวลดลงหรือเสื่อมค่าลง หรือมีอายุไม่ครอบคลุมถึงความรับผิดของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ไม่ว่าด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม รวมถึงกรณี ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเป็นเหตุให้ระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวันครบกำหนดความรับผิดในความชำรุดบกพร่องตามสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเกิดขึ้นคราวใด ผู้รับจ้างต้องหาหลักประกันใหม่หรือหลักประกันเพิ่มเติมใหม่มีจำนวนครบถ้วนตามวรรคหนึ่งนำมาอยู่ให้แก่ผู้รับจ้างภายใน ๑๕ (สิบห้า) วัน นับตั้งจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้รับจ้าง

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมาอยู่ไว้ตามข้อนี้ ผู้รับจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้าง โดยไม่มีดอกเบี้ย เมื่อผู้รับจ้างพนจากข้อผูกพัน และความรับผิดทั้งปวงตามสัญญานี้แล้ว

Legal

ข้อ ๔ ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวนเงิน ๒,๘๐๙,๕๔๔.๐๐ บาท (สองล้านเก้าแสนเก้าพันห้าร้อยสี่สิบสี่บาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน ๑๙๐,๓๔๔.๐๐ บาท (หนึ่งแสนเก้าหมื่นสามร้อยสี่สิบสี่บาทถ้วน) ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวดๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๑๕ (สิบห้า) ของราคากำไรทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๔๓๖,๔๓๑.๖๐ บาท (สี่แสนสามหมื่นหกพันสี่ร้อยสามสิบเอ็ดบาทหกสิบสตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๑ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบงานจ้างตามข้อ ๑ ໄວ่โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๒๕ (ยี่สิบห้า) ของราคากำไรทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๗๗๗,๗๗๖.๐๐ บาท (เจ็ดแสนสองหมื่นเจ็ดพันสามร้อยแปดสิบบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๒ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๖ สิงหาคม ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบงานจ้างตามข้อ ๑ ໄວ่โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดที่ ๓ ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๒๕ (ยี่สิบห้า) ของราคากำไรทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๗๗๗,๗๗๖.๐๐ บาท (เจ็ดแสนสองหมื่นเจ็ดพันสามร้อยแปดสิบบาทถ้วน) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน และส่งมอบงานครั้งที่ ๓ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบงานจ้างตามข้อ ๑ ໄວ่โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

งวดสุดท้าย ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง ในอัตราร้อยละ ๓๕ (สามสิบห้า) ของราคากำไรทั้งหมดคิดเป็นเงินจำนวน ๑,๐๑๔,๓๔๐.๔๐ บาท (หนึ่งล้านหนึ่งหมื่นแปดพันสามร้อยสี่สิบบาทสี่สตางค์) เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญาและส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๗ และผู้ว่าจ้างได้ตรวจสอบงานจ้างตามข้อ ๑ ໄວ่โดยครบถ้วนแล้ว รายละเอียดตามผนวก ๑ และผนวก ๓

ข้อ ๕. เงินค่าจ้างล่วงหน้า

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงิน - บาท ซึ่งเท่ากับร้อยละ - ของราคากำไร ตามสัญญาที่ระบุไว้ ในข้อ ๔

เงินค่าจ้างล่วงหน้าดังกล่าวจะจ่ายให้ภายหลังจากที่ผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าเป็น.....-.....เต็มตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นให้แก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องออกใบเสร็จรับเงินค่าจ้างล่วงหน้า ตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้ และผู้รับจ้างตกลงที่จะกระทำการเงื่อนไขอันเกี่ยวกับการใช้จ่ายและการใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้น ดังต่อไปนี้

Legal

๕.๓ ผู้รับจ้างจะใช้เงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามสัญญา เท่านั้น หากผู้รับจ้างใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นในทางอื่น ผู้ว่าจ้าง อาจจะเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๔ เมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง ผู้รับจ้างต้องแสดงหลักฐานการใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อ พิสูจน์ว่าได้เป็นไปตามข้อ ๕.๑ ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหาก ผู้รับจ้างไม่อาจแสดงหลักฐานดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน ผู้ว่าจ้างอาจเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืน จากผู้รับจ้าง หรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๕ ในการจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามข้อ ๕ ผู้ว่าจ้างจะหักคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า ในแต่ละงวดเพื่อชดใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้จำนวนครึ่ง - ของจำนวนเงินค่าจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจำนวน เงินที่หักไว้จะครบตามจำนวนเงินที่หักค่าจ้างล่วงหน้าที่ผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว ยกเว้นค่าจ้างงวดสุดท้ายจะหักไว้เป็น จำนวนเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือทั้งหมด

๕.๖ เงินจำนวนใดๆ ก็ตามที่ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อชำระหนี้หรือเพื่อ ชดใช้ความรับผิดต่างๆ ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากเงินค่าจ้างงวดที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก่อนที่จะหักชดใช้ คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า

๕.๗ ในการณ์ที่มีการบอกเลิกสัญญา หากเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือเกินกว่าจำนวนเงินที่ ผู้รับจ้างจะได้รับหลังจากหักชดใช้ในกรณีอื่นแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายคืนเงินจำนวนที่เหลือนั้นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๗ (เจ็ด) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

๕.๘ ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างต่อเมื่อผู้ว่าจ้าง ได้หักเงินค่าจ้างไว้ครบจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามข้อ ๕.๓ และ เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิขอคืน หลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าบางส่วนให้แก่ผู้รับจ้างก่อนได้

(๑) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้บับเดียว หากผู้ว่าจ้าง ได้หักเงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในส่วนที่ผู้ว่าจ้างได้หัก เงินค่าจ้างล่วงหน้าไปแล้วนั้น โดยผู้รับจ้างจะต้องนำหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าฉบับใหม่ที่มีมูลค่า เท่ากับเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลืออยู่มาวางให้แก่ผู้ว่าจ้าง

(๒) กรณีผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้หลายฉบับ ซึ่งแต่ละ ฉบับมีมูลค่าเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่ผู้ว่าจ้างจะต้องหักไว้ในแต่ละงวด หากผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้าง ล่วงหน้าในงวดใดแล้ว ผู้รับจ้างมีสิทธิขอคืนหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าในงวดนั้นได้



ข้อ ๖ กำหนดเวลาแล้วเสร็จและสิทธิของผู้ว่าจ้างในการบอกรเลิกสัญญา

ผู้รับจ้างต้องเริ่มทำงานที่รับจ้างภาย ในวันที่ ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๗ และจะต้องทำงานให้แล้วเสร็จบริบูรณ์ภาย ในวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๗ ถ้าผู้รับจ้างมีได้ลงมือทำงานภาย ในกำหนดเวลา หรือไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีเหตุให้ชื่อได้ว่าผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภาย ในกำหนดเวลา หรือจะแล้วเสร็จล่าช้าเกินกว่ากำหนดเวลา หรือผู้รับจ้างทำผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือตกเป็นผู้ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือตกเป็นผู้ล้มละลาย หรือเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตรวจสอบสุดผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะบอกรเลิกสัญญานี้ได้ และมีสิทธิจ้างผู้รับจ้างรายใหม่เข้าทำงานของผู้รับจ้างให้คล่องไประดับด้วย การใช้สิทธิบอกรเลิกสัญญานี้ไม่กระทบสิทธิของผู้ว่าจ้างที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้รับจ้าง

การที่ผู้ว่าจ้างไม่ใช้สิทธิบอกรเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิดตามสัญญา

ข้อ ๗ ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่ ในกรณีที่มีการบอกรเลิกสัญญาตามข้อ ๖ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการจ้างนี้ ภาย ในกำหนด ๓๐ (สามสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรับทำการแก้ไข ให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในกรณีทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างไม่กระทำการดังกล่าวภาย ในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้อุகค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น

ในกรณีเร่งด่วนจำเป็นต้องรื้นแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายโดยเร็ว และไม่อาร桔ให้ผู้รับจ้างแก้ไขในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งได้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิเข้าจัดการแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ซ่อมแซมความชำรุดบกพร่องหรือเสียหาย โดยผู้รับจ้าง ต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมด

การที่ผู้ว่าจ้างทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นแทนผู้รับจ้าง ไม่ทำให้ผู้รับจ้าง หลุดพ้นจากความรับผิดตามสัญญา หากผู้รับจ้างไม่ชดใช้ค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายตามที่ผู้ว่าจ้างเรียกร้องผู้ว่าจ้างมีสิทธิบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้



Legal
&
ผู้จัด



ข้อ ๘ การจ้างซ่อม

ผู้รับจ้างจะต้องไม่รายงานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไป้างซ่อมอีกทดสอบนึง เว้นแต่ การจ้างซ่อมงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างซ่อมงานแต่ บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะ ยังคงต้องรับผิดในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างซ่อม หรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างซ่อม นั้นๆ ทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไป้างซ่อมงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระ ค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของเงินของงานที่จ้างซ่อมตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัด สิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกรอเลิกสัญญา

ข้อ ๙ ความรับผิดของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยันตรายใดๆ อันเกิดจากการ ปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง และ จากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างซ่อมด้วย (ถ้ามี)

ความเสียหายใดๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัยก็ตาม ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยช่อง章程ให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง เว้นแต่ความ เสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ความรับผิดของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้าง ได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างคงต้องรับผิดเพียงในกรณีชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหาย ดังกล่าวในข้อ ๗ เท่านั้น

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของ ผู้รับจ้าง หรือลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง รวมถึงผู้รับจ้างซ่อม (ถ้ามี) ตามสัญญานี้ หากผู้ว่าจ้างลูกเรียกร้องหรือ ฟ้องร้องหรือต้องขอใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใดๆ เพื่อให้มีการร่วมด้วย แก้ต่างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งผู้รับจ้างจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้นๆ ตลอดจนค่าใช้จ่าย ใดๆ อันเกิดจากการภูมิเรียกร้องหรือภูมิฟ้องร้องให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที

ข้อ ๑๐ การจ่ายเงินแก่ลูกจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกจ้างที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญากับลูกจ้างดังกล่าว



ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอื่นใดแก่ลูกจ้างดังกล่าวในวาระหนึ่ง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกจ้างของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้อ้วนผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีประกันภัยสำหรับลูกจ้างทุกคนที่จ้างมาทำงาน โดยให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง รวมทั้งผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตามกฎหมาย ซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยันตรายใดๆ ต่อลูกจ้างหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรรมธรรมประภันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง

ข้อ ๑๑ การตรวจรับงานจ้าง

เมื่อผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างที่ส่งมอบและเห็นว่าถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาแล้ว ผู้ว่าจ้างจะออกหลักฐานการรับมอบเป็นหนังสือไว้ให้ เพื่อผู้รับจ้างนำมาเป็นหลักฐานประกอบการขอรับเงินค่างานจ้างนั้น

ถ้าผลของการตรวจรับงานจ้างปรากฏว่างานจ้างที่ผู้รับจ้างส่งมอบไม่ตรงตามสัญญา ผู้ว่าจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับงานจ้างนั้น ในกรณีเช่นว่านี้ ผู้รับจ้างต้องทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามสัญญาด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง และระยะเวลาที่เสียไปเพราเหตุดังกล่าวผู้รับจ้างจะนำมาอ้างเป็นเหตุขอขยายเวลาส่งมอบงานจ้างตามสัญญาหรือของดหรือลดค่าปรับไม่ได้

ข้อ ๑๒ รายละเอียดของงานจ้างคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในรายละเอียดของงานจ้างโดยถ้วนแล้ว หากปรากฏว่ารายละเอียดของงานจ้างนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากการทางวิศวกรรมหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด โดยผู้รับจ้างจะคิดค่าจ้าง ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ เที่มขึ้นจากผู้ว่าจ้าง หรือขอขยายอายุสัญญาไม่ได้

ข้อ ๑๓ ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังไม่ได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราอยละ ๐.๑๐ บาท (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของราคากล่องที่ยังไม่ได้รับมอบ แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาท) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาทำงานให้ จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง



Legal
ณ

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตามข้อ ๑๕ คดี และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๔ สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อ จนแล้วเสร็จก็ได้ และในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิรับหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมด หรือบางส่วนตามแต่เห็นสมควร นอกเหนือนั้น ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่า หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินเดduct ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้

ข้อ ๑๕ การบังคับค่าปรับ ค่าเสียหาย และค่าใช้จ่าย

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่งด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม จะเป็นเหตุให้เกิดค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องชดใช้ค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยสิ้นเชิงภายใต้กำหนด ๓๐ (สามสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่ชดใช้ให้ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาดังกล่าวให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะหักเอาจากจำนวนเงินค่าจ้างที่ต้องชำระ หรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้ทันที

หากค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายที่บังคับจากเงินค่าจ้างที่ต้องชำระ หรือหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาแล้วยังไม่เพียงพอ ผู้รับจ้างยินยอมชำระส่วนที่เหลือ ที่ยังขาดอยู่จนครบถ้วนตามจำนวนค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายนั้น ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแล้วยังเหลืออยู่อีกเท่าใด ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๖ การงดหรือลดค่าปรับ หรือการขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มีเหตุเกิดจากความพิດหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากพฤติกรรมอันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดตามกฎหมาย หรือเหตุอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่ง



Legal

สีฟ้า

ออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือพฤติกรรมดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้าวทราบ เพื่อของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน ๑๕ (สิบห้า) วันนับตั้งจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง หรือตามที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าว แล้วแต่กรณี

ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิ์เรียกร้องในการที่จะของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่ กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดแจ้ง หรือผู้ว่าจ้าวทราบดี อยู่แล้วตั้งแต่ตน

การงดหรือลดค่าปรับ หรือขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในคุณพินิจของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๗ ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้รับจ้างเป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามสัญญานี้ โดยมีหน้าที่ดำเนินกระบวนการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแทนหรือในนามของผู้ว่าจ้าง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ และกฎหมายอื่น ๆ ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งต่อไปในสัญญาฉบับนี้รวมเรียกว่า “กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ทั้งที่มีผลใช้บังคับอยู่ ณ วันทำสัญญาฉบับนี้และที่จะมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงในภายหลัง โดยคุ้มครองข้อมูลและตกลงร่วมกัน ดังนี้

(๑) ผู้ว่าจ้าง ในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ตกลงมอบหมายให้ผู้รับจ้างในฐานะผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ดำเนินการเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่ได้รับรางวัลจากการกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล เบอร์โทรศัพท์ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว (ถ้ามี) เพื่อจัดส่งของรางวัลจากการร่วมกิจกรรม และเพื่อเป็นข้อมูลในการติดต่อประสานงาน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ให้แล้วเสร็จภายในกำหนดระยะเวลาตามสัญญา นี้ เว้นแต่กรณีที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายนอกได้รับการอนุมัติ

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องชี้แจงนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ตาม (๑) ทราบ โดยสามารถดูรายละเอียดได้ที่ <https://www.businesseventsthailand.com/th/policy> หรือตามเอกสารแนบท้ายสัญญานี้ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อนประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(๓) ผู้รับจ้างจะกำหนดให้การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญาฉบับนี้ถูกจำกัดเฉพาะเจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ได้รับมอบหมายและมีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความจำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้สัญญาฉบับนี้เท่านั้น

(๔) ผู้รับจ้างจะควบคุมดูแลให้เจ้าหน้าที่ และ/หรือลูกจ้าง ตัวแทนหรือบุคคลใด ๆ ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ต้องรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลด้วยมาตรฐานเดียวกัน



Legal

๙๘/๑

และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการตามที่กำหนดในสัญญาฉบับนี้เท่านั้น และจะไม่ทำซ้ำ คัดลอก ทำสำเนา บันทึกภาพข้อมูลส่วนบุคคลไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วนเป็นอันขาด เว้นแต่เป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา

(๕) ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยื่นคำร้องขอใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่อผู้รับจ้างโดยตรง ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งและส่งคำร้องดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที และดำเนินการเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ว่าจ้างในการตอบสนองต่อคำร้องของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลโดยผู้รับจ้างจะไม่เป็นผู้ตอบสนองต่อคำร้องดังกล่าวเอง เว้นแต่ ผู้ว่าจ้างจะได้มอบหมายให้ผู้รับจ้างดำเนินการเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคำร้องดังกล่าว

(๖) ผู้รับจ้างจะจัดทำและเก็บรักษาบันทึกรายการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Record of Processing) ทั้งหมดที่ผู้รับจ้าง ประมวลผลในขอบเขตของสัญญาฉบับนี้ และข้อมูลที่ระบุด้านล่าง และจะดำเนินการส่งมอบบันทึกรายการดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อสิ้นสุดสัญญา และ/หรือทันที ที่ผู้ว่าจ้างร้องขอ

(ก) ประเภทของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

(ข) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ค) ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี ในกรณีที่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร)

(ง) การโอนข้อมูลไปยังต่างประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ และเอกสารที่ระบุมาตรการป้องกันที่เหมาะสม

(จ) คำอธิบายทั่วไปของมาตรการเชิงเทคนิคและมาตรการเชิงบริหารจัดการเพื่อการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

(๗) ผู้รับจ้างจะจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสมตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนดและ/หรือตามมาตรฐานสากล โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามที่กำหนดในสัญญาฉบับนี้เป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการ洩รรค์ หรือการนำข้อมูลส่วนบุคคลเช่น ความเสียหายอันเกิดจากการละเมิด อุบัติเหตุ การลบ ทำลาย สูญหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไข เข้าถึง ใช้ เปิดเผย หรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เป็นต้น

(๘) เว้นแต่กฎหมายที่เกี่ยวข้องจะบัญญัติไว้เป็นประการอื่น ผู้รับจ้างจะทำการลบหรือทำลายหรือส่งคืน (ตามที่ สปน. แจ้ง) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ทำการประมวลผลภายใต้สัญญาฉบับนี้ภายใน ๑๕ วันนับแต่วันที่ดำเนินการประมวลผลเสร็จสิ้น หรือวันที่ สปน. และผู้รับจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิก

Legal
๑๐



สัญญาหรือให้ยกเลิกการประมวลผลตามสัญญาฉบับนี้ แล้วแต่กรณี ผู้รับจ้างต้องยืนยันการลบหรือทำลายหรือส่งคืนข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเป็นลายลักษณ์อักษรให้กับผู้ว่าจ้าง

(๙) กรณีที่ผู้รับจ้างพบพฤติกรรมใด ๆ ที่มีลักษณะที่กระทบต่อการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ที่ผู้รับจ้างประมวลผลภายใต้สัญญาฉบับนี้ ซึ่งจากอื่นให้เกิดความเสียหายจากการละเมิดอุบัติเหตุ การลบ ทำลาย สูญหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไข เข้าถึง ใช้ เปิดเผยหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างทราบโดยทันที ทันทีต้องไม่เกิน ๑๒ ชั่วโมงนับจากทราบเหตุ

(๑๐) การแจ้งถึงเหตุการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญานี้ ผู้รับจ้างจะต้องระบุถึงสาเหตุของการละเมิด และมาตรการการป้องกันปัญหาดังกล่าวมิให้เกิดซ้ำ และจะให้ข้อมูลแก่ผู้ว่าจ้างภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้กำหนด ดังต่อไปนี้

(ก) รายละเอียด ลักษณะและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นของการละเมิด

(ข) มาตรการที่ถูกใช้เพื่อบังกัน หรือลดผลกระทบของการละเมิด

(ค) ประเภทของข้อมูลส่วนบุคคลและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกละเมิด (หากมีปรากฏ)

(ง) ข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวกับการละเมิด

(๑๑) ผู้รับจ้างมีหน้าที่รักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับทราบมาเนื้อย่างเคร่งครัด

(๑๒) ผู้รับจ้างไม่สามารถจ้างช่วงบุคคลอื่นใดเพื่อการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ว่าจ้างโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่มีการอนุญาตจะเป็นการอนุญาตสำหรับผู้รับจ้างช่วงเฉพาะรายเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องลงนามในสัญญากับผู้รับจ้างช่วงภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่น้อยไปกว่าข้อกำหนดที่กำหนดต่อผู้รับจ้างตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างผลยังคงต้องรับผิดชอบผู้ว่าจ้าง สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้รับจ้างช่วง

(๑๓) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้รับจ้างในการปฏิบัติตามสัญญา จะสืบสุดลงนับแต่วันที่ปฏิบัติงานที่ตกลงเรียบร้อย หรือวันที่ผู้รับจ้าง และผู้ว่าจ้างได้ตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรให้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี อย่างไรก็ได้ การสืบสุดลงของสัญญาฉบับนี้ ไม่กระทบต่อหน้าที่ของผู้รับจ้างในการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ได้กำหนดในข้อ ๑๗ (๔) และหน้าที่รักษาความลับตามที่กำหนดในข้อ ๑๗ (๔) และข้อ ๑๗ (๑๑) ของสัญญาฉบับนี้

(๑๔) นอกเหนือจากหน้าที่ความรับผิดที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาแล้ว กรณีที่เกิดความเสียหายขึ้นจากการที่ ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้าง อันเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล หรือการปฏิบัติผิดข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดค่าเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผู้ว่าจ้าง และจะถือว่าผู้รับจ้างเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ แทนผู้ว่าจ้าง และผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบเมื่อมองดังผู้รับจ้างเป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเอง



Legal
๑๑

สูงสา.

(๑๕) หากผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างตามข้อสัญญาในส่วนข้อมูลส่วนบุคคลนี้
อย่างเคร่งครัด ผู้ว่าจ้างสามารถถอนเลิกสัญญาได้ทันที

สัญญานี้ทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความ โดย
ละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และคู่สัญญาต่าง^ๆ
ยได้อ่านแล้วและหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ.....



ผู้ว่าจ้าง

(นายจิรุตถ์ อิศรารงกุณ ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....



พยาน

(นางสาวสิริชชา ธรรมรักษ์)

ผู้จัดการ

สำนักงานการตลาดดิจิทัล
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

ลงชื่อ.....



ผู้รับจ้าง

(นางสาวสิริชชา ธรรมรักษ์)

ผู้รับมอบอำนาจ

บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD

ลงชื่อ.....



พยาน

(นางสาวพนิดา สีลาทอง)

บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด

เลขที่โครงการ ๖๗๐๔๙๓๕๕๗๗

เลขคุณสัญญา ๖๗๐๖๒๔๐๐๓๖๘๘

Legal
๑๒





อ.ส.5 ใบสัมภาระราษฎร

เลขที่ 14798

วันที่ 27 มิถุนายน 2567

เลขประจำตัว 0105561040145 เลขที่สำเนา 0
ชื่อผู้เสียภาษีอากร บริษัท วิน ดิจิตัล กรุ๊ป จำกัด

ให้ตราประทับ ผู้มีหน้าที่เสียอากร

ที่อยู่ : เลขชั้นบบระจ้าบ้าห	ชื่ออาคชา -
ห้องเลขที่ -	ชั้นที่ -
หมู่บ้าน -	-
เลขที่ 141	หมู่ที่ -
ถนน/ซอย ซอยสุขุมวิท 53 (ไปดี-นาดี)	แยก -
ถนน -	แขวง/ตำบล คลองเตยเหนือ
เขต/อำเภอ วัฒนา	จังหวัด กรุงเทพมหานคร
รหัสไปรษณีย์ 10110	

อัตรายा
เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0994000112165 เลขที่สำเนา 0
ชื่อ ลักษณ์กานง สังเสวีกานง สำเร็จการจดทะเบียนและพิธีกรรมการ (องค์กรมหาชน)

1. ได้เสียอากรแสลงเป็นผลว่าเงินสำหรับสรรพากรตามบัญชีอัตราราคาแสลงปี อัน 4
ลักษณ์กานง ลักษณ์กานง ลักษณ์กานง ลักษณ์กานง :

บาท	สต.
มูลค่าสรรพากร	2,719,200 00
ค่าอากรแสลงปี	2,720 00
เงินเดือน	0 00
รวมเงิน	2,720 00

จำนวนเงินเป็นล้านบาท (สองหลัก เจ็ดร้อยห้าสิบบาทถ้วน)
ลงนามโดย เลขที่ 022691 วันที่ 27 มิถุนายน 2567
เลขประจำตัวผู้เสียอากร อ.ส.4 คือ 0201370-23670527-1-01-000027



ใบสัมภาระราษฎรที่จะสมบูรณ์ต่อเมื่อผู้มีหน้าที่อากรแสลงปีของผู้เสียภาษีอากร
ได้ลงชื่อและลงนามในใบเสร็จรับเงินและขอแล้ว

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

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

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

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

การทำการตลาดดิจิทัลมีเครื่องมือทางการตลาดที่จำเป็นต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ สร้างความสัมพันธ์และสื่อสารแคมเปญต่างๆ ของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ในอนาคตเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม ความสนใจ ผ่านแพลตฟอร์มเรียกว่า LINE OA หรือ LINE Official Account เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ถูกนำมาใช้เพื่อทำการตลาดอย่างแพร่หลายทั่วในไทยและหลากหลายประเทศทั่วเอเชีย ด้วยจำนวนผู้ใช้งาน



แอปพลิเคชัน LINE ที่มีมากถึง 45 ล้านคน (ข้อมูลจากปีค.ศ. 2020) ทำให้หลาย ๆ แบรนด์เริ่มหันมาใช้เครื่องมือนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งการนำ LINE Official Account เข้ามาใช้งานนั้น จะเป็นการเพิ่มข่องทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง 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 เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไม่ใช่ไทย สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง แลกคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว
- 5.3 เพื่อให้การบริการข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมไม่ใช่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไม่ใช่
- 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 ศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม่ใช่ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมการวางแผนการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร
 - 6.1.2 ดำเนินการเป็นตัวแทนในการสร้างสัญญาระบบ LINE Official Account ของที่เสื้อกับ LINE Corporation และบริหารจัดการงานระบบ LINE Official Account ของที่เสื้ ให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยทั้งหมดต้องผ่านการเห็นชอบของที่เสื้ก่อนดำเนินการ
 - 6.1.3 จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ LINE OA ให้เป็นที่รู้จักต่อกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป พร้อมทั้งแผนการเพิ่มผู้ติดตาม LINE OA ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 1 แผนงาน
 - 6.1.4 อัปเดตข้อมูล นำเข้าเนื้อหา กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ และข้อมูลสำคัญอื่นๆ ของที่เสื้ เป็นภาษาไทย
 - 6.1.5 พัฒนารูปแบบการแสดงผลและปรับปรุงคุณสมบัติ (Features) ต่างๆ ที่เหมาะสมและมีประโยชน์ โดยดำเนินการให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อกลุ่มเป้าหมายและง่ายต่อการใช้งาน และสอดคล้องกับแผนการตลาด ดิจิทัลขององค์กร



ผู้รับ
จ้าง

Legal

2 กฎหมาย

- 6.1.6 ดำเนินการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม โดยสามารถใส่ลิงก์เว็บไซต์ หรือช่องทางเพื่อให้คลิกไปยังหน้านั้นๆ ได้ หรือเมนูเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแคมเปญต่างๆ (Rich Message OA) จำนวน 40 ชิ้นงานหรือมากกว่า
- 6.1.7 ดำเนินการออกแบบเมนูสัตต์ด้านล่าง (Line Rich Menu) โดยสามารถตั้งค่าปุ่มให้สามารถเข้าถึงข้อมูล ต่างๆ ได้ทันที และสามารถกำหนดได้ว่า ต้องการให้ผู้ติดตามกดแล้วไปที่เมนูหรือช่องทางใด เช่น เมนูสำหรับสอบถามข้อมูล หรือ เมนูเลือกดูข้อมูลการจัดงานต่างๆ ผ่าน Line Rich Menu จำนวน 3 ชิ้นงาน
- 6.1.8 ดำเนินการออกแบบสำหรับ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม กดเข้ามาที่แทฟไลน์ ทั้งแบบแนวตั้ง แนวนอน และแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตามความเหมาะสม และสามารถใส่ลิงก์ได้เหมือนกับ LINE Rich Message เพื่อให้ผู้ติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์/ข้อมูล ที่ต้องการได้ จำนวน 15 ชิ้นงานหรือมากกว่า
- 6.1.9 ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ เพื่อให้สามารถเลือกดูข้อมูลได้ด้วยการปัดภาพไปด้านซ้าย Card Message เช่น การโปรโมทสถานที่ประชุมงานอิเวนท์ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 ชิ้นงาน
- 6.1.10 ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Greeting Message ข้อความทักทายที่จะ Pop-Up ขึ้นเมื่อมีการเพิ่ม การติดตาม (Add Friend) Line Official Account เป็นครั้งแรก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี
- 6.1.11 ดำเนินการดูและระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) ตั้งค่าแทบทบทให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยวางแผนร่วมกับทีมเสิร์ฟเพื่อกำหนด Keyword จากคำถามที่ลูกค้ามักถามบ่อยๆ เช่น การขอรับการสนับสนุน, ข้อมูลการติดต่อ เพื่อให้ระบบตอบคำถามกลับอัตโนมัติได้ทันที
- 6.1.12 ดำเนินการวางแผนจัดการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) โดยประยุกต์ ข้อความที่จะส่งให้เหมาะสมกับเป้าหมายของอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ 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 เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อความโปรโมชั่น แคมเปญ หรือโฆษณา ต่างๆ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เลี้ยงการปิดกันหรือบล็อกข้อความจากการส่งไปติดกลุ่มเป้าหมาย หรือทำให้ลืมใช้ Line เกิดความรู้สึกในเชิงลบกับช่องทางของ สสบ.
- 6.2.3 ศึกษาและคิดแคมเปญเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง 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 สสบ. สามารถแก้ไขข้อมูลได้ในลักษณะที่เข้าใจได้ง่าย โดยสามารถสร้างเนื้อหา เพิ่มข้อมูล ข่าวประกาศ หรือรูปภาพ



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

ผู้ดูแล

3 ฤทธิพงษ์

Legal

กิจกรรมต่างๆ การกำหนดสิทธิในการดูแลหรือแก้ไขหน้าเพจ (Admin) การเพิ่มผู้ใช้เข้ามาในระบบ
พร้อมทั้งสิทธิ์ในการเข้าถึงระบบหลังบ้าน ให้มีความสะดวกและง่ายในการจัดการด้วยตนเองได้

- 6.3.2 จัดทำผู้ดูแลระบบอย่างน้อย 1 คน โดยมีหน้าที่ดูแลระบบ LINE Official Account สนับสนุนการ
นำเข้า/แก้ไขข้อมูล และสนับสนุนการตอบคำถามข้อมูลจากผู้ติดตาม ภายใน 24 ชั่วโมง และต้องเป็นผู้
ที่สามารถดำเนินการได้ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ
- 6.4 ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งานผ่านระบบ LINE Official Account ของที่เสืบอย่าง
น้อย 50 ราย โดยจัดทำแบบประเมินออนไลน์ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ พร้อมทำการวิเคราะห์และสรุปผลเป็น
รายงาน พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานของปีงบประมาณถัดไป
- 6.5 รายงานประจำเดือน
- 6.5.1 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานกิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Line
Official Account: LINE OA ของ สสปน.
- 6.5.2 จัดทำรายงานสถิติผู้ติดตามช่องทาง LINE Official Account และพฤติกรรม (User Journey) การใช้
งานของผู้ติดตาม
- 6.5.3 จัดทำรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE Official Account
รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม, การตอบกลับ,
- 6.5.4 รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบ
กลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป
- 6.6 จัดประชุมอัปเดตแผนงานรายเดือนร่วมกับ สสปน. เพื่อรายงานความคืบหน้า และผลการดำเนินงานสำหรับ
การบริหารช่องทาง LINE Official Account และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สสปน. โดยทีมงานต้องสามารถปรับ
กลยุทธ์ตามความเหมาะสมของ สสปน. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามตัวชี้วัดของโครงการฯ
- 6.7 ผลงานทุกชิ้นภายใต้การดำเนินโครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ สสปน. และ
พร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป ให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมี
ประสิทธิภาพ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ เป็นต้น
โดยผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลได้ ในกรณีที่ สสปน. ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการ
ทำงานในโครงการฯ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ
- 6.8 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอที่มงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน หากใน
ระหว่างการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงที่มงาน ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ สสปน. รับทราบก่อนล่วงหน้า 5 วันทำการ
โดยทีมงานที่นำบทແணต์ต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิมตามที่นำเสนอ ก่อน
การริ่มงานโดย สสปน. มีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงที่มงานหากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการ
ดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน
- 6.9 ผู้รับจ้างต้องศึกษาและทำความเข้าใจในการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงาน
ภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment –ITA) เพื่อพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์และการนำเสนอ
ข้อมูลของเว็บไซต์ให้สอดคล้องตามหลักการประเมิน
- 6.10 ผู้รับจ้างต้องศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยจัดทำ
Privacy Policy รวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ครอบคลุมระยะเวลาดำเนินโครงการ และนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้อง
ถูกต้องตามพระราชบัญญัติ และกฎหมายที่ใช้ในช่องทาง

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

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะดังที่ห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถก履行โดยชอบด้วยกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลต้มตะลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกตรวจสอบการคืนเงินเดือนหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเรียนซึ่งให้เป็นผู้ทั้งงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะดังที่ห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

สสปน.ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

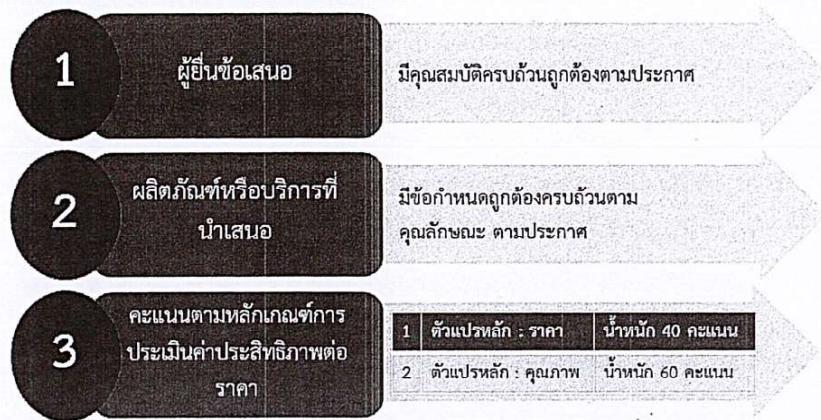


WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

สสปน.

Legal

5 กุมภาพันธ์



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

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนนให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคากโดยแสดงรายละเอียดราคายแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรของ	การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน																										
ตัวแปรของที่ 1	<p>การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้</p> <p>1.1) ศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน (10 คะแนน)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน</td><td>0</td></tr> <tr> <td>มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ต่ำกว่า 1-2 ราย</td><td>1-3</td></tr> <tr> <td>มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ต่ำกว่า 3-4 ราย</td><td>4-6</td></tr> <tr> <td>มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน 5 รายขึ้นไป</td><td>7-10</td></tr> </tbody> </table> <p>1.2) นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account: LINE OA ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (10 คะแนน)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</td><td>0</td></tr> <tr> <td>นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1-2 กลยุทธ์</td><td>1-5</td></tr> <tr> <td>นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับ สสปน.</td><td>6-10</td></tr> </tbody> </table> <p>1.3) นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตาม ช่องทาง Line Official Account: LINE OA ของ สสปน. (10 คะแนน)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน.</td><td>0</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน. จำนวน 1-2 ปัจจัย</td><td>1-5</td></tr> <tr> <td>นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน. จำนวน 3 ปัจจัยขึ้นไป</td><td>6-10</td></tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน	0	มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ต่ำกว่า 1-2 ราย	1-3	มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ต่ำกว่า 3-4 ราย	4-6	มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน 5 รายขึ้นไป	7-10	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0	นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1-2 กลยุทธ์	1-5	นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับ สสปน.	6-10	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน.	0	นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน. จำนวน 1-2 ปัจจัย	1-5	นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน. จำนวน 3 ปัจจัยขึ้นไป	6-10	30
ความหมาย	ระดับคะแนน																											
ไม่มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน	0																											
มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ต่ำกว่า 1-2 ราย	1-3																											
มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ต่ำกว่า 3-4 ราย	4-6																											
มีการศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน 5 รายขึ้นไป	7-10																											
ความหมาย	ระดับคะแนน																											
ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0																											
นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1-2 กลยุทธ์	1-5																											
นำเสนอกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE Official Account ของ สสปน. ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับ สสปน.	6-10																											
ความหมาย	ระดับคะแนน																											
ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน.	0																											
นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน. จำนวน 1-2 ปัจจัย	1-5																											
นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง Line Official Account ของ สสปน. จำนวน 3 ปัจจัยขึ้นไป	6-10																											



Legal

7 กุมภาพันธ์ พ.ศ.

ตัวแปรรองที่ 2	ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ (50 คะแนน)	50										
	2.1) นำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (20 คะแนน)											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</td> <td>1-20</td> </tr> </tbody> </table>		ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0	นำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	1-20				
ความหมาย	ระดับคะแนน											
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0											
นำเสนอแนวคิดดีไซน์ที่น่าสนใจของภาพรวม Line OA เพื่อสร้างความประทับใจแรก (First impression) เช่น การออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) รูปแบบการพื้นที่ข้อมูลเนื้อหาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	1-20											
2.2) นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมารวบรวมที่เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. (15 คะแนน)												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน.</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. จำนวน 1 เทคนิค</td> <td>1-7</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. จำนวน 2 เทคนิคขึ้นไป</td> <td>8-15</td> </tr> </tbody> </table>		ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน.	0	นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. จำนวน 1 เทคนิค	1-7	นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. จำนวน 2 เทคนิคขึ้นไป	8-15			
ความหมาย	ระดับคะแนน											
ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน.	0											
นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. จำนวน 1 เทคนิค	1-7											
นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม Line OA ของ สสปน. จำนวน 2 เทคนิคขึ้นไป	8-15											
2.3) นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ (15 คะแนน)												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีการนำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ 1 เทคนิค</td> <td>1-5</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ 2 เทคนิค</td> <td>6-10</td> </tr> <tr> <td>นำเสนอเทคนิคที่ทันสมัยในการบริหารช่องทาง Line OA ให้เทียบเท่าองค์กรหรือธุรกิจขนาดใหญ่ 3 เทคนิคขึ้นไป</td> <td>11-15</td> </tr> </tbody> </table>			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
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											



ผู้ลงนาม

Legal

8 ๖๗๖๗

ตัวแปรองที่ 3	ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ความพร้อมและประสบการณ์ (20)														
	3.1) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ (5 คะแนน)														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ	0	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	1	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	2	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	3	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	4	มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	5
ความหมาย	ระดับคะแนน														
ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ	0														
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	1														
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	2														
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	3														
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	4														
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	5														
3.2) ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (5 คะแนน)															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 1 โครงการ</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 2 โครงการ</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 3 โครงการ</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 4 โครงการ</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 5 โครงการ</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	0	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 1 โครงการ	1	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 2 โครงการ	2	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 3 โครงการ	3	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 4 โครงการ	4	มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 5 โครงการ	5	
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)	20														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 1 โครงการ</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 2 โครงการ</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 3 โครงการ</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 4 โครงการ</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 5 โครงการ</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ	0	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 1 โครงการ	1	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 2 โครงการ	2	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 3 โครงการ	3	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 4 โครงการ	4	มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 5 โครงการ	5	
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 ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม สำหรับโครงการนี้ (5 คะแนน)															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ความหมาย</th> <th>ระดับคะแนน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม</td> <td>1-5</td> </tr> </tbody> </table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	0	มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	1-5									
ความหมาย	ระดับคะแนน														
ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	0														
มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติที่เหมาะสม	1-5														
รวม		100													

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอด้วยทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. สสปน.พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระบุยกรายการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาน้ำหนักต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญาถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2567

10. การส่งมอบงาน :

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน.ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงาน (Inception Report) การบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA โดยส่งมอบรายงาน ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - แผนบริหารจัดการช่องทาง LINE Official Account: Line OA (AccountManagement) (ขอบเขตงานข้อ 6.1) - แผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) 	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
2	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า (Progress Report) การบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA โดยส่งมอบรายงานรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย</p> <p>2.1 รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1) รายละเอียด ดังนี้</p>	ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา



Legal

10 กุมภาพันธ์

๙๗๗

ครั้งที่	รายละเอียดข้อการส่งมอบงาน	กำหนดคิวันส่งมอบ
	<ul style="list-style-type: none"> - 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) - รายงานการติดต่อระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12) <p>2.2 รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, หรือแผนการตลาด ต่อไป 	
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



ครบท	รายละเอียดของภาระส่งมอบงาน	กำหนดความส่งมอบ
	<p>3.1 รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1) รายละเอียด ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) <p>3.2 รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานความคืบหน้าการเพิ่มผู้ติดตามซ่องทาง LINE Official Account รวมแล้วจำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 ผู้ติดตาม (ภายใน 30 กันยายน 2567) (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1) - รายงานความคืบหน้าการจัดทำแคมเปญเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดให้มีการติดตามทางซ่องทาง 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 	



จ.ส.ส.
Legal

12 กุมภาพันธ์

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดคิวส่งมอบ
4	<p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ (Final Report) โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการ LINE Official Account: Line OA จัดพิมพ์ภาษาไทย พร้อมลงบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) <p>รายงานสรุปการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE Official Account: Line OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายงานสรุปสถิติผู้ติดตามช่องทาง LINE Official Account รวมแล้วจำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 ผู้ติดตาม ภายใน 30 กันยายน 2567 (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1) - รายงานสรุปการจัดทำแคมเปญเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง 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



ก.๓๗

Legal

13 กุมภาพันธ์

ครรชท	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดความส่งมอบ
	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งมอบรายงานผลสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งาน LINE Official Account: Line OA (ตามขอบเขตงานข้อ 6.4) ส่งมอบผลงานทั้งหมดตามที่ระบุในขอบเขตงานให้กับทาง สสปน. ทั้งข้อมูลการ Login รวมไปถึงข้อมูลระบบทางเทคนิคต่าง ๆ 	

11. เงื่อนไขการชำระเงิน :

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 4 งวดดังนี้

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจสอบเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 25 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจสอบเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 25 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจสอบเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 4 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจสอบเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกวาร้อยละ 5 ของราคาก้อนหรือจ้าง

13. อาการแสดงมป

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกแบบมาใช้จ่ายในการติดอาการแสดงมปตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน 1,000 บาท หรือเศษของ 1,000 บาท ต่อ ค่าอาการแสดงมป 1 บาท

14. อัตราค่าปรับ :

สสปน.กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่มากกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้าง/สสปน. เสร็จสิ้น



๖๕๐.

Legal

15. การยกเลิก

สสปน.ส่วนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือลักษณะได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกินทั้งหมดค่าใช้จ่ายเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไม่ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด สสปน.จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ สสปน.เกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ สสปน.ด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ขั้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟแวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ สสปน.ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ สสปน.และ สสปน.มีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่ หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในการนี้ที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อสงวนสิทธิ์

สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสปน. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทาง สำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสปน. ทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวตน ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพันจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบ ความผิดและความประมาทเลินเลือกของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตรา้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

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

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

- ชื่อผู้ติดต่อ :
1. นางสาว จุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ
ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานการตลาดดิจิทัล
Email: jutathip_s@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6017
 2. นางสาว ชยานันนท์ ไชยсад
ตำแหน่ง ผู้จัดการ ส่วนงานการตลาดดิจิทัล
Email: chayanan_c@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6064



๙๕๗๘

Legal

16 จูน ๒๕๖๔



www.wyndigitalgroup.com

WYN DIGITAL GROUP

digital marketing agency based in Bangkok.

When clients WIN,
we **WIN**



WHO WE ARE

A YOUNG BLOOD AGENCY
FOR A "BETTER SUCCESS"

We are a group of talents
who has been in an advertising
industry for many years

Your trust is one of our goals
as we believe clients' success
is our better success.

Not only experiences and skills
that drawn us together,
but also the passion and vision
of being a quality agency.



WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD

Legal

กีรติ

WHY WYN DIGITAL GROUP

PROFESSIONAL SERVICES & CREATIVE SOLUTIONS FROM CONSULTATION TO EXECUTION

We're proud to have worked on different projects with a wide range of clients.



transforming brands with us

WHAT WE DO

CORE SERVICES

We aim to serve every needs of clients.

1

MARKETING CONSULTING

- * Strategic planning and development
- * Brand and concept development
- * Market research
- * Online public relations
- * Digital marketing training

2

MEDIA PLAN AND BUY

- * Google advertising
- * Facebook & Instagram advertising
- * Twitter advertising
- * TikTok advertising
- * Line advertising
- * Native ads
- * Influencer/KOLs marketing
- * Search engine optimization

3

DIGITAL ASSETS MANAGEMENT

- * Social media management / Communication planning
- * Website / E-commerce and Social commerce / CRM / CMS
- * Database system
- * Call tracking system
- * Email marketing

4

CREATIVE PRODUCTION

- * Content writing
- * Graphic / Motion design
- * Video editing / Video production
- * Photography / Videography
- * Corporate identity design
- * UX/UI Design
- * Online/Onsite Event Production

The New Chapter of Thailand Digital MICE

กิจกรรมการจัดทำช่องทาง การสื่อสาร Official LINE Channel ของ สสปน.



Prepared by Wyn Digital Group

Project Overview

TCEB LINE Official Account

ระยะเวลาการดำเนินงาน
ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2567



- สร้างการรับรู้ถึงความพัฒนาของประเทศไทย ผ่านการสื่อสารภาพลักษณ์ (Image and Branding) กระตุ้นให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการประชุมนานาชาติ
- ยกระดับและพัฒนาค่าดำเนินการดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างชีดความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมไมซ์ไทย สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง และคู่แข่งได้ อย่างรวดเร็ว
- ให้การบริการข้อมูลสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์
- บริหารจัดการดิจิทัล และบุคลากรมืออาชีพและภักดีด้านดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการเป็นองค์กร ดิจิทัล สมรรถนะสูงอย่างมีธรรมาภิบาล
- รักษาและขยายฐานผู้ใช้ยืนชื่อเว็บไซต์ของ สสปน. ทั่วโลกในประเทศไทยและต่างประเทศ

WYN DIGITAL GROUP CO., LTD. All right reserved. Unauthorized usage or exploitation is a violation to applicable law.



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

จด

Legal

LINE Insight

2023



LINE

54M

จำนวนผู้ใช้งานทั้งหมด
กลุ่มผู้ใช้งานหลัก (27 - 43 ปี)

GEN Y

75.2%

สัดส่วนผู้ใช้งานต่อ
จำนวนประชากรไทย

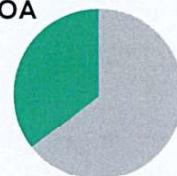
100 MIN

ระยะเวลาใช้งาน/วัน

Peak hours for LINE OA

8 am - 10 am

จันทร์ - ศุกร์



88%

ใช้บน Desktop

82%

ใน Group Chat

WYN DIGITAL GROUP CO., LTD. All right reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation to applicable laws.

ตัวอย่าง LINE OA ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

Amazing Thailand



- มีการใช้ Rich Menu ควบคู่กับ Auto Message
- มีการลงเนื้อหาใน LINE Voom ควบคู่ไปยังสเปร์สนบอ

JNTO



- เป็นการลงเนื้อหาในช่องทาง LINE Voom มากที่สุด
- Rich Menu เป็นไปยังเว็บไซต์ของ JNTO



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

Line ID:
 WynDigitalGroup

ตัวอย่าง LINE OA ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

QSNCC

- Rich Menu เชื่อมไปยังเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของ QSNCC
- มีการลงเนื้อหาประชาสัมพันธ์ใน LINE Voom เดือนละ 3-4 ครั้ง

agoda

- Broadcast คุปอง และโปรดีลส่งเสริมการขาย บีการใช้ CTA เพื่อให้ผู้ใช้กดเข้าอ่านต่อ/รับสิทธิ์ส่วนลด
- ใช้ greeting message ในรูปแบบ card message

ตัวอย่าง LINE OA ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

Traveloka

Traveloka Thailand

- Broadcast ข้อความในลักษณะโค๊ดส่วนลด หรือโปรดีลสั้น เดือนละประมาณ 5-6 ครั้ง
- นำไปจุบันไปมีการใช้ Rich Menu

AOT

Airports...Thailand

- Rich Menu นำไปยังเว็บไซต์ของ AOT
- เป็นการประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดต่อ เช่น admin service

- Broadcast ข้อความในลักษณะโค๊ดส่วนลด หรือโปรดีลสั้น เดือนละประมาณ 5-6 ครั้ง
- นำไปจุบันไปมีการใช้ Rich Menu

- Rich Menu นำไปยังเว็บไซต์ของ AOT
- เป็นการประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดต่อ เช่น admin service

MICE on your hand

ขยับเรื่องไมซ์
ให้ “ใกล้” กว่าเดิม

Challenge

- เพิ่งผู้ติดตามใหม่ ถึงถูกดูผู้ติดตาม Social อีก 7% ของ TCEB ให้มาติดตามช่องทาง LINE



KEY Findings

- จำบันโพสต์/เดือน อยู่ประมาณ 11-12 ชั่วโมง
- คัดเลือกเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย นำไปใช้ได้จริง
- มี CTA ในการกระตุ้นให้คลิกอ่าน caption



Our Mission

Brand Image

เสริมภาพลักษณ์ของ TCEB และ MICE ให้กล้ายืนเป็นเรื่องใกล้ตัว และสามารถเข้ามาปรับใช้ในธุรกิจ/ธุรกิจประวัติได้จริง

Engagement with Brand

ผลักดันให้กับผู้ติดตามมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรม รวมถึงเนื้อหาที่ต้องกับความสนใจ

Make Differences

สร้างความแตกต่างระหว่างช่องทาง LINE กับช่องทางอื่น ๆ ของ TCEB ผ่านการคัดเลือกเนื้อหา และ Personality

Target

คนที่รู้จัก หรือมีความสนใจ TCEB หรือ เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมไมซ์อยู่แล้ว



พนักงาน สสปน.



ผู้ประกอบการไมซ์



นักเดินทาง

Broadcast Strategy

ONE CLICK, TO ALL

Targeting

SEND MESSAGES TO RIGHT USER



RICH Menu

สร้างความประทับใจแรก
สะดวก รวดเร็ว
บอก Brand Personality
สร้างภาพจำ

Friend Management

เพิ่มผู้ติดตามให้เป็นทางการและสร้างความเข้มแข็งกับผู้ติดตาม

เพิ่ม LINE Friends

Activity เพิ่มผู้ติดตาม และสร้าง engagement

Contents ปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับ target

Frequency โพสต์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

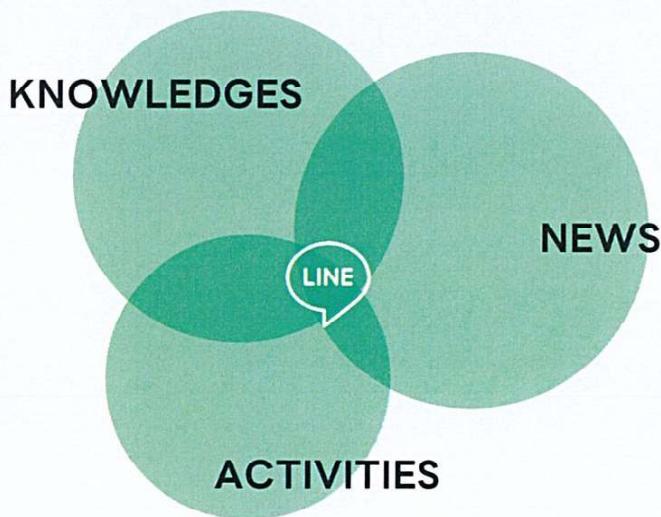
Timing ในเวลา prime time

Data Analysis วิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้านเพื่อ
พัฒนาเนื้อหา

Block Rate

- วิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้ติดตามต้องการทราบ โดยอาจเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อบำน้ำจัดทำ Rich Menu ให้ตรงความต้องการของผู้ติดตาม
- ใช้ Rich Menu เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ เพื่อเพิ่ม Traffic
- อาจปรับใช้ Auto Message เข้ากับ Rich Menu
- เก็บข้อมูลบนหน้า เพื่อปรับปรุง Rich Menu ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ติดตามได้มากที่สุด

Content Strategy



- ติด Call to Action ในทุกコンテンเดนต์ โดยประยุกต์หลัก UX เข้ามา เพื่อให้ผู้ติดตาม กดเข้ามาอ่านแคปชัน
- เพิ่มการมีส่วนร่วมผ่านการจัดกิจกรรมประจำเดือน
- คัดเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ติดตาม เพื่อให้สามารถเข้าใจและเข้าถึงเนื้อหาได้ ง่าย
- ปรับน้ำเสียงให้มีความเป็นกันเองมากขึ้น



Legal

๙๖

MOOD BOARD



Content Example

LINE Broadcast (OA)

Broadcast Title :

MICE in Thailand
MICE in Thailand ဂုဏ်ကြားအောင်ပေါ်လောကမ်း 'GSTC 2026'
မှူးဝိုင်ပြီးကျော်ခိုက်ခွဲစွဲများ

Rich Message



Legal

Content Example

caption

สุดปัง! 'ภูเก็ต' ได้เป็นเจ้าภาพงานระดับโลก GSTC 2026 🎉

† งานระดับโลก Global Sustainable Tourism Conference 2026 หรือ GSTC 2026 ขององค์กรการท่องเที่ยวระดับโลกอย่าง Global Sustainable Tourism Council ได้ประกาศเลือก 'จังหวัดภูเก็ต' ประเทศไทย เป็นเจ้าภาพการจัดงาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและในชั้นนำระดับโลก พร้อมยกระดับศักยภาพระดับ 6 จังหวัดอันดับบนของการเดินทางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต

● งาน GSTC 2026 จะจัดขึ้นในเดือนเมษายน ปี 2569 ภายใต้แนวคิด 'Regenerative Tourism' เป็นการประชุมและสัมมนาเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรวมผู้เขียวชาญด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและระดับโลก บุกสร้างการมีส่วนร่วมและสนับสนุนการเดินทางและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีผู้เข้าร่วมงานต่อๆ กัน มากกว่า 700 คน จาก 60 ประเทศ และสร้างรายได้กว่า 50 ล. ล. ล. ล.

ถือเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของชาวไทยอย่างยิ่ง หลังเราบรรลุอัตลักษณ์และเป็นกำลังใจให้จังหวัดภูเก็ตเป็นขับเคลื่อนการท่องเที่ยวและในชั้นโลกไปพร้อมกัน 😊

#TCEB #MICEInThailand #MICEUpdate #GSTC #ภูเก็ต



Content Example LINE Broadcast (OA)



Card Message



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

Legal

สงวน

Content Example

caption

ตอบโจทย์ในชีวิตรุ่งอรุณ เลือกพื้นที่จัดงานในจีดูกร้าว!
บีกบูต MICE Venue 'พัทยา' มหานครในชีวิตรุ่งอรุณอุดรฯ

พัทยา เป็นเมืองในชีวิตรุ่งอรุณนับจากนิเกิลเด็กทางก้าวโลโก ครอบคลุมทั้งแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ การันตีมาตรฐาน TMVS (Thailand MICE Venue Standard) พร้อมรองรับการจัดงานในทุกประเภท จะประชุม อิเวนต์ หรือสัมมนาที่เชื่อมโยง!

✓ ภูมิปัญญาชาติพิช (PEACH)
เรียนรู้และสัมผัสร่วมกับนักวิชาการและนักธุรกิจระดับโลก ไฮไลท์สำคัญประจําปีนี้คือการจัดงานประชุมไทย สำนักงานกลางของประเทศไทย 10,000 คน แสดงสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เด่นทางช่าง ใกล้กับโรงแรม 5 ดาว แต่เดินทางเข้ามาได้โดย *

✓ ภูมิปัญญาและแสดงสินค้านานาชาติบุษบพัทยา (NICE)
จัดงานอีเวนต์ในห้องลับเฉพาะ 15,500 ㎡. พร้อมห้องอาหารและสถานที่จัดงานเด่นทางช่าง ใกล้กับโรงแรม 5 ดาว ผู้ร่วมงานได้กว่า 12,000 คน หลังซัมเมอร์แล้ว ยังคงเป็นจุดหมายท่องเที่ยวส่วนบุคคล ชนพื้นถิ่นใจกลางเมือง!

✓ โรงแรม แกรนด์ เชียงใหม่ พ้อยต์ พัทยา
โรงแรมระดับ 5 ดาว รายล้อมด้วยวิวทะเลและสถาปัตยกรรมไทย มากกว่า 10,000 ㎡. พร้อมห้องอาหารและสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ 7 ห้อง ให้บริการอาหารไทยและอาหารนานาชาติ พร้อมเครื่องดื่มและของที่ระลึก



scroll

See more...

WYN DIGITAL GROUP CO., LTD. All rights reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation of applicable laws.

Content Example

LINE Broadcast (OA)

Broadcast Title :

MICE in Thailand
MICE THAILAND 'Carbon Neutral Event' ตอนใหญ่สู่เป้าหมาย Net Zero 2050

caption

ยกระดับอุตสาหกรรมในชีวิตรุ่งอรุณ ผ่านการจัดงานแบบคาร์บอนเป็นศูนย์ 'Carbon Neutral Event' ที่กำลังเติบโต ลดโลกร้อน ใจกลางเมืองที่มีเอกลักษณ์ สวยงามและยั่งยืน

#TCEB #MICEInThailand #MICEUpdate
#CarbonNeutralEvent #Sustainability



Rich Video

<https://drive.google.com/file/d/1lhWhKwwk7mg-fytynSI7xCYt4r/view?usp=sharing>

Legal



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

23/01

Content Example

LINE Broadcast (OA)

Broadcast Title :

MICE in Thailand
กิจกรรมสัมนาช่าวัสดุ
รีวิว MICE Destination ใจกลางเมืองคุณ

ACTIVTY



Content Example

Caption

หากลังหัวดูบันทึกสถานที่เดิม ในไลน์ต้องเข้ากัน ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร ที่เที่ยว สถานที่เดิมประชุม ต่างๆ ห้ามพลาดกิจกรรมนี้!

▪ ชวนร่วมกิจกรรม 'รีวิว MICE Destination ในจังหวัดของคุณ' ให้กดตอบโหวนใจ อ่านแล้วจึงกดต้องปักหมุดตามไป สุ่มรับรางวัล Jisulife พัดลมเจ็ค ขนาดเล็ก แบบพกพา 3600mAh จำนวน 20 รางวัล กับเลย

คอมเมนต์คิดตอบที่ได้โพสต์บ้าๆได้เลย

เฉลยใบกิจกรรม

- ผู้ร่วมกิจกรรมต้องใช้ชื่อปัญชีไลน์เดิม เพื่อให้สามารถตรวจสอบการเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง
- ผู้ที่กดตอบถูกใจมีสิทธิ์รับรางวัล คันละ 1 ชิ้น เท่านั้น
- ร่วมกิจกรรมได้ตั้งแต่วันที่ 15 - 21 พฤษภาคม 2567 ที่หน้า LINE VOOM
- ประกาศรายชื่อผู้โชคดีในวันที่ 22 พฤษภาคม 2567 ที่หน้า LINE VOOM
- การตัดสินคัดเลือกผู้โชคดีของทางกิจกรรมทีมเป็นที่ลับสุด

#TCEBLINE #MICEInThailand

ACTIVTY



Content Example

Facebook

caption

ສັນສຸດກາຣອຄຍ! ກີເລືບ ປຶ້ມຈອງກາງ LINE ແລ້ວ ພົມ ດົດເພື່ອໄວ້ເລຍ ເພື່ອໄປພລາດບ້າວ່າສາຮແລະກົງກຽມຈອງຮາງວັດ

▪ ຮ່ວມສຸກກົງກຽມ 'ຮົວ MICE Destination ໃນຈັງຫວັດຂອງຄຸນ' ດ້າໄປ
ແລ້ວດ້ອງເຊື້ອບັນ ໄດ້ກັ້ງໂຮງແຣນ ຮັບອາຫາດ ທີ່ເກີ່ວ ແລະສາທາກີຈົດປະຊຸມດ້າງ
ໆ

ລຸ້ນຮັບຮາງວັດ Jirulife ພັດລຸນເຈິ້ງ ຂະາດເລື້ກີ ແບບພົກພາ 3600mAh ຈຳນວນ
20 ຮາງວັດ ຮັບສຸກໄດ້ສັງວັນທີ 21 ພຸດຍການ 2567

👉 ຄສິກຮ່ວມກົງກຽມໃດກັ່ນ >> [LINK LINE](#)

ນາງວິນສຸກກົບກົງກຽມ ແລະເພີ່ມເພື່ອກັບກີເລືບໄວ້ເລຍ

#TCEB #MICEInThailand #TCEBLINE



ACTIVTY

WYN DIGITAL GROUP CO., LTD. All rights reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation of applicable laws.

Suggested Profile

ເພີ່ມເບີນຕ່າງໆ ໃນຫັບ Profile ໃຊ້ຂາກຂາຍມາກຢູ່ໜັງໜັບ ໂດຍ
ຈະເປັນໄປກ່ຽວຂ້ອງບຸລບອງອອກຄຄ ແລະຜ່ອນກາກການຄົດຕ່ອວັນ ຖ.

The image shows a screenshot of the Thai Airways mobile application. It includes sections for Flight Search, Promotions, Privileges, Additional Services, and Royal Orchid Plus. The background features a large image of an airplane in flight.



Legal

Media Strategy

เน้นการใช้โฆษณาควบคู่ไปกับการทำแคมเปญในแต่ละเดือน เพื่อเพิ่มผู้ติดตาม ก้าวที่มาจากการ Social Media อัน 7 ของ TCEB และใช้ LINE Advertising ในการเข้าถึงผู้ติดตามกลุ่มใหญ่ ๆ บนแพลตฟอร์ม LINE

Target Audience

MASS

ENTREPRENUERSHIP

TRAVELLER

- Location : Thailand (default)
- Age : 20 or over (Minimum 20 years old)
- Targeting : All
- Estimated audience size : 25,000,000 or more

- Location : Thailand (default)
- Age : 25 or over
- Targeting : Career and business
- Estimated audience size : 4,383,000

- Location : Thailand (default)
- Age : 20 or over (Minimum 20 years old)
- Targeting : Travel
- Estimated audience size : 25,000,000 or more

เข้าถึงผู้ใช้งาน LINE ผ่าน Placements ต่าง ๆ

LINE LAP จะเป็นกระบวนการ learning และเลือก placement ในการแสดงโฆษณา ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ให้ตรงกับ Ad Objective ในแต่ละ Campaign ระบบจะเลือกตัวแหน่งที่มีประสิทธิภาพสูงสุดให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่เลือกโดยอัตโนมัติ โดยจะมี placements ดังนี้



Home Tab



Chat List



LINE VOOM



LINE TODAY



Wallet Tab



LINE Openchat

Legal

2022

*Campaign Mock-up อาจมีการปรับเปลี่ยนตามเหมาะสม
รูปแบบและเนื้อหาของเกมเปปะ
จะแตกต่างไปตาม Target ของ
แผนปัจจุบัน ๆ

Gain Friend Campaign Strategy

Objective : เพื่อดึงผู้ติดตามที่เป็นกลุ่มคนทัวร์จากช่องทาง Facebook มาเป็น Friend ใน LINE OA
Period : 1 เดือน (อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม)

CORE IDEA : กิจกรรมที่ทุกคนสามารถล่วงร่วงได้ ถึงแบ่งไปได้ทำอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมในช. เช่น เรื่อง MICE Destination, จังหวัด

Content	Activity	Advertising
Awareness	Gain Friend & Engagement	
ผลลัพธ์ คือเลือก เป้าหมายที่ ความต้องการที่อยู่ใน Concept ของกิจกรรม มาลดลงมาก เมื่อมาประชุมเพื่อกิจกรรม ลงในช่องทาง Social Media อีก ๆ	จัดกิจกรรมบนแพลตฟอร์ม LINE โดย ผู้ที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต้อง [*] Add friend และ comment ใน ช่องทาง LINE Vroom ของ TCEB	ประชาสัมพันธ์กิจกรรมบน ช่องทางที่เป็นกลุ่มผู้ติดตามมากที่สุด
รวมถึงพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบ ช่องทางใน Footer ของ เว็บไซต์ของตน	ผู้ใช้เครื่องจักรในช่องทาง LINE ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลโดย ใช้ Chat Tag	เป็นเชิงรุกใช้งาน LINE ในกลุ่ม Mass
		<ul style="list-style-type: none"> Location : Thailand (default) Age : 20 or over (Minimum 20 years old) Targeting : All Estimated audience size : 25,000,000 or more

*Campaign Mock-up อาจมีการปรับเปลี่ยนตามเหมาะสม

Gain Friend Campaign Strategy

Objective : เพื่อเพิ่มผู้ติดตามที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการในช. /บุคลากร
Period : 1 เดือน (อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม)

เพิ่มความสนใจจากกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยคอนเทนต์กิจกรรมที่ช่วย
เสริมสร้างในช.

Content	Activity	Advertising
Awareness	Gain Friend & Engagement	
ม้าเดินอย่างด้วย Key Message : ต้อนรับ Insight เพื่อผู้ประกอบการที่ไม่เคย ได้ยินกันมาก่อนเป็นครั้งแรก Insight จาก TCEB จึงได้เป็น [*] exclusive contents เอพะใน ช่องทางในนี้	จัดกิจกรรมเชิง Insight ของผู้ประกอบการในช.ใน ประเทศไทย จัดกิจกรรมบนแพลตฟอร์ม LINE โดยผู้ที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมต้อง Add friend และ comment ในช่องทาง LINE Vroom ของ TCEB	เป็นการประชาสัมพันธ์ในแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยม ของผู้ประกอบการ/บุคลากรในช. เช่น LinkedIn
		เป็นเชิงรุกใช้งาน LINE ในกลุ่ม Entrepreneurship
Content	Activity	Advertising
Awareness	Gain Friend & Engagement	
การประชาสัมพันธ์ในช่องทาง Voucher หรือส่วนลดในการเดินทางที่ จัดให้กับผู้ที่เข้าร่วมงาน 'MICE Destination' ที่ TCEB อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทุกภาค กิจกรรมที่ให้บริการเดินทางทั่ว ประเทศ จึงตอบโจทย์ความต้องการที่ชื่น ชอบที่ได้เดินทางมากที่สุด TCEB โปรดอย่าลืม	จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้บุคคลเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอบริการที่หลากหลาย เช่น ท่องเที่ยว สัมมนา อบรม ฯลฯ ผ่านช่องทาง LINE OA ที่มี คุณภาพสูง เช่น Voucher หรือ ส่วนลดในการเดินทาง เช่น ค่าเดินทาง หรือค่าที่พัก	ประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ ของ TCEB ควบคู่ไปด้วย
Content	Activity	Advertising
Awareness	Gain Friend & Engagement	
		เป็นเชิงรุกใช้งาน LINE ในกลุ่ม Traveller

Legal

ธีรศิริ



Admin Service



Personality

Friendly
Communicative
Professional

- ตอบกลับข้อความภายใน 24 ชั่วโมง
- ในการตัดสินใจเกิด Crisis กับจะปรึกษากับสสปน. ก่อนเพื่อหารือติดตามในการจัดการ

FEEDBACK HANDLING

GENERIC

เรื่องทั่วไป เช่น การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารในช่องทางโซเชียลมีเดีย ผู้ติดตาม โดยอาจใช้สติ๊กเกอร์และอินฟิล์มเพื่อเพิ่มความเป็นอันดับ เช่น ข้อความ

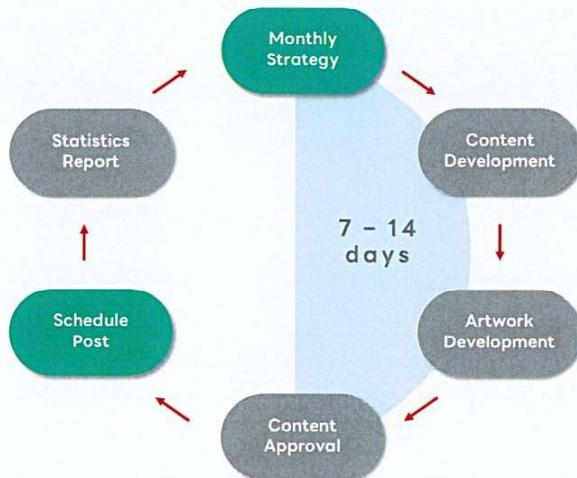
INQUIRY

ค่าดำเนินการ หรือข้อสงสัยทั่วไป โดยขออุดมการณ์และต้องได้รับการตอบกลับในเวลาที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าติดตาม

COMPLAINT & CRISIS

ข้อร้องเรียน หรือผู้ติดตามมีการแสดงความไม่พอใจ แอดมินจะทำการรับเรื่องและปรึกษาทั้ง สสปน.เพื่อวางแผนและดำเนินการติดตาม หากเป็นไปได้จะพยายามใช้คำพูดที่เป็นกลาง อย่างเข้าใจง่าย แต่ก็ต้องอธิบายให้ลูกค้าติดตามได้เข้าใจง่าย

Working Process



- วางแผนและเตรียมกลยุทธ์สำหรับคอนเทนต์เดือนต่อไป ในช่วงสัก 3-4 สัปดาห์
- ออกแบบและผลิตคอนเทนต์ตามคอนเซปต์ที่วางไว้
- ส่งขึ้นงานจริง กั้ง Caption และ Artwork จริงๆ จึงลงให้ทางกับ สสปน. ตรวจสอบ ล่วงหลังหน้าอย่างน้อย 1-2 สัปดาห์
- Schedule Post และเผยแพร่

*Working Process อาจปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม



นาย...

OUR TEAM



นัชชญา ศศะสมิต
**Strategic Consultant &
Head of Marketing Communication**

ประสบการณ์ทำงาน 13 ปี

ประวัติการศึกษา

Master of Business Administration, University of San Francisco (ปริญญาโท)

ประวัติการทำงาน

- Strategy Consultant and Account Director ที่ Wyn Digital Group (2019 - ปัจจุบัน)
วิทยากรบรรยายพิเศษด้านการตลาดออนไลน์ ที่ ทักษิณ, แสงสุรีย์, การเมืองเลือกตั้ม อุดรธานี, NIDA, โรงพยาบาลศิรินครินทร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, บริษัท มีดซูบีชี มอลล์อร์ (ประเทศไทย) และหน่วยงานเอกชนต่าง ๆ
- Chief of Marketing Officer (CMO) ที่ iTOPSPAR Digital Marketing Agency (2015 - 2019)
- Marketing Consultant ที่ RSO Consulting and CaféPress (USA) (2010 - 2014)
บริหารจัดการ SEM Campaign ครอบคลุมทั่วโลกใน USA, Thailand, Canada, United Kingdom, Ireland, Australia, New Zealand, Germany, France และ Spain.



ศิรัชชา ธรรมรักษ์
Project Manager

ประสบการณ์ทำงาน 3 ปี

ประวัติการศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ เอกศิลป์การละคร รุ่นาถกรรณมหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

- Project Manager ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd. (2023 - ปัจจุบัน)
- Quality Assurance ที่ Animated Storyboard Thailand (2021 - 2022)

ทักษะการทำงาน

มีความเชี่ยวชาญในการเข้าใจการวางแผน Content Marketing ทั่วไป Strategic Planning และการทำการ Search Engine Optimization Marketing (SEO)

ตัวอย่างประสบการณ์ในการทดสอบค้า

ฐานข้อมูลลูกค้า (CRM), ตัวตั้งงานส่งเสริมการซื้อขายปัจจุบันและนิยามหุ้น,
พร้อม รวมถึงเทคโนโลยี AI และ Big Data

Legal



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

2/10



นัฐพร มะเดื่อทอง

Project Manager



ประวัติการศึกษา

MSc Marketing Management, University of Southampton

ประวัติการทำงาน

- Project Manager ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd. (2021 – ปัจจุบัน)
- Creative & Event Planner ที่ Styler Design & Service Company Limited (2018 - 2019)

ทักษะการทำงาน

มีความเข้าใจด้านการวางแผนทางกลยุทธ์ การทำให้อาหาร ก้าวไปสู่โฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ให้สนับสนุนค่า รวมถึงวางแผนประสานงานเพื่อให้ดำเนินรุ่งเรือง ไปตามเป้าหมายของโครงการ

ตัวอย่างประสบการณ์ในการดูแลลูกค้า

PTT Group, สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน), Hertz Thailand กรมส่งเสริมการเกษตร, ASSET WISE, Traveloka TH, SBAC



พิสู ชือวิริยพันธุ์

OnLINE Marketing & IT Specialist

ประวัติการทำงาน

ประสบการณ์ 3 ปี

ประวัติการศึกษา

คณะมนตรีการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติการทำงาน

- OnLINE Marketing Specialist ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd. (2022 - ปัจจุบัน)
- Media Optimizer ที่ BrandBaker Co., Ltd. (2021 - 2022)

ทักษะการทำงาน

มีความเข้าใจด้านการติดตามแคมเปญ Optimize Campaign ผ่าน Social Media Platform ทั้ง ๆ เช่น Meta, Google, TikTok, Twitter และ LINE เป็นต้น รวมถึงการใช้งานเครื่องมือ Google Tag Manager ในทำเว็บ Website Tracking และการติดตาม Conversion Tracking

ตัวอย่างประสบการณ์ในการดูแลลูกค้า

Plus Property, PTT News, Sena Development, ThaiHealth Resource Center, PTT Group, กรมส่งเสริมการเกษตร, ASSET WISE, Traveloka TH, SBAC



นราพร ศิริวิชัย

Content Marketing

ประสบการณ์ 4 ปี



กษพิชญ์ พลขันธ์

Content Strategist

ประสบการณ์ 4 ปี

ประวัติการศึกษา

คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (Scholarship Student and Second-Class Honors)

ประวัติการทำงาน

- Content Marketing Team Lead ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd. (2022 – ปัจจุบัน)
- Content Strategist ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd. (2019 - 2022)
- Social Media Executive ที่ Phyahtai & Paolo Hospital Group (2018 - 2019)

ทักษะการทำงาน

มีความเข้าใจด้านการทํางาน Strategic Planning เพื่อนำมาสร้าง Content Marketing ทั้งในแพลตฟอร์ม Social Media และ Search Engine หรือการทํา SEO เพื่อให้มีการรู้สึกถูกประทับใจ ตลอดจนการเรียรับข้อมูล และเรียนรู้เรื่องเนื้อหาที่ถูกออกแบบมาให้เป็นกลางๆ

ตัวอย่างประสบการณ์ในการดูแลลูกค้า

Phyahtai Hospital, Paolo Hospital, ศูนย์บริการรับซื้อขาย (ศสส.), สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), โครงการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.), Charun Issara Development, Credit OK, Idea Matter

ประวัติการศึกษา

คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาจังหวัด มหาวิทยาลัยติดต่อ

ประวัติการทำงาน

- Content Strategist ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd. (2023 - ปัจจุบัน)
- Content Writer and Translator ที่ Shers Holmes Co., Ltd. (2021 – 2023)
- Freelance Writer and Proofreader ที่ Think Beyond Book Co., Ltd. (2021 – 2023)

ทักษะการทำงาน

มีทักษะในการตัดต่อข้อมูลและเรียนรู้เรื่องตัวหน้าภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในหลากหลายรูปแบบ เช่น ข่าว บทความ รีวิว โพสต์ Facebook โพสต์ท่องไว YouTube สมุดบันทึก ฯลฯ

ตัวอย่างประสบการณ์ในการดูแลลูกค้า

ศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ (สสส.), โครงการเพื่อไทย โดย กาแฟเพื่อนร่วมโลก (กเพร.), สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน), Prestige Entertainment, เสนาไดเรกทอรีปัมปันท์



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

Legal
ลูกบุญธรรม



สกุลรัตน์ จันทะปีสสา

Graphic Designer

ประสบการณ์ทำงาน 5 ปี



วัชริยา Karnwong

Graphic Designer

ประสบการณ์ทำงาน 4 ปี

ประวัติการศึกษา

คณะแพทช์บราเดอร์ ศิริราชเทคโนโลยีการศึกษาแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประวัติการทำงาน

- Graphic Designer ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd (2019 - ปัจจุบัน)
- Graphic Designer ที่ Full Vision (2017 - 2019)

ทักษะการทำงาน

- มีความเชี่ยวชาญในการทำภาพสื่อโฆษณา, ตัดต่อภาพ ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop
- สามารถตัดต่อวิดีโอผ่านโปรแกรม Adobe Premiere Pro และ Adobe After Effect
- ทำ Video Motion Graphic ด้วยโปรแกรม Adobe After Effect

ตัวอย่างประสบการณ์ในการดูแลลูกค้า

ศูนย์เรียนภาษาไทย (ศสส.), สำนักงานส่งเสริมการอัตลักษณ์และนวัตกรรม (TCEB), บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), Star Alliance

ประวัติการศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีปทุม (บางเขน)

คณะศิลป์และดิจิทัล (ศด) สาขาวิชาออกแบบกราฟิก

ประวัติการทำงาน

- Graphic Designer ที่ Wyn Digital Group Co., Ltd (2021 - ปัจจุบัน)
- Graphic Designer ที่ Mahasajjan Idea (2019 - 2021)

ทักษะการทำงาน

- เชี่ยวชาญการดูแลลูกค้าผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator
- เชี่ยวชาญการทำ Video Motion Graphic ด้วยโปรแกรม Adobe After Effects

ตัวอย่างประสบการณ์ในการดูแลลูกค้า

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), สำนักงานส่งเสริมการอัตลักษณ์และนวัตกรรม (TCEB), บริษัท พลังงานภูมิภาค (กพภ.)

WYN DIGITAL GROUP CO., LTD. All right reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation to applicable laws.

PROJECT REFERENCES

company profile presentation



Legal

2024



traveloka

Traveloka is Southeast Asia's most popular travel agency and leading technology company providing access for users to discover and purchase a wide range of transportation, accommodation, etc.

The tourism industry is one of Thailand's main economic sectors, accounting for 6-7%. This means Traveloka faces significant competition in the industry. At that time, they needed to build their brand awareness, engaged with the potential customers as well as drove sales growth.

Wyn Digital Group was tasked with several services including:

- Social Monitoring & Campaign Consulting
- Influencer Marketing
- Facebook Advertising
- LINE Ads Platform
- Social Media Admin Management
- Instagram Filters
- Online Contents

Channels:

Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube and LINE

Our campaign
'National Travel Day 2022'
has helped generate
the highest revenue
during the pandemic.

Engagement rate

+4.56%

Reach people

+4.5 M

WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD. All right reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation to applicable laws.

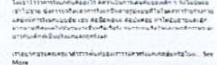


Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth) is an autonomous government agency. They aim to initiate and push forward with various organisations to propel the health promotion process so that Thai people have good health. They have also continuously been promoting good health by trying to reduce risk factors and to increase positive factors. Therefore, their works are expanding larger every day.

We were tasked with developing the creative production including Facebook content with all media types, digital editorial, influencer marketing, online and on-ground activities, website content maintenance as well as social media monitoring. We have continuously been working with them for years.

- Creative Content Production
- Influencer Marketing
- Online and On-ground Activities
- Website Content Maintenance
- Social Media Monitoring

ศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ สสส.



WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD. All right reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation to applicable laws.

Wyn
DIGITAL GROUP

WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD

Legal

2023



PTT Public Company Limited

@pttple_official

ເປັນຄວາມຮູ້ຂອງພວກເຮົາໃຈເຕີ່ມື້ ກັນ Official Twitter ຈາກພັດທະນາ ປະເທດ ຈຳກັດ (ມາຫາຍຸ) facebook.com/pttnews facebook.com/weloveptt

© Bangkok, Thailand. pttple.com Joined January 2563 BE

35 Following 18.8K Followers



Celebrating their 40th anniversary as national energy company, PTT sought to foster their employee's sense of pride in every company's milestones. For doing so, we developed a solution where the results were measurable.

Also, PTT wanted to engage with the millennials and Gen Z audiences to expand their brand awareness to become a top of mind as a national energy company through Twitter Channel.

40th Anniversary Event:

Game Web Application
Interactive Installation
Email Direct Marketing

Twitter / Facebook / YouTube

Channel:
Online Content
Online Advertising
Social Monitoring and Admin Service

V N DIGITAL GROUP CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED. UNAUTHORIZED USE OR ADAPTATION IS A VIOLATION OF THAI AND INTERNATIONAL COPYRIGHT LAWS.



គຽດ ក່າ FT ຄົວໄວ ກ່າວໃນຕ່ອງເສຍຄ່າໄຟເພີບ ກ່າວທີ່ໃຊ້
ເກົາເດັນ



Provincial Electricity Authority (PEA) is responsible for providing electricity in 74 provinces in Thailand. PEA operates a total of 945 offices in the country, with its head office in Bangkok. Electricity provision is separated into four regions according to the geography of Thailand, with three subregions per region.

- Content Production & SEO Optimization
- Website Maintenance
- Internal Production & Communication

Legal



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

26/01



Success Stories 01

BEST BRAND PERFORMANCE ON SOCIAL MEDIA

Hospital



With our consultation on digital marketing strategy, Bumrungrad has established in Thailand's major platforms e.g. Facebook, LINE, Twitter and increased their online presence in Asia and Middle East.

Wyn Digital Group was tasked with several services including:

Campaign Consulting
Facebook Advertising
LINE Ads Platform
Twitter Advertising

Channels:

Facebook, Instagram, Twitter and LINE

WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD. All right reserved. Unauthorized usage or adaptation is a violation to applicable laws.



Technology and Innovation-Based
Enterprise Development Fund
กองทุนพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม

Success Stories 08



Technology and Innovation - Based Enterprise Development Fund or TED Fund aims to strengthen relationships with venture capitalists and startup entrepreneurs through the networking event.

With our consultation, we established the networking event "TED Club Networking 2022: Infinite ConNEXTion" on December, 8th 2022 with 250 participants at the SO/Bangkok hotel. We invited the special guest from VC to be the mentor of the startup entrepreneur, such as Openspace Venture, CPF, PTG ENERGY PCL, and Government Savings Bank.

Wyn Digital Group was tasked with several services including:

- Event Organizer
- Campaign Consulting
- Online Contents & Advertising
- Email Direct Marketing

Legal



WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD.

23M.



PRESTIGE
ENTERTAINMENT presents KONNECTHAI

Success Stories

KONNEC CON

Korean connects Thai concert

30 APRIL 2023 SHOWTIME: 4PM
IMPACT EXHIBITION HALL 6-7

Ticket Available at www.konnecthai.com
LINE Official @konnecthai

SPECIAL GUEST: PROXIE

Fantagio e1 A3

PRESTIGE LAMAI KONNECTHAI KCON KCON THAILAND DEEGROUP



- Online Crisis Management
- Admin Services

We had the opportunities to handle the online crisis management for KonneCThai's Concert (as know as KonneC Con) where Korean and Thai actors were bought together including Cha Eun Woo, Billkin, Jeff Satur, with Proxie (T-pop idol boy group) as special guests.

Also, we were entrusted with the responsibility of overseeing the online crisis management. We focused on devising and implementing strategies to minimize any potential damage resulting or negative feedback.

• THANK YOU •

corporate profile presentation



WYN DIGITAL GROUP CO.,LTD

Legal

2301.

QUOTATION



บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด
เลขที่ 141 ซอยสุขุมวิท 53 (ไปตีนนาutilus) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
เลขประจำตัวผู้เสียภาษี : 0 1055 6104 0145

Quotation No.:

WYN130524/126

Date : 20/05/67

Prepared for :

สำนักงานสื่อสารและการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Project :

LINE Official Account - Broadcast

No.	Description	Qty	Unit	Unit Price	Amount
1	บริการจัดการของทาง LINE Official Account: LINE OA (Account Management)	1	ea	15,000.00	15,000.00
2	ดำเนินการเป็นด่วนทันในการรับรู้ภาระของ LINE Official Account ของพื้นที่กับ LINE Corporation และบริหารจัดการงานระบบ LINE Official Account ของพื้นที่ให้สามารถจัดการได้อย่างถูกต้องเมื่อผลประโยชน์สำคัญมาถึง โดยสามารถให้ลิงค์เครื่องคอมพิวเตอร์ของทางเพื่อให้ตัดกิจกรรมที่ไม่ต้องการได้ หรือกดเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแม่น้ำดีๆ (Rich Message OA)	1	ea	120,000.00	120,000.00
3	ออกแบบเดี๋ยวห้ามเปลี่ยนเดี๋ยวที่เป็นไปไม่อาจแก้ไขได้ติดตาม โดยสามารถให้ลิงค์เครื่องคอมพิวเตอร์ของทางเพื่อให้ตัดกิจกรรมที่ไม่ต้องการได้ หรือกดเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแม่น้ำดีๆ (Rich Message OA) จำนวน 40 ชิ้นงานหรือมากกว่า	40	ea	3,500.00	140,000.00
4	ดำเนินการออกแบบให้ในร้านค้าห้องอาหารต่อตัวต่าง (Line Rich Menu) โดยสามารถตั้งค่าในให้สามารถเข้าสู่เมนูต่างๆ ได้ทันที และสามารถกำหนดได้ว่า ต้องการให้ตัดความคิดเห็นให้แบบหรืออย่างไร เช่น บุฟเฟ่ต์อาหารสหกรณ์ชื่อนุส หรือ กดเลือกซื้อสูตรอาหารจัดจานต่างๆ ผ่าน Line Rich Menu จำนวน 3 ชิ้นงาน	3	ea	5,000.00	15,000.00
5	ดำเนินการออกแบบให้ในร้านค้าห้องอาหาร LINE Rich Video รูปแบบของ Video มีอัตรากำไร กดเข้ามาพิชิตใน ทั้งแบบหนังสือ แนะนำ และแบบให้เชิญชวน ควบคุมความเหมาะสม และสามารถใส่ลิ้งค์ให้โดยอัตโนมัติ LINE Rich Message เพื่อให้ผู้ใช้คิดตามไปยังหน้าเว็บไซต์/ช่องยูทูบ ต้องการได้ จำนวน 15 ชิ้นงานหรือมากกว่า	15	ea	12,000.00	180,000.00
6	ดำเนินการออกแบบให้ในร้านค้าห้องอาหาร LINE Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของการโพสต์ เพื่อให้สามารถเลือกซื้อสูตรอาหารได้ต้องการเข้าสู่ห้องอาหาร ที่ต้องการในหน้าจอ Card Message เช่น การไปห้องอาหารที่ร้านอาหาร จำนวน 30 ชิ้นงาน	30	ea	6,000.00	180,000.00
7	การที่การติดต่อและประชาสัมพันธ์ของทาง LINE Official Account วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าของทาง LINE Official Account วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าของทาง LINE Official Account จำนวน 10,000 ภายใน 30 กันยายน 2567	1	ea	1,000,000.00	1,000,000.00
8	แผนภูมิที่แสดงถึงจำนวนเงินที่ต้องจ่ายให้กับทาง LINE Official Account จำนวน 3 แผนภูมิ	3	ea	30,000.00	90,000.00
9	กิจกรรมเพื่อส่งเสริมความต้องการให้เข้าใจถึงความต้องการของทาง LINE Official Account รวมทั้งจัดการ ในการจัดทำของรางวัล และการจัดส่ง	7	ea	50,000.00	350,000.00
10	การดูแลระบบหลังบ้าน (Back-Office Access) ของทาง LINE Official Account	1	ea	80,000.00	80,000.00
11	ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และขอคิดเห็นจากผู้ใช้งาน LINE Official Account ของพื้นที่อย่างน้อย 50 ราย โดยจัดทำแบบประเมินออนไลน์ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ	1	ea	15,000.00	15,000.00
12	ดำเนินการออกแบบให้ในร้านค้าห้องอาหารต่อตัวต่าง (Line Rich Menu) โดยตัดความคิดเห็นให้ตัดตามความต้องการของทาง LINE Official Account	1	ea	3,500.00	3,500.00
13	Cover Photo บนหน้า Account Profile	1	ea	3,500.00	3,500.00
14	ตั้งไฟตู้และระบบอย่างต่อเนื่อง 1 คน โดยมีหน้าที่ดูแลและรับ LINE Official Account สนับสนุน การนำไฟตู้ไปใช้ช่องยูทูบ และนำเสนอสูตรอาหารต่อตัวต่าง จำนวน 1 ชั่วโมง (เช้าหรือเย็น ตั้งแต่เวลา 9.00 - 18.00 น.)	1	ea	200,000.00	200,000.00
15	จัดทำรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงาน (รายเดือน)	1	ea	80,000.00	80,000.00
	Management Fee (10%)	1	ea	10%	247,200.00
Subtotal (Advertising Fee & Management Fee & Production Fee)					2,719,200.00
VAT 7%					190,344.00
Grand Total					2,909,544.00

Remarks

- 1.) ระยะเวลาดำเนินงาน พฤษภาคม 2567 - ธันวาคม 2567
- 2.) ราคารับรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 3.) กำหนดเริ่มราชการภายใน 120 วัน
- 4.) ราคารับรวมต้องยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมายของประเทศไทย



WYN DIGITAL GROUP CO., LTD.

Authorized by : _____

Prepared by : _____

Name : _____

Name : _____

Date : _____

Date : _____

ผู้จัดฯ

สุรชัย อธรรมรักษ์
20/05/2567

Legal