



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official LINE Channel ของทีเส็บ ภายใต้โครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official LINE Channel ของทีเส็บ ภายใต้โครงการ The New Chapter of Thailand Digital MICE ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๓๖๐,๔๗๓.๓๓ บาท (สองล้านสามแสนหกหมื่นสี่ร้อยเจ็ดสิบบาทสามสิบสามสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินกิจกรรมการจัดทำช่อง	จำนวน	๑	งาน
ทางการสื่อสาร Official LINE			
Channel ของทีเส็บ ภายใต้			
โครงการ The New Chapter of			
Thailand Digital MICE			

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

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

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

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตาม

รายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ www.buinesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๑๗ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสพ. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันพฤหัสบดีที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ jutathip_s@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๗ มกราคม ๒๕๖๘ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.buinesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๗ มกราคม ๒๕๖๘

ประกาศ ณ วันที่ ๒๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

(นายสรายุทธ สุทัตช์ชูโต)

รองผู้อำนวยการ สสพ.

และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสพ.

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

1. ชื่อโครงการ : The New Chapter of Thailand Digital MICE
2. ชื่อกิจกรรม : กิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official LINE Channel ของทีเส็บ
3. งบประมาณ : วงเงิน 1,900,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
ทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว
4. หลักการและเหตุผล :

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

การขับเคลื่อนการตลาดดิจิทัลของ ทีเส็บ สอดคล้องกับแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล เสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริการ และพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรเพื่อปรับสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล นอกจากนี้ ทีเส็บยังมุ่งยกระดับการให้บริการดิจิทัลและนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

การทำตลาดดิจิทัลมีเครื่องมือทางการตลาดที่จำเป็นต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ สร้างความสัมพันธ์และสื่อสารแคมเปญต่างๆ ของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ในอนาคตเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม ความสนใจ ผ่านแพลตฟอร์มเรียกว่า LINE Official Account หรือ LINE OA เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่ถูกนำมาใช้เพื่อทำการตลาดอย่างแพร่หลายทั้งในไทยและหลากหลายประเทศทั่วเอเชีย ด้วยจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ในประเทศไทยที่มีมากถึง 69 ล้านคน (ข้อมูลจาก LINE Thailand ปี ค.ศ. 2023) ทำให้หลาย ๆ แปรตนด์เริ่มหันมาใช้เครื่องมือนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งการนำ LINE OA เข้ามาใช้นั้น จะเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ช่วยสร้างการรับรู้ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังตอบโจทย์ในเรื่องของการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity

and Transparency Assessment: ITA) สำหรับความสะอาดในการรับซื้อโรงเรียน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนการเป็นหน่วยงานดิจิทัลทั้งในด้านของ Digital Marketing และ Digital Transformation

5. วัตถุประสงค์ :

- 5.1 เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความพร้อมของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงสินค้าและบริการของทีเส็บ ผ่านการสื่อสารบน LINE OA และเพิ่มประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจให้กับผู้ติดตามด้วยเนื้อหาและบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย
- 5.2 เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยใช้ LINE OA เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างตรงประเด็น
- 5.3 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการตลาดดิจิทัลของทีเส็บ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของ LINE OA มุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- 5.4 เพื่อรักษาและขยายฐานผู้ติดตาม LINE OA ของทีเส็บ
- 5.5 เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการใช้ LINE OA นำมาใช้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการสื่อสารในอนาคต สนับสนุนการวางแผนการตลาด การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ของทีเส็บ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน :

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานดังต่อไปนี้

6.1 บริหารจัดการช่องทาง LINE Official Account

- 6.1.1 ศึกษาช่องทางไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมการวางแผนการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร
- 6.1.2 ดำเนินการเป็นตัวแทนกับทาง LINE (LINE Agency Partner) เพื่อบริหารจัดการงานระบบ LINE OA ของทีเส็บ ให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยทั้งหมดต้องผ่านการเห็นชอบของทีเส็บก่อนดำเนินการ
- 6.1.3 จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ LINE OA ภาพรวมให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป พร้อมทั้งแผนการเพิ่มผู้ติดตาม LINE OA ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 1 แผนงาน
- 6.1.4 อัปเดตข้อมูล นำเข้าเนื้อหา กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ และข้อมูลสำคัญอื่นๆ ของทีเส็บเป็นภาษาไทย
- 6.1.5 พัฒนารูปแบบการแสดงผลและปรับปรุงคุณสมบัติ (Features) ต่างๆ ที่เหมาะสมและมีประโยชน์ โดยคำนึงถึงการให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อกลุ่มเป้าหมายและง่ายต่อการใช้งาน และสอดคล้องกับแผนการตลาดดิจิทัลขององค์กร
- 6.1.6 ดำเนินการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม โดยสามารถใส่ลิงก์เว็บไซต์หรือช่องทางเพื่อให้คลิกไปยังหน้านั้นๆ ได้ หรือเมนูเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแคมเปญต่าง ๆ (Rich Message OA) จำนวน 48 ชิ้นงานหรือมากกว่า
- 6.1.7 ดำเนินการออกแบบเมนูลัดด้านล่าง (LINE Rich Menu) โดยสามารถตั้งค่าปุ่มให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ทันที และสามารถกำหนดได้ว่า ต้องการให้ผู้ติดตามกดแล้วไปที่เมนูหรือช่องทางใด เช่น เมนู

สำหรับสอบถามข้อมูล หรือ เมนูเลือกดูข้อมูลการจัดงานต่างๆ ผ่าน LINE Rich Menu จำนวน 3 ชิ้นงาน

- 6.1.8 ดำเนินการออกแบบสำหรับ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม กดเข้ามาที่แชทไลน์ ทั้งแบบแนวนั่ง แนวนอน และแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตามความเหมาะสม และสามารถใส่ลิงก์ได้เหมือนกับ LINE Rich Message เพื่อให้ผู้ติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์/ข้อมูล ที่ต้องการได้ จำนวน 24 ชิ้นงานหรือมากกว่า
 - 6.1.9 ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ เพื่อให้สามารถเลือกดูข้อมูลได้ด้วยการปิดภาพไปด้านข้าง Card Message เช่น การโปรโมทสถานที่ประชุม งานอีเวนต์ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 60 ชิ้นงาน
 - 6.1.10 ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Greeting Message ข้อความทักทายที่จะ Pop-Up ขึ้นเมื่อมีการเพิ่ม การติดตาม (Add Friend) LINE OA เป็นครั้งแรก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี
 - 6.1.11 ดำเนินการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) ตั้งค่าแชทบอทให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยวางแผนร่วมกับทีเส็บเพื่อกำหนด Keyword จากคำถามที่ลูกค้ามักถามบ่อยๆ เช่น การขอรับการ สนับสนุน, ข้อมูลการติดต่อ เพื่อให้ระบบตอบคำถามกลับอัตโนมัติได้ทันที
 - 6.1.12 ดำเนินการวางแผนจัดการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) โดยประยุกต์ ข้อความที่จะส่งให้เหมาะสมกับเป้าหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสาร นำเสนอแคมเปญต่างๆ
 - 6.1.13 ดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ LINE Beacon ที่ใช้สำหรับส่งข้อมูลระยะสั้นผ่าน Bluetooth Low Energy (BLE) จำนวน 3 ชิ้น พร้อมดูแลและบำรุงรักษา (Maintenance Service Agreement: MA) อุปกรณ์ ดังกล่าวทั้งหมด (รวมของทีเส็บเดิม) ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เมื่อจบโครงการให้ ส่งมอบให้กับทางทีเส็บ และถือเป็นทรัพย์สินของทางทีเส็บ โดยการจัดหาอุปกรณ์ดังกล่าว ต้องได้รับ อนุมัติจากทางทีเส็บก่อนการจัดหา
 - 6.1.14 ดำเนินการวางแผนและนำเทคโนโลยี LINE Beacon มาใช้งานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ผ่าน LINE OA
- 6.2 การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ช่องทาง LINE OA
- 6.2.1 ศึกษาและวางแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์ (online) และออฟไลน์ (offline) ให้ครอบคลุม ระยะเวลาของโครงการโดยจัดทำเป็นแผนระยะยาวตามข้อ 6.1.3 และแผนระยะรายเดือน เพื่อให้มี ผู้ติดตามเพิ่มขึ้น (Followers) ไม่น้อยกว่า 5,000 ผู้ติดตาม ภายใน 30 กันยายน 2568
 - 6.2.2 ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเป็นกลุ่ม เช่น อายุ เพศ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และระยะเวลาที่ติดตามช่องทาง เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อความโปรโมชัน แคมเปญ หรือโฆษณา ต่างๆ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 6.2.3 ศึกษาและวางกลยุทธ์ในการรักษาฐานผู้ติดตามเดิม (Followers) เพื่อลดอัตราการบล็อกช่องทาง (Block Rate) ไม่เกินร้อยละ 20 ของผู้ติดตามทั้งหมดในช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ

- 6.2.4 ศึกษาและคิดกิจกรรมเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดังจุดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE OA เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม ตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยแต่ละกิจกรรมต้องมีการวัดผลที่ได้ จำนวนผู้ติดตามใหม่ (New Followers) ไม่น้อยกว่า 500 ผู้ติดตาม ของแต่ละกิจกรรม
- 6.2.5 ศึกษาและคิดแคมเปญการตลาดผ่านช่องทาง LINE OA จำนวน 1 แคมเปญ โดยจัดทำร่วมกับหน่วยงาน อื่นๆ
- 6.3 การดูแลระบบหลังบ้าน (Back-Office Access) ช่องทาง LINE OA
- 6.3.1 บำรุงรักษาระบบเข้าถึงข้อมูลหลังบ้าน (Back-Office Access) เพื่อให้แอดมินของ ทีเส็บ สามารถแก้ไข ข้อมูลได้ในลักษณะที่เข้าใจได้ง่าย โดยสามารถสร้างเนื้อหา เพิ่มข้อมูล ข่าวประกาศ หรือรูปภาพ กิจกรรมต่างๆ การกำหนดสิทธิในการดูแลหรือแก้ไขหน้าเพจ (Admin) การเพิ่มผู้ใช้เข้ามาในระบบ พร้อมทั้งสิทธิในการเข้าถึงระบบหลังบ้าน ให้มีความสะดวกและง่ายในการจัดการด้วยตนเองได้
- 6.3.2 จัดหาผู้ดูแลระบบอย่างน้อย 1 คน โดยมีหน้าที่ดูแลระบบ LINE OA สนับสนุนการนำเข้า/แก้ไขข้อมูล และสนับสนุนการตอบคำถามข้อมูลจากผู้ติดตาม ภายใน 24 ชั่วโมง และต้องเป็นผู้ที่สามารถดำเนินการ ได้ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ
- 6.4 ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งานผ่านระบบ LINE OA ของทีเส็บอย่างน้อย 50 ราย โดยจัดทำแบบประเมินออนไลน์ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ พร้อมทำการวิเคราะห์และสรุปผลเป็นรายงาน พร้อม ข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานของปีงบประมาณถัดไป
- 6.5 รายงานประจำเดือน
- 6.5.1 จัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานกิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร LINE OA ของ ทีเส็บ โดยส่งมอบเป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์รูปแบบ pdf ผ่านช่องทาง Cloud Drive จำนวน 1 ชุด
- 6.5.2 จัดทำรายงานสถิติผู้ติดตามช่องทาง LINE OA และพฤติกรรม (User Journey) การใช้งานของผู้ติดตาม ส่งมอบเป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์รูปแบบ pdf ผ่านช่องทาง Cloud Drive จำนวน 1 ชุด
- 6.5.3 จัดทำรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE OA รวมถึงการ วิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม, การตอบกลับผู้ติดตามช่องทาง ส่งมอบเป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์รูปแบบ pdf ผ่านช่องทาง Cloud Drive จำนวน 1 ชุด
- 6.5.4 รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบ กลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป ส่งมอบเป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์รูปแบบ pdf ผ่านช่องทาง Cloud Drive จำนวน 1 ชุด
- 6.6 จัดประชุมอัปเดตแผนงานรายเดือนร่วมกับทีเส็บ เพื่อรายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินงานสำหรับการ บริหารช่องทาง LINE OA และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทีมงานต้องสามารถรับกลยุทธ์ตามคำแนะนำของทีเส็บ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป็นไปตามตัวชี้วัดของโครงการฯ
- 6.7 ผลงานทุกชิ้นภายใต้การดำเนินโครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ทีเส็บ ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ ทีเส็บ และพร้อม โอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไป ให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ เป็นต้น โดยผู้รับจ้าง

ต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลได้ ในกรณีที่ ทีเส็บ ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ

- 6.8 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ในระหว่างการนำเสนอแผนงาน หากในระหว่างการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงทีมงาน ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ ทีเส็บ รับทราบก่อนล่วงหน้า 5 วันทำการ โดยทีมงานที่นำมาทดแทนต้องมีคุณสมบัติ และประสบการณ์เทียบเคียงเท่ากับทีมงานเดิมตามที่นำเสนอ ก่อนการเริ่มงานโดย ทีเส็บ มีสิทธิปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงทีมงานหากเล็งเห็นว่าขาดคุณสมบัติที่พร้อมสำหรับการดำเนินงานในหน้าที่นั้นๆ ตามที่ผู้รับจ้างได้นำเสนอตามแผนงาน
- 6.9 ผู้รับจ้างต้องศึกษาและทำความเข้าใจในการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment – ITA) เพื่อพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์และการนำเสนอข้อมูลของเว็บไซต์ให้สอดคล้องตามหลักการประเมิน
- 6.10 ผู้รับจ้างต้องศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยจัดทำ Privacy Policy รวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ และนำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องถูกต้องตามพระราชบัญญัติ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 6.11 หากเกิดปัญหาการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างต้องรายงานให้ทางทีเส็บรับทราบในทันที และดำเนินการแก้ปัญหาให้เรียบร้อยภายใน 24 ชั่วโมง
- 6.12 ผู้รับจ้างจะต้องไม่นำข้อมูลหรือชิ้นงานที่ได้จากการดำเนินโครงการนี้ไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใด นอกเหนือจากโครงการนี้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก ทีเส็บ เป็นลายลักษณ์อักษร
- 6.13 เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ผู้รับจ้างต้องทำหน้าที่บำรุงรักษา ช่องทาง LINE OA (Maintenance Service Agreement: MA) ให้สามารถตอบสนองการให้บริการและแสดงผลอย่างสมบูรณ์ ต่อเนื่อง เป็นระยะเวลา 6 เดือนหลังจากจบโครงการ
- 6.14 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล
ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลให้เพิ่มขอบเขตงานดังนี้
 - 6.14.1 ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของตัวผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
 - 6.14.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

7. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

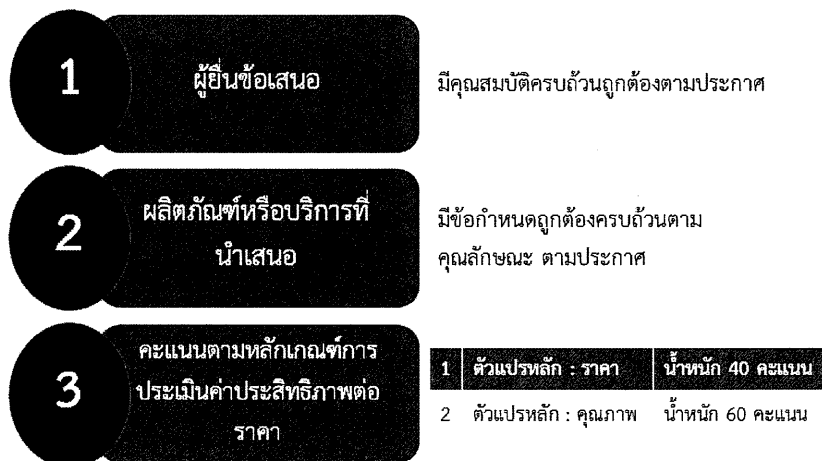
มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

- (4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม
- (5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109
- (6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

ที่สืบใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนนให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6 อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

ตัวแปรรอง	การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน																								
ตัวแปรรองที่ 1	การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้ 1.1) นำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ (10 คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ</td><td>0</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ จำนวน 1-2 กลยุทธ์</td><td>5</td></tr><tr><td>มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ มากกว่า 2 กลยุทธ์ พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับทีเส็บ</td><td>10</td></tr></table> 1.2) นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (10 คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</td><td>0</td></tr><tr><td>นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1-2 กลยุทธ์</td><td>4-5</td></tr><tr><td>นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับทีเส็บ</td><td>6-10</td></tr></table> 1.3) นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ผู้ติดตามใหม่ (new followers) ช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ (10 คะแนน) <table><tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr><tr><td>ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ</td><td>0</td></tr><tr><td>นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ จำนวน 1-2 ปัจจัย</td><td>4-5</td></tr><tr><td>นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ จำนวน 3 ปัจจัยขึ้นไป</td><td>6-10</td></tr></table>	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ	0	มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ จำนวน 1-2 กลยุทธ์	5	มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ มากกว่า 2 กลยุทธ์ พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับทีเส็บ	10	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0	นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1-2 กลยุทธ์	4-5	นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับทีเส็บ	6-10	ความหมาย	ระดับคะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ	0	นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ จำนวน 1-2 ปัจจัย	4-5	นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ จำนวน 3 ปัจจัยขึ้นไป	6-10	30
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ไม่มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ	0																									
มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ จำนวน 1-2 กลยุทธ์	5																									
มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการรักษฐานผู้ติดตามเดิม (existing followers) การลดอัตราการปิดกั้นการรับข้อความ (Block Rate) ช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ มากกว่า 2 กลยุทธ์ พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับทีเส็บ	10																									
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ไม่มีการนำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0																									
นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 1-2 กลยุทธ์	4-5																									
นำเสนอกกลยุทธ์ในการใช้เนื้อหา ดีไซน์ต่าง ๆ สำหรับช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ ที่ดึงดูดความสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3 กลยุทธ์ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับทีเส็บ	6-10																									
ความหมาย	ระดับคะแนน																									
ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ	0																									
นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ จำนวน 1-2 ปัจจัย	4-5																									
นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เป็นผู้ติดตามช่องทาง LINE OA ของ ทีเส็บ จำนวน 3 ปัจจัยขึ้นไป	6-10																									

ตัวแปรครั้งที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ และความน่าสนใจของการนำเสนอ รวมไปถึงเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ (50 คะแนน)

2.1) นำเสนอแนวคิดดีไซน์ (design) เนื้อหา (content) ที่ทำให้ LINE OA ของที่เสื้บมีความน่าสนใจ นำติดตาม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (20 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดดีไซน์ (design) เนื้อหา (content) ที่ทำให้ LINE OA ของที่เสื้บมีความน่าสนใจ นำติดตาม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	0
นำเสนอแนวคิดดีไซน์ (design) เนื้อหา (content) ที่ทำให้ LINE OA ของที่เสื้บมีความน่าสนใจ นำติดตาม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 1-2 แนวคิด	9-10
นำเสนอแนวคิดดีไซน์ (design) เนื้อหา (content) ที่ทำให้ LINE OA ของที่เสื้บมีความน่าสนใจ นำติดตาม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 3 แนวคิดขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับที่เสื้บ	11-20

2.2) นำเสนอเทคโนโลยี/ฟีเจอร์ (features) ของ LINE OA ที่เป็นประโยชน์ สามารถทำได้จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ LINE OA ของที่เสื้บ (20 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอเทคโนโลยี หรือฟีเจอร์ (features) ของ LINE OA ที่เป็นประโยชน์ สามารถทำได้จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ LINE OA ของที่เสื้บ	0
นำเสนอเทคโนโลยี หรือฟีเจอร์ (features) ของ LINE OA ที่เป็นประโยชน์ สามารถทำได้จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ LINE OA ของที่เสื้บ จำนวน 1 เทคโนโลยี/ฟีเจอร์ (features)	5-10
นำเสนอเทคโนโลยี หรือฟีเจอร์ (features) ของ LINE OA ที่เป็นประโยชน์ สามารถทำได้จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ LINE OA ของที่เสื้บ จำนวน 2 เทคโนโลยี/ฟีเจอร์ (features) ขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับที่เสื้บ	11-20

2.3) นำเสนอ Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม LINE OA ของ ที่เสื้บ (10 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีการนำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม LINE OA ของ ที่เสื้บ	0
นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม LINE OA ของ ที่เสื้บ จำนวน 1 เทคนิค	5
นำเสนอเทคนิคในการ Tracking Customer Journey ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการติดตาม LINE OA ของ ที่เสื้บ จำนวน 2 เทคนิคขึ้นไป พร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับที่เสื้บ	6-10

ตัวแปรครั้งที่ 3

ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ความพร้อมและประสบการณ์ (20)

3.1) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ	0
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด	1
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย	2
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง	3
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก	4
มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด	5

3.2) ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่	0
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 1 โครงการ	1
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 2 โครงการ	2
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 3 โครงการ	3
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 4 โครงการ	4
มีประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ 5 โครงการ	5

3.3) มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ LINE OA ที่ประสบความสำเร็จ เช่น การเพิ่มผู้ติดตามช่องทาง LINE OA, ยอด Engagement (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ	0
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 1 โครงการ	1
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 2 โครงการ	2
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 3 โครงการ	3
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 4 โครงการ	4
มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ 5 โครงการ	5

3.4) ทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติสำหรับโครงการนี้ (5 คะแนน)

ความหมาย	ระดับคะแนน
ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติ (กรณีมีแค่ Project Owner)	0
มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติ	5

รวม

20

100

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ 70 คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
3. ที่เส็บพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ 83 (2))
4. กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

9. ระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญาถึงวันที่ 30 กันยายน 2568

10. การส่งมอบงาน :

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ ที่เส็บผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงาน (Inception Report) การบริหารจัดการ LINE OA โดยส่งมอบรายงาน ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน Cloud Drive (Google Drive, Dropbox, etc.) จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย - แผนบริหารจัดการช่องทาง LINE OA : LINE OA (AccountManagement) (ขอบเขตงานข้อ 6.1) - แผนประชาสัมพันธ์ LINE OA : LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2)	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
2	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า (Progress Report) การบริหารจัดการ LINE OA : LINE OA โดยส่งมอบรายงานรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน Cloud Drive (Google Drive, Dropbox, etc.) จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย 2.1 รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการ LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1) รายละเอียด ดังนี้	ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- รายงานการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม (Rich Message OA) จำนวน 16 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 8 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ (ขอบเขตงานข้อ 6.1.9) จำนวน 20 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Greeting Message (ขอบเขตงานข้อ 6.1.10) - รายงานการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12) - รายงานการจัดหาอุปกรณ์ LINE Beacon ที่ใช้สำหรับส่งข้อมูลระยะสั้นผ่าน Bluetooth Low Energy (BLE) จำนวน 3 ชิ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.1.13) - รายงานการวางแผนและนำเทคโนโลยี LINE Beacon มาใช้งานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่าน LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1.14) 2.2 รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้ - รายงานความคืบหน้าการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์ (online) และออฟไลน์ (offline) ช่องทาง LINE OA ให้มีผู้ติดตามใหม่เพิ่มขึ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1) - รายงานการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเป็นกลุ่ม เช่น อายุ เพศ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และระยะเวลาที่ติดตามช่องทาง เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อความโปรโมชั่น แคมเปญ หรือ โฆษณาต่างๆ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.2) - รายงานการรักษาฐานผู้ติดตามเดิม (Followers) อัตราการบล็อกช่องทาง (Block Rate) ไม่เกินร้อยละ 20 ของผู้ติดตามทั้งหมดในช่องทาง LINE OA ของที่สืบ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.3) - รายงานการจัดกิจกรรมเพื่อตอบโจทยกลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE OA เพิ่มขึ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.2.4)	

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE OA รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ - รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป	
3	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานความคืบหน้า (Progress Report) การบริหารจัดการ LINE OA โดยส่งมอบรายงานรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สีภาษาไทย จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน Cloud Drive (Google Drive, Dropbox, etc.) จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย 3.1 รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการ LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1) รายละเอียด ดังนี้ - ดำเนินการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม (Rich Message OA) จำนวน 20 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 10 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ (ขอบเขตงานข้อ 6.1.9) จำนวน 25 ชิ้นงาน - รายงานการออกแบบ Greeting Message (ขอบเขตงานข้อ 6.1.10) - รายงานการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12) - รายงานการวางแผนและนำเทคโนโลยี LINE Beacon มาใช้งานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่าน LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1.14) 3.2 รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้ - รายงานความคืบหน้าการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์ (online) และออฟไลน์ (offline) ช่องทาง LINE OA ให้มีผู้ติดตามใหม่เพิ่มขึ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1)	ภายใน 160 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- รายงานการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเป็นกลุ่ม เช่น อายุ เพศ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และระยะเวลาที่ติดตามช่องทาง เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อความโปรโมชั่น แคมเปญ หรือโฆษณาต่างๆ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.2) - รายงานการรักษาฐานผู้ติดตามเดิม (Followers) อัตราการบล็อกช่องทาง (Block Rate) ไม่เกินร้อยละ 20 ของผู้ติดตามทั้งหมดในช่องทาง LINE OA ของทีเส็บ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.3) - รายงานการจัดกิจกรรมเพื่อตอบโต้กลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE OA เพิ่มขึ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.2.4) - รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE OA รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ - รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไป	
4	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ (Final Report) โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการบริหารจัดการ LINE OA จัดพิมพ์สีภาษาไทย พร้อมลงบันทึกเป็น Electronic File ใน External Drive จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย - รายงานสรุปการบริหารจัดการ LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1.1) - รายงานสรุปการออกแบบภาพประกอบพร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม (Rich Message OA) จำนวน 48 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 24 ชิ้นงาน - รายงานสรุปการออกแบบสำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของภาพสไลด์ (ขอบเขตงานข้อ 6.1.9) จำนวน 60 ชิ้นงาน - รายงานสรุปการดูแลระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Reply) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.11) - รายงานสรุปการดำเนินการส่งข้อความสำหรับผู้ติดตามหลายคนพร้อมกัน (Broadcast) (ขอบเขตงานข้อ 6.1.12)	ภายในวันที่ 30 กันยายน 2568

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- รายงานสรุปการจัดหาอุปกรณ์ LINE Beacon ที่ใช้สำหรับส่งข้อมูลระยะสั้นผ่าน Bluetooth Low Energy (BLE) จำนวน 3 ชิ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.1.13) - รายงานสรุปการวางแผนและนำเทคโนโลยี LINE Beacon มาใช้งานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่าน LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.1.14) รายงานสรุปการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ LINE OA (ขอบเขตงานข้อ 6.2) รายละเอียด ดังนี้ - รายงานการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์ (online) และออฟไลน์ (offline) ช่องทาง LINE OA ให้มีผู้ติดตามใหม่เพิ่มขึ้น (ขอบเขตงานข้อ 6.2.1) - รายงานการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกเป็นกลุ่ม เช่น อายุ เพศ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ และระยะเวลาที่ติดตามช่องทาง เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อความโปรโมชั่น แคมเปญ หรือโฆษณาต่างๆ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.2) - รายงานการรักษาฐานผู้ติดตามเดิม (Followers) อัตราการบล็อกช่องทาง (Block Rate) ไม่เกินร้อยละ 20 ของผู้ติดตามทั้งหมดในช่องทาง LINE OA ของที่สืบ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.3) - รายงานการจัดกิจกรรมเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE OA เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมตลอดระยะเวลาของโครงการ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.4) - รายงานการศึกษาและคิดแคมเปญการตลาดผ่านช่องทาง LINE OA โดยจัดทำร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ จำนวน 1 แคมเปญ (ขอบเขตงานข้อ 6.2.5) - รายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE OA รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ - รายงานข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาต่อไป เช่น การปรับปรุงเนื้อหา, การเพิ่มความสมบูรณ์ในการตอบกลับข้อความ, หรือแผนการตลาดต่อไปรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของบัญชี LINE OA รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชม (Read Message), การตอบกลับ (Replying) ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ - ส่งมอบรายงานผลสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งาน LINE OA (ตามขอบเขตงานข้อ 6.4)	

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
	- ส่งมอบผลงานทั้งหมดตามที่ระบุในขอบเขตงานให้กับทาง ทีเส็บ ทั้งข้อมูลการ Login รวมไปถึงข้อมูลระบบทางเทคนิคต่าง ๆ	

11. เงื่อนไขการชำระเงิน :

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 4 งวดดังนี้

- งวดที่ 1 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 10 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- งวดที่ 2 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 25 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- งวดที่ 3 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 30 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น
- งวดที่ 4 :** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 4 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

12. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

13. อากรแสตมป์

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

14. อัตราค่าปรับ :

ทีเส็บกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้าง/ทีเส็บ เสร็จสิ้น

15. การยกเลิก

ทีเส็บสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ทีเส็บจะไม่

รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ที่เส็บเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ที่เส็บด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

16. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟต์แวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ ที่เส็บที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ที่เส็บและ ที่เส็บมีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

17. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

18. ข้อเสนอสิทธิ์

ที่เส็บ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ที่เส็บ พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอปรราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ที่เส็บ ทั้งสิ้น

19. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากที่เส็บแล้ว การที่ที่เส็บได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญา และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ที่เส็บเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินใจของ ที่เส็บถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินใจของ ที่เส็บไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

2. ทีเส็บขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ทีเส็บโดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ทีเส็บก่อน
4. ทีเส็บขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินใจของ ทีเส็บ
5. ทีเส็บขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ
6. การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีผลบังคับใช้ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ ทีเส็บ ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว ทีเส็บ สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

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

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	กิจกรรมการจัดทำช่องทางการสื่อสาร Official LINE Channel ของทีเส็บ		
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานการตลาดดิจิทัล		
2.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		1,900,000.00	บาท
3.	วันที่กำหนดราคากลาง	3 ธันวาคม 2567	เป็นเงิน	2,360,473.33 บาท

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	- บริหารจัดการช่องทาง LINE Official Account: LINE OA (Account Management)	251,283.33	บาท
	- การดูแลระบบหลังบ้าน (Back-Office Access) ช่องทาง LINE Official Account		
	- ดำเนินการเป็นตัวแทนในการสร้างสัญญาณระบบ LINE Official Account ของทีเส็บกับ LINE Corporation และบริหารจัดการงานระบบ LINE Official Account		
3.2	ออกแบบดีไซน์พร้อมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ติดตาม โดยสามารถใส่ลิงค์เว็บไซต์หรือช่องทางเพื่อให้คลิกไปยังหน้านั้นๆ ได้ หรือกดเพื่อรับข่าวสารรวมถึงแคมเปญต่าง ๆ (Rich Message OA) จำนวน 48 ชิ้นงานหรือมากกว่า	167,280.00	บาท
3.3	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับเมนูลัดด้านล่าง (Line Rich Menu) โดยสามารถตั้งค่าปุ่มให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ทันที และสามารถกำหนดได้ว่า ต้องการให้ผู้ติดตามกดแล้วไปทีเมนูหรือช่องทางใด เช่น ปุ่มสำหรับสอบถามข้อมูล หรือ กดเพื่อดูข้อมูลการจัดงานต่างๆ ผ่าน Line Rich Menu จำนวน 3 ชิ้นงาน พร้อมหน้าปก (Cover), Greeting Message	22,833.33	บาท
3.4	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ LINE Rich Video รูปแบบของ Video เมื่อผู้ติดตาม กดเข้ามาที่แชทไลน์ ทั้งแบบแนวตั้ง แนวนอน และแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสตามความเหมาะสม และสามารถใส่ลิงค์ได้เหมือนกับ LINE Rich Message เพื่อให้ผู้ติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์/ข้อมูล ที่ต้องการได้ จำนวน 24 ชิ้นงานหรือมากกว่า	334,000.00	บาท

3.5	ดำเนินการออกแบบดีไซน์สำหรับ Card Message หรือ ข้อความในรูปแบบของ ภาพสไลด์ เพื่อให้สามารถเลือกดูข้อมูลได้ด้วยการปัดภาพไปด้านข้าง Card Message เช่น การโปรโมทสถานที่ประชุม งานอีเวนต์ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 60 ชิ้นงาน	467,500.00	บาท
3.6	การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ช่องทาง LINE Official Account วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมระยะเวลาของโครงการโดยจัดทำเป็นแผน ระยะยาวและแผนระยะรายเดือน โดยต้องมีผู้ติดตามไม่ต่ำกว่า 5,000 ผู้ติดตาม	392,500.00	บาท
3.7	แคมเปญเพื่อตอบใจห้กลุ่มเป้าหมายดึงดูดให้มีการติดตามทางช่องทาง LINE Official Account เพิ่มขึ้น จำนวน 3 แคมเปญ	46,750.00	บาท
3.8	จัดหาผู้ดูแลระบบอย่างน้อย 1 คน โดยมีหน้าที่ดูแลระบบ LINE Official Account สนับสนุนการนำเข้า/แก้ไขข้อมูล และสนับสนุนการตอบคำถามข้อมูลจากผู้ติดตาม ภายใน 24 ชั่วโมง และต้องเป็นผู้ที่สามารถดำเนินการได้ตลอดระยะเวลาดำเนิน โครงการ	294,000.00	บาท
3.9	ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ และข้อคิดเห็นจากผู้ใช้งานผ่านระบบ LINE Official Account ของที่เสียบอย่างน้อย 50 ราย โดยจัดทำแบบประเมินออนไลน์ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ	11,866.67	บาท
3.10	รายงานความคืบหน้าประจำเดือน	94,160.00	บาท
3.11	Management Fee	278,300.00	บาท
4.	แหล่งที่มีของราคากลาง		
4.1	บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด		
4.2	บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)		
4.3	บริษัท ดูดรีมดิฟเฟอเรนซ์ จำกัด		
5.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง		
	นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ		
	นางสาวชญานันท์ ไชยสอาด		