ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรม One Influencer One Soft Power ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินกิจกรรม One Influencer One Soft Power ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคากลางของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๔,๕๑๗,๘๙๖.๖๗ บาท (สี่ล้านห้าแสนหนึ่งหมื่นเจ็ดพันแปดร้อยเก้าสิบหกบาทหกสิบเจ็ดสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

ดำเนินกิจกรรม One Influencer One Soft Power ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘	จำนวน	๑	งาน

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย

๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและ การบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำ

การอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

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

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 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 และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่

สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

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

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

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

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

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่
เว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๑๗ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสปน. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคผ่านทางโปรแกรม ZOOM MEETING ในวันศุกร์ที่ ๑๔ มีนาคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ jutathip_s@tceb.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๖๘ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.businesseventsthailand.com และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๖๘

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘

(นายสราญโรจน์ สุทัศน์ชูโต)
รองผู้อำนวยการ สสปน.
และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร
ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสปน.

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

1. **ชื่อโครงการ/กิจกรรม :** One Influencer One Soft Power
2. **งบประมาณ :** วงเงิน 3,900,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว
3. **หลักการและเหตุผล :**

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการเชิงรุกทุกด้าน อย่างต่อเนื่องมีการขับเคลื่อนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยขับเคลื่อนผ่านการตลาดดิจิทัล สร้างระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (Digital Ecosystem for MICE Industry) มุ่งหน้าสู่ยุคที่เน้นคุณค่า (High Value Added Destination) และความยั่งยืน (Sustainable MICE) ด้วยการส่งเสริมการตลาดไมซ์ที่พันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์จะช่วยกันผลักดันให้เกิด Synergy เสริมกำลังซึ่งกันและกัน เกิดเป็น Super Power ที่จะผลักดันให้ไมซ์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาดการไมซ์เชิงรุกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจและชุมชน สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายวงกว้างได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และทีเส็บ สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว

การขับเคลื่อนการตลาดดิจิทัลของ ทีเส็บ สอดคล้องกับแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล เสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริการ และพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรเพื่อปรับสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล

นอกจากนี้ ทีเส็บยังมุ่งส่งเสริมเรื่อง Soft Power ของประเทศไทยซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาล ในปัจจุบันนี้ Soft Power กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงการฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มุ่งสู่นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy พัฒนามาจากองค์ความรู้ทรัพย์สินทางปัญญา การศึกษา และการสร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่

บทบาทของทีเส็บจึงเข้ามาผลักดันนโยบายนี้ โดยการสร้างสรรค์งานประชุม สัมมนา และงานแสดงสินค้า รวมถึงอีเวนท์ทั้งไทยและต่างประเทศ เป็นสะพานเชื่อมให้ Soft Power ได้ขยายศักยภาพและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการทำการตลาด Influencer marketing ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ช่วยสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

4. **วัตถุประสงค์ :**

4.1 เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทย ผ่านการสื่อสารภาพลักษณ์ (Image and Branding) ด้านท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของไทยในระดับโลกเพื่อกระตุ้นให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการประชุมนานาชาติ

4.2 เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของไทย ด้วยอัตลักษณ์ไทยภายใต้แนวคิด 5 อุตสาหกรรม SOFT POWER ผ่าน Influencer ในฐานะบุคคลที่มีอิทธิพลในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ความเป็นไทยสู่กลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก

4.3 เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง และคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว

5. **ขอบเขตการดำเนินงาน :**

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตงานดังต่อไปนี้

5.1 การวางแผนและกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy & Planning)

5.1.1 ศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ กำหนดพฤติกรรมความสนใจและช่องทางการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เหมาะสม

5.1.2 กำหนดแนวทางกลยุทธ์การตลาดเพื่อจัดทำแผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Communication Plan) ภาพรวมของโครงการฯ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดระยะเวลาของโครงการ

5.1.3 วางแผนประชาสัมพันธ์จากกลยุทธ์ที่กำหนดจากข้อ 5.1.2 โดยวางแผนเป็นภาพรวมของโครงการฯ จำนวน 1 แผนงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโครงการ จำนวน 2,400,000 Views/Reach

5.1.4 วางแผนเนื้อหา (Content Planning) และ Key Message เรื่อง Soft Power โดยเป็นการนำเสนอเรื่อง Soft Power จาก 5 ด้านอุตสาหกรรม ได้แก่ ด้านอาหาร (Food), ด้านดนตรี (Music), ด้านการท่องเที่ยว (Tourism), ด้านกีฬา (Sport) และด้านเฟสติวัล (Festival) ผ่านการนำเสนอจากชุมชนท้องถิ่นและ/หรืองานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์จากข้อมูลที่ทีเส็บจัดหาให้

หมายเหตุ: สามารถปรับเปลี่ยนรายละเอียดข้างต้นได้ตามความเหมาะสมหรือที่ทีเส็บกำหนด

5.1.5 จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) พร้อมระบุระยะเวลาการดำเนินงาน (Timeline) ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาของโครงการ พร้อมกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) จำนวน 1 แผนงานในรูปแบบรายงาน จำนวน 1 ชุด

5.2 การบริหารและจัดการคัดเลือก (Influencer Management)

5.2.1 รวบรวมรายชื่อ Influencer ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ Soft Power จาก 5 ด้านอุตสาหกรรม ได้แก่ ด้านอาหาร (Food), ด้านดนตรี (Music), ด้านการท่องเที่ยว (Tourism), ด้านกีฬา (Sport) และด้านเฟสติวัล (Festival) โดยพิจารณาจากเกณฑ์เบื้องต้น เช่น ฐานผู้ติดตาม (Follower base) อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) ความเหมาะสมของคอนเทนต์กับแคมเปญ จำนวนอย่างน้อย 20 คน

5.2.2 วางแผนและจัดการจับคู่/คัดเลือก Influencer ให้เหมาะสมกับเนื้อของ 5 ด้านอุตสาหกรรม Soft Power ระหว่าง Influencer กับ ชุมชนและ/หรืออีเวนต์ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ พร้อมระบุบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนของ Influencer แต่ละด้าน

5.2.3 ควบคุมคุณภาพและทิศทางของเนื้อหาให้ Influencer สร้างเนื้อหาตาม Key Message ที่กำหนด

5.3 การสร้างสรรค์และจัดการเนื้อหา (Content Creation & Management)

5.3.1 วางแผนและกำหนดแนวทางการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Guidelines) ให้ชัดเจน เพื่อเป็นกรอบการทำงานให้กับ Influencer โดยเน้นให้เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ได้แก่

5.3.1.1 การนำเสนอ Soft Power ในมิติของด้านอาหาร (Food), ด้านดนตรี (Music), ด้านการท่องเที่ยว (Tourism), ด้านกีฬา (Sport) และด้านเฟสติวัล (Festival) ผ่านชุมชน และ/หรืองานอีเวนต์

5.3.1.2 การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการ เช่น งานอีเวนต์และการโหวตออนไลน์

5.3.1.3 การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตาม (Audience Engagement) อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2 ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพเนื้อหาก่อนเผยแพร่ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับแผนงาน

5.3.3 จัดการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางของ Influencer ตามที่วางแผนไว้ เช่น TikTok, Facebook, Instagram, YouTube หรือช่องทางอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของ Influencer

5.4 การจัดกิจกรรมและอีเวนต์ (Event Management)

5.4.1 การจัดงานแถลงข่าว (Press Conference)

5.4.1.1 วางแผนและจัดงานแถลงข่าว เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ รวมถึงประสานงานและเชิญสื่อมวลชน, Influencer เพื่อเข้าร่วมงานแถลงข่าวและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมงานรวมถึงสื่อมวลชน จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน

5.4.1.2 จัดหาสถานที่ๆ เหมาะสมและสะดวกต่อการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน จำนวน 1 ครั้ง

5.4.1.3 จัดหาผู้ดำเนินรายการ จำนวน 1 คน เพื่อทำหน้าที่ดำเนินรายการภายในงานแถลงข่าวและกิจกรรมต่างๆ

5.4.2 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Incubation Program)

5.4.2.1 วางแผนและจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Incubation Program) เพื่อให้เกิดการคิดและสร้างสรรค์ไอเดียที่เหมาะสมกับแคมเปญสำหรับ Influencer ชุมชน ผู้จัดงานอีเวนต์และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของโครงการฯ จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 30 คน

5.4.2.2 จัดหาสถานที่ๆ ขนาดเหมาะสมและสะดวกต่อการเดินทางของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Incubation Program) รวมถึงจัดหาอาหารและเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 1 ครั้ง

5.4.2.3 จัดหาวิทยากรที่ให้ความรู้ด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ (Online Content Creation) ให้คำแนะนำในการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เพื่อให้เนื้อหามีความน่าสนใจและสร้างผลลัพธ์ตามเป้าหมาย พร้อมเสริมทักษะให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่ต่ำกว่า 2 คน

5.4.3 กิจกรรมแคมเปญโหวตออนไลน์ (Public Voting Launch) เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการโหวตและแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่สร้างสรรค์โดย Influencer เพิ่มการรับรู้ (Awareness) และสร้างกระแสให้โครงการผ่านแคมเปญออนไลน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.4.3.1 จัดทำแผนงานการเปิดโหวตออนไลน์ที่ชัดเจน โดยกำหนดกลไกและวิธีการโหวต เช่น โหวตผ่านเว็บไซต์, social media (เช่น Like, Share หรือ Comment) หรือระบบเฉพาะที่ครอบคลุมระยะเวลาในการเปิดโหวต เช่น ระบุวันที่เริ่มต้นและสิ้นสุด, เงื่อนไขการโหวต เช่น 1 คน/1 สิทธิ์ หรือการโหวตแบบไม่มีจำกัดออกแบบหน้าตาระบบหรือแพลตฟอร์มการโหวตให้ใช้งานง่าย, รองรับอุปกรณ์หลากหลาย (Mobile/Desktop Friendly) และสามารถเก็บข้อมูลการโหวตได้อย่างถูกต้อง

5.4.3.2 ประสานงานกับ Influencer ให้ช่วยโปรโมตแคมเปญโหวตผ่านช่องทางของตนเอง

5.4.3.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork, Hashtags, Key Message) สำหรับการโปรโมทแคมเปญ จำนวนไม่ต่ำกว่า 3 ชิ้นงาน

5.4.4 กิจกรรมนำเสนอความคิดและผลงาน (Pitching Day) เพื่อคัดเลือก The Best Creative Content Campaign of Soft Power Industry โดยให้ Influencer และชุมชน/งานอีเวนต์ นำเสนอไอเดีย Soft Power ที่ได้พัฒนาเนื้อหามา จำนวน 1 ครั้ง

5.4.4.1 จัดหาสถานที่ๆ เหมาะสมพร้อมอาหารและเครื่องดื่ม โดยต้องรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ จำนวนไม่ต่ำกว่า 30 คน

5.4.4.2 บริหารจัดการเชิญ Influencer จำนวน 10 คน ที่ผ่านการคัดเลือกขั้นต้นจาก Public Voting เพื่อนำเสนอผลงาน

5.4.4.3 ประสานงานคัดเลือกและเชิญคณะกรรมการตัดสินกิจกรรม ผู้เชี่ยวชาญ จากภาครัฐและเอกชน, ภาคประชาชน, หน่วยงานรัฐ, ชุมชน, ผู้ประกอบการ, สื่อมวลชน จำนวนไม่ต่ำกว่า 20 คน

5.4.4.4 จัดเตรียมกติกาในการตัดสิน พร้อมเกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อทุกคนที่เข้าร่วม

5.4.4.5 จัดเตรียมโล่รางวัล สำหรับผู้ชนะเลิศ, รองชนะเลิศอันดับ 1, รองชนะเลิศอันดับ 2 พร้อมรางวัลในการสนับสนุนผู้ที่ได้รางวัลเพื่อจัดทำเนื้อหาในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

5.4.4.6 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เพื่อนำเสนอผลงานที่ชนะ และเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์/ที่เหมาะสม จำนวน 5 ชิ้นงาน (1 ผู้ชนะในแต่ละ soft Power)

5.4.4.7 จัดทำวิดีโอประมวลภาพกิจกรรมนำเสนอความคิดและผลงาน (Pitching Day) (Highlight Video) ความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 1 ชิ้น

5.4.4.8 จัดหาช่างบันทึกภาพนิ่ง จำนวน 1 คน และช่างบันทึกภาพเคลื่อนไหว จำนวน 1 คน

5.5 การติดตามผลงานการเผยแพร่ของ Influencer (Content Performance Tracking) เป็นการติดตามผลงานของ Influencer ผู้ชนะหลังจากกิจกรรมนำเสนอความคิดและผลงาน (Pitching Day) ให้เป็นไปตามแผนและระยะเวลาของโครการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.5.1 ติดตามผลงานที่ Influencer สร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนหรืออีเวนต์ให้เป็นไปตามแผนงานและวัตถุประสงค์ของโครงการ

5.5.2 ตรวจสอบและรวบรวม Key Deliverables ของ Influencer ได้แก่ จำนวนโพสต์หรือคอนเทนต์ที่เผยแพร่ เช่น วิดีโอ, รูปภาพ, ฯลฯ

5.5.3 กำหนดระยะเวลา (Timeline) การโพสต์ผลงาน และตรวจสอบให้ตรงตามเวลาที่วางไว้

5.5.4 ตรวจสอบเนื้อหา (Content) ว่ามีการนำเสนอ Soft Power อย่างสร้างสรรค์และถูกต้อง

5.5.5 ดำเนินการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการเผยแพร่คอนเทนต์ของ Influencer เช่น จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนคนที่เห็นคอนเทนต์ การมีส่วนร่วม (Engagement) จำนวน Like, Share, Comment, View รวมถึงการโต้ตอบอื่น ๆ

5.6 จัดทำวิดีโอ Highlight Content การจัดกิจกรรมเพื่อรวบรวมผลงานเด่นจาก Influencer สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ปิดโครงการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 1 ชิ้นงาน

5.7 จัดทำรายงานการจัดกิจกรรม ดังนี้

5.7.1 รายงานแผนการดำเนินงานและกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy & Planning) จำนวน 1 ชุด

5.7.2 รายงานการจัดกิจกรรมและอีเวนต์ (Event Management) จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วย

5.7.2.1 กิจกรรมแถลงข่าว (Press Conference)

5.7.2.2 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Incubation Program)

5.7.2.3 กิจกรรมนำเสนอความคิดและผลงาน (Pitching Day)

5.7.2.4 การบริหารจัดการติดตามผลงานการเผยแพร่ของ Influencer

5.7.3 รายงานสรุปกิจกรรม (Final Report) ตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนสิ้นสุดโครงการ จำนวน 1 ชุด

5.8 การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่มีการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลให้เพิ่มขอบเขตงานดังนี้

5.8.1 ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้าง ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

5.8.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเกี่ยวเนื่องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

6. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง :

มาตรา 64 ภายใต้บังคับมาตรา 51 และมาตรา 52 ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(1) มีความสามารถตามกฎหมาย

(2) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(3) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

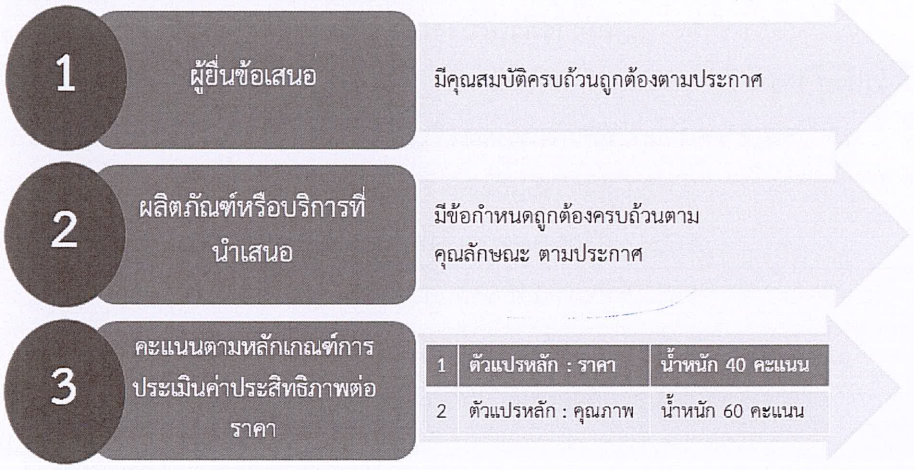
(4) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 106 วรรคสาม

(5) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา 109

(6) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

7. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ :

ทีเส็บใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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

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

ตัวแปรที่ 1 การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม 40 คะแนนให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดย แสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน

ตัวแปรที่ 2 การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม 100 คะแนน

<table>
<tr><th>ตัวแปรรอง</th><th>การพิจารณา</th><th>น้ำหนักคะแนน</th></tr>
<tr><td>ตัวแปรรองที่ 1</td><td>
ความเข้าใจในโครงการ One Influencer One Soft Power
1.1) ความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการ การส่งเสริม Soft Power ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน Influencer (20 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td><u>ไม่มี</u>ความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการ การส่งเสริม Soft Power ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน Influencer</td><td>0</td></tr>
<tr><td>มีความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการ การส่งเสริม Soft Power ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน Influencer น้อย</td><td>5</td></tr>
<tr><td>มีความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการ การส่งเสริม Soft Power ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน Influencer ปานกลาง</td><td>10</td></tr>
<tr><td>มีความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการ การส่งเสริม Soft Power ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน Influencer มาก</td><td>15</td></tr>
<tr><td>มีความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการ การส่งเสริม Soft Power ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน Influencer มากที่สุด</td><td>20</td></tr>
</table>
1.2) นำเสนอแผนกลยุทธ์ได้ตรงตามเป้าหมายโครงการฯ (10 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td><u>ไม่มีการ</u>นำเสนอแผนกลยุทธ์ได้ตรงตามเป้าหมายโครงการฯ</td><td>0</td></tr>
<tr><td>แผนกลยุทธ์ที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการใน<u>ระดับพื้นฐาน</u></td><td>4-5</td></tr>
<tr><td>แผนกลยุทธ์ที่นำเสนอมีความสอดคล้องอย่าง<u>ชัดเจน</u>กับเป้าหมายของโครงการ</td><td>6-10</td></tr>
</table>
</td><td>30</td></tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>ตัวแปรรองที่
2</td>
<td>
นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ แนวทาง รูปแบบ รวมถึงวิธีการดำเนินโครงการให้มีความน่าสนใจ
2.1) นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ แนวทาง รูปแบบ ในการดำเนินโครงการฯ (10 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td><u>ไม่มีการ</u>นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ แนวทาง รูปแบบ วิธีการ ในการดำเนินโครงการฯ</td><td>0</td></tr>
<tr><td>นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ แนวทาง รูปแบบ วิธีการ ในการดำเนินโครงการฯ ที่มีความน่าสนใจ ระดับพื้นฐาน</td><td>1-3</td></tr>
<tr><td>นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ แนวทาง รูปแบบ วิธีการ ในการดำเนินโครงการฯ ที่มีความน่าสนใจ ระดับปานกลาง</td><td>4-7</td></tr>
<tr><td>นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ แนวทาง รูปแบบ วิธีการ ในการดำเนินโครงการฯ ที่มีความน่าสนใจ ระดับมาก</td><td>8-10</td></tr>
</table>
2.2) นำเสนอรูปแบบการจัดงานในส่วนของการจัดการอีเวนต์ (Event Management) (20 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td><u>ไม่มีการ</u>นำเสนอรูปแบบการจัดงานในส่วนของการจัดการอีเวนต์ (Event Management)</td><td>0</td></tr>
<tr><td>การนำเสนอรูปแบบการจัดงานในส่วนของการจัดการอีเวนต์ (Event Management) มีความน่าสนใจ ระดับพื้นฐาน</td><td>5-10</td></tr>
<tr><td>การนำเสนอรูปแบบการจัดงานในส่วนของการจัดการอีเวนต์ (Event Management) มีความน่าสนใจ ระดับมาก</td><td>11-20</td></tr>
</table>
2.3) กลยุทธ์การดึงดูด Influencer เพื่อเข้าร่วมโครงการ (20 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td><u>ไม่มีการ</u>นำเสนอกลยุทธ์การดึงดูด Influencer เพื่อเข้าร่วมโครงการ</td><td>0</td></tr>
<tr><td>นำเสนอกลยุทธ์การดึงดูด Influencer เพื่อเข้าร่วมโครงการ จำนวน 1 แนวทาง แต่ไม่มีรายละเอียดเชิงลึกหรือขาดความน่าสนใจ</td><td>1-5</td></tr>
<tr><td>นำเสนอกลยุทธ์ 2 แนวทาง แต่ขาดการอธิบายรายละเอียดที่ชัดเจน หรือกลยุทธ์ยังไม่น่าสนใจพอ</td><td>6-10</td></tr>
<tr><td>นำเสนอกลยุทธ์ 2 แนวทาง พร้อมรายละเอียดที่ดี และมีการเชื่อมโยงกับ การดึงดูด Influencer เพื่อเข้าร่วมโครงการ</td><td>11-15</td></tr>
<tr><td>นำเสนอกลยุทธ์ 2 แนวทางขึ้นไป ที่ชัดเจนและน่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์สูง และสามารถนำไปใช้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการเชื่อมโยงกับการดึงดูด Influencer เพื่อเข้าร่วมโครงการอย่างชัดเจน</td><td>16-20</td></tr>
</table>
</td>
<td>50</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>ตัวแปรรองที่ 3</td>
<td>
ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์, Soft Power ความพร้อมและประสบการณ์ (20)
3.1) ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ (5 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td>ไม่มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ</td><td>0</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อยที่สุด</td><td>1</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ น้อย</td><td>2</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ ปานกลาง</td><td>3</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มาก</td><td>4</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งของไทยและต่างประเทศ มากที่สุด</td><td>5</td></tr>
</table>
3.2) ความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power (5 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td>ไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power</td><td>0</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power น้อยที่สุด</td><td>1</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power น้อย</td><td>2</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power ปานกลาง</td><td>3</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power มาก</td><td>4</td></tr>
<tr><td>มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง Soft Power มากที่สุด</td><td>5</td></tr>
</table>
3.2) ประสบการณ์ในการทำงานให้ภาครัฐหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับ Influencer หรือ Soft Power (5 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<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>
</table>
3.3) ทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการทำงานร่วมกับ Influencer รวมถึงการทำงานที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power (5 คะแนน)
<table>
<tr><th>ความหมาย</th><th>ระดับคะแนน</th></tr>
<tr><td>ไม่มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติ (กรณีมีแค่ Project Owner)</td><td>0</td></tr>
<tr><td>มีทีมงานที่จะรับผิดชอบและดำเนินการในโครงการฯ ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีคุณสมบัติ</td><td>5</td></tr>
</table>
</td>
<td>20</td>
</tr>
<tr><td colspan="2">รวม</td><td>100</td></tr>
</table>

ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

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

8. ระยะเวลาดำเนินโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญาถึงวันที่ 30 กันยายน 2568

9. การส่งมอบงาน :

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ ทีเส็บผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
1	ส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy & Planning) การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการโครงการ พร้อมบันทึกเป็น Electronic File บรรจุใน Cloud Drive (Google Drive, Dropbox, etc.) จำนวน 1 ชุด (ขอบเขตงานข้อ 5.1)	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา
2	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการดำเนินกิจกรรม จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File บรรจุใน Cloud Drive (Google Drive, Dropbox, etc.) จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย - รายงานการบริหารและจัดการคัดเลือก (Influencer Management) (ขอบเขตงาน 5.2) - รายงานการสร้างสรรค์และจัดการเนื้อหา (Content Creation & Management) (ขอบเขตงาน 5.3) - รายงานการจัดกิจกรรมแถลงข่าว (Press Conference) (ขอบเขตงาน 5.4.1) - รายงานกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Incubation Program) (ขอบเขตงาน 5.4.2)	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา

ครั้งที่	รายละเอียดของการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบ
3	ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ (Final Report) จำนวน 1 ชุด พร้อมบันทึกเป็น Electronic File ใน Cloud Drive (Google Drive, Dropbox, etc.) จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วย - รายชื่อ Influencer ประกอบไปด้ว Profile, ผลงาน, ผลงานการเข้าร่วมโครงการ ที่เข้ารวมตลอดทั้งโครงการ - รายงานความสำเร็จเป้าหมายของโครงการ จำนวน 2,400,000 Views/Reach - รายงานการจัดกิจกรรมแคมเปญโหวตออนไลน์ (Public Voting Launch) (ขอบเขตงาน 5.4.3) - รายงานการจัดกิจกรรมนำเสนอความคิดและผลงาน (Pitching Day) (ขอบเขตงาน 5.4.4) - รายงานการติดตามผลงานการเผยแพร่ของ Influencer (ขอบเขตงาน 5.5) - รายงานการการติดตามผลงานการเผยแพร่ของ Influencer (Content Performance Tracking) (ขอบเขตงาน 5.5) - วิดีโอ Highlight Content (ขอบเขตงาน 5.6)	ภายใน 30 กันยายน 2568

10. เงื่อนไขการชำระเงิน :

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 งวดดังนี้

งวดที่ 1 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 15 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 1 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 2 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 35 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

งวดที่ 3 : ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ 50 ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

11. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของราคาซื้อหรือจ้าง

12. อากรแสตมป์

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

13. อัตราค่าปรับ :

ทีเส็บกำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าผู้รับจ้างจะส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้าง/ทีเส็บ เสร็จสิ้น

14. การยกเลิก

ทีเส็บสงวนสิทธิยกเลิกการจัดซื้อจัดหา การจ้าง หรือสัญญาได้ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้รับจ้างทำงานตามขอบเขตงานส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดล่าช้าจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือการรับงานดังกล่าวไร้ประโยชน์ ไม่มีความสามารถที่จะดำเนินการตามขอบเขตงานหรือสัญญาให้มีคุณภาพและแล้วเสร็จตามกำหนด ทีเส็บจะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นกับผู้รับจ้าง และหากกรณีดังกล่าวทำให้ ทีเส็บเกิดความเสียหาย ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ และชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับ ทีเส็บด้วย โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆทั้งสิ้น

15. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

เอกสาร/ข้อมูล/ชิ้นงาน/ฐานข้อมูลและ/หรือซอฟแวร์และสิ่งอื่นใด ที่เป็นผลของการดำเนินงานจากโครงการนี้ งานที่ดำเนินการแล้วทุกชิ้นงานรวมทั้งที่ส่งมอบและที่ยังไม่ส่งมอบให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ ทีเส็บที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบให้ ทีเส็บและ ทีเส็บมีสิทธิ์ที่จะนำบางส่วนหรือทั้งหมดของชิ้นงานไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้ด้วยตนเองหรือมอบให้ผู้อื่นไปเผยแพร่หรือทำซ้ำใหม่ได้

16. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

17. ข้อสงวนสิทธิ์

ทีเส็บ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ ทีเส็บ พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอบราคาที่เกิดขึ้นจาก

JS

การนี้ เป็นค่าจ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก ทีเส็บ ทั้งสิ้น

18. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากทีเส็บแล้ว การที่ทีเส็บได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ทีเส็บเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

หมายเหตุ :

1. ผลการตัดสินของ ทีเส็บถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่โต้แย้งคัดค้านการตัดสินของ ทีเส็บไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
2. ทีเส็บขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
3. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ ทีเส็บโดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก ทีเส็บก่อน
4. ทีเส็บขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ ทีเส็บ
5. ทีเส็บขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ
6. การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีผลบังคับใช้ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ ทีเส็บ ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว ทีเส็บ สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

<u>ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :</u>

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: chayanan_c@tceb.or.th โทรศัพท์ 02 694 6064

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

1.	**ชื่อโครงการ**	กิจกรรม One Influencer One Soft Power			
	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	ส่วนงานการตลาดดิจิทัล			
2.	**วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร**			3,900,000.00	**บาท**
3.	**วันที่กำหนดราคากลาง**	13 กุมภาพันธ์ 2568	**เป็นเงิน**	4,517,896.67	**บาท**
				(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)	

ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

3.1	การวางแผนและกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy & Planning)	442,266.66	**บาท**
3.2	การบริหารและจัดการคัดเลือกอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Management)	1,248,333.33	**บาท**
3.3	การสร้างสรรค์และจัดการเนื้อหา (Content Creation & Management)	240,750.00	**บาท**
3.4	การจัดงานแถลงข่าว (Press Conference) ผู้เข้าร่วมงานรวมถึงสื่อมวลชน ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 50 คน	296,033.33	**บาท**
3.5	กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Incubation Program) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 30 คน	556,400.00	**บาท**
3.6	กิจกรรมแคมเปญโหวตออนไลน์ (Public Voting Launch)	356,666.67	**บาท**
3.7	กิจกรรมนำเสนอความคิดและผลงาน (Pitching Day) ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน	570,666.67	**บาท**
3.8	บริหารจัดการติดตามผลงานการเผยแพร่ของอินฟลูเอนเซอร์ (Content Performance Tracking)	185,466.67	**บาท**
3.9	วิดีโอ Highlight Content เพื่อรวบรวมผลงานเด่นจาก อินฟลูเอนเซอร์ สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ปิดโครงการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน 1 ชิ้นงาน	58,850.00	**บาท**
3.10	จัดทำรายงานการจัดกิจกรรม	46,366.67	**บาท**
3.11	Management Fee	516,096.67	**บาท**

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

4. **แหล่งที่มีของราคากลาง**

4.1 บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด

4.2 บริษัท เดอะ เม็นชั่น จำกัด

4.3 บริษัท เทลสกอร์ จำกัด

5. **รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง**

นางสาวจุฑาทิพย์ สุบรรณครุฑ