



ประกาศสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดการบริหารจัดการแพลตฟอร์มสำหรับตลาดจีน ภายใต้โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้เชิงรุกตลาดออนไลน์ต่างประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างดำเนินการจัดการบริหารจัดการแพลตฟอร์มสำหรับตลาดจีน ภายใต้โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้เชิงรุกตลาดออนไลน์ต่างประเทศ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้าง ในการประกวดราคาครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๓,๐๐๑,๒๗๙.๑๖ บาท (สามล้านหนึ่งพันสองร้อยเจ็ดสิบเก้าบาทสิบหกสตางค์) ตามรายการ ดังนี้

|                                                                                           |       |   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---|-----|
| ดำเนินการจัดการบริหารจัดการ                                                               | จำนวน | ๑ | งาน |
| แพลตฟอร์มสำหรับตลาดจีน ภายใต้โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้เชิงรุกตลาดออนไลน์ต่างประเทศ |       |   |     |

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. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "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) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราช

บัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๙.๐๐ น. ถึง ๑๒.๐๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หัวข้อ ค้นหาประกาศจัดซื้อจัดจ้างได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเตรียมเอกสารข้อเสนอได้ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงวันเสนอราคา

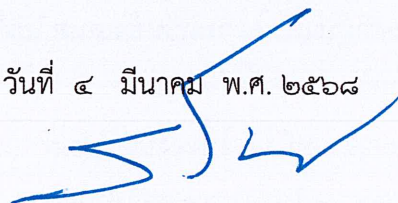
ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่

เว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์ หมายเลข ๐๒-๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๖๐๘๘ ในวันและเวลาราชการ

การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคทาง สสพ. จะพิจารณาจากข้อเสนอทางเทคนิคที่ทางบริษัทได้ยื่นเข้ามา และ / หรือ นัดหมายนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ห้องประชุม ๑ ชั้น ๒๕ ในวันจันทร์ที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๘ โดยเวลาจะแจ้งให้ทราบอีกครั้ง ในภายหลังทางอีเมลผู้ประสานงาน

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่หรือร่างรายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ โปรดสอบถามมายัง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ [bovornpan\\_k@tceb.or.th](mailto:bovornpan_k@tceb.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๗ มีนาคม ๒๕๖๘ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๗ มีนาคม ๒๕๖๘

ประกาศ ณ วันที่ ๔ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๘



(นายสรายุโรจน์ สุตศนุชโต)

รองผู้อำนวยการ สสพ.

และรักษาการผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ปฏิบัติหน้าที่แทน ผอ.สสพ.



**ข้อกำหนดงาน (TERMS OF REFERENCE)**  
**สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป (e-Bidding)**  
**หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา**  
**(วงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป)**

๑. ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้เชิงรุกตลาดออนไลน์ต่างประเทศ

๒. ชื่อกิจกรรม การบริหารจัดการแพลตฟอร์มสำหรับตลาดจีน

๓. งบประมาณ

วงเงิน ๒,๘๕๐,๐๐๐ บาท (สองล้านแปดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทุกประเภทไว้ด้วยแล้ว

๔. หลักการและเหตุผล

การยกระดับให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางมูลค่าสูงของการจัดงานไมซ์ในระดับนานาชาติ (High Value Added MICE Destination) ที่มีความพร้อมทั้งในระดับสาธารณูปโภค มีระบบนิเวศที่สมดุล ยั่งยืน และมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำตลาดไมซ์ในเชิงรุกทั้งในระดับประเทศ และต่างประเทศ และการสร้างการรับรู้และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ตามนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและไมซ์ ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างรายได้แก่ประเทศไทยนั้น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ในตลาดไมซ์ต่างประเทศที่เริ่มฟื้นตัวและเปิดรับการเดินทางออกนอกประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศที่มีพรมแดนใกล้เคียงกับประเทศไทยหรือสามารถเดินทางได้สะดวกด้วยเที่ยวบินระยะสั้น (Short Haul)

ประเทศจีนจึงเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพ อันเนื่องมาจากการสนับสนุนจากรัฐบาลไทยในการส่งเสริมการลงทุนซึ่งยังคงมีทิศทางขยายตัว โดยปี ๒๕๖๖ มีโครงการจากจีนยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน จำนวน ๔๑๖ โครงการ ซึ่งคิดเป็นมูลค่าการลงทุน จำนวน ๑๕๘,๑๒๑ ล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับ ๑ ในกลุ่มนักลงทุนต่างชาติ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ช่วง ๙ เดือนแรกของปี ๒๕๖๗ (ม.ค. - ก.ย.) ประเทศจีนยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน จำนวน ๕๕๔ โครงการ เป็นมูลค่าเงินลงทุน จำนวน ๑๑๔,๐๖๗ ล้านบาท เพิ่มขึ้น ๑๘%

ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทย ยอดสะสมตั้งแต่วันที่ ๑ ม.ค. - ๒๙ ธ.ค. ๒๕๖๗ ที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสิ้น ๓๕.๕๔ ล้านคน โดยมีนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมากที่สุด เป็นอันดับที่ ๑ จำนวนทั้งสิ้น ๖,๗๓๓,๑๖๒ คน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นกลุ่มวัยกลางคนที่มีแนวคิดทันสมัย ยึดหยุ่น แสวงหาการเรียนรู้ และเปิดรับวัฒนธรรมใหม่ รวมถึงมองหาโอกาสในการทำธุรกิจในต่างประเทศ เช่น E-commerce Platform (ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

จากข้อมูลข้างต้น จึงเป็นโอกาสในการส่งเสริมซอฟต์แวร์ของไทยในด้านต่างๆ ผ่านเนื้อหาหรือกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันของหน่วยงานต่างๆ จากภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็น



ส่วนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของจีน ที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก เช่น WeChat ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการสื่อสารดิจิทัลที่มียอดผู้ใช้งานสูงสุดในประเทศจีน และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี ๒๕๖๗ ยอดผู้ใช้งาน WeChat ในประเทศจีนอยู่ที่ ๘๔๕,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ใช้งาน (user) และ Douyin แพลตฟอร์มวีดิทัศน์สั้นที่มียอดผู้ใช้งานสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี ๒๕๖๗ มียอดผู้ใช้งานในประเทศจีนอยู่ที่ ๗๔๘,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ใช้งาน (user) และนอกจากนี้ ประเทศจีนยังมีแพลตฟอร์มการสื่อสารอีกเป็นจำนวนมากที่มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่มากขึ้น โดยแพลตฟอร์มเกือบทั้งหมดนิยมใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร

การทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลของจีนนอกจากจะเป็นการสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับประเทศไทย และอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยที่สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากในหลายมณฑลได้อย่างรวดเร็ว ช่วยสร้างโอกาสในการนำเสนอเนื้อหา และเทรนด์ใหม่ๆที่น่าสนใจเกี่ยวกับตลาดไมซ์ประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและนำเสนอความพร้อมของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลสู่ตลาดประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ๕. วัตถุประสงค์

- ๕.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ในระดับนานาชาติและส่งเสริมภาพลักษณ์ (Image and Branding) ในระดับนานาชาติ
- ๕.๒ เพื่อยกระดับและพัฒนาด้านดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- ๕.๓ เป็นช่องทางใหม่ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประเทศไทย และ สสพ. ให้แก่กลุ่มเป้าหมายในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ๕.๔ เพื่อสร้างฐานผู้ติดตามในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของอุตสาหกรรมไมซ์ และ สสพ. ในประเทศจีน

## ๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลบนแพลตฟอร์มสำหรับตลาดประเทศจีนโดยครอบคลุมการดำเนินงาน ดังนี้

- ๖.๑ จัดทำบทวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซ์ในประเทศจีน เช่น ลักษณะโดยทั่วไป พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย (Target Market Demographic, Behavior and Interests) ซึ่งสามารถครอบคลุมตั้งแต่ หน่วยงาน องค์กร สมาคม หรือ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการจัดงานไมซ์ และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในงานหรือกิจกรรมไมซ์ การวิเคราะห์ คู่แข่งทางการตลาด (Competitors Review) หรือกรณีศึกษาที่มีความน่าสนใจในประเทศจีน (Case Study) ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย และนำมาประยุกต์ใช้ในแผนการสื่อสารของ สสพ. ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดประเทศจีนได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ
- ๖.๒ จัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ (Digital Communication & Marketing Campaign) เพื่อสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆของ สสพ. ต่อกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ผู้จัดงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดให้เกิดการร่วมงานไมซ์ รูปแบบต่างๆมาจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และกลุ่มเป้าหมายรอง ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดให้เดินทางเข้ามาร่วมงานไมซ์ในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และการพักอาศัยมีระยะ



เวลานานขึ้น หรือเกิดการใช้จ่ายมากขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นและตระหนักรู้เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน และการเป็นจุดหมายปลายทางมูลค่าสูงของการจัดงานไมซ์ในระดับนานาชาติ (High Value Added MICE Destination) ของประเทศไทยแก่บุคคลทั่วไป ผ่านแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย แผนกลยุทธ์ (Strategy) เพื่อกำหนดทิศทางและรูปแบบการสื่อสารหรือกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ชื่อแคมเปญ (Campaign Name) ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ข้อความหลัก (Key Communication Message) และชิ้นงานสื่อสารประเภทอื่น (Other Communication Materials) ที่เหมาะสมกับตลาดไมซ์ในประเทศจีน

๖.๓ บริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดประเทศจีน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แพลตฟอร์ม ได้แก่ WeChat ของ สสพ. เป็นแพลตฟอร์มหลัก และ/หรือ Douyin และ/หรือ แพลตฟอร์มอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อ สสพ. ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตลาดไมซ์ในประเทศจีน พร้อมจำแนกบุคคลลักษณะของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้งานของแต่ละแพลตฟอร์ม (Target Persona) ให้มีความชัดเจน ไม่ทับซ้อนในแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการแพลตฟอร์ม รวมถึงบริหารจัดการในการสร้างการรับรู้ตลอดระยะเวลาดำเนินกิจกรรม

๖.๔ จัดทำบทความภาษาจีนแนวสร้างสรรค์ (Chinese Article) ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในแพลตฟอร์มตามข้อ ๖.๓ ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายบนแต่ละแพลตฟอร์ม โดยจัดทำบทความภาษาจีนพร้อมภาพประกอบจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ที่มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย และ/หรือสินค้าและบริการของ สสพ. และเมื่อนำเสนอครบทั้ง ๒๐ ชิ้นงาน หรือในช่วงระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม ยังสามารถให้คำแนะนำในการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับตลาดไมซ์ในประเทศจีนให้กับ สสพ. ได้ เพื่อนำไปจัดทำชิ้นงานประชาสัมพันธ์ต่อไปได้

๖.๕ จัดทำวิดีโอสั้น (Short VDO) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย หรือสินค้าและบริการของ สสพ. ในรูปแบบของไฟล์ MOV. หรือ MP๔. โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด (Concept Idea) คำโครงเรื่อง (Storyline) ที่ชัดเจน พร้อมจัดทำสคริปต์ (Script) การเขียนคำบรรยายประกอบ (Caption) และจัดหาผู้ลงเสียงภาษาจีน (Native Chinese Announcer) เพลงประกอบ (Background Music) ที่มีความเหมาะสม นำเสนอภาพประกอบ กราฟฟิกประกอบ และเทคนิคการตัดต่อ (Stock VDO Footage / Graphic Elements / Editing Techniques) ที่มีความสวยงาม ทันสมัย มีความคมชัด และเข้ากับเนื้อหาโดยรวมของแคมเปญ โดยทั้งหมดต้องจัดทำด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล และได้รับการอนุมัติจากทาง สสพ. ก่อนการผลิตทุกครั้ง ทั้งนี้วิดีโอสั้นสามารถรองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆทั้งในและต่างประเทศได้

๖.๖ จัดทำวิดีโอสั้น (Short VDO) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ความยาวไม่เกิน ๒ นาที ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย หรือสินค้าและบริการของ สสพ. ในรูปแบบของไฟล์ MOV. หรือ MP๔. โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิด (Concept Idea) คำโครงเรื่อง (Storyline) ที่ชัดเจน ผ่านการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี



เป็นที่รู้จักในตลาดประเทศจีน สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามในประเทศจีน หรือผู้ติดตามที่ใช้ภาษาจีนได้ (Create Engagement) และมียอดผู้ติดตาม (Follower) ไม่ต่ำกว่า ๒๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม เป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า ๑๐ อินฟลูเอนเซอร์ ภายใต้การดูแลและควบคุมการถ่ายทำของผู้รับจ้าง โดยทั้งหมดต้องจัดทำด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล และได้รับการอนุมัติจากทาง สสปน. ก่อนการผลิตทุกครั้ง ทั้งนี้วิเทศน์สันสามารถรองรับการทำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆทั้งในและต่างประเทศได้

- ๖.๗ ทำการเพิ่มยอดผู้ติดตาม (Follower) บนแพลตฟอร์ม WeChat ของ สสปน. และ/หรือ การมีส่วนร่วม (Engagement) ในโพสต์ที่ทางผู้รับจ้างจัดทำ บนแพลตฟอร์มต่างๆที่ผู้รับจ้างบริหารจัดการ เช่น WeChat หรือ Douyin โดยให้มีจำนวนโพสต์ ที่มียอดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ Engagement จำนวนจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ โพสต์ และจำนวนการเข้าถึงเว็บไซต์ของ สสปน. [www.businesseventsthailand.com](http://www.businesseventsthailand.com) ไม่ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ Visitors ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ โดยทุกโพสต์ต้องสามารถตรวจสอบได้ถึงลิงก์โพสต์บนแพลตฟอร์มจริง
- ๖.๘ สร้างการรับรู้ตลอดระยะเวลาดำเนินกิจกรรม ผ่านแพลตฟอร์มการสื่อสารต่างๆในประเทศจีน ที่ทางผู้รับจ้างบริหารจัดการ รวมแล้วไม่ต่ำกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ Views/Reaches ภายใน ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘ โดยมีข้อมูลที่ถูกต้องและต้องตรวจสอบได้
- ๖.๙ นำเสนอแผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan) โดยจัดเตรียมแผนการนำเสนอเนื้อหา (Content) และส่วนประกอบต่างๆ เช่น บทความ (Article) และแผนการผลิตวิดีโอสั้น (Short VDO) สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์บนช่องทางดิจิทัล ก่อนการผลิตชิ้นงานจริง รวมถึงยอด View/Reach/Engagement ของชิ้นงานต่างๆที่ได้มีการนำเสนอบนแพลตฟอร์มไปแล้ว โดยเนื้อหาที่นำเสนอควรมีความทันสมัย ทันกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีความเป็นเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในตลาดประเทศจีนได้ โดยทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทาง สสปน. ทุกครั้งก่อนการผลิต โดยนำเสนอภายในวันที่ ๒๕ ของทุกเดือน ตลอดระยะเวลากิจกรรม
- ๖.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ประสานงานหลักที่มีความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาจีน (Chinese) ได้เป็นอย่างดี และมีประสบการณ์ในการจัดทำสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดประเทศจีน ที่มีหลักฐานอ้างอิงและตรวจสอบได้ ผู้รับจ้างจะต้องมีความเข้าใจในระบบการทำงานของประเทศไทย และสามารถเรียบเรียง และแปลเนื้อหาภาษาจีนเป็นภาษาไทยให้แก่ทาง สสปน. ก่อนนำทุกชิ้นงานไปออกแบบและการจัดทำชิ้นงานทั้งหมดจะต้องถูกต้องด้วยโปรแกรมลิขสิทธิ์ตามมาตรฐานสากล สามารถรองรับการนำไปใช้งานในรูปแบบต่างๆทั้งในประเทศจีน ประเทศไทย และต่างประเทศได้ รวมถึงสามารถให้ทาง สสปน. นำไปใช้เผยแพร่ในช่องทางของสื่อต่างๆของ สสปน. ได้ สามารถแก้ไข ทำซ้ำหรือปรับปรุงได้ในอนาคต โดยชิ้นงานทั้งหมดต้องเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน.
- ๖.๑๑ ผลงานทุกชิ้นบนสื่อสังคมออนไลน์ ไฟล์ต้นฉบับ รวมไปถึงข้อมูล Username / Password ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ สสปน. ที่ผู้รับจ้างต้องส่งมอบให้ สสปน. และพร้อมโอนถ่ายงานให้กับผู้รับจ้างสำหรับโครงการนี้ในปีถัดไปให้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการผู้รับจ้างต้องสามารถติดต่อและยังคงให้ข้อมูลกับ สสปน. ได้ ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างต้องการข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในโครงการฯ



## ๖.๑๒ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๒.๑ ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของ สสพ. ให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

๖.๑๒.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะ ขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

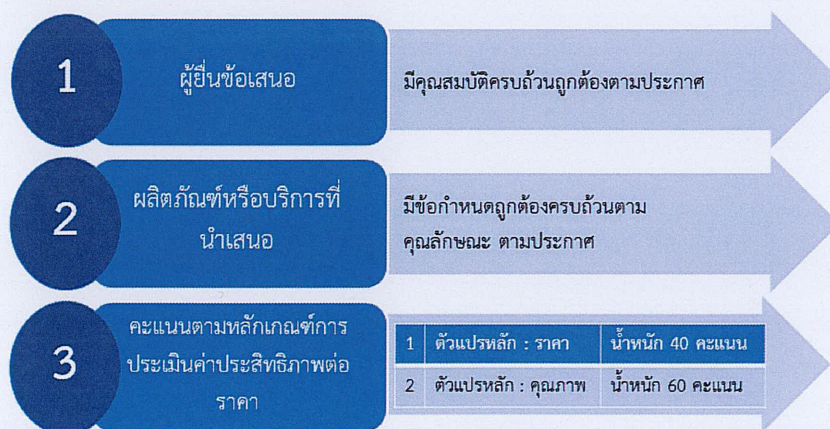
## ๗. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

มาตรา ๖๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๑ และมาตรา ๕๒ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (๑) มีความสามารถตามกฎหมาย
- (๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- (๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม
- (๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙
- (๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นไปตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด

## ๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

สสพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอการประเมินประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้



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



| หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)<br>สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เลือกตัวแปร ๒ ตัวแปร |                                          | น้ำหนักคะแนน |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------|
| ตัวแปรที่ ๑                                                                                                                   | การพิจารณาด้านราคา                       | ๔๐           |
| ตัวแปรที่ ๒                                                                                                                   | การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค | ๖๐           |
|                                                                                                                               | รวม                                      | ๑๐๐          |

ตัวแปรที่ ๑ การพิจารณาด้านราคา : คะแนนเต็ม ๔๐ คะแนน

ให้ผู้เสนอราคา นำเสนอราคาโดยแสดงรายละเอียดราคาแยกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในแต่ละรายการตามขอบเขตงาน ข้อ ๖ อย่างชัดเจน

ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

| ตัวแปรรอง      | การพิจารณา                                                                                                                                                          |            |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ตัวแปรรองที่ ๑ | การวางแผนการดำเนินงานซึ่งรวมถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้ (๔๐ คะแนน)                                                                                                      |            |
|                | ๑.๑ นำเสนอบทวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและคู่แข่งทางการตลาด (๑๐ คะแนน)                                       |            |
|                | ความหมาย                                                                                                                                                            | ระดับคะแนน |
|                | ไม่มีการนำเสนอบทวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและคู่แข่งทางการตลาด                                              | ๐          |
|                | มีการนำเสนอบทวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและคู่แข่งทางการตลาด จำนวน ๑ - ๓ หัวข้อ                              | ๑ - ๓      |
|                | มีการนำเสนอบทวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและคู่แข่งทางการตลาด จำนวน ๔ - ๖ หัวข้อ                              | ๔ - ๖      |
|                | มีการนำเสนอบทวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและคู่แข่งทางการตลาด จำนวน ๗ - ๘ หัวข้อ                              | ๗ - ๘      |
|                | มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน เช่น บทวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด จำนวน ๙ - ๑๐ หัวข้อ ขึ้นไป                                           | ๙ - ๑๐     |
|                | ๑.๒ นำเสนอแผนกลยุทธ์ในการจัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตลาดไมซีในประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน)            |            |
|                | ความหมาย                                                                                                                                                            | ระดับคะแนน |
|                | ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการจัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ และตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ                         | ๐          |
|                | มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการจัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ จำนวน ๑ แผน และตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ๑ - ๕ ชิ้นงาน  | ๑ - ๕      |
|                | มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์ในการจัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ จำนวน ๒ แผน และตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ๖ - ๑๐ ชิ้นงาน | ๖ - ๑๐     |



|                   |                                                                                                                                    |            |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                   | ๑. ๓ นำเสนอแผนการบริหารจัดการแพลตฟอร์มการสื่อสารดิจิทัลสำหรับตลาดจีน (๒๐ คะแนน)                                                    |            |
|                   | ความหมาย                                                                                                                           | ระดับคะแนน |
|                   | ไม่มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับตลาดจีน พร้อมรายละเอียดกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม                            | ๐          |
|                   | มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับตลาดจีน จำนวน ๑ แพลตฟอร์ม พร้อมรายละเอียดกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม             | ๑ - ๕      |
|                   | มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับตลาดจีน จำนวน ๒ แพลตฟอร์ม พร้อมรายละเอียดกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม             | ๖ - ๑๐     |
|                   | มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับตลาดจีน จำนวน ๓ แพลตฟอร์ม พร้อมรายละเอียดกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม             | ๑๑ - ๑๕    |
|                   | มีการนำเสนอแผนบริหารจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับตลาดจีน จำนวน ๔ แพลตฟอร์ม หรือมากกว่า พร้อมรายละเอียดกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม | ๑๖ - ๒๐    |
| ตัวแปรรองที่<br>๒ | ความคิดสร้างสรรค์ ความน่าสนใจของการนำเสนอ และเทคโนโลยีในการบริหารจัดการโครงการ (๔๐ คะแนน)                                          |            |
|                   | ๒.๑ นำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน (๑๐ คะแนน)                                   |            |
|                   | ความหมาย                                                                                                                           | ระดับคะแนน |
|                   | ไม่มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน                                       | ๐          |
|                   | มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน จำนวน ๑ - ๕ ชิ้น                         | ๑ - ๕      |
|                   | มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน จำนวน ๖ - ๑๐ ชิ้น                        | ๖ - ๑๐     |
|                   | มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน จำนวน ๑๑ - ๑๕ ชิ้น                       | ๑๑ - ๑๕    |
|                   | มีการนำเสนองานออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดจีน จำนวน ๑๖ - ๒๐ ชิ้น                       | ๑๖ - ๒๐    |
|                   | ๒.๒ นำเสนอวิทัศน์ทัศน์ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ (๒๐ คะแนน)                          |            |
|                   | ความหมาย                                                                                                                           | ระดับคะแนน |
|                   | ไม่มีการนำเสนอวิทัศน์ทัศน์ ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ                                | ๐          |
|                   | มีการนำเสนอวิทัศน์ทัศน์ ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ จำนวน ๑ - ๓ ชิ้น                  | ๑ - ๕      |
|                   | มีการนำเสนอวิทัศน์ทัศน์ ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ จำนวน ๔ - ๖ ชิ้น                  | ๖ - ๑๐     |



|                                                                    |                                                                                                                                                                                     |            |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|                                                                    | มีการนำเสนอวีดิทัศน์สั้น ที่มีเนื้อหาน่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ จำนวน ๗ - ๙ ชิ้น                                                                     | ๑๑ - ๑๕    |
|                                                                    | มีการนำเสนอวีดิทัศน์สั้น ที่มีเนื้อหาน่าสนใจ ทันสมัย เทียบเท่าคู่แข่งธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ จำนวน ๑๐ ขึ้น ขึ้นไป                                                                 | ๑๖ - ๒๐    |
|                                                                    | ๒.๓ สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และผลิตสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ แปลกใหม่ และสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน) |            |
|                                                                    | ความหมาย                                                                                                                                                                            | ระดับคะแนน |
|                                                                    | ไม่มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล                                                                                                   | ๐          |
|                                                                    | มีการนำเสนอเทคนิคสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๑ - ๒ เทคนิค                                                                                      | ๑ - ๕      |
|                                                                    | มีการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่/เทคนิค มาปรับใช้ในการออกแบบ และการผลิตสื่อดิจิทัล จำนวน ๓ เทคนิคขึ้นไป                                                                                 | ๖ - ๑๐     |
|                                                                    | ตัวแปรรองที่ ๓                                                                                                                                                                      |            |
|                                                                    | ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ ความพร้อม และประสบการณ์ (๒๐ คะแนน)                                                                                                                       |            |
|                                                                    | ๓.๑ มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน (๕ คะแนน)                                                                                                     |            |
|                                                                    | ความหมาย                                                                                                                                                                            | ระดับคะแนน |
|                                                                    | ไม่มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน                                                                                                                | ๐          |
|                                                                    | มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน น้อยที่สุด                                                                                                        | ๑          |
|                                                                    | มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน น้อย                                                                                                              | ๒          |
|                                                                    | มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน ปานกลาง                                                                                                           | ๓          |
|                                                                    | มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน มาก                                                                                                               | ๔          |
|                                                                    | มีความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน มากที่สุด                                                                                                         | ๕          |
|                                                                    | ๓.๒ มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน (พร้อมตัวอย่างอ้างอิงที่ตรวจสอบได้) (๕ คะแนน)                                                                          |            |
|                                                                    | ความหมาย                                                                                                                                                                            | ระดับคะแนน |
|                                                                    | ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน                                                                                                                         | ๐          |
|                                                                    | มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน ๑ โครงการ                                                                                                                  | ๑          |
|                                                                    | มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน ๒ โครงการ                                                                                                                  | ๒          |
|                                                                    | มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน ๓ โครงการ                                                                                                                  | ๓          |
| มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน ๔ โครงการ | ๔                                                                                                                                                                                   |            |
| มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศจีน ๕ โครงการ | ๕                                                                                                                                                                                   |            |



| ๓.๓ มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน (๑๐ คะแนน) |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ความหมาย                                                                                                                           | ระดับคะแนน |
| ไม่มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีนหรือประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน          | ๐          |
| มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๑ - ๒ ปี    | ๑ - ๒      |
| มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๓ - ๔ ปี    | ๓ - ๔      |
| มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๕ - ๖ ปี    | ๕ - ๖      |
| มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๗ - ๘ ปี    | ๗ - ๘      |
| มีทีมงานที่มีความพร้อมในการประสานงานระหว่างประเทศ และมีความเชี่ยวชาญในการใช้ภาษาจีน และมีประสบการณ์ในการทำงานในตลาดจีน ๙ - ๑๐ ปี   | ๙ - ๑๐     |
| รวม ๑๐๐ คะแนน                                                                                                                      |            |

#### ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการฯ มีดังต่อไปนี้

- ๘.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ใน TOR โดยต้องนำเสนอข้อมูลการดำเนินโครงการอย่างละเอียด พร้อมแสดงตัวอย่างประกอบ (ถ้ามี) เพื่อให้คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง มีความเข้าใจและเห็นภาพรวมตามแผนการดำเนินงานมากที่สุด
- ๘.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนรวม ตัวแปรที่ ๒ การพิจารณาด้านคุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิค ตั้งแต่ ๗๐ คะแนนขึ้นไป จึงถือว่าผ่านหลักเกณฑ์การพิจารณาทางเทคนิค
- ๘.๓ สสปน. พิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก (ระเบียบกระทรวงการคลัง ข้อ ๘๓ (๒))
- ๘.๔ กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย ให้พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนสูงสุดจากเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก หากดำเนินการแล้วไม่อาจชี้ขาดตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ ให้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดในลำดับแรกเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือก

#### ๙. ระยะเวลาดำเนินงานโครงการตามสัญญา

นับถัดจากวันลงนามสัญญา - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘

#### ๑๐. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ สสปน. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้



| ครั้งที่ | รายละเอียดของการส่งมอบงาน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | กำหนดวันส่งมอบ                                     |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| ๑        | <p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการบริหารจัดการแพลตฟอร์มสำหรับตลาดจีน โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ลงใน External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บทวิเคราะห์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดไมซีในประเทศจีน (ข้อ ๖.๑)</li> <li>- แผนการจัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย (Digital Communication &amp; Marketing Campaign) และชิ้นงานสื่อสาร (ข้อ ๖.๒)</li> <li>- แผนการบริหารจัดการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับตลาดจีน (ข้อ ๖.๓)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญา</p> |
| ๒        | <p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บทความภาษาจีน (Chinese Article) พร้อมภาพประกอบ จำนวน ๘ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๔)</li> <li>- วิดีทัศน์สั้น (Short VDO) จำนวน ๔ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๕)</li> <li>- วิดีทัศน์สั้น (Short VDO) ผ่านการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ จำนวน ๔ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๖)</li> <li>- แผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan) (ข้อ ๖.๗)</li> </ul> <p>โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ลงใน External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด</p>                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>ภายในวันที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๘</p>                |
| ๓        | <p>ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บทความภาษาจีน (Chinese Article) พร้อมภาพประกอบ จำนวน ๑๒ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๔)</li> <li>- วิดีทัศน์สั้น (Short VDO) จำนวน ๖ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๕)</li> <li>- วิดีทัศน์สั้น (Short VDO) ผ่านการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ จำนวน ๖ ชิ้นงาน (ข้อ ๖.๖)</li> <li>- รายงานยอดผู้ติดตาม (Follower) และ/หรือ การมีส่วนร่วม (Engagement) โดยมีจำนวนโพสต์ ที่มียอดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ Engagement จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ โพสต์ (ข้อ ๖.๗)</li> <li>- รายงานยอดการรับรู้ตลอดระยะเวลากิจกรรม ไม่ต่ำกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ Views/Reaches (ข้อ ๖.๘)</li> <li>- แผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan) (ข้อ ๖.๙)</li> </ul> <p>โดยส่งมอบรายงานในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ลงใน External Hard Disk (HDD) จำนวน ๑ ชุด</p> | <p>ภายในวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘</p>                 |



## ๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น ๓ งวด โดยจะเบิกจ่ายให้หลังจากที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๑๐ ดังนี้

**งวดที่ ๑** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๑๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๑ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

**งวดที่ ๒** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๔๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๒ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

**งวดที่ ๓** ผู้ว่าจ้างกำหนดจ่ายเงินอัตราร้อยละ ๕๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ ๓ เสร็จสิ้น ทั้งนี้กำหนดการจ่ายค่าจ้างจะพิจารณาจ่ายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับเห็นชอบและได้รับการลงนามจากผู้มีอำนาจอนุมัติแล้วเท่านั้น

## ๑๒. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างต้องวางเงินหลักประกันสัญญาไว้กับทางผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของราคาซื้อหรือจ้าง

## ๑๓. อากรแสตมป์

ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการติดอากรแสตมป์ตามบทบัญญัติแห่งประมวลรัษฎากร สำหรับการจ้างทุกจำนวนเงิน ๑,๐๐๐ บาท หรือเศษของ ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ค่าอากรแสตมป์ ๑ บาท

## ๑๔. อัตราค่าปรับ

สสพ. กำหนดเงื่อนไขในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน โดยจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของมูลค่าพัสดุที่ยังไม่ส่งมอบ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

## ๑๕. การยกเลิก

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

## ๑๖. กรรมสิทธิ์ของข้อมูลและเอกสาร

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



## ๑๗. การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง เป็นผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลแทน หรือในนามของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องรักษาข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ประกาศกำหนด และ/หรือตามมาตรฐานสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

## ๑๘. ข้อสงวนสิทธิ์

สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้รับจ้างครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือเมื่อ สสพ. พิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับคัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางสำนักงานเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกสอปรราคาที่เกิดขึ้นจากการนี้ เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการคัดเลือกโดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก สสพ. ทั้งสิ้น

## ๑๙. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

### หมายเหตุ :

๑. ผลการตัดสินของ สสพ. ถือเป็นอันสิ้นสุด ผู้ที่ไม่ได้รับคัดเลือกจะต้องยอมรับและจะไม่ได้แย้งคัดค้านการตัดสินของ สสพ. ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
๒. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่อาจจะไม่เลือกผู้เสนอราคาที่ต่ำสุด แต่จะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกโดยรวมเป็นสำคัญ
๓. หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำงานร่วมกับ สสพ. โดยก่อนตัดสินใจดำเนินการใดๆ จะต้องได้รับความยินยอมจาก สสพ. ก่อน
๔. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการต่อรองราคากับผู้ที่เสนอราคาทั้งก่อนหน้าและ/หรือภายหลังการตัดสินของ สสพ.
๕. สสพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาตามความเหมาะสม โดยได้รับความยินยอมจากหน่วยงานที่ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินการ



ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

ชื่อผู้ติดต่อ : นางสาวบรรพรรณ กฤษทอง

ตำแหน่ง ผู้จัดการ ส่วนงาน

Email: bovorpan\_k@tceb.or.th โทรศัพท์ ๐-๒๖๙๔-๖๐๐๐ ต่อ ๑๖๐๐๖



## สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

|                                  |                                                                                                       |              |                  |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------|
| 1. ชื่อโครงการ                   | โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้เชิงรุกตลาดออนไลน์ต่างประเทศ<br>การบริหารจัดการแพลตฟอร์มสำหรับตลาดจีน |              |                  |
| หน่วยงานเจ้าของโครงการ           | ฝ่ายการตลาดดิจิทัล                                                                                    |              |                  |
| 2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร |                                                                                                       | 2,850,000.00 | บาท              |
| 3. วันที่กำหนดราคากลาง           | 20/02/2568                                                                                            | เป็นเงิน     | 3,001,279.16 บาท |

(ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%)

### ราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) ให้แสดงรายละเอียดแต่ละรายการ

|                                                                                                                                                                    |              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----|
| 1. ค่าจัดทำวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับตลาดมัลช ใน<br>ประเทศจีน                                                                                         | 154,600.00   | บาท |
| 2. ค่าจัดทำแคมเปญการสื่อสารและการตลาดออนไลน์สำหรับตลาดจีน                                                                                                          | 396,166.67   | บาท |
| 3. ค่าบริหารจัดการสื่อดิจิทัลสำหรับตลาดประเทศจีน ใน 3<br>แพลตฟอร์ม และเพิ่มยอด Engagement และยอดการรับรู้                                                          | 1,097,870.83 | บาท |
| 4. ค่าจัดทำบทความภาษาจีน (Chinese Article) พร้อมภาพประกอบ<br>จำนวน 20 ชิ้นงาน                                                                                      | 349,666.67   | บาท |
| 5. ค่าจัดทำวิดีโอต้นสั้นภาษาจีน (Short VDO) ยาวไม่เกิน 2 นาที<br>จำนวน 10 ชิ้นงาน                                                                                  | 500,833.33   | บาท |
| 6. ค่าจัดทำวิดีโอต้นสั้นภาษาจีน (Short VDO) ยาวไม่เกิน 2 นาที<br>จำนวน 10 ชิ้นงาน ผ่าน 10 อินฟลูเอนเซอร์ที่มีผู้ติดตามมากกว่า<br>20,000 followers ไม่ต่ำกว่า 10 คน | 462,908.33   | บาท |
| 7. นำเสนอแผนการทำงานรายเดือน (Monthly Working Plan)                                                                                                                | 39,233.33    | บาท |



4. แหล่งที่มาของราคากลาง

4.1 บริษัท วายเอ็มดอท สตูดิโอ จำกัด (สำนักงานใหญ่)

4.2 บริษัท เลเวลอัพ โฮสติ้ง จำกัด (สำนักงานใหญ่)

4.3 บริษัท วันเนส ครีเอชั่น จำกัด

5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

นางสาวบรรพพรรณ กฤษทอง