

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง**

1. ชื่อโครงการจ้างเหมาดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสถาบันวิทยาการนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 1,000,000.- บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 11 มกราคม 2566
เป็นเงิน 914,000 บาท (เก้าแสนหนึ่งหมื่นสี่พันบาทถ้วน)
ราคา/หน่วย
 - 4.1 งานการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม
 - 4.1.1 ค่าวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร จำนวน 30,000 บาท
 - 4.1.2 ค่าจัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร จำนวน 30,000 บาท
 - 4.1.3 ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงานและค่าวัสดุสิ้นเปลือง จำนวน 40,000 บาท
 - 4.2 งานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร
 - 4.2.1 ค่าบริหารจัดการและดำเนินการประชาสัมพันธ์ และการตอบคำถามผ่านสื่อต่างๆ จำนวน 220,000 บาท
 - 4.2.2 ค่าออกแบบ จัดทำ ผลิตและเผยแพร่เนื้อหา เพื่อสร้างการรับรู้ จำนวน 450,000 บาท
 - 4.3 งานประมวผลผลการดำเนินงาน จำนวน 400,000.- บาท
 - 4.3.1 ค่าบริหารจัดการเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ จำนวน 150,000 บาท
 - 4.3.2 ค่าวัดผลเชิงคุณภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร จำนวน 50,000 บาท
 - 4.3.3 ค่าจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน รายเดือน รายงาน รายงวด จำนวน 30,000 บาท
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - บริษัท โภ เก้ท กู๊ด จำกัด
 - บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด
 - บริษัท ดุติตี้ไซน์ สตูดิโอ จำกัด
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

นายพีระ รักท้วม	นักส่งเสริมนวัตกรรม ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม
นางสาวปัญชรัสมิ์ วังน้อย	นักส่งเสริมนวัตกรรม ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม
นางสาวสาธิตา หงษ์ลอย	นักส่งเสริมนวัตกรรม ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม

เกณฑ์อ้างอิง (Terms of Reference)

การจ้างเหมาดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสถาบันวิทยาการนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

1. หลักการและเหตุผล

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. มีพันธกิจในการส่งเสริมระบบนวัตกรรมแห่งชาติ สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางนวัตกรรม รวมไปถึงการยกระดับทักษะและความสามารถทางนวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน 4 กลยุทธ์ คือ 1) ทำให้ระบบนวัตกรรมไทยเป็นระบบที่เปิดกว้าง 2) พลิกโฉมระบบการเงินนวัตกรรมไทย 3) สร้างข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม และ 4) เป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1 ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม จึงก่อตั้งสถาบันวิทยาการนวัตกรรมขึ้น โดยเน้นการสร้างบุคลากรและกำลังคนด้านนวัตกรรม ส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจฐานนวัตกรรมขึ้นในพื้นที่ต่างๆ

สถาบันวิทยาการนวัตกรรมจึงได้วางแผนขยายการรับรู้กิจกรรมในปีงบประมาณ 2566 ให้เพิ่มการมีส่วนร่วม และสร้างกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับกิจกรรม เพื่อเป็นการสร้างฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่ และรักษากลุ่มเป้าหมายเดิมไว้ โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหารให้เข้าร่วมกิจกรรมได้มากขึ้น ภายใต้การสื่อสาร 7 แคมเปญ ได้แก่ 1) สถาบันวิทยาการนวัตกรรม 2) กิจกรรมพัฒนาศักยภาพประจำปี 2566 3) การส่งเสริมและพัฒนาทักษะของนวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน (T.R.I.B.E.) 4) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมในกลุ่มเยาวชน (STEAM4INNOVATOR) 5) องค์กรฐานนวัตกรรม (IBE) 6) แพลตฟอร์มการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (MOOCs) และ 7) นวัตกรรมเชิงนโยบาย (Policy Innovation) ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่างๆ ที่เข้ามาเป็นตัวช่วยในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้สามารถสร้างบุคลากรและกำลังคนด้านนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

ในการนี้ ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม ส่วนงานสถาบันวิทยาการนวัตกรรม จึงขออนุมัติดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสถาบันวิทยาการนวัตกรรมโดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการรับรู้ สร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์อันดี และสร้างการยอมรับของสถาบันวิทยาการนวัตกรรมในกลุ่มเป้าหมายเพื่อตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในปี 2566

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และสื่อสารแคมเปญ กิจกรรม ข่าวสาร และข้อมูลต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2.2 เพื่อสร้างช่องทางและพัฒนาระบบการสื่อสารของสถาบันวิทยาการนวัตกรรมให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ การมีส่วนร่วม การส่งต่อข้อมูลและการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบันวิทยาการนวัตกรรม

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 นักเรียน นิสิต/นักศึกษา เยาวชนและคนรุ่นใหม่
- 3.2 ครู/อาจารย์
- 3.3 องค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสถาบันวิทยาการนวัตกรรมให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของสถาบันวิทยาการนวัตกรรม ดังต่อไปนี้

4.1 จัดทำและนำเสนอแผนการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม

- 1) ศึกษาแคมเปญเพื่อทำความเข้าใจและออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนอย่างน้อย 7 แคมเปญ ได้แก่
 - 1.1) สถาบันวิทยาการนวัตกรรม
 - 1.2) กิจกรรมพัฒนาศักยภาพประจำปี 2566
 - 1.3) การส่งเสริมและพัฒนาทักษะของนวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน (T.R.I.B.E.)
 - 1.4) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมในกลุ่มเยาวชน (STEAM4INNOVATOR)
 - 1.5) องค์กรฐานนวัตกรรม (IBE)
 - 1.6) แพลตฟอร์มการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (MOOCs)
 - 1.7) นวัตกรรมเชิงนโยบาย (Policy Innovation)
- 2) นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สรุปประเด็นการนำเสนอแต่ละแคมเปญ กำหนดกรอบระยะเวลาในการดำเนินงานที่ชัดเจน และอัปเดตข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันฯ
- 3) จัดทำแผน แนวคิด กรอบระยะเวลาและ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการฯ

4.2 การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม

4.2.1 บริหารจัดการสื่อออนไลน์ของสถาบันฯ ให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพทั้ง 3 แพลตฟอร์ม ได้แก่

- 1) เว็บไซต์ (Website)
 - 1.1) ดำเนินการให้เว็บไซต์ของสถาบันฯ มียอดการเข้าชมของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ (Web traffic) มากกว่า 10,000 ยอดการเข้าชม (นับตามจำนวน IP Address)
 - 1.2) ดำเนินการให้เว็บไซต์ของสถาบันฯ ติดอันดับหน้าแรกของการค้นหาผ่านเครื่องมือที่ได้รับความนิยม เช่น Google หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักของสถาบันฯ โดยต้องมีการเข้าถึงเว็บไซต์ของสถาบันฯ ผ่านการค้นหาคำสำคัญ (Keyword) ทั้ง 3 คำ ได้แก่ เรียนนวัตกรรม หลักสูตรนวัตกรรม นวัตกรรม

1.3) ดำเนินการผลิตและประชาสัมพันธ์เนื้อหาอย่างน้อย 7 เนื้อหา ที่ครอบคลุม 7 แคมเปญ ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของสถาบันฯ และเว็บไซต์ของสื่อออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับกับกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย 1 เว็บไซต์ ที่มียอดการเข้าชมของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ (Web traffic) มากกว่า 10,000 คน ต่อเดือน

2) เฟซบุ๊ก (Facebook Page)

2.1) ดำเนินการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก NIA Academy ให้มียอดติดตามเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 5,000 ผู้ติดตาม (follower) เมื่อสิ้นสุดโครงการ

2.2) ดำเนินการให้มีการเข้าถึงเนื้อหา (Reach) รวมไม่น้อยกว่า 100,000 การเข้าถึง เมื่อสิ้นสุดโครงการ

2.3) สร้างสรรค์กิจกรรมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และการตอบสนองต่อเนื้อหา อย่างน้อย 6 ครั้ง และจัดทำรางวัลสำหรับการทำกิจกรรมออนไลน์ พร้อมส่งมอบของรางวัลให้กับผู้โชคดีไม่ต่ำกว่ากิจกรรมละ 1 รางวัล

2.4) จัดให้มีเจ้าหน้าที่เพื่อบริหารจัดการโพสต์ การให้ข้อมูล การโต้ตอบ การแสดงความเห็นต่อบทความหรือกระทู้ โดยผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจากสถาบันฯ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อออนไลน์ของสถาบันฯ ทางข้อความ (message, inbox และ comment) ที่มีความถูกต้องและทำ FAQ ในการถามตอบตลอดโครงการ โดยกำหนดให้มี Respond rate 95% โดยจะต้องประสานข้อมูลการตอบคำถามกับสถาบันฯ และสรุปรายงานการตอบคำถามตลอดทั้งโครงการ

3) ช่องยูทูบ (YouTube Channel)

3.1) ผลิตเนื้อหาในรูปแบบวีดิทัศน์ (VDO Content) เพื่อสร้างการรับรู้สถาบันฯ อย่างน้อย 7 ครั้ง เผยแพร่ผ่านทางช่องยูทูบของสำนักงานฯ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ปรับปรุงวีดิทัศน์ NIA Academy ให้มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน 1 ชิ้น
- จัดทำวีดิทัศน์นำเสนอ 6 แคมเปญ ความยาวขึ้นละไม่เกิน 5 นาที

4.2.2 ออกแบบกราฟิก ผลิต และนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อออนไลน์ของสถาบันฯ เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะต้องนำเสนอการดำเนินการผลิตเนื้อหา (Content) การลงบทความ (Article) หรือการโพสต์เนื้อหา (Post) ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย โดยจะต้องสอดคล้องกับ Corporate Identity (CI) ของสำนักงานฯ อย่างน้อยสี่ละ 7 ชิ้น โดยมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

- 1) สถาบันวิทยากรนวัตกรรม
- 2) กิจกรรมพัฒนาศักยภาพประจำปี 2566
- 3) การส่งเสริมและพัฒนาทักษะของนวัตกรรมทั้ง 5 ด้าน (T.R.I.B.E.)
- 4) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมในกลุ่มเยาวชน (STEAM4INNOVATOR)
- 5) องค์กรฐานนวัตกรรม (IBE)

6) แพลตฟอร์มการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (MOOCs)

7) นวัตกรรมเชิงนโยบาย (Policy Innovation)

4.3 งานประมวลผลการดำเนินงาน

สรุปและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร โดยมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

1) วิเคราะห์สถิติการเข้าถึงบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และช่องยูทูป

2) วิเคราะห์การส่งต่อข้อมูลและการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบันวิทยาการนวัตกรรมการ

3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารสถาบันวิทยาการ

นวัตกรรมการให้มีศักยภาพมากขึ้นหลังจบการดำเนินงาน เพื่อให้ทางสถาบันฯ นำไปปรับใช้ได้ในอนาคต

5. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลา 210 (สองร้อยสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

ลำดับ	กิจกรรม	ระยะเวลา (วัน)						
		30	60	90	120	150	180	210
1	การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม							
	การศึกษาแคมเปญข้อมูลสำคัญ							
	นำเสนอการวางแผน จัดทำแผนงาน แนวคิดและกรอบระยะเวลา							
	นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์							
	ออกแบบกราฟฟิกและผลิตอาร์ตเวิร์คที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์							
2	งานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร							
	นำเสนอแนวทางและกรอบระยะเวลาการบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูล							
	ออกแบบกราฟฟิก ผลิต และนำเสนอให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ							
	นำข้อมูลในรูปแบบต่างๆ อัปเดตในสื่อออนไลน์ของสถาบันฯ							
	ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันฯ							
2	งานประมวลผลการดำเนินงาน							

ลำดับ	กิจกรรม	ระยะเวลา (วัน)						
		30	60	90	120	150	180	210
	สรุปผลการดำเนินงานการประชุมสัมพันธและสื่อสารประจำเดือน							

6. วงเงินค่าจ้าง

วงเงินงบประมาณ 1,000,000.- บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย

7. ราคาากลางและแหล่งที่มา

7.1 ราคาากลาง 914,000 บาท (เก้าแสนหนึ่งหมื่นสี่พันบาทถ้วน)

7.2 แหล่งที่มาของราคาากลาง

- บริษัท โก เก็ท กู๊ด จำกัด
- บริษัท ออลแมช มีเดีย แอนด์ แอดเวอไทซิง จำกัด
- บริษัท ดุติตี้เซ็น สตูดิโอ จำกัด

8. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

8.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

8.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

8.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

8.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญา กับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวตามที่เผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

8.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

8.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่สัมพันธ์กับหัวข้องานจ้างดังกล่าว

8.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นเสนอให้แก่สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

8.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

8.10 ไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง กำหนด

8.11 ผู้เสนอราคา ต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

8.12 ผู้เสนอราคา ต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

8.13 ผู้เสนอราคาซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

8.14 ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาเดี่ยวและทำสัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยผู้เสนอราคาจะต้องส่งเอกสารหนังสือรับรอง ผลงานหรือสำเนาสัญญาหรือสำเนาใบสั่งซื้อ/สั่งจ้างมาประกอบการพิจารณา

9. ผลงานที่ต้องส่งมอบ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามที่ระบุในขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้แก่

9.1 แผนกลยุทธ์การดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสถาบันฯ ในรูปแบบเอกสาร (Hard copy) จำนวน 1 ชุด และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (PDF) ประกอบด้วย

- 1) แผนงาน แนวคิดและกรอบระยะเวลาของการประชาสัมพันธ์และสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2) แผนปฏิบัติการรายเดือน
- 3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์และสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประเด็นการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลสำคัญอย่างน้อย 7 แคมเปญ

9.2 รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน ในรูปแบบเอกสาร (Hard copy) จำนวน 1 ชุด และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (PDF) ประกอบด้วย

- 1) แนวทางและกรอบระยะเวลาการบริหารจัดการและอัปเดตข้อมูล
- 2) กราฟฟิก อาร์ทเวิร์คและเนื้อหาของแคมเปญสำคัญ
- 3) ผลการอัปเดตในสื่อออนไลน์ของสถาบันฯ
- 4) ผลการนำเสนอบทความนำเสนอแคมเปญสำคัญบนเว็บไซต์ออนไลน์
- 5) ผลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันฯ ทั้ง 3 ช่องทาง

9.3 รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ในรูปแบบเอกสาร (Hard copy) จำนวน 1 ชุด และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (PDF) บันทึกลงในแฟลชไดรฟ์ 1 ชุด ประกอบด้วย

- 1) ผลการดำเนินการให้เว็บไซต์ของสถาบันฯ ติดอันดับหน้าแรกของการค้นหา

- 2) ผลการบริหารจัดการโพสต์ การให้ข้อมูล การโต้ตอบ การแสดงความคิดเห็นต่อบทความหรือกระทู้กับผู้ใช้งาน
- 3) ผลการวิเคราะห์สถิติการเข้าถึงบนเว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก และช่องยูทูป
- 4) ผลการวิเคราะห์การส่งต่อข้อมูลและการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบันวิทยาการนวัตกรรม
- 5) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารสถาบันวิทยาการนวัตกรรมให้มีศักยภาพมากขึ้นหลังจบการดำเนินงาน เพื่อให้ทางสถาบันฯ นำไปปรับใช้ได้ในอนาคต
- 6) ไฟล์สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์และสื่อสารทั้งหมดในรูปแบบที่แก้ไขได้ ai, PDF และ jpeg

10. ค่าจ้างและการจ่ายค่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินซึ่งเป็นเงินบาทโดยตรงให้แก่ผู้รับจ้าง โดยจะจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงานและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

โดยกำหนดจ่ายค่าจ้าง จำนวน 3 (สาม) งวด ดังนี้

- งวดที่ 1** เป็นเงินร้อยละ 10 เมื่อส่งมอบงานการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสถาบันฯ แล้วเสร็จภายใน 60 (หกสิบ) วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจการจ้างได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว
- งวดที่ 2** เป็นเงินร้อยละ 60 เมื่อส่งมอบรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน แล้วเสร็จภายใน 150 (ร้อยห้าสิบ) วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจการจ้างได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว
- งวดที่ 3 (งวดสุดท้าย)** เป็นเงินร้อยละ 30 เมื่อส่งมอบรายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ แล้วเสร็จภายใน 210 (สองร้อยสิบ) วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจการจ้างได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

11. หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

11.1 ผู้เสนอราคาต้องเสนอแผนกลยุทธ์ แผนประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร และแผนการใช้เครื่องมือที่ช่วยเสริมให้การวางแผนโครงการมีประสิทธิภาพ โดยระบุปริมาณหรือจำนวนให้ชัดเจน

11.2 ผู้ว่าจ้างโดยคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาที่จะเสนอแนวคิดและการดำเนินงานได้ตรงวัตถุประสงค์ และคาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ว่าจ้าง ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้เสนอราคาต่ำที่สุด ทั้งนี้ คณะกรรมการ สามารถต่อรองราคาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ว่าจ้าง และขอสงวนสิทธิ์ในการให้คำแนะนำเพิ่มเติม ปรับปรุง รายละเอียดของงานบางประการเพื่อให้ได้ผลงานที่สมบูรณ์ที่สุด ทั้งนี้ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- 1) ราคาที่เสนอราคา (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20
 2) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

รายละเอียดการให้คะแนน (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)		
ที่	หัวข้อให้คะแนน	คะแนน
1	การบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม	40
	1.1 จัดทำและนำเสนอแผนการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม (ให้คะแนนตามการอธิบายชัดเจน ความเข้าใจในขอบเขตงานครอบคลุมวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานจ้าง)	10
	1.2 การออกแบบ จัดทำกราฟฟิกและอาร์ตเวิร์ค โดยใช้ Corporate Identity (CI) ของสำนักงาน	15
	1.3 การนำเสนอแผน แนวคิด กลยุทธ์ รูปแบบ ช่องทางและประเด็นหลักที่มีความเข้าใจง่ายและสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	15
2	งานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร	40
	2.1 บริหารจัดการ การอัปเดตข้อมูล และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันฯ	20
	2.2 การออกและผลิตแบบกราฟฟิก ผลิต ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ	20
3	ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ	20
	3.1 ข้อมูลของบริษัท และผลงานเชิงคุณภาพของบริษัทด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย หรือการสื่อสารเชิงการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีวงเงินตามกำหนด	10
	3.2 ประสิทธิภาพของบุคลากรที่ดำเนินงานโครงการ (ภาพรวมคุณสมบัติและประสิทธิภาพของบุคลากรที่ตรงกับข้อกำหนด โดยให้คะแนนลดหลั่นตามประสิทธิภาพ โดยเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน)	5
	3.4 ความยืดหยุ่นในการดูแลและพัฒนาระบบต่อเนื่องในอนาคต ส่วนผู้เสนอรายอื่นๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน	5
คะแนนรวม		100

12. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสาร และผลงาน

ข้อมูล เอกสาร และผลงาน ที่ผู้ประเมินได้ปฏิบัติงานให้กับ สนช. ตามสัญญาจะตกเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ของ สนช. โดยผู้รับจ้างจะต้องไม่ส่งมอบและไม่เผยแพร่ข้อมูล เอกสาร และผลงานที่ได้จากการปฏิบัติงานนี้ให้แก่ผู้ใดหรือนำไปใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับความยินยอมจาก สนช.

13. จรรยาบรรณของผู้รับจ้าง

13.1 ห้ามเปิดเผยข้อมูลทางเทคนิคและการค้าของบริษัทที่เข้าโครงการ (Non-Disclosure Agreement) ภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่เริ่มเข้าไปให้บริการหรือเซ็นสัญญา เว้นแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูล

13.2 กรณีที่ต้องแสดงความคิดเห็นแก่สาธารณชน ผู้รับจ้างจะต้องให้ข้อมูล และแสดงความคิดเห็นตามหลักวิชาการที่ไม่อ้างอิง หรือระบุถึงบริษัทที่ให้บริการ (เว้นแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูล) ตามที่ตนทราบอย่างถ่องแท้แก่สาธารณชนด้วยความสัตย์จริง

14. ผู้ประสานงาน

นางสาวปญฺญชรีสมิ์ วัฒนอย

งานสถาบันวิทยาการนวัตกรรม ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม

โทรศัพท์: 02-017 5555 ต่อ 604, 095-941 4464

ตารางประมาณการราคากลาง

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
1. งานการบริหารจัดการดูแลการประชาสัมพันธ์และสื่อสารในภาพรวม	100,000
1.1 ค่าวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร	30,000
1.2 ค่าจัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร	30,000
1.3 ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงานและค่าวัสดุสิ้นเปลือง	40,000
2. งานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร	670,000
2.1 ค่าบริหารจัดการและดำเนินการประชาสัมพันธ์ และการตอบคำถามผ่านสื่อต่างๆ	220,000
2.2 ค่าออกแบบ จัดทำ ผลิตและเผยแพร่เนื้อหา เพื่อสร้างการรับรู้	450,000
3. งานประมวลผลการดำเนินงาน	230,000
3.1 ค่าบริหารจัดการเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ	150,000
3.2 ค่าวัดผลเชิงคุณภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสาร	50,000
3.3 ค่าจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน รายเดือน รายงวด	30,000
รวมงบประมาณ	1,000,000

หมายเหตุ : ราคาแต่ละหมวดรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และสามารถถัวเฉลี่ยกันได้