

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีไขงานก่อสร้าง**

1. ชื่อโครงการจ้างเหมาบริการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,750,000 บาท (สามล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 4 กันยายน 2566  
เป็นเงิน 3,728,000 (สามล้านเจ็ดแสนสองหมื่นแปดพันบาทถ้วน)  
ราคา/หน่วย
  - 4.1 การจัดทำแนวคิดและแผนงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศของสำนักงานใน  
ระยะ 1 ปี จำนวน 143,000 บาท
  - 4.2 ฐานข้อมูลสื่อมวลชนปัจจุบันที่ครอบคลุมทั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่ จำนวน 145,000 บาท
  - 4.3 กิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุก จำนวน 2,833,000 บาท
  - 4.4 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อตลอดทั้งสัญญา โดยต้องมีมูลค่าประชาสัมพันธ์ (PR value) ไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 507,000 บาท
  - 4.5 การจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตลอดสัญญา จำนวน 100,000 บาท
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
  - บริษัท เป็นหนึ่ง ออกาไนซ์ จำกัด
  - บริษัท เจซีแอนด์โค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
  - บริษัท ทาวส์แมน รีเลชั่นส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน  
นางสาวอาศยา ศิริเอาทาร์ย์ ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม ฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรม

## รายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference) จ้างเหมาบริการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

1.1 ชื่อโครงการ จ้างเหมาบริการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

1.2 ความเป็นมา

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศด้านนวัตกรรม และกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวด้านนวัตกรรมขึ้นภายในประเทศ ซึ่งจะมีผลต่อเนื่องถึงการสร้างให้เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมทั้งในระดับผู้ประกอบการ ระดับองค์กร และระดับประชาชน อันจะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็น “ประเทศแห่งนวัตกรรม” ในระดับสากล ดังนั้น จึงจำเป็นต้องดำเนินการจ้างเหมาบริการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่บทบาท ภารกิจ ภาพลักษณ์ และกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อหลากหลายประเภททั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่ โดยต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อวางแผนประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศของสำนักงาน

1.3.2 เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารบทบาท ภารกิจ ภาพลักษณ์ และกิจกรรมของสำนักงาน

1.3.3 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะ “ผู้กำหนดทิศทางนวัตกรรม”

### 2. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

2.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

2.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

2.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

2.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

2.5 ไม่เป็นนิติบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

2.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

2.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

2.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

2.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นว่านั้น

2.10 ผู้เสนอราคาต้องมีประสบการณ์และผลงานที่คล้ายกับงานจ้างดังกล่าว จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่เชื่อถือได้ มูลค่า 1,875,000.-บาท (หนึ่งล้านแปดแสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาทถ้วน) โดยต้องแนบสำเนาบัญชีสัญญาจ้างหรือสำเนาใบรับรองผลงาน

2.11 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

2.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

2.13 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกิจการรายงาน งบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

(3) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 500,000 บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือ

รายการที่ยื่น ข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก จะต้องแสดงหนังสือ รับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(4) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่า งบประมาณที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุน หลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศ ของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดย พิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับ มอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน)

(5) กรณีตาม (1) - (4) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(5.1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(5.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2561

### 3. ขอบเขตของงานที่จะดำเนินการจัดจ้าง

#### 3.1 กลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 ผู้ประกอบการ วิสาหกิจเริ่มต้น และวิสาหกิจชุมชน

3.1.2 หน่วยงานภาครัฐ

3.1.3 เยาวชน และประชาชนทั่วไป

#### 3.2 ขอบเขตการดำเนินงาน

3.2.1 จัดทำแนวคิดและแผนงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศของสำนักงานในระยะ 1 ปี ซึ่งต้องประกอบด้วย กลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร แนวทางการดำเนินงาน กลุ่มเป้าหมาย และผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการนวัตกรรม และการสื่อสารเพื่อเผยแพร่กิจกรรม

3.2.2 จัดทำฐานข้อมูลสื่อมวลชนปัจจุบันที่ครอบคลุมทั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่ จำนวน 1 ฐานข้อมูล แบ่งเป็นสื่อมวลชนไทย (เน้นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ไอที เกษตร ฯลฯ) ไม่น้อยกว่า 50 สื่อ และสื่อมวลชนต่างประเทศไม่น้อยกว่า 20 สื่อ โดยข้อมูลของสื่อมวลชนต้องประกอบด้วย 1) ชื่อ-นามสกุล/ชื่อเล่น 2) ตำแหน่ง 3) สังกัด และ 4) ช่องทางการติดต่อ (เบอร์โทรศัพท์ที่ทำงาน/ โทรศัพท์มือถือ/อีเมล)

- 3.2.3 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกเพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์และกิจกรรมของสำนักงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้
- 3.2.3.1 การจัดกิจกรรม เช่น การแถลงข่าว การสัมภาษณ์กลุ่ม/เดี่ยว สื่อมวลชนสัญจร ฯลฯ ตามประเด็นที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน รายละเอียดดังนี้
- กิจกรรมสำหรับสื่อมวลชนไทย จำนวน 20 กิจกรรม (ตลอดสัญญา)
  - กิจกรรมสำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ จำนวน 4 กิจกรรม (ไตรมาสละ 1 ครั้ง)
- 3.2.3.2 ข่าวประชาสัมพันธ์/บทความ/สื่อบทความ ตามประเด็นที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน รายละเอียดดังนี้
- ข่าวประชาสัมพันธ์/บทความ/สื่อบทความสำหรับสื่อมวลชนไทย เดือนละ 4 เรื่อง
  - ข่าวประชาสัมพันธ์/บทความ/สื่อบทความสำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ เดือนละ 1 เรื่อง
- 3.2.4 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งสัญญาต้องได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง สื่อโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง และสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า 300 ครั้ง โดยต้องมีมูลค่าการประชาสัมพันธ์ (PR value) ไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท
- 3.2.5 จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานหลักเข้ามาประชุมแผนการดำเนินงานตามที่สำนักงานกำหนด
- 3.2.6 จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานรับลงทะเบียนสื่อมวลชน และจัดเตรียมข่าวประชาสัมพันธ์ในแต่ละกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน หรือตามที่สำนักงานกำหนด
- 3.2.7 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกของสำนักงานประจำทุก 2 เดือน
- 3.2.8 ประสานงานด้านสื่อมวลชนตามที่สำนักงานกำหนด

#### 4. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ระยะเวลาดำเนินงาน 12 เดือน ตั้งแต่วันที่ 2 ตุลาคม 2566 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2567

#### 5. ผลงานที่ต้องส่งมอบ

- 5.1 รายงานแผนการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย
- 1) แนวคิดและแผนงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ ระยะ 1 ปี
  - 2) ฐานข้อมูลสื่อมวลชนปัจจุบัน 1 ฐานข้อมูล
- 5.2 รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 1 -6 ซึ่งประกอบด้วย
- 1) รายงานผลการดำเนินงาน ประจำ 2 เดือน

#### 6. วงเงินงบประมาณและราคากลาง

- 6.1 วงเงินงบประมาณ 3,750,000 บาท (สามล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)
- 6.2 ราคากลาง : 3,728,000 (สามล้านเจ็ดแสนสองหมื่นแปดพันบาทถ้วน)
- 6.3 แหล่งที่มาของราคากลาง :

- บริษัท เป็นหนึ่ง ออกาไนซ์ จำกัด
- บริษัท เจซีแอนดโค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
- บริษัท ทาวส์แมน รีเลชั่นส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)

## 7. งวดงานและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินซึ่งเป็นเงินบาทโดยตรงให้แก่ผู้รับจ้าง โดยจะจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงานและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายค่าจ้างจำนวน 6 (หก) งวด ดังต่อไปนี้

- งวดที่ 1** กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 15 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงานและรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 1 ภายใน 2 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว
- งวดที่ 2** กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 15 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 2 ภายใน 4 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว
- งวดที่ 3** กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 15 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 3 ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว
- งวดที่ 4** กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 15 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 4 ภายใน 8 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว
- งวดที่ 5** กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 15 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 5 ภายใน 10 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว
- งวดที่ 6 (งวดสุดท้าย)** กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 6 ภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว

## 8. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

8.1 ผู้เสนอราคาต้องเสนอแนวคิดในการดำเนินงานและการบริหารจัดการ พร้อมทั้งส่งรายละเอียดแต่ละการดำเนินงาน โดยระบุปริมาณหรือจำนวนให้ชัดเจน

8.2 ผู้ว่าจ้างโดยคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาที่เสนอแนวคิดและการดำเนินงานได้ตรงวัตถุประสงค์และคาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ว่าจ้าง ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้เสนอราคาต่ำที่สุด ทั้งนี้ คณะกรรมการสามารถต่อรองราคาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ว่าจ้าง และขอสงวนสิทธิ์ในการให้คำแนะนำเพิ่มเติม ปรับปรุงรายละเอียดของงานบางประการเพื่อให้ได้ผลงานที่สมบูรณ์ที่สุด ทั้งนี้ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

8.3 ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

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

ที่	หัวข้อให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1.	การนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน	30
2.	การนำเสนอแผนงาน รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนการดำเนินงานที่น่าสนใจ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุเป้าหมายของงาน	30
3.	การออกแบบกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายสื่อมวลชน	20
4.	ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร	20
<b>คะแนนรวม</b>		<b>100</b>

#### วิธีการประเมินและการให้คะแนน

1. การนำเสนอแนวคิด และกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน คะแนนเต็ม 30 คะแนน โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเสนอแผนการดำเนินงาน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
1.1 มีแนวคิด และกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงานได้อย่างครอบคลุมและครบถ้วน ลำดับที่ 1	30
1.2 มีแนวคิด และกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงานได้อย่างครอบคลุมและครบถ้วน ลำดับที่ 2	20
1.3 มีแนวคิด และกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงานได้อย่างครอบคลุมและครบถ้วน ลำดับที่ 3	10

2. การนำเสนอแผนงาน รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนการดำเนินงานที่น่าสนใจ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุเป้าหมายของงานคะแนนเต็ม 30 คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
2.1 มีการนำเสนอแผนงาน รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนการดำเนินงานที่น่าสนใจ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายมากเป็นลำดับที่ 1	30
2.2 มีการนำเสนอแผนงาน รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนการดำเนินงานที่น่าสนใจ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายมากเป็นลำดับที่ 2	25

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
2.3 มีการนำเสนอแผนงาน รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนการดำเนินงานที่น่าสนใจ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายมากเป็นลำดับที่ 3	20
2.4 มีการนำเสนอแผนงาน รูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนการดำเนินงานที่น่าสนใจ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายมากเป็นลำดับที่ 4	15

3. การออกแบบกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายสื่อมวลชน คะแนนเต็ม 20 คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
3.1 มีการออกแบบกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายสื่อมวลชนมากเป็นลำดับที่ 1	20
3.2 มีการออกแบบกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายสื่อมวลชนมากเป็นลำดับที่ 2	15
3.3 มีการออกแบบกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายสื่อมวลชนมากเป็นลำดับที่ 3	10

4. ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร คะแนนเต็ม 20 คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
4.1 ประวัติขององค์กรมีผลงานเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนชั้นนำ ภายในเวลา 5 ปี จำนวนมากกว่า 10 หน่วยงาน และมีทีมงานที่พร้อมปฏิบัติการ	20
4.2 ประวัติขององค์กรมีผลงานเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนชั้นนำ ภายในเวลา 5 ปี จำนวน 10 หน่วยงาน และมีทีมงานที่พร้อมปฏิบัติการ	15
4.3 ประวัติขององค์กรมีผลงานเกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนชั้นนำ ภายในเวลา 5 ปี จำนวน 5 หน่วยงาน และมีทีมงานที่พร้อมปฏิบัติการ	10

## 9. อัตราค่าปรับ

9.1 อัตราค่าปรับกำหนดให้คิดในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างต่อวัน

9.2 กรณีที่นำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น



## 10. การกำหนดระยะเวลารับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการเสนอราคาจะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 วันนับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานทั้งหมดไว้โดยถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าวหากสิ่งของตามสัญญานี้เกิดชำรุดบกพร่องหรือขัดข้อง อันเนื่องมาจากการใช้งานตามปกติ ผู้รับจ้างจะต้องจัดการซ่อมแซมหรือแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน 3 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

## 11. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสารและผลงาน

ข้อมูล เอกสาร ผลการศึกษาวิเคราะห์ รายงาน และทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนระบบทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้กับสำนักงานฯ ตามสัญญาจะตกเป็นกรรมสิทธิ์และ/หรือทรัพย์สินทางปัญญาของสำนักงานฯ โดยผู้รับจ้างจะต้องไม่ส่งมอบหรือเผยแพร่ข้อมูล เอกสาร ผลการศึกษาวิเคราะห์ และรายงาน ตลอดจนระบบทั้งหมดที่ได้จากการปฏิบัติงานนี้ให้แก่ผู้ใดหรือนำไปใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักงานฯ

## 12. จรรยาบรรณของผู้รับจ้าง

12.1 ห้ามเปิดเผยข้อมูลทางเทคนิคและการค้าของบริษัทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ผู้รับจ้างเข้าไปทำการสำรวจข้อมูล (อาจมีการทำสัญญา Non-Disclosure Agreement) ภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่เริ่มเข้าไปให้บริการฯ หรือทำสัญญา เว้นแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูล

12.2 กรณีที่ต้องแสดงข้อคิดเห็นแก่สาธารณชน ผู้รับจ้างจะต้องให้ข้อมูล และแสดงความคิดเห็นตามหลักวิชาการโดยไม่อ้างอิง หรือระบุถึงบริษัทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ผู้รับจ้างเข้าไปทำการสำรวจข้อมูล (เว้นแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูล) ตามที่ตนทราบอย่างถ่องแท้แก่สาธารณชนด้วยความสัตย์จริง

## 13. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรม

นางสาวอาศยา ศิริเอาทารย์

โทร. 02 017 5555 ต่อ 603

โทรสาร 02 017 5566

อีเมลล์ : asaya@nia.or.th

ตารางราคากลางค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน  
การจ้างเหมาบริการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

ข้อ	รายละเอียด	จำนวน	หน่วย	รวม (บาท)	หมายเหตุ
1	การจัดทำแนวคิดและแผนงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศของสำนักงานในระยะ 1 ปี	1	งาน	143,000	
2	ฐานข้อมูลสื่อมวลชนปัจจุบันที่ครอบคลุมทั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่			145,000	
	2.1 ฐานข้อมูลสื่อมวลชนไทย ไม่น้อยกว่า 50 สื่อ	1	งาน		
	2.2 ฐานข้อมูลสื่อมวลชนต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 20 สื่อ	1	งาน		
3	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเชิงรุก			2,833,000	
	3.1 <u>การจัดกิจกรรม</u>				
	1) กิจกรรมสำหรับสื่อมวลชนไทย	20	กิจกรรม		
	2) กิจกรรมสำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ	4	กิจกรรม		
	3.2 <u>ข่าวประชาสัมพันธ์/บทความ/สื่อบท</u>				
	1) สำหรับสื่อมวลชนไทย (เดือนละ 4 เรื่อง)	48	เรื่อง		
	2) สำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ (เดือนละ 1 เรื่อง)	12	เรื่อง		
4	การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อตลอดทั้งสัญญา โดยต้องมีมูลค่าประชาสัมพันธ์ (PR value) ไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท	1	งาน	507,000	
5	การจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตลอดสัญญา	1	งาน	100,000	

หมายเหตุ : - ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และสามารถถัวเฉลี่ยได้