

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

1. โครงการจ้างเหมาบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ สนช. ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,500,000.- บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน)
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 30 สิงหาคม 2566
เป็นเงิน 3,481,667.-บาท (สามล้านสี่แสนแปดหมื่นหนึ่งพันหกร้อยหกสิบเจ็ดบาทถ้วน)
ราคา/หน่วย
 - 4.1 วางแผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Strategy) ของสำนักงานฯ โดยมีการเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ ตลอดจนเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์สื่อกระแสหลัก (Mass Media) เพื่อสร้างการรับรู้การดำเนินงานขององค์กร และเพิ่มการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง จำนวน 145,667 บาท
 - 4.2 ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาสื่อการเรียนรู้บอร์ดเกมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการทั้ง 2 เกมข้างต้น ให้มีรูปแบบการเล่นที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถสื่อสารข้อมูลองค์ความรู้ทักษะผู้ประกอบการนวัตกรรมได้ พร้อมทั้งมีการทดสอบต้นแบบเกมที่ปรับปรุงและพัฒนาแล้วให้สามารถเล่นได้จริงในทุกเงื่อนไขสอดคล้องกับกติกาและจำนวนผู้เล่นที่กำหนดอย่างสมบูรณ์ จำนวน 354,133 บาท
 - 4.3 ดำเนินการออกแบบ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหา (Social Media Content) ในรูปแบบที่ น่าสนใจ เข้าใจง่าย ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สำนักงานฯ จำนวน 1,864,833 บาท
 - 4.4 ดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการซื้อสื่อโฆษณา ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ของสำนักงานฯ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตามและมีส่วนร่วม จำนวน 783,000 บาท
 - 4.5 ดำเนินการตอบคำถามทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สนช. (Social Inbox Management) โดย ประสานงานกับเจ้าหน้าที่สำนักงานฯ เพื่อขออนุมัติคำตอบก่อนทุกครั้ง จำนวน 269,167 บาท
 - 4.6 จัดทำรายงานการวัดผลเชิงคุณภาพในการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคม ออนไลน์ของ สนช. พร้อมข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน (Social Media Analytics Report) จำนวน 64,867 บาท
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - บริษัท เจซีแอนดีโค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
 - บริษัท ทาวส์แมน รีเลชั่นส์ จำกัด
 - บริษัท เป็นหนึ่ง ออกาไนซ์ จำกัด
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

นายกฤษกร รอดช้างเผื่อน	ประธานกรรมการ
นางสาวนภพรณ วรสิทธิ์	กรรมการ
นางสาวแพรวา มุฮัมหมัดสอ็อด	กรรมการ

รายละเอียดขอบเขตของงานทั้งโครงการ (Terms of Reference) การจ้างเหมาบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ สนช. ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1. ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

- 1.1 โครงการจ้างเหมาบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ สนช. ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 1.2 ความเป็นมา

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งมาพร้อมพันธกิจในการส่งเสริมการสร้างระบบนวัตกรรมแห่งชาติ สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางนวัตกรรม และยกระดับทักษะและความสามารถทางนวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้วิสัยทัศน์ “องค์กรหลักในการเสริมสร้างระบบนวัตกรรมแห่งชาติ เพื่อเพิ่มคุณค่าที่ยั่งยืน” โดยขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์การดำเนินงาน ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 ทำให้ระบบนวัตกรรมไทยเป็นระบบที่เปิดกว้าง (Open System) กลยุทธ์ที่ 2 พลิกโฉมระบบการเงินนวัตกรรมไทย (Investment Friendly Platform) กลยุทธ์ที่ 3 สร้างระบบข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรม (Intelligent Innovation System) กลยุทธ์ที่ 4 เป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่พร้อมต่อความเปลี่ยนแปลง (Agency for Change) ซึ่งจำเป็นต้องมีช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและครอบคลุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับแต่ละช่องทางได้ในวงกว้าง และจะต้องมีการวางแผนและการบริหารจัดการให้เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงการสื่อสารในแต่ละช่องทางเข้าด้วยกัน ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram, LINE Official Account, SoundCloud และ Blockdit

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น สนช. จึงเห็นควรมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการวางแผนกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดการแพร่กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับแต่ละช่องทางได้ในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ในวงกว้าง มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ด้านนวัตกรรม เผยแพร่บทบาทและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สำนักงานฯ รวมถึงเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมในระยะเวลาที่รวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มเป้าหมายในการขอรับบริการและความช่วยเหลือจากสำนักงานฯ ได้อย่างรวดเร็ว

1.3 วัตถุประสงค์

- 1.3.1 เพื่อวางแผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ของ สนช.
- 1.3.2 เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเชื่อมโยงแบบบูรณาการ
- 1.3.3 เพื่อสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับการสื่อสารในแต่ละช่องทาง
- 1.3.4 เพื่อสร้างการรับรู้และการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย
- 1.3.5 เพื่อเผยแพร่บทบาทและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สนช.

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 เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

2.10 ผู้เสนอราคาต้องมีประสบการณ์และผลงานที่คล้ายกับงานจ้างดังกล่าว จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่เชื่อถือได้ มูลค่า 1,750,000.- บาท (หนึ่งล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) โดยต้องแนบสำเนาคู่สัญญาจ้างหรือสำเนาใบรับรองผลงาน

2.11 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก จะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(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 บุคคลทั่วไป นักศึกษา เยาวชน

3.1.2 สื่อมวลชน

3.1.3 ผู้ประกอบการ วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม องค์กรขนาดใหญ่

3.1.4 บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน สมาคม และชุมชน

3.1.5 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และผู้บริหารระดับนโยบาย

3.2 ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ สนช. ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยดำเนินงานด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

3.2.1 วางแผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Strategy) ของสำนักงานฯ โดยมีการเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ ตลอดจนเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์สื่อกระแสหลัก (Mass Media) เพื่อสร้างการรับรู้การดำเนินงานขององค์กร และเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

3.2.2 นำระบบ Social Listening มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานฯ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการนำเสนอการ วิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวทุก 3 เดือน

3.2.3 ดำเนินการออกแบบ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหา (Social Media Content) ในรูปแบบที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สำนักงานฯ

3.2.3.1 Facebook มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ

3.2.3.2 Twitter มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ

3.2.3.3 Instagram มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ

3.2.3.4 LINE Official Account มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ

3.2.3.5 SoundCloud มีเนื้อหาในรูปแบบ Podcast เผยแพร่ รวมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ตลอด

โครงการ

3.2.3.6 Blockdit มีเนื้อหาเผยแพร่ รวมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ตลอดโครงการ

3.2.3.7 มีเนื้อหาในรูปแบบ VDO Content โดยนำเสนอแนวคิด รูปแบบ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบก่อนการเผยแพร่ รวมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ตลอดโครงการ

3.2.4 ดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการซื้อสื่อโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ของสำนักงานฯ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตามและมีส่วนร่วม

3.2.4.1 จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Facebook รวมไม่น้อยกว่า 500,000 Reach และมียอดติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 30,000 Followers

3.2.4.2 จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Twitter รวมไม่น้อยกว่า 50,000 Impressions

3.2.4.3 จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Instagram รวมไม่น้อยกว่า 50,000 Reach

3.2.4.4 จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง LINE Official Account รวมไม่น้อยกว่า 150,000 Messages และมียอดติดตาม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000 Friends

3.2.4.5 จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง SoundCloud รวมไม่น้อยกว่า 1,000 Plays

3.2.4.6 จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Blockdit รวมไม่น้อยกว่า 10,000 Views

3.2.5 ดำเนินการตอบคำถามทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สนช. (Social Inbox Management) โดยประสานงานกับเจ้าหน้าที่สำนักงานฯ เพื่อขออนุมัติคำตอบก่อนทุกครั้ง

3.2.6 จัดทำรายงานการวัดผลเชิงคุณภาพในการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สนช. พร้อมข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน (Social Media Analytics Report)

4. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ระยะเวลาส่งมอบ ภายใน 12 (สิบสอง) เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

5. ผลงานที่ต้องส่งมอบ

5.1 แผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Strategy) ของ สนช. และรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานครั้งที่ 1 ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 3.2.2 – 3.2.6 จำนวน 2 เล่ม

5.2 รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานครั้งที่ 2 ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 3.2.2 – 3.2.6 จำนวน 2 เล่ม

5.3 รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน ครั้งที่ 3 ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 3.2.2 – 3.2.6 จำนวน 2 เล่ม

5.4 รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 3.2.1 – 3.2.6 จำนวน 2 เล่ม พร้อมนำส่งในรูปแบบไฟล์รายงานสรุปผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ภาพกราฟิก ไฟล์เสียงและวีดิทัศน์ โดยบันทึกลงในอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ (External Hard disk) ซึ่งบรรจุข้อมูลสมบูรณ์จำนวน 1 ชุด

6. วงเงินงบประมาณและราคากลาง

6.1 วงเงินงบประมาณ 3,500,000.- บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายซึ่งครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงาน

6.2 ราคากลาง : 3,481,667.-บาท (สามล้านสี่แสนแปดหมื่นหนึ่งพันหกร้อยหกสิบเจ็ดบาทถ้วน)

6.3 แหล่งที่มาของราคากลาง :

- บริษัท เจซีแอนด์โค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
- บริษัท ทาวส์แมน รีเสิร์ช จำกัด
- บริษัท เป็นหนึ่ง ออกาไนซ์ จำกัด

7. งวดงานและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินซึ่งเป็นเงินบาทโดยตรงให้แก่ผู้รับจ้าง โดยจะจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงานและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายค่าจ้างจำนวน 4 (สี่) งวด ดังต่อไปนี้

งวดที่ 1 กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน ครั้งที่ 1 จำนวน 2 เล่ม ภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว

งวดที่ 2 กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน ครั้งที่ 2 จำนวน 2 เล่ม ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว

งวดที่ 3 กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 30 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน ครั้งที่ 3 จำนวน 2 เล่ม ภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว

งวดที่ 4 (งวดสุดท้าย) กำหนดจ่ายเงินร้อยละ 30 ของวงเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 2 เล่ม พร้อมนำส่งในรูปแบบไฟล์รายงานสรุปผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ภาพกราฟิก ไฟล์เสียงและวีดิทัศน์ โดยบันทึกลงในอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ (External Hard disk) ซึ่งบรรจุข้อมูลสมบูรณ์ จำนวน 1 ชุด 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.	การนำเสนอแนวคิด กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานมีความโดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน	40
2.	แนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แผนการปฏิบัติงาน และวิธีการในกระบวนการต่างๆ	30
3.	เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัยเหมาะสม และครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน	20
4.	ผลงานและประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้อง ความพร้อมของทีมบุคลากรที่จะทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์	10
คะแนนรวม		100

วิธีการประเมินและการให้คะแนน

1. การนำเสนอแนวคิด กลยุทธ์และแผนการดำเนินงานมีความโดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน คะแนนเต็ม 40 คะแนน โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเสนอแผนการดำเนินงาน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
1.1 มีแนวคิด กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1	40
1.2 มีแนวคิด กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานมากที่สุดเป็นลำดับที่ 2	30
1.3 มีแนวคิด กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานมากที่สุดเป็นลำดับที่ 3	20
1.4 มีแนวคิด กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ สอดคล้องและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงานมากที่สุดเป็นลำดับที่ 4	10

2. แนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แผนการปฏิบัติงาน และวิธีการในกระบวนการต่างๆ คะแนนเต็ม 30 คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
2.1 มีแนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มีแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม และมีวิธีการในกระบวนการต่างๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมและสามารถปฏิบัติได้จริงมากที่สุด ลำดับที่ 1	30
2.2 มีแนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มีแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม และมีวิธีการในกระบวนการต่างๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมและสามารถปฏิบัติได้จริงมากที่สุด ลำดับที่ 2	25

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
2.3 มีแนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มีแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม และมีวิธีการในกระบวนการต่างๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมและสามารถปฏิบัติได้จริงมากที่สุด ลำดับที่ 3	20
2.4 มีแนวทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มีแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม และมีวิธีการในกระบวนการต่างๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมและสามารถปฏิบัติได้จริงมากที่สุด ลำดับที่ 4	15

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัยเหมาะสมและครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน คะแนนเต็ม 20 คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัยเหมาะสมและครบถ้วนสมบูรณ์ตามขอบเขตการดำเนินงานมากที่สุด	20
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัยเหมาะสมและครบถ้วนสมบูรณ์ตามขอบเขตการดำเนินงานมาก	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัยเหมาะสมและครบถ้วนสมบูรณ์ตามขอบเขตการดำเนินงานปานกลาง	10
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์มีความทันสมัยเหมาะสมและครบถ้วนสมบูรณ์ตามขอบเขตการดำเนินงานน้อย	5

4. ผลงานและประสบการณ์ในงานที่เกี่ยวข้อง ความพร้อมของทีมบุคลากรที่จะทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ คะแนนเต็ม 20 คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
4.1 ข้อมูลภูมิหลังของบริษัทมีความน่าเชื่อถือ มีผลงานและประสบการณ์ ความพร้อมของทีมบุคลากรที่จะทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยนำเสนอจำนวนผลงานด้านการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 10 ผลงานขึ้นไป	20
4.2 ข้อมูลภูมิหลังของบริษัทมีความน่าเชื่อถือ มีผลงานและประสบการณ์ ความพร้อมของทีมบุคลากรที่จะทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยนำเสนอจำนวนผลงานด้านการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 5 ผลงานขึ้นไป	15
4.3 ข้อมูลภูมิหลังของบริษัทมีความน่าเชื่อถือ มีผลงานและประสบการณ์ ความพร้อมของทีมบุคลากรที่จะทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยนำเสนอจำนวนผลงานด้านการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 3 ผลงานขึ้นไป	10
4.4 ข้อมูลภูมิหลังของบริษัทมีความน่าเชื่อถือ มีผลงานและประสบการณ์ ความพร้อมของทีมบุคลากรที่จะทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยนำเสนอจำนวนผลงาน	5

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน	คะแนน
ด้านการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อยจำนวน 1 ผลงาน	

9. อัตราค่าปรับ

9.1 อัตราค่าปรับกำหนดให้คิดในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างต่อวัน

9.2 กรณีที่นางงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

10. การกำหนดระยะเวลารับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการเสนอราคาจะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 15 วันนับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานทั้งหมดไว้โดยถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าวหากสิ่งของตามสัญญานี้เกิดชำรุดบกพร่องหรือขัดข้อง อันเนื่องมาจากการใช้งานตามปกติ ผู้รับจ้างจะต้องจัดการซ่อมแซมหรือแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน 3 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

11. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสาร และผลงาน

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 นับจากวันที่เริ่มเข้าไปให้บริการ หรือทำสัญญา เว้นแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูล

12.2 กรณีที่ต้องแสดงข้อคิดเห็นแก่สาธารณชน ผู้รับจ้างจะต้องให้ข้อมูล และแสดงความคิดเห็นตามหลักวิชาการโดยไม่อ้างอิง หรือระบุถึงบริษัทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ผู้รับจ้างเข้าไปทำการสำรวจข้อมูล (เว้นแต่จะได้รับการยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูล) ตามที่ตนทราบอย่างถ่องแท้แก่สาธารณชนด้วยความสัตย์จริง

13. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

โทรศัพท์ 02 0175555 ต่อ 605 โทรสาร 02 017 5566

ตารางราคากลางค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน
โครงการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ สนช. ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ข้อ	รายละเอียด	จำนวน	หน่วย	รวม (บาท)	หมายเหตุ
1	วางแผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Strategy) ของสำนักงานฯ โดยมีการเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการตลอดจนเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์สื่อกระแสหลัก (Mass Media) เพื่อสร้างการรับรู้การดำเนินงานขององค์กร และเพิ่มการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง	1	งาน	145,667	
2	นำระบบ Social Listening มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานฯ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการนำเสนอการ วิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวทุก 3 เดือน	1	งาน	354,133	
3	ดำเนินการออกแบบ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหา (Social Media Content) ในรูปแบบที่ น่าสนใจ เข้าใจง่าย ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สำนักงานฯ <ul style="list-style-type: none"> - Facebook มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ - Twitter มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ - Instagram มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ - LINE Official Account มีเนื้อหาเผยแพร่ เดือนละไม่น้อยกว่า 6 เนื้อหา ตลอดโครงการ - SoundCloud มีเนื้อหาในรูปแบบ Podcast เผยแพร่ รวมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ตลอดโครงการ - Blockdit มีเนื้อหาเผยแพร่ รวมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ตลอดโครงการ - มีเนื้อหาในรูปแบบ VDO Content โดยนำเสนอแนวคิด รูปแบบ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบก่อนการเผยแพร่ รวมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ตลอดโครงการ 	1	งาน	1,864,833	

ข้อ	รายละเอียด	จำนวน	หน่วย	รวม (บาท)	หมายเหตุ
4	<p>ดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการซื้อสื่อโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) ของสำนักงานฯ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตาม และมีส่วนร่วม</p> <ul style="list-style-type: none"> - จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Facebook รวมไม่น้อยกว่า 500,000 Reach และมี ยอดติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 30,000 Followers - จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Twitter รวมไม่น้อยกว่า 50,000 Impressions - จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Instagram รวมไม่น้อยกว่า 50,000 Reach - จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง LINE Official Account รวมไม่น้อยกว่า 150,000 Messages และมี ยอดติดตาม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000 Friends - จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง SoundCloud รวมไม่น้อยกว่า 1,000 Plays - จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Blockdit รวมไม่น้อยกว่า 10,000 Views 	1	งาน	783,000	
5	ดำเนินการตอบคำถามทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สนช. (Social Inbox Management) โดย ประสานงานกับเจ้าหน้าที่สำนักงานฯ เพื่อขออนุมัติคำตอบก่อนทุกครั้ง	1	งาน	269,167	
6	จัดทำรายงานการวัดผลเชิงคุณภาพในการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคม ออนไลน์ของ สนช. พร้อมข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน (Social Media Analytics Report)	1	งาน	64,867	
รวมทั้งสิ้น				3,481,667	

หมายเหตุ : - ค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และสามารถถัวเฉลี่ยได้