

เกณฑ์อ้างอิง (Term of Reference)

การจ้างเหมาบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ สนข. ผ่านสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ

1. หลักการและเหตุผล

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำเป็นที่จะต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มีความหลากหลายเพื่อให้เกิดการแพร่กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับแต่ละช่องทางได้ในวงกว้างมากขึ้น และจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนและการบริหารจัดการให้เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงการสื่อสารในแต่ละช่องทางเข้าด้วยกัน ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Line@

สำนักงานฯ จึงเห็นควรมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการวางแผนกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดการแพร่กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับแต่ละช่องทางได้ในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ในวงกว้าง มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความการรับรู้ด้านนวัตกรรม เผยแพร่บทบาทและสร้างภาพลักษณ์สำนักงานฯ ให้เกิดความครอบคลุมและเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มเป้าหมายในการขอรับบริการและความช่วยเหลือจากสำนักงานฯ ได้อย่างรวดเร็ว

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อวางแผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ของสำนักงานฯ
- 2.2 เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเชื่อมโยงแบบบูรณาการ
- 2.3 เพื่อสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับการสื่อสารในแต่ละช่องทาง
- 2.4 เพื่อสร้างการรับรู้และการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย
- 2.5 เพื่อเผยแพร่บทบาทและสร้างภาพลักษณ์สำนักงานฯ

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 บุคคลทั่วไป นักศึกษา เยาวชน
- 3.2 สื่อมวลชน
- 3.3 ผู้ประกอบการ วิสาหกิจใหม่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม องค์กรขนาดใหญ่
- 3.4 บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน สมาคม
- 3.5 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ผู้บริหารระดับนโยบาย

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

- 4.1 วางแผนกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ของสำนักงานฯ เพื่อสร้างการรับรู้การดำเนินงานขององค์กร และประชาสัมพันธ์สำนักงานฯ
- 4.2 วางแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านทางออนไลน์ที่มีการเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์แบบบูรณาการ และเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างขึ้น (Social Media Strategy)
- 4.3 บริหารจัดการและดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ รวมถึงการตอบคำถาม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางต่างๆ (Social Media Management) ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Line@
- 4.4 บริหารจัดการ ดำเนินการ ริเริ่มจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานฯ รวมถึงซื้อสื่อโฆษณา เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตามและเข้ามามีส่วนร่วม (Social Media Engagement)
 - 4.4.1 Facebook มียอดติดตามเพจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 30,000 Like
 - 4.4.2 YouTube มียอดติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 2,000
 - 4.4.3 Twitter มียอดติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 2,000
 - 4.4.4 Instagram มียอดติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000
 - 4.4.5 Line@ มียอดติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000
- 4.5 บริหารจัดการและดำเนินการออกแบบ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหาในหลากหลายรูปแบบที่เข้าใจง่ายและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สำนักงานฯ (Social Media Content)
 - 4.5.1 Facebook มีเนื้อหารวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 56 เนื้อหา เผยแพร่เดือนละไม่น้อยกว่า 7 เนื้อหา
 - 4.5.2 YouTube มีวิดีโอความยาวตอนละไม่น้อยกว่า 3 นาที รวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 8 เนื้อหา เผยแพร่เดือนละไม่น้อยกว่า 1 เนื้อหา
 - 4.5.3 Twitter มีเนื้อหารวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 56 เนื้อหา เผยแพร่เดือนละไม่น้อยกว่า 7 เนื้อหา
 - 4.5.4 Instagram มีเนื้อหารวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 56 เนื้อหา เผยแพร่เดือนละไม่น้อยกว่า 7 เนื้อหา
 - 4.5.5 Line มีเนื้อหารวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 56 เนื้อหา เผยแพร่เดือนละไม่น้อยกว่า 7 เนื้อหา
- 4.6 ดำเนินการวัดผลเชิงคุณภาพในการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ของสำนักงานฯ
- 4.7 นำระบบ Social Media Dashboard มาใช้เพื่อวัดผลแบบบูรณาการสำหรับแพลตฟอร์ม Facebook, Twitter, Instagram, และ YouTube
- 4.8 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน เป็นระยะทุก 60 วัน (Digital Marketing Report)

5. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินงาน 240 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

6. งบประมาณ

ในวงเงินงบประมาณ 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ซึ่งครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงาน

7. ราคาอ้างอิง (ราคากลาง)

7.1 ราคากลาง 2,850,110.- บาท

7.2 แหล่งที่มาของราคากลาง : สัญญาจ้างเลขที่ สจ-0094-61 ลงวันที่ 13 มิถุนายน 2561

8. คุณสมบัติของผู้รับจ้าง

8.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

8.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

8.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

8.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

8.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

8.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

8.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

8.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรม ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

8.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

8.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

8.11 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

8.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่าย ไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

8.13 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

8.14 ผู้รับจ้างต้องมีประสบการณ์การรับจ้างงานด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ที่คล้ายคลึงกับงานที่จ้างนี้ จากหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยต้องแนบสำเนาคู่สัญญาจ้างหรือสำเนาใบรับรอง ผลงานที่มีมูลค่า 1,000,000.-บาทขึ้นไป

9. การส่งมอบงานและการชำระเงิน

สำนักงานฯ จะจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงานให้แก่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ของผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับผลงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยผู้ว่าจ้างจะส่ง จ่ายเช็คในนามของผู้รับจ้าง จำนวน 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานครั้งที่ 1 ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันที่ลง นามในสัญญาจ้าง ภายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับรายงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว จะจ่ายค่าจ้างร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้าง

งวดที่ 2 ผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานครั้งที่ 2 ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ลง นามในสัญญาจ้าง ภายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับรายงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว จะจ่ายค่าจ้างร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้าง

งวดที่ 3 ผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานครั้งที่ 3 ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ลง นามในสัญญาจ้าง ภายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับรายงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว จะจ่ายค่าจ้างร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้าง

งวดที่ 4 (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างส่งรายงานสรุปการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ภายใน 240 วัน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง ภายหลังจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับรายงานดังกล่าว เรียบร้อยแล้ว

10. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสาร และผลงาน

ข้อมูล เอกสาร และผลงาน ที่ผู้ประเมินได้ปฏิบัติงานให้กับ สนช. ตามสัญญาจะตกเป็นกรรมสิทธิ์และ ลิขสิทธิ์ของ สนช. โดยผู้รับจ้างจะต้องไม่ส่งมอบและไม่เผยแพร่ข้อมูล เอกสาร และผลงานที่ได้จากการ ปฏิบัติงานนี้ให้แก่ผู้ใดหรือนำไปใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับความยินยอมจาก สนช.

11. ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ สำนักงาน โดยกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของมูลค่าเงินจัดจ้าง นับถัดจากวันที่กำหนดแล้ว เสร็จตามที่กำหนดหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ที่ผู้รับจ้างยอมให้ สำนักงานเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับและ ค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย

12. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สำนักงานจะพิจารณาตัดสิน โดยใช้หลักเกณฑ์หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และจะพิจารณาจากราคารวม โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- | | |
|---|------------------------------|
| 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) | กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 |
| 2) ข้อเสนอทางด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ | กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 |

13. เงื่อนไขอื่นๆ

- 13.1 เอกสารรายงานสรุปผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ **จำนวน 3 เล่ม** ประกอบด้วยภาพรวมการดำเนินงานในข้อ 4 พร้อมผลการดำเนินงาน โดยให้จัดพิมพ์เป็นรูปเล่มมาตรฐานการจัดทำรายงานทั่วไป ขนาด A4
- 13.2 ลิขสิทธิ์ หรือสิทธิบัตร ผลงานทั้งหมดที่ได้จัดทำเป็นเอกสารรายงาน หรือการบันทึกบนแผ่น DVD หรือแฟ้มข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหลายตามสัญญาจ้าง หรือที่เกี่ยวข้องกับงานตามสัญญาจ้างนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ สนช.
- 13.3 ผู้รับจ้างจะต้องเก็บรักษาเอกสาร หรือข้อมูลใดๆ ที่ได้รับจาก สนช. ไว้เป็นความลับ และต้องไม่นำเอกสารหรือข้อมูลใดๆ ไปเปิดเผยแก่บุคคลภายนอก เว้นแต่จะได้รับคำยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจาก สนช.
- 13.4 กรณีส่งมอบงานไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด หรือไม่ส่งมอบงานตามเวลาที่กำหนดไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้ว่าจ้างจะคิดค่าปรับในอัตราร้อยละ 0.10 ต่อวันของราคาจ้างทั้งหมด
- 13.5 กรณีมีเหตุสุดวิสัย ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้บรรลุตามข้อตกลงได้ ผู้รับจ้างจะต้องทำหนังสือชี้แจง พร้อมเสนอแนะแนวทางแก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติม หรือทดแทนกิจกรรมนั้นๆ โดยให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณาเห็นชอบว่าผู้รับจ้างยังจะได้รับประโยชน์ไม่น้อยไปกว่าตามข้อตกลงที่ได้ตกลงกันไว้แต่เดิม

14. ผู้ประสานงาน

นายกฤชกร รอดช้างเผื่อน

ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม

โทร 02-017 5555 ต่อ 605 โทรสาร 02-017 5566

อีเมล kritsakorn@nia.or.th