

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ ..โครงการจ้างผลิต ประชาสัมพันธ์ และบริหารจัดการคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนงาน Foresight Center ปี ๒๕๖๖
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ..ฝ่ายยุทธศาสตร์ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร.....๑๕๐๐๐๐๐๐.....บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2566
เป็นเงิน.....๑,๕๙๖,๗๐๔.๖๔.....บาท
ราคา/หน่วย (ถ้ามี).....บาท
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
5.1 ..บริษัท วิน ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด
5.2 ..บริษัท โซเชียลแล็บ จำกัด
5.3 ..บริษัท เรลเลเวนธ์ ออเดียนซ์ จำกัด
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
6.1 ..นางกัญญาณัฐ สุนทรวินิต ประธานกรรมการ
6.2 ..นางสาวรัตนกรณ์ ทานน้ำ กรรมการ
6.3 ..นางสาวพิมพ์ชนก เกสพานิช กรรมการและเลขานุการ

	ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)		จำนวน	๙ หน้า
	เรื่อง	โครงการจ้างผลิต ประชาสัมพันธ์ และบริหารจัดการคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสนับสนุนงาน Foresight Center ปี ๒๕๖๖		
	จัดทำโดย	ฝ่ายยุทธศาสตร์ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	วันที่จัดทำ	ก.พ. ๖๖

๑. ความเป็นมา

ตามที่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) มีหน้าที่ตามกฎหมายในการส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้มีการดำเนินการด้านธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านกฎเกณฑ์ การค้า การลงทุน การนำเข้าส่งออก และการให้บริการประชาชน ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๖๔ - ๒๕๖๕ ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดย สพธอ. ได้มีการตั้งนิยามงานทั้งการส่งเสริมให้เกิดการนำมาตรฐานหรือแนวทางที่เกี่ยวข้องไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้เป็นการทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์มีความน่าเชื่อถือและมีความมั่นคงปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ สพธอ. ยังได้มี ศูนย์คาดการณ์อนาคตหรือ ETDA Foresight center ที่เป็นเสมือนถังความคิด (Think Tank) ในการติดตามสัญญาณ (Signal) และแนวโน้ม (Trend) ในอนาคตเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะนำไปสู่การหาปัจจัยขับเคลื่อน (Driver) เพื่อจัดทำเป็นภาพฉายอนาคต (Scenario) ตลอดจนต่อยอดนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย อันระดมซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดยุทธศาสตร์ และวิสัยทัศน์ หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่จะเกิดขึ้นได้อย่างถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น ผ่านการใช้เครื่องมือและวิธีการศึกษาอนาคตที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือ และเผยแพร่สู่สาธารณะในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การเสนอบทความ การเสนองานวิจัย การจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาความร่วมมือของเครือข่ายหน่วยงานและองค์กร ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็จุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่การจัดทำความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่อไป

ในการผลักดันภารกิจดังกล่าวให้บรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ สพธอ. จึงจำเป็นต้องมีการผลิตเนื้อหาคอนเทนต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับคาดการณ์อนาคต นวัตกรรม รวมถึงผลการวิเคราะห์ต่าง ๆ ของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับเผยแพร่ให้หน่วยงานรัฐ เอกชน ผู้ที่สนใจเพื่อนำความรู้ไปใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในมิติต่าง ๆ ด้วย รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการคอนเทนต์ผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดียที่ใช้ในการเผยแพร่คอนเทนต์ เพื่อสร้างการรับรู้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้จริง เกิดการมีส่วนร่วม (Engagement) สามารถติดต่อ สอบถาม แสดงความเห็น นำความรู้ไปใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในมิติต่าง ๆ

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อผลิตคอนเทนต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับคาดการณ์อนาคตอันเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเผยแพร่ให้หน่วยงานรัฐ เอกชน รวมถึงประชาชนผู้ที่สนใจเพื่อนำความรู้ไปใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในมิติต่าง ๆ

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการช่องทางโซเชียลมีเดียที่ใช้ในการเผยแพร่คอนเทนต์ เพื่อสร้างการรับรู้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้จริง การมีส่วนร่วม (Engagement) สามารถติดต่อสอบถาม และแสดงความเห็น

๒.๓ เพื่อส่งเสริมการสร้างการรับรู้ต่อบทบาทของ สพอ. ในการส่งเสริมและสนับสนุน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้มีการดำเนินการด้านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ รวมถึงการเชื่อมโยงการดำเนินงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของ สพอ.

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างทำงานที่จ้างในครั้งนี
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือคำสัญญา กับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๖ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกับผู้อื่น ข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือเป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้
- ๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๓.๑๐ ผู้ยื่นเสนอราคาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๔. ขอบเขตของงาน

๔.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานตลอดโครงการ เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับคาดการณ์อนาคตอันเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนบทบาทของ ETDA Foresight Center และ สพรอ. ต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยจะต้องนำเสนอให้ สพรอ. เห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยในแผนการดำเนินงานจะต้องประกอบด้วย

๔.๑.๑ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชน ที่จะใช้ในการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ตลอดโครงการ โดยจะต้องระบุเหตุผลในการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ ให้ สพรอ. เข้าใจและสะท้อนถึงแนวคิด ที่มาที่ไปในการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ

๔.๑.๒ วิเคราะห์และออกแบบ Brand Positioning ของ ETDA Foresight Center ที่จะท่อนให้ เห็นถึงจุดเด่นและความแตกต่างจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีบทบาทใกล้เคียงกัน เพื่อหาโอกาสในการสื่อสารเพื่อ การสร้างแบรนด์ หรือโอกาสอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๑.๓ กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) เพื่อการสร้างแบรนด์ กิจกรรมการสื่อสาร (Communication Campaign) Concept ตลอดจนประเด็นในการสื่อสาร (Key message) ที่จะใช้ในการสื่อสารในแต่ละช่วงตลอดโครงการ รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม เช่น การตอบคำถามชิงรางวัล ที่มีความสอดคล้องกับภารกิจ และ Positioning ของ ETDA Foresight Center และ สพรอ. และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือก

๔.๑.๔ กำหนดช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและกิจกรรมการสื่อสารของ โครงการที่ได้ออกแบบ โดยจะต้องเป็นช่องทางที่ สพรอ. เห็นชอบ โดยจะต้องครอบคลุมทั้งสื่อออนไลน์ เช่น Social Media เว็บไซต์ และสื่อออฟไลน์ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ หรือ วิทยุ เป็นต้น

๔.๑.๕ กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร Social Media เช่น Facebook TikTok ตามที่ สพรอ. กำหนด โดยกลยุทธ์ดังกล่าวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการหรือแนวทางในการเพิ่มยอด การติดตามในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ Followers และถูกใจเพจไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ คนถูกใจ รวมถึงมีการเข้าถึงเนื้อหาของโครงการ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง/การรับชม (Reach/View) ในยอดรวมทุกโพสต์ และยอดการมีส่วนร่วมรวมไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ engagement

๔.๑.๖ กำหนด Timeline หรือ Action Plan ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ตลอดโครงการ เพื่อให้ เห็นแผนการดำเนินงานการสื่อสารอย่างละเอียดตลอดการดำเนินโครงการ ตามที่ได้วางแผนในข้อ ๔.๑.๑ - ๔.๑.๕

๔.๑.๗ นำเสนอแนวทางหรือแผนการติดตามผลการสื่อสาร (Monitoring) ผ่านช่องทางที่ใช้ใน การสื่อสาร เช่น Social Media หรือช่องทางอื่น ๆ เพื่อให้เห็น Data Insight ของการสื่อสารและ กลุ่มเป้าหมายที่เปิดรับสื่อ หรือ เนื้อหาของโครงการ หรือในประเด็นอื่น ๆ ที่สำคัญ ๆ อันเป็นผลมาจากการ สื่อสารของโครงการ โดยจะต้องมีการนำเสนอผลการสื่อสาร ในรูปแบบรายสัปดาห์ และรายเดือน ในรูปแบบ ที่เข้าใจง่าย ซึ่งประกอบด้วย Engagement ภาพรวมของ Page Engagement ต่อโพสต์ Reach สรุปคำถาม ที่พบบ่อย (FAQ) สรุปผลตอบรับ (Feedback) จากการประชาสัมพันธ์และสะท้อนถึงความสำเร็จของ โครงการอย่างชัดเจน

ทั้งนี้ ภายหลังจากประชุม ผู้รับจ้างจะต้องทำการบันทึกและสรุปประเด็นสำคัญจากการเข้าร่วมประชุมร่วมกับ สฟธอ. ทุกครั้ง และส่งมอบบันทึกการประชุมดังกล่าวให้ สฟธอ. พิจารณา หลังการประชุมภายใน ๓ วันทำการ

๔.๒ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียด เช่น ประเด็น Concept โครงของเนื้อหา (Storyline) Mood and Tone รายละเอียดเบื้องต้น ที่จะใช้ในจัดทำกิจกรรมการสื่อสาร (Communication Campaign) ของโครงการ โดยจะต้องสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานที่กำหนด ตามข้อ ๔.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ มีความเชื่อมโยงกับความต้องการและสร้างการมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ สร้าง Community & Networking ระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย โดยรายละเอียดของกิจกรรมจะต้องสะท้อนถึงภารกิจ บทบาท ของ สฟธอ. โดยจัดทำคอนเทนต์เกี่ยวกับการคาดการณ์อนาคตของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ แนวโน้ม รวมถึงกระแสเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่าง ๆ นวัตกรรม ผลการวิเคราะห์เพื่อเผยแพร่ผ่านทางช่องทางออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ และจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบของบทความและสื่อวิดีโอ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ จัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบบทความและกราฟิกประกอบบทความ รวมจำนวนทั้งหมด ๑๐ บทความ และจะต้องจัดทำบทความไม่น้อยกว่า ๒ เรื่องต่อเดือน บทความละไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ คำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยบทความผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญมีส่วนร่วมในการให้ความเห็น ร่วมเขียนบทความ ตรวจสอบ หรือให้คำแนะนำอื่นใดอันเกี่ยวกับการจัดทำบทความด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้าง และเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสมกับเนื้อหา ทั้งนี้ต้องให้ สฟธอ. เห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๒.๒ จัดทำพอดแคสต์ที่รองรับการถ่ายทอดทั้งภาพและเสียง ซึ่งครอบคลุมการตัดต่อวิดีโอ ทำกราฟิกในรูปแบบวิดีโอ แบนเนอร์ จัดทำสคริปต์ เนื้อหา ไตเติลรายการ คำบรรยาย (Subtitle) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และให้มีความยาวแต่ละเทปไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๘ เทป เผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ๒ เทป ต่อเดือน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ ค่าจัดเตรียมสถานที่ ค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ ค่าตอบแทนหรือค่าเดินทางของวิทยากรและแขกรับเชิญ (หากมี) และทำการเผยแพร่ในช่องทางเช่น Facebook และ Website ของ Foresight ทั้งนี้ต้องให้ สฟธอ. เห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๒.๓ นำเสนอแผนการเผยแพร่คอนเทนต์ตามข้อ ๔.๒.๑-๔.๒.๒ แต่ละครั้งให้กับ สฟธอ. ล่วงหน้า อย่างน้อย ๗ วันทำการ และต้องให้ สฟธอ. พิจารณาและเห็นชอบคอนเทนต์ก่อนทำการเผยแพร่ล่วงหน้า ๓ วันทำการ รวมถึงรายละเอียดคำบรรยายโพสต์ (Caption) ในแต่ละคอนเทนต์

๔.๒.๔ แผนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ partner หน่วยงานอื่น ๆ หรืออินฟลูเอนเซอร์ เพื่อให้เกิดโอกาส และแนวทางในการต่อยอด ขยายการรับรู้ทั้งในส่วน Content และแบรนด์ Foresight Center ในวงกว้าง

๔.๓ บริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง โดยผู้บริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียมีหน้าที่ดังนี้

๔.๓.๑ วิเคราะห์ทำสรุปผลการดำเนินงาน และนำเสนอให้ สฟธอ. และมีการรายงานผลการเผยแพร่ คอนเทนต์ และข้อเสนอแนะ (หากมี) รับทราบผลการดำเนินงานในการประชุมประจำเดือน

๔.๓.๒ จัดให้มีผู้ดำเนินการติดตาม (Monitor) ประเด็นในการสื่อสาร ผ่านทาง Social Media ในแบบ real-time เพื่อรายงานผลการติดตามต่อ สฟธอ. ในประเด็นที่ต้องการ ตอบข้อความผ่านทางแชทหากมีข้อสงสัยจากช่องทางต่าง ๆ และเสนอแนะแนวทาง แก้ไขปัญหาตลอดจนบริหารจัดการกรณีเกิดผลกระทบที่เกิดจากประเด็นที่มีการสื่อสารอันส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๔.๓.๓ บริหารจัดการ Facebook Fan Page ของ Foresight Center ที่สร้างขึ้นให้มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม และถูกใจเพจไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ คนถูกใจ รวมถึงมีการเข้าถึงเนื้อหาของโครงการ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง/การรับชม (Reach/View) ในยอดรวมทุกโพสต์ และอาจจะมีช่องทางอื่นเพิ่มเติมที่ สฟธอ. ต้องการ เช่น TikTok โดยสร้างยอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม (หากมี)

๔.๓.๔ จัดกิจกรรม เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม และการรับรู้ ในช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ไม่ต่ำกว่าเดือนละ ๒ ครั้ง

๔.๓.๕ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โฆษณา หรือกระตุ้นโพสต์ ให้ได้ยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมของคอนเทนต์ที่เผยแพร่รวมทุกโพสต์ไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ Engagement

๔.๔ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะ ตามข้อ ๔.๒ ถึง ๔.๓

๕. วงเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณเป็นจำนวนเงิน ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) และราคากลางเป็นจำนวนเงิน ๑,๔๙๖,๗๐๔.๖๔ บาท (หนึ่งล้านสี่แสนเก้าพันเจ็ดร้อยสี่บาทหกสิบสี่สตางค์)

๖. กำหนดยื่นราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ (เก้าสิบ) วัน นับแต่วันที่เสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคาสุดท้าย ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้มีสิทธิเสนอราคาจะต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๗. ระยะเวลาดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน ๑๘๐ วัน (ร้อยแปดสิบวัน) นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. สถานที่ส่งมอบ

ณ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ อาคารเดอะไนน์ ทาวเวอร์ แกรนด์ พระรามเก้า (อาคารบี) ชั้น ๒๑ เลขที่ ๓๓/๔ ถนนพระราม ๙ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ

๙. สิ่งส่งมอบและกำหนดเวลาการส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๔ โดยส่งมอบงานเป็น ๓ งวด ดังนี้
 งวดที่ ๑ ดำเนินงานและส่งมอบงานตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๑ ในรูปแบบ จำนวน ๑ ชุด ภายใน ๓๐ วัน (สามสิบวัน) นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ในรูปแบบไฟล์ที่แก้ไขได้ และไฟล์ PDF มาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของ สฟธอ.

งวดที่ ๒ ดำเนินงานและส่งมอบงานตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๒ ถึงข้อ ๔.๓ โดยสิ่งส่งมอบตามข้อ ๔.๒ จะต้องประกอบด้วยคอนเทนต์รวมไม่น้อยกว่า ๑๐ โพสต์ คอนเทนต์ในรูปแบบบทความไม่น้อยกว่า ๕ เรื่อง และคอนเทนต์ในรูปแบบวิดีโอ พอดแคสต์ ไม่น้อยกว่า ๘ เทป ภายใน ๙๐ วัน (เก้าสิบวัน) นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ในรูปแบบไฟล์ต้นแบบ และไฟล์ที่สมบูรณ์ มาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของ สพอ.

งวดที่ ๓ ดำเนินงานและส่งมอบงานตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๒ ถึงข้อ ๔.๔ โดยสิ่งส่งมอบตามข้อ ๔.๒ จะต้องประกอบด้วยคอนเทนต์รวมไม่น้อยกว่า ๑๕ โพสต์ คอนเทนต์ในรูปแบบบทความไม่น้อยกว่า ๕ เรื่อง และคอนเทนต์ในรูปแบบวิดีโอ พอดแคสต์ ไม่น้อยกว่า ๑๐ เทป ภายใน ๑๘๐ วัน (ร้อยแปดสิบวัน) นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ในรูปแบบไฟล์ต้นแบบ และไฟล์ที่สมบูรณ์ มาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของ สพอ. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ในรูปแบบไฟล์ที่แก้ไขได้ และไฟล์ PDF มาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของ สพอ. ภายใน ๑๘๐ วัน (ร้อยแปดสิบวัน) นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๑๐. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สพอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๙ งวดที่ ๑ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๔๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๙ งวดที่ ๒ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ จำนวนร้อยละ ๕๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๙ งวดที่ ๓ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๑๑. อัตราค่าปรับ

เมื่อครบกำหนดส่งมอบงานตามที่กำหนดแล้วแต่ผู้รับจ้างไม่ส่งมอบงานจ้าง หรือส่งมอบล่าช้า หรือส่งมอบไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบจำนวน หรือไม่ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้แก่ สพอ. ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้ สพอ. เป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละศูนย์จุดหนึ่งศูนย์ (๐.๑๐ %) ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบตามสัญญาจนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างให้แก่ สพอ. แล้วถูกต้องครบถ้วน

๑๒. การรักษาความลับ

๑๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจาก สพอ. และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้เป็นอย่างเป็นความลับของ สพอ. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องหามาตรการในการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญากลายได้สัญญานี้ หรือมิใช่บุคคลที่ สพอ. ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ เช่นว่าด้วย

๑๒.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อ สฟธอ. หรือบุคคลอื่นที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และ สฟธอ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๒.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามข้อ ๑๒.๑ ต่อไป ตราบที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

๑๓. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพประกอบกัน โดย สฟธอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกโดยเรียงลำดับจากผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด ดังนี้

๑๓.๑ ราคา ให้น้ำหนักร้อยละ ๒๐

๑๓.๒ การพิจารณาด้านเทคนิค ให้น้ำหนักร้อยละ ๘๐

การพิจารณาข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ผู้ที่ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์ จะต้องได้รับคะแนนรวมไม่น้อยกว่า ๘๐ (แปดสิบ) คะแนน จากคะแนนรวม ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) คะแนน ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
๑. เกณฑ์ราคา ร้อยละ ๒๐	๒๐		
๒. ประสิทธิภาพในการทำงาน ร้อยละ ๒๐	๒๐		
มีประสิทธิภาพในการจัดทำโครงการที่มีความเกี่ยวข้องและครอบคลุมกับรายการงานที่จัดจ้าง <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - มีหนังสือรับรองผลงานมากกว่า ๓ งาน เท่ากับ ๑๐๐ คะแนน - ไม่มีหนังสือรับรองผลงานแต่มีผลงานมานำเสนอมากกว่า ๓ งาน เท่ากับ ๗๕ คะแนน - ไม่มีหนังสือรับรองผลงานและมีผลงานมานำเสนอน้อยกว่า ๓ งาน เท่ากับ ๕๐ คะแนน			
๓. แผนการดำเนินงานและกลยุทธ์รูปแบบวิธีการนำเสนอ การจัดกิจกรรม ร้อยละ ๓๐	๓๐		

รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน โดยกำหนดรายละเอียดของกิจกรรม ระยะเวลาดำเนินการ สิ่งส่งมอบงานของกิจกรรม พร้อมทั้งมีการนำเสนอรูปแบบแนวคิดในการจัดกิจกรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และมีแนวทางการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - มีแผนที่ครอบคลุมการออกแบบและแนวคิดของทั้งบทความและวิดีโอแต่ละครั้ง เท่ากับ ๑๐๐ คะแนน - มีแผนที่ครอบคลุมการออกแบบและแนวคิดของภาพรวม เท่ากับ ๗๕ คะแนน - มีแผนแต่ไม่ครอบคลุมการออกแบบและแนวคิด เท่ากับ ๕๐ คะแนน			
๔. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการบริหารจัดการ ร้อยละ ๓๐	๓๐		
มีการนำเสนอกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม กลยุทธ์การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย แนวทางการบริหารจัดการที่ตรงต่อวัตถุประสงค์โครงการ พร้อมเสนอช่องทางการมีส่วนร่วมและการรับรับในช่องทางโซเชียลต่าง ๆ และกระบวนการติดตามผลการสื่อสาร หรือการจัดกิจกรรม <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมที่นำไปสู่การสร้างผู้ติดตามในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ Followers และถูกใจเพจไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ คน ถูกใจ รวมถึงมีการเข้าถึงเนื้อหาของโครงการ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง/การรับชม (Reach/View) ในยอดรวมทุกโพสต์ และมียอดการมีส่วนร่วมรวมไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ engagement เท่ากับ ๑๐๐ คะแนน - มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมที่สร้างผู้ติดตาม และการเข้าถึงเนื้อหาของโครงการเป็นลักษณะภาพรวม เท่ากับ ๗๕ คะแนน - มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรม แต่ไม่ครอบคลุมถึงเป้าหมายของจำนวนของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด เท่ากับ ๕๐ คะแนน			
คะแนนรวมทั้งหมด	๑๐๐		

หมายเหตุ

๑. คะแนนที่ผู้เสนอราคาได้รับ = (คะแนน*น้ำหนัก) / ๑๐๐

๒. ประเมินคะแนนจากราคาที่เสนอ = ๑๐๐ - ((ผลต่างราคาของผู้เสนอ กับ ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด / ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด)* ๑๐๐)

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องส่งข้อเสนอด้านเทคนิคและด้านผลงานเพื่อประกอบการพิจารณาให้กับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณานำเสนอ Presentation ไม่เกิน ๕๕ (สี่สิบห้า) นาที ณ ห้องประชุมสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ อาคารเดอะไนน์ ทาวเวอร์ แกรนด์ พระรามเก้า (อาคารบี) ชั้น ๒๐ - ๒๒ เลขที่ ๓๓/๔ ถนนพระราม ๙ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๑๐๓๑๐ หรือนำเสนอในรูปแบบออนไลน์ เพื่อประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ให้เป็นไปตามคูปองพินิจของคณะกรรมการพิจารณาผล