

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

1. ชื่อโครงการ.....การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของ
ประเทศ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙.....
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ.....สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ..๘ ธันวาคม ๒๕๖๘.....
เป็นเงิน๗,๙๙๗,๓๐๖.๖๗..... บาท
ราคา/หน่วย (ถ้ามี).....๗,๙๙๗,๓๐๖.๖๗..... บาท
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 5.1บริษัท ไอเด็กซ์ ไมซ์ จำกัด.....
 - 5.2บริษัท โซเชียลแล็บ จำกัด.....
 - 5.3บริษัท เจซีแอนด์โค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด.....
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
 - 6.1 นางสาวอัจฉราพร ทุมตระเด่น.....
 - 6.2 นายไพเศษ เจริญพานิช.....
 - 6.3 นางสาวรัตนารณ์ ทานน้ำ.....
 - 6.4
 - 6.5

	ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)	จำนวน	๑๗ หน้า
เรื่อง	การสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๙		
จัดทำโดย	ฝ่ายยุทธศาสตร์ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	วันที่จัดทำ	พ.ย. ๖๙

๑. ความเป็นมา

ตามที่ สฟธอ. มีบทบาทในการร่วมสร้าง Ecosystem ที่รองรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความเข้มแข็ง ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล กฎหมายดิจิทัล ข้อเสนอแนะ มาตรฐานดิจิทัลที่จำเป็น ตลอดจนพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัล เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ที่ต้องอาศัยกลไกความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน ผ่านกระบวนการกำกับดูแลธุรกิจบริการดิจิทัล (Co-creation Regulator) การส่งเสริม และสนับสนุน (Facilitator) ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนส่งเสริมให้ประชาชนทั้งในมุมของผู้บริโภคและผู้ให้บริการ ที่มุ่งสร้างความเชื่อมั่น และสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน

ภารกิจในการดำเนินงานสำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๙ จะมีการดำเนินงานที่เชื่อมโยงที่รองรับการเปลี่ยนผ่านด้วยเทคโนโลยี (Digital Transformation) ที่สามารถสรุปเป็น ๓ ด้านหลัก ได้แก่ **๑) ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล (Digital Infrastructure and Ecosystem)** มุ่งเสริมสร้างความเชื่อมั่นและยกระดับการเชื่อมโยงบริการดิจิทัลใน ๔ เรื่องสำคัญ ได้แก่ การขยายการเชื่อมต่อและการใช้งาน Digital ID ผ่านบริการ e-Service ภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการใช้งาน e-Document เพิ่มประสิทธิภาพงานด้านเอกสารและการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในทุกภาคส่วน การพัฒนา AI & Data Sharing ด้วยมาตรฐานและกลไกธรรมาภิบาลข้อมูล ตลอดจนสนับสนุนภาครัฐให้พร้อมเปลี่ยนผ่านสู่ระบบ Cloud ที่มีมาตรฐานและปลอดภัย **๒) ด้าน AI เพื่อเสริมศักยภาพประเทศสู่ศูนย์กลางระดับภูมิภาค (Regional Hub)** โดยมุ่งผลักดันการดำเนินงานใน ๓ มิติ คือ มิติที่ ๑ AI Governance ยกระดับมาตรฐานและศักยภาพของไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ภายใต้การดำเนินงานของศูนย์ AI Governance Practice Center (AIGPC) และเครือข่ายความร่วมมือจากนานาชาติ มิติที่ ๒ AI and Digital Transformation ที่มุ่งเสริมขีดความสามารถ SMEs และชุมชนทั่วประเทศ ด้วยการใช้เทคโนโลยี AI สู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค ควบคู่การพัฒนาทักษะ AI & Digital Skill และมิติที่ ๓ AI Literacy & Protection สร้างภูมิคุ้มกันทางดิจิทัลให้คนไทยทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางและผู้สูงอายุ ให้เกิดการรู้เท่าทันและใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพิ่มศักยภาพและพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล พร้อมรองรับโลกอนาคต และ **๓) ด้านการกำกับดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Services)** เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ผ่านกลไกการร่วมกำกับจากทุกภาคส่วนในการจัดทำและพัฒนามาตรฐาน ประกาศฯ ตลอดจนแนวปฏิบัติและคู่มือ ที่มุ่งส่งเสริมให้เกิด Self-Regulation ไปพร้อมๆ กับการยกระดับกลไกการร้องเรียน การให้คำแนะนำ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดการและแก้ปัญหาออนไลน์ ที่ผนวกการดำเนินงานด้วยศูนย์ช่วยเหลือและจัดการปัญหาออนไลน์ (1212 ETDA) สู่การต่อยอดการพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลที่เป็นรูปธรรม รวมถึงการขยายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ ภายใต้เป้าหมายหลักของ สฟธอ. คือ การสร้างความเชื่อมั่นในการใช้ดิจิทัลและธุรกรรมออนไลน์ สร้างโอกาส และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางดิจิทัลของประเทศ สู่การเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัลในระยะยาว

ทั้งนี้ การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยกลไกทางการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างมีกลยุทธ์และเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของ สพอ. ภายใต้บทบาท Co-Creation Regulator & Facilitator ที่มุ่งส่งมอบคุณค่า (Value) ที่เกิดประโยชน์ต่อประเทศที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อร่วมกันผลักดันการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้ขยายตัวอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้เชิงนโยบายและเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทภารกิจของ สพอ. ในฐานะ Co-Creation Regulator & Facilitator ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทั้งในกลุ่มภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ภาคธุรกิจ SMEs และประชาชน ที่มีความครอบคลุมกับการดำเนินงานในปีงบประมาณ ๒๕๖๙

๒.๒ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ สร้างความตระหนักรู้ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในช่องทางต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และ ร่วมกิจกรรมสาธารณะอย่างสร้างสรรค์ ได้อย่างทั่วถึง และสะดวกมากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้ประชาชนและภาคธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเชื่อมั่น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการยกระดับศักยภาพและขีดความสามารถทางดิจิทัลของประเทศ

๒.๓ เพื่อขยายความร่วมมือและเพิ่มกลไกการสื่อสารขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีแหล่งเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำไปสู่การต่อยอดการดำเนินงานขององค์กรในระยะต่อไป

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างทำงานที่จ้างในครั้งนี้
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๖ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๔. ขอบเขตของงาน

๔.๑ แผนปฏิบัติการตลอดโครงการ (Operational Plan)

ผู้รับจ้างจะต้องร่วมหารือกับ สฟธอ. เพื่อกำหนดแผนปฏิบัติการด้านการสื่อสารของโครงการโดยเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ ของ สฟธอ. เพื่อใช้แนวทางด้านการสื่อสาร ที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม ภายใต้บทบาทของ สฟธอ. (Co-creation Regulator & Facilitator) และภารกิจที่สำคัญประจำปี ของ สฟธอ. เช่น Digital ID, AI Governance, Digital Platform Services, Digital Trade และ SMEs Growth เป็นต้น ไปยังกลุ่มเป้าหมาย หรือ Stakeholder ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และกระตุ้นการมีส่วนร่วม เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ สฟธอ. กำหนด โดยแผนปฏิบัติการจะต้องครอบคลุมในประเด็นสำคัญ เช่น

๔.๑.๑ การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานร่วมกับ สฟธอ. เพื่อกำหนดทิศทางของการสื่อสารให้สามารถนำไปสู่การวัดผลได้จริง โดยมีการวิเคราะห์เพิ่มเติมจากผลการดำเนินงานของ สฟธอ. ในช่วงปีงบประมาณ ๒๕๖๘ ที่ผ่านมาประกอบการดำเนินงาน

๔.๑.๒ การกำหนด Positioning ของ สฟธอ. ในการสื่อสารภายใต้บทบาท และกลยุทธ์การดำเนินงานของ สฟธอ. ที่ครอบคลุมถึง Mood and Tone ที่สะท้อนถึง Brand Personality มีการกำหนด Visual Style Direction (แนวทางของภาพและกราฟิก) การกำหนดแนวทางการใช้ภาษาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ในการสื่อสาร แนวทางการใช้ภาษา ผ่านการนำเสนอตัวอย่างการใช้งานจริงในช่องทางต่าง ๆ เช่น การเขียน การโฆษณา การเผยแพร่ผ่านคลิป หรือการโพสต์ผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นต้น

๔.๑.๓ การแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารให้ชัดเจน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในเชิงพฤติกรรม ความสนใจ หรือบทบาทความเกี่ยวข้อง โดยผ่านการหารือร่วมกับ สฟธอ. เพื่อจัดกลุ่มกิจกรรม ช่องทางการสื่อสาร กระบวนการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้อง และตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงช่วงเวลาในการดำเนินงานที่พร้อมยืดหยุ่น และพร้อมปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วง

๔.๑.๔ จัดทำและนำเสนอผลการสื่อสาร (Monitoring) ที่ครอบคลุมทั้ง Data insights ผ่านระบบที่น่าเชื่อถือ โดยจะต้องสะท้อนกระแสและเทรนด์ดิจิทัลที่เกี่ยวข้องต่อโครงการ รวมถึงผล Clipping News และ Social listening ที่สะท้อนการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมการสื่อสารของ สฟธอ. ที่เกี่ยวข้อง พร้อมจัดทำข้อเสนอแนะ (ถ้ามี) ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากิจกรรมการสื่อสารของโครงการ โดยรายงานผลการดำเนินงานที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย (Dashboard) แสดงให้เห็นถึง อัตราการเติบโต (Growth rate) ของการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมการสื่อสาร โดยมีระยะเวลาของการนำเสนอตามข้อ ๔.๓.๓ (โดยให้มีการหารือเพื่อสรุปกระบวนการร่วมกับ สฟธอ. ก่อนดำเนินงาน และกำหนดเป็นแผนงานที่ชัดเจน)

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาและนำเสนอระบบ Social Listening และ Clipping News ให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบ พร้อมจัดเตรียม Account อย่างน้อย ๓ Accounts ต่อระบบ ให้ สฟธอ. สามารถเข้าใช้งาน

คู่ขนานได้ โดยคำนึงถึงการใช้งานของ สฟธอ. เป็นหลัก และจะต้องมีอายุการใช้งาน อย่างน้อย ๑ ปี นับจากวันส่งมอบ Account

๔.๑.๕ นำเสนอรายชื่อพร้อมประสบการณ์ของบุคลากรของผู้รับจ้าง ที่จะร่วมดำเนินงานภายใต้โครงการอย่างชัดเจน โดยต้องมีการจัดเตรียมให้เหมาะสมต่อความรับผิดชอบในการดำเนินงานส่วนต่างๆ ของโครงการ ทั้งนี้บุคลากรที่จัดเตรียมจะต้องมีความพร้อมและสามารถรองรับการดำเนินงานได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ โดย สฟธอ. สามารถพิจารณาเปลี่ยนแปลงบุคลากรที่ดำเนินโครงการได้ตามความเหมาะสม หากการดำเนินงานไม่สะท้อนถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานตามที่แจ้ง

๔.๑.๖ การหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานออกแบบและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อทำหน้าที่ออกแบบและผลิตอินโฟกราฟิก (Infographic) เพื่อสนับสนุนงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ของ สฟธอ. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนช่องทางการสื่อสารตามที่ สฟธอ. กำหนด เช่น ภาพประกอบสำหรับโพสต์บน สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, YouTube, Instagram, Line Official, X (Twitter)) ภาพประกอบสำหรับ บทความ ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือเว็บไซต์ เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่อภารกิจและกิจกรรมของ สฟธอ.

ทั้งนี้ บุคลากรดังกล่าว จะต้องมีความพร้อมในการปฏิบัติงานและตอบสนองงานตามที่ สฟธอ. ร้องขอได้ทันทั่วทั้งที่ ตลอดระยะเวลาโครงการ และสามารถส่งมอบงานได้ภายในระยะเวลาที่ สฟธอ. กำหนดหรือตามที่ตกลง โดยต้องรักษามาตรฐานคุณภาพงานให้สอดคล้องกับแนวทางการสื่อสารและอัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity)

โดย สฟธอ. มีสิทธิ์ในการพิจารณาเปลี่ยนตัวบุคลากร หากผลงานที่จัดทำไม่เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่กำหนด หรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถกำหนดแนวทางเพิ่มเติมในการออกแบบ เพื่อให้ผลงานตอบสนองต่อกลยุทธ์และเป้าหมายการสื่อสารขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

๔.๑.๗ การจัดตารางนัดหมายประชุมเพื่อติดตามผลการดำเนินงาน ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีการประชุมเพื่อติดตามผลการดำเนินงาน รวมไปถึงการทบทวนแผนการดำเนินงาน (หากมี) อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งโครงการ อย่างน้อยเดือนละ ๒ ครั้ง โดยให้มีการหารือเพื่อกำหนดช่วงเวลาของการประชุมร่วมกับ สฟธอ. ก่อนดำเนินการ และให้มีการสรุปประเด็นสำคัญจากการประชุมส่งให้ สฟธอ. ภายใน ๓ วันทำการ

อย่างไรก็ตาม แผนการดำเนินงานตลอดโครงการในข้อ ๔.๑ จะต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบโดย สฟธอ. ก่อนดำเนินงาน

๔.๒ ออกแบบแนวทางและดำเนินการจัดกิจกรรมการสื่อสารองค์กร

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการต่อยอดจากข้อ ๔.๑ เพื่อลงรายละเอียดของการสื่อสารตลอดจนการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้มีความชัดเจน โดยจะต้องนำเสนอ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยเครื่องมือหลักๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานประกอบด้วย

๔.๒.๑ กิจกรรมการสื่อสารผ่านช่องทางของผู้มีชื่อเสียงในระดับ Macro Influencer ที่มียอดผู้ติดตาม ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ Followers จำนวน ๑๐ ราย โดยจะต้องช่วยสร้างความเข้าใจในประเด็นที่จะสื่อสาร โดยไม่ลดทอนความน่าเชื่อถือขององค์กร

การคัดเลือกจะต้องสอดคล้องตามโจทย์ที่กำหนด ไม่มีประวัติที่ส่งผลต่อประเด็นเชิงลบในการสื่อสาร และภาพลักษณ์ของ สฟธอ. รวมถึงการสะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรภาครัฐโดยรวม โดย Macro

Influencer ที่นำเสนอจะต้องมีกลุ่มผู้ติดตามที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม (Rider, Driver, ผู้ค้าขายในแพลตฟอร์ม, ผู้บริโภค) รวมไปถึงกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs เป็นต้น และต้องมีสถิติการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) ที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของ Influencer นั้นๆ

๔.๒.๒ กิจกรรม ETDA Live การเสวนาในรูปแบบ Hybrid Event จำนวนอย่างน้อย ๕ ครั้ง
เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (ETDA Thailand) รวมถึงช่องทางอื่นๆ สพธอ. กำหนด โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Discussion) ร่วมกันของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ภายใต้เนื้อหาที่มีการเชื่อมโยงกับบทบาทและภารกิจสำคัญของ สพธอ. เช่น AI Governance (ทั้งในแง่ของการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ตลอดจนประเด็น AI Hot Issue), Digital Platform Services (สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมต่อก่อร่างร่วมกับภายใต้ประกาศ แนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง), SMEs Growth (สร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จาก Use case ของผู้นำองค์กรที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ) เป็นต้น โดยเนื้อหาที่นำเสนอจะต้องมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย อาทิ นักวิชาการ สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับ Digital Transformation ตลอดจนผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้บริโภค เป็นต้น

ทั้งนี้ การดำเนินงานจะต้องครอบคลุม กิจกรรมสำคัญอย่างน้อยๆ ดังนี้

- วางแผนการและดำเนินการจัดทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านช่องทางของ สพธอ. ครอบคลุมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการจัดงาน เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมอย่างครอบคลุม
- นำเสนอรายชื่อวิทยากร (Speaker) และผู้ดำเนินรายการ (Moderator) ที่มีความรู้ หรือ เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ โดยต้องผ่านความเห็นชอบของ สพธอ. ก่อนดำเนินการเชิญเข้าร่วมกิจกรรม โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการทั้งหมด ตั้งแต่ การประสาน ทำหนังสือเชิญ ค่าวิทยากร อาหาร และเครื่องดื่มรองรับที่เกี่ยวกับ สถานที่ถ่ายทำ หรืออื่นๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน หรือที่ สพธอ. ร้องขอ โดยต้องผ่านความเห็นชอบของ สพธอ. ก่อนดำเนินงานทุกครั้ง
- โปรแกรมคำถาม สคริปต์ผู้ดำเนินรายการ หรือรายละเอียดอื่นๆ ที่จำเป็น ตามที่ สพธอ. เห็นชอบ
- การจัดทำกราฟฟิก คลิปสั้น (Reels) หรือรูปแบบอื่นๆ ตามความเหมาะสม เพื่อสนับสนุนการ Live ให้มีความน่าสนใจ และเผยแพร่ประเด็นในการสื่อสารต่างๆ ที่เกิดขึ้น
- ระหว่างการ Live ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรม โดยจะต้องผู้ชมรวมกันทุกช่องทางไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน/ครั้ง
- ภายหลังจบการเสวนา ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแคปชันสรุปประเด็นสำคัญพร้อมภาพประกอบ ภายในช่วงเวลาไม่เกิน ๓ วันทำการ

- จัดทำ Short Form VDO Content หรือ Reels ที่เป็นการตัดต่อเพื่อสรุปใจความสำคัญหรือ Key Takeaway จากวิทยากร สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กของ ETDA หรือช่องทางอื่นๆ ตามที่ สพอ. เห็นชอบ โดยจะต้องจัดทำแคปชั่นประกอบควบคู่กันด้วย
- จัดทำบทความและภาพประกอบสำหรับส่งสื่อมวลชน อย่างน้อย ๑ รายการ ต่อการจัด ETDA Live ๑ ครั้ง (ขึ้นอยู่กับการตกลงร่วมกับ สพอ. ในการวางแผนการดำเนินงาน) เพื่อสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง
- จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจและประเมินผลกิจกรรมในมุมต่างๆ ได้แก่
 - (๑) แบบสอบถามผู้ร่วมชมกิจกรรม ที่เน้นการสำรวจความคิดเห็นต่อกิจกรรม เช่น รูปแบบกิจกรรม เนื้อหา วิทยากร ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ตลอดจนข้อเสนอแนะ เป็นต้น โดยเผยแพร่ให้ผู้ร่วมชมกิจกรรมได้ร่วมตอบภายหลังจบกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแจกของรางวัล เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชม ร่วมตอบแบบสอบถามในจำนวนที่เพียงพอต่อการนำข้อมูลมาต่อยอดพัฒนากิจกรรมการสื่อสารในครั้งต่อไป
 - (๒) แบบสอบถามสำหรับวิทยากรที่มาร่วมกิจกรรม ที่เน้นการสำรวจและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อสะท้อนมุมมองและประเด็นสำคัญของวิทยากร ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หรือ (Partners) ที่มีต่อ สพอ. โดยผู้รับจ้างจะต้องทำการวิเคราะห์ผลให้มีคุณภาพและเหมาะสมในการนำไปเป็นข้อมูลสำคัญ สู่การจัดทำ Stakeholder Analysis ของ สพอ. โดยผู้รับจ้างจะต้องประสานให้วิทยากรร่วมตอบภายหลังจบกิจกรรมทุกครั้ง

๔.๒.๓ กิจกรรมการแถลงข่าวหรือผลงานที่สำคัญ ในรูปแบบ Hybrid Event จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการกิจของ สพอ. โดยมีองค์ประกอบสำคัญ เช่น

- แนวคิดในการจัดงาน Content สถานที่จัดงาน ที่พัก อาหารและเครื่องดื่มรับรองที่สอดคล้องกับจำนวนผู้ร่วมงาน การประสานเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) ตลอดจนวิทยากร พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ อุปกรณ์กล้อง ระบบแสง สี เสียง ที่สนับสนุนการจัดงานทั้งหมด การถ่ายทอดสดภาพและเสียงผ่านช่องทาง Social Media สพอ. จอสำหรับนำเสนอข้อมูล Backdrop การบันทึกภาพนิ่งและภาพวิดีโอ และอื่นๆ โดยนำเสนอรายละเอียดทั้งหมดให้ สพอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนการจัดกิจกรรม
- มีผู้เข้าร่วมงานทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน
- มีสื่อมวลชนซึ่งประกอบไปด้วย สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เข้าร่วมงานในรูปแบบออฟไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนัก

- การประชาสัมพันธ์ การจัดทำเนื้อหาต่างๆ ครอบคลุม ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการจัดงานแถลงข่าว
- การสรุป Feedback จากสื่อมวลชน
- การจัดเตรียมกิจกรรมพิเศษที่สร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในประเด็นการสื่อสารบทบาทและภารกิจของ สฟธอ.

โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงาน ที่อย่างน้อยๆ ต้องครอบคลุมกระบวนการ ดังนี้

ก่อนการจัดกิจกรรม ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำเนื้อหา ในรูปแบบของข่าวก่อนงาน (Press Release) เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมงานผ่านโซเชียลมีเดียช่องทางต่างๆ ที่ สฟธอ. เห็นชอบ และ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ โดยจะต้องมีการนำเสนอข่าวและภาพข่าว ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนัก ในระยะเวลาที่เหมาะสมต่อการสร้างการรับรู้

โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายชื่อสื่อที่จะทำการเชิญเข้าร่วมงานให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการ

ระหว่างการจัดกิจกรรม ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) สำหรับแจกสื่อมวลชนในงาน จำนวน ๑ ชิ้น ที่สื่อสารถึงบทบาท ภารกิจและเป้าหมายในการดำเนินงานของ สฟธอ. ในระยะต่อไป พร้อมด้วยข้อมูลสนับสนุนสื่อมวลชน (ถ้ามี) และแนวทางประเด็นสัมภาษณ์ต่าง ๆ หรืออื่นๆ ตามที่ สฟธอ. เห็นชอบ โดยในวันงานจะต้องมีสื่อมวลชนซึ่งประกอบไปด้วย สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เข้าร่วมงานในรูปแบบออฟไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนัก

ภายหลังช่วงเวลาของการแถลงข่าว ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษที่สร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในประเด็นการสื่อสารบทบาทและภารกิจของ สฟธอ. โดยผู้รับจ้างจะต้องออกแบบกิจกรรมให้มีความต่อเนื่องกับกิจกรรมการแถลงข่าวหรือผลงานที่สำคัญ และรับผิดชอบในรายละเอียดต่าง ๆ ทั้งในส่วน of แนวคิดในการจัดกิจกรรม รวมถึงเนื้อหาหรือ Content ในกิจกรรม รวมถึงการจัดเตรียมสถานที่สำหรับกิจกรรมพิเศษ อุปกรณ์ เครื่องเสียง ไฟแสงสว่าง การบันทึกภาพนิ่งและภาพวิดีโอ อาหารและเครื่องดื่ม และองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดเตรียมที่พักรองรับทั้งกลุ่มเป้าหมายที่ร่วมกิจกรรมพิเศษและคณะทำงานของ สฟธอ. จำนวนไม่เกิน ๒๐ ห้อง (กรณีจำเป็น) เพื่อให้การจัดกิจกรรมเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยจะต้องนำเสนอให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการอย่างใกล้ชิด

หลังการจัดกิจกรรม ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำประชาสัมพันธ์สรุปกิจกรรมผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น สรุปเนื้อหาและบรรยากาศงานในรูปแบบแคปชั่นและภาพประกอบ สรุป Quote ประเด็นสำคัญจากกิจกรรมในรูปแบบแคปชั่นและภาพประกอบ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่สร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับกิจกรรม รวมถึงจัดทำข่าวหรือบทความหลังงานในประเด็นที่ได้มีการเพิ่มเติม พร้อมภาพประกอบ สำหรับส่งสื่อมวลชน โดยจะต้องนำเสนอ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนเผยแพร่

ทั้งนี้ ระหว่างการจัดกิจกรรม และหลังการจัดกิจกรรม จะต้องมีการข่าว บทความ ภาพข่าวนำเสนอผ่านสื่อมวลชนในช่องทางต่างๆ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๓๐ สำนัก และต้องจัดทำรายงานสรุปผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของงานแถลงข่าวในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย จัดทำทะเบียนสื่อมวลชน รวมถึง

ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจและความคาดหวัง ตลอดจนข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมงาน ที่นำไปสู่การพัฒนากิจกรรมการสื่อสารในระยะต่อไปของ สฟธอ.ในอนาคตด้วย

๔.๒.๔ กิจกรรม Media Briefing จำนวนอย่างน้อย ๒ ครั้ง ที่มุ่งเน้นสื่อสารประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจการดำเนินงานของ สฟธอ. กับสื่อมวลชน โดยให้หาหรือตกลงร่วมกับ สฟธอ. ในการกำหนดช่วงเวลาการจัดกิจกรรม เช่น รายไตรมาส โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- การจัดเตรียมกระบวนการตั้งแต่การเตรียมงาน เนื้อหา กำหนดการ ข่าวประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในวันงาน และการติดตามผลการสื่อสารหลังงาน
- มีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ สื่อ
- มีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์จากการจัดกิจกรรมผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ จำนวนไม่น้อย ๒๐ ครั้ง
- การจัดเตรียมสถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม จอสำหรับนำเสนอ อุปกรณ์แสง สี เสียง
- การสรุป Feedback จากสื่อมวลชน ความพึงพอใจและความคาดหวัง ตลอดจนข้อเสนอแนะ ที่นำไปสู่การพัฒนากิจกรรมการสื่อสารในระยะต่อไปของ สฟธอ

ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอ แผนการทำงานและแนวคิดในการจัดกิจกรรม สื่อเป้าหมาย รูปแบบการจัดงาน Key message หลัก การจัดเตรียมองค์ประกอบต่างๆ ภายในงาน ตลอดจนแนวทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ สฟธอ.พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๒.๕ กิจกรรมจัดทำ Success Story VDO จำนวนอย่างน้อย ๓ คลิป ความยาวไม่เกิน ๕ นาที เพื่อใช้ในการเผยแพร่และถ่ายทอดความสำเร็จของการดำเนินงานภายใต้บทบาทและภารกิจของ สฟธอ. เพื่อถ่ายทอดผลลัพธ์เชิงรูปธรรม ที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแลมาใช้จริง โดยเน้นให้เห็นคุณค่า ผลกระทบ และแรงบันดาลใจ โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- ผู้รับจ้างจะต้องกำหนดโจทย์ กำหนดกรอบเนื้อหา (Content framework) ร่วมกับ สฟธอ. ที่สอดคล้องตามเป้าหมาย ทั้ง Theme กลุ่มเป้าหมาย และ Mood & Tone ที่สร้างสรรค์
- การร้อยเรียงเนื้อหาที่มีความชัดเจน เช่น การขยายผลการใช้เทคโนโลยี Digital ID ใน e-Service ภาครัฐ, แนวทางการกำกับดูแลที่สำคัญที่ธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลต้องรู้หรือต้องปฏิบัติตาม, โมเดลความสำเร็จในการขยายผลของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ใน Sector สำคัญ เป็นต้น โดยเน้นให้เข้าใจง่าย และกลุ่มเป้าหมายรู้สึกเชื่อมโยงกับเนื้อหาที่นำเสนอได้
- การลงพื้นที่จริง เพื่อการเก็บข้อมูลกำหนดระยะเวลาในการลงพื้นที่ถ่ายทำที่เหมาะสม โดยการจัดหาช่างภาพนิ่งและช่างภาพ VDO เพื่อทำการบันทึกภาพภารกิจของ สฟธอ. ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงในพื้นที่

จังหวัดต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยจะต้องทำการบันทึกภาพภารกิจของ สพรอ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ครั้ง

- สนับสนุนการดำเนินงานของคณะทำงาน สพรอ. ที่ร่วมในกิจกรรมการบันทึกภาพภารกิจของ สพรอ. ในพื้นที่ต่าง ๆ โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่จำเป็นไม่น้อยกว่า ๒ คนต่อครั้ง เช่น ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทางไปต่างจังหวัดและค่าเดินทางในพื้นที่ต่างจังหวัด ค่าที่พัก เป็นต้น โดยนำเสนอรายละเอียดให้ สพรอ. พิจารณาก่อนดำเนินการ
- จัดทำหรือตัดต่อ Success Story VDO ที่สะท้อนบทบาทภารกิจ ตลอดจนความสำเร็จในการดำเนินงานของ สพรอ. ให้เป็นไปตามแนวทางที่ได้มีการกำหนดไว้ทั้งในแง่ของการถ่ายทอดเนื้อหา รูปแบบการดำเนินเรื่องที่เหมาะสม
- การทำ Subtitle ทั้งในรูปแบบภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษ เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ที่เหมาะสม
- การพัฒนาและต่อยอดคลิปดังกล่าวให้อยู่ในรูปแบบคลิปสั้น หรือ Reels จำนวน ๓ คลิป โดยจะต้องมีเทคนิคในการตัดต่อและการนำเสนอที่น่าสนใจ ง่ายต่อการแชร์ต่อ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของ สพรอ. ทั้งนี้ ทุกคลิปจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายและผู้ชมเข้าถึงเนื้อหาครบทุกช่องทางไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง/การรับชม (Reach/View)
- การจัดทำโพสต์ประชาสัมพันธ์ในลักษณะของ Content ที่ต่อเนื่อง เช่น เบื้องหลังความสำเร็จ เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ สพรอ. เป็นต้น

๔.๒.๖ กิจกรรมการจัดทำ Short Form VDO Content หรือ Reels จำนวน ๓ คลิป ความยาวไม่เกิน ๒ นาทีต่อคลิป สื่อสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับบทบาทและภารกิจของ สพรอ. โดยจะต้องนำเสนอประเด็น รูปแบบการเล่นเรื่อง ตลอดจน Mood and Tone ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย น่าติดตาม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง โดยกระบวนการผลิตคลิปดังกล่าว ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และจัดเตรียมสิ่งต่างๆ เพื่อสนับสนุนการถ่ายทำ ซึ่งทุกขั้นตอนจะต้องนำเสนอให้ สพรอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินงานทุกครั้ง

๔.๒.๗ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๐ ชิ้น เพื่อเผยแพร่บทบาทและภารกิจของ สพรอ. ผ่านสื่อมวลชน ที่ครอบคลุมทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ ออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนัก ต่อ ๑ ชิ้นงาน และภายหลังการเผยแพร่ผู้รับจ้างจะต้องรายงานสรุปผลให้ สพรอ. รับทราบอย่างใกล้ชิด

๔.๒.๘ กิจกรรมบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ สพรอ. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับกิจกรรมสื่อสารที่ดำเนินการจัดทำและเผยแพร่ในโครงการ เช่น ETDA Live, Success Story VDO หรือ Reels เป็นต้น โดยจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายและผู้ชมเข้าถึงเนื้อหากิจกรรมของโครงการรวมทุกช่องทาง ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง/การรับชม (Reach/View)

๔.๒.๙ การจัดทำของที่ระลึกที่เชื่อมโยงและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ตลอดจนบทบาทของ สพรอ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผ่านกิจกรรมต่างๆ ของ สพรอ. เช่น กิจกรรมการแถลงข่าว กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม รายละเอียดของการจัดกิจกรรมในข้างต้น อาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ วัตถุประสงค์ ตลอดจนงบประมาณของโครงการ ตามที่ สพรอ. เห็นชอบ

๔.๓ การติดตามผลการสื่อสารตลอดโครงการและข้อเสนอแนะที่ได้เพื่อพัฒนากระบวนการสื่อสารของ สพรอ.

จากการดำเนินงานในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมการสื่อสารของโครงการ ตามขอบเขตงาน ในข้อ ๔.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการติดตามวัดผลและนำเสนอผลการสื่อสาร (Monitoring) เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรม ตลอดจนการเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ โดยอย่างน้อยรายงาน Monitoring จะต้องอยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ (Dashboard) โดยจะต้องประกอบไปด้วย

๔.๓.๑ กระแสหรือเทรนด์ดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง ที่ได้จากการเก็บข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์ จาก ระบบ Social listening ที่นำไปสู่การพัฒนาและกำหนดทิศทางตลอดจนประเด็นในการสื่อสารของโครงการ และของ สพรอ.

๔.๓.๒ Data insights ที่มาจากสื่อโซเชียลมีเดียของ สพรอ. อาทิ เฟซบุ๊ก ETDA Thailand โดย ข้อมูลที่นำเสนอจะต้องสะท้อนอัตราการเติบโต (Growth rate) ของการรับรู้และการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นตลอด การดำเนินโครงการ รวมถึงข้อเสนอแนะ ตลอดจน Comment ต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจและต้องให้ ความสำคัญ

๔.๓.๓ Clipping News โดยระบบที่น่าเชื่อถือ โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บข้อมูล Clipping News ของ สพรอ.ตลอดโครงการที่เกิดขึ้น อัปเดตแบบรายวันในรูปแบบ Raw Data อย่างละเอียด พร้อมนำข้อมูลมา ประมวล วิเคราะห์ จัดทำและนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

ทั้งนี้ ในรายงานดังกล่าว จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากระบวนการสื่อสาร ของโครงการ โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงาน Monitoring นำเสนอต่อ สพรอ. ทุก ๒ สัปดาห์ และรายเดือน นับจากวันเริ่มต้นสัญญา โดยอย่างน้อย Dashboard ต้องครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น

- Social engagement (รายสัปดาห์)
- Sentiment analysis (ถ้ามี) (รายสัปดาห์)
- Top positive-performance posts (รายเดือน)
- Top 5 posts with highest engagement (รายเดือน)
- ผลการวิเคราะห์ Key takeaway from online รวมถึง Trend ที่พบ (รายเดือน)
- Recommendation การสื่อสารของ ETDA (รายเดือน หรือรายไตรมาส)
- Tracking top-engaged online transactions via social listening (รายเดือน)

รวมถึง ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีระบบการแจ้งเตือนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ สพธอ. แบบ Realtime ผ่านช่องทางที่ สพธอ. เข้าถึงและรับข้อมูลได้โดยง่าย เช่น Line group หรือรูปแบบที่มีการตกลงร่วมกับ สพธอ. โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพสูงสุดของการดำเนินงาน ที่เหมาะสมกับการดำเนินงานจริง

๔.๔ การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการ (External Communication Performance Report)

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการ ซึ่งรายละเอียดอย่างน้อยต้องประกอบไปด้วย

- บทสรุปผู้บริหาร เพื่อสรุปภาพรวมผลการดำเนินงานและประสิทธิผลของการสื่อสารตลอดการดำเนินโครงการ เช่น เป้าหมายของการสื่อสาร ประเภทกิจกรรมที่รองรับ กลุ่มเป้าหมาย ผลตอบรับหลัก ผลการใช้ช่องทางการสื่อสาร ประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสนใจ เป็นต้น
- ผลการใช้ช่องทางการสื่อสาร ให้แยกวิเคราะห์ตามช่องทาง เช่น Owned media, Earned media และ Paid media โดยต้องรายงานข้อมูล เช่น Reach, Impression, Engagement Rate, Average View Duration ฯลฯ
- Data insights analysis ที่แสดงผลวิเคราะห์เชิงลึกจากข้อมูล Social Listening, Sentiment Analysis, Keyword Trend, หรือ Traffic Analytics มีการวิเคราะห์พฤติกรรมหรือทัศนคติของผู้รับสารต่อประเด็น ที่ สพธอ. สื่อสาร
- Clipping news ที่มีการรายงานข่าวและสื่อที่เผยแพร่ มีการระบุและวิเคราะห์ทิศทางของข่าว (Positive, Neutral และ Negative) พร้อมมูลค่าทางสื่อ (PR Value)
- Key Messages & Narrative Check มีการแสดงผลการตรวจสอบว่าเนื้อหาที่สื่อมวลชนหรือผู้ติดตามสะท้อนกลับ “สอดคล้องกับ Key Message ของ สพธอ.” หรือไม่
- Outcome & Impact Evaluation เช่น การรับรู้ (Awareness) การเข้าใจ (Understanding) การยอมรับ (Acceptance) และผลลัพธ์เชิงภาพลักษณ์องค์กร
- บทเรียนและข้อเสนอแนะ (Lesson Learned & Recommendation) เป็นการนำเสนอ ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการสื่อสารในระยะต่อไป เช่น การวิเคราะห์ Gap Analysis จากกระบวนการสื่อสาร ช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุด หรือประเด็นที่ประชาชนยังเข้าใจคลาดเคลื่อน เป็นต้น

๕. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน) และราคากลาง เป็นจำนวนเงิน ๗,๙๙๗,๓๐๖.๖๗ บาท (เจ็ดล้านเก้าแสนเก้าหมื่นเจ็ดพันสามร้อยหกเจ็ดบาท)

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๙

๗. สิ่งส่งมอบและกำหนดเวลาการส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๔ โดยส่งมอบงานเป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ส่งมอบงานตามขอบเขตงานในข้อ ๔.๑ และ ๔.๒ (เฉพาะในส่วนของการวางแผนงาน เพื่อให้ครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดตลอดทั้งโครงการ) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือ สื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๑ ชุด ภายใน ๓๐ วัน หลังจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

งวดที่ ๒ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานบางส่วนตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๒-๔.๓ (ตามแผนงานที่กำหนด) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๑ ชุด ภายในวันที่ ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๙

งวดที่ ๓ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานบางส่วนตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๒ - ๔.๓ (ตามแผนงานที่กำหนด) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๑ ชุด ภายในวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๙

งวดที่ ๔ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานส่วนที่เหลือตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๓ (ตามแผนงานที่กำหนด) และส่งมอบรายงานตามขอบเขตของงานข้อ ๔.๔ ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๑ ชุด ภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๙

๘. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สพธอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งเป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๒๕ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและ ส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๑ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๓๕ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและ ส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๒ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ จำนวนร้อยละ ๒๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและ ส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๓ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๔ จำนวนร้อยละ ๒๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและ ส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๔ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

เมื่อครบกำหนดส่งมอบงานตามที่กำหนด ถ้าผู้รับจ้างไม่ส่งมอบงานจ้าง หรือส่งมอบล่าช้า หรือ ส่งมอบไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบจำนวน หรือไม่ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้แก่ สพธอ. ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับ ให้ สพธอ. เป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้าง แต่ จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบตามสัญญาจนถึงวันที่ ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างให้แก่ สพธอ. จนถูกต้องครบถ้วน

๑๐. การรักษาความลับ

๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจาก สฟธอ. และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญาเป็นอย่างเป็นความลับของ สฟธอ. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องหามาตรการในการจัดเก็บข้อมูล ที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญา ภายใต้อนุสัญญานี้ หรือมีใช้บุคคลที่ สฟธอ. ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูล ที่เป็นความลับภายใต้อนุสัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูล ดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้าง จะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ เช่นว่านั้นด้วย

๑๐.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อ สฟธอ. หรือบุคคลอื่น ที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับ ดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และ สฟธอ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๐.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตาม ข้อ ๑๐.๑ ต่อไป ตราบที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้ สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

๑๑. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพประกอบกัน โดย สฟธอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณา คัดเลือกโดยเรียงลำดับจากผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด ดังนี้

๑๑.๑ ราคาให้น้ำหนักร้อยละ ๒๐

๑๑.๒ ผลงานที่ผ่านมา หรือ ความน่าเชื่อถือของผู้เสนอราคา หรือ แผนการปฏิบัติงาน หรือ ข้อเสนอแนะอื่นๆ ให้น้ำหนักร้อยละ ๘๐

การพิจารณาข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ผู้ที่ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์ จะต้องได้รับคะแนน รวมไม่น้อยกว่า ๘๐ (แปดสิบ) คะแนน จากคะแนนรวม ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) คะแนน ตามหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
๑	เกณฑ์ราคา ๒๐ คะแนน	๒๐		
๒	แผนการปฏิบัติงาน และตัวอย่างในการสร้างสรผลงาน ๖๐ คะแนน			
	๒.๑ การวางแผนดำเนินงานโครงการในภาพรวม การกำหนด Concept และแนวทางการจัดกิจกรรม	๑๐		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	เกณฑ์การให้คะแนน ๑. มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน การสื่อสารที่ชัดเจนครบถ้วน มีความโดดเด่นน่าสนใจ มีการกำหนด Concept แนวทางการจัดกิจกรรม ระยะเวลาดำเนินการ ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการและขอบเขต TOR มีการนำเสนอแนวทางการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรอย่างสร้างสรรค์ และสะท้อนถึงการบรรลุเป้าหมายของกระบวนการสื่อสารภายใต้บทบาทของ สฟธอ. และการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๒. มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน การสื่อสารที่ชัดเจนครบถ้วน โดยกำหนด Concept แนวทางการจัดกิจกรรม ระยะเวลาดำเนินการ ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการและขอบเขต TOR เท่ากับ ๕ คะแนน ๓. มีการนำเสนอแนวทางการจัดกิจกรรม แต่ไม่มีความชัดเจน ไม่ครบถ้วน และไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เท่ากับ ๓ คะแนน			
	๒.๒ ความเหมาะสมในการเลือกช่องทางสำหรับการสื่อสาร ที่ตรงกับเป้าหมายของโครงการ และความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ เกณฑ์การให้คะแนน ๑. มีกลยุทธ์ในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ผนวกกับการแบ่งประเภทของกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับบทบาทการทำงานของ สฟธอ. และเป้าหมายการดำเนินงานประจำปีที่ชัดเจน มีการนำเสนอช่องทางการสื่อสารที่จะใช้ตลอดโครงการได้อย่างน่าสนใจ และสะท้อนถึงความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้าง Engagement ผ่านช่องทางต่างๆ และมีแผนในการบริหารจัดการการดูแลช่องทางการสื่อสารได้อย่างโดดเด่นและมีความคิดสร้างสรรค์ เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๒. มีกลยุทธ์ในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ มีการนำเสนอช่องทางการสื่อสารที่จะใช้ตลอดโครงการ และสะท้อนถึงความสามารถในการเข้าถึง	๑๐		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้าง Engagement ผ่านช่องทางต่างๆ ได้ และมีแผนในการบริหารจัดการการดูแลช่องทางการสื่อสาร เท่ากับ ๕ คะแนน ๓. มีกลยุทธ์ในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ มีการนำเสนอช่องทางการสื่อสาร ที่จะใช้ตลอด โครงการ แต่ไม่มีแผนในการบริหารจัดการการดูแลช่องทางการสื่อสาร เท่ากับ ๓ คะแนน			
	๒.๓ ความสามารถในการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กร เกณฑ์การให้คะแนน ๑. มีการนำเสนอวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินงานการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือที่น่าเชื่อถือ และมีรูปแบบการนำเสนอผลที่น่าสนใจ พร้อมแนวทางในการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ขององค์กรได้อย่างชัดเจน รวมถึงตัวอย่างของ Dashboard ซึ่งการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้อย่างโดดเด่น เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๒. มีการนำเสนอวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินงานการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือที่น่าเชื่อถือ มีแนวทางในการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ขององค์กรได้และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เท่ากับ ๕ คะแนน ๓. มีการนำเสนอวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินงานการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ และมีแนวทางในการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กร เท่ากับ ๓ คะแนน	๑๐		
	๒.๔ ความสามารถในการสร้างสรรค์การออกแบบกิจกรรม Mood and Tone รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนงานออกแบบรายละเอียดอื่นๆ	๓๐		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	เกณฑ์การให้คะแนน ๑. มีความสามารถในการสร้างสรรค์การออกแบบกิจกรรม Mood and Tone รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ตลอดงานออกแบบ รายละเอียดอื่นๆ ที่สะท้อนและเหมาะสมกับบทบาท ในมิติของ Regulator และ Facilitator ที่ชัดเจน ได้อย่างน่าสนใจ และโดดเด่น เท่ากับ ๓๐ คะแนน ๒. มีความสามารถในการสร้างสรรค์การออกแบบกิจกรรม Mood and Tone รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ตลอดงานออกแบบ รายละเอียดอื่นๆ ที่มีความสอดคล้องกับโครงการ เท่ากับ ๑๕ คะแนน ๓. มีการออกแบบกิจกรรม สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ตลอดงานออกแบบรายละเอียดอื่นๆ เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๔. ไม่มีการนำเสนอ เท่ากับ ๐ คะแนน			
๓	ผลงาน ประวัติบริษัท และประสบการณ์การทำงาน ๑๕ คะแนน			
	๓.๑ ผลงานในการจัดกิจกรรมสื่อสารองค์กรในรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านมามีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับโครงการ หรือในลักษณะใกล้เคียงกัน โดยผลงานดังกล่าวจะต้องครอบคลุมทั้งการออกแบบ การสร้างสรรค์กิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การจัดทำ Content การบริหารจัดการกิจกรรม เป็นต้น เกณฑ์การให้คะแนน ๑. การนำเสนอผลงานสอดคล้องกับโครงการ มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจอย่างโดดเด่น เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๒. การนำเสนอผลงานสอดคล้องกับโครงการ มีความสร้างสรรค์ เท่ากับ ๗ คะแนน ๓. การนำเสนอผลงานสอดคล้องกับโครงการ เท่ากับ ๕ คะแนน ๔. มีการนำเสนอผลงาน แต่ไม่สอดคล้องกับโครงการ เท่ากับ ๓ คะแนน	๑๐		
	๓.๒ ประสบการณ์ในการวางแผนการสื่อสาร บริหารงานสื่อสาร ประชาสัมพันธ์องค์กรให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ หรือเอกชน ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๕		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	เกณฑ์การให้คะแนน ๑.กรณีประสบความสำเร็จ ๕ ปีขึ้นไป ได้ ๕ คะแนน ๒.กรณีประสบความสำเร็จ ๔ ปี ได้ ๔ คะแนน ๓.กรณีประสบความสำเร็จ ๓ ปี ได้ ๓ คะแนน ๔.กรณีประสบความสำเร็จ น้อยกว่า ๓ ปี ได้ ๐ คะแนน			
๔	ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจาก TOR ๕ คะแนน	๕		
คะแนนรวมทั้งหมด		๑๐๐		
วิธีการให้คะแนน - ข้อ ๒ และข้อ ๔ คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา - ข้อ ๓ คณะกรรมการจะพิจารณาจากการนำเสนอและเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาที่เป็นงานรับจ้างที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะพิจารณาเฉพาะวงเงินสัญญาที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือกำหนด กรณีที่เสนอมาหลายสัญญา				

หมายเหตุ

๑. คะแนนที่ผู้เสนอราคาได้รับ = (คะแนน*น้ำหนัก) / ๑๐๐

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

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องส่งข้อเสนอด้านเทคนิคและด้านผลงานเพื่อประกอบการพิจารณาให้กับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณานำเสนอ Presentation ไม่เกิน ๓๐ (สามสิบ) นาที ณ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือนำเสนอในรูปแบบออนไลน์ เพื่อประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ให้เป็นไปตามดุลยพินิจของคณะกรรมการพิจารณาผล