

แบบฟอร์มวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ โครงการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่องาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025”
- หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 5,000,000.00 บาท
3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 11 กุมภาพันธ์ 2568
- เป็นเงิน 4,993,333.33 บาท ราคา/หน่วย (ถ้ามี) - บาท
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
- 4.1 บริษัท ไอเดีย เอ็กซ์เพิร์ท จำกัด
- 4.2 บริษัท บิลวัน โปรเฟสชันแนล เซอร์วิส จำกัด
- 4.3 บริษัท โซเชียลแล็บ จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
- 5.1 นางสาวรัตนภรณ์ ทานน้ำ
- 5.2 นางสาวหทัยชนก พุทธิรักษา
- 5.3 นายกริช ขาวอุปถัมภ์
- 5.4
- 5.5

	ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)		จำนวน	๑๑ หน้า
	เรื่อง	โครงการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่องาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025”		
	จัดทำโดย	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	วันที่จัดทำ	ก.พ. ๖๘

๑. ความเป็นมา

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA ภายใต้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดยหนึ่งในภารกิจสำคัญคือ การส่งเสริมการประยุกต์ใช้งานและการพัฒนารอบบธรรมาภิบาลปัญญาประดิษฐ์สำหรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในทุกภาคส่วน ภายใต้การดำเนินงานของศูนย์ธรรมาภิบาลปัญญาประดิษฐ์ (AI Governance Center: AIGC) ที่มุ่งเน้นประสานความร่วมมือทุกภาคส่วน ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ พร้อมศึกษาวิจัยและพัฒนารอบแนวทางการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างมีธรรมาภิบาล ให้คำปรึกษา และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมพัฒนาจริยธรรมและธรรมาภิบาลเพื่อให้การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์มีความเหมาะสม โปร่งใส เท่าเทียม และไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงตามแนวปฏิบัติจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้เสนอต่อคณะรัฐมนตรีซึ่งให้ความเห็นชอบไว้เมื่อวันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ และตามแผนปฏิบัติการด้านปัญญาประดิษฐ์แห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ รวมถึงสอดคล้องกับแนวทางและมาตรฐานสากล โดยเฉพาะองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ซึ่งให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการประยุกต์ใช้งานปัญญาประดิษฐ์ โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ที่ประชุม UNESCO ซึ่งมีสมาชิก ๑๙๔ ประเทศ รวมถึงประเทศไทย ได้รับรองเอกสารข้อเสนอแนะว่าด้วยจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ (UNESCO Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence) ที่เป็นแนวทางสำคัญที่ส่งเสริมให้รัฐบาล องค์กร และผู้พัฒนา AI ทั่วโลกปฏิบัติตามหลักจริยธรรมอันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และเพื่อสนับสนุนการนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติจริง UNESCO จึงได้จัดงานสัมมนาวิชาการระดับโลก (Global Forum) ว่าด้วยจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ โดยงานครั้งแรกจัดขึ้นที่สาธารณรัฐเช็กในปี พ.ศ. ๒๕๖๕ และครั้งที่สองจัดขึ้นที่สาธารณรัฐสโลวีเนียในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ซึ่งได้รับความสนใจจากประเทศสมาชิกอย่างกว้างขวาง

โดย เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๗ ที่ผ่านมา กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดศ.) ร่วมกับ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) และ UNESCO ได้จัดงานแถลงข่าวเพื่อประกาศความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ถึงการเตรียมการที่ประเทศไทยจะร่วมเป็นเจ้าภาพจัดงานสัมมนาวิชาการระดับโลกด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ “The 3rd UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025” ภายใต้แนวคิด “Ethical Governance of AI in Motion” โดยจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๔-๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๘ หลังได้รับการตอบรับอย่างเป็นทางการจาก UNESCO ในการเป็นเจ้าภาพร่วมกันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมี ETDA เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่อการประชุมดังกล่าว ที่ถือเป็นการจัดการสัมมนาวิชาการระดับนานาชาติด้านจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ขึ้นเป็นครั้งแรกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สะท้อนถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นผู้นำร่วมขับเคลื่อนจริยธรรม รวมถึงยกระดับการกำกับดูแลการประยุกต์ใช้ AI ของโลก สู่การปฏิบัติจริงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ดังนั้น เพื่อให้การจัดงานดังกล่าว บรรลุผลสำเร็จและเกิดการรับรู้ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศในวงกว้างยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่องาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI ๒๐๒๕” เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ผ่านช่องทางทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ สื่อมวลชน, Influencer, สื่อ Out of Home, สื่อโซเชียลมีเดีย ฯลฯ ในรูปแบบการสื่อสารและประเด็นที่เข้าถึงและเข้าใจง่าย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญเกี่ยวกับการกำกับดูแลและจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ตามกรอบแนวทางของ UNESCO และนานาชาติ การสื่อสารถึงการจัดงานดังกล่าวผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ไปยังประเทศสมาชิก การกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ถึงบทบาทของประเทศไทยในเวทีระดับโลก พร้อมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านธรรมาภิบาลและจริยธรรม AI ในเวทีโลก

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดงาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025” รวมถึงความสำคัญของประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลและจริยธรรมด้านปัญญาประดิษฐ์ ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ โดยเน้นบทบาทของประเทศไทยในฐานะผู้นำร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวในเวทีระดับโลก เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสู่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนในวงกว้าง

๒.๒ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และภาคประชาสังคม ตลอดจนเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการร่วมกันผลักดันแนวทางการกำกับดูแลปัญญาประดิษฐ์อย่างมีธรรมาภิบาลและยึดหลักจริยธรรม

๒.๓ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของประเทศไทยในฐานะประเทศเจ้าภาพที่ร่วมส่งเสริมและผลักดันการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อย่างมีธรรมาภิบาลในเวทีระดับโลก

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 แผนการสื่อสารและแผนการดำเนินงานตลอดโครงการ

ผู้รับจ้างจะต้องร่วมหารือกับ สพธอ. เพื่อกำหนดแผนการสื่อสารในรูปแบบ Operation Plan เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่องาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI ๒๐๒๕” โดยมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของประเทศไทยในฐานะประเทศเจ้าภาพ โดยแผนการดำเนินงานดังกล่าวจะต้องประกอบไปด้วย Key message และแนวคิด (Concept) ที่จะใช้ในการสื่อสาร, กลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องสื่อสาร, ช่องทางการสื่อสาร ฯลฯ

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานตลอดโครงการ (Action Plan) ที่เห็นภาพรวมของการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละชิ้นงาน แหล่งเก็บข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้รับจ้างและ สพธอ.

ทั้งนี้ แผนการสื่อสารและแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ ดังกล่าว จะต้องนำเสนอ สพธอ. พิจารณาเห็นชอบ ก่อนดำเนินงานในลำดับต่อไป

๔.๒ การดำเนินงานด้านการสื่อสาร

๔.๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องผลิตชิ้นงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแคปชัน ประกอบภาพอินโฟกราฟิก ภาพนิ่ง หรือ VDO หรือ Quote ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook ตามที่ สพธอ. กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ โพสต์ รองรับภาษาไทยและอังกฤษ โดยเนื้อหาต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ครอบคลุมช่วงเวลาทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการจัดงาน

๔.๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์หรือบทความ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้นงาน ในรูปแบบ ๒ ภาษา (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ) โดยเนื้อหาต้องสอดคล้องกับประเด็นที่กำหนดในการสื่อสาร และมีการสร้างสรรค์ภาพประกอบหรือเนื้อหาสื่อเสริม (หากจำเป็น) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ โดยแต่ละชิ้นงานต้องเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทั้งในและต่างประเทศ รวมแล้วไม่น้อยกว่า ๓๕ สื่อ ต่อ ๑ ชิ้นงาน ครอบคลุมสื่อประเภทต่าง ๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ วิทยุ โทรทัศน์ ทั้งสื่อในประเทศและต่างประเทศ และหลังการส่งสื่อเสร็จสิ้น จะต้องรายงานผลการเผยแพร่ (Clipping News) แสดงผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ทั้งนี้ เนื้อหาทั้งหมดจะต้องผ่านการอนุมัติจาก สพธอ. ก่อนการเผยแพร่ทุกครั้ง

๔.๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการสัมภาษณ์พิเศษ (Exclusive Interview) โดยจะต้องเป็นการสัมภาษณ์และเผยแพร่โดยสื่อมวลชนนั้นๆ จำนวน ๓ ครั้ง เพื่อจัดทำสื่อบทความ หรือ ภาพเคลื่อนไหว นำเสนอผ่านสื่อมวลชนที่มีความน่าสนใจและมีผู้ติดตาม หรือ ผู้ชมจำนวนมาก เช่น สื่อ

ออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น โดยจะต้องเสนอรายชื่อสื่อให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องสร้างสรรค์และผลิตคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่เกิน ๔ นาที จำนวน ๒ คลิป โดยผู้รับจ้างจะต้องลงรายละเอียดของการผลิต โดยกระบวนการผลิตคลิปดังกล่าว ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบและจัดหาสิ่งต่างๆ เพื่อสนับสนุนการถ่ายทำ ซึ่งทุกขั้นตอนจะต้องนำเสนอให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินงานทุกครั้งและเนื้อหาของคลิปทั้งหมดจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น และผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวทางและดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ต่อคลิปดังกล่าว ด้วย

๔.๒.๕ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสาธารณะ Out Of Home อาทิ Billboard หรือ สื่ออื่นๆ ภายในสถานีรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT ระยะเวลาเผยแพร่รวมกันแล้วไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน โดยผู้รับจ้างต้องจัดหาสื่อสาธารณะดังกล่าวและสื่อนั้นจะต้องอยู่ในสถานที่ที่มีผู้คนสัญจรต่อเนื่อง เช่น สถานีสำคัญหรือจุดที่มีการเดินทางผ่านหนาแน่น อาทิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาเข้าด้านหน้าสนามบินสุวรรณภูมิ เป็นต้น โดยระบุสถานที่ที่ชัดเจนและให้ความสำคัญกับการมองเห็นของกลุ่มเป้าหมาย และต้องรับผิดชอบต่อรูปแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม กับช่องทางของสื่อที่ สฟธอ. เห็นชอบ และต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจาก สฟธอ. ก่อนดำเนินการเผยแพร่ ที่สำคัญ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ดูแล สื่อตลอดระยะเวลาที่ทำการประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการประชาสัมพันธ์ โดยระบุจำนวนการมองเห็น (Impressions) ที่คาดการณ์จากการประชาสัมพันธ์ และสรุปผลตอบแทนจากผู้ชมในรูปแบบของข้อมูลเชิงสถิติ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนด

๔.๒.๖ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสื่อสารผ่าน Mega-Influencer ที่มียอดผู้ติดตาม ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Followers ในสายเทคโนโลยี หรือที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓ ราย โดยจะต้องวางแผนและนำเสนอแนวคิดในการเลือกใช้ Influencer ดังกล่าว รวมถึงออกแบบเนื้อหา Concept & Key Message ให้สอดคล้องเหมาะสมกับเนื้อหา และกิจกรรมการสื่อสารที่ต้องการเผยแพร่ และหาก Mega-Influencer สื่อสารเป็นภาษาไทย ทางผู้รับจ้างต้องจัดทำคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษกำกับ เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องนำเสนอแผนดังกล่าวให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินงานเผยแพร่ทุกครั้ง

๔.๒.๗ ผู้รับจ้างต้องจัดทำของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด ที่มีความสอดคล้องกับการจัดงานและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยจะต้องนำเสนอให้ สฟธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต

๔.๒.๘ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงานในวันและเวลาตามที่ สฟธอ. เห็นชอบให้ดำเนินการ เช่น ในกิจกรรมพิธีเปิดงาน เป็นต้น โดยจะต้องมีสื่อมวลชนเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๓๐ สำนัก โดยจะต้องเป็นสื่อที่ครอบคลุมทั้ง สื่อหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ ทั้งไทยและต่างประเทศ พร้อมจัดทำเอกสารสำหรับสื่อมวลชน เช่น จดหมายเชิญสื่อ ภาพข่าว Press kits เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่สื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน หรือเอกสารอื่นๆ ตามที่ สฟธอ. กำหนด โดยเอกสารดังกล่าวจะต้องรองรับทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และหลังงานต้องมีจำนวนของการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ไม่น้อยกว่า ๕๐ สื่อ

พร้อมจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ อย่างน้อย ๓ คน ที่สามารถสื่อสารและมีความเข้าใจในภาษาอังกฤษ เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานกับสื่อมวลชนต่างประเทศ รวมไปถึงผู้บริหารจากหน่วยงานต่างๆ ในกรณีที่ต้องการสัมภาษณ์เป็นกรณีพิเศษ รวมไปถึงจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการและดูแลสื่อมวลชนในทุกกระบวนการ อาทิ การติดตามสื่อเข้าร่วมงาน จัดเตรียมระบบและรูปแบบการลงทะเบียนที่เหมาะสม อาหาร หรือเครื่องดื่ม ที่จอดรถ (ถ้ามี) โดยจะต้องนำเสนอรายชื่อสื่อที่จะเข้าร่วมงานให้ สฟธอ. ทราบก่อนการจัดงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐ วัน หรือ ตามที่ สฟธอ.กำหนด

๔.๒.๙ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่างภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ที่มีประสบการณ์ จำนวนอย่างน้อย ๓ คน เพื่อเก็บภาพบรรยากาศที่สำคัญๆ ที่นำมาสู่การจัดทำผลงานเพื่อสนับสนุนการสื่อสารประชาสัมพันธ์งาน ผ่านช่องทางต่างๆ โดยการเก็บภาพบรรยากาศจะต้องครอบคลุมทั้งพิธีเปิด และกิจกรรมหรือการประชุมย่อย ในส่วนต่างๆ (เฉพาะในส่วนที่อนุญาตจากผู้จัดงานให้ดำเนินการได้) รวมถึงบรรยากาศในงาน ตลอดการจัดงาน หรือ ตามที่ สฟธอ. กำหนด

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดส่งภาพนิ่ง ในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย แก่ สฟธอ. หลังจบงาน ภายใน ๑ วัน สำหรับภาพเคลื่อนไหว ภายหลังจากงานผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและตัดต่อคลิป เพื่อสรุปภาพรวมของงานที่เกิดขึ้นให้อยู่ในรูปแบบที่ทันสมัย น่าสนใจ และเหมาะสมกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่ สฟธอ. กำหนด

๔.๒.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ คน เพื่อทำหน้าที่สรุปและเก็บรวบรวมประเด็นสำคัญจากเวทีเสวนา หรือ เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ที่เกิดขึ้นในงาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI ๒๐๒๕” หรือ ตามที่ สฟธอ. กำหนด โดยเนื้อหาที่สรุปจะต้องมีความเข้าใจง่าย มีความเหมาะสมต่อการสนับสนุนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่องานที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๒.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ ที่สามารถสื่อสารได้อย่างน้อย ๒ ภาษา (ไทยและอังกฤษ) จำนวน ๑ คน เพื่อทำหน้าที่ในการจัดการโครงการ รวมถึงประสาน และบริหารจัดการการประชุมระหว่างทีมงานของ สฟธอ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมสรุปการประชุมทุกครั้ง เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

๔.๒.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานและบริหารจัดการโครงการ โดยในภาพรวมจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายและผู้ชมเข้าถึงเนื้อหาการสื่อสารของโครงการ รวมทุกช่องทาง ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง/การรับชม (Reach/View) และมีการมีส่วนร่วม (Engagement) ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ Engagement

พร้อมจัดทำรายงานผลการสื่อสารโครงการให้ สฟธอ. ทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นความคืบหน้าและความสำเร็จของการสื่อสารภายใต้โครงการ อย่างน้อย ๒ สัปดาห์ครั้ง โดยจะต้องอยู่ในรูปแบบ Dashboard ที่เข้าใจง่ายและสื่อสารได้อย่างชัดเจน พร้อมข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนากระบวนการสื่อสารของโครงการ เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่องาน “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI ๒๐๒๕” เพิ่มขึ้น

๔.๓ การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานของโครงการ

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการในรูปแบบรายงานฉบับสมบูรณ์ ซึ่งรายละเอียดอย่างน้อยต้องประกอบไปด้วย บทสรุปผู้บริหาร ผลการสื่อสารตลอดโครงการในแต่ละ

ข้อ ข้อเสนอแนะที่ควรดำเนินงานในระยะต่อไป (ถ้ามี) เพื่อให้การสื่อสารต่อการจัดงานสำคัญๆ ขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๕. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) และราคากลางเป็นจำนวนเงิน ๔,๙๙๓,๓๓๓.๓๓ บาท (สี่ล้านเก้าแสนเก้าหมื่นสามพันสามร้อยสามสิบสามบาทสามสิบสามสตางค์)

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๘

๗. สิ่งส่งมอบและกำหนดเวลาการส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๔ โดยส่งมอบงานเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ส่งมอบแผนการดำเนินงาน ตามขอบเขตงาน ในข้อ ๔.๑ ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ จำนวน ๒ ชุด ภายใน ๑๕ วัน หลังจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

งวดที่ ๒ ส่งมอบความคืบหน้าการดำเนินงานด้านการสื่อสาร ตามขอบเขตงาน ในข้อ ๔.๒ (๔.๒.๑-๔.๒.๓, ๔.๒.๖, ๔.๒.๑๑-๔.๒.๑๒) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ จำนวน ๒ ชุด ภายในวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘

งวดที่ ๓ ส่งมอบการดำเนินงานด้านการสื่อสาร ตามขอบเขตงาน ในข้อ ๔.๒ ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ จำนวน ๒ ชุด ภายในวันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๘

งวดที่ ๔ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานของโครงการ ตามขอบเขตงานในข้อ ๔.๓ ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ จำนวน ๒ ชุด ภายในวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๘

๘. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สพธอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งเป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๑๕ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๑ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๔๕ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๒ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ จำนวนร้อยละ ๓๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๓ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๔ จำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๔ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

เมื่อครบกำหนดส่งมอบงานตามที่กำหนด ถ้าผู้รับจ้างไม่ส่งมอบงานจ้าง หรือส่งมอบล่าช้า หรือส่งมอบไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบจำนวน หรือไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้แก่ สฟธอ. ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้ สฟธอ. เป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบตามสัญญาจนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างให้แก่ สฟธอ. จนถูกต้องครบถ้วน

๑๐. การรักษาความลับ

๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจาก สฟธอ. และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้เป็นอย่างเป็นความลับของ สฟธอ. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องหามาตรการในการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญาภายใต้สัญญานี้ หรือมีใช้บุคคลที่ สฟธอ. ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่ เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ เช่นว่านั้นด้วย

๑๐.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อ สฟธอ. หรือบุคคลอื่นที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และ สฟธอ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๐.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามข้อ ๑๐.๑ ต่อไป トラบที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

๑๑. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพประกอบกัน โดย สฟธอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกโดยเรียงลำดับจากผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด ดังนี้

๑๑.๑ ราคาให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐

๑๑.๒ ผลงานที่ผ่านมา หรือ ความน่าเชื่อถือของผู้เสนอราคา หรือ แผนการปฏิบัติงาน หรือ ข้อเสนอแนะอื่นๆ ให้น้ำหนักร้อยละ ๙๐

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

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
๑	เกณฑ์ราคา ๑๐ คะแนน	๑๐		
๒	แผนการดำเนินงาน การเลือกช่องทางและแนวคิดการสร้างสรรค์ ๗๐ คะแนน	๗๐		
	๒.๑ แผนการดำเนินงาน แนวทางการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแนวคิดการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร ตลอดโครงการ (๑๐ คะแนน) เกณฑ์การให้คะแนน: - มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ครอบคลุมแนวทางการสื่อสาร Concept กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา การวัดผลประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมแนวคิดการสื่อสารที่สร้างสรรค์ โดดเด่น (๑๐ คะแนน) - มีแผนการดำเนินงาน แนวคิดการสื่อสาร กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่โดดเด่น (๕ คะแนน) - มีแผนการดำเนินงาน แต่ไม่ครบถ้วน ไม่ชัดเจน (๓ คะแนน)			
	๒.๒ ความสามารถในการเลือกช่องทาง หรือ สื่อ สำหรับการสื่อสาร ที่ตรงกับเป้าหมายของโครงการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๓๐ คะแนน) เกณฑ์การให้คะแนน - มีกลยุทธ์และความสามารถในการเลือกและนำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ได้อย่างน่าสนใจ โดดเด่น สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของโครงการ สร้างการรับรู้ต่อโครงการในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท่ากับ ๓๐ คะแนน - มีกลยุทธ์และความสามารถในการเลือกและนำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ได้น่าสนใจ แต่ไม่โดดเด่น สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของโครงการ สร้างการรับรู้ต่อโครงการในวงกว้างได้ เท่ากับ ๒๐ คะแนน - มีการนำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและโครงการ เท่ากับ ๑๐ คะแนน - มีการนำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ แต่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและโครงการ เท่ากับ ๕ คะแนน			
	๒.๓ ความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหา กราฟฟิก Mood and Tone สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับโครงการ (๒๐ คะแนน)			

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	เกณฑ์การให้คะแนน ๑. มีแนวคิดในการสร้างสรรค์เนื้อหา กราฟฟิก Mood and Tone สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ สอดคล้องและตอบโจทย์ของโครงการ ได้อย่างน่าสนใจ โดดเด่น สร้างความแตกต่างและเห็นภาพได้อย่างชัดเจน ครอบคลุมสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เหมาะสมในแต่ละช่องทาง โดยแสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน เท่ากับ ๒๐ คะแนน ๒. มีแนวคิดสร้างสรรค์เนื้อหา กราฟฟิก Mood and Tone สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ สอดคล้องกับโครงการ ได้อย่างน่าสนใจ แต่ไม่โดดเด่น ครอบคลุมสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยแสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงานได้ เท่ากับ ๑๕ คะแนน ๓. มีแนวคิดในการสร้างสรรค์เนื้อหา กราฟฟิก Mood and Tone สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ สอดคล้องกับโครงการได้ แต่ไม่น่าสนใจ ครอบคลุมสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยแสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงานได้ เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๔. มีแนวคิดความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหา กราฟฟิก Mood and Tone สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ สอดคล้องกับโครงการ และแสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงาน เท่ากับ ๕ คะแนน			
	๒.๔ ความสามารถในการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสาร ที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กร (๑๐ คะแนน) เกณฑ์การให้คะแนน ๑. มีการนำเสนอวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสารช่องทางต่างๆ ด้วยเครื่องมือที่น่าเชื่อถือ และมีรูปแบบการนำเสนอผลการสื่อสารที่น่าสนใจ อาทิ รายงานในรูปแบบ Dashboard ที่เข้าใจง่าย ชัดเจน และโดดเด่น เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๒. มีการนำเสนอวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสารช่องทางต่างๆ ด้วยเครื่องมือที่น่าเชื่อถือ และมีรูปแบบการนำเสนอผลการสื่อสารที่น่าสนใจ แต่ไม่โดดเด่น เท่ากับ ๕ คะแนน ๓. มีการนำเสนอวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลการสื่อสารช่องทางต่างๆ ได้ เท่ากับ ๓ คะแนน			

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
๓	ผลงาน ประวัติบริษัท และประสบการณ์การทำงาน ๑๐ คะแนน	๑๐		
	๓.๑ ผลงานในการจัดกิจกรรมสื่อสารองค์กรในรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านมามีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับโครงการ หรือในลักษณะใกล้เคียงกัน โดยผลงานดังกล่าวจะต้องครอบคลุมทั้งการออกแบบ การสื่อสาร สร้างสรรค์กิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งในมุมของเนื้อหา กราฟิก VDO งานแถลงข่าว ฯลฯ รวมถึงการบริหารจัดการกิจกรรมภายใต้โครงการ เป็นต้น (๕ คะแนน) เกณฑ์การให้คะแนน ๑. การนำเสนอผลงานสอดคล้องกับโครงการ มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจอย่างโดดเด่น เท่ากับ ๕ คะแนน ๒. การนำเสนอผลงานสอดคล้องกับโครงการ สร้างสรรค์ แต่ไม่โดดเด่น เท่ากับ ๓ คะแนน ๓. การนำเสนอผลงาน เท่ากับ ๑ คะแนน			
	๓.๒ ประสบการณ์ในการวางแผนการสื่อสาร บริหารงานสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ หรือเอกชน ไม่น้อยกว่า ๕ ปี (๕ คะแนน) เกณฑ์การให้คะแนน ๑. กรณีประสบการณ์ ๕ ปีขึ้นไป ได้ ๕ คะแนน ๒. กรณีประสบการณ์ ๔ ปี ได้ ๔ คะแนน ๓. กรณีประสบการณ์ ๓ ปี ได้ ๓ คะแนน ๔. กรณีประสบการณ์ น้อยกว่า ๓ ปี ได้ ๐ คะแนน			
๔	ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจาก TOR ๑๐ คะแนน	๑๐		
	๑. ข้อเสนอมีความน่าสนใจ โดดเด่น เท่ากับ ๑๐ คะแนน ๒. ข้อเสนอมีความน่าสนใจ แต่ไม่โดดเด่น เท่ากับ ๕ คะแนน ๓. มีข้อเสนอ เท่ากับ ๒ คะแนน			
คะแนนรวมทั้งหมด		๑๐๐		
วิธีการให้คะแนน - ข้อ ๒ และข้อ ๔ คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา - ข้อ ๓ เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาที่เป็นงานรับจ้างที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะพิจารณาเฉพาะวงเงินสัญญาที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือกำหนด กรณีที่เสนอมาหลายสัญญา โดยจะพิจารณาจากสัญญาที่มีวงเงินสัญญาสูงสุด				

หมายเหตุ

๑. คะแนนที่ผู้เสนอราคาได้รับ = (คะแนน*น้ำหนัก) / ๑๐๐

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

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

๑๒. ข้อกำหนดอื่นๆ

การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้ จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ มีผลบังคับใช้และได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่หน่วยงานของรัฐไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว หน่วยงานของรัฐสามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้