

ข้อกำหนดการจ้างเหมาบริการ (Terms of Reference : TOR)

โครงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

Digital Communications and Marketing ประจำปี 2566

1. หลักการและเหตุผล

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ กนอ. เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาและจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งในปัจจุบัน กนอ. เป็นหน่วยงานในการขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ ของรัฐบาลที่มีการกระจายการพัฒนาอุตสาหกรรมออกสู่ภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมี "นิคมอุตสาหกรรม" เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ ได้แก่ การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน (Area Base) การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบ Cluster โดยเฉพาะในพื้นที่โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) การพัฒนานิคมอุตสาหกรรม Smart Park การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมยางพารา รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ระยะที่ 3 เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ เข้าใจ และยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งสาธารณชนทั่วไป และเป็นการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มข้างต้น กนอ. จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงการตลาดและการขายให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่มากขึ้น รวมถึงให้สอดคล้องต่อยุคปัจจุบันที่เรียกว่ายุคดิจิทัล สอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กนอ. ที่มุ่งเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืนและได้มาตรฐานสากล การสร้างจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) และการตลาด 5.0 ซึ่งสื่อออนไลน์มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการประกอบธุรกิจและสื่อสารเชิงการตลาดและการขายมากขึ้นอย่างสำคัญ

ความสำเร็จของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารในยุคดิจิทัลและการตลาด 5.0 ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยปราศจากข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ได้ โดยเฉพาะการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักของ กนอ. ได้แก่ นักลงทุน ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางสื่อใหม่ (New Media) ในรูปแบบดิจิทัล หรือการติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารแบบ Two-way Communication จะช่วยทำให้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และบริการของ กนอ. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศได้โดยตรง ข้อมูลถูกต้องและทันสถานการณ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ กตล. สามารถสร้าง Touchpoint กับกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งนี้ กนอ. จำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัลเพิ่มเติม รวมถึงควบคุมข้อมูลข่าวสารที่จะถูกเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน

ในการนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเชิงการตลาดของ กนอ. จึงดำเนินโครงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing โดยการจัดจ้างบริษัทที่มีความชำนาญงานและประสบการณ์ในการสื่อสารเชิงการตลาดด้านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ LinkedIn Weibo Youtube เป็นต้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการสื่อสารเชิงการตลาด โดยมุ่งเน้นการ

วางแผนผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารเชิงการตลาดในช่องทางสื่อออนไลน์ และสามารถวางกลยุทธ์การสื่อสารเชิงการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ กนอ. สามารถขยายฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสารเชิงการตลาดทั้งรูปแบบเนื้อหา และจัดหาช่องทางการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลต่าง ๆ ของ กนอ. ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ กนอ. เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัลและหรือออนไลน์มีเดีย

2.2 เพื่อสร้าง Community ออนไลน์ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักลงทุนรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พนักงาน ชุมชนและอื่น ๆ เพื่อให้เกิดสังคมออนไลน์ที่น่าอยู่

2.3 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มช่องทางการสื่อสารในรูปแบบเนื้อหาต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

2.4 เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารเชิงการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและข้อมูลทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.5 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดูทันสมัยและสร้างความเชื่อมั่นในการบริหารจัดการนิคมอุตสาหกรรมที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม นักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง ไต้หวัน อินเดีย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป AEC

3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงาน กนอ. ชุมชนรอบนิคมอุตสาหกรรม และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

4. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินการ 365 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา หรือวันที่ กนอ. แจ้งให้ทราบ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องต่อพันธกิจของ กนอ.

1) พัฒนานิคมอุตสาหกรรมครบวงจรอย่างยั่งยืน 2) ยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันแก่นักลงทุน และ 3) เพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อมบนหลักธรรมาภิบาล เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุวิสัยทัศน์ (Vision) “น่านิคมอุตสาหกรรมสู่มาตรฐานสากล ด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืน” (Internationalize Standard Industrial Estates with Sustainable Innovation) รวมถึงการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA) โดยใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลที่สะท้อนภาพการดำเนินงานของ กนอ. อาทิ การลงทุนสำคัญในปัจจุบันและอนาคต ผลการดำเนินงานขององค์กร การบริหารจัดการองค์กร เป็นต้น

5.1.2 ข้อมูลที่ส่งเสริมการลงทุน อาทิ ศักยภาพทางด้านพื้นที่ ศักยภาพของโครงการฯ ความโดดเด่นของโครงการฯ ที่สามารถดึงดูดนักลงทุน ทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดี ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน/ระบบสาธารณูปโภค การบริหารจัดการและการให้บริการด้วยมืออาชีพ ความได้เปรียบเชิงพื้นที่ของนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย การสร้างโอกาสการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม

5.1.3 ข้อมูลที่สะท้อนถึงการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม บนหลักธรรมาภิบาล สร้างความเจริญเติบโตของนิคมอุตสาหกรรม/ท่าเรืออุตสาหกรรม สังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วมที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของคุณธรรมและความโปร่งใส

5.1.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านการตลาดของ กนอ.

5.2 ผู้รับจ้างนำเสนอแผนกลยุทธ์ วางแผนประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด วางแผนการใช้สื่อ และเครื่องมือ ดิจิทัลในภาพรวมของโครงการ โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนงาน

(1) แผนกลยุทธ์การดำเนินโครงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing ปี 2566 ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อให้เห็นภาพรวมตลอดโครงการ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวคิดการวาง Content กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล แผนการใช้สื่อดิจิทัล เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ และตัวชี้วัดการดำเนินงาน

(2) จัดทำแผนปฏิบัติการรายเดือนซึ่งกำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) และระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งแผนให้ กนอ. พิจารณาทุกเดือน

5.3 บริหารจัดการและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ กนอ. เข้าไปสู่สังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอแต่ละสื่อออนไลน์ให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ ซึ่งจะต้องนำเสนอการดำเนินการผลิตเนื้อหาการลงบทความ หรือการโพสต์เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพนิ่งและการบรรยายประกอบ ภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ รวมถึงการจัดกิจกรรมออนไลน์ และการโฆษณาสื่อออนไลน์ของ กนอ. ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยสื่อออนไลน์ของ กนอ. ที่ต้องบริหารจัดการ มีดังนี้

- Youtube Channel : Industrial Estate Authority of Thailand
- LinkedIn : การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กนอ. I-EA-T
- Weibo : URL : www.weibo.com/u/6618649693
- WeChat : 泰国工业区管理局
- Baijiahao : IEAT 工业区管理机构

รวมถึงการให้ข้อมูล การตอบคำถามและสร้างการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดีย ตลอดระยะเวลาโครงการ

5.4 ดำเนินการบริหารจัดการ Youtube Channel ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) ผู้รับจ้างจัดทำวิดีโอไม่น้อยกว่า 1 - 6 นาที สำหรับเผยแพร่ใน Youtube Channel ไม่น้อยกว่าจำนวน 4 ชิ้นงาน
- (2) ดำเนินการรวบรวมคลิปวิดีโอ ข้อมูล กิจกรรม ข่าวของ กนอ. อย่างต่อเนื่องมาเผยแพร่ใน Youtube Channel กนอ. (ถ้ามี)
- (3) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและออกแบบ Cover Photo สำหรับ Youtube Channel จำนวน 12 ชิ้นงาน โดยแบ่งเป็นงวดละ 4 ชิ้นงาน
- (4) สร้างการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. โดยมีการเข้าชมไม่ต่ำกว่า 100,000 การเข้าชม (100,000 views) เมื่อสิ้นสุดโครงการ

5.5 ดำเนินการบริหารจัดการ LinkedIn ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) ดำเนินการจัดทำ Content ซึ่งประกอบด้วย Standard Content และ Real Time Content พร้อมสื่อประกอบบน LinkedIn ของ กนอ. จำนวนอย่างน้อย 72 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
 - ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 24 เรื่อง
 - ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง
 - ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง
- (2) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและออกแบบ Cover Photo สำหรับ LinkedIn จำนวน 12 ชิ้นงาน โดยแบ่งเป็นงวดละ 4 ชิ้นงาน
- (3) สร้างการรับรู้ LinkedIn URL : การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กนอ. I-EA-T ของ กนอ. โดยจำนวนมองเห็นไม่น้อยกว่า 9,000,000 Impression โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
 - ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 3,000,000 Impression
 - ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มี Impression เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 3,000,000 Impression
 - ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มี Impression เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 3,000,000 Impression

5.6 ดำเนินการบริหารจัดการ Weibo ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) ดำเนินการจัดทำ Content ภาษาจีน พร้อมสื่อประกอบบน Weibo ของ กนอ. ให้มีความน่าสนใจ น่าติดตาม จำนวนอย่างน้อย 72 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 24 เรื่อง
 - ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ผลิต Content ภาษาจีนพร้อมสื่อประกอบ เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง
 - ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ผลิต Content ภาษาจีนพร้อมสื่อประกอบ เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง
- (2) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและออกแบบ Cover Photo สำหรับ Weibo จำนวน 12 ชิ้นงาน โดยแบ่งเป็นงวดละ 4 ชิ้นงาน

(3) สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายใน Weibo ของ กนอ. โดยจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 100,000 Read โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 40,000 Read
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มี Read เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 30,000 Read
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มี Read เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 30,000 Read

5.7 ดำเนินการบริหารจัดการ WeChat Official ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม WeChat Official ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 Followers โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 700 Followers
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 700 Followers
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 600 Followers

(2) ดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตขึ้นโดยใช้ Content ชุดเดียวกับข้อ 5.6 (1) และต้องออกแบบสื่อบรรณ WeChat Official ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 72 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 24 เรื่อง
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง

(3) สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายใน WeChat Official ของ กนอ. โดยจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 10,000 Read โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 4,000 Read
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มี Read เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 Read
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มี Read เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 Read

5.8 ดำเนินการบริหารจัดการ Baijiahao ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Baijiahao ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 Followers โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 400 Followers
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 300 Followers
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 300 Followers

(2) ดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตขึ้นโดยใช้ Content ชุดเดียวกับข้อ 5.6 (1) และต้องออกแบบสื่อบรรณ Baijiahao ของ กนอ. จำนวนอย่างน้อย 72 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 24 เรื่อง
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เรื่อง

(3) สร้างการรับรู้ ให้กับกลุ่มเป้าหมายใน Baijiahao ของ กนอ. โดยจำนวน Read จำนวนไม่น้อยกว่า 12,000 Read โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 4,000 Read
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มี Read เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 4,000 Read
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มี Read เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 4,000 Read

5.9 ผู้รับจ้างผลิตและออกแบบข้อมูลข่าวสารของ กนอ. ในรูปแบบ Infographic พร้อมเผยแพร่ผ่านทาง LinkedIn, WeChat, Weibo ของ กนอ. โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำเป็น 2 ภาษา ได้แก่ อังกฤษ/ภาษาจีน จำนวนอย่างน้อย 36 เรื่อง ตลอดอายุสัญญา โดยให้เลือกใช้ภาษาในแต่ละ Platform ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 12 เรื่อง
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ผลิตและออกแบบข้อมูลข่าวสารของ กนอ.

ในรูปแบบ Infographic เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 12 เรื่อง

- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ผลิตและออกแบบข้อมูลข่าวสารของ กนอ.

ในรูปแบบ Infographic เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 12 เรื่อง

5.10 การทำการตลาด/โฆษณาโดยใช้เครื่องมือการค้นหา (Search Engine) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการทำให้ Website กนอ. www.ieat.go.th ติดอันดับในหน้าแรกของการค้นหา ผ่านเครื่องมือการค้นหา (Search Engine) ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Google, Baidu และอื่น ๆ ที่ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักของ กนอ. โดยต้องมีการเข้าถึงเว็บไซต์ กนอ. ไม่น้อยกว่า 100,000 การเข้าถึง (Clicks) เมื่อสิ้นสุดโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

Search Engine กลุ่มเป้าหมายนักลงทุน ได้แก่ ไทย จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และทวีปยุโรป รองรับการค้นหา 4 ภาษา (ไทย, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และจีน)

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 30,000 การเข้าถึง (Clicks)
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ให้มีการเข้าถึงเพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 35,000 การเข้าถึง (Clicks)
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ให้มีการเข้าถึงเพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 35,000 การเข้าถึง (Clicks)

5.11 ผู้รับจ้างต้องผลิตบทความหรือกระตุ้ภาษาจีนบนเว็บบอร์ด หรือเว็บบล็อก (Seeding) ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและมีผู้ใช้งานมากที่สุดในต่างประเทศ (กลุ่มเป้าหมาย) อาทิ Toutiao.com, Suhu.com จำนวนอย่างน้อย 22 โพสต์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวน 8 โพสต์
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ผลิตบทความหรือกระทู้ เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 7

โพสต์

- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ผลิตบทความหรือกระทู้ เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 7 โพสต์
- โดยผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการโพสต์ตอบสนองความคิดเห็น ตอบบทความหรือ กระทู้

โดยผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจาก กนอ.

5.12 ผู้รับจ้างต้องผลิตคอนเทนต์ ข้อมูลที่ส่งเสริมการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม ภาษาอังกฤษ และออกแบบสื่อประกอบสำหรับสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ กนอ. หรือ Microsite จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน

5.13 ติดตามและรายงานผลข้อมูลลูกค้าเป้าหมาย ที่ได้จาก Microsite โดยรายงานเป็นรายเดือน

5.14 ออกแบบและผลิต Dashboards ในรูปแบบ PDF เพื่อประมวลผล และแสดงข้อมูล

ทางด้านการตลาดในภาพรวม

5.15 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ ทำให้ กนอ. ได้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม อย่างน้อย 1,000 Contact Information พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ดำเนินงานช่วงระหว่างวันที่ 1 - 120 นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า 200 Contact Information
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 121 - 240 ทำให้ กนอ. ได้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 400 Contact Information
- ดำเนินงานในระหว่างวันที่ 241 - 365 ทำให้ กนอ. ได้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า 400 Contact Information

5.16 ผู้รับจ้างดำเนินการบริหารจัดการในการดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ข้อมูลต่าง ๆ กับ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ. ทาง Message และ Comment ทาง LinkedIn (ภายใน 1 ชม.), Weibo (ภายใน 1 ชม.), WeChat (ภายใน 15 นาที)

5.17 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปผลงานดำเนินการประชาสัมพันธ์ในแต่ละเดือน และสรุปรวมทั้งโครงการหลังจากสิ้นสุดงาน

5.18 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในช่องทางสื่อออนไลน์ ในภาพรวมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในลำดับต่อไป

5.19 ประเมินผลการรับรู้โดยการทำแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ครั้ง ภายในงวด 3

5.20 การดำเนินงานโครงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing ของผู้รับจ้างจะต้องเป็นไปตามกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2563 เงื่อนไขด่วนที่สุดที่ กค (กวจ) 0405.2/ว 78 ลงวันที่ 31 มกราคม 2565

6. การดำเนินงานของ กนอ.

กนอ. จะสนับสนุนข้อมูลประกอบการกำหนดกลยุทธ์ แผนงาน/ประเด็นการสื่อสาร แก่กลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ กนอ. ให้แก่ผู้รับจ้าง สำหรับการดำเนินงานสื่อสารผ่านช่องทาง

สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้โครงการฯ

7. เงื่อนไขการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

7.1 ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนกลยุทธ์และแผนการสื่อสารทางการตลาดของโครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานตามรายละเอียด ข้อ 5 ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ กนอ. ภายใน 7 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาหรือวันที่ กนอ. แจ้งให้ทราบ

7.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานรายเดือนต่อ กนอ. และจะดำเนินการตามแผนการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ได้ต่อเมื่อแผนงานที่จัดทำขึ้นได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. และหากผลการดำเนินงานไม่ได้คุณภาพ หรือถูกต้องตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องโดยไม่มีข้อโต้แย้ง

7.3 Software ที่ใช้ในระบบงานทั้งหมดต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย

7.4 สื่อทั้งหมดที่ผลิตขึ้นเพื่อโครงการฯ อาทิ บทความต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบ Web, Article หรือ Infographic, Artwork, Content ภาษาต่าง ๆ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ กนอ. และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานให้ กนอ. ตามกำหนดโดยไม่มีเงื่อนไข

7.5 ประเด็นในการนำเสนอเป็นประเด็นที่ กนอ. ต้องการนำเสนอเป็นสำคัญ หรือ นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ความสนใจเป็นพิเศษ เป็นประเด็นที่ต้องมีการชี้แจงสร้างการรับรู้ รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ กนอ. ที่ถูกต้อง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุน

7.6 หากมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในการดำเนินการตามแผนงานผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับฯ รับทราบล่วงหน้าก่อน และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

7.7 ในการดำเนินงานต่าง ๆ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องตระหนักในการรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และผลประโยชน์ของ กนอ. เป็นลำดับแรกอย่างเคร่งครัด ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการและต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ กนอ.

7.8 ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินงานตามขอบเขตงานที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

7.9 ผู้รับจ้างต้องมีหลักฐานการดำเนินงานให้ กนอ. พิจารณาและสามารถตรวจสอบได้ว่าการดำเนินการตามแผนงานที่เสนอเรียบร้อยแล้วจริง

7.10 กนอ. สงวนสิทธิ์ที่จะทำการแก้ไขหรือเพิ่มเติมหรือลดเนื้อหาตามสัญญาได้ทุกอย่างโดยไม่ต้องยกเลิกสัญญานี้ การเพิ่มเติม/ลดงาน จะต้องคิดและตกลงราคากันใหม่

7.11 ผู้รับการคัดเลือกต้องแจกแจงรายละเอียดอัตราค่าจ้าง การดำเนินงานแต่ละประเภทภายใน 5 วันนับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาเพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้าง

8. การส่งมอบงานและการชำระเงิน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งรายงานการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดแสดงผลการดำเนินการเผยแพร่สื่อข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ให้แก่ กนอ. ในรูปแบบเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสม อาทิ

Microsoft Word, Excel, Powerpoint, PDF ทั้งนี้ในส่วนของการ ออกแบบกราฟิกต่าง ๆ ไฟล์ VDO/footage ขอให้แนบไฟล์ AI บรรจุใน Flash Drive หรือ External Hard Disk จำนวน 2 ชุด โดยแบ่งงวดการชำระเงิน ดังนี้

8.1 งวดที่ 1 กนอ. จ่ายเงินร้อยละ 30 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้าง ดำเนินงานตามขอบเขตของงานตาม ข้อ 5 กำหนดระยะเวลาให้ดำเนินงานแล้วเสร็จภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา หรือวันที่ กนอ. แจ้งให้ทราบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) แผนกลยุทธ์การดำเนินโครงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communication ประกอบด้วยรายละเอียดตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ 5.1 และ 5.2 ซึ่งได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. ภายใน 7 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา หรือวันที่ กนอ. แจ้งให้ทราบ

(2) แผนปฏิบัติการรายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online)

(3) หลักฐานการดำเนินงานตามข้อ 5.3 - 5.19

8.2 งวดที่ 2 กนอ. จ่ายเงินร้อยละ 30 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้าง ดำเนินงานตามขอบเขตของงานตาม ข้อ 5 กำหนดระยะเวลาให้ดำเนินงานแล้วเสร็จภายใน 240 วัน นับถัดจาก วันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) แผนปฏิบัติการรายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online)

(2) หลักฐานการดำเนินงานตามข้อ 5.3 - 5.19

8.3 งวดที่ 3 กนอ. จ่ายเงินร้อยละ 40 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้าง ดำเนินงานตามขอบเขตของงานตาม ข้อ 5 กำหนดระยะเวลาให้ดำเนินงานแล้วเสร็จภายใน 365 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) แผนปฏิบัติการรายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online)

(2) หลักฐานการดำเนินงานตามข้อ 5.3 - 5.19

(3) ไฟล์ที่ใช้ในการสื่อสารที่เผยแพร่ในช่องทางสื่อออนไลน์ทั้งหมด

ทั้งนี้ กนอ. จะจ่ายเงินแต่ละงวดต่อเมื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับ เรียบร้อยแล้ว อนึ่ง ในการส่งมอบงานแต่ละงวดผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินงานโครงการสื่อสาร ผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่ครบกำหนดการส่งมอบงาน หากผู้รับจ้างส่งรายงานผลการดำเนินงานล่าช้าจะส่งผลให้การตรวจรับและการจ่ายเงินค่าจ้างล่าช้าออกไป ผู้รับจ้าง จะมาเร่งรัดหรือเรียกร้องค่าเสียหายใด จาก กนอ. ไม่ได้

9. การคิดค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้ครบถ้วนตามประเภทและปริมาณงานที่กำหนดใน สัญญาแต่ละงวด ต้องยินยอมให้ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.2 ของค่าจ้างในงวดนั้น นับถัดจากวันที่ครบ กำหนดจนถึงวันที่ปริมาณงานแต่ละประเภทครบถ้วนถูกต้อง

10. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

10.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

10.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

10.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

10.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่าย สารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

10.5 ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

10.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

10.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

10.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ ก.นอ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

10.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

10.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

10.11 ต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานและประสบการณ์ด้านการสื่อสารเชิงการตลาดผ่านสื่อออนไลน์อย่างน้อย 1 โครงการ โดยจะต้องมีมูลค่างานในลักษณะเดียวกัน ไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) โดยผลงานดังกล่าวต้องเป็นโครงการของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรภาครัฐหรือเอกชน ภายในประเทศที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้ ภายในระยะเวลา 3 ปี นับถัดจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นข้อเสนอ พร้อมยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงาน

11. บุคลากรดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งต้องมี คุณสมบัติ ความรู้ ประสบการณ์ และคุณสมบัติเฉพาะของตำแหน่งอย่างน้อย ดังนี้

11.1 ผู้จัดการโครงการ สำเร็จการศึกษาขั้นต้นระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้าน การตลาด / ประชาสัมพันธ์ / เศรษฐศาสตร์ / โฆษณา มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 8 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 1 ตำแหน่ง

11.2 นักวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารเชิงการตลาด สำเร็จการศึกษาขั้นต้นระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด และมีประสบการณ์ในการวางแผนกลยุทธ์ด้าน การสื่อสารในด้านต่าง ๆ เช่น กลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ การจัดการข่าวสารในภาวะวิกฤติ (Crisis Management) เป็นต้น และต้องมี

ประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 6 ปี นับถึงวันที่ยื่น ข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 2 ตำแหน่ง

11.3 เจ้าหน้าที่ด้านการบริหารสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศ สำเร็จการศึกษา ขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านนิเทศศาสตร์ ด้านการตลาด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และมีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุ หรือประสบการณ์ด้านการสื่อสารออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวนอย่างน้อย 2 ตำแหน่ง

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอรายชื่อบุคคลที่จะรับผิดชอบดำเนินการโครงการดังกล่าวในครั้งนี้อย่างพร้อมแนบรายละเอียดของแต่ละท่านในการยื่นข้อเสนอ ดังนี้

- 1) ประวัติการศึกษาและประสบการณ์ที่ผ่านมา
- 2) ผลงานที่ผ่านมาในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- 3) หน้าที่และความรับผิดชอบในงาน

บุคลากรที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบจะต้องเป็นผู้ดำเนินงานจริง หากมีความจำเป็นจะต้องมอบหมายผู้อื่นมาดำเนินงานแทน จะต้องมีความรู้และคุณสมบัติอย่างน้อยเท่าที่ผู้รับจ้างระบุไว้ โดยต้องแจ้งให้ กนอ. ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรและต้องได้รับความยินยอมจาก กนอ.

11.4 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีเครือข่ายในการจัดหาช่องทางสื่อสารเชิงการตลาดและมีประสบการณ์ในการดำเนินงานเผยแพร่สื่อสารการตลาดในต่างประเทศ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นเอกสารหลักฐานให้ กนอ. พิจารณา ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอ จะต้องใช้ความชำนาญ ความระมัดระวัง และความขยันหมั่นเพียร ในการปฏิบัติงาน และจะต้องปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบให้สำเร็จลุล่วง เป็นไปตามมาตรฐานของวิชาชีพที่ยอมรับนับถือโดยทั่วไป

12. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นบัญชีเอกสารในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนในรูปแบบ Portable Document Format (PDF File) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

12.1 เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ประกอบด้วย

12.1.1 หลักฐานนิติบุคคล

(1) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน ซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการผู้มีอำนาจควบคุมพร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) กรณีเป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมหนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุมและบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

12.1.2 สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.20) หรือ ภพ.01 หรือ ภพ.09 ของกรมสรรพากร โดยได้รับการรับรองความถูกต้องของเอกสารจากผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคลของผู้ยื่นข้อเสนอ

12.1.3 หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนในการเสนอราคาหรือยื่นเอกสารเสนอราคา

ในกรณีที่ผู้มีอำนาจไม่สามารถทำการยื่นเอกสารด้วยตนเอง พร้อมสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรอื่นใดที่มีรูปซึ่งออกให้โดยทางราชการและยังไม่หมดอายุของทั้งผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

12.1.4 สำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาซึ่งแสดงถึงควมมีคุณสมบัติด้านผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนด

12.1.5 เอกสารหลักฐานอื่น ๆ แสดงถึงควมมีคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดในข้อ 10 และเอกสารอื่น ๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

12.1.6 กรณีเป็นการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า (Joint Venture) หรือกิจการค้าร่วม (Consortium) นอกจากยื่นหลักฐานตาม 12.1.1 – 12.1.5 แล้ว ให้ยื่นสำเนาหนังสือข้อตกลงหรือสัญญาร่วมค้าหรือค้าร่วมนั้น พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง เว้นแต่หลักฐานเกี่ยวกับผลงาน กรณีเป็นกิจการร่วมค้า (Joint Venture) ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ให้ใช้ผลงานของผู้ค้าร่วมเป็นผลงานของกิจการค้าร่วม และกรณีเป็นกิจการค้าร่วม (Joint Venture) ที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ผู้ร่วมค้าจะต้องมีคุณสมบัติด้านผลงานตามที่กำหนด เว้นแต่ สัญญาหรือข้อตกลงร่วมค้า กำหนดให้รายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินโครงการที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) นี้ ให้ใช้ผลงานของผู้รับผิดชอบหลักเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าได้ ทั้งนี้ กรณีเป็นการค้าร่วม (Consortium) ให้ใช้เช่นเดียวกัน

12.2 เอกสารข้อเสนอทางเทคนิค ประกอบด้วย

12.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกลยุทธ์และแผนการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เป็นรายเดือนพร้อมทั้งกำหนด Content การสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร ช่องทางรูปแบบและระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสมตามข้อ 5 ที่ กนอ. กำหนด

12.2.2 เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อ 10

12.2.3 เอกสารแสดงประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

12.2.4 เอกสารแสดงคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอตาม ข้อ 11

12.2.5 แผนและวิธีการดำเนินงาน

12.2.6 แนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารเชิงการตลาด

12.3 ข้อเสนอด้านราคา ให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางตามแบบและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

13. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแผนกลยุทธ์ วางแผนการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ วางแผนการใช้สื่อและเครื่องมือดิจิทัลในภาพรวมของโครงการ ทั้งรูปแบบแนวคิดการวางแผน Content เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ และเทคนิคอื่น ๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์ แผนการใช้สื่อและเครื่องมือ รวมถึงการออกแบบสื่อเป็นคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งที่ไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน จำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน กนอ. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์

ราคาและเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) มีน้ำหนักของเกณฑ์ราคา ร้อยละ 20 และเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ 80 ทั้งนี้ คณะกรรมการประเมินเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้วรวมจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

13.1 จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้เสนอราคาทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน 1 ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น

13.2 ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่าง ๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

13.3 พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใด มีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีสาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อ ก.นอ. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ 13.2 โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ตามภาคผนวก ก.

ในการพิจารณาให้คะแนนตามที่กำหนด คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอและอธิบายรายละเอียดตามข้อเสนอ ด้านเทคนิค เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนในหัวข้อนั้น ๆ มากที่สุด ข้อเสนอของผู้ ยื่นข้อเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามหลักเกณฑ์การให้คะแนน หรือตามความเหมาะสมหรือสัดส่วน

13.4 ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ 13.3 จะได้รับการประเมินค่า ประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ตามสัดส่วนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์ข้อเสนอด้านเทคนิคที่กำหนด สำหรับคะแนนข้อเสนอด้านราคาจะให้คะแนนตามช่วงความต่างของราคาที่เสนอแต่ละราย โดยระบบการ จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement : e-GP) จะพิจารณาให้คะแนนในระบบ หลังจากนั้นระบบจะจัดเรียงตามคะแนนไว้ 3 ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก

13.5 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกตามข้อ 13.4 คณะกรรมการพิจารณาการประกวดราคา อิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณารายละเอียดข้อเสนอด้านราคา เปรียบเทียบราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของ ก.นอ. ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำการปรับปรุงรายละเอียดการคำนวณค่าจ้างบริหารจัดการในปีฐานแต่ละ นิคมอุตสาหกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องและถูกต้องตรงกับราคาที่ชนะการประกวดราคา

13.6 กรณีผู้ที่ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด ก.นอ. จะพิจารณาเรียก รายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อ

ดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกที่ไม่เข้าทำสัญญาดังกล่าว กนอ.

14. เงื่อนไขอื่น ๆ

14.1 ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดขึ้นในการนำเสนองาน ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ว่าจะได้รับ การพิจารณาคัดเลือก จาก กนอ. หรือไม่ก็ตาม

14.2 กนอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอ ทั้งนี้ ให้มติของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุดโดยไม่มีการอุทธรณ์ใด ๆ ทั้งสิ้น โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จาก กนอ. และขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาไม่คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายต่ำสุด ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอ อาจจะไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือความประสงค์ของ กนอ. หรืออาจจะสร้างความเสียหายให้กับ กนอ. ได้

14.3 ราคาที่เสนอจะต้องกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 90 วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา



ภาคผนวก ก.

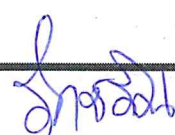
เกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)
1. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนักร้อยละ 15 คะแนน 100)	
1.1 ผลงานเชิงคุณภาพ 80 คะแนน	
50 คะแนน	- ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 ผลงาน
60 คะแนน	- ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 2 ผลงาน
70 คะแนน	- ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 3 ผลงาน
80 คะแนน	- ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวนมากกว่า 3 ผลงานขึ้นไป
1.2 ผลงานเชิงปริมาณ 20 คะแนน	
1 – 20 คะแนน	จำนวนผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดียที่ผ่านมา ถือเป็นผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (Company Profile) โดยคะแนนลดหลั่นตามสัดส่วน ตามจำนวนผลงาน โดยเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน
2. คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนักร้อยละ 15 คะแนน 100)	
2.1 ภาพรวมคุณสมบัติและประสบการณ์ตามข้อกำหนด 80 คะแนน	
0 คะแนน	ภาพรวมคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากร ไม่ตรงตามข้อกำหนดไม่ว่าคนใดคนหนึ่ง หรือหลายคน หรือทุกคน ถือว่าเสนอบุคคลไม่เป็นไปตามข้อกำหนด
80 คะแนน	ภาพรวมคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากร ตรงตามข้อกำหนดทุกคน
2.2 คุณสมบัติและประสบการณ์ตามข้อกำหนด (รายบุคคล) 20 คะแนน	
0 – 20 คะแนน	คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากร (รายบุคคล) ที่ดีกว่าข้อกำหนด โดยให้คะแนนแต่ละคน โดยบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอที่ดีกว่าข้อกำหนดจำนวนมากที่สุด จะได้คะแนนเต็ม สำหรับของรายอื่นคะแนนจะลดหลั่นตามจำนวนบุคลากรที่ดีกว่าข้อกำหนด เมื่อเปรียบเทียบกับข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอที่ดีที่สุดนั้น การให้คะแนนคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากร (รายบุคคล) นี้ จะให้เฉพาะบุคลากรที่มีประสบการณ์และผลงานตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดเท่านั้น บุคคลที่ไม่ตรงจะได้ 0 คะแนน เฉพาะบุคคลนั้น
3. แผนและวิธีการดำเนินงานสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing (น้ำหนัก 45 คะแนน 100)	
3.1 กรอบแนวคิดการกำหนด Content รวมทั้งประเด็นการสื่อสารหรือความรู้อย่างเข้าใจขอบเขตของงาน (20 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีรายละเอียดกรอบแนวคิด
5 - 10 คะแนน	- มีรายละเอียดกรอบแนวคิดกำหนด Content รวมทั้งประเด็นการสื่อสาร

2.3

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)
	แต่อธิบายไม่ชัดเจนหรือครอบคลุมวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานจริงหรือไม่
11 - 20 คะแนน	- มีการอธิบายหลักการเหตุผล - มีรายละเอียดกรอบแนวคิดกำหนด Content รวมทั้งประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจนครบถ้วน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ตามเนื้อหาที่จ้าง และสามารถปฏิบัติได้จริง
3.2 กลยุทธ์และประเด็นการสื่อสาร (35 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์
5 - 20 คะแนน	มีกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ แต่อธิบายไม่ชัดเจนหรือครอบคลุมวัตถุประสงค์
21 - 35 คะแนน	มีกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อธิบายได้ชัดเจนหรือครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามเนื้อหาที่จ้าง
3.3 แผนงานสื่อสารและเครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ (45 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอแผนตามที่กำหนด
15 - 30 คะแนน	- มีการนำเสนอแผนตามที่กำหนด - มีรายละเอียดแผนการสื่อสารและการดำเนินงาน แต่ไม่อธิบายเครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อสารได้ประสิทธิภาพ และไม่ครอบคลุมช่องทางการสื่อสารตามเนื้อหาที่จ้าง
31 - 45 คะแนน	- มีการนำเสนอแผนตามที่กำหนด - มีรายละเอียดแผนการสื่อสารและการดำเนินงาน พร้อมทั้งอธิบายเครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อสารมีคุณภาพและประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารได้ครอบคลุมและชัดเจนตามเนื้อหาที่จ้าง
4. แนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารเชิงการตลาดที่มีความเข้าใจง่ายและสร้างสรรค์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด (น้ำหนักร้อยละ 20 คะแนน 100)	
0 คะแนน	ไม่มีแนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ และไม่เสนอแนวทางการออกแบบ
50 - 66 คะแนน	- มีแนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ แต่ไม่เสนอแนวทางการออกแบบ - มีเสนอการออกแบบ Mock up (บทความ หรือ Infographic อย่างใดอย่างหนึ่ง) แต่ไม่เสนอแนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารเชิงการตลาด
67 - 83 คะแนน	- มีรายละเอียดกรอบแนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ แต่อธิบายแนวคิดไม่ชัดเจนหรือครอบคลุมวัตถุประสงค์ - เสนอแนวทางการออกแบบ Mock up ไม่ชัดเจน (บทความ หรือ Infographic อย่างใดอย่างหนึ่ง)
84 - 100 คะแนน	- มีรายละเอียดกรอบแนวคิดหลักการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ สามารถสื่อสาร ถ่ายทอดแนวคิดได้ชัดเจน - เสนอแนวทางการออกแบบ Mock up ชัดเจน (บทความ หรือ Infographic อย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า)

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)
5. ข้อเสนอพิเศษอื่น ๆ (น้ำหนักร้อยละ 5 คะแนน 100)	
100 คะแนน	ข้อเสนอการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing ตามขอบเขตของงานในข้อ 5 ที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ดีกว่าข้อกำหนด โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนเต็มหรือตามความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

1. ชื่อโครงการ โครงการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Digital Communications and Marketing ประจำปี 2566
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองการตลาด ฝ่ายการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 10,000,000 บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ 26 กรกฎาคม 2565
เป็นเงิน 8,560,000.- บาท (แปดล้านห้าแสนหกหมื่นบาทถ้วน) (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) -
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 5.1 สืบราคา จาก บริษัท บิ๊กเพลย์ จำกัด ตามใบเสนอราคาวันที่ 22 กรกฎาคม 2565
 - 5.2 สืบราคา จาก บริษัท ชัมเวย์ จำกัด ตามใบเสนอราคาวันที่ 25 กรกฎาคม 2565
 - 5.3 สืบราคา จาก บริษัท ดี อินเทลลิเจนซ์ จำกัด ตามใบเสนอราคาวันที่ 26 กรกฎาคม 2565
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง

6.1 นางสาวรักขริน ทองหงส์	ผู้อำนวยการกองการตลาด
6.2 นางสาวปวีศา แจ้งการ	นักบริการการลงทุน 5

ปวิศา

รักขริน

