



รายละเอียดและขอบเขตของงาน (Terms of Reference)  
การจ้างบริหารจัดการกลยุทธ์ก่อสร้างสรรค์และภาพลักษณ์เชิงรุก ปีงบประมาณ 2569  
โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-bidding)

A handwritten signature in blue ink, consisting of several stylized, overlapping strokes.

กองสื่อสารองค์กร สำนักผู้ว่าการ  
มีนาคม 2569

**รายละเอียดและขอบเขตของงาน (Terms of Reference)**  
**การจ้างบริหารจัดการกลยุทธ์สื่อสร้างสรรค์และภาพลักษณ์เชิงรุก ปีงบประมาณ 2569**  
**โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-bidding)**

**1. หลักการและเหตุผล**

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีภารกิจสำคัญในการพัฒนาและบริหารจัดการนิคมอุตสาหกรรม เพื่อส่งเสริมการลงทุน ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างสมดุลและยั่งยืน ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจโลก เทคโนโลยี และพฤติกรรมของนักลงทุนที่มีความคาดหวังต่อมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ที่สูงขึ้น

ในปัจจุบัน การสื่อสารองค์กรไม่ได้จำกัดเพียงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่จำเป็นต้องดำเนินการเชิงรุก (Proactive Communication) โดยอาศัยกลยุทธ์สื่อสร้างสรรค์ (Creative Media Strategy) ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data-Driven Communication) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามบริบทของแต่ละประเทศ และสามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) ความเชื่อมั่น (Trust) และภาพลักษณ์ (Brand Image) ขององค์กรในระดับสากลได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ กนอ. มีความจำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับการสื่อสารองค์กรให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มนักลงทุนเป้าหมาย เช่น จีน และประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลและสื่อระหว่างประเทศในรูปแบบสองภาษา (ไทย-จีน) และภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถแข่งขันในเวทีโลก และรองรับการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสมัยใหม่ (Next-Generation Industrial Hub)

ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารองค์กรของ กนอ. มีความเป็นเอกภาพ มีประสิทธิภาพ และสามารถขับเคลื่อนภาพลักษณ์องค์กรในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง จึงมีความจำเป็นต้องจ้างที่ปรึกษาหรือผู้รับจ้างที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการกลยุทธ์สื่อสร้างสรรค์และภาพลักษณ์องค์กร เพื่อดำเนินงานด้านการวางแผน การผลิตสื่อ การบริหารช่องทางการสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลเชิงข้อมูลอย่างเป็นระบบ ภายใต้โครงการ “การจ้างบริหารจัดการกลยุทธ์สื่อสร้างสรรค์และภาพลักษณ์เชิงรุก ปีงบประมาณ 2569” โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

**2. วัตถุประสงค์**

2.1 เพื่อกำหนดและขับเคลื่อนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรเชิงรุก (Proactive Communication Strategy) ในระดับสากล เพื่อยกระดับความเชื่อมั่น (Credibility) และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ทันสมัย โปร่งใส และมีศักยภาพในการแข่งขันในเวทีโลก

2.2 เพื่อพัฒนาและเผยแพร่สื่อสร้างสรรค์ (Creative Content) อย่างเป็นระบบ ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มการรับรู้ (Awareness) การมีส่วนร่วม (Engagement) ของกลุ่มเป้าหมาย และเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ให้มีความโดดเด่น ชัดเจน และเป็นที่ยึดจำ

2.3 เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูล (Data-Driven Communication) โดยใช้ฐานข้อมูลดิจิทัลในการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกลยุทธ์ เนื้อหา และช่องทางการสื่อสารได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิผล

2.4 เพื่อสร้างและบริหารเครือข่ายความร่วมมือด้านการสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการใช้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer/KOL) สื่อมวลชน และพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เพื่อขยายการรับรู้ และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ และการดำเนินงานของ กนอ. โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ESG/CSR)

### 3. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่าย สารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นผู้ที่ถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กนอ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะ

การเงิน 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐ กำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ 1 ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอ เป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจ การค้าซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้น ยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก 1 ปี ได้

2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกรรารายงานงบแสดงฐานะ การเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งยังไม่มีกรรารายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอ จะต้อง มีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอไม่ต่ำกว่า 2,000,000 บาท

3) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 500,000 บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคล ธรรมดาให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือ ในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 1,500,000 บาท คิดเป็น 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการ หรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็น ผู้ได้รับการคัดเลือก จะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

4) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่น ข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

4.1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติ ไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อไม่น้อยกว่า 1,500,000 บาท คิดเป็น 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่น ข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

4.2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดา ที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อไม่น้อยกว่า 1,500,000 บาท คิดเป็น 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคาร ต่างประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุน เพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัท ที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่

รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

5) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ 2) ข้อ 3) และข้อ 4.2) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. 2539 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่า ผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

6) กรณีตามข้อ 1) - ข้อ 5) ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

6.1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

6.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

6.3) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง ฯ มีผลใช้บังคับ

6.4) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา 56 วรรคหนึ่ง (2) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560

6.5) การซื้อสิ่งหามทรัพย์และการเช่าสิ่งหามทรัพย์

6.6) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

3.12 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลง ฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักข้อตกลง ฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

2) กรณีที่ข้อตกลง ฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลง ฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

### 3) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

3.1) กรณีที่ข้อตกลง ฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลง ฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า

3.2) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ 3.1) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

3.13 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการดำเนินงานสื่อสารองค์กร หรือการประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร หรือการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารขององค์กร อย่างน้อยจำนวน 1 โครงการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาเดียวที่ดำเนินงานแล้วเสร็จ ย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันยื่นข้อเสนอ ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ กนอ. เชื้อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาจ้าง พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอ

## 4. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานบริหารจัดการกลยุทธ์สื่อสร้างสรรค์และภาพลักษณ์องค์กรเชิงรุกของ กนอ. โดยครอบคลุมการวิเคราะห์ วางแผน ผลิตสื่อ บริหารช่องทาง และประเมินผลอย่างเป็นระบบ ดังนี้

### 4.1 วิเคราะห์สถานการณ์ Branding ของ กนอ. ด้าน MarCom และ CSR

ดำเนินการวิเคราะห์สถานการณ์ Branding และการสื่อสาร ด้าน MarCom และ CSR ในปัจจุบันของ กนอ. พร้อมทั้งออกแบบและคิดกลยุทธ์แนวทางการสื่อสาร แบนด์ ของ กนอ. ให้กับประชาชนให้เป็นที่รู้จัก

### 4.2 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์

4.2.1 ดำเนินการวางแผนออกแบบและคิดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ทางช่องทาง Facebook, YouTube, TikTok, Google ads SEM ของ กนอ. ให้กับประชาชนให้เป็นที่รู้จัก โดยใช้ข้อมูล DATA จาก กนอ.

4.2.2 ช่องทาง Facebook จะต้องผลิตชิ้นงานหรือนำชิ้นงานที่ทาง กนอ. มีอยู่ และสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารนำมาใช้ โดยจะต้องมีคนเข้าถึงไม่น้อยกว่า 500,000 Reach

4.2.3 ช่องทาง Facebook จะต้องผลิตชิ้นงานหรือนำชิ้นงานที่ทาง กนอ.มีอยู่ และสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารนำมาใช้ ผ่านช่องทาง Facebook Video Ad. มากกว่า 1 รูปแบบ โดยจะต้องมีคนเข้าถึงไม่น้อยกว่า 500,000 Views

4.2.4 ช่องทาง YouTube จะต้องผลิตชิ้นงานหรือนำชิ้นงานที่ทาง กนอ.มีอยู่ และสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารนำมาใช้ ผ่านช่องทาง YouTube มากกว่า 1 รูปแบบ โดยจะต้องมีคนเข้าถึงไม่น้อยกว่า 500,000 Views และ จำนวน Imps ไม่น้อยกว่า 500,000 Imps

4.2.5 ช่องทาง TikTok จะต้องผลิตชิ้นงานหรือนำชิ้นงานที่ทาง กนอ. มีอยู่ และสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารนำมาใช้ ผ่านช่องทาง TikTok โดยจะต้องมีคนเข้าถึงไม่น้อยกว่า 300,000 Imps

4.2.6 ช่องทาง Google ads ผู้รับจ้างจะต้องเพิ่มจำนวนผู้คลิกหรือผู้ค้นหาผ่านช่องทาง SEM หรือ GDN ไม่น้อยกว่า 10,000 คลิก

4.2.7 ทำรายงานการวิเคราะห์จากการสื่อสารและอื่น ๆ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบทิศทางการสื่อสารประเด็นที่มีการถูกพูดถึง และผลสำเร็จของโครงการโดยเปรียบเทียบให้เห็นก่อนทำ และหลังจากทำโครงการ

### 4.3 สื่อสร้างสรรค์ (Creative Content)

4.3.1 จัดทำ Influencer KOL หรือ Page ภายในประเทศไทย โดยจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 100,000 Follower อย่างน้อย 5 สื่อ โดยผลิตและเผยแพร่ Content ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิ Advertorial, Photo Album, Photo Tie in หรือ Video

4.3.2 จัดทำ Influencer KOL หรือ Page ต่างประเทศ อย่างน้อย 3 สื่อ เพื่อผลิตและเผยแพร่ Content ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิ Advertorial, Photo Album, Photo Tie in หรือ Video และเผยแพร่บนแพลตฟอร์มในต่างประเทศ

4.3.3 จัดทำ Nano Influencer โดยจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 5,000 Follower อย่างน้อย 10 คน โดยผลิต Content และเผยแพร่ ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิ Advertorial, Photo Album, Photo Tie in หรือ Video

4.3.4 จัดทำสำนักข่าวสื่อออนไลน์ 2 ภาษา ได้แก่ ไทยและจีน ที่มีจำนวนคนเข้าถึงไม่น้อยกว่า 100,000 Reach จำนวนอย่างน้อย 1 ช่อง เพื่อผลิต Content ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิ Advertorial, Photo Album, Photo Tie in หรือ Video โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง และลิขสิทธิ์สามารถให้ทาง กนอ.นำไปใช้เผยแพร่ช่องทางอื่นได้ โดยที่สื่อออนไลน์นั้นจะต้องมี MOU หรือ Agreement ความร่วมมือกับสำนักข่าวต่างประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ

4.3.5 ผลิต Online Clip viral อย่างน้อย 2 ชุด ความยาวไม่น้อยกว่า 15 นาที โดยสามารถแบ่งความยาวออกเป็น 1 Mins ไม่น้อยกว่า 2 คลิป รวมถึงให้มีขนาดที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มที่ใช้สื่อ

โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ เพื่อเผยแพร่บนช่องทาง Social Media ของ กนอ. อาทิ Facebook, TikTok, YouTube และ X

4.3.6 ผลิต Online Content ในรูปแบบ Artwork หรือ Photo Album หรือ Infographic จำนวน ไม่น้อยกว่า 4 ชุด โดยขนาดจะต้องเหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มที่ใช้สื่อ และมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ เพื่อเผยแพร่บนช่องทาง Social Media ของ กนอ. อาทิ Facebook และ X

#### 4.4 กิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์

ดำเนินการจัดกิจกรรมประกวดการสร้างสรรค์ศิลปะบนโมเดลรีไซเคิล เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมของ กนอ. ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ ผู้พัฒนานิคม ฯ ผู้ประกอบการในนิคม ฯ สื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างน้อย 50 คน ระยะเวลา 1 วัน จำนวน 1 ครั้ง

4.4.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เข้าประกวด อาทิ นักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย เพื่อชิงรางวัลและเกียรติบัตร ทั้งนี้ผลงานทุกชิ้นที่ส่งเข้าประกวดถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ กนอ. ในการปรับปรุงแก้ไข และจัดพิมพ์เผยแพร่ หรือผลิตเป็นสื่อสารสนเทศทุกชนิด เพื่อเป็นประโยชน์แก่ กนอ.

4.4.2 กำหนดกฎ กติกา การประกวด พร้อมทั้งผลิตสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ประกาศ เชิญชวนในรูปแบบต่าง ๆ โดยประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อ Social Media ต่าง ๆ ตั้งแต่ ช่วงประชาสัมพันธ์ก่อนเริ่มกิจกรรม ระหว่างการดำเนินกิจกรรม และหลังจบกิจกรรม โดยต้องเสนอให้ กนอ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินงาน

4.4.3 จัดหาคณะกรรมการตัดสินการประกวดซึ่งเป็นบุคคลภายนอกที่ทรงคุณวุฒิ พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

4.4.4 จัดหาและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าพิธีกรมืออาชีพ ที่มีประสบการณ์ในการเป็นพิธีกร ในงาน Event หรืองานสัมมนามาก่อน จำนวน 1 คน โดยต้องนำเสนอพิธีกรให้ กนอ. พิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนดำเนินงาน

4.4.5 ดำเนินการจัดกิจกรรมที่ กนอ. สนอง โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในด้านการใช้สถานที่ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จำเป็นในการจัดกิจกรรม และต้องนำเสนอให้ กนอ. เป็นผู้พิจารณาก่อนดำเนินงาน

4.4.6 จัดหาอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชุด

4.4.7 จัดหาของที่ระลึกจำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

4.4.8 จัดให้มีเงินรางวัลสำหรับผู้ชนะการประกวด ดังต่อไปนี้

รางวัลชนะเลิศ	30,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
รางวัลรองชนะเลิศ	20,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2	10,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
รางวัลชมเชย	5,000 บาท จำนวน 3 รางวัล

4.4.9 ออกแบบและจัดทำเกียรติบัตรขนาด A4 พร้อมกรอบ เพื่อมอบให้แก่ผู้ที่ได้รับรางวัลในแต่ละรางวัล

4.4.10 จัดให้มีพิธีมอบรางวัลแก่ผู้ที่ได้รับรางวัลโดยผู้บริหาร กนอ.

4.4.11 จัดหาช่างภาพ และช่างวิดีโอ เพื่อบันทึกภาพและวิดีโอในแต่ละช่วงเวลาของการจัดกิจกรรม รวมทั้งตัดต่อวิดีโอดังกล่าว เพื่อให้ กนอ. นำไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมดังกล่าวผ่านช่องทางต่าง ๆ ตามที่ กนอ. เห็นสมควร

#### 4.5 การบริหารงานด้านอื่น ๆ

จัดให้มีทีมงาน ประกอบด้วย

4.5.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์ (อย่างน้อย 2 คน) โดยมีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโท ด้านนิเทศศาสตร์ การตลาด หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์บริหารโครงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรไม่น้อยกว่า 5 ปี

4.5.2 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการสื่อสาร (อย่างน้อย 2 คน) โดยมีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์บริหารโครงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรไม่น้อยกว่า 3 ปี

4.5.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการซื้อสื่อดิจิทัล (อย่างน้อย 1 คน) โดยมีใบรับรอง Meta Certified และ Google Ads Certification ที่ยังไม่หมดอายุ และมีประสบการณ์บริหารโครงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรไม่น้อยกว่า 3 ปี

ทั้งนี้ หากมีการเปลี่ยนแปลงบุคลากรหลัก ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งและส่งประวัติบุคลากรใหม่ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือสูงกว่าให้คณะกรรมการตรวจรับ ฯ พิจารณออนุมัติก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

#### 5. ระยะเวลาดำเนินงาน

กำหนดระยะเวลาดำเนินงานให้เสร็จสิ้น ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

#### 6. วงเงินงบประมาณ/วงเงินที่ได้รับการจัดสรร

วงเงิน 6,000,000.- บาท (หกล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว

#### 7. งวดงานและการจ่ายค่าจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานเป็นงวด 3 งวด โดยมีรายละเอียดงานที่ต้องส่งมอบและอัตราการจ่ายเงินค่าจ้างแต่ละงวดดังนี้

งวดงาน	งานที่ต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน	การชำระเงิน
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ Branding ของ กนอ. ด้าน MarCom และ CSR ตามขอบเขตงานข้อ 4.1</li> <li>2. แผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ซึ่งมีการอธิบายรายละเอียดของแผน ระยะเวลาดำเนินงาน และเป้าหมายให้ครบถ้วนชัดเจน ครอบคลุมขอบเขตงานข้อ 4.2.1-4.2.7</li> <li>3. แผนการจัดทำสื่อสร้างสรรค์ ตามข้อ 4.3.1 – 4.3.4 โดยอย่างน้อยจะต้องมีรายละเอียดของรูปแบบ Content ที่จะผลิต, จำนวน Content ที่จะผลิต, Timeline การเผยแพร่ Content และ ช่องทางที่จะเผยแพร่ Content</li> <li>4. แผนการจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ตามขอบเขตงานข้อ 4.4</li> </ol>	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 20 ของราคาตามสัญญาจ้าง ภายหลังจากที่ได้ทำการส่งมอบและผ่านการตรวจรับงานเสร็จสมบูรณ์
2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creative Content จาก Influencer หรือ KOL ภายในประเทศไทย ตามเงื่อนไขในขอบเขตงานข้อ 4.3.1</li> <li>2. Creative Content จาก Influencer หรือ KOL ต่างประเทศ ตามเงื่อนไขในขอบเขตงานข้อ 4.3.2</li> <li>3. Creative Content จาก Nano Influencer ตามเงื่อนไขในขอบเขตงานข้อ 4.3.3</li> <li>4. Creative Content จากสำนักข่าวสื่อออนไลน์ 2 ภาษา ตามเงื่อนไขในขอบเขตงานข้อ 4.3.4</li> <li>5. ผลการดำเนินงานด้านการจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ตามขอบเขตงานข้อ 4.4.1 - 4.4.11 พร้อมไฟล์ดิจิทัลผ่าน Cloud เช่น Google Drive หรือ OneDrive</li> </ol>	ภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 40 ของราคาตามสัญญาจ้าง ภายหลังจากที่ได้ทำการส่งมอบและผ่านการตรวจรับงานเสร็จสมบูรณ์



งวดงาน	งานที่ต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน	การชำระเงิน
3	<ol style="list-style-type: none"> <li>รายงานสรุปผล จำนวนทั้งสิ้น 3 ชุด ซึ่งจะต้องประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ตามขอบเขตงานข้อ 4.2.2 – 4.2.7</li> <li>- ผลการดำเนินงานด้านสื่อสร้างสรรค์ ตามขอบเขตงานข้อ 4.3.5 - 4.3.6</li> <li>- สรุปผลสำเร็จของโครงการ โดยเปรียบเทียบให้เห็นก่อนทำและหลังจากทำโครงการ พร้อมระบุตัวชี้วัด และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ความสำเร็จของโครงการ</li> </ul> </li> <li>ไฟล์รายงานสรุปผลตามข้อ 1. ของงวดที่ 3 รวมถึงไฟล์ดิจิทัลที่เกี่ยวข้องในโครงการทั้งหมด ให้ตั้งชื่อ และจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ บรรจุลงบน Extreme SSD External (ไม่น้อยกว่า 1 TB)</li> </ol>	ภายใน 240 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง	ร้อยละ 40 ของราคาตามสัญญาจ้าง ภายหลังจากที่ได้ทำการส่งมอบและผ่านการตรวจรับงานเสร็จสมบูรณ์

## 8. ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้ครบถ้วนตามประเภทและปริมาณงานที่กำหนดในสัญญาแต่ละงวด ผู้รับจ้างต้องยินยอมให้ กนอ. ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของวงเงินค่าจ้างทั้งสัญญา นับถัดจากวันที่ครบกำหนด จนถึงวันที่ส่งมอบงานครบถ้วนถูกต้อง หรือถึงวันที่บอกเลิกสัญญาแล้วแต่กรณี

## 9. การจัดทำข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นบัญชีเอกสารในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือหลักฐานแสดงตัวตนในรูปแบบ Portable Document Format (PDF File) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

### 9.1 เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

#### 9.1.1 หลักฐานนิติบุคคล

(1) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน ซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการผู้มีอำนาจควบคุมพร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) กรณีเป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมหนังสือบริคณห์สนธิบัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุมและบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

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

9.1.3 หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนในการเสนอราคาหรือยื่นเอกสารเสนอราคาในกรณีที่ผู้มีอำนาจไม่สามารถทำการยื่นเอกสารด้วยตนเอง พร้อมสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรอื่นใดที่มีรูปซึ่งออกให้โดยทางราชการและยังไม่หมดอายุของทั้งผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

9.1.4 สำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาซึ่งแสดงถึงควมมีคุณสมบัติด้านผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดในข้อ 3.13

9.1.5 เอกสารหลักฐานอื่น ๆ แสดงถึงควมมีคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดและเอกสารอื่น ๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

9.1.6 กรณีเป็นการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า (Joint Venture) หรือกิจการค้ำร่วม (Consortium) นอกจากยื่นหลักฐานตาม 9.1.1 - 9.1.5 แล้ว ให้ยื่นสำเนาหนังสือข้อตกลงหรือสัญญาร่วมค้าหรือค้ำร่วมนั้น พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง เว้นแต่หลักฐานเกี่ยวกับผลงาน กรณีเป็นกิจการร่วมค้า (Joint Venture) ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ให้ใช้ผลงานของผู้ค้ำร่วมเป็นผลงานของกิจการค้ำร่วม และกรณีเป็นกิจการค้ำร่วม (Joint Venture) ที่มิได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ผู้ร่วมค้ำจะต้องมีคุณสมบัติด้านผลงานตามที่กำหนด เว้นแต่ สัญญาหรือข้อตกลงร่วมค้า กำหนดให้รายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินโครงการที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) นี้ ให้ใช้ผลงานของผู้รับผิดชอบหลักเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าได้ ทั้งนี้ กรณีเป็นการค้ำร่วม (Consortium) ให้ใช้เช่นเดียวกัน

## 9.2 เอกสารข้อเสนอทางเทคนิค ประกอบด้วย

9.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอรายละเอียดของเนื้องานและการดำเนินงานในแต่ละด้านในรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยื่นในระบบ e-GP ตามขอบเขตของงานในข้อ 4.

9.2.2 ข้อเสนอด้านเทคนิค ประกอบด้วย

- (1) กรอบแนวคิดและรูปแบบของการดำเนินงาน
- (2) ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ
- (3) ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์

### 9.3 ข้อเสนอด้านราคา

ให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางตามแบบและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 60 วัน โดยเสนอราคาเป็นค่าจ้างรวมทั้งสิ้นซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่พึงปวงไว้เรียบร้อยแล้ว

### 10. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่ต้องคำนึงถึง ผลงาน คุณภาพ มาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับ ชีตความสามารถ และวิธีดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งมีข้อเสนอเกี่ยวกับวิธีดำเนินงานตามขอบเขตงานที่ไม่อยู่ในฐานเดียวกัน ส่งผลให้เกิดปัญหาในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ จึงกำหนดให้มีการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเพื่อพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำก่อน ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 มาตรา 65 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ 2560 ข้อ 83 (3) และผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคแล้ว กนอ. จะพิจารณาด้านเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักระหว่างเกณฑ์ราคาเท่ากับร้อยละ 20 และเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ 80 โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

10.1 จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจากระบบการการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement : e-GP) จำนวน 1 ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา ซึ่งระบบ e-GP จะเก็บรักษาและให้คะแนนในระบบ

10.2 ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสาร หลักฐานต่าง ๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีเอกสารและหลักฐานต่างๆ ครบถ้วนถูกต้องและพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติหรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นเสนอรายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อย หรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อ กนอ. เท่านั้น

10.3 พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่ผ่านการพิจารณาตามข้อ 10.2 และทำการประเมินข้อเสนอด้านเทคนิคโดยมีสัดส่วนน้ำหนักในการให้คะแนนรวมร้อยละ 80 แบ่งสัดส่วนน้ำหนักในการให้คะแนนแต่ละหัวข้อ ดังนี้

(1) กรอบแนวคิดและรูปแบบของการดำเนินงาน	300 คะแนน (น้ำหนัก 50)
(2) ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ	100 คะแนน (น้ำหนัก 20)
(3) ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์	100 คะแนน (น้ำหนัก 10)

10.4 ในการพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคตามหัวข้อต่าง ๆ ข้างต้น คณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาให้คะแนนแต่ละหัวข้อหลักและหัวข้อย่อยตามหลักเกณฑ์และวิธีการให้คะแนนแนบท้ายขอบเขตของงานนี้ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจะต้องได้รับคะแนนรวมเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้ว ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (ไม่น้อยกว่า 320 คะแนน)

10.5 ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ 10.4 จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) อีกครั้งหนึ่งตามสัดส่วนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์ข้อเสนอด้านเทคนิคที่กำหนด (20 : 80) โดยข้อเสนอด้านราคาจะให้คะแนนตามช่วงความต่างของราคาที่เสนอแต่ละราย

ทั้งนี้ ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement : e-GP) จะพิจารณาให้คะแนนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ในระบบ หลังจากนั้นระบบจะจัดเรียงตามคะแนนไว้ 3 ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินรวมสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และ กนอ. จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของ กนอ. ต่อไป

10.6 กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด กนอ. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

## 11. เงื่อนไขอื่น ๆ

11.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามสัญญาอย่างเคร่งครัด และในระยะเวลาการดำเนินงาน ผู้รับจ้างพึงปฏิบัติตามหลักมาตรการที่กฎหมายและระเบียบกำหนดไว้โดยเคร่งครัด

11.2 ภาพ เสียง เนื้อหา เอกสาร ไฟล์ดิจิทัล และวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตขึ้นทั้งหมดในโครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ กนอ. แต่เพียงผู้เดียว

11.3 Software ที่ใช้ปฏิบัติงานทั้งหมดต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย

11.4 หากมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในการดำเนินงานตามแผนงาน ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับ ฯ รับทราบล่วงหน้าก่อน และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. ก่อนดำเนินการ

11.5 ผู้รับจ้างต้องตระหนักในการรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และผลประโยชน์ของ กนอ. อย่างเคร่งครัด ตลอดระยะเวลาดำเนินงาน และต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ กนอ.

11.6 ผู้รับจ้างต้องมีหลักฐานการดำเนินงานให้ กนอ. พิจารณาและสามารถตรวจสอบได้ว่าการดำเนินการตามแผนงานที่เสนอเรียบร้อยแล้วจริง

11.7 ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามขอบเขตของงานที่กำหนด

11.8 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) อย่างเคร่งครัด ในกรณีที่มีการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคลจากฐานข้อมูลของ กนอ. เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ผู้รับจ้างจะต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่เหมาะสม และห้ามมิให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต่อบุคคลภายนอกโดยมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก กนอ.

## ภาคผนวก

## เกณฑ์และวิธีการให้คะแนนข้อเสนอเทคนิคหรือข้อเสนออื่น

## 1. หัวข้อหลัก/หัวข้อย่อยในการพิจารณาให้คะแนน และน้ำหนักของแต่ละหัวข้อ

โดยต้องผ่านเกณฑ์คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณา มีรายละเอียดการประเมินและการให้คะแนน ดังนี้

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
<b>1. กรอบแนวคิดและรูปแบบของการดำเนินงาน (น้ำหนัก 50)</b> (คะแนนเต็มส่วนนี้ 300 คะแนน แล้วนำมาคำนวณถ่วงน้ำหนักร้อยละ 50)	
<b>1.1 กลยุทธ์สื่อสารสร้างสรรค์และภาพลักษณ์ (Creative Strategy) ที่สอดคล้องครอบคลุมกับขอบเขตงานข้อ 4.1 - 4.2 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน: น้ำหนักร้อยละ 20)</b>	
- มีรายละเอียดกรอบแนวคิด วิธีการ รูปแบบการจัดกิจกรรม กระบวนการทำงานมีความน่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ	30 คะแนน
- ความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมและผลลัพธ์ (Outcome-based) และสามารถวัดผลได้	30 คะแนน
- แนวคิดการสื่อสาร (Big Idea) มีความโดดเด่น ทันสมัย และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ กนอ. ยุคใหม่ (ความสามารถในการสื่อสารสู่ระดับสากล)	20 คะแนน
- ความชัดเจนในการดำเนินงานและการส่งมอบงาน	20 คะแนน
<b>วิธีการให้คะแนน :</b> พิจารณาถึงการอธิบายศึกษากรอบแนวคิด โดยพิจารณาความชัดเจนที่สามารถดำเนินการได้จริงหรือวิธีการจัดกิจกรรมที่ดี มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แสดงให้เห็นถึงการดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ได้จริง มีระดับการให้คะแนน ดังนี้	
- ข้อเสนอ มีรายละเอียดครบถ้วนทุกองค์ประกอบตามข้อ 4.1 และ 4.2 มีการวิเคราะห์ Branding อย่างเป็นระบบ ใช้ข้อมูลสนับสนุนชัดเจน มีกลยุทธ์สื่อสารออนไลน์ครบทุกช่องทางที่กำหนด มีการกำหนด KPI ครบถ้วนตามเกณฑ์ TOR และมีแผนดำเนินงานรวมถึงการประเมินผลที่ชัดเจน สามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายได้จริง	<u>ได้คะแนนเต็ม</u>
- ข้อเสนอ มีรายละเอียดครบถ้วนในองค์ประกอบหลักตามข้อ 4.1 และ 4.2 แต่ยังขาดรายละเอียดบางส่วน เช่น การใช้ข้อมูลยังไม่ชัดเจนในบางช่องทาง หรือการกำหนด KPI ยังไม่ครบทุกแพลตฟอร์ม แต่โดยรวมยังสามารถดำเนินการได้และมีแนวโน้มบรรลุเป้าหมาย	<u>ได้คะแนนร้อยละ 80</u>
- ข้อเสนอ มีรายละเอียดในระดับพื้นฐาน แต่ยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างการวิเคราะห์ Branding กับกลยุทธ์สื่อสาร หรือไม่มีความชัดเจนในการกำหนด KPI และแผนสื่อในบางช่องทาง ทำให้ความเป็นไปได้ในการบรรลุ KPI ตาม TOR ยังไม่ชัดเจน	<u>ได้คะแนนร้อยละ 70</u>
- ข้อเสนอ ขาดรายละเอียดในหลายองค์ประกอบสำคัญ เช่น ไม่มีการวิเคราะห์ Branding ตามข้อ 4.1 อย่างชัดเจน หรือไม่มีแผนสื่อสารครบทุกช่องทางตามข้อ 4.2 รวมถึงไม่มี KPI ที่สอดคล้องกับ TOR ทำให้มีความเสี่ยงสูงในการดำเนินงาน	<u>ได้คะแนนร้อยละ 60</u>
- ไม่มีการนำเสนอแนวทางตามข้อ 4.1 และ 4.2 หรือเสนอข้อมูลไม่สอดคล้องกับขอบเขตงานที่กำหนด	<u>ไม่ได้คะแนน</u>
<b>1.2 แผนการใช้ข้อมูลและการเลือกสื่อ (Data-Driven &amp; Media Plan) ที่สอดคล้องครอบคลุมกับขอบเขตงานข้อ 4.3 (100 คะแนน: น้ำหนักร้อยละ 20)</b>	

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
- ความครบถ้วนและความเป็นระบบของแผนการดำเนินงานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การปรับปรุง และการรายงานผล โดยต้องมีความชัดเจน สามารถปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมและผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม	30 คะแนน
- พิจารณาจากความเหมาะสมและความครอบคลุมของแผนการใช้สื่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยต้องแสดงให้เห็นถึงการเลือกใช้ช่องทางสื่ออย่างครบถ้วน (Owned / Paid / Earned Media) และมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและยุทธศาสตร์ขององค์กร รวมทั้งสามารถสนับสนุนให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้จริง	30 คะแนน
- พิจารณาจากความสามารถในการนำข้อมูล (Data Analytics) มาใช้วิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) รวมถึงการเลือกช่วงเวลา (Timing) และช่องทางการสื่อสาร (Channel Selection) ได้อย่างเหมาะสม และแสดงให้เห็นถึงการนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของแผนงาน	20 คะแนน
- พิจารณาจากความชัดเจนในการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (เช่น Reach, Engagement, CTR, Conversion) โดยต้องมีความเชื่อมโยงกับผลลัพธ์ของโครงการ (Outcome-based) อย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงมีแนวทางในการติดตาม วิเคราะห์ และรายงานผลอย่างเป็นระบบ (Dashboard / Reporting) และสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์และการดำเนินงานได้	20 คะแนน
วิธีการให้คะแนน : พิจารณาจากความครบถ้วน ความเป็นระบบ และความสามารถในการนำข้อมูลมาใช้วางแผนสื่อและบริหารจัดการสื่อ โดยต้องสอดคล้องกับขอบเขตงานข้อ 4.3 อย่างเป็นรูปธรรม ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ วางแผน ดำเนินการ ปรับปรุง และรายงานผล)	
- ข้อเสนอ มีรายละเอียดครบถ้วนทุกองค์ประกอบตามข้อ 4.3 มีแผนงานเป็นระบบตั้งแต่การวางแผนจนถึงการรายงานผล มีการใช้ข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์อย่างชัดเจน มีการเลือกใช้สื่อครบทุกประเภทและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการกำหนด KPI ครบถ้วนและสามารถวัดผลได้จริง พร้อมระบบติดตามและปรับปรุงแผนงานอย่างต่อเนื่อง	ได้คะแนนเต็ม
- ข้อเสนอ มีรายละเอียดครบถ้วนในองค์ประกอบหลัก แต่ยังขาดรายละเอียดบางส่วน เช่น การใช้ข้อมูลยังไม่ครอบคลุมทุกมิติ หรือการกำหนด KPI ยังไม่ครบทุกประเภทสื่อ แต่โดยรวมยังสามารถดำเนินการได้และมีแนวโน้มบรรลุผล	ได้คะแนนร้อยละ 80
- ข้อเสนอ มีรายละเอียดในระดับพื้นฐาน แต่ยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูล กลุ่มเป้าหมาย และการเลือกสื่อ หรือไม่มีความชัดเจนใน KPI และระบบติดตามผล ทำให้ความเป็นไปได้ในการบรรลุผลยังไม่ชัดเจน	ได้คะแนนร้อยละ 70
- ข้อเสนอ ขาดรายละเอียดในหลายองค์ประกอบสำคัญ เช่น ไม่มีการใช้ข้อมูลในการวางแผน ไม่มีแผนสื่อที่ชัดเจน หรือไม่มี KPI ที่สามารถวัดผลได้ ทำให้มีความเสี่ยงสูงในการดำเนินงาน	ได้คะแนนร้อยละ 60
- ไม่มีการนำเสนอแผนการใช้ข้อมูลและแผนสื่อ หรือไม่สอดคล้องกับขอบเขตงานข้อ 4.3	ไม่ได้คะแนน
<b>1.3 การจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร สอดคล้องครอบคลุมกับขอบเขตงานข้อ 4.4 (100 คะแนน: น้ำหนักร้อยละ 10)</b>	
- มีการแนวคิดการออกแบบธีมงาน (Theme) และรูปแบบการนำเสนอการประกวดพื้นที่โมเดลรีไซเคิล มีความทันสมัย ภาพลักษณ์ด้านการใช้สิ่งแวดล้อมของ กนอ. ได้ชัดเจนและน่าสนใจ	30 คะแนน
- แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของแผนการประชาสัมพันธ์ประกาศเชิญชวนรวมถึงวิธีการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของนักศึกษามหาวิทยาลัย	30 คะแนน
- รายละเอียดแผนการบริหารจัดการกิจกรรมและมาตรฐานการปฏิบัติงาน พิจารณาจากความครบถ้วน ชัดเจน และสอดคล้องของแผนการบริหารจัดการกิจกรรม รวมถึงการกำหนดขั้นตอน วิธีดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบ และมาตรการควบคุมคุณภาพในการปฏิบัติงาน	20 คะแนน

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
<p>- แผนการสื่อสารภายหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม</p> <p>พิจารณาจากความเหมาะสมและประสิทธิภาพของแผนการสื่อสารภายหลังการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้ และเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของ กนอ. ต่อสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง</p>	20 คะแนน
<p>วิธีการให้คะแนน : คณะกรรมการจะพิจารณาจากความเหมาะสมของรูปแบบ แนวคิด และกระบวนการดำเนินงาน โดยอ้างอิงจากความครบถ้วนของรายละเอียด ความสอดคล้องกับขอบเขตงานข้อ 4.4 และความเป็นไปได้ในการดำเนินงานจริง รวมทั้งความสามารถในการสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ. ให้มีความทันสมัยและเป็นที่ยอมรับ โดยมีระดับการให้คะแนนดังนี้</p>	
<p>- ข้อเสนอมีรายละเอียดครบถ้วนทุกองค์ประกอบ อธิบายแนวคิด รูปแบบกิจกรรม แผนประชาสัมพันธ์ แผนบริหารจัดการ และแผนสื่อสารภายหลังงานได้อย่างชัดเจน เป็นระบบ และสามารถดำเนินการได้จริง โดยสะท้อนภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ. ได้อย่างโดดเด่นและเหมาะสม</p>	ได้คะแนนเต็ม
<p>- ข้อเสนอมีรายละเอียดครบถ้วนในองค์ประกอบหลัก และมีความชัดเจนโดยรวม แต่ยังขาดรายละเอียดบางส่วนที่ไม่ใช่สาระสำคัญ หรือยังอธิบายความเป็นไปได้ในการดำเนินงานได้ไม่ครบถ้วนทุกมิติ  อย่างไรก็ตาม ยังสามารถดำเนินการได้จริงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	ได้คะแนนร้อยละ 80
<p>- ข้อเสนอมีรายละเอียดในองค์ประกอบหลักบางส่วน แต่ยังขาดความชัดเจนหรือความครบถ้วนในสาระสำคัญ เช่น แนวคิดกิจกรรมยังไม่เด่นชัด แผนประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุม หรือแผนบริหารจัดการยังไม่เพียงพอต่อการแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการดำเนินงาน</p>	ได้คะแนนร้อยละ 70
<p>- ข้อเสนอขาดความชัดเจนหรือความครบถ้วนในหลายส่วนสำคัญ แม้อยู่มีบางเนื้อหาที่สามารถพิจารณาได้ แต่ยังไม่เพียงพอที่จะสะท้อนความพร้อม ความเป็นมืออาชีพ หรือความสามารถในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	ได้คะแนนร้อยละ 60
<p>- ไม่มีการอธิบายแนวคิด รูปแบบกิจกรรม หรือแผนการดำเนินงานตามที่กำหนด หรือข้อเสนอไม่สอดคล้องกับขอบเขตงานข้อ 4.4</p>	ไม่ได้คะแนน
<p><b>2. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนัก 20)</b> (คะแนนเต็มส่วนนี้ 100 คะแนน แล้วนำมาคำนวณถ่วงน้ำหนักร้อยละ 20)</p>	
<p><b>2.1 ผลงานเชิงคุณภาพ (80 คะแนน)</b> มีผลงานด้านการดำเนินงานสื่อสารองค์กร หรือการประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร หรือการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารขององค์กร มูลค่าไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท ย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันยื่นข้อเสนอ ให้กับองค์กรภาครัฐหรือเอกชนที่ กนอ. เชื้อถือ</p>	
<p>- มีผลงานตรงตามคุณสมบัติ มูลค่า 9,500,000 บาทขึ้นไป</p>	80 คะแนน
<p>- มีผลงานตรงตามคุณสมบัติ มูลค่า 5,000,001 บาท - 9,500,000 บาท</p>	75 คะแนน
<p>- มีผลงานตรงตามคุณสมบัติ มูลค่า 3,000,000 บาท - 5,000,000 บาท</p>	70 คะแนน
<p>โดยการให้คะแนนข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารผลงานที่ตรงตามคุณสมบัติ และให้ตามมูลค่าโครงการของผลงาน</p>	
<p><b>2.2 ผลงานเชิงปริมาณ (20 คะแนน)</b></p>	
<p>มีผลงานด้านประชาสัมพันธ์อื่น ๆ มูลค่าไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท ย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันยื่นข้อเสนอ ให้กับองค์กรภาครัฐหรือเอกชนที่ กนอ. เชื้อถือ</p>	
<p>- มีผลงานด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ผลงานขึ้นไป</p>	20 คะแนน
<p>- มีผลงานด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 - 4 ผลงาน</p>	15 คะแนน
<p>- มีผลงานด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 - 2 ผลงาน</p>	10 คะแนน

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
โดยการให้คะแนนข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารผลงานด้านประชาสัมพันธ์ และให้ตามจำนวนผลงานที่ยื่นข้อเสนอ	
<b>3. ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ (น้ำหนัก 10)</b> <b>(คะแนนเต็มส่วนนี้ 100 คะแนน แล้วนำมาคำนวณถ่วงน้ำหนักร้อยละ 10)</b>	
ในหัวข้อนี้จะพิจารณาข้อเสนอที่มีการเสนอเพิ่มเติมเพื่อให้การดำเนินงานตาม TOR สำเร็จลุล่วงไปตามวัตถุประสงค์ โดยจะพิจารณาเฉพาะข้อเสนอที่เหมาะสม เป็นประโยชน์ และสอดคล้องกับการดำเนินโครงการ	
- มีข้อเสนอเพิ่มเติมตั้งแต่ 3 ข้อขึ้นไป โดยทุกข้อเสนอมีความชัดเจน ครบถ้วน สอดคล้องกับโครงการ และสามารถดำเนินการได้จริง พร้อมแสดงประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม	100 คะแนน
- มีข้อเสนอเพิ่มเติม 2 ข้อ โดยมีความชัดเจน สอดคล้องกับโครงการ และสามารถดำเนินการได้จริง	90 คะแนน
- มีข้อเสนออื่น ๆ เพิ่มเติม ที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับการดำเนินโครงการ 1 ข้อเสนอ	80 คะแนน
- ไม่มีข้อเสนอเพิ่มเติม หรือข้อเสนอไม่สอดคล้องกับโครงการ / ไม่สามารถดำเนินการได้จริง / ไม่มีรายละเอียดเพียงพอ	0 คะแนน
<b>หมายเหตุ:</b> จะพิจารณาให้คะแนนเฉพาะข้อเสนอที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามขอบเขตของงาน และเป็นประโยชน์ในงานที่จ้างนี้เท่านั้น	

