

ข้อกำหนดการจ้างดำเนินการ (Term of Reference)

โครงการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร กนอ. ประจำปี ๒๕๖๖

๑. หลักการและเหตุผล

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศให้เจริญเติบโตไปพร้อมๆ กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและการให้บริการสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันของผู้ประกอบการ อันส่งผลให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ ปัจจุบัน กนอ. มีการพัฒนาจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม ๖๗ แห่ง ซึ่งกระจายอยู่ใน ๑๖ จังหวัดทั่วประเทศ และท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง ซึ่งที่ผ่านมา กนอ. ประสบความสำเร็จในการพัฒนานิคมอุตสาหกรรม/ท่าเรืออุตสาหกรรม โดยสร้างสมดุลบนพื้นฐานการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อหนุนของภาคอุตสาหกรรม สังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลบนพื้นฐานของคุณธรรมและความโปร่งใส ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ กนอ. ยังได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการดำเนินงานการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City) ในนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ จังหวัดสงขลา การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน (Special Economic Zone: SEZ) รวมทั้งการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

จากบทบาทและภารกิจดังกล่าวข้างต้น ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน กนอ. จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการดำเนินการด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำของ กนอ. ในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้อง ทันเหตุการณ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการ ของ กนอ. อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มเป้าหมายทุกระดับและทุกภาคส่วน การสร้างความมั่นใจแก่สาธารณชนทั่วไป และผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม เพื่อการขยายการลงทุนในอนาคตและกลุ่มนักลงทุนใหม่ ให้มีความมั่นใจต่อการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม โดยการจัดจ้างบริษัทที่มีความชำนาญงานและประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ทั้งในงานด้านสื่อสารมวลชน และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และสามารถวางกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ระดับสาธารณชนและระดับท้องถิ่นเพื่อให้ กนอ. สามารถรักษาภาพลักษณ์ที่ดีได้อย่างต่อเนื่องและทันทุกสถานการณ์

24 nk

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อแจ้งประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ.

๒.๒ เพื่อสื่อสารบทบาท การกิจ และผลการดำเนินการของ กนอ. ในด้านต่างๆ ให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่าง กนอ. กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และลูกค้า อันจะนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดีในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม อีกทั้งทำให้เกิดการยอมรับและอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืนในอนาคต

๓. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ต้องไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ต้องไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ต้องไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ต้องไม่เป็นผู้ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ ต้องเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๘ ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอ

๓.๙ ต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๓.๑๑ ต้องมีผลงานประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ อย่างน้อยจำนวน ๑ โครงการ วงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดียวย้อนหลัง

23 25

ไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันที่งานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสาร ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ กนอ. เชื่อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาจ้างพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอโครงการ

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดในข้อ ๓.๑ - ๓.๑๑

๔. รายละเอียดและขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ รายละเอียดการจัดทำเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลที่สร้างความเข้าใจที่ดีแก่ประชาชนในวงกว้าง ด้วยการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก (Impact) จากการดำเนินงานของ กนอ. และนิคมอุตสาหกรรมที่มีต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม สังคมและประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ กนอ. และการบริหารจัดการนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับการมีนิคมอุตสาหกรรม และการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม กนอ. ได้วางกรอบความคิดและขอบเขตการดำเนินงานในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดเนื้อหาไว้ ๔ ด้าน ประกอบด้วย

๑) ประชาสัมพันธ์งานตามนโยบายรัฐบาล เช่น การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกหรืออีอีซี การพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรมสมาร์ทปาร์ค การพัฒนา นิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน เป็นต้น

๒) การประชาสัมพันธ์ภารกิจหลักของ กนอ. เช่น การพัฒนาและจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม และการให้บริการอนุมัติ อนุญาต การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในการกำกับดูแล การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงงานและนิคมอุตสาหกรรม การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การเฝ้าระวังและควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมในนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น

๓) การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานและทิศทางของ กนอ. เช่น สถานภาพการขยายพื้นที่ในนิคมอุตสาหกรรม เป้าหมายการขยายพื้นที่ รวมถึงการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของ กนอ. เป็นต้น

๔) การรายงานข้อเท็จจริงและการบริหารจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินในนิคมอุตสาหกรรม ดำเนินการรายงานข้อเท็จจริงได้อย่างถูกต้องครบถ้วน รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ในเรื่องที่สำคัญที่สังคมให้ความสนใจ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบต่อ กนอ.

๔.๒ รายละเอียดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

๔.๒.๑ ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนกลยุทธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ และต้องจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์รายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นการสื่อสาร (Issue) ช่องทางและระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งแผนให้ กนอ. พิจารณาเห็นชอบทุกสัปดาห์ที่สามของเดือน

๔.๒.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ. บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด กนอ. ดังนี้

๔.๒.๒.๑ การผลิตและเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์

๑) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ Free TV เคเบิลทีวี ทีวี่ดิจิตอล ในรายการและช่วงเวลาที่เหมาะสม และที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. อาทิ ช่อง ๓ เอชดี, ไทยรัฐทีวี, ทีเอ็นเอ็น ๑๖, ไทยพีบีเอส เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง

๒) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่สื่อบูชาประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ Free TV เคเบิลทีวี ทีวี่ดิจิตอล ในรายการและช่วงเวลาที่เหมาะสม และที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. อาทิ ช่อง ๓ เอชดี, ไทยรัฐทีวี, ทีเอ็นเอ็น ๑๖, ไทยพีบีเอส เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง

๓) ผู้รับจ้างต้องจัดให้ผู้บริหาร กนอ. หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ กนอ. ให้สัมภาษณ์ในรายการโทรทัศน์ หรือสัมภาษณ์นอกสถานที่ และนำไปเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ที่มีการออกอากาศในระบบดิจิทัล ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐-๒๔.๐๐ น. ความยาว ๗-๑๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ในรายการที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. อาทิ ช่อง ๓ เอชดี, ไทยรัฐทีวี, ทีเอ็นเอ็น ๑๖, ไทยพีบีเอส เป็นต้น

๔.๒.๒.๒ การผลิตและเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์/สื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่ง่ายต่อการรับรู้ และดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมทั้งดำเนินการผลิต โดยจะต้องนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของงานให้ กนอ. พิจารณาล่วงหน้าอย่างน้อย ๓ วัน ก่อนการเผยแพร่ และจะต้องได้รับการเห็นชอบจาก กนอ. ก่อนนำไปเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยดำเนินงาน ดังนี้

๑) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่บทความประชาสัมพันธ์ (Advertorial) หรือบทสัมภาษณ์ หรือสื่อกฎพิเศษ ทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. ทั่วประเทศ เช่น ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ บางกอกโพสต์ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน เป็นต้น โดยมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว พิมพ์ ๔ สี หรือ ขาว/ดำ อย่างน้อย ๑๒ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ โดยเป็นพิมพ์ ๔ สีอย่างน้อย ๖ ครั้ง หรือขาว/ดำ อย่างน้อย ๖ ครั้ง โดย ๒ ใน ๑๒ ครั้ง จะต้องเป็นสื่อกฎผลการดำเนินงาน กนอ. ในโอกาส กนอ. ครบรอบ ๕๐ ปี และกิจกรรมปลูกป่าประจำปีของ กนอ.

๒) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) กิจกรรมของ กนอ. อย่างน้อย ๖๐ ข่าวตลอดสัญญาโครงการ โดยต้องมีการผลิตและเผยแพร่อย่างน้อยเดือนละ ๕ ข่าว พร้อมทั้งเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์แก่สื่อสิ่งพิมพ์แขนงต่างๆ ทั้งรายวัน ราย ๓ วัน รายสัปดาห์ สื่อออนไลน์ เว็บไซต์อื่นๆ ของสื่อสิ่งพิมพ์ ตามที่ กนอ. กำหนด โดยจะต้องได้รับการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทาง

(๓) ผู้รับจ้างต้องรวบรวมและจัดทำกฤตภาคข่าว (Clipping News) ของ กนอ. และข่าวที่เกี่ยวข้องกับ กนอ. และ กระทรวงอุตสาหกรรมจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อออนไลน์ประจำวัน และนำเสนอต่อผู้บริหาร กนอ. อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๔.๒.๒.๓ การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเครือข่าย Social Network ในช่องทางต่อไปนี้

๑) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ Key message และใส่แฮชแทก (Hashtag) พร้อมจัดหาภาพประกอบที่เกี่ยวข้องมาเผยแพร่ผ่าน Social Media ของ กนอ. ไม่น้อยกว่า ๕ ครั้งต่อเดือน เช่น Facebook, Twitter, Instagram เป็นต้น

๒) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ Facebook Fan Page ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. โปรโมทเพจเพื่อเพิ่มจำนวน Followers ของ Facebook Fan Page กนอ. : www.facebook.com/IndustrialEstateAuthorityOfThailand จากเดิมอีกจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ Followers โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ดำเนินงานให้มียอด Followers จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers ภายใน ๙๐ วัน นับจากฐานเดิม

- ดำเนินงานให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers ภายใน ๑๘๐ วัน

- ดำเนินงานให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers ภายใน ๒๗๐ วัน

- ดำเนินงานให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers ภายใน ๓๖๐ วัน

ข. ดำเนินการจัดทำ Content ภาษาไทย พร้อมสื่อประกอบ Artwork ให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ เรื่องตลอดสัญญาโครงการ

ค. จัดกิจกรรมออนไลน์เพื่อโปรโมท Facebook Fan Page โดยเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ กนอ. และจัดทำรางวัลสำหรับกิจกรรมพร้อมส่งมอบของรางวัลให้กับผู้โชคดี กิจกรรมละไม่น้อยกว่า ๓ รางวัลซึ่งมีมูลค่ารางวัลรวมไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ บาท จำนวนอย่างน้อย ๔ ครั้ง

๓) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ Twitter ของ กนอ. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ก. ดำเนินการนำเนื้อหาที่ผลิตขึ้นโดยใช้ Content ชุดเดียวกับ ข้อ ๔.๒.๒.๓ ข้อย่อย ๑) และต้องออกแบบสื่อประกอบบน Twitter ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงานตลอดสัญญาโครงการ

ข. ดำเนินการ Retweet ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ กนอ. จากบุคคลหรือ แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องมีการตรวจสอบข้อมูลที่ Retweet แล้วว่าข้อมูลมีความถูกต้อง และไม่เป็นข่าวที่สร้างความแตกแยกและสร้างความเสียหายให้กับบุคคลและสังคม

ค. ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและออกแบบ Cover Photo สำหรับ Twitter ๘ ชิ้นงาน โดยแบ่งเป็นงวดละ ๒ ชิ้นงานตลอดสัญญาโครงการ

ง. ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำ Content วันสำคัญต่างๆ และ วันสำคัญทางศาสนา พร้อมสื่อประกอบ Artwork ให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบันตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๔) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการในการดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ข้อมูลกับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ. (Facebook, Twitter) ทาง Message, Inbox และ

Comment กำหนดให้มี Respond Rate ร้อยละ ๑๐๐ โดยจะต้องประสานข้อมูลการตอบคำถามจากหน่วยงานต่างๆ และดำเนินการตอบกลับ ภายใน ๓๐ นาที พร้อมสรุปรายงานการตอบ คำถาม ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๔.๒.๒.๔ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อวิทยุ

๑) ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โดยการผลิตสเปดโฆษณา จำนวน ๔ ชิ้นงาน ความยาวชิ้นงานละไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ ในสถานีที่มีผู้ฟังเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับ กนอ. หรือเป็นรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

๒) ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โดยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสารคดีข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นภาษาอังกฤษ เผยแพร่ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ ในสถานีที่มีผู้ฟังเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับ กนอ. หรือเป็นรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

๓) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของ กนอ. ผ่านสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยในรายการข่าว ข่าวต้นชั่วโมง หรือรายการต่างๆ ของทางสถานี ตั้งแต่เวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. โดยผู้ดำเนินรายการต้องพูดประชาสัมพันธ์ ข่าว/ กิจกรรม กนอ. ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ

๔.๒.๒.๕ การบริหารงานด้านสื่อมวลชน

ผู้รับจ้างต้องประสานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม ดังนี้

๑) การจัดกิจกรรมที่ กนอ. กำหนด เช่น การแถลงข่าว การเยี่ยมชมความคืบหน้าโครงการต่างๆ ของ กนอ. การศึกษาดูงาน รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้บริหาร กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๒) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจรภายในประเทศ จำนวน ๒ ครั้ง ในสถานที่ที่ กนอ. เห็นสมควร โดยผู้รับจ้างเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในส่วนของสื่อมวลชนทั้งหมด เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (โดยในกิจกรรมแต่ละครั้ง ผู้รับจ้างจะต้องประสานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ โดยต้องประกอบด้วยสื่อโทรทัศน์ อย่างน้อย ๓ สถานี)

๓) การจัดกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร กนอ. เจ้าหน้าที่ กนอ. และสื่อมวลชน ใน ๒ รูปแบบ ประกอบด้วย

(ก) รูปแบบมอบกระเช้า เช่น พบปะบรรณาธิการข่าวเนื่องในวันครบรอบวันสถาปนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ (มูลค่ากระเช้าไม่เกิน ๓,๐๐๐ บาท)

(ข) รูปแบบ Thanks Press เช่น กิจกรรมดินเนอร์ทอล์ก กิจกรรม
จิบน้ำชายามบ่าย เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการ ดังนี้

ก. จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press
Release) พร้อมเอกสารสำหรับผู้สื่อข่าว สำหรับกิจกรรมตามข้อ ๔.๒.๒.๕ ข้อย่อย ๑) และ ๒)

ข. ประสานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ ประกอบด้วย
สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ โดยจะต้องได้รับการเผยแพร่ข้อมูลไปยังสื่อต่างๆ ไม่น้อยกว่า
๑๐ แหล่งข่าว ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องสรุปรายชื่อสื่อมวลชนที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ กนอ. ทราบล่วงหน้าก่อน
วันจัดงานอย่างน้อย ๑ วัน

ค. ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมสำหรับ
สื่อมวลชนที่เข้าร่วมกิจกรรม ตามข้อ ๔.๒.๒.๕ ข้อย่อย ๑), ๒), ๓) ข้างต้น

ง. ติดตามรวบรวมผลการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จหลังการ
จัดกิจกรรม แต่ละครั้งสำหรับกิจกรรมตามข้อ ๔.๒.๒.๕ ข้อย่อย ๑) และ ๒)

๔.๓ การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

๑) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่
ผ่านสื่อต่างๆ ทุกช่องทาง ประกอบด้วย

ก. สื่อโทรทัศน์

ข. สื่อสิ่งพิมพ์/ สื่อออนไลน์

ค. เครือข่าย Social Network

ง. สื่อวิทยุ

๒) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำผลการวิเคราะห์แนวทางการสื่อสาร รวมถึงทำการวิเคราะห์
ข่าวประชาสัมพันธ์ของ กนอ. ทุกช่องทาง รวมไปถึงเสนอแนวโน้มทิศทางของข่าวในอนาคต โดยเสนอแนะ
กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว พร้อมทั้ง
ประมวล/สรุปข่าวในประเด็นสำคัญ ที่เป็นแนวนโยบายที่สำคัญของรัฐที่ กนอ. เกี่ยวข้อง นำมาเรียบเรียง
เพื่อให้เห็นพัฒนาการของการดำเนินภารกิจของ กนอ. ตามแนวนโยบายดังกล่าว โดยจัดทำเป็นแผนงาน
รายเดือน

๓) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์ของ กนอ. ในรูปแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถใช้ลิงค์ในการเผยแพร่ได้ พร้อมจัดทำ
รายงานสรุปส่งให้แก่ กนอ. เมื่อสิ้นสุดสัญญา

๔.๔ การบริหารงานอื่นๆ

๑) ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีทีมงาน ประกอบด้วย

ก. ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถ ด้านการวิเคราะห์ การวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์ และมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว การบริหารงาน ประชาสัมพันธ์ หรือการบริหารสื่อมวลชน อย่างน้อย ๑๐ ปี จำนวน ๑ คน สามารถปฏิบัติงานภายใต้การ กำกับดูแลของกองสื่อสารองค์กร สำนักผู้ว่าการ กนอ. สำนักงานใหญ่ อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๓ วัน ตาม วันและเวลาราชการตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ รวมทั้งสามารถไปปฏิบัติงานนอกพื้นที่กรุงเทพฯ หรือนอกเวลาราชการได้ กรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน และต้องประพฤติ ปฏิบัติตน การแต่งกายเหมาะสมกับ สถานที่ราชการ

ข. ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความรู้ด้านสื่อดิจิทัล เพื่อบันทึก ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว หรือดำเนินการอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจาก กนอ. และมีประสบการณ์ด้าน ถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ อย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน สามารถเข้าปฏิบัติงานตามหมายงานที่ได้รับแจ้งจาก กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ รวมทั้งสามารถไปปฏิบัติงานนอกพื้นที่กรุงเทพฯ หรือนอกเวลา ราชการได้ กรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน และต้องประพฤติ ปฏิบัติตน การแต่งกายเหมาะสมกับสถานที่ ราชการ

ทั้งนี้ กนอ. มีสิทธิ์ในการขอปรับเปลี่ยนบุคลากรที่ทำหน้าที่ปฏิบัติงานประจำ ณ กนอ. สำนักงานใหญ่ หากเห็นว่าการปฏิบัติงานดังกล่าว ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งผู้รับจ้าง จะนำมาเป็นเหตุผลในความล่าช้าและความเสียหายมิได้

๒) ผู้รับจ้างต้องจัดทีมงานร่วมหารือ/ วางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยมีการติดตาม ประเมินผลและวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือที่อาจกระทบต่อ กนอ. อย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง

๓) ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนงานการบริหารจัดการกรณีเกิดข่าว Crisis ข่าวอันเป็นเท็จ หรือข่าวใดๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อ กนอ. และทำหน้าที่แก้ไขสถานการณ์ ดังกล่าวโดยทันที ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๔) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสำรวจและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของ กนอ. ในกลุ่ม สื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ก่อนเริ่มดำเนินงาน และก่อนสิ้นสุดโครงการ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์วางแผนงานประชาสัมพันธ์ในอนาคตต่อไป

๕. การดำเนินการของ กนอ.

๕.๑ กนอ. จะแจ้งกำหนดการจัดกิจกรรม และประเด็นต่างๆ สำหรับจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการนำไปถ่ายภาพและวิดีโอ

๕.๒ กนอ. จะสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้แก่ผู้รับจ้าง สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ภายใต้โครงการ

๖. เงื่อนไขการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนปฏิบัติงานของโครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานตาม (รายละเอียด ข้อ ๔.๒) ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ กนอ. ภายใน ๗ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเสนอผลการประเมินภาพลักษณ์ กนอ. ในปัจจุบัน พร้อมแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ภายใน ๓๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนดำเนินการผลิตและเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ รายเดือนต่อ กนอ. และเมื่อได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. จึงจะสามารถนำไปดำเนินการได้ต่อไป ในกรณีที่ชิ้นงานที่ผลิตไม่ได้คุณภาพ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องโดยไม่มีข้อโต้แย้ง พร้อมทั้งต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องทันทีและ/หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

๖.๔ สื่อทั้งหมดที่ผลิตขึ้น รวมทั้งที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ บทความต่างๆ ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์/สื่อออนไลน์ เครือข่าย Social Network และสื่อวิทยุ เป็นกรรมสิทธิ์ของ กนอ. และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานให้ กนอ. ตามกำหนดโดยไม่มีเงื่อนไข

๖.๕ ประเด็นในการนำเสนอ ต้องเป็นประเด็นที่ กนอ. ต้องการนำเสนอเป็นสำคัญ หรือสื่อมวลชน และประชาชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ และเป็นประเด็นที่ต้องมีการชี้แจงสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องต่อสาธารณชน

๖.๖ หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในการดำเนินการตามแผนงาน ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับฯ รับทราบล่วงหน้าก่อน และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

๖.๗ ในการดำเนินงานต่างๆ ผู้รับจ้างต้องตระหนักในการรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และผลประโยชน์ของ กนอ. เป็นลำดับแรกอย่างเคร่งครัด ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ และต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ กนอ.

๖.๘ กนอ. สงวนสิทธิ์ที่จะทำการแก้ไขหรือเพิ่มเติมหรือลดเนื้องานตามสัญญาโครงการได้ทุกอย่าง โดยไม่ต้องยกเลิกสัญญานี้ ซึ่งการเพิ่มเติม/ลดงาน จะต้องคิดและตกลงราคากันใหม่

๖.๙ การดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร กนอ. ประจำปี ๒๕๖๖ ของผู้รับจ้างจะต้องเป็นไปตามกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๓ เจือปนไขด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว ๗๘ ลงวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๕

๗. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินงาน ๓๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานให้แก่ กนอ. ดังต่อไปนี้

๘.๑ ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนกลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ พร้อมจัดทำแผนการดำเนินงานและกิจกรรมการดำเนินงานของ กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ และเสนอแผนปฏิบัติงานเดือนที่ ๑ ของสัญญาจ้าง ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ กนอ. ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และผลการประเมินภาพลักษณ์ กนอ. ในปัจจุบันพร้อมแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘.๒ ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน และต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ที่ดำเนินการแล้วตามแผนงานพร้อมเอกสารบทความ และอื่นๆ ที่นำออกเผยแพร่ทั้งหมด จำนวน ๓ ชุด ให้คณะกรรมการตรวจรับฯ ภายใน ๑๐ วันทำการ นับจากวันสิ้นสุดการดำเนินการในแต่ละงวด จำนวน ๔ งวด ดังต่อไปนี้

งวด	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
งวดที่ ๑	๑. แผนกลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ พร้อมจัดทำแผนการดำเนินงานและกิจกรรมการดำเนินงานของ กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ ๒. แผนปฏิบัติงานเดือนที่ ๑ ของสัญญาจ้าง ๓. ผลการประเมินภาพลักษณ์ กนอ. ในปัจจุบันพร้อมแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

20, 25

งวด	เนื้อหาางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	๔. ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย ข้อ ๔.๒.๒.๑ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๒.๒ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน ๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News) ข้อ ๔.๒.๒.๓ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง ๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ๓) Twitter ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน ข้อ ๔.๒.๒.๔ ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง	ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา
งวดที่ ๒	ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย ข้อ ๔.๒.๒.๑ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๒.๒ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวด	เนื้อหาางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน ๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News) ข้อ ๔.๒.๒.๓ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง ๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ๓) Twitter ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน ข้อ ๔.๒.๒.๔ ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง	
งวดที่ ๓	ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย ข้อ ๔.๒.๒.๑ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๒.๒ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน ๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News) ข้อ ๔.๒.๒.๓ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง ๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง	ภายใน ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

20/25

งวด	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	๓) Twitter ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน ข้อ ๔.๒.๒.๔ ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง	
งวดที่ ๔	ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย ข้อ ๔.๒.๒.๑ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๒.๒ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน ๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News) ข้อ ๔.๒.๒.๓ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง ๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ๓) Twitter ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน ข้อ ๔.๒.๒.๔ ๑) จำนวน ๔ ชิ้นงาน และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้ง ตลอดสัญญาโครงการ	ภายใน ๓๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวด	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ข้อ ๔.๒.๒.๕ รายงานผลการจัดกิจกรรมการบริหารงาน ด้านสื่อมวลชน ตลอดสัญญาโครงการ	

๙. เงื่อนไขการชำระเงิน

กนอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานแล้วเสร็จครบถ้วนตามรายละเอียดและขอบเขตของงานที่กำหนด และส่งมอบงานให้แก่ กนอ. เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุดำเนินการตรวจรับงานตามขอบเขตการดำเนินงานตามสัญญาจ้างและคณะกรรมการตรวจรับฯ ให้ความเห็นชอบแล้ว โดยแบ่งการชำระเงินค่าจ้างออกเป็น ๔ งวดดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ ให้แก่ กนอ.

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ ให้แก่ กนอ.

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๓ ให้แก่ กนอ.

งวดที่ ๔ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๔ ให้แก่ กนอ.

๑๐. การคิดค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้ครบถ้วนตามสัญญากำหนดในแต่ละงวด ต้องยินยอมให้ปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๒ ของค่าจ้างแต่ละงวดนับถัดจากวันที่ครบกำหนดจนถึงวันที่ปริมาณงานครบถ้วนถูกต้อง

๑๑. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารข้อเสนอและยื่นตามบัญชีเอกสารในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนในรูปแบบ Portable Document Format (PDF File) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

29 24

๑๑.๑ เอกสารเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ประกอบด้วยเอกสารอย่างน้อยดังต่อไปนี้

๑๑.๑.๑ หลักฐานนิติบุคคล

(๑) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน ๖ เดือนก่อนวันยื่นข้อเสนอ และสำเนาบัญชีรายชื่อหุ้นส่วน โดยผู้จัดการผู้มีอำนาจควบคุมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) กรณีเป็นบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนและวัตถุประสงค์นิติบุคคลซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน ๖ เดือนก่อนวันยื่นข้อเสนอ หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น โดยกรรมการผู้มีอำนาจทำการแทนนิติบุคคลลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

๑๑.๑.๒ สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.๒๐) หรือ ภพ.๐๑ หรือ ภพ.๐๙ ของกรมสรรพากร โดยกรรมการผู้มีอำนาจทำการแทนนิติบุคคลลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

๑๑.๑.๓ สำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาซึ่งแสดงถึงควมมีคุณสมบัติด้านผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดในข้อ ๓.๑๑

๑๑.๑.๔ เอกสารหลักฐานอื่นๆ แสดงถึงควมมีคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนดในข้อ ๓ และเอกสารอื่นๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๑๑.๑.๕ หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนในการยื่นข้อเสนอในกรณีที่ผู้มีอำนาจไม่สามารถทำการยื่นเอกสารด้วยตนเอง พร้อมสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรอื่นใดที่มีรูปซึ่งออกให้โดยทางราชการและยังไม่หมดอายุของทั้งผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

๑๑.๑.๖ กรณีเป็นการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า นอกจากยื่นหลักฐานตามข้อ ๑๑.๑.๑ - ๑๑.๑.๕ แล้ว ให้ยื่นสำเนาหนังสือข้อตกลงหรือสัญญาร่วมค้า พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง เว้นแต่กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจจากผู้ร่วมค้าทุกราย แต่สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจดังกล่าวข้างต้น ดำเนินการซื้อและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง หรือดาวน์โหลดเอกสารประกวด

ราคาอิเล็กทรอนิกส์กรณีที่ไม่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง จึงจะมีสิทธิในการเข้ายื่นข้อเสนอในนาม
กิจการร่วมค้าได้

๑๑.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ประกอบด้วย

๑๑.๒.๑ แผนกลยุทธ์และแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร
ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ ที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมทั้งกำหนดประเด็นการ
สื่อสารที่เหมาะสม

๑๑.๒.๒ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อ ๓

๑๑.๒.๓ เอกสารแสดงประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

๑๑.๒.๔ เอกสารแสดงคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของตาม ข้อ ๔.๔

ข้อย่อย ๑)

๑๑.๒.๕ แผนและวิธีการดำเนินงาน

๑๑.๒.๖ ตัวอย่างผลงานการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อบริษัทประชาสัมพันธ์
และบทความประชาสัมพันธ์ (Advertorial) เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านอุตสาหกรรม ด้านสิ่งแวดล้อม
 เป็นต้น

๑๑.๓ ข้อเสนอด้านราคา

ให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง (ระบบ e -
GP) ตามแบบวิธีและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๑๒. หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแผนกลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์
และต้องจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์รายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นการสื่อสาร (Issue) ช่องทางและ
ระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอที่ไม่อยู่
บนพื้นฐานเดียวกัน จึงจำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน กนอ. จะดำเนินการจัดจ้างโดย
วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือก
ผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์ราคา และ
เกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักระหว่างเกณฑ์ราคา ร้อยละ ๒๐ และเกณฑ์อื่นๆ
(ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ ๘๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อ
สิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

๑๒.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน ๑ ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น

๑๒.๒ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่างๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่างๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่างๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

๑๒.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อเสนอผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะประโยชน์ต่อ กนอ. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๒.๒ โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ตามภาคผนวก ก.

ในการพิจารณาให้คะแนนตามที่กำหนด คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอและอธิบายรายละเอียดตามข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนในหัวข้อนั้นๆ มากที่สุด ข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามหลักเกณฑ์การให้คะแนน หรือตามความเหมาะสมหรือสัดส่วน

๑๒.๔ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๑๒.๓ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยนำคะแนนข้อเสนอเทคนิคที่ได้รับถ่วงน้ำหนักตามสัดส่วนตามสัดส่วนเกณฑ์ราคา และเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ที่กำหนด สำหรับคะแนนข้อเสนอด้านราคาจะให้คะแนนตามช่วงความต่างของราคาที่เสนอแต่ละราย โดยระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement : e-GP) จะพิจารณาให้คะแนนในระบบ หลังจากนั้นระบบจะจัดเรียงตามคะแนนไว้ ๓ ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของ กนอ. ต่อไป

29 225

๑๒.๕ กรณีผู้ที่ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด กนอ. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๓. เงื่อนไขอื่นๆ

๑๓.๑ ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดขึ้นในการนำเสนองาน ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ว่าจะได้รับ การ พิจารณาคัดเลือก จาก กนอ. หรือไม่ก็ตาม

๑๓.๒ กนอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอ ทั้งนี้ ใหัมติของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุดโดยไม่มีการอุทธรณ์ใดๆ ทั้งสิ้น โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จาก กนอ. และขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาไม่คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายต่ำสุดในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนออาจจะไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือความประสงค์ของ กนอ. หรืออาจจะสร้างความเสียหายให้กับ กนอ. ได้

๑๓.๓ ราคาที่เสนอจะต้องกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา

๑๔. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามสัญญาอย่างเคร่งครัด และในระยะเวลาการดำเนินงาน ผู้รับจ้างพึงปฏิบัติตามหลักมาตรการที่กฎหมายและระเบียบกำหนดไว้โดยเคร่งครัด

ภาคผนวก ก.

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

โครงการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร กนอ. ประจำปี ๒๕๖๖

การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคจะใช้วิธีการประเมินข้อเสนอและให้เป็นคะแนนใน ๓ หัวข้อ รวม ๑๐๐ คะแนน

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๑. แผนและวิธีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร (น้ำหนักร้อยละ ๖๐)	๑๐๐ คะแนน
๑.๑ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	(๔๐ คะแนน)
- มีการอธิบายหลักการเหตุผล - มีรายละเอียดแนวความคิดการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยอธิบายได้อย่างชัดเจนครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ - มีการวิเคราะห์ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของ กนอ. และเป็นการวิเคราะห์ที่สมเหตุผล สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของโครงการฯ - มีการนำเสนอตัวอย่างชิ้นงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ กนอ.	๔๐ คะแนน
- มีการอธิบายหลักการเหตุผล - มีรายละเอียดแนวความคิดการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยอธิบายได้อย่างชัดเจนครบถ้วน สอดคล้องวัตถุประสงค์ของโครงการฯ แต่ไม่มีการวิเคราะห์ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของ กนอ. และตัวอย่างชิ้นงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ กนอ.	๓๐ คะแนน
- มีการอธิบายหลักการเหตุผล - มีรายละเอียดแนวความคิดการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ แต่อธิบายไม่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ	๒๐ คะแนน
- มีการอธิบายหลักการเหตุผล แต่ไม่มีรายละเอียดแนวความคิดการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	๑๐ คะแนน
๑.๒ แผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	(๓๐ คะแนน)
- มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน มีรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนชัดเจน - ระยะเวลาดำเนินงานแต่ละขั้นตอนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงาน แสดงให้เห็นว่าจะสามารถปฏิบัติได้สำเร็จตามแผนงาน	๓๐ คะแนน

๒๕ ๒๕

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนนเต็ม
- มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนชัดเจน - ระยะเวลาดำเนินงานแต่ละขั้นตอนไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงาน หรือขัดแย้งกันในแต่ละขั้นตอน และไม่อาจแสดงให้เห็นว่าสามารถปฏิบัติได้สำเร็จตามแผนงาน	๒๐ คะแนน
- มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีรายละเอียดคำอธิบายให้เข้าใจ และไม่อาจแสดงให้เห็นว่าสามารถปฏิบัติได้สำเร็จตามแผนงาน	๑๐ คะแนน
๑.๓ วิธีดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	(๓๐ คะแนน)
- มีวิธีดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนรายละเอียดในการดำเนินงานผลิตสื่อและช่องทางในการเผยแพร่ที่ชัดเจนสอดคล้องแผนการดำเนินงาน - มีการเลือกรูปแบบ/ช่องทางในการประชาสัมพันธ์สื่อ โดยมีการเลือกใช้สื่อและช่องทางในการเผยแพร่ที่ชัดเจน สอดคล้องกับแผนงานการดำเนินงาน - มีการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเผยแพร่สื่อที่เลือกใช้ สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานได้จริงตามข้อเสนอ	๓๐ คะแนน
- มีวิธีดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนรายละเอียดในการดำเนินการผลิตสื่อและช่องทางในการเผยแพร่ที่ชัดเจนสอดคล้องแผนการดำเนินงาน - มีการเลือกรูปแบบ/ช่องทางในการประชาสัมพันธ์สื่อ แต่ไม่มีคำอธิบายการเลือกใช้สื่อหรือ เลือกสื่อไม่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน	๒๐ คะแนน
- มีวิธีดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ - ไม่มีการอธิบายรายละเอียดวิธีการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน	๑๐ คะแนน
๒. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนักร้อยละ ๓๐)	๑๐๐ คะแนน
๒.๑ ผลงานเชิงคุณภาพ	(๖๐ คะแนน)
- มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และตรงตามคุณสมบัติ จำนวน ๒ ผลงานขึ้นไป (โดยคะแนนลดหลั่นตามสัดส่วนตามจำนวนผลงาน โดยเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน)	๖๐ คะแนน
- มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และตรงตามคุณสมบัติ จำนวน ๑ ผลงาน	๓๐ คะแนน

29/2A

ข้อพิจารณาการให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๒.๒ ผลงานเชิงปริมาณ	(๔๐ คะแนน)
- จำนวนผลงานโครงการประชาสัมพันธ์อื่นๆ ทุกวงเงินที่ผ่านมา ถือเป็นผลงานของ (Company Profile) (ที่มีผลงานมากที่สุดจะได้คะแนนเต็ม โดยคะแนนลดหลั่นตามสัดส่วนตามจำนวนผลงาน โดยเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน)	๔๐ คะแนน
๓. คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)	๑๐๐ คะแนน
ประสบการณ์ของบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร - บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว จับประเด็น ที่สามารถนำมาเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือบริบทองค์กร โดยบุคลากรจะต้องมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์อย่างน้อย ๑๐ ปี (ที่มีประสบการณ์มากที่สุดจะได้คะแนนเต็ม สำหรับรายอื่นคะแนนจะลดหลั่นตามจำนวนปีประสบการณ์ของแต่ละบุคคล)	๑๐๐ คะแนน

22/24