

ขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference : TOR)
โครงการผลิตสื่อและเผยแพร่การพัฒนาท้องถิ่นและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ผ่านผลงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยพระอัจฉริยภาพและสายพระเนตรอันกว้างไกลในการพัฒนาประเทศและราษฎรของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจ ด้วยความวิริยะอุตสาหะในฐานะพ่อของแผ่นดิน ทรงสนพระทัยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของราษฎร โดยทรงนำความรู้ทางสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการพัฒนา โดยทรงมุ่งให้เกิดการพัฒนาคน ให้อยู่ได้ด้วยการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ กอปรกับพระมหากรุณาธิคุณและสายพระเนตรอันยาวไกลของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงให้ความสำคัญกับการศึกษาและทรงมุ่งหมายให้คนไทยมีคุณลักษณะ ๔ ประการ ได้แก่ มีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง มีพื้นฐานที่มั่นคงเข้มแข็ง มีอาชีพ มีงานทำและเป็นพลเมืองดีมีระเบียบวินัย อันเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้น้อมนำแนวทางพระราชดำริ และ “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และพระบรมราโชบายของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๑๐ รวมทั้งแนวทางของพระบรมวงศานุวงศ์มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในด้านการนำองค์ความรู้ด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาช่วยในการพัฒนาท้องถิ่น อาทิ การพัฒนาการศึกษา ด้านการเกษตร ด้านสาธารณสุข การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ การสนับสนุนเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้เกษตรสมัยใหม่ การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของเศรษฐกิจฐานราก โดยมุ่งเน้นองค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม สมัยใหม่ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าให้สามารถลดต้นทุนการผลิตเพิ่มรายได้ ตลอดจนการยกระดับ การพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ซึ่งจำเป็นต้องมีองค์ความรู้ด้าน อววน. อย่างครบวงจร ส่งผลให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นและการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ทั่วประเทศได้ทราบถึงพระอัจฉริยภาพและพระมหากรุณาธิคุณของทั้ง ๒ พระองค์ จึงได้จัดทำสื่อที่แสดง ผลงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ได้น้อมนำและสานต่อองค์ความรู้ให้ แพร่ขยายไปในวงกว้างและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้สื่อสารกับสาธารณชนได้ในวงกว้างและได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเทิดพระเกียรติและน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงนำการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มาพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของ พสกนิกรบนพื้นฐานความพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วประเทศทราบถึงผลงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ได้น้อมนำแนวทางพระราชดำริ และ “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และพระบรมราโชบายของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๑๐ รวมทั้งแนวทางของพระบรมวงศานุวงศ์ ให้แพร่ขยายไปในวงกว้าง และเกิดการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน



๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ นิสิต นักศึกษา

๓.๒ ผู้ประกอบการชุมชน

๓.๓ ประชาชนทั่วไป

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ จัดให้มีการวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) และศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ด้วยการสำรวจตลาดและพฤติกรรมของผู้รับสาร (Marketing Survey) โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑) จัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) การใช้สื่อสังคมเดีย บนสื่อสังคมออนไลน์ โดยการนำ Data Analytics ผ่านการรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการรับฟังความคิดเห็น ของชุมชนออนไลน์ (Social Listening) การวิเคราะห์แนวโน้มเนื้อหาที่น่าสนใจจากผู้ให้บริการเนื้อหาที่มีความ ใกล้เคียงกันกับองค์กร (Content Marketing Matrix) พร้อมการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience Persona) ให้ชัดเจน โดยต้องมีประสบการณ์การทำงานกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน ที่มีชื่อเสียง

๒) จัดทำแผนวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) การใช้สื่อสังคมเดียบนสื่อสังคม ออนไลน์ของกระทรวง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) โดยกำหนดรูปแบบ วิธีการ รวมทั้งเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ นำมา วิเคราะห์ผลการเผยแพร่เนื้อหาผ่านเครื่องมือ อาทิ Meta Business Suite, Twitter for Professionals, Youtube Studio และ TikTok Business เป็นต้น ด้วยการประเมินคุณภาพการเผยแพร่และสถิติการรับชม ในมิติต่าง ๆ ส่งผู้ว่าจ้างในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (.PDF) ผ่านแอปพลิเคชันไลน์หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ภายใน ๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๓) จัดทำแผนศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ด้วยการสำรวจตลาดและพฤติกรรมของผู้รับสาร (Marketing Survey) บนสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอการผลิตเนื้อหาที่มี ความสร้างสรรค์ มีคุณภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดหมวดหมู่เนื้อหาที่มีความ สร้างสรรค์ด้วยเครื่องมือวางแผนการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing Matrix) ร่วมกับการประเมิน ความถี่ในการเผยแพร่ที่เหมาะสมเพื่อกลยุทธ์การเผยแพร่ที่ออกแบบมาเพื่อกระทรวงโดยเฉพาะ ส่งผู้ว่าจ้าง ภายใน ๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (.PDF) ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

๔) จัดทำแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อสังคมเดียบนสื่อสังคมออนไลน์ของ กระทรวง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) โดยนำผลการวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) และผลการศึกษาความเป็นไปได้ ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ด้วยการสำรวจตลาดและพฤติกรรมของผู้รับสาร (Marketing Survey) นำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาเนื้อหา รูปแบบการผลิต ชิ้นงาน การออกแบบการใช้สื่อบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงกับพฤติกรรมของ กลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำ (Suggestion & Consult) เพื่อเป็นกรอบในการวางแผนกลยุทธ์

สุกานต์  ๒

ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประโยชน์ต่อการกิจหลักของกระทรวง โดยส่งให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาเห็นชอบก่อนเริ่มการปฏิบัติงาน ภายใน ๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (.PDF) ผ่านแอปพลิเคชันไลน์หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

๔.๒ ผลิตสื่อและเผยแพร่ผลงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้าง โดยมีรายละเอียดของงานดังนี้

๑) ผลิตสื่อภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก โค้ดคำพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว หรือภาพเคลื่อนไหว จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน พร้อมจัดทำข้อความ (Caption) รวมถึงกำหนดแฮชแท็ก (Hashtag) ที่น่าสนใจ เผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก (Facebook) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และต้องสร้างการมีส่วนร่วมโดยการกดถูกใจหรือแสดงความคิดเห็นหรือแชร์โพสต์ และสร้างการรับรู้โดยรวมไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ครั้ง รวมถึงทำให้มีผู้ถูกใจหรือมีผู้ติดตามเพจเพิ่มมากขึ้นจากจำนวนเดิมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน

๒) ผลิตสื่อภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก โค้ดคำพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว หรือภาพเคลื่อนไหว โดยใช้เนื้อหาจากข้อ ๑) มาปรับให้เหมาะสม หรือเนื้อหาอื่น ๆ นอกจากข้อ ๑) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน พร้อมจัดทำข้อความ (Caption) รวมถึงกำหนดแฮชแท็ก (Hashtag) ที่น่าสนใจ เผยแพร่ทางอินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และต้องทำให้มีผู้ถูกใจหรือมีผู้ติดตามเพจเพิ่มมากขึ้นจากเดิมจำนวนรวมทั้ง ๒ แพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน

๓) ผลิตสื่อวีดิทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที (Short Clip) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน ความละเอียดสูงระดับเอชดี (High Definition) ตั้งแต่ 720P ขึ้นไป โดยผลิตด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูง มีเทคนิคการถ่ายทำ ที่มีความสร้างสรรค์ การตัดต่อ การทำกราฟิกโมชัน (Graphic Motion) พร้อมจัดทำข้อความ (Caption) กำหนดแฮชแท็ก (Hashtag) ที่น่าสนใจ รวมถึงการออกแบบภาพหน้าปก (Thumbnail) ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เผยแพร่ทางติ๊กต็อก (TikTok) และยูทูบ (Youtube) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และต้องสร้างการมีส่วนร่วมโดยการกดถูกใจหรือแสดงความคิดเห็นหรือแชร์โพสต์ และสร้างการรับรู้โดยรวมไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ครั้ง รวมถึงทำให้มีผู้ถูกใจหรือมีผู้ติดตามเพจเพิ่มมากขึ้นจากเดิมจำนวนรวมทั้ง ๒ แพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บัญชีผู้ใช้งาน

๔.๓ ดูแลรักษาแอคเคาท์สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) ให้มีความปลอดภัย รวมถึงมีมาตรการในการป้องกันไม่ให้ระบบแอคเคาท์สื่อสังคมออนไลน์เสียหายหรือหายไป

๔.๔ จัดให้มีที่ปรึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ได้มีการกำหนดไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน เพื่อให้คำปรึกษาในการจัดทำแผนการดำเนินงานของโครงการ พร้อมให้คำปรึกษา แนะนำ และเสนอประเด็นในการผลิตสื่อต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้างและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและช่องทางที่จะเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์นั้น ๆ ตลอดอายุสัญญา

๔.๕ จัดให้มีการประชุมติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานโครงการในรูปแบบ Onsite หรือ Online จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

๔.๖ จัดให้มีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) เกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้โครงการผลิตสื่อและเผยแพร่การพัฒนาท้องถิ่นและการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านผลงานของกระทรวง เป็นไปตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาทักษะการเขียนเนื้อหา (Content) การผลิตสื่อ (Production) และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงทักษะการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล (Data Analysis) จากสื่อสังคมออนไลน์ของ

สุกัญญา 

กระทรวง แก่บุคลากรของกลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๔ คน จำนวน ๑ ครั้ง โดยมีรายละเอียดของงาน ดังนี้

๑) ออกแบบหลักสูตรเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับหน่วยงานภาครัฐและทักษะการวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล (Data Analysis) จากสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง เพื่อนำไปถ่ายทอดแก่บุคลากรของกลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๒) เชิญวิทยากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ฐานข้อมูล (Data Analysis) จากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน

๓) จัดหาสถานที่ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดหาสถานที่ ค่าเดินทาง ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๒ วัน ๑ คืน (วันเสาร์-วันอาทิตย์) พร้อมจัดทำกำหนดการให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาเห็นชอบก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๖. วงเงินในการจัดจ้าง

วงเงิน ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว

๗. การส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างจะชำระเงินร้อยละ ๑๐๐ เมื่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับพัสดุตามขอบเขตการดำเนินงานตามสัญญาจ้างทุกประการเรียบร้อยแล้ว โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบรายงานในรูปแบบเอกสาร จำนวน ๒ ชุด และบันทึกรายงานและงานที่ดำเนินการทั้งไฟล์ฉบับสมบูรณ์ (.AVI/.MPEG-4/.WMV/.FLV/.PDF/.JPEG หรือสกุลอื่นใด) และไฟล์อาร์ตเวิร์ค (.PRPROJ/.DOC/.DOCX/.AI/.PSD หรือโปรแกรมอื่นใด) ที่สามารถแก้ไขได้บนระบบปฏิบัติการ PC/MAC พร้อมไฟล์ภาพและภาพเคลื่อนไหวต้นฉบับ และไฟล์ตัวอักษรที่ใช้ ลงในฮาร์ดดิสก์ (External Hard Disk) ที่มีความจุตามความเหมาะสม จำนวน ๒ ชุด ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดของงานที่ส่งมอบ ดังนี้

๗.๑ รายงานสรุปการวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) การใช้สื่อมัลติมีเดียบนสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง

๗.๒ รายงานสรุปการศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ด้วยการสำรวจตลาดและพฤติกรรมของผู้รับสาร (Marketing Survey)

๗.๓ แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อมัลติมีเดียบนสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง

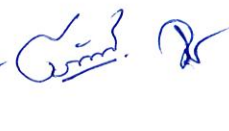
๗.๔ รายงานผลการดำเนินงานผลิตสื่อและเผยแพร่

๗.๕ รายงานการดูแลรักษาแอดเคาท์สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวง

๗.๖ รายงานการทำงานของที่ปรึกษา

๗.๗ รายงานการประชุมติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานโครงการ

๗.๘ รายงานการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training)

อธิการบดี 

๘. สถานที่ส่งมอบงานจ้าง

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เลขที่ ๗๕/๔๗ อาคาร พระจอมเกล้า ซอยโยธี ถนนพระรามที่ ๖ แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๙. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๙.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๙.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๙.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๙.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๙.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๙.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๙.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๙.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๙.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๙.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
- ๙.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในลักษณะเดียวกับงานจ้างตามโครงการอย่างน้อย ๑ ผลงาน วงเงินไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ บาท (สี่แสนบาทถ้วน) สัญญาเดียวและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติในฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ โดยผลงานดังกล่าวจะต้องส่งมอบแล้วเสร็จมาแล้วไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอราคา ทั้งนี้ จะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาหรือสำเนาใบสั่งจ้างของหน่วยงานดังกล่าว

๑๐. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและการจัดทำข้อเสนอ

ในการพิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐
๒. ข้อเสนอทางด้านเทคนิคและข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพตามสัดส่วน ๑๐๐ คะแนน ดังนี้



ข้อที่	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
๑	การวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) และศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)	๓๕
	นำเสนอการวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) และติ๊กต็อก (TikTok) และศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ด้วยการสำรวจตลาดและพฤติกรรมของผู้รับสาร (Marketing Survey) - ประวัติของผู้เชี่ยวชาญ ๕ - แนวทางการวิเคราะห์ฐานข้อมูลของแต่ละแพลตฟอร์ม ๑๐ - แนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละแพลตฟอร์ม ๑๐ - แนวทางการออกแบบแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ๑๐	
๒	การผลิตสื่อและเผยแพร่	๓๐
	นำเสนอรูปแบบการผลิตสื่อและเผยแพร่ผลงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้าง - รูปแบบและความน่าสนใจของสื่อภาพกราฟิก ภาพอินโฟกราฟิก โค้ดคำพูด ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว หรือภาพเคลื่อนไหว ๑๐ - รูปแบบและความน่าสนใจของสื่อวีดิทัศน์ ๑๐ - แนวทางการจัดทำข้อความ (Caption) แฮชแท็ก (Hashtag) และภาพหน้าปก (Thumbnail) ๕ - การนำเสนอวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมและวิธีการทำให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นในแต่ละแพลตฟอร์ม ๕	
๓	การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training)	๒๐
	นำเสนอรูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training) เกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ที่สอดคล้องกับภารกิจหลักของกระทรวง - รูปแบบหลักสูตร ๑๐ - ประวัติวิทยากร ๕ - สถานที่ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ๕	
๔	ผลงานและประสบการณ์การทำงานของที่ปรึกษา ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ได้มีการกำหนดไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน	๕
๕	ผลงานผู้เสนอราคา : มีประสบการณ์และผลงานตรงในการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างในครั้งนี้	๕
๖	ข้อเสนอพิเศษอื่น ๆ	๕
รวม		๑๐๐

สุกฤษณ์  

ผู้ยื่นข้อเสนอจัดทำรายละเอียดข้อเสนอการดำเนินงานตามรูปแบบขอบเขตงานที่กำหนดและเสนอราคาเป็นราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว ดังนี้

๑) แนวทางการวิเคราะห์ฐานข้อมูล (Data Analysis) การศึกษาความเป็นไปได้ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) และแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

๒) รูปแบบการผลิตสื่อและเผยแพร่ผลงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานจ้าง

๓) รูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Training)

๔) ประวัติที่ปรึกษา ประกอบด้วยวุฒิการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ผลงานที่ผ่านมา รวมถึงประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่ได้มีการกำหนดไว้ในขอบเขตการดำเนินงานและอื่น ๆ ที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญในสายอาชีพ

๕) หลักฐานการมีประสบการณ์และผลงานตรงในการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานจัดจ้างในครั้งนี้

๖) ข้อเสนอพิเศษอื่น ๆ

๑๑. กำหนดยื่นราคา ไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน

๑๒. อัตราค่าปรับงานจ้าง

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลาหรือไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาจ้าง สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา

หากการส่งมอบงานล่าช้าหรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานนี้แล้ว สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมมีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมปฏิเสธนั้น นอกจากการปรับได้อีกด้วย

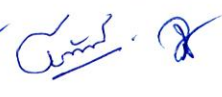
๑๓. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้าง หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากงานนี้ภายในกำหนด ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้มิเรียบร้อยหรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการแก้ไขให้เป็นที่ยอมรับโดยมิชักช้าโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

๑๔. เงื่อนไขอื่น ๆ

๑๔.๑ การประสานงานระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างในการทำงานตาม TOR นี้ จะต้องเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว

๑๔.๒ สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ในการผลิตสื่อตาม TOR นี้ จะต้องมีความเหมาะสม ไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดี และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลใด ถ้าหากสิ่งใดที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ในการผลิตสื่อเป็นงานอันมีทรัพย์สินทางปัญญา ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิใช้ประโยชน์ได้อย่างไม่มี

สุกมนตรี 

ข้อจำกัดและไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม และในกรณีที่มิบุคคลใดกล่าวอ้างว่า ผู้ว่าจ้างละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลนั้น ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและค่าเสียหายในเรื่องดังกล่าวทั้งสิ้น

๑๔.๓ สื่อที่ผู้รับจ้างผลิตและส่งมอบให้แก่ผู้ว่าจ้างตาม TOR นี้ จะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง และผู้ว่าจ้างมีสิทธิในการนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติมอีก และผู้รับจ้างจะนำไปจำหน่าย จ่าย โอน หรือสำเนาให้แก่บุคคลอื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

๑๔.๔ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการนำเสนองาน ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ว่าจะได้รับ การพิจารณาคัดเลือกจากคณะกรรมการจัดซื้อหรือจ้างหรือไม่ก็ตาม

๑๕. หน่วยงานรับผิดชอบโครงการ

กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

๑๖. สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูลเพิ่มเติมและส่งข้อเสนอแนะ วิचारณ์ หรือแสดงความคิดเห็น

ผู้สนใจให้ข้อวิจารณ์ ข้อเสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างขอบเขตของงานนี้ ต้องแสดงความคิดเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรไปยังหน่วยงานโดยเปิดเผยตัว

ชื่อผู้ติดต่อ นางสาวศิริลักษณ์ สิกขะบุรณะ

กลุ่มสื่อสารองค์กร

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

เลขที่ ๗๕/๔๗ อาคารพระจอมเกล้า ซอยโยธี ถนนพระรามที่ ๖ แขวงทุ่งพญาไท

เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

หมายเลขโทรศัพท์ ๐ ๒๓๓๓ ๓๗๓๑ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ siriluck@mhesi.go.th

ผู้กำหนดขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference : TOR)



(นางสาวสุตานันท์ อารจำปา)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ



(นางสาวศิริลักษณ์ สิกขะบุรณะ)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ



(นายจรัส เล็กเกาะทวด)

เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษาชำนาญงาน