

ข้อกำหนดการจ้างเหมาบริการ (Terms of Reference : TOR)
การจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ กนอ. ประจำปี 2567

1. ความเป็นมา

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ กนอ. เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาและจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งในปัจจุบัน กนอ. เป็นหน่วยงานในการขับเคลื่อนโครงการต่างๆ ของรัฐบาลที่มีการกระจายการพัฒนาอุตสาหกรรมออกสู่ภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมี "นิคมอุตสาหกรรม" เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ ได้แก่ การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน (Special Economic Zones : SEZs) การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบ Cluster โดยเฉพาะในพื้นที่โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) การพัฒนานิคมอุตสาหกรรม Smart Park การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมยางพารา รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ระยะที่ 3 เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ เข้าใจ และยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสาธารณชนทั่วไป รวมทั้งเป็นการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มข้างต้น กนอ. จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่มากขึ้น รวมถึงให้สอดคล้องต่อยุคปัจจุบันที่เรียกว่ายุคดิจิทัล สอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กนอ. ที่มุ่งเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืนและได้มาตรฐานสากล ซึ่งสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการประกอบธุรกิจและสื่อสารเชิงการตลาดและการขายมากขึ้นอย่างสำคัญ

ความสำเร็จของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารในยุคดิจิทัล ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยปราศจากข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ได้ โดยเฉพาะการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักของ กนอ. ได้แก่ นักลงทุน ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านทางสื่อใหม่ (New Media) ในรูปแบบดิจิทัล หรือการติดต่อสอบถามข้อมูลผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารแบบ Two-way Communication จะช่วยทำให้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และบริการของ กนอ. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศได้โดยตรง ข้อมูลถูกต้องและทันสมัย สถานการณ์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น กสอ. จึงเห็นควรให้จัดจ้างผู้ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในการบริหารจัดการด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ YouTube, LinkedIn, Weibo, WeChat, Baijiahao เป็นต้น รวมทั้งสามารถวางกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกลุ่มเป้าหมาย อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง ไต้หวัน อินเดีย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป AEC เพื่อให้ กนอ. สามารถขยายฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น อาทิ ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม นักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งผู้บริหารและพนักงาน กนอ. ชุมชนรอบนิคมอุตสาหกรรม และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ กนอ. ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2.2 เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลต่างๆ ของ กนอ. ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ กนอ. เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัลและหรือออนไลน์มีเดีย
- 2.3 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มช่องทางการสื่อสารในรูปแบบเนื้อหาต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

3. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่าย สารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.5 ไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 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 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานและประสบการณ์ด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โครงการสำคัญของภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ มูลค่าในผลงานเดียวไม่น้อยกว่า 5,000,000.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ซึ่งดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว ย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอ โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดียว และต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงาน หรือสำเนาสัญญาจ้างพร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง มาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอ



3.12 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(1) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(2) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอสำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ 3.1-3.11

3.13 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(1) กรณีเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่น้อยกว่า 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน)

(3) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อจำนวน 2,500,000.- (สองล้านห้าแสนบาท) ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน)

คุณสมบัติในข้อนี้ ยกเว้นกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2561

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 ผู้รับจ้างดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องต่อพันธกิจของ กนอ.

1) พัฒนานิคมอุตสาหกรรมครบวงจรอย่างยั่งยืน 2) ยกกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันแก่นักลงทุน และ 3) เพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อมบนหลักธรรมาภิบาลเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุวิสัยทัศน์ (Vision) “นำนิคมอุตสาหกรรมสู่มาตรฐานสากล ด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืน” (To drive Industrial Estates toward international standards of sustainability and innovation) รวมถึงการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA) โดยใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลที่สะท้อนภาพการดำเนินงานของ กนอ. อาทิ ผลการดำเนินงานขององค์กร การบริหารจัดการองค์กร การลงทุนสำคัญในปัจจุบันและอนาคต เป็นต้น

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

4.1.3 ข้อมูลที่สะท้อนถึงการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม บนหลักธรรมาภิบาล สร้างความเจริญเติบโตของนิคมอุตสาหกรรม/ท่าเรืออุตสาหกรรม สังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วมที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล บนพื้นฐานของคุณธรรมและความโปร่งใส

4.1.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านการตลาดของ กนอ.

4.2 ผู้รับจ้างนำเสนอแผนกลยุทธ์ แผนการใช้สื่อและเครื่องมือ ดิจิทัลในภาพรวมของโครงการ โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนงาน

4.2.1 แผนกลยุทธ์บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ กนอ. ผ่านสื่อดิจิทัล เพื่อให้เห็นภาพรวมตลอดโครงการ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวคิดการวาง Content กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล แผนการใช้สื่อดิจิทัล เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ และตัวชี้วัดการดำเนินงาน ภายใน 7 วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

4.2.2 จัดทำแผนปฏิบัติการรายเดือนซึ่งกำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) และระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งแผนภายในสัปดาห์ที่ 1 ของแต่ละเดือน ให้ กนอ. พิจารณา

4.3 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ กนอ. เข้าไปสู่สื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอแต่ละสื่อออนไลน์ให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ ซึ่งจะต้องนำเสนอการดำเนินการผลิตเนื้อหาการลงบทความหรือการโพสต์เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพนิ่งและการบรรยายประกอบ ภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ รวมถึงการจัดกิจกรรมออนไลน์ และการโฆษณาสื่อออนไลน์ของ กนอ. ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยมีสื่อออนไลน์ของ กนอ. ที่ต้องบริหารจัดการดังนี้

4.3.1 YouTube Channel : Industrial Estate Authority of Thailand โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) จัดทำวิดีโอความยาวไม่น้อยกว่า 6 นาที โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องตามพันธกิจของ กนอ. โดยต้องส่งเนื้อหาก่อนการผลิตให้ กนอ. พิจารณาก่อน เผยแพร่ใน YouTube Channel ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน โดยให้มีคำบรรยาย (Caption) เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น

(2) รวบรวมคลิปวิดีโอ ข้อมูล กิจกรรม ข่าวของ กนอ. อย่างต่อเนื่องมาเผยแพร่ใน YouTube Channel กนอ. (ถ้ามี)

(3) ผลิตและออกแบบ Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ สำหรับเผยแพร่ใน YouTube Channel จำนวน 10 ชิ้นงาน

(4) สร้างการรับรู้ โดยต้องมียอดเข้าชมใน YouTube Channel ของ กนอ. ไม่ต่ำกว่า 50,000 การเข้าชม (50,000 views) นับตั้งแต่วันเริ่มต้นสัญญา จนถึงวันสิ้นสุดโครงการ

4.3.2 LinkedIn : การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กนอ. I-EA-T โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) จัดทำ Content เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งประกอบด้วย Standard Content และ Real Time Content พร้อมสื่อประกอบบน LinkedIn ของ กนอ. จำนวนอย่างน้อย 60 เรื่อง

(2) ผลิตและออกแบบ Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ สำหรับ LinkedIn จำนวน 10 ชิ้นงาน

(3) เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม LinkedIn ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 600 Followers โดยต้องจัดทำรายงานยอดการเพิ่มขึ้นของ Followers พร้อมรายงานการวิเคราะห์ข้อมูล

(4) สร้างการรับรู้ LinkedIn URL : การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กนอ. I-EA-T ของ กนอ. โดยจำนวนมองเห็นไม่น้อยกว่า 7,500,000 Impression โดยต้องจัดทำรายงานยอดการเพิ่มขึ้นของ Impressions พร้อมรายงานการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.3 Weibo : URL : www.weibo.com/u/6618649693 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) จัดทำ Content เป็นภาษาจีน พร้อมผลิตสื่อประกอบบน Weibo ของ กนอ. ให้มีความน่าสนใจ น่าติดตาม จำนวนอย่างน้อย 60 เรื่อง

(2) ผลิตและออกแบบ Cover Photo เป็นภาษาจีน สำหรับ Weibo จำนวน 10 ชิ้นงาน

(3) เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Weibo ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 8,000 Followers โดยต้องจัดทำรายงานยอดการเพิ่มขึ้นของ Followers พร้อมรายงานการวิเคราะห์ข้อมูล

(4) สร้างการรับรู้ ให้กับกลุ่มเป้าหมายใน Weibo ของ กนอ. โดยจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 84,000 Reads โดยต้องจัดทำรายงานยอดการเพิ่มขึ้นของ Read พร้อมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.4 WeChat : 泰国工业区管理局 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ผลิตสื่อประเภท One-Click-to-Follow Ads บน Application WeChat เพื่อกระตุ้นผู้ติดตาม โดยผลิตสื่อที่เป็นโฆษณาแบนเนอร์ ที่แสดงอยู่ด้านล่างของเนื้อหาที่เผยแพร่โดยบัญชีทางการอื่น โดยผลิตสื่อในรูปแบบที่ดี ทันสมัย น่าดึงดูด และน่าติดตาม โดยจะต้องเผยแพร่อย่างน้อย 10 ครั้ง ตลอดระยะเวลาในสัญญา

(2) ผลิตสื่อประเภท WeChat Moments Ads ในรูปแบบเนื้อหาที่ดึงดูดน่าสนใจ เข้าใจง่าย โดยจะต้องมีส่วนประกอบของคำโฆษณา, สื่อโฆษณา (รูปภาพ หรือวิดีโอ), Link ที่จะนำไปสู่ Landing Page และจะต้อง Target Group ให้เหมาะสม เช่น กลุ่มผู้ที่จะต้องการให้เห็นแบ่งเป็น “เมือง” เช่น

ปักกิ่ง, เฉิงตู, นครฉงชิ่ง, ตงกว่าน เป็นต้น หรือ เลือกกลุ่มวัยที่ต้องการ เช่น คนวัยทำงาน เป็นต้น โดยกำหนดให้มีการเผยแพร่ อย่างน้อย 30 ครั้ง ตลอดระยะเวลาในสัญญา

(3) ผลิตเนื้อหาบทความของ กนอ. เผยแพร่ผ่านทาง Service Account ใน WeChat OA โดยจะต้องเผยแพร่บทความให้กับ Follower อย่างน้อย 30 ครั้ง ตลอดระยะเวลาในสัญญา

(4) เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม WeChat Official ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 Followers โดยต้องจัดทำสรุปรายงานจำนวนการเพิ่มขึ้นของ Followers พร้อมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล

(5) จัดทำสรุปรายงานจำนวน Read ใน WeChat OA ของ กนอ. โดยจะต้องมีจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 6,000 Reads ตลอดระยะเวลาในสัญญา

(6) สื่อทั้งหมดในการบริหารจัดการใน WeChat Application จะต้องจัดทำ Content เป็นภาษาจีนทั้งหมด

4.3.5 Baijiahao : IEAT 工业区管理机构 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) นำเนื้อหาตามข้อ 4.3.3 (1) เผยแพร่ในสื่อ Baijiahao จำนวนอย่างน้อย 60 ครั้ง

(2) เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Baijiahao ของ กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 Followers โดยต้องจัดทำรายงานยอดการเพิ่มขึ้นของ Followers พร้อมรายงานการวิเคราะห์ข้อมูล

(3) สร้างการรับรู้ ให้กับกลุ่มเป้าหมายใน Baijiahao ของ กนอ. โดยจำนวน Read จำนวนไม่น้อยกว่า 6,000 Reads โดยต้องจัดทำรายงานจำนวนการเพิ่มขึ้นของ Read และการวิเคราะห์ข้อมูล ให้กับกรรมการเป็นประจำทุกเดือน

4.4 ผู้รับจ้างต้องผลิตและออกแบบข้อมูลข่าวสารของ กนอ. ในรูปแบบ Infographic พร้อมเผยแพร่ผ่านทาง LinkedIn เป็นภาษาอังกฤษ และ WeChat, Weibo, Baijiahao เป็นภาษาจีน จำนวนอย่างน้อย 30 เรื่อง ในแต่ละแพลตฟอร์ม ตลอดอายุสัญญา

4.5 ผู้รับจ้างต้องทำให้ Website กนอ. www.ieat.go.th ติดอันดับในหน้าแรกของการค้นหาผ่านเครื่องมือการค้นหา (Search Engine) ที่ได้รับความนิยม เช่น Google และอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักของ กนอ. โดยต้องมีการเข้าถึงเว็บไซต์ กนอ. ไม่น้อยกว่า 84,000 การเข้าถึง (Clicks) เมื่อสิ้นสุดโครงการ

4.5.1 Search Engine กลุ่มเป้าหมายนักลงทุน ได้แก่ ไทย จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลียและทวีปยุโรป รองรับการค้นหา 4 ภาษา (ไทย, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และจีน) โดยต้องจัดทำรายงานจำนวนการเพิ่มขึ้นของ Click และการวิเคราะห์ข้อมูล ให้กับกรรมการเป็นประจำทุกเดือน

4.6 ผู้รับจ้างต้องผลิตบทความหรือกระทู้ภาษาจีนโพสต์บนเว็บไซต์หรือเว็บบล็อก (Seeding) ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและมีผู้ใช้งานมากที่สุดในต่างประเทศ (กลุ่มเป้าหมาย) อาทิ Toutiao.com, Sohu.com จำนวนอย่างน้อย 18 โพสต์ ตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการโพสต์ตอบสนองความคิดเห็น ต่อบทความหรือ กระทู้ โดยผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจาก กนอ.

4.7 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการหรือปรับปรุง Microsite ของ กนอ. จำนวน 5 เว็บไซต์ ได้แก่

<https://ieat-investinthailand.com/?s=smartpark&v=1>



<https://ieat-investinthailand.com/?s=rubbercity>

<https://ieat-investinthailand.com/?s=phichit>

<https://ieat-investinthailand.com/?s=songkhla>

<https://ieat-investinthailand.com/?s=sakaeo>

พร้อมทั้งแปลเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นภาษาจีน และจัดทำลิงค์สำหรับเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.8 ผู้รับจ้างต้องผลิตบทความ 3 ภาษา ในการเชิญชวนนักลงทุนให้มาลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม ได้แก่ ภาษาไทย อังกฤษ และญี่ปุ่น บนเว็บบอร์ด หรือ เว็บไซต์ที่มีผู้ติดตามและได้รับความนิยมในกลุ่มนักลงทุน จำนวน 3 โพสต์

4.9 ผู้รับจ้างต้องทำให้ กนอ. ได้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรม อย่างน้อย 1,000 Contact Information พร้อมทั้งจัดทำรายงานเพื่อแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย โดยสรุปแยกช่องทางการได้มาของข้อมูล เป็นชื่อ อีเมล เบอร์โทรศัพท์ ประเทศ เป็นต้น

4.10 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการในการดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ข้อมูลต่างๆ กับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ. ทาง Message และ Comment ทาง LinkedIn (ภายใน 1 ชม.), Weibo (ภายใน 1 ชม.), WeChat (ภายใน 15 นาที) และจัดทำสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละเดือน

4.11 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปผลการดำเนินงานการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ในแต่ละเดือน และสรุปรวมทั้งโครงการหลังจากสิ้นสุดงาน

4.12 ผู้รับจ้างต้องออกแบบและจัดทำ Dashboard เพื่อแสดงข้อมูลเชิงสรุปการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ในแต่ละเดือน โดยสามารถ Export Dashboard การแสดงผลออกมาในรูปแบบ PowerPoint และ PDF ได้

4.13 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในช่องทางสื่อออนไลน์ในภาพรวมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในลำดับต่อไป

4.14 ประเมินผลการรับรู้โดยการทำแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ครั้ง ทำเป็นเอกสารและรายงานต่อคณะกรรมการ

4.15 การบริหารงานด้านอื่นๆ

4.15.1 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่มีคุณสมบัติ ความรู้ ประสบการณ์ และคุณสมบัติเฉพาะของตำแหน่งอย่างน้อย ดังนี้

(1) ผู้จัดการโครงการ (Digital Marketing Manager) สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการประชาสัมพันธ์/การตลาด/เศรษฐศาสตร์/โฆษณา ต้องเป็นคนที่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลอย่างเชี่ยวชาญ และยังคงต้องมีความสามารถในการใช้เครื่องมือที่จะช่วยวิเคราะห์ข้อมูลบริโภค พร้อมทั้งความสามารถในการคิดวิเคราะห์เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ แผนโฆษณา รวมไปถึงกำหนดงบประมาณและจัดการค่าใช้จ่ายที่จะใช้ไปในสื่อดิจิทัลทั้งหลายให้เป็นไปตามแผนและสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ กนอ. ตั้งเป้าไว้ มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 8 ปี นับถึงวันที่ยื่น ข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 1 ตำแหน่ง

(2) ผู้จัดการสื่อสารออนไลน์ (Social Media Manager) สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำ

ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด และต้องเป็นคนที่มีความรู้เกี่ยวกับ Strategic Planning, Community Management, Contents Management, Optimization, Crisis Management สามารถบริหารทีมงานด้าน Creative, Copywriting, Content Creative ได้-มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 6 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 1 ตำแหน่ง

(3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Specialist) สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด มีประสบการณ์ความรู้อิงลึกในด้านการใช้เครื่องมือทางการตลาดของแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Google AdWords, Facebook Ads, Instagram, YouTube, Blogger, Influencer ไปจนถึงรู้จักพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย สามารถวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแคมเปญออนไลน์ได้ มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 6 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 1 ตำแหน่ง

(4) เจ้าหน้าที่ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Executive) สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านนิเทศศาสตร์ ด้านการตลาด ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และมีประสบการณ์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค เก็บข้อมูลและวิเคราะห์แพลตฟอร์มหรือช่องทางสื่อออนไลน์ ทำความเข้าใจกับเทรนด์ของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย คิดไอเดียออกแคมเปญการตลาด พร้อมวัดผลลัพธ์ที่สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจได้ และเก็บข้อมูลผลลัพธ์ ทำรายงานข้อมูลต่าง ๆ ทำสัญญา ติดต่อกู้ค้า และประสานงานต่าง ๆ ประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 5 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 2 ตำแหน่ง

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเสนอรายชื่อบุคคลที่จะรับผิดชอบดำเนินการโครงการดังกล่าว ในครั้งนี้พร้อมแนบรายละเอียดของแต่ละท่านในการยื่นข้อเสนอ ดังนี้

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

บุคลากรที่ผู้รับจ้างระบุต้องเป็นผู้ดำเนินงานจริง

4.15.2 ผู้รับจ้างต้องมีเครือข่ายในการจัดหาช่องทางสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานเผยแพร่สื่อสารในต่างประเทศ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นเอกสารหลักฐานให้ กนอ. พิจารณา

5. ระยะเวลาส่งมอบงาน

ระยะเวลาดำเนินการ 300 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา หรือวันที่ กนอ. แจ้งให้ทราบ

6. เอกสารการยื่นข้อเสนอ

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

6.1 เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ประกอบด้วย

6.1.1 หลักฐานนิติบุคคล

(1) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน ซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการผู้มีอำนาจควบคุมพร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

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

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

6.1.3 หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนในการเสนอราคาหรือยื่นเอกสารเสนอราคาในกรณีที่ผู้มีอำนาจไม่สามารถทำการยื่นเอกสารด้วยตนเอง พร้อมสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรอื่นใดที่มีรูปซึ่งออกให้โดยทางราชการและยังไม่หมดอายุของทั้งผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

6.1.4 สำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาซึ่งแสดงถึงควมมีคุณสมบัติด้านผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนด

6.1.5 เอกสารหลักฐานอื่น ๆ แสดงถึงควมมีคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนด และเอกสารอื่น ๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

6.1.6 กรณีเป็นการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า (Joint Venture) หรือกิจการค้ำร่วม (Consortium) นอกจากยื่นหลักฐานตาม 6.1.1 – 6.1.5 แล้ว ให้ยื่นสำเนาหนังสือข้อตกลงหรือสัญญาร่วมค้าหรือค้ำร่วมนั้น พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง เว้นแต่หลักฐานเกี่ยวกับผลงาน กรณีเป็นกิจการร่วมค้า (Joint Venture) ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ให้ใช้ผลงานของผู้ค้ำร่วมเป็นผลงานของกิจการค้ำร่วม และกรณีเป็นกิจการค้ำร่วม (Joint Venture) ที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ผู้ร่วมค้ำจะต้องมีคุณสมบัติด้านผลงานตามที่กำหนด เว้นแต่ สัญญาหรือข้อตกลงร่วมค้า กำหนดให้รายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินโครงการที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) นี้ ให้ใช้ผลงานของผู้รับผิดชอบหลักเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าได้ ทั้งนี้ กรณีเป็นการค้ำร่วม (Consortium) ให้ใช้เช่นเดียวกัน

6.2 เอกสารข้อเสนอทางเทคนิค ประกอบด้วย

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกลยุทธ์และแผนการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นรายเดือน พร้อมทั้งกำหนด Content การสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร ช่องทางรูปแบบและระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสมตามข้อ 4 ที่ กนอ. กำหนด

6.2.2 เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อ 3

6.2.3 เอกสารแสดงประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

6.2.4 เอกสารแสดงคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอตาม ข้อ 4.15

6.2.5 แผนและวิธีการดำเนินงานสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

6.2.6 ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ

6.3 ข้อเสนอด้านราคา ให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางตามแบบและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

7. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอแผนกลยุทธ์ วางแผนการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ วางแผนการใช้สื่อและเครื่องมือดิจิทัลในภาพรวมของโครงการ ทั้งรูปแบบแนวความคิดการวาง Content เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ และเทคนิคอื่น ๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์ แผนการใช้สื่อและเครื่องมือ รวมถึงการออกแบบสื่อเป็นคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน จำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน กนอ. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) มีน้ำหนักของเกณฑ์ราคา ร้อยละ 20 และเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ 80 ทั้งนี้ คะแนนประเมินเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้วรวมจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

7.1 จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้เสนอราคาทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน 1 ชุด

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

7.3 พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีสาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อ กนอ. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ 6.1 โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ตามภาคผนวก ก.

ในการพิจารณาให้คะแนนตามที่กำหนด คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอและอธิบายรายละเอียดตามข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนในหัวข้อนั้น ๆ มากที่สุด ข้อเสนอของผู้ยื่นเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามหลักเกณฑ์การให้คะแนน หรือตามความเหมาะสมหรือสัดส่วน

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค มีคะแนนรวม 400 คะแนน คิดเป็นน้ำหนักร้อยละ 80 โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการประเมินด้านเทคนิค ต้องมีคะแนนรวมไม่ต่ำกว่า 320 คะแนน โดยมีคะแนนและสัดส่วนน้ำหนักในการให้คะแนนแต่ละหัวข้อ ดังนี้

7.3.1 ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 20)

- (1) ผลงานเชิงคุณภาพ 80 คะแนน
- (2) ผลงานเชิงปริมาณ 20 คะแนน

7.3.2 คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 25)

- (1) ผู้จัดการโครงการ (Digital Marketing Manager) 1 ตำแหน่ง 30 คะแนน
- (2) ผู้จัดการสื่อออนไลน์ (Social Media Manager) 1 ตำแหน่ง 30 คะแนน
- (3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Specialist) 1 ตำแหน่ง 20 คะแนน
- (4) เจ้าหน้าที่ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Executive) 2 ตำแหน่ง 20 คะแนน

7.3.3 แผนและวิธีการดำเนินงานสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 20)

- (1) กลยุทธ์และประเด็นการสื่อสาร (40 คะแนน)
- (2) แผนงานสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ (20 คะแนน)
- (3) วิธีการบริหารสื่อและการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ใช้สื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ตามขอบเขตงาน (40 คะแนน)

7.3.4 ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 15)

- (1) ข้อเสนอด้านบุคลากร (40 คะแนน)
- (2) ข้อเสนอด้านเครื่องมือสื่อสาร Online Social Media (40 คะแนน)
- (3) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ สามารถนำไปใช้ได้จริง (20 คะแนน)

7.4 ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ 7.3 จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ตามสัดส่วนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์ข้อเสนอด้านเทคนิคที่กำหนด สำหรับคะแนนข้อเสนอด้านราคาจะให้คะแนนตามช่วงความต่างของราคาที่เสนอแต่ละราย โดยระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement : e-GP) จะพิจารณาให้คะแนนในระบบ หลังจากนั้นระบบจะจัดเรียงตามคะแนนไว้ 3 ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก

7.5 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกตามข้อ 7.4 คณะกรรมการพิจารณาการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณารายละเอียดข้อเสนอด้านราคา เปรียบเทียบราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของ กนอ. ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำการปรับปรุงรายละเอียดการคำนวณค่าจ้างบริหารจัดการในปีฐานแต่ละนิคมอุตสาหกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องและถูกต้องตรงกับราคาที่ชนะการประกวดราคา

7.6 กรณีผู้ที่ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด กนอ. จะพิจารณาเรียก

รายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกที่ไม่เข้าทำสัญญาดังกล่าว กนอ.


8. วงเงินงบประมาณ/วงเงินที่ได้รับการจัดสรร

วงเงิน 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. งวดงานและการจ่ายเงิน

9.1 ผู้รับจ้างจะต้องส่งรายงานการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดแสดงผลการดำเนินงานการเผยแพร่สื่อข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ให้แก่ กนอ. ในรูปแบบเอกสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสม อาทิ Microsoft Word, Excel, PowerPoint, PDF ทั้งนี้ในส่วนของงาน ออกแบบกราฟิกต่าง ๆ ไฟล์ VDO/footage ขอให้แนบไฟล์ AI/PSD บรรจุใน Flash Drive หรือ External Hard Disk จำนวน 2 ชุด โดยแบ่งงวดการชำระเงิน ดังนี้

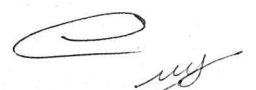
งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
งวดที่ 1	ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.2 ดังนี้ 4.2.1 แผนกลยุทธ์บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์	ภายใน 7 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง
	4.2.2 แผนปฏิบัติการ เดือนที่ 1 - 3	ภายในสัปดาห์ที่ 1 ของแต่ละเดือน
	ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.3 ดังนี้ 4.3.1 YouTube Channel ประกอบด้วย (2) เผยแพร่คลิปวีดีโอ ข้อมูล กิจกรรม ข่าวของ กนอ. (ถ้ามี) (3) Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 3 ชิ้นงาน	ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง
	4.3.2 LinkedIn Content ประกอบด้วย (1) Content เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 20 เรื่อง (2) Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 3 ชิ้นงาน	
	4.3.3 Weibo ประกอบด้วย (1) Content เป็นภาษาจีน จำนวน 20 เรื่อง (2) Cover Photo เป็นภาษาจีน จำนวน 3 ชิ้นงาน	
4.3.4 WeChat ประกอบด้วย (1) One-click-to-Follow Ads เป็นภาษาจีน เผยแพร่ จำนวน 3 ครั้ง		



งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	(2) WeChat Moments Ads เป็นภาษาจีน เผยแพร่จำนวน 10 ครั้ง (3) บทความของ กนอ. เป็นภาษาจีน เผยแพร่ผ่านทาง Service Account จำนวน 10 ครั้ง	
	4.3.5 Baijiahao ประกอบด้วย (1) นำเนื้อหาข้อ 4.3.3 (1) มาเผยแพร่ 20 ครั้ง	
	4.4 Infographic ข้อมูลข่าวสาร กนอ. จำนวน 10 เรื่อง ต่อแพลตฟอร์ม สำหรับ LinkedIn เป็นภาษาอังกฤษ และ Weibo, WeChat, Baijiahao เป็นภาษาจีน	
	ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.5 ดังนี้ - ทำให้ Website กนอ. www.ieat.go.th ติดอันดับในหน้าแรกของการค้นหา ผ่านเครื่องมือการค้นหา (Search Engine) ที่ได้รับความนิยม เช่น Google และอื่นๆ 4.5.1 Search Engine 4 ภาษา (ไทย, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และจีน) พร้อมรายงานจำนวนการเพิ่มขึ้นของ Click และการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละเดือน (เดือนที่ 1 - 3)	
	4.6 บทความหรือกระทู้เป็นภาษาจีนโพสต์บนเว็บไซต์หรือเว็บบล็อก (Seeding) จำนวน 6 โพสต์	
	4.8 บทความหรือกระทู้เชิญชวนนักลงทุน 3 ภาษา (ไทย, อังกฤษและ ญี่ปุ่น) โพสต์บนเว็บไซต์ หรือเว็บบล็อก จำนวน 1 โพสต์	
	4.10 สรุปผลการดำเนินงานดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ข้อมูลต่างๆ กับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ. ทาง Message และ Comment ทาง LinkedIn (ภายใน 1 ชม.), Weibo (ภายใน 1 ชม.), WeChat (ภายใน 15 นาที) ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 1 - 3)	
	4.11 สรุปผลการดำเนินงานการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 1 - 3)	

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	4.12 Dashboard แสดงข้อมูลเชิงสรุปการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ที่สามารถ Export Dashboard เป็น PowerPoint และ PDF ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 1 - 3)	
งวดที่ 2	4.2.2 แผนปฏิบัติการ เดือนที่ 4 - 6	ภายในสัปดาห์ที่ 1 ของแต่ละเดือน
	ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.3 ดังนี้	180 วัน
	4.3.1 YouTube Channel ประกอบด้วย (1) วิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า 6 นาที พร้อมคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น จำนวน 1 ชิ้นงาน (2) เผยแพร่คลิปวิดีโอ ข้อมูล กิจกรรม ข่าวของ กนอ. (ถ้ามี) (3) Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 3 ชิ้นงาน	นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง
	4.3.2 LinkedIn Content ประกอบด้วย (1) Content เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 20 เรื่อง (2) Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 3 ชิ้นงาน	
	4.3.3 Weibo ประกอบด้วย (1) Content เป็นภาษาจีน จำนวน 20 เรื่อง (2) Cover Photo เป็นภาษาจีน จำนวน 3 ชิ้นงาน	
	4.3.4 WeChat ประกอบด้วย (1) One-click-to-Follow Ads เป็นภาษาจีน เผยแพร่จำนวน 3 ครั้ง (2) WeChat Moments Ads เป็นภาษาจีน เผยแพร่จำนวน 10 ครั้ง (3) บทความของ กนอ. เป็นภาษาจีน ผ่านทาง Service Account เผยแพร่จำนวน 10 ครั้ง	
4.3.5 Baijiahao ประกอบด้วย (1) นำเนื้อหาข้อ 4.3.3 (1) มาเผยแพร่ 20 ครั้ง		

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	<p>4.4 Infographic ข้อมูลข่าวสาร กนอ. จำนวน 10 เรื่อง ต่อแพลตฟอร์ม สำหรับ LinkedIn เป็นภาษาอังกฤษ และ Weibo, WeChat, Baijiahao เป็นภาษาจีน</p> <p>ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.5 ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำให้ Website กนอ. www.ieat.go.th ติดอันดับใน หน้าแรกของการค้นหา ผ่านเครื่องมือการค้นหา (Search Engine) ที่ได้รับความนิยม เช่น Google และอื่นๆ <p>4.5.1 Search Engine 4 ภาษา (ไทย, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และจีน) พร้อมรายงานจำนวนการเพิ่มขึ้นของ Click และการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละเดือน (เดือนที่ 4 - 6)</p> <p>4.6 บทความหรือกระทู้เป็นภาษาจีนโพสต์บนเว็บไซต์หรือเว็บบล็อก (Seeding) จำนวน 6 โพสต์</p> <p>4.8 บทความหรือกระทู้เชิญชวนนักลงทุน 3 ภาษา (ไทย, อังกฤษและ ญี่ปุ่น) โพสต์บนเว็บไซต์ หรือเว็บบล็อก จำนวน 1 โพสต์</p> <p>4.10 สรุปผลการดำเนินงานดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ ข้อมูลต่างๆ กับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ. ทาง Message และ Comment ทาง LinkedIn (ภายใน 1 ชม.), Weibo (ภายใน 1 ชม.), WeChat (ภายใน 15 นาที) ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 4 - 6)</p> <p>4.11 สรุปผลการดำเนินงานการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 4 - 6)</p> <p>4.12 Dashboard แสดงข้อมูลเชิงสรุปการสื่อสารผ่าน สื่อออนไลน์ ที่สามารถ Export Dashboard เป็น PowerPoint และ PDF ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 4 -6)</p>	
งวดที่ 3	4.2.2 แผนปฏิบัติการ เดือนที่ 7 - 10	ภายในสัปดาห์ที่ 1 ของแต่ละเดือน



งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	<p>ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.3 ดังนี้</p> <p>4.3.1 YouTube Channel ประกอบด้วย</p> <p>(1) วิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า 6 นาที เป็นภาษาอังกฤษ และญี่ปุ่น จำนวน 1 ชิ้นงาน</p> <p>(2) เผยแพร่คลิปวิดีโอ ข้อมูล กิจกรรม ข่าวของ กนอ. (ถ้ามี)</p> <p>(3) Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 4 ชิ้นงาน</p> <p>(4) มียอดเข้าชม ไม่ต่ำกว่า 50,000 views</p> <p>4.3.2 LinkedIn Content ประกอบด้วย</p> <p>(1) Content เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 20 เรื่อง</p> <p>(2) Cover Photo เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 4 ชิ้นงาน</p> <p>(3) มีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 600 Followers</p> <p>(4) มีจำนวนมองเห็นไม่น้อยกว่า 7,500,000 Impression</p> <p>4.3.3 Weibo ประกอบด้วย</p> <p>(1) Content เป็นภาษาจีน จำนวน 20 เรื่อง</p> <p>(2) Cover Photo เป็นภาษาจีน จำนวน 4 ชิ้นงาน</p> <p>(3) มีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 8,000 Followers</p> <p>(4) มีจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 84,000 Reads</p> <p>4.3.4 WeChat ประกอบด้วย</p> <p>(1) One-click-to-Follow Ads เป็นภาษาจีน เผยแพร่ จำนวน 4 ครั้ง</p> <p>(2) WeChat Moments Ads เป็นภาษาจีน เผยแพร่ จำนวน 10 ครั้ง</p> <p>(3) บทความของ กนอ. เป็นภาษาจีน ผ่านทาง Service Account เผยแพร่จำนวน 10 ครั้ง</p> <p>(4) มีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 2,000 Followers</p> <p>(5) มีจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 6,000 Reads</p>	<p>300 วัน</p> <p>นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง</p>

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	4.3.5 Baijiahao ประกอบด้วย (1) นำเนื้อหาข้อ 4.3.3 (1) มาเผยแพร่ 20 ครั้ง (2) มีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 1,000 Followers (3) มีจำนวน Read ไม่น้อยกว่า 6,000 Reads	
	4.4 Infographic ข้อมูลข่าวสาร กนอ. จำนวน 10 เรื่อง ต่อแพลตฟอร์ม สำหรับ LinkedIn เป็นภาษาอังกฤษ และ Weibo, WeChat, Baijiahao เป็นภาษาจีน	
	ผลการดำเนินงานตาม ข้อ 4.5 ดังนี้ - ทำให้ Website กนอ. www.ieat.go.th ติดอันดับใน หน้าแรกของการค้นหา ผ่านเครื่องมือการค้นหา (Search Engine) ที่ได้รับความนิยม เช่น Google และอื่น ๆ - มีการเข้าถึงเว็บไซต์ กนอ. ไม่น้อยกว่า 84,000 Clicks 4.5.1 Search Engine 4 ภาษา (ไทย, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และจีน) พร้อมรายงานจำนวนการเพิ่มขึ้นของ Click และการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละเดือน (เดือนที่ 7 - 10)	
	4.6 บทความหรือกระทู้เป็นภาษาจีนโพสต์บนเว็บบอร์ด หรือเว็บบล็อก (Seeding) จำนวน 6 โพสต์	
	4.7 บริหารจัดการหรือปรับปรุง Microsite กนอ. เป็น ภาษาจีน จำนวน 5 เว็บไซต์ และจัดทำลิงค์สำหรับ เผยแพร่ในสื่อต่างๆ	
	4.8 บทความหรือกระทู้เชิญชวนนักลงทุน 3 ภาษา (ไทย, อังกฤษและ ญี่ปุ่น) โพสต์บนเว็บบอร์ด หรือเว็บบล็อก จำนวน 1 โพสต์	
	4.9 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย 1,000 Contact Information พร้อมจัดทำรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มเป้าหมาย	
	4.10 สรุปผลการดำเนินงานดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ ข้อมูลต่างๆ กับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ.	



งวดงาน	เนื้อหางานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน
	ทาง Message และ Comment ทาง LinkedIn (ภายใน 1 ชม.), Weibo (ภายใน 1 ชม.), WeChat (ภายใน 15 นาที) ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 7 - 10)	
	4.11 สรุปผลการดำเนินงานการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 7 -10) และสรุปรวมทั้งโครงการ	
	4.12 Dashboard แสดงข้อมูลเชิงสรุปการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ที่สามารถ Export Dashboard เป็น PowerPoint และ PDF ในแต่ละเดือน (เดือนที่ 7 - 10)	
	4.13 สรุปผลการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และ ข้อเสนอแนะในช่องทางสื่อออนไลน์ในภาพรวมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	
	4.14 รายงานประเมินผลการรับรู้จากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ครั้ง	

8.2 กนอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานแล้วเสร็จครบถ้วนตามรายละเอียดและขอบเขตของงานที่กำหนด และส่งมอบงานให้แก่ กนอ. เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุดำเนินการตรวจรับงานตามขอบเขตการดำเนินงานตามสัญญาจ้างและคณะกรรมการตรวจรับฯ ให้ความเห็นชอบแล้ว โดยแบ่งการชำระเงินค่าจ้างออกเป็น 3 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 1 ให้แก่ กนอ. ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 2 ให้แก่ กนอ. ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 40 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 3 ให้แก่ กนอ. ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

10. อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้ครบถ้วนตามประเภทและปริมาณงานที่กำหนดในสัญญาแต่ละงวด ต้องยินยอมให้ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.2 ของค่าจ้างในงวดนั้น นับถัดจากวันที่ครบกำหนดจนถึงวันที่ปริมาณงานแต่ละประเภทครบถ้วนถูกต้อง

11. เงื่อนไขการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

11.1 ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนกลยุทธ์บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ กนอ. ผ่านสื่อดิจิทัล ตามขอบเขตการดำเนินงานตามรายละเอียด ข้อ 4.2.1 ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ กนอ. ภายใน 7 วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

11.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานรายเดือนต่อ กนอ. ภายในสัปดาห์ที่ 1 ของแต่ละเดือน โดยจะดำเนินการตามแผนการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ได้ต่อเมื่อแผนงานที่จัดทำขึ้นได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. และหากผลการดำเนินงานไม่ได้คุณภาพ หรือถูกต้องตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง โดยไม่มีข้อโต้แย้ง

11.3 Software ที่ใช้ในระบบงานทั้งหมดต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย

11.4 สื่อทั้งหมดที่ผลิตขึ้นเพื่อโครงการฯ อาทิ บทความต่างๆ ทั้งในรูปแบบ Web, Article หรือ Infographic, Artwork, Content ภาษาต่างๆ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ กนอ. และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานให้ กนอ. ตามกำหนดโดยไม่มีเงื่อนไข

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

11.6 หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในการดำเนินการตามแผนงานผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับฯ รับทราบล่วงหน้าก่อน และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

11.7 ในการดำเนินงานต่างๆ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องตระหนักในการรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และผลประโยชน์ของ กนอ. เป็นลำดับแรกอย่างเคร่งครัด ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการและต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ กนอ.

11.8 ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดจากการดำเนินงานตามขอบเขตงานที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

11.9 ผู้รับจ้างต้องมีหลักฐานการดำเนินงานให้ กนอ. พิจารณาและสามารถตรวจสอบได้ว่าการดำเนินการตามแผนงานที่เสนอเรียบร้อยแล้วจริง

11.10 กนอ. สงวนสิทธิ์ที่จะทำการแก้ไขหรือเพิ่มเติมหรือลดเนื้อหาตามสัญญาได้ทุกอย่างโดยไม่ต้องยกเลิกสัญญา การเพิ่มเติม/ลดงาน จะต้องคิดและตกลงราคากันใหม่

11.11 ผู้รับการคัดเลือกต้องแจกแจงรายละเอียดอัตราค่าจ้าง การดำเนินงานแต่ละประเภท ภายใน 5 วันนับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาเพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้าง

11.12 ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดขึ้นในการนำเสนองาน ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ว่าจะได้รับการพิจารณาคัดเลือก จาก กนอ. หรือไม่ก็ตาม

11.13 กนอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอ ทั้งนี้ ใ้หมดสิทธิของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุดโดยไม่มีอุทธรณ์ใด ๆ ทั้งสิ้น โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จาก กนอ. และขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาไม่คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายต่ำสุด ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอ

อาจจะไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือความประสงค์ของ กนอ. หรืออาจจะสร้างความเสียหายให้กับ กนอ. ได้

11.14 ราคาที่เสนอมจะต้องกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 90 วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา

ภาคผนวก ก.

เกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน (คะแนนเต็ม 400 คะแนน น้ำหนักร้อยละ 80)
1. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 20)	
1.1 ผลงานเชิงคุณภาพ 80 คะแนน	
50 คะแนน	ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 ผลงาน
60 คะแนน	ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ 2 ผลงาน
70 คะแนน	ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 3 ผลงาน
80 คะแนน	ผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวนมากกว่า 3 ผลงานขึ้นไป
1.2 ผลงานเชิงปริมาณ 20 คะแนน	
1 - 20 คะแนน	จำนวนผลงานการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดียที่ผ่านมา ทุกวงเงิน ย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ ถือเป็นผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (Company Profile) โดยคะแนนลดหลั่นตามสัดส่วนตามจำนวนผลงาน โดยเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน
2. คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 25)	
2.1 ผู้จัดการโครงการ (Digital Marketing Manager) 1 ตำแหน่ง 30 คะแนน	
15 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (1) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 8 ปี
25 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (1) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 10 ปี
30 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (1) มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
2.2 ผู้จัดการสื่อออนไลน์ (Social Media Manager) 1 ตำแหน่ง 30 คะแนน	
15 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (2) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 6 ปี
25 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (2) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 8 ปี
30 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (2) มีประสบการณ์มากกว่า 8 ปีขึ้นไป
2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Specialist) 1 ตำแหน่ง 20 คะแนน	
10 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (3) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 6 ปี
15 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (3) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 8 ปี
20 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (3) มีประสบการณ์มากกว่า 8 ปีขึ้นไป
2.4 เจ้าหน้าที่ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Executive) 2 ตำแหน่ง 20 คะแนน	
10 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (4) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี
15 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (4) มีประสบการณ์ ไม่น้อยกว่า 7 ปี

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน (คะแนนเต็ม 400 คะแนน น้ำหนักร้อยละ 80)
20 คะแนน	มีคุณสมบัติตรงตามข้อ 4.15.1 (4) มีประสบการณ์มากกว่า 7 ปีขึ้นไป
3. แผนและวิธีการดำเนินงานสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 20)	
40 คะแนน	กลยุทธ์และประเด็นการสื่อสารที่สอดคล้องต่อพันธกิจของ กนอ. ตามข้อ 4.1
20 คะแนน	แผนงานการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ 4.2
40 คะแนน	วิธีการบริหารสื่อและการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ใช้สื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ตามขอบเขตงานใน ข้อ 4.
<p>การให้คะแนนในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอที่สามารถอธิบายกลยุทธ์และประเด็นการสื่อสาร แผนงานการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ วิธีการบริหารสื่อและการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ใช้สื่อสารให้มีประสิทธิภาพ หากในหัวข้อใดไม่ชัดเจน หรือสอดคล้องกับขอบเขตของงานเพียงบางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้ไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อนั้น สำหรับในกรณีที่มีการอธิบายรายละเอียดของในแต่ละหัวข้อได้ชัดเจน เหมาะสมมีความเป็นเหตุ เป็นผล ได้ครบถ้วน คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบ จัดลำดับตามความละเอียดหรือความโดดเด่น หรือความน่าสนใจ ในการนำเสนอ 3 ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ 1 จะได้คะแนนร้อยละ 100 ลำดับที่ 2 จะได้คะแนนร้อยละ 90 และลำดับที่ 3 จะได้คะแนนร้อยละ 80 โดยในแต่ละลำดับสามารถมีได้มากกว่า 1 ผู้ยื่นข้อเสนอ และในกรณีที่มีผู้ยื่นข้อเสนอเพียง 2 ราย คณะกรรมการฯ จะมีการจัดลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ 1 จะได้คะแนนร้อยละ 100 ลำดับที่ 2 จะได้คะแนนร้อยละ 90</p>	
4. ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ดีกว่าข้อกำหนด โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนเต็มหรือตามความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน 100 คะแนน (น้ำหนักร้อยละ 15)	
40 คะแนน	ข้อเสนอด้านบุคลากร
40 คะแนน	ข้อเสนอด้านเครื่องมือสื่อสาร Online Social Media
20 คะแนน	ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ สามารถนำไปใช้ได้จริง