

ร่างขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปี ๒๕๖๘

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

๑. ความเป็นมา

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศให้เจริญเติบโตไปพร้อมๆ กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและการให้บริการสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มสมรรถนะการแข่งขันของผู้ประกอบการ อันส่งผลให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ ปัจจุบัน กนอ. มีการพัฒนาจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม ๖๘ แห่ง ซึ่งกระจายอยู่ใน ๑๖ จังหวัดทั่วประเทศ และทำเรืออุตสาหกรรมมาตาพุด 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

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจ้างบริหารจัดการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ.

๒.๒ เพื่อสื่อสารบทบาท ภารกิจ และผลการดำเนินการของ กนอ. ในด้านต่างๆ ให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่าง กนอ. กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อันจะนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดีในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม อีกทั้งทำให้เกิดการยอมรับและอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืนในอนาคต

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ต้องไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ต้องไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ต้องไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ต้องไม่เป็นผู้ถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ ต้องเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๘ ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอ

๓.๙ ต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสารสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสารสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑) กรณีเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาท)

๓) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยมียอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อไม่น้อยกว่า ๑,๒๕๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสองแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) คิดเป็น ๑ ใน ๔ ของมูลค่าโครงการหรือรายการที่ยื่นเสนอในแต่ละครั้ง ซึ่งสำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอจนถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๔) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑,๒๕๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสองแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) คิดเป็น ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

คุณสมบัติในข้อนี้ ยกเว้นกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ อย่างน้อยจำนวน ๑ โครงการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดี่ยวย้อนหลังไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสาร ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ ก.นอ. เชื่อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาจ้างพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอโครงการ

๓.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) กิจการร่วมค้า หมายถึง “กิจการที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าเป็นลายลักษณ์อักษรว่าจะดำเนินการร่วมกันเป็นทางการค้าหรือหากำไรระหว่างบริษัทกับบริษัท บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือระหว่างบริษัทและ/หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคลธรรมดา คณะบุคคลที่มีใช้ในนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญ นิติบุคคลอื่น หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศโดยข้อตกลงนั้นอาจกำหนดให้มีผู้เข้าร่วมค้าหลักก็ได้”

(๒) กิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน เว้นแต่คุณสมบัติด้านผลงานในกรณีกิจการร่วมค้าที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้า กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียว เป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

(๓) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๘ ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

๔.๑ รายละเอียดการจัดทำเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

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

๑) ประชาสัมพันธ์งานตามนโยบายรัฐบาล เช่น การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกหรืออีอีซี การพัฒนาท่าเรืออุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรมสมาร์ทปาร์ค การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน เป็นต้น

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

๓) การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานและทิศทางของ กนอ. เช่น สถานภาพการขายพื้นที่ในนิคมอุตสาหกรรม เป้าหมายการขายพื้นที่ รวมถึงการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของ กนอ. เป็นต้น

๔) การรายงานข้อเท็จจริงและการบริหารจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินในนิคมอุตสาหกรรม ดำเนินการรายงานข้อเท็จจริงได้อย่างถูกต้องครบถ้วน รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ในเรื่องที่สังคมให้ความสนใจและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบต่อ กนอ.

๔.๒ รายละเอียดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

๔.๒.๑ ผู้รับแจ้งต้องเสนอแผนกลยุทธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ และต้องจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์รายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นการสื่อสาร (Issue) ช่องทางและระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้รับแจ้งจะต้องจัดส่งแผนให้ กนอ. พิจารณาเห็นชอบทุกสัปดาห์ที่สามของเดือน

๔.๒.๒ ผู้รับแจ้งต้องดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ. บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด กนอ. ดังนี้

๔.๒.๒.๑ การผลิตและเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์

๑) ผู้รับแจ้งต้องผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ Free TV เคเบิลทีวี ทีวีสิตีจิตอล ดิจิตอล ในรายการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. หรือเป็นรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม ระหว่างเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ทันสมัย โดยเลือกเผยแพร่ทางช่องต่างๆ ในกลุ่มต่อไปนี้ ได้แก่

- | | | |
|--------------|-----------|-------------|
| ๑) ไทยรัฐ TV | ๒) ช่อง ๓ | ๓) ช่อง ONE |
| ๔) ช่อง ๗ | ๕) PPTV | ๖) MCOT |
| ๗) TNN๑๖ | ๘) NBT | |

ทั้งหมดนับเป็นช่องที่ได้รับความนิยมและมีเรตติ้งสถานีข่าวทีวีสิตีจิทัลในลำดับที่ ๑-๘ (อ้างอิงจาก เรตติ้งทีวีสิตีจิทัลข้ามแพลตฟอร์ม โดย Nielsen ประจำเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๗)

๒) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่สื่อบริษัทข่าวประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ Free TV เคเบิลทีวี ทีวี่ดิจิตอล ในรายการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. หรือเป็นรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม ระหว่างเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ทันสมัย โดยเลือกเผยแพร่ทางช่องต่างๆ ในกลุ่มต่อไปนี้ ได้แก่

- | | | |
|--------------|-----------|-------------|
| ๑) ไทยรัฐ TV | ๒) ช่อง ๓ | ๓) ช่อง ONE |
| ๔) ช่อง ๗ | ๕) PPTV | ๖) MCOT |
| ๗) TNN๑๖ | ๘) NBT | |

ทั้งหมดนับเป็นช่องที่ได้รับความนิยมและมีเรตติ้งสถานีข่าวทีวี่ดิจิทัลในลำดับที่ ๑-๘ (อ้างอิงจาก เรตติ้งทีวี่ดิจิทัลข้ามแพลตฟอร์ม โดย Nielsen ประจำเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๗)

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 หรือสื่อบริษัทพิเศษ ทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. ทั่วประเทศ อาทิ ฐานเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ บางกอกโพสต์ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน เป็นต้น โดยมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๖๐ คอลัมน์นิ้ว ในหน้าข่าวเศรษฐกิจ พิมพ์ ๔ สี หรือ ขาว/ดำ อย่างน้อย ๑๒ ครั้ง ตลอดสัญญาโครงการ โดยพิมพ์เป็น ๔ สีอย่างน้อย ๖ ครั้ง หรือขาว/ดำ อย่างน้อย ๖ ครั้ง โดย ๑ ใน ๑๒ ครั้ง จะต้องเป็นสื่อบริษัทผลการดำเนินงาน กนอ. ในโอกาส กนอ. ครบรอบ ๕๒ ปี

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 สื่อออนไลน์ ประจำวัน และนำเสนอต่อผู้บริหาร กนอ. อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๔.๒.๒.๓ การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเครือข่าย Social Network ในช่องทางต่อไปนี้

๑) ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ Key message และใส่แฮชแทก (Hashtag) พร้อมจัดหาภาพประกอบที่เกี่ยวข้องมาเผยแพร่ผ่าน Social Media ของ กนอ. ไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ต่อเดือน อาทิ Facebook, X, TikTok, Instagram เป็นต้น

๒) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ Facebook Fan Page ของ กนอ. โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. โพรโมทเพจเพื่อเพิ่มจำนวน Followers ของ Facebook Fan Page กนอ. : www.facebook.com/IndustrialEstateAuthorityOfThailand เพิ่มขึ้นจากฐานเดิม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐ Followers (ฐานเดิม ๒๒๖,๐๐๐ Followers ณ เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗) โดยมี รายละเอียด ดังนี้

- ดำเนินงานให้มียอด Followers จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers ภายใน ๙๐ วัน นับจากฐานเดิม

- ดำเนินงานให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวน ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers ภายใน ๑๘๐ วัน

- ดำเนินงานให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวน ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers ภายใน ๒๗๐ วัน

- ดำเนินงานให้มียอด Followers เพิ่มขึ้นอีกจำนวน ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers ภายใน ๓๖๐ วัน

ข. ดำเนินการจัดทำ Content ภาษาไทย พร้อมสื่อประกอบ Artwork ให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ เรื่องตลอดสัญญาโครงการ

ค. จัดกิจกรรมออนไลน์เพื่อโปรโมท Facebook Fan Page โดย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ กนอ. และจัดหารางวัลสำหรับกิจกรรมพร้อมส่งมอบของรางวัลให้กับผู้โชคดี กิจกรรมละไม่น้อยกว่า ๓ รางวัล ซึ่งมีมูลค่ารางวัลรวมไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บาท จำนวนอย่างน้อย ๔ ครั้ง

๓) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ X ของ กนอ. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

ข. ดำเนินการ Repost ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ กนอ. จากบุคคลหรือ แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องมีการตรวจสอบข้อมูลที่ Repost แล้วว่าข้อมูลมีความถูกต้อง และไม่ใช่ว่าที่สร้างความแตกแยกและสร้างความเสียหายให้กับบุคคลและสังคม

ค. ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและออกแบบ Cover Photo สำหรับ X ของ กนอ. จำนวน ๘ ชิ้นงาน โดยแบ่งเป็นงวดละ ๒ ชิ้นงานตลอดสัญญาโครงการ

ง. ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำ Content วันสำคัญต่างๆ และ วันสำคัญทางศาสนา พร้อมสื่อประกอบ Artwork ให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบันตลอดระยะเวลา ดำเนินโครงการ

๔) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ TikTok ของ กนอ. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

ข. ดำเนินการ Repost ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ กนอ. จากบุคคลหรือ แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องมีการตรวจสอบข้อมูลที่ Repost แล้วว่าข้อมูลมีความถูกต้อง และไม่ใช่ว่าที่สร้างความแตกแยกและสร้างความเสียหายให้กับบุคคลและสังคม

๕) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการในการดูแลโต้ตอบ ตอบคำถามให้ข้อมูลกับผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของ กนอ. (Facebook, X, TikTok) 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 โดยการผลิตสปอต โฆษณา จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้งตลอดสัญญา

โครงการ ในสถานที่มีผู้ฟังเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับ กนอ. หรือเป็นรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

๒) ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โดยการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสารคดีข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นภาษาอังกฤษ เผยแพร่ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ ในสถานที่มีผู้ฟังเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับ 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 อาทิ การแถลงข่าว การเยี่ยมชมความคืบหน้าโครงการต่างๆ ของ กนอ. การศึกษาดูงาน รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้บริหาร กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

๒) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจรภายในประเทศ เพื่อนำคณะสื่อมวลชนเยี่ยมชมนิคมอุตสาหกรรมของ กนอ. เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในการดำเนินงานของ กนอ. และเพื่อให้สื่อมวลชนนำข้อมูลไปเผยแพร่ได้อย่างถูกต้องสู่สาธารณชน จำนวน ๒ ครั้ง ในสถานที่ที่ กนอ. เห็นสมควร โดยผู้รับจ้างเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในส่วนของสื่อมวลชนทั้งหมด อาทิ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก เป็นต้น (โดยในกิจกรรมแต่ละครั้ง ผู้รับจ้างจะต้องประสานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ โดยต้องประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์อย่างน้อย ๓ สถานี)

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

(ก) รูปแบบมอบกระเช้า อาทิ พบปะบรรณาธิการข่าวเนื่องในวันครบรอบวันสถาปนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ (มูลค่ากระเช้า ไม่เกิน ๓,๐๐๐ บาท)

(ข) รูปแบบ Thanks Press อาทิ กิจกรรมดินเนอร์ทอล์ก กิจกรรมจิบน้ำชายามบ่าย เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งตลอดสัญญาโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ โดยต้องประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์อย่างน้อย ๓ สถานี

ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมตามข้อ ๔.๒.๒.๕ ข้อย่อย ๑), ๒), ๓) ข้างต้น ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมสำหรับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมกิจกรรม ประสานเชิญ

สื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม และจัดเตรียมประเด็น เนื้อหา ในการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) เอกสารสำหรับเผยแพร่ให้สื่อมวลชน โดยจะต้องได้รับการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อต่างๆ ไม่น้อยกว่า ๑๐ แหล่งข่าว ซึ่งผู้รับจ้างต้องสรุปรายชื่อสื่อมวลชนที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ กนอ. ทราบล่วงหน้าก่อนวันจัดงาน อย่างน้อย ๑ วัน รวมทั้งติดตามรวบรวมผลการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จหลังการจัดกิจกรรม แต่ละครั้ง

๔.๓ การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

๑) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์รายงวด ที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ทุกช่องทาง ประกอบด้วย

- ก. สื่อโทรทัศน์
- ข. สื่อสิ่งพิมพ์/ สื่อออนไลน์
- ค. เครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Network
- ง. สื่อวิทยุ

๒) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำผลการวิเคราะห์แนวทางการสื่อสาร โดยจัดทำเป็นแผนงาน รายเดือน รวมถึงการวิเคราะห์ข่าวประชาสัมพันธ์ของ กนอ. ทุกช่องทาง และเสนอแนวโน้มทิศทางของข่าวในอนาคต โดยเสนอแนะกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ดังกล่าว พร้อมทั้งประมวล/สรุปข่าวในประเด็นสำคัญ ที่เป็นแนวนโยบายที่สำคัญของรัฐที่ กนอ. เกี่ยวข้อง นำมาเรียบเรียงเพื่อให้เห็นพัฒนาการของการดำเนินการกิจของ กนอ. ตามแนวนโยบายดังกล่าว

๓) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ของ กนอ. ในรูปแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถใช้ลิงค์ในการ เผยแพร่ได้ พร้อมจัดทำรายงานสรุปส่งให้แก่ กนอ. ภายในงวดสุดท้าย

๔.๔ การบริหารงานอื่นๆ

๑) ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีทีมงาน ประกอบด้วย

ก. ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ความสามารถ ด้านการวิเคราะห์ การวางกลยุทธ์ทางด้านประชาสัมพันธ์ และมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว การบริหารงานประชาสัมพันธ์ หรือการบริหารสื่อมวลชน อย่างน้อย ๑๐ ปี จำนวน ๑ คน สามารถปฏิบัติงานภายใต้การกำกับดูแลของกอง สื่อสารองค์กร สำนักผู้ว่าการ ณ กนอ. สำนักงานใหญ่ อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๓ วัน ตามวันและเวลาราชการ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ รวมทั้งสามารถไปปฏิบัติงานนอกพื้นที่กรุงเทพฯ หรือนอกเวลาราชการได้ กรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน และต้องประพฤติ ปฏิบัติตน การแต่งกายเหมาะสมกับสถานที่ราชการ

ข. ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความรู้ด้านโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว หรือดำเนินการอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจาก กนอ. และมีประสบการณ์ด้านถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ อย่างน้อย ๕ ปี จำนวน ๑ คน สามารถเข้าปฏิบัติงานตามหมายงานที่ได้รับแจ้งจาก กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ รวมทั้งสามารถไปปฏิบัติงานนอกพื้นที่กรุงเทพฯ หรือนอกเวลาราชการได้ กรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน และต้องประพฤติ ปฏิบัติตน การแต่งกายเหมาะสมกับสถานที่ราชการ

ทั้งนี้ กนอ. มีสิทธิในการขอปรับเปลี่ยนบุคลากรที่ทำหน้าที่ปฏิบัติงานประจำ กนอ. สำนักงานใหญ่ หากเห็นว่าการปฏิบัติงานดังกล่าว ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งผู้รับจ้างจะนำมาเป็นเหตุผลในความล่าช้าและความเสียหายมิได้

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

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

๔) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสำรวจและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของ กนอ. ในกลุ่มสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ก่อนเริ่มดำเนินงาน และก่อนสิ้นสุดโครงการ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์วางแผนงานประชาสัมพันธ์ในอนาคตต่อไป

๔.๕ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนี้ โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุภายในประเทศตามที่กำหนดแนบท้ายขอบเขตของงานนี้ เสนอให้ กนอ. ภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. การดำเนินการของ กนอ.

๕.๑ กนอ. จะแจ้งกำหนดการจัดกิจกรรม และประเด็นต่างๆ สำหรับจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการนำไปถ่ายภาพและวิดีโอ ตามความเหมาะสมกับลักษณะของกิจกรรม

๕.๒ กนอ. จะสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้แก่ผู้รับจ้าง สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ภายใต้โครงการ

๖. วงเงินที่ใช้ในการจัดจ้าง

ภายในวงเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้เรียบร้อยแล้ว

๗. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน ๓๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๘. งวดงานและการจ่ายเงิน

กำหนดงวดงานที่ต้องส่งมอบและการจ่ายเงินแต่ละงวด ดังต่อไปนี้

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน	อัตราค่าจ้าง
๑	<p>๑. แผนกลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ พร้อมจัดทำแผนการดำเนินงานและกิจกรรมการดำเนินงานของ กนอ. ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ</p> <p>๒. แผนปฏิบัติงานเดือนที่ ๑ ของสัญญาจ้าง</p> <p>๓. ผลการประเมินภาพลักษณ์ กนอ. ในปัจจุบัน พร้อมแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี</p> <p>๔. ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๑</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๒</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน</p> <p>๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News)</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๓</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง</p> <p>๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง</p>	<p>ภายใน ๗ วัน</p> <p>นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง</p> <p>ภายใน ๓๐ วัน</p> <p>นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง</p> <p>ภายใน ๙๐ วัน</p> <p>นับถัดจากวันลงนามในสัญญา</p>	<p>ร้อยละ ๒๕</p> <p>ของค่าจ้าง</p> <p>ตามสัญญา</p>

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน	อัตราค่าจ้าง
	<p>๓) X ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน</p> <p>๔) TikTok ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๔</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง</p> <p>๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง</p>		
๒	<p>ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๑</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๒</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน</p> <p>๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News)</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๓</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง</p> <p>๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง</p> <p>๓) X ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน</p> <p>๔) TikTok ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๔</p>	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้างตามสัญญา

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน	อัตราค่าจ้าง
	๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง		
๓	ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย ข้อ ๔.๒.๒.๑ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ 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 ๒,๐๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ๓) X ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน ๔) TikTok ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ข้อ ๔.๒.๒.๔ ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง	ภายใน ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนาม ในสัญญา	ร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง ตามสัญญา
๔	ผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒.๒ ประกอบด้วย ข้อ ๔.๒.๒.๑ ๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง	ภายใน ๓๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนาม ในสัญญา	ร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง ตามสัญญา

งวดงาน	เนื้อหางานที่จะต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบงาน	อัตราค่าจ้าง
	<p>ข้อ ๔.๒.๒.๒</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน</p> <p>๓) กฤตภาคข่าว (Clipping News)</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๓</p> <p>๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง</p> <p>๒) Facebook ประกอบด้วย ยอด Followers เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Followers และ Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง</p> <p>๓) X ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง และ Cover Photo จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน</p> <p>๔) TikTok ประกอบด้วย Content จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๔</p> <p>๑) จำนวน ๑ ชิ้นงาน และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้ง ตลอดสัญญาโครงการ</p> <p>๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง</p> <p>๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง</p> <p>ข้อ ๔.๒.๒.๕ รายงานผลการจัดกิจกรรมการบริหารงานด้านสื่อมวลชน ตลอดสัญญาโครงการ</p>		

ทั้งนี้ กนอ. จะชำระเงินค่าจ้างแต่ละงวด เมื่อผู้รับจ้างปฏิบัติงานแล้วเสร็จครบถ้วนตามรายละเอียดและขอบเขตของงานที่กำหนด และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว

๙. การคิดค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้ครบถ้วนตามสัญญาที่กำหนดในแต่ละงวด ต้องยินยอมให้ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๒ ของค่าจ้างแต่ละงวดตามสัญญา นับถัดจากวันที่ครบกำหนดจนถึงวันที่ปริมาณงานครบถ้วนถูกต้อง

๑๐. การยื่นข้อเสนอ

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

๑๐.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อ ๓ และเอกสารอื่นๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๑๐.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค (Technical Proposal) ประกอบด้วย

๑๐.๒.๑ แผนและวิธีการดำเนินงานตามขอบเขตของงาน ได้แก่

- (๑) แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร
- (๒) แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร
- (๓) การดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้าง

ภาพลักษณ์องค์กร

๑๐.๒.๒ ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

๑๐.๒.๒ คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ ตามข้อ ๔.๔
ข้อย่อย ๑)

๑๐.๓ ข้อเสนอด้านราคา ให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางตามแบบวิธีและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๑๑. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแผนกลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ และต้องจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์รายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็นการสื่อสาร (Issue) ช่องทางการสื่อสาร และระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้เทคนิค วิธีการ

ดำเนินงาน และความเชี่ยวชาญเฉพาะเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอที่ไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน จึงจำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน กนอ. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์ราคา และเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักระหว่างเกณฑ์ราคา ร้อยละ ๓๐ และเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ ๗๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

๑๑.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอต้งหมดของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจากระบบการการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ e-GP) ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคาซึ่งระบบ e-GP จะเก็บไว้จนกว่าจะมีการให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคเรียบร้อยแล้ว

๑๑.๒ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่างๆ แล้ว พิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่างๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่างๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค

๑๑.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อเสนอมิตผลลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีสาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่จะพิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อ กนอ. เท่านั้น และคณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติ และยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๑.๒ โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามเกณฑ์

๑๑.๓.๑ แผนและวิธีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๕๐)

(๑) แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร (๓๐ คะแนน)

(๒) แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร (๓๐ คะแนน)

(๓) การดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร (๔๐ คะแนน)

๑๑.๓.๒ ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๑๐)

(๑) ผลงานเชิงคุณภาพ (๕๐ คะแนน)

(๒) ผลงานเชิงปริมาณ (๕๐ คะแนน)

๑๑.๓.๓ คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ ๑๐๐ คะแนน (ร้อยละ ๑๐)

ทั้งนี้ ในการพิจารณาให้คะแนนตามหัวข้อต่างๆ ข้างต้น คณะกรรมการฯ จะพิจารณาความครบถ้วนและสอดคล้องกับลักษณะงานตามขอบเขตของงาน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญยื่นข้อเสนอให้นำเสนอเพื่ออธิบายข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่นๆ ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันยื่นข้อเสนอเพื่อประกอบการพิจารณาให้คะแนน ข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่นๆ จะต้องได้คะแนนเมื่อถ่วงน้ำหนักแต่ละหัวข้อรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ (ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๖)

๑๑.๔ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๑๑.๓ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยบันทึกคะแนนข้อเทคนิคที่ได้รับถ่วงน้ำหนักตามสัดส่วนเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ที่กำหนด สำหรับคะแนนข้อเสนอด้านราคาจะให้คะแนนตามช่วงความต่างของราคาที่เสนอแต่ละรายโดยระบบ e-GP จะพิจารณาให้คะแนนในระบบ หลังจากนั้นระบบจะรวมคะแนนน้ำหนักและจัดเรียงตามคะแนนไว้ ๓ ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือกและคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของ กนอ. ต่อไป

๑๑.๕ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด กนอ. จะพิจารณาเรียกลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๒. ข้อสงวนสิทธิ์และเงื่อนไขอื่นๆ

๑๒.๑ กนอ. สงวนสิทธิ์ที่จะทำการแก้ไขหรือเพิ่มเติมหรือลดเนื้องานตามสัญญาได้ทุกอย่างโดยไม่ต้องยกเลิกสัญญานี้ การเพิ่มเติม/ลดงาน จะต้องคิดและตกลงราคากันใหม่

๑๒.๒ ราคาที่เสนอจะต้องกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา

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

๑๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องเสนอผลการประเมินภาพลักษณ์ กนอ. ในปัจจุบัน พร้อมแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ภายใน ๓๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๑๒.๕ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนดำเนินการผลิตและเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ รายเดือนต่อ กนอ. และเมื่อได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. จึงจะสามารถนำไปดำเนินการได้ต่อไป ในกรณีที่ชิ้นงานที่ผลิต

ไม่ได้คุณภาพ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องโดยไม่มีข้อโต้แย้ง พร้อมทั้งต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องทันทีและ/หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด

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

๑๒.๗ ประเด็นในการนำเสนอ ต้องเป็นประเด็นที่ กนอ. ต้องการนำเสนอเป็นสำคัญ หรือสื่อมวลชน และประชาชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ และเป็นประเด็นที่ต้องมีการชี้แจงสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องต่อสาธารณชน

๑๒.๘ หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในการดำเนินการตามแผนงาน ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับฯ รับทราบล่วงหน้าก่อน และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ.

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

ภาคผนวก ก.

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

จ้างบริหารจัดการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๘

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

เกณฑ์การพิจารณาและคัดเลือกข้อเสนอ

เกณฑ์		คะแนนเต็ม	สัดส่วนน้ำหนัก
ด้านคุณภาพ	๑. แผนและวิธีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๑๐๐	๕๐
	๒. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ	๑๐๐	๑๐
	๓. คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ	๑๐๐	๑๐
ด้านราคา	ราคา	๑๐๐	๓๐
รวม		๔๐๐	๑๐๐
หมายเหตุ ข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาด้านคุณภาพ จะต้องได้คะแนนประเมินด้านคุณภาพรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ (คะแนนรวมไม่ต่ำกว่า ๒๔๐ คะแนน)			

หัวข้อและรายละเอียดการให้คะแนน	จำนวนคะแนน
๑. แผนและวิธีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร (น้ำหนักร้อยละ ๕๐)	๑๐๐ คะแนน
ในหัวข้อนี้จะพิจารณาจากการอธิบายภาพรวมการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรตามขอบเขตของงาน ข้อ ๔ เพื่อพิจารณาว่ามีความเข้าใจในการดำเนินงานตามขอบเขตของงานมากน้อยเพียงใด	
๑.๑ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๓๐ คะแนน
- อธิบายหลักการและเหตุผลในการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๕ คะแนน
- มีการวิเคราะห์ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของ กนอ. และเป็นการวิเคราะห์ที่สมเหตุสมผลสร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของโครงการฯ	๕ คะแนน
- อธิบายรายละเอียดแนวคิดการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยอธิบายได้อย่างชัดเจนครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ	๑๐ คะแนน

- มีการนำเสนอตัวอย่างชิ้นงานการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๑๐ คะแนน
การให้คะแนนแต่ละหัวข้อย่อยในข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ กนอ. หากในหัวข้อย่อยใดอธิบายได้ไม่ครบถ้วน ไม่ชัดเจน ไม่เหมาะสม หรือยังไม่ครบถ้วน หรือไม่สอดคล้อง บางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้ไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อย่อยนั้น	
๑.๒ แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๓๐ คะแนน
ในหัวข้อนี้จะพิจารณาจากการอธิบายการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ตามขอบเขตของงาน เพื่อพิจารณาว่าความเหมาะสม ครบถ้วน สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินงานตามขอบเขตของงานมากน้อยเพียงใด	
- อธิบายรายละเอียดแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ ได้อย่างชัดเจนครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ	๑๐ คะแนน
- อธิบายรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานอย่างชัดเจน	๑๐ คะแนน
- อธิบายระยะเวลาดำเนินงานแต่ละขั้นตอนให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน เพื่อแสดงให้เห็นว่าจะสามารถปฏิบัติได้สำเร็จตามแผนงาน	๑๐ คะแนน
การให้คะแนนแต่ละหัวข้อย่อยในข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ หากในหัวข้อย่อยใดอธิบายได้ไม่ครบถ้วน ไม่ชัดเจน ไม่เหมาะสม หรือยังไม่ครบถ้วน หรือไม่สอดคล้อง บางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้ไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อย่อยนั้น	
๑.๓ การดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๔๐ คะแนน
ในหัวข้อนี้จะพิจารณาจากการอธิบายวิธีการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรตามขอบเขตของงาน เพื่อพิจารณาว่ามีความเข้าใจในการผลิตสื่อและเลือกรูปแบบ/ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมตามขอบเขตของงานมากน้อยเพียงใด	
- อธิบายขั้นตอนรายละเอียดในการดำเนินงานผลิตสื่อและช่องทางในการเผยแพร่ที่ชัดเจนสอดคล้องแผนการดำเนินงาน	๑๐ คะแนน
- อธิบายการเลือกรูปแบบ/ช่องทางในการประชาสัมพันธ์สื่อ โดยมีการเลือกใช้สื่อและช่องทางในการเผยแพร่ที่ชัดเจน สอดคล้องกับแผนงานการดำเนินงาน	๑๐ คะแนน
- อธิบายการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเผยแพร่สื่อที่เลือกใช้ สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานได้จริงตามข้อเสนอ	๒๐ คะแนน

<p>การให้คะแนนแต่ละหัวข้อย่อยในข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายวิธีการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร หากในหัวข้อย่อยใดอธิบายได้ไม่ครบถ้วน ไม่ชัดเจน ไม่เหมาะสม หรือยังไม่ครบถ้วน หรือไม่สอดคล้อง บางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อย่อยนั้น</p>	
<p>๒. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)</p>	<p>๑๐๐ คะแนน</p>
<p>ในหัวข้อนี้จะพิจารณาผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ ซึ่งแสดงถึงประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์หรือที่เกี่ยวข้อง</p>	
<p>๒.๑ ผลงานเชิงคุณภาพ</p>	<p>๕๐ คะแนน</p>
<p>- มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร อาทิ ด้านอุตสาหกรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และตรงตามคุณสมบัติ จำนวน ๑ ผลงาน</p>	<p>๓๐ คะแนน</p>
<p>- มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร อาทิ ด้านอุตสาหกรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และตรงตามคุณสมบัติ จำนวน ๒ ผลงาน</p>	<p>๔๐ คะแนน</p>
<p>- มีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร อาทิ ด้านอุตสาหกรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ให้กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และตรงตามคุณสมบัติ จำนวน ๓ ผลงานขึ้นไป</p>	<p>๕๐ คะแนน</p>
<p>การให้คะแนนข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอไว้ตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอที่กำหนดเท่านั้น และให้ตามจำนวนผลงานที่ยื่นเสนอพร้อมกับเอกสารการยื่นข้อเสนอในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ซึ่งหากผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอไม่ตรงตามที่กำหนดซึ่งถือว่าคุณสมบัติไม่ถูกต้อง จะไม่มีการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งหมด</p>	
<p>๒.๒ ผลงานเชิงปริมาณ</p>	<p>๕๐ คะแนน</p>
<p>- มีผลงานโครงการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ ทุกวงเงินที่ผ่านมา ถือเป็นผลงานของ (Company Profile) จำนวน ๑ ผลงาน</p>	<p>๓๐ คะแนน</p>
<p>- มีผลงานโครงการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ ทุกวงเงินที่ผ่านมา ถือเป็นผลงานของ (Company Profile) จำนวน ๒ ผลงาน</p>	<p>๔๐ คะแนน</p>
<p>- มีผลงานโครงการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ ทุกวงเงินที่ผ่านมา ถือเป็นผลงานของ (Company Profile) จำนวน ๓ ผลงานขึ้นไป</p>	<p>๕๐ คะแนน</p>

การให้คะแนนข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารผลงานโครงการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอเพิ่มเติม และให้ตามจำนวนผลงานที่ยื่นเสนอ	
๓. คุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอ (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)	๑๐๐ คะแนน
ในหัวข้อนี้จะพิจารณาประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ข้อ ๔.๔ ข้อย่อย ๑) ซึ่งแสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์มาแล้วเป็นอย่างดี	
- บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว จับประเด็น ที่สามารถนำมาเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือบริบทองค์กร โดยบุคลากรจะต้องมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ๑๐ ปี	๘๐ คะแนน
- บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว จับประเด็น ที่สามารถนำมาเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือบริบทองค์กร โดยบุคลากรจะต้องมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ๑๑ - ๑๔ ปี	๙๐ คะแนน
- บุคลากรมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว จับประเด็น ที่สามารถนำมาเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือบริบทองค์กร โดยบุคลากรจะต้องมีประสบการณ์ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ๑๕ ปี ขึ้นไป	๑๐๐ คะแนน
การให้คะแนนข้อนี้ จะพิจารณาจากประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอ และให้ตามจำนวนปีที่ยื่นเสนอ	