


แบบฟอร์มวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

- ชื่อโครงการ โครงการวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำธุรกรรม  
ทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘  
หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,200,000.00 บาท
- วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 6 พฤศจิกายน 2567  
เป็นเงิน 3,199,700.00 บาท ราคา/หน่วย (ถ้ามี) - บาท
- แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
  - บริษัท ซิกเนเจอร์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด
  - บริษัท พราวด์ พราวด์ จำกัด
  - บริษัท เจซีแอนด์โค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด
- รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
  - นายไพเศษ เจริญพานิช
  - นายรัตนภรณ์ ทานน้ำ
  - นายกริช ขาวอุปถัมภ์
  - 
  -

	<b>ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)</b>		<b>จำนวน</b>	<b>๙ หน้า</b>
	<b>เรื่อง</b>	โครงการวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘		
<b>จัดทำโดย</b>	ฝ่ายสื่อสารองค์กร	<b>วันที่จัดทำ</b>	พ.ย. ๖๗	

## ๑. ความเป็นมา

ตามที่ สพธอ. มีวิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเท่าทันกับสถานการณ์โลก ที่มีบทบาททั้งในด้านการเป็น Co-creation regulator หรือการเป็น Regulator ที่มีบทบาทในการร่วมคิด ร่วมทำ (Co-creation) กับผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละอุตสาหกรรม รวมไปถึงการส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางออนไลน์ ซึ่งจะเกี่ยวข้องในมุมมองของ Ecosystem ที่ครอบคลุมทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่น่าเชื่อถือ การมองไปในอนาคตผ่านกระบวนการทั้งในเชิงสถิติ รวมไปถึงกระบวนการศึกษาและวิจัย ซึ่งผลที่ได้จะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการดำเนินงานที่จะช่วยส่งผลการส่งเสริมทั้งในกลุ่ม SMEs กลุ่ม Service provider ตลอดจนการสนับสนุนการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐให้มีการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยในการเปลี่ยนผ่านกระบวนการดำเนินงานสู่ดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลการสร้างผลกระทบทั้งต่อภาคเศรษฐกิจและสังคมพร้อมกันนี้ ในมุมมองของ Digital Transformation ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างโอกาส ความยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของประเทศ มีการดำเนินงานที่คำนึงถึงประเด็นความสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง พร้อมๆ กับการผลักดันให้คนไทยเกิดการใช้งานการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างรู้เท่าทัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการทำธุรกรรมฯ ที่สร้างโอกาสให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคต ขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมสากล

ดังนั้น การดำเนินงานของ สพธอ. ในปัจจุบัน จึงมุ่งเน้น ๔ งานหลักสำคัญทั้งในด้าน ๑) Digital Infrastructure & Ecosystem เสริมศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานเอกสารอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มกลไกการกำกับดูแลในการใช้งาน รวมถึงกฎหมายและมาตรฐานทางดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง ๒) Digital Service Governance เสริมกลไกการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงขับเคลื่อนให้เกิดการใช้เทคโนโลยี AI อย่างมีธรรมาภิบาลทั้งในระดับองค์กรและอุตสาหกรรมต่างๆ ๓) Digital Adoption & Transformation ผลักดันการใช้ Digital ID ในภาคเอกชนและขยายการเชื่อมต่อสู่บริการภาครัฐ รวมถึงส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและขยายการสนับสนุนในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการธุรกิจของ SMEs ในพื้นที่ต่างๆ และ ๔) Digital Workforce Literacy & Protection เพิ่มทักษะแรงงานดิจิทัลที่มีคุณภาพ พร้อมขยายและต่อยอด Model ในการพัฒนาชุมชนทั้งในแง่ความรู้และการรู้เท่าทันการใช้เทคโนโลยีในภูมิภาคต่างๆ ร่วมกับหน่วยงานความร่วมมือ โดยขับเคลื่อนการดำเนินงานการร่วมกับคือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร (Stakeholder) ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการ Digital Service, ผู้ประกอบการ SMEs, ผู้ให้บริการ Digital Platform, หน่วยงานกำกับดูแลทั้งภาครัฐและเอกชน (Regulator) และ ภาคประชาสังคม เป็นต้น ให้เกิดการรับรู้ เข้าใจและตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของ สพธอ. ที่มีความชัดเจน

การที่ สฟทอ. จะบรรลุเป้าหมายภายใต้บทบาทการดำเนินงานตามกฎหมายได้นั้น นอกเหนือจากการดำเนินงานสร้างทั้งในมุมของการเพิ่มการรับรู้ ตลอดจนการสร้างการมีส่วนร่วมกับในภาคส่วนต่างๆ ตามภารกิจดำเนินงานแล้ว ยังจำเป็นต้องมีในส่วนของ การวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในด้าน Brand admiration จนไปด้าน Brand role perception ที่วัดไปถึง Brand awareness ซึ่งที่ผ่านมา สฟทอ. ได้ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการกำหนดเป้าหมายการรับรู้บทบาทของ สฟทอ. ในภาพรวมที่ร้อยละ ๘๐ โดยใช้เครื่องมือเฉพาะทางออนไลน์เพื่อให้เกิดการได้ข้อมูลที่เหมาะสมตามบริบทของ สฟทอ. และสอดคล้องตามการดำเนินงานที่ส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายทั้งในกลุ่มภาคีเครือข่าย สฟทอ. ทั้งภาครัฐ เอกชน สื่อมวลชน จนไปถึงประชาชนทั่วไปที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่ผนวกกับการใช้เครื่องมือที่ใช้ศึกษาประสบการณ์ของลูกค้าหรือ NPS (Net Promoter Score) ซึ่งจะช่วยให้ประเด็นสำคัญในมิติต่างๆ ทั้งบทบาทการสื่อสาร การรับรู้ประเด็นเนื้อหาที่มีการสื่อสาร การเข้าร่วมกิจกรรมหรือแคมเปญ เพื่อนำผลมาผนวกกับการปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

## ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในการส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่เน้นการสร้างความเข้าใจ การขยายให้เกิดการรับรู้ในบทบาท ตลอดจนประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการในบริบทที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายของ สฟทอ. ที่มีความชัดเจน เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น SMEs, ผู้ให้บริการ Digital Service, ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัล, หน่วยงานภาครัฐ, หน่วยงานกำกับดูแลทั้งภาครัฐและเอกชน (Regulator) และภาคประชาสังคม ให้สอดคล้องกับบทบาทและนโยบายของ สฟทอ. รวมถึงทิศทางการพัฒนาประเทศ เพื่อนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าบทบาทของ สฟทอ. ผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนแบรนด์อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

๒.๓ เพื่อให้มีแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนการวางทิศทางการดำเนินงานด้านการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การติดตามผ่าน Social listening รวมไปถึงระบบที่มีประสิทธิภาพในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวัดผล Brand Health Check เป็นต้น โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย ภารกิจประจำปี ช่องทางการสื่อสาร และกระบวนการมีส่วนร่วมกับการกิจขององค์กร เป็นต้น ซึ่งจะช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มคุณค่าในการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

๒.๔ เพื่อการติดตามและวัดผลประสิทธิภาพของการสื่อสารที่ได้ดำเนินการ โดยผ่านกระบวนการรวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพื่อนำเสนอผู้บริหารของ สฟทอ. ตลอดจนนำมาปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของ สฟทอ. ให้สอดคล้องกับภารกิจและสามารถต่อยอดการทำงานร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างทำงานที่จ้างในครั้งนี้
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๖ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้ออกการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

#### ๔. ขอบเขตของงาน

##### ๔.๑ แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ

ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมของโครงการ รวมถึงกำหนดการผู้รับผิดชอบ สิ่งส่งมอบ และรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งทิศทางการดำเนินงานในภาพรวม โดยต้องรวมหารือกับ สฟธอ. เพื่อให้มั่นใจว่าแผนดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ ทั้งนี้จะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานให้แล้วเสร็จและนำเสนอภายในกรอบเวลาที่กำหนด เพื่อให้มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสามารถปรับปรุงได้ทันทีหากจำเป็น

##### ๔.๒ การจัดทำกลยุทธ์การสื่อสาร (Strategic Communication) ปี ๒๕๖๘

ผู้รับจ้างจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดมิติที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน โดยหารือร่วมเพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายในระยะปี ๒๕๖๘ และการมองในระยะปี ๒๕๖๙ โดยอยู่ภายใต้กลุ่มเป้าหมายที่ สฟธอ. ได้กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานขององค์กร และกำหนดช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับภารกิจและกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องครอบคลุมทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย สื่อมวลชน และ Influencer เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ที่ดีต่อการดำเนินงานและบริการของ สฟธอ. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีต่อการดำเนินงานและบริการขององค์กร (Customer Experiential Management) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘ รวมถึงการใช้เครื่องมือวัดผลที่เหมาะสมในการประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์ดังกล่าว

##### ๔.๓ การติดตามผลการสื่อสาร (Monitoring)

ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาระบบ Social Listening ที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลการติดตามและวิเคราะห์กระแสในสังคมออนไลน์ได้แบบเรียลไทม์ โดยระบบดังกล่าวต้องสามารถส่งการแจ้งเตือน (Alert) ผ่านช่องทางการสื่อสารของ สฟธอ. ได้ทันที รวมถึงการแชร์ Account ให้ สฟธอ. สามารถใช้งานคู่มือได้ อย่างน้อย ๑ account เพื่อให้การติดตามผลการสื่อสารเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมี

ประสิทธิภาพ โดย account ดังกล่าวจะต้องมีอายุการใช้งาน อย่างน้อย ๑ ปี นับจากวันส่งมอบ account ให้ สฟธอ.

#### ๔.๔ การออกแบบและจัดการระบบการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและจัดการระบบที่มีประสิทธิภาพในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อ ประเมินแบรนด์ ปัญหา หรือความสนใจในเรื่องธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้เครื่องมือ Social Listening ที่มี ความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพสูง ที่จะทำให้เห็นถึงผลของการติดตามถึงกระแสในสังคมออนไลน์ใน ประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือมีผลต่อการดำเนินงานของ สฟธอ. ในมิติสำคัญ รวมถึงการจัดทำรายงานสรุปผลจาก การติดตามดังกล่าวในรูปแบบรายเดือน จำนวนอย่างน้อย ๘ เดือน เพื่อให้ สฟธอ. สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไป ปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารได้อย่างต่อเนื่อง

#### ๔.๕ การวัดผลและการพัฒนาข้อเสนอแนะ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการวัดผล Brand Health Check โดยเชื่อมโยงกับ Brand Future Valuation Model (BFV Model) และการวัด Superfans ของแบรนด์ ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลและ จัดทำข้อเสนอแนะที่ช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ ทั้งนี้จะต้องมั่นใจว่ากลุ่มเป้าหมายของโครงการมี การรับรู้ ความเข้าใจ การจดจำ ตลอดจนการยอมรับต่อบทบาทของ สฟธอ. ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของ กลุ่มเป้าหมาย

ตลอดการดำเนินงานของโครงการ ผู้รับจ้างต้องมีข้อเสนอแนะ มีการบริหารจัดการการสื่อสาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีต่อการดำเนินงานและบริการขององค์กร (Customer Experiential Management)

#### ๔.๖ การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน และกลยุทธ์การสื่อสารประจำปีงบประมาณ

๒๕๖๙

(๑) ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตลอดโครงการในรูปแบบรายงานฉบับ สมบูรณ์ ซึ่งต้องประกอบด้วยบทสรุปผู้บริหาร การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการสื่อสารในแต่ละด้าน และ ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินงานของ สฟธอ. มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์เป้าหมายขององค์กรได้อย่าง ครบถ้วน

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร โดยคำนึงถึงข้อมูลที่ได้รับจากการติดตามและการ วัดผลระหว่างการดำเนินงานในปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เพื่อจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารที่มีความเหมาะสมและมี ประสิทธิภาพ สำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๙ โดยนำเสนอกลยุทธ์ดังกล่าวต่อ สฟธอ. เพื่อพิจารณา

#### ๕. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านสองแสนบาทถ้วน) และราคา กลาง เป็นจำนวนเงิน ๓,๑๙๙,๗๐๐ บาท (สามล้านหนึ่งแสนเก้าพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน)

#### ๖. ระยะเวลาดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๘

## ๗. สิ่งส่งมอบและกำหนดเวลาการส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการและส่งมอบงาน โดยแบ่งกำหนดระยะเวลาการส่งมอบงานเป็นจำนวน ๔ (สี่) งวด ดังนี้

๗.๑ งวดที่ ๑ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ ๔.๑ ภายใน ๓๐ (สามสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา ในรูปแบบเอกสาร ๑ ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยบรรจุใน External Hard Disk ๒ ชุด

๗.๒ งวดที่ ๒ ดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๔.๒ และ ๔.๓ ภายในวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๘ ในรูปแบบเอกสาร ๑ ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยบรรจุใน External Hard ๒ ชุด

๗.๓ งวดที่ ๓ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ ๔.๕ ภายในวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๘ ในรูปแบบเอกสาร ๑ ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยบรรจุใน External Hard Disk ๒ ชุด

๗.๔ งวดที่ ๔ ดำเนินการและส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ ๔.๔ และ ๔.๖ ภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๘ ในรูปแบบเอกสาร ๑ ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยบรรจุใน External Hard Disk ๒ ชุด

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำตารางแสดงการเปรียบเทียบขอบเขตของงานที่ส่งมอบในแต่ละงวด ด้วย

## ๘. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สพธอ. จะแบ่งการจ่ายเงินเป็นงวด ๆ รวม ๔ (สี่) งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ อัตราร้อยละ ๑๕ (สิบห้า) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างถูกต้องครบถ้วนแล้ว

งวดที่ ๒ อัตราร้อยละ ๒๕ (ยี่สิบห้า) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างถูกต้องครบถ้วนแล้ว

งวดที่ ๓ อัตราร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างถูกต้องครบถ้วนแล้ว

งวดที่ ๔ อัตราร้อยละ ๒๐ (ยี่สิบ) ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗.๔ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างถูกต้องครบถ้วนแล้ว

ทั้งนี้ ค่าจ้างที่ สพธอ. จะจ่ายตามข้อนี้ ได้รวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และค่าภาษีอากร รวมทั้งภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) ไว้ด้วยแล้ว

## ๙. อัตราค่าปรับ

เมื่อครบกำหนดส่งมอบงานตามที่กำหนด ถ้าผู้รับจ้างไม่ส่งมอบงานจ้าง หรือส่งมอบล่าช้า หรือส่งมอบไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบจำนวน หรือไม่ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้แก่ สพธอ. ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้ สพธอ. เป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบตามสัญญาจนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างให้แก่ สพธอ. จนถูกต้องครบถ้วน

## ๑๐. การรักษาความลับ

๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจาก สพรอ. และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้อย่างเป็นความลับของ สพรอ. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องหามาตรการในการจัดเก็บข้อมูล ที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญา ภายใต้อสัญญานี้ หรือมีใช้บุคคลที่ สพรอ. ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูล ที่เป็นความลับภายใต้อสัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูล ดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้าง จะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ เช่นว่านั่นด้วย

๑๐.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อ สพรอ. หรือบุคคลอื่น ที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับ ดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และ สพรอ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๐.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตาม ข้อ ๑๐.๑ ต่อไป ตราบที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้ สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

## ๑๑. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพประกอบกัน โดย สพรอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกโดยเรียงลำดับจากผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด ดังนี้

๑๑.๑ ราคา ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐

๑๑.๒ แผนการปฏิบัติงาน ให้น้ำหนักร้อยละ ๘๐

๑๑.๓ ประวัติบริษัท และประสบการณ์การทำงานที่น่าเชื่อถือ ให้น้ำหนักร้อยละ ๕

๑๑.๔ ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจาก TOR ให้น้ำหนักร้อยละ ๕

การพิจารณาข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ผู้ที่ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์ จะต้องได้รับคะแนนรวมไม่น้อยกว่า ๘๐ (แปดสิบ) คะแนน จากคะแนนรวม ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) คะแนน ตามหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
๑	เกณฑ์ราคา ๑๐ คะแนน	๑๐		
๒	แผนการปฏิบัติงาน ๘๐ คะแนน			
	<p>๒.๑ แนวคิดในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร รวมไปถึงการวัดหรือติดตามผลการดำเนินงาน โดยเชื่อมโยงกับการนำข้อมูล data insights มาประกอบการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. มีการวางแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจน ครอบคลุมและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร มีการเชื่อมโยงนำ data insights ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดดเด่น มีกระบวนการในการวัดและติดตามผลการดำเนินงานอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับโครงการ เท่ากับ ๓๐ คะแนน</li> <li>๒. มีการวางแผนกลยุทธ์ สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร มีการเชื่อมโยงนำ data insights ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ มีกระบวนการในการวัดและติดตามผลการดำเนินงาน เท่ากับ ๒๐ คะแนน</li> <li>๓. มีการวางแผนกลยุทธ์และมีกระบวนการในการติดตามผลการดำเนินงาน เท่ากับ ๑๐ คะแนน</li> </ol>	๓๐		
	<p>๒.๒ ความเหมาะสมในการกำหนดรูปแบบ ประเด็นที่เกี่ยวข้องตลอดจนการเลือกช่องทางสำหรับการวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารฯ ที่ตรงกับเป้าหมายของโครงการ และความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. มีการกำหนดรูปแบบ ประเด็นที่เกี่ยวข้องตลอดจนเลือกช่องทางสำหรับการวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารฯ ที่ตรงกับเป้าหมายของโครงการได้อย่างชัดเจน โดดเด่น และความสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท่ากับ ๒๐ คะแนน</li> <li>๒. มีการกำหนดรูปแบบ ประเด็นที่เกี่ยวข้องตลอดจนเลือกช่องทางสำหรับการวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารฯ ที่ตรงกับเป้าหมายของโครงการ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ ได้ เท่ากับ ๑๐ คะแนน</li> <li>๓. มีการกำหนดรูปแบบ ประเด็นที่เกี่ยวข้องตลอดจนเลือกช่องทางสำหรับการวัดผลการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารฯ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางต่างๆ ได้ เท่ากับ ๕ คะแนน</li> </ol>	๒๐		



ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	<p>๒.๓ ความสามารถในการ วัดผลการสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กร</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>๑. มีกระบวนการในการวัดผลการสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กรภายใต้โครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดดเด่น เข้าใจง่าย เท่ากับ ๓๐ คะแนน</p> <p>๒. มีกระบวนการในการวัดผลการสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กรภายใต้โครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท่ากับ ๒๐ คะแนน</p> <p>๓. มีกระบวนการในการวัดผลการสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลการสื่อสารภายใต้โครงการได้ เท่ากับ ๑๐ คะแนน</p>	๓๐		
๓	<p><b>ประวัติบริษัท และประสบการณ์การทำงานที่น่าเชื่อถือ ๕ คะแนน</b></p> <p>ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องของผู้รับจ้างในโครงการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน รวมถึงประสบการณ์ในการวางแผนการสื่อสาร บริหารงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กร ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ หรือเอกชน</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>๑. กรณีประสบการณ์ ๕ ปีขึ้นไป ได้ ๕ คะแนน</p> <p>๒. กรณีประสบการณ์ ๔ ปี ได้ ๔ คะแนน</p> <p>๓. กรณีประสบการณ์ ๓ ปี ได้ ๓ คะแนน</p> <p>๔. กรณีประสบการณ์ น้อยกว่า ๓ ปี ได้ ๐ คะแนน</p>	๕		
๔	<p><b>ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจาก TOR ๕ คะแนน</b></p>	๕		
<b>คะแนนรวมทั้งหมด</b>		<b>๑๐๐</b>		
<p><b>วิธีการให้คะแนน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อ ๒ คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา</li> <li>- ข้อ ๓ เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาที่เป็นงานรับจ้างที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะพิจารณาเฉพาะวงเงินสัญญาที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือกำหนด กรณีที่เสนอมาหลายสัญญา โดยจะพิจารณาจากสัญญาที่มีวงเงินสัญญาสูงสุด</li> </ul>				

**หมายเหตุ**

๑. คะแนนที่ผู้เสนอราคาได้รับ = (คะแนน\*น้ำหนัก) / ๑๐๐

๒. ประเมินคะแนนจากราคาที่เสนอ = ๑๐๐ - ((ผลต่างราคาของผู้เสนอ กับ ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด / ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด)\* ๑๐๐)

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องส่งข้อเสนอด้านเทคนิคและด้านผลงานเพื่อประกอบการพิจารณาให้กับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาและนำเสนอ Presentation ไม่เกิน ๓๐ (สามสิบ) นาที สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือนำเสนอในรูปแบบออนไลน์ เพื่อประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ให้เป็นไปตามดุลยพินิจของคณะกรรมการพิจารณาผล

**๑๒. ข้อกำหนดอื่นๆ**

การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้ จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ มีผลบังคับใช้และได้รับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่หน่วยงานของรัฐไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว หน่วยงานของรัฐสามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้