

ร่างขอบเขตของงาน (Term of Reference)
จ้างพัฒนาช่องทาง Social Media ของ สทท. ครบวงจร
โดย สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

1.ความเป็นมา

สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สทท. เป็นองค์กรภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มีภารกิจในด้านการวิจัย พัฒนา และให้บริการด้านเทคโนโลยีนิวเคลียร์ ตลอดระยะเวลา 14 ปีที่ สทท.ดำเนินงาน ยังมีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากที่ยังไม่เข้าใจ หรือหากมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับเทคโนโลยีนิวเคลียร์ อาจจะเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การใช้ประโยชน์จากนิวเคลียร์ยังไม่แพร่หลายในประเทศไทยมากนัก การสร้างการสื่อสารเพื่อการรับรู้จึงเป็นเรื่องสำคัญ และการพัฒนาช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องเร่งดำเนินการ

การสื่อสารในปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและเปิดรับการสื่อสารผ่าน Social Media เป็นหลัก โดยเฉพาะการสื่อสารในช่องทางออนไลน์อย่าง Facebook ซึ่งมีผลการสำรวจจาก Hootsuite, Most used social media platforms, JAN 2020 แล้วว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง สทท. จึงควรใช้สื่อดังกล่าวมาเป็นเครื่องมือสื่อสารเชิงรุกเพื่อตอบโจทย์การสื่อสารขององค์กร โดยการจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการวางกลยุทธ์วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ออกแบบเครื่องมือสื่อสาร ตลอดจนสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหาที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ และเหมาะสม โดยมีความสอดคล้องกับภารกิจและอัตลักษณ์ขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ สทท. เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. วัตถุประสงค์

2.1 สร้างการรับรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับนิวเคลียร์และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนิวเคลียร์

2.2 เพื่อดำเนินการสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจองค์กรผ่านสื่อออนไลน์ของ สทท.

2.3 เพื่อวางกลยุทธ์และแผนงานในการสื่อสารให้กับสื่อ Facebook ขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับภารกิจ และอัตลักษณ์ขององค์กร

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 3.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพขาย/รับจ้าง งานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- 3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่หน่วยงานของรัฐ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- 3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น
- 3.10 ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง
- 3.11 ผู้เสนอราคาต้องมีผลงานและประสบการณ์ด้านการจัดทำสื่อกราฟฟิกรูปแบบต่างๆ ที่สามารถนำเอาข้อมูล สถิติ ตัวเลขต่างๆ มาทำให้เข้าใจง่ายในเวลาจำกัด และมีประสบการณ์ในการจัดทำประเด็นเนื้อหาสื่อสารด้านการอุดมศึกษา หรือ วิทยาศาสตร์ หรือวิจัย หรือเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้เสนอราคาต้องแสดงหนังสือรับรองผลงาน
- 3.12 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลให้เหมาะสมกับการสื่อสารในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้เสนอราคาต้องแสดงข้อมูลแนะนำทีมงานบุคลากรที่ระบุถึงตำแหน่ง ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของทีมงาน
- 3.13 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร ตลอดจนเป็นเจ้าของสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Fanpage ในรูปแบบ Publisher ที่เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีสาระในรูปแบบ Motion graphic, Infographic หรือชุดข้อมูลความรู้ในรูปแบบต่างๆ และมียอดคนติดตามไม่น้อยกว่า 400,000 Followers เป็นของตนเอง

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการพัฒนาช่องทาง Social Media ของ สทท. ครบวงจร โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการครอบคลุมตามขอบเขตของงาน ดังนี้

4.1 วางแผนกลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) และกำหนดเครื่องมือในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเสนอแนวทางในการนำเสนออัตลักษณ์ของ สทท. ที่จะสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้รับจ้างต้องส่งแผนให้ สทท. พิจารณาล่วงหน้า

4.2 จัดทำแผนปฏิบัติการรายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็น (Issue) รูปแบบสื่อ และเนื้อหาการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างต้องส่งแผนให้ สทท. พิจารณาล่วงหน้าทุกเดือน

4.3 สื่อสารและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของ สทท. ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม อาทิ รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว อินโฟกราฟฟิก โมชันกราฟฟิก หรืออัลบั้มภาพ โดยดำเนินการผลิตสื่อ ผลิตเนื้อหา เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการโพสต์ รวมถึงการโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์ของ สทท. คือ Facebook Fanpage (www.facebook.com/thai.nuclear) ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 โปรโมทเพจให้มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นจากเดิมอีก 10,000 follower

4.3.2 โปรโมทโพสต์เพื่อเพิ่มจำนวนยอด Engage ของโพสต์ที่น่าสนใจใน Facebook Fanpage สทท.. www.facebook.com/thai.nuclear รวมกันไม่น้อยกว่า 20,000 engages (ยอด engage รวมถึง จำนวน like, comment, save, share, photo view or video view, link click) โดยดำเนินงานภายในระยะเวลา 10 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

4.3.3 ต้องยอดการเข้าถึงเนื้อหาที่เผยแพร่ (Reach) เนื้อหาที่เผยแพร่ผ่าน Facebook Fanpage สทท. www.facebook.com/thai.nuclear รวมกันไม่น้อยกว่า 500,000 Reach โดยดำเนินงานภายในระยะเวลา 10 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

4.3.4 ดำเนินการจัดทำ Content พร้อมสื่อกราฟฟิกประกอบ (Artwork) อาทิ รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว GIF Infographic อินโฟกราฟฟิก โมชันกราฟฟิก หรืออัลบั้มภาพ ให้มีความน่าสนใจ ทันสมัยตามความนิยมตามสถานการณ์ หรือกระแสที่กำลังได้รับความนิยม ไม่น้อยกว่า 100 Content ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย ภาพเคลื่อนไหว หรือ GIF Infographic จำนวน 20 ชิ้นงาน อัลบั้มภาพ จำนวน 10 อัลบั้ม อินโฟกราฟฟิก (Square Size) จำนวน 10 ชิ้นงาน และ Picture Post จำนวน 20 ชิ้นงาน 2D Motion จำนวน 40 ชิ้น โดยทั้งในส่วน Content และสื่อประกอบต้องผ่านความเห็นชอบจาก สทท.

4.3.3 ดำเนินการโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์ สวช. เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในเพจอย่างต่อเนื่อง โดยลงโฆษณาผ่าน Boost Post หรือสื่อโฆษณาออนไลน์อื่นๆ ตลอดระยะเวลาโครงการ อย่างน้อย 9 เดือน โดยมีมูลค่าการซื้อโฆษณาไม่น้อยกว่า 80,000 บาทต่อเดือน

4.3.4 ผู้รับจ้างดำเนินการโพสต์ และตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยหลังโพสต์แล้วเสร็จแต่ละครั้ง

4.4 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแชร์โพสต์ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์จาก Facebook Fanpage สทท. www.facebook.com/thai.nuclear ไปยัง Facebook Fanpage ประเภท Publisher ที่นำเสนอข่าวสารเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ทันต่อเหตุการณ์ และน่าเชื่อถือได้ โดย Facebook Fanpage นั้นต้องมียอดติดตามรวมกันไม่น้อยกว่า 500,000 Followers อย่างน้อย 3 เพจ ตลอดระยะเวลา 9 เดือนที่ดำเนินโครงการ

4.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำสรุปผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละเดือนให้ผู้ว่าจ้างรับทราบตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

4.6 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสรุปวิเคราะห์ข้อมูล รายงานสถิติผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ สวช. ในแต่ละเดือน และรายงานสรุปภาพรวมตลอดอายุสัญญา

4.7 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีผู้ประสานงานกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้รับจ้างและผู้ว่าจ้างตลอดระยะเวลาโครงการ

4.8 ผู้รับจ้างจะต้องเข้ามานำเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ของ สทท. รายเดือน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือตามระยะเวลาที่ สทท. กำหนด ตลอดระยะเวลาโครงการ

4.9 Content การสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ตามเงื่อนไขทั้งหมดข้างต้น ทางผู้รับจ้างต้องจัดทำวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอทาง สทท.. พิจารณาก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง โดย สทท. จะเป็นผู้สนับสนุนข้อมูล หรือทางผู้รับจ้างอาจเสนอเนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจต่อ สทท. ได้

4.10 ผู้รับจ้างต้องผลิตผลงานที่มีคุณภาพไฟล์ระดับ Full HD และรวบรวมบันทึกลงบน External Hard disk จำนวน 3 ชุด

4.11 เนื้อหา และองค์ประกอบการออกแบบสื่อต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างดำเนินการโพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์ สวช. ต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น หากมีการละเมิดเกิดขึ้น ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายนั้นๆ

5. ราคาากลาง

จำนวนเงิน 2,009,500.00 บาท (ตามรายละเอียดแนบ)

6. วงเงินงบประมาณ

งบประมาณดำเนินงานจำนวน 2,000,000.00 (สองล้านบาทถ้วน) ซึ่งค่าจ้างดังกล่าวได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) และภาษีอากรต่าง ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ อันเกิดจากการใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญาใด ๆ เพื่อใช้ในงานนี้ตลอดอายุสัญญาหรือภายหลังจากสัญญานี้สิ้นสุดแล้ว

7. กำหนดเวลาให้งานเสร็จ/การส่งมอบงาน

ภายใน 10 เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

ครั้งที่ 1 ผู้รับจ้างต้องส่งแผนกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) และเครื่องมือในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนแนวทางในการนำเสนออัตลักษณ์ของ สทท. ที่จะสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ภายในระยะเวลา 10 วันหลังจากลงนามในสัญญาจ้าง แผนปฏิบัติการรายเดือน ซึ่งกำหนดประเด็น (Issue) รูปแบบการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม ภายในระยะเวลา 10 วันหลังจากลงนามในสัญญาจ้าง

ครั้งที่ 2 ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละเดือน และรายงานสรุปวิเคราะห์ข้อมูล รายงานสถิติผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ สทท. ในแต่ละเดือน ตลอดระยะเวลา 6 เดือนที่ดำเนินการ หลังจากลงนามในสัญญาจ้าง

ครั้งที่ 3 รายงานฉบับสมบูรณ์สรุปผลการดำเนินการภาพรวม ในระยะเวลา 10 เดือน พร้อมไฟล์สื่อประกอบ (Artwork) อาทิ รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว GIF Infographic อินโฟกราฟฟิก โมชันกราฟฟิก หรืออัลบั้มภาพทั้งหมด ทั้งในรูปแบบไฟล์ที่พร้อมเผยแพร่ และ File ออกแบบ (อาทิ Adobe Illustrator/Adobe InDesign) คุณภาพไฟล์ระดับ Full HD และรวบรวมบันทึกลงบน External Hard disk จำนวน 3 ชุด

8. การจ่ายเงิน

สทท.จะดำเนินการจ่ายเงินให้ผู้รับจ้างจำนวน 3 งวด

งวดที่ 1 จ่ายค่าจ้างร้อยละ 20 ของค่าจ้าง เป็นจำนวนเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการจัดทำแผนกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) พร้อมแผนปฏิบัติการรายเดือน และเครื่องมือในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนแนวทางในการนำเสนออัตลักษณ์ของ สทท. ที่จะสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยส่งมอบงานจำนวน 2 ชุด ในรูปแบบรายงาน และคณะกรรมการตรวจรับงานเรียบร้อย

งวดที่ 2 จ่ายค่าจ้างร้อยละ 40 ของค่าจ้าง เป็นจำนวนเงินตามสัญญา หลังจากผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 2 และคณะกรรมการตรวจรับงานเรียบร้อย

งวดที่ 3 จ่ายค่าจ้างร้อยละ 40 ของค่าจ้าง เป็นจำนวนเงินตามสัญญา เป็นจำนวนเงินตามสัญญา หลังจากผู้รับจ้างส่งมอบงานครั้งที่ 3 และคณะกรรมการตรวจรับงานเรียบร้อย และคณะกรรมการตรวจรับงานเรียบร้อย

9. ค่าปรับ

กำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างนั้น

10. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสาร และรายงาน

กรรมสิทธิ์ทั้งหมดของข้อมูล เอกสารทุกชิ้นงานการผลิต ข้อมูลไฟล์งานออกแบบ กราฟฟิก เอกสารผลการประเมิน ภาพถ่ายและภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการประมวลผลทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการให้กับผู้ว่าจ้าง ตามสัญญานี้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องไม่ส่งมอบข้อมูล เอกสารทุกชิ้นงานการผลิต ข้อมูลไฟล์งานออกแบบ กราฟฟิก เอกสารผลการประเมิน ภาพถ่ายและภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการประมวลผลทั้งหมดที่ได้จากการดำเนินงานให้แก่ผู้ใด โดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ว่าจ้างก่อน

11. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ผู้รับจ้างต้องยื่น 2 ข้อเสนอพร้อมกัน คือ

11.1 ข้อเสนอด้านเทคนิคที่เป็นตามที่กำหนดในขอบเขตงาน ประกอบด้วย

- แนวคิด และการวางแผน
- รูปแบบ วิธีการ และรายละเอียดของวิดิทัศน์ที่จะจัดทำ
- ข้อเสนออื่นๆ นอกเหนือจากขอบเขตที่ระบุไว้ข้างต้น

11.2 ข้อเสนอด้านราคา ประกอบด้วย

- ใบเสนอราคา

11.3 เอกสารประกอบการเสนอราคา

- สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท พร้อมรับสำเนาถูกต้อง
- สำเนาทะเบียนการค้า (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
- สำเนาบัตรประชาชนของผู้มีอำนาจในการดำเนินกิจการ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
- หนังสือมอบอำนาจให้หน่วยงานและสำเนาบัตรประชาชนผู้รับมอบอำนาจในกรณีการแทน ให้ผู้เสนองานประทับตราบริษัท และลงนามรับรองสำเนาถูกต้องในเอกสารทุกแผ่น

โดยผู้มีอำนาจรวมทั้งผู้ลงนามในหนังสือเสนอราคาจะต้องเป็นผู้มีอำนาจหรือผู้แทน
ซึ่งได้รับมอบหมายเป็นหนังสือมอบอำนาจ

- ผู้เสนอราคาต้องแนบประวัติและผลงานของบริษัท โดยแนบหนังสือรับรองผลงานหรือ
หลักฐานแสดงผลงาน ให้กับหน่วยราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เอกชน ที่ทางราชการเชื่อถือได้
จำนวนอย่างน้อย 2 งาน วงเงินไม่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท เพื่อประกอบการพิจารณา
ด้วย

11.4 การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

11.4.1 คณะกรรมการดำเนินการจ้างจะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคโดยเชิญ
ผู้เสนองานชี้แจงประกอบรายละเอียดที่ได้ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคไว้แล้ว

11.4.2 การพิจารณาให้คะแนนเป็นไปตามเกณฑ์ ดังนี้

เกณฑ์ประสิทธิภาพต่อราคา = 90 : 10

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนัก
1) เกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค - แพนกลยุทธ์สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) และการนำเสนอเครื่องมือในการสื่อสารผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ น่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ - เนื้อหาครบถ้วนตามข้อขอบเขตการดำเนินงาน และมีแผนงานที่ชัดเจน - ตัวอย่างผลงานและประสบการณ์การบริหารสื่อสังคมออนไลน์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน - ตัวอย่างผลงานและประสบการณ์ด้านการจัดทำสื่อกราฟฟิกรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถ นำเอาข้อมูล สถิติ ตัวเลขต่างๆ มาทำให้เข้าใจง่ายในเวลาจำกัด - ตัวอย่างผลงานและประสบการณ์ด้านการจัดทำประเด็นเนื้อหาสื่อสารด้านการ อุดมศึกษา หรือวิทยาศาสตร์ หรือวิจัย หรือเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในสื่อสังคมออนไลน์ - ข้อมูลแนะนำทีมงานบุคลากรที่มีทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการ สื่อสารสังคมออนไลน์ เช่น Creative, Graphic Designer, Writer, Editor, Co-Ordinator เป็นต้น	90
รวม	90

11.5 คณะกรรมการดำเนินการจ้าง จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนองานทุกราย

11.6 คณะกรรมการจะเปิดข้อเสนอด้านราคาของผู้เสนองานทุกราย แต่จะไม่พิจารณาราคาของผู้ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ได้รับคะแนนต่ำกว่า 80 คะแนน และอาจมีการเจรจาต่อรองราคาให้เหมาะสมกับผู้ที่เสนอราคาต่ำสุด หากตกลงกันไม่ได้ คณะกรรมการดำเนินการจ้างจะขออนุมัติยกเลิก

11.7 การตัดสินใจของคณะกรรมการถือเป็นข้อยุติ

หมายเหตุ : ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับสิทธิเปิดข้อเสนอทางด้านเทคนิค จะต้องนำเสนอ (Presentation) ข้อเสนอทางด้านเทคนิคประกอบการพิจารณาต่อคณะกรรมการฯ เป็นเวลา 30 นาที ตามวันและเวลาที่ สทท. กำหนด

12. การรับฟังความคิดเห็นร่างขอบเขตของงาน

ผู้สนใจสามารถวิจารณ์ เสนอข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการร่างขอบเขตการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุดังกล่าวโดยแจ้งให้ความเห็นโดยทาง e-mail ที่ panita@tint.or.th และส่งสำเนา e-mail ที่ info@tint.or.th โดยระบุชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ หรือติดต่อทางโทรศัพท์ 02 401 9889 ต่อ 1102 หรือ 084 438 0515 โทรสาร 037 392913

ลงนาม.....ปณิตา รื่นบรรเทิง.....ประธานกรรมการ

(นางสาวปณิตา รื่นบรรเทิง)

ลงนาม.....โสธดา.....กรรมการ

(นางสาวโสธดา ชนินทุทรวงศ์)

ลงนาม.....ทิพย์ชนก สายแก้ว.....กรรมการ

(นางสาวทิพย์ชนก สายแก้ว)