



ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)

จ้างเหมาสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เทคโนโลยีข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างระบบนิเวศ

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

1. ความเป็นมา

สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) หรือ สขญ. มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Nation) โดยมุ่งเน้นให้เกิดการนำข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวางแผน ตัดสินใจ และพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ พ.ศ. 2568–2570 ซึ่งกำหนดให้การ “ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์” เป็นกลไกสำคัญในการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ด้านข้อมูลของประเทศ

ที่ผ่านมา สขญ. ได้ดำเนินการกิจเชิงยุทธศาสตร์เพื่อผลักดันการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยี AI ในหลากหลายมิติ ทั้งด้านสาธารณสุข การท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม การเกษตร และเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนและภาคอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนระบบนิเวศด้านข้อมูลและ AI ของประเทศให้เกิดพลังร่วมกันในทุกภาคส่วน จำเป็นต้องอาศัย “การสื่อสารเชิงกลยุทธ์” ที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเข้าใจร่วม ความเชื่อมั่น และแรงสนับสนุนจากสังคมในวงกว้าง

ประเทศไทยยังคงเผชิญความท้าทายหลายประการ ทั้งความเข้าใจของสาธารณะต่อประโยชน์ของการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยี AI การรับรู้ที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับประเด็นด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล รวมถึงการขาดช่องทางสื่อสารที่ช่วยเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนให้เห็นคุณค่าของข้อมูล ซึ่งเป็นทรัพยากรแห่งศตวรรษที่ 21 และเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ สขญ. จึงเห็นความจำเป็นในการดำเนิน โครงการจ้างเหมาบริการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เทคโนโลยีข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างระบบนิเวศ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 เพื่อยกระดับบทบาทของการสื่อสารในฐานะหน่วยงานที่ขับเคลื่อนที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านข้อมูลและ AI กับการปฏิบัติการในระดับองค์กรและสังคม โดยมุ่งเน้นให้เกิด

- ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์
- การยอมรับและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของภาครัฐในด้านข้อมูลและ AI
- และการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันฯ ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้าน Big Data และ AI ของประเทศ

โครงการนี้จะทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมต่อระหว่างเป้าหมายยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ กับการดำเนินงานของ BDI เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมข้อมูลอย่างเป็นรูปธรรม เกิดเครือข่ายความร่วมมือที่ยั่งยืน และส่งเสริมให้ภาคส่วนต่าง ๆ สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลและ AI ได้อย่างเต็มศักยภาพ อันจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศและคุณภาพชีวิตของประชาชนในภาพรวม

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ และการดำเนินงานของสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) ในฐานะหน่วยงานหลักด้าน Big Data และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของประเทศ ให้เป็นที่เข้าใจและยอมรับในวงกว้าง

2.2 เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของสาธารณชน อาทิ หน่วยงานรัฐ หน่วยงานเอกชน สื่อมวลชน และประชาชน ต่อการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้วยข้อมูล

2.3 เพื่อสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์องค์กรของ BDI ให้มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และเป็นที่จดจำในด้านข้อมูลและ AI ของประเทศ

2.4 เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External Stakeholders) ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน และภาคประชาสังคม ผ่านการสื่อสารเชิงรุก

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพตามที่ประกาศ

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

1. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ 1 ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก 1 ปี ได้

2. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

3. สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 500,000 บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่

ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

4. กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

5. กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ 2 ข้อ 3 และข้อ 4 (2) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. 2539 และที่แก้ไขเพิ่มเติมกำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้

ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

6. กรณีตาม ข้อ 1 - ข้อ 5 ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(6.1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมิเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(6.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(6.3) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(6.4) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา 56 วรรคหนึ่ง (2) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(6.5) การซื้อสังหาริมทรัพย์และการเช่าสังหาริมทรัพย์

(6.6) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

4. ขอบเขตของงาน

ขอบเขตของงานจ้างเหมาสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เทคโนโลยีข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสร้างระบบนิเวศ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 รายละเอียดดังนี้

4.1 การจัดการเหตุฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤติ (Crisis Communication Management)

ผู้รับจ้างต้องให้การสนับสนุนด้านการสื่อสารองค์กรในช่วงเหตุฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤติของสถาบัน หรือเหตุการณ์อื่นใดที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น หรือการดำเนินงานของสถาบัน โดยผู้รับจ้างต้องมีหน้าที่ดังนี้

4.1.1 จัดทำและเสนอแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis Communication Plan) เพื่อให้สถาบันสามารถสื่อสารกับสาธารณชน สื่อมวลชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างเหมาะสม รวดเร็ว และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมจัดทำคู่มือ (Manual) และจัดทำเทมเพลต (Template) อาทิ แถลงการณ์ และแนวทางการตอบคำถามสำหรับผู้บริหารสำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติในแต่ละสถานการณ์

4.1.2 จัดฝึกอบรมจำนวน 2 ครั้งในรูปแบบ Onsite (1) สำหรับผู้บริหาร ไม่น้อยกว่า 5 คน (2) สำหรับผู้ปฏิบัติงาน ไม่น้อยกว่า 8 คน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางและขั้นตอนมาตรฐานสำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

4.2 ส่วนงานประชาสัมพันธ์ไปยังเครือข่ายสื่อมวลชนและอินฟลูเอนเซอร์

4.2.1 นำเสนอแผนการดำเนินงาน แผนประชาสัมพันธ์ ตลอดโครงการ ให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแลกเปลี่ยนข้อมูลและติดตามสถานการณ์ข่าวสาร ผ่านการประชุมรายเดือน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อการกิจและโครงการต่าง ๆ ของ สขญ. โดยสามารถปรับเปลี่ยนการทำงานให้เท่าทันต่อสถานการณ์ หากได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อน

4.2.2 ดำเนินงานจัดสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Meet the press) จำนวน 2 ครั้ง พร้อมทั้งต้องดำเนินงานจัดเตรียมอาหารกลางวันหรือเย็น และเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อจำนวนสื่อมวลชน โดยได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อน

ครั้งที่ 1 เชิญสื่อมวลชนประจำกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และ/หรือสื่อมวลชนสายเศรษฐกิจ และ/หรือสายไอที จำนวนไม่น้อยกว่า 15 สื่อ

ครั้งที่ 2 เชิญผู้นำทางความคิดเฉพาะกลุ่ม (Key Opinion Leader : KOL) หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ด้านไอที นวัตกรรมดิจิทัล หรือไลฟ์สไตล์ ที่มีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอข้อมูลด้าน Big Data และ AI มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับจากประชาชนผู้ใช้สื่อออนไลน์ เช่น TikTok, Facebook, YouTube, Instagram จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สื่อ ที่มี Follower มากกว่า 100,000 ราย

4.2.3 ดำเนินการจัดการด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Visit) จัดให้มีการเยี่ยมสื่อมวลชนทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ในวาระสำคัญต่าง ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 20 สื่อ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน สขญ. และสื่อมวลชน โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำแผนการพบปะสื่อมวลชนเพื่อให้ทางผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. พิจารณาเห็นชอบ พร้อมจัดหากระเช้า หรือของที่ระลึกเพื่อมอบให้แก่สื่อมวลชน

4.2.4 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำและจัดส่งภาพข่าว (Photo Release) หรือปฏิทินข่าว (Calendar) หรือ ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นตลอดสัญญา ให้แก่สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ทั้งในรูปแบบภาษาไทย และ/หรือ ภาษาอังกฤษ (ตามประเภทของสื่อ) โดยมีพื้นที่การลงข่าวสิ่งพิมพ์ไม่น้อยกว่า 2 สื่อต่อชิ้น และสื่อออนไลน์โดยเน้นสื่อด้านไอที นวัตกรรม หรือ เศรษฐกิจ และต้องเป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและข่าวสารใน Tier 1 (เป็นเว็บไซต์ที่อยู่ในหมวดข่าว-สื่อ อันดับที่ 1-50 จากการจัดอันดับเว็บไซต์ของ Truehits) จำนวนไม่น้อยกว่า 8 สื่อต่อชิ้น

4.2.5 ดำเนินการจัดทำและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อบทสัมภาษณ์/บทความพิเศษ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม หรือภารกิจจำนวนไม่น้อยกว่า 11 ชิ้นตลอดสัญญา ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด และจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อนดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.5.1 การเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้รับจ้างดำเนินการประสานสื่อมวลชนสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนโครงการ พร้อมจัดทำและเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์รายวันที่ได้รับความนิยมและมีวงจำหน่ายกระจายอย่างแพร่หลายในทุกภูมิภาคโดยผลิตและเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 1 ชิ้น โดยผู้รับจ้างจะต้องผลิตเนื้อหาพร้อมเสนอรายชื่อข้อมูลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำการเผยแพร่เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา

4.2.5.2 การเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

(1) ผู้รับจ้างดำเนินการประสานสื่อมวลชนสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือผู้แทนโครงการ พร้อมจัดทำในรูปแบบข้อความ หรือ ข้อความพร้อมภาพ และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมในหมวดหมู่สื่อ/ข่าวสาร จากการจัดอันดับบนเว็บไซต์ที่อยู่ในหมวดข่าว-สื่อ อันดับ 1-20 จากการจัดอันดับเว็บไซต์ของ Truehits จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้น

(2) ผู้รับจ้างต้องจัดทำและผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ในรูปแบบรายการ สัมภาษณ์พิเศษ หรือรูปแบบอื่นที่ผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. เห็นชอบก่อนเพื่อส่งเสริมการรับรู้และสร้างแรงบันดาลใจด้าน Big Data และปัญญาประดิษฐ์ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 4 ตอน ความยาวตอนละไม่ต่ำกว่า 15 นาที โดยสามารถเผยแพร่ได้หลายช่อง (Channel) แต่ต้องไม่เกิน 2 ตอนต่อ 1 ช่อง (Channel) ทั้งนี้ประเด็นหรือหัวข้อของแต่ละตอนต้องได้รับการเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อนดำเนินการผลิต และผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อผ่านช่อง YouTube ที่มีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 700,000 ราย มีกลุ่มผู้ชมเป็นประชาชนทั่วไป

และคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจเศรษฐกิจหรือเทคโนโลยี พร้อมทั้งต้องมียอดรับชมไม่น้อยกว่า 5,000 ครั้งต่อหนึ่งตอน ภายในระยะเวลาที่สถาบันกำหนด

(3) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ในรูปแบบรายการ สัมภาษณ์ พิเศษ หรือรูปแบบอื่นที่ผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. เห็นชอบก่อน เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทของสถาบัน หรือองค์ความรู้ด้าน Big Data และปัญญาประดิษฐ์ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 4 ตอน โดยสามารถจัดทำเป็นคลิป แนวนอนหรือแนวตั้ง ความยาวตอนละไม่ต่ำกว่า 2 นาที ตลอดระยะเวลาการว่าจ้าง ทั้งนี้ ประเด็นหรือหัวข้อในแต่ละตอนต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อนผลิต และผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อผ่านช่อง YouTube ที่มีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 200,000 ราย มีกลุ่มผู้ชมเป็นประชาชนทั่วไปและคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจเศรษฐกิจหรือเทคโนโลยี โดยสื่อแต่ละตอนต้องมียอดรับชมไม่น้อยกว่า 5,000 ครั้ง ทั้งนี้ ช่อง (Channel) ที่ใช้เผยแพร่ต้องไม่ซ้ำกับช่องที่ใช้ในข้อ 4.2.5.2 (2)

4.2.5.3 การเผยแพร่ผ่านช่องทาง Podcast

ผู้รับจ้างดำเนินการนำเสนอประเด็น และ/หรือ นวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร หรือผู้แทนโครงการ เพื่อเผยแพร่ในรูปแบบสื่อเสียงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Podcast) บนช่องที่เป็นที่นิยมทางด้านเศรษฐกิจ หรือเทคโนโลยี ที่ติดอันดับ Top Chart ใน Spotify หรือ Apple Podcast หรือ Soundcloud โดยต้องมีการเผยแพร่ไม่ต่ำกว่า 3 ช่องทาง ไม่น้อยกว่า 10 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้น

4.2.6 ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานจัดทำสรุปข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีการเผยแพร่ลงสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ พร้อมดำเนินการจัดส่งทุกครั้งที่มีข่าวของ สขญ. เผยแพร่ ภายใน 2 วัน หลังจากดำเนินการเผยแพร่ และจัดทำสรุปรายเดือน โดยส่งเข้าอีเมล หรือช่องทางที่ทางผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. กำหนด

4.2.7 ผู้รับจ้างต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานประจำโครงการ เพื่อดำเนินงานกับ สขญ. จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. สามารถติดต่อประสานงานกับผู้รับจ้างได้ตลอดระยะเวลาทำงานตลอดสัญญา

4.3 ส่วนงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของสถาบันฯ

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการสื่อออนไลน์โดยดำเนินการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) เพื่อเข้าถึงเนื้อหา (Content) บทบาทของ สขญ. หรือเนื้อหาตามที่ผู้ว่าจ้างพิจารณาเห็นสมควร โดยผู้รับจ้างต้องใช้ความเชี่ยวชาญในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหา เพื่อให้การ

ประชาสัมพันธ์ในแต่ละช่องทางมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ต้องมียอดการเข้าถึงรวมตลอดระยะเวลาโครงการ (Reach) ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง มียอดการมีส่วนร่วม (Interactions) ไม่น้อยกว่า 20,000 ครั้ง และมียอดผู้ติดตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสถาบันฯ เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 10,000 ผู้ติดตาม นับจากวันที่ลงนามในสัญญา รวมทุกช่องทางของ สขญ. โดยรายละเอียดการดำเนินงานต้องเป็นไปตามแผนและมูลค่า ดังนี้

4.3.1 ดำเนินการจัดให้มีมูลค่าการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook ของ สขญ. ไม่ต่ำกว่า 150,000 บาท

4.3.2 ดำเนินการจัดให้มีมูลค่าการประชาสัมพันธ์ผ่าน YouTube จำนวนไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท

4.3.3 ดำเนินการจัดให้มีมูลค่าการประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok จำนวนไม่ต่ำกว่า 50,000 บาท
ทั้งนี้ สามารถเปลี่ยนมูลค่าการประชาสัมพันธ์ข้อ 4.3.1-4.3.3 ได้ตามความเหมาะสม หรือตามที่ผู้ว่าจ้างพิจารณาเห็นสมควร โดยมูลค่ารวมทั้งหมดต้องไม่ต่ำกว่า 300,000 บาท หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการตามข้อกำหนดได้ สขญ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาจ่ายตามจริง โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดทำใบลดหนี้กลับมายัง สขญ.

4.4 งานสำรวจการรับรู้สถาบัน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสำรวจการรับรู้สื่อและความคิดเห็นหรือทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์ บทบาทของ สขญ. ของกลุ่มเป้าหมายโดยจะต้องมีกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวนอย่างน้อย 600 ตัวอย่าง และครอบคลุมทั่วทุกภาคของประเทศ มีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง และเป็นไปตามหลักวิชาการ รวมทั้งใช้หลักการทางวิชาการที่ถูกต้องเชื่อถือได้ โดยกำหนดให้ดำเนินการสำรวจโดยสถาบันหรือองค์กรที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ หรือทีมที่ปรึกษาที่น่าเชื่อถือ โดยจะต้องใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน (Hybrid) อย่างมีหลักการทางวิชาการ ระหว่างการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์และการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ ทั้งนี้ระเบียบ วิธีการ และแบบสำรวจจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อนดำเนินการสำรวจ และกำหนดให้จัดส่งรายงานผลการสำรวจ ภายในระยะสัญญา

4.5 จัดทำแผนพับประชาสัมพันธ์

4.5.1 จัดทำเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษและออกแบบแผนพับ สร้างการรับรู้เกี่ยวกับภารกิจของสถาบันฯ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ คำนึงถึงความทันสมัย สวยงาม สามารถดึงดูดความ

สนใจของผู้พบเห็น โดยเนื้อหา และรูปแบบ ต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. ก่อนดำเนินการผลิต

4.5.2 จัดพิมพ์แผ่นพับสร้างการรับรู้เกี่ยวกับภารกิจของสถาบันฯ ลงบนกระดาษคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการพิมพ์พิเศษ เช่น เคลือบ UV เคลือบด้าน/เคลือบมัน หรือสีพิเศษ (สีสะท้อนแสง สีเฉพาะ) ที่มีคุณภาพเหมาะสม เนื้อหาขนาด และรูปแบบ เป็นไปตามที่สถาบันฯ ให้ความเห็นชอบ จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 ชิ้น

4.6 สรุปและประเมินผล

สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบรายงาน ดังนี้

4.6.1 จัดทำสรุปรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานประจำเดือน โดยรายงานผ่านช่องทางที่ผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. กำหนด

4.6.2 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการฯ ในการสร้างการรับรู้และสื่อสารประชาสัมพันธ์เมื่อสิ้นสุดโครงการ โดยรายงานสรุปผลอย่างละเอียดครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้างในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ส่งผ่านช่องทางที่ผู้รับผิดชอบโครงการของ สขญ. กำหนด

5. กำหนดระยะเวลาส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานทั้งหมดภายในระยะเวลา 330 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

6. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

6.1 ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอครั้งนี้ สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

6.2 ผู้เสนอราคาจะต้องส่งข้อเสนอด้านเทคนิคและด้านผลงานเพื่อประกอบการพิจารณาผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (eGP) และต้องมานำเสนอข้อเสนอ แผนการดำเนินงาน รายละเอียดผลงานกิจกรรมทางเทคนิคด้วยวาจาต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ตามวันและเวลาที่สถาบันกำหนด ในเอกสารประกาศเชิญชวน รายละเอียดไม่เกิน 30 นาที และตอบข้อซักถาม 15 นาที

6.3 การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) จะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- (1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20
- (2) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

1. แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงของโครงการ (100 คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ 10)

ผู้รับจ้างสามารถระบุแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงของโครงการฯ โดยต้องครอบคลุมหัวข้อดังต่อไปนี้

- 1.1 ความเสี่ยงของโครงการที่อาจจะเกิดขึ้น
- 1.2 แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงของโครงการ
- 1.3 การรับประกันความเสี่ยงของโครงการ

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
ระบุความเสี่ยงของโครงการ แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การรับประกันความเสี่ยงของโครงการที่อาจจะเกิดขึ้นได้อย่างครบถ้วนในมิติสำคัญ มีเหตุผลรองรับในแต่ละความเสี่ยง และเชื่อมโยงกับลักษณะงานด้านการประชาสัมพันธ์และบริบทของหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม	100 คะแนน
ระบุความเสี่ยงของโครงการ แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การรับประกันความเสี่ยงของโครงการบางส่วน แต่ไม่ครบทุกมิติ หรือให้เหตุผลประกอบไม่ครบถ้วนหรือไม่ชัดเจน และยังเชื่อมโยงกับลักษณะงานสื่อสารได้ไม่ดีพอ	80 คะแนน
ระบุความเสี่ยงของโครงการ แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง การรับประกันความเสี่ยงของโครงการบางส่วนไม่ตรงประเด็นหรือไม่ครอบคลุม ขาดเหตุผลประกอบ หรือเขียนในลักษณะกว้าง ๆ	50 คะแนน
ไม่ระบุความเสี่ยง	0 คะแนน

วิธีประเมิน :

1. ผู้เสนอราคาต้องจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอเชิงเทคนิคที่แสดงแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงของโครงการอย่างครบถ้วน โดยต้องสอดคล้องกับขอบเขตงานและเงื่อนไขที่ระบุใน TOR
2. การประเมินจะดำเนินการจากเอกสารข้อเสนอและการนำเสนอ โดยคณะกรรมการจะพิจารณาความครบถ้วน ความชัดเจน ความถูกต้อง และความเป็นไปได้ของแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง เป็นแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและสอดคล้องกับลักษณะงานด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

2. รายละเอียดแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน สมบูรณ์และครบถ้วน (100 คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ 10)

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
นำเสนอแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างโดดเด่น ชัดเจนสมบูรณ์ และครบถ้วน	100 คะแนน
นำเสนอแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย	80 คะแนน
นำเสนอแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายแต่ไม่ครบบางส่วน	50 คะแนน
ไม่มีการนำเสนอ	0 คะแนน
วิธีประเมิน : การให้คะแนนจะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอและการนำเสนอ โดยที่อธิบายรายละเอียด แผนการดำเนินงาน กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด และแจกแจงรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนตามขอบเขตการดำเนินงาน โดยสอดคล้องกับระยะเวลาการดำเนินงานตามขอบเขตงาน	

3. ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอเนื้อหาของรายการ หรือสัมภาษณ์พิเศษเพื่อสร้างการรับรู้และแรงบันดาลใจเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้าน Big Data และ AI (TOR ข้อ 4.2.5.2) (100 คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ 20)

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการอย่างต่อเนื่อง โดยมีความหลากหลาย และน่าสนใจ ตอบคำถามได้	100 คะแนน

ถูกต้องชัดเจน และมีข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	
มีการนำเสนอเนื้อหา ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการอย่างต่อเนื่อง โดยมีความหลากหลาย และน่าสนใจ ตอบคำถามได้ถูกต้องชัดเจน	80 คะแนน
มีการนำเสนอเนื้อหาในการผลิตรายการ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่รอบด้าน	50 คะแนน
ไม่มีการนำเสนอ	0 คะแนน
วิธีประเมิน : การให้คะแนนจะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอ และการนำเสนอรายละเอียดที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานและการกิจของ สขญ. ทั้งในด้านการกิจ วิสัยทัศน์ และภาพลักษณ์องค์กร	

4. ด้านการจัดหาและบริหารจัดการสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ (100 คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ 20)

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
มีการนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ที่จะใช้ในการสื่อสารครบถ้วน ชัดเจน และสื่อดังกล่าวครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และมีความโดดเด่นน่าสนใจ	100 คะแนน
มีการนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ที่จะใช้ในการสื่อสารครบถ้วน ชัดเจน และสื่อดังกล่าวครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย	80 คะแนน
มีการนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ที่จะใช้ในการสื่อสารไม่ชัดเจน ครบถ้วน	50 คะแนน
ไม่มีการนำเสนอ	0 คะแนน
วิธีประเมิน : 1. การให้คะแนนจะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอและการนำเสนอ ที่อธิบายรายละเอียดการจัดหาและบริหารจัดการสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการนำเสนอรายชื่อสื่อออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือ มี	

ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และได้รับการยอมรับจากประชาชนผู้ใช้สื่อออนไลน์กว้างขวาง อันเป็นกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์โครงการ

2. กรณีไม่อธิบายก็จะไม่ได้รับคะแนน

5. ประสิทธิภาพของผู้เสนอราคา (100 คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ 10)

ผลงานของผู้รับจ้างในการดำเนินงานในลักษณะเดียวกับงานจ้างในครั้งนี้ ในวงเงินไม่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ต่อ 1 สัญญา และผลงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน 3 ปี โดยผลงานดังกล่าวต้องเป็นโครงการของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชนภายในประเทศที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
จำนวน 3 ผลงาน หรือมากกว่า	100 คะแนน
จำนวน 2 ผลงาน	80 คะแนน
จำนวน 1 ผลงาน	50 คะแนน
ไม่มีการนำเสนอ หรือ วงเงินต่ำกว่า 1,000,000	0 คะแนน
วิธีประเมิน : การให้คะแนนจะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอ ผู้ยื่นเสนอราคาต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงาน โดยพิจารณาเฉพาะผลงานที่มีการดำเนินงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว	

6. ประสิทธิภาพของทีมงาน (100 คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ 5)

ประสิทธิภาพและความพร้อมของทีมงาน ที่มีประสิทธิภาพตรงไม่จำกัดสาขา อย่างน้อยต้องประกอบด้วย ตำแหน่ง 1) Strategic Planner 2) Project Manager 3) Media Planner 4) Social Media Specialist และ 5) Public Relation

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
จำนวนบุคลากรในทีมงานสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่กำหนด 5 ตำแหน่ง	100 คะแนน
จำนวนบุคลากรในทีมงานสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่กำหนด 4 ตำแหน่ง	80 คะแนน

จำนวนบุคลากรในทีมงานสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่กำหนด 3 ตำแหน่ง	70 คะแนน
จำนวนบุคลากรในทีมงานสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่กำหนด 2 ตำแหน่ง	60 คะแนน
จำนวนบุคลากรในทีมงานสอดคล้องกับตำแหน่งงานที่กำหนด 1 ตำแหน่ง	50 คะแนน
ไม่มีการนำเสนอ	0 คะแนน
วิธีประเมิน : 1. การให้คะแนนจะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอ โดยพิจารณาจากประวัติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสบการณ์ทำงานในลักษณะที่เกี่ยวข้อง 2. ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอข้อมูลของทีมงาน โดยกำหนดรายละเอียด ประกอบด้วย 1) ชื่อ - นามสกุล 2) ตำแหน่งความรับผิดชอบในโครงการ 3) ประวัติการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการและการฝึกอบรมทักษะที่เป็นประโยชน์	

7. งานสำรวจการรับรู้สถาบัน (น้ำหนักร้อยละ 5)

เกณฑ์พิจารณาการให้คะแนน	คะแนน
นำเสนอแผนการสำรวจและการประเมินผลอย่างครบถ้วนตามหลักวิชาการ โดยมีรายละเอียดชัดเจนเกี่ยวกับ วิธีการสุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุมทั่วประเทศตามจำนวนที่ TOR กำหนด, วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน (สัมภาษณ์และออนไลน์) อย่างมีหลักการ, การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่เชื่อถือได้, และหน่วยงานหรือทีมวิจัยที่ดำเนินการมีความน่าเชื่อถือ มีผลงานสำรวจภาครัฐหรือโครงการระดับประเทศมาก่อน	100 คะแนน
นำเสนอแผนสำรวจและประเมินผลที่มีโครงร่างชัดเจนครอบคลุมเกือบทั้งหมด แต่บางส่วนขาดความละเอียดหรือยังไม่แสดงหลักฐานความน่าเชื่อถือของทีม/หน่วยงานสำรวจ	80 คะแนน

นำเสนอแผนการสำรวจอย่างกว้าง ๆ ไม่ครบตาม TOR ข้อ 4.4 ไม่มีรายละเอียดระเบียบวิธีที่ชัดเจน หรือขาดการแสดงวิธีเก็บข้อมูลหรือวิเคราะห์ผล	50 คะแนน
ไม่ได้นำเสนอแผนการสำรวจและประเมินผล หรือเสนอไม่ตรงตาม TOR อย่างชัดเจน	0 คะแนน
วิธีประเมิน : 1. การให้คะแนนจะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอและการนำเสนอโดยต้องอธิบายแผนการดำเนินการสำรวจ การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายตามที่ TOR กำหนดอย่างชัดเจน	

7. วงเงินงบประมาณ

งบประมาณประจำปี 2568 เป็นเงินจำนวน 2,900,000 บาท (สองล้านเก้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มไว้แล้ว

8. งานและการจ่ายเงิน

โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานและการจ่ายเงินแบ่งออกเป็น 3 งวด ดังต่อไปนี้

งวดที่ 1 ส่งมอบงานภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยกำหนดจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล pr@bdi.or.th ประกอบด้วย

1. แผนการดำเนินงาน แผนประชาสัมพันธ์ทั้งโครงการ
2. สรุปรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานประจำเดือนที่ 1

และทำหนังสือส่งมอบงาน งวดที่ 1 จำนวน 1 ชุด และคณะกรรมการได้ทำการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 ส่งมอบงานภายใน 150 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยกำหนดจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 30 ของมูลค่าสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล pr@bdi.or.th ประกอบด้วย

1. ส่งมอบการดำเนินงานตามข้อ 4.1
2. ส่งมอบการดำเนินงานตามข้อ 4.2.4 ไม่น้อยกว่า 4 ชิ้น
3. ส่งมอบการดำเนินงานตามข้อ 4.2.5 ไม่น้อยกว่า 4 ชิ้น
4. สรุปรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ 4.3 และ 4.4 (ถ้ามี)
5. ส่งมอบการดำเนินงานตามข้อ 4.5

และทำหนังสือส่งมอบงาน งวดที่ 2 จำนวน 1 ชุด และคณะกรรมการได้ทำการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 ส่งมอบงานภายใน 330 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยกำหนดจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 60 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงาน รายงานสรุปผล และหลักฐานการดำเนินงานครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมดและส่งมอบงานในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล pr@bdi.or.th โดยรายงานการดำเนินงานอย่างละเอียดครบถ้วน เรียงตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4 และทำหนังสือส่งมอบงาน งวดที่ 3 จำนวน 1 ชุด และคณะกรรมการได้ทำการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

9. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ สขญ. เป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของมูลค่าสัญญาจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

10. สถานที่ติดต่อขอรับทราบข้อมูลเพิ่มเติม

สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน)

เลขที่ 234/432 ซอยลาดพร้าว 12 ถนนลาดพร้าว

แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ sirirat.ja@bdi.or.th

คณะกรรมการจัดทำรายละเอียดขอบเขตของงาน

ลงชื่อ..... สิริรัตน์ จันทร์..... ประธานกรรมการ

(นางสาวสิริรัตน์ จันทร์)

ลงชื่อ..... ฐิติพงศ์..... กรรมการ

(นายฐิติพงศ์ คงกะเรียน)

ลงชื่อ..... นริศรา บุญศรี..... กรรมการและเลขานุการ

(นางสาวนริศรา บุญศรี)