

รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้าง (Term of Reference: TOR)

โครงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สรรพสามิตเพื่อสังคม

กรมสรรพสามิตจะทำการจัดจ้างบริษัทเพื่อดำเนินการกิจต่างๆ ตามขอบเขตงาน โดยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่จะจัดจ้างมีจำนวน ๑ รายการ ได้แก่ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สรรพสามิตเพื่อสังคม จำนวน ๒ ครั้งๆ ละ ๑ วัน โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมสถานที่ จัดกิจกรรม และนิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. ๒๕๖๐ บทบาทหน้าที่และส่งเสริมภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับกรมสรรพสามิต จำนวน ๒ ครั้งๆ ละ ๑ วัน รวมจำนวนทั้งสิ้น ๒ วัน
๒. ผู้รับจ้างต้องออกแบบและตกแต่งเวทีให้มีระบบแสง สี เสียง และฉากหลังที่สวยงามเหมาะสม จำนวน ๒ ครั้งๆ ละ ๑ วัน รวมจำนวนทั้งสิ้น ๒ วัน
๓. ผู้รับจ้างต้องออกแบบและจัดทำจุดถ่ายภาพ (Photography backdrop) จำนวน ๒ จุด ต่อครั้ง รวม ๒ ครั้ง
๔. ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีกิจกรรม อาทิ กิจกรรมสนทนาการ จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละ ๑ วัน รวมจำนวนทั้งสิ้น ๒ วัน
๕. ผู้รับจ้างต้องจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์การจัดงาน จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละ ๕ จุด รวมจำนวนทั้งสิ้น ๑๐ จุด
๖. ผู้รับจ้างต้องผลิตแผ่นพับประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒,๐๐๐ แผ่น
๗. ผู้รับจ้างต้องจัดทำสื่อป้ายโฆษณาไวเนล แบบโปรงแสง ขนาด ๑ x ๒ เมตร จำนวน ๓ แผ่น ต่อครั้ง รวม ๖ แผ่น
๘. ผู้รับจ้างต้องถ่ายภาพนิ่ง และส่งมอบต้นฉบับในรูปแบบดิจิทัล
๙. ผู้รับจ้างต้องจัดทำของที่ระลึกสำหรับแจกให้แก่ผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ชิ้น รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ชิ้น
๑๐. ผู้รับจ้างต้องจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละ ๑ คน
๑๑. ผู้รับจ้างต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในวันก่อนและระหว่างวันจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ คน รวมจำนวนทั้งสิ้น ๔ วัน
๑๒. ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มไว้อย่างเพียงพอสำหรับผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ คน รวมจำนวนทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ คน
๑๓. ผู้รับจ้างต้องจัดสถานที่พักสำหรับเจ้าหน้าที่จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๒ วัน ๑ คืน จำนวน ๒ ครั้ง ๆ ละ ๑๐ ห้อง
๑๔. ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมยานพาหนะรับ - ส่ง ระหว่างที่พัก และสถานที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับจัดกิจกรรม จำนวน ๔ วัน ๆ ละ ๒ คัน

/๑๕. ผู้รับจ้าง...

๑๕. ผู้รับจ้างต้องจัดให้มี GIMMICK พิธีเปิด ด้วยเทคนิคพิเศษในพิธีเปิดงาน และการแสดง OPENING SHOW ช่วงพิธีเปิดงาน จำนวนวันละ ๒ ชุด รวม ๔ ชุด
๑๖. ผู้รับจ้างต้องเช่าสถานที่จัดงานสำหรับรองรับผู้เข้าร่วมงาน จำนวน ๒ วัน
๑๗. กรณีที่มีการจัดกิจกรรมหรือให้ประชาชนที่เข้าชมงานมีส่วนร่วมในกิจกรรม ให้ผู้รับจ้าง จัดเจ้าหน้าที่ เพื่อดูแล ชี้นะ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้ง จัดระบบบริหารจัดการเพื่อให้การเข้าร่วมกิจกรรมเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตลอด การจัดงาน
๑๘. ผู้รับจ้างต้องจัดทำจุดลงทะเบียน จำนวน ๑ จุดต่อครั้ง ๆ ละ ๑ จุด รวมจำนวนทั้งสิ้น ๒ จุด
๑๙. ผู้รับจ้างต้องจัดทำแบบสอบถาม และดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิต พร้อมประเมินผล จำนวน ๒ ครั้ง
๒๐. ผู้รับจ้างต้องจัดหาทีมงานสำหรับติดต่อประสานงานและดำเนินกิจกรรมกับผู้เข้าร่วม กิจกรรมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม
๒๑. ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจาก วันที่ได้รับแจ้งจากกรมสรรพสามิตให้ดำเนินการ
๒๒. ผู้รับจ้างมีสิทธิขอเบิกค่าจ้างในการดำเนินงานจากกรมสรรพสามิต เมื่อได้ทำการจัด กิจกรรมครบตามที่กำหนดในสัญญาแล้ว
๒๓. หลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือรายละเอียดคุณสมบัติในการจัดงานดังกล่าวข้างต้น กรมสรรพสามิตขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขตามที่เห็นสมควร

โครงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สรรพสามิตเพื่อสังคม

ชื่อโครงการ	โครงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สรรพสามิตเพื่อสังคม
หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมสรรพสามิต
ระยะเวลาโครงการ	พฤศจิกายน ๒๕๖๐ – กันยายน ๒๕๖๑

ยุทธศาสตร์ของกรมสรรพสามิต การบริหารการจัดเก็บภาษีแบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

๑. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายว่าการประชาสัมพันธ์มีบทบาทอย่างมากในทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชน และในแต่ละองค์กรต่างมีรูปแบบในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละองค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์นับว่ามีส่วนช่วยสนับสนุนและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเพื่อช่วยผลักดันให้การดำเนินงานหลักขององค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐ(Corporate Public Relations : CPR) มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางของการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ และมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อมวลชน รวมถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ในปัจจุบันองค์กรภาครัฐต้องเพิ่มบทบาทในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลข่าวสารขององค์กรออกไปยังสังคมภายนอกเพื่อสร้างการรับรู้ถึงการดำเนินงานขององค์กรในเชิงบวกและเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรมากยิ่งขึ้น

กรมสรรพสามิตเป็นหน่วยงานจัดเก็บภาษีในสังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบบริหารงานจัดเก็บรายได้ของกรมสรรพสามิต โดยมุ่งเน้นการจัดเก็บภาษีเพื่อเสริมฐานะการคลังที่ยั่งยืน สร้างความเป็นธรรมและความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ และบริหารจัดการองค์กรให้มีมาตรฐานและทันสมัยตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อเร่งรัดและพัฒนาระบบการบริหารงานจัดเก็บภาษีของกรมสรรพสามิตให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และบรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งการสร้างความสำเร็จให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเกิดความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายสรรพสามิต รวมทั้งให้ความร่วมมือในการเสียภาษี ตลอดจนยอมรับในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ส่วนหนึ่งต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเป็นระบบ สม่าเสมอ และมีความต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกรมสรรพสามิตและชุมชน ภายใต้แนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ของการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ที่จำเป็นต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้อง ทำให้องค์กรต้องมีหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ และมีส่วนในการพัฒนาชีวิต ชุมชนซึ่งใกล้ชิดกับที่ตั้งขององค์กร หรืออยู่ภายใต้พื้นที่รับผิดชอบขององค์กร

สื่อกิจกรรมนับเป็นหนึ่งในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางกรมสรรพสามิตก็ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ซึ่งสามารถให้การศึกษ สร้างความรู้ความเข้าใจ

ทางอ้อมและนโยบายต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิตแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย ผ่านการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของกรมสรรพสามิต ทั้งนี้ ตามยุทธศาสตร์กรมสรรพสามิตด้านการเสริมสร้างความยั่งยืน ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สำนักงานเลขานุการกรมในฐานะหน่วยงานสนับสนุนได้เล็งเห็น ความสำคัญของการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยการดำเนินการด้วยแนวทางที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือ CSR ที่มุ่งเน้นการให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการจัดกิจกรรมปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของความต้องการ สื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจึงได้จัดทำ “โครงการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สรรพสามิตเพื่อสังคม” เพื่อจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและจำเป็นแก่การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ กรมสรรพสามิต ตลอดจนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในนโยบาย บทบาท และภาระหน้าที่ของกรม สรรพสามิต อันเป็นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและจำเป็นแก่การดำเนินงานด้านการสร้าง ภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนและผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตตระหนักถึง ความสำคัญและให้ความร่วมมือในการชำระภาษีเพิ่มขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ประชาชนและผู้เสียภาษีให้เกิดความรู้สึกพร้อมที่จะเสียภาษีด้วยความสมัครใจ ทำให้การจัดเก็บภาษี เป็นไปตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในนโยบาย บทบาท และภาระหน้าที่ ตลอดจนปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ ของกรมสรรพสามิต
- ๒.๒ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทหน้าที่ของ กรมสรรพสามิตด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเกิดการยอมรับการ ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
- ๒.๓ เพื่อให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีและประชาชนทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญและให้ ความร่วมมือในการชำระภาษีเพิ่มขึ้น
- ๒.๔ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและผู้เสียภาษีให้เกิดความรู้สึกพร้อมที่ จะเสียภาษีด้วยความสมัครใจ และตระหนักว่ากรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษี เพื่อประชาชน

๓. ผลผลิต เป้าหมาย

ผลผลิต (OUT PUT)	หน่วยวัด	เป้าหมาย
- การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ครั้ง	๒

๔. ตารางการดำเนินงาน (วิธีดำเนินการ)

กิจกรรม	พย.	ธค.	มค.	กพ.	มีค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.
๑. ศึกษารวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	●→										
๒. วิเคราะห์ กำหนด ระยะเวลา และรูปแบบการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์	●→										
๓. จัดทำโครงการเพื่อเสนอ กรมฯ อนุมัติ	●→										
๔. สำนักบริหารการคลังและ รายได้ดำเนินการจัดจ้าง		●→									
๕. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์				●→				●→			

๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๕.๑ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจนโยบาย บทบาท และภาระหน้าที่ ตลอดจนปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ ของกรมสรรพสามิตมากขึ้น
- ๕.๒ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทหน้าที่ของกรมสรรพสามิต ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และเกิดการยอมรับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
- ๕.๓ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีและประชาชนทั่วไปมีความตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการชำระภาษีเพิ่มขึ้น
- ๕.๔ ประชาชนและผู้เสียภาษี เกิดความรู้สึกร่วมที่จะเสียภาษีด้วยความสมัครใจ มีความสัมพันธ์อันดีกับกรมสรรพสามิต และเกิดความตระหนักว่ากรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษีเพื่อประชาชน

๖. งบประมาณ ใช้เงินฝากค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๑ เป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)