

รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้าง (Term of Reference: TOR)
โครงการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต
ตามแผนปฏิรูปประเทศ

๑. หลักการและเหตุผล

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ มุ่งหวังที่จะให้เกิดการขับเคลื่อนประเทศให้พัฒนาไปข้างหน้าได้อย่างเป็นขั้นตอนจนเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ทั้งในการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ และสังคม ตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ซึ่งกลไกของ “การปฏิรูปประเทศ” เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างแท้จริงภายใต้รัฐธรรมนูญฉบับนี้ โดยรัฐธรรมนูญได้ให้ความสำคัญและกำหนดนโยบายแห่งรัฐในการส่งเสริมและจัดให้มีกลไกหรือมาตรการเพื่อเป็นเครื่องมือการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามมาตรา ๒๕๘ ได้กำหนดประเด็นปฏิรูปประเทศในด้านเศรษฐกิจ หัวข้อที่ (๓) ปรับปรุงระบบภาษีอากรให้มีความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มพูนรายได้ของรัฐด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

กรมสรรพสามิตหน่วยงานจัดเก็บภาษีในสังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน คือ เชื่อมโยงข้อมูลและส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการจัดเก็บภาษีอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการจัดเก็บภาษี ขับเคลื่อนนโยบายภาษีด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและพลังงานเพื่อความผาสุกของประชาชน บริหารองค์กรตามระบบราชการ ๔.๐ และสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล เพื่อพัฒนาระบบการบริหารงานจัดเก็บภาษีของกรมสรรพสามิตให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส บรรลุตามเป้าหมายและเป็นไปตามแผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้ที่เสียภาษีโดยสุจริตและคุ้มครองสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเกิดความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายสรรพสามิต รวมทั้งให้ความร่วมมือในการเสียภาษี ตลอดจนยอมรับในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเป็นระบบ สม่าเสมอ และมีความต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายในทุกรูปแบบ

การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสรรค์หรือสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกกับสาธารณชน สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และค่านิยมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยกลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การรณรงค์ การให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกหรือทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเข้าใจและยอมรับ ส่งผลให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนในที่สุด ดังนั้นการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิตจึงควรเป็นการสร้างการรับรู้และความตระหนักให้แก่ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง

2 P

สื่อประชาสัมพันธ์ นับว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย อย่างราบรื่น โดยช่วยสร้างการรับรู้ กระตุ้นความสนใจ และสามารถเชื่อมโยงความเข้าใจของข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นสื่อกลาง ที่ช่วยถ่ายทอดให้ผู้มีหน้าที่ เสียภาษีสรรพสามิต และประชาชนทั่วไป รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้มีความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว บทบาทภาระหน้าที่ นโยบาย และผลการดำเนินงาน ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมสรรพสามิตให้เป็นที่แพร่หลาย

สำนักงานเลขานุการกรมจึงได้จัดทำ “โครงการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามแผนปฏิรูปประเทศ” ด้วยตระหนักถึงความสำคัญ ของการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกรมสรรพสามิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึง การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิตในภาพรวม ตลอดจนการสร้างการยอมรับแก่ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีและประชาชนทั่วไปในเชิงรุก อันจะส่งผลดีต่อการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่น ในภารกิจของกรมสรรพสามิตอย่างเป็นระบบ มีความเป็นเอกภาพและยั่งยืน ก่อให้เกิดความตระหนัก และความเต็มใจในการชำระภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษี รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กรมสรรพสามิตมากยิ่งขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อศึกษา วิเคราะห์และจัดวางกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในการสร้าง ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและการมีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิต

๒.๒ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี บริหารช่องทางการสื่อสาร ตลอดจนวางแผน การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องบทบาทและหน้าที่ของกรมสรรพสามิตที่มีต่อประชาชน และประเทศ

๒.๓ เพื่อเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงประชาชนมีความรู้ความ เข้าใจในนโยบาย บทบาทและภาระหน้าที่ของกรมสรรพสามิต โดยให้สามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วม กับ โครงการต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิต

๒.๔ เพื่อให้การดำเนินการสื่อสารนโยบายและภารกิจตามยุทธศาสตร์ของกรมสรรพสามิต ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒.๕ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปมีความเข้าใจและปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับและ กฎหมายต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิต รวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการชำระ ภาษีเพิ่มขึ้น

๒.๖ เพื่อสร้างความความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและผู้เสียภาษีให้เกิดความรู้สึก พร้อมที่จะเสียภาษีด้วยความเต็มใจ และตระหนักว่ากรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษีเพื่อประชาชน

๒๓๕
๒๓

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๓.๑ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้

๓.๒ ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๓.๓ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๔ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น และ/หรือต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ประสงค์จะเสนอราคากับผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ วันประกาศประกวดราคาซื้อด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาซื้อครั้งนี้

๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ

รายการที่ ๑ สื่อออนไลน์

๑.๑ ออกแบบ และผลิต Motion Infographic เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับบทบาทภาระหน้าที่ ผลงาน ตลอดจนความเคลื่อนไหวของกรมสรรพสามิต ความยาว ๑ นาที ๓๐ วินาที จำนวน ๓ เรื่อง เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ และจัดทำเป็นฉบับตัด (Cutdown) ความยาว ๑ นาที จำนวน ๓ เรื่อง เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

๑.๒ เผยแพร่ Motion Infographic ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ดังนี้

(๑) เผยแพร่ Motion Infographic ทั้ง ๓ เรื่อง ในรูปแบบ True View In Steam Ads บน YouTube ในกลุ่มผู้ชมที่มีความเหมาะสม โดยต้องมียอดจำนวนรับชมทั้ง ๓ เรื่อง ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ Views

(๒) เผยแพร่ Motion Infographic ทั้ง ๓ เรื่อง ผ่านทาง Facebook Fanpage ที่มียอด Like ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Likes ประเภทเว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/ภาพยนตร์/บุคคลสาธารณะ ไม่น้อยกว่า ๓ Fanpage

(๓) เผยแพร่ Motion Infographic ทั้ง ๓ เรื่อง ผ่านทาง Facebook Fanpage ที่มียอด Like ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ Likes ประเภทเว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/ภาพยนตร์/บุคคลสาธารณะ ไม่น้อยกว่า ๓ Fanpage

(๔) ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์อื่น ๆ เพิ่มเติมได้ โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ Motion Infographic ทางสื่อออนไลน์ จะต้องมียอดจำนวนการรับชมทั้ง ๓ เรื่อง รวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ Views

๑.๓ จัดกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายผ่าน Facebook Fanpage กรมสรรพสามิต :: Excise Department จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง ๆ ละ ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน พร้อมทั้งจัดหาของรางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม มูลค่าไม่น้อยกว่า ๓๐๐ บาท จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐ ชิ้น

๓๓๓
๒.๒

๑.๔ จัดให้มีการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ Facebook Fanpage กรมสรรพสามิต :: Excise Department และผลิต Motion Infographic ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์และดูแลสื่อออนไลน์ของกรมสรรพสามิต จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๆ ละไม่น้อยกว่า ๑๐ คน ซึ่งจะต้องรับผิดชอบคำวิทยากร คำอาหารกลางวัน คำอาหารว่าง และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๑.๕ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบบทและต้นฉบับ Motion Infographic ในรูปแบบไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงเอกสารหรือหลักฐานการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ โดยผู้รับจ้างต้องบรรจุไฟล์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ลงในฮาร์ดดิสก์ (External Hard Disk) หรืออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลอื่น ๆ ความจุตามความเหมาะสม

รายการที่ ๒ สื่อโทรทัศน์

๒.๑ เผยแพร่ Motion Infographic ฉบับตัด (Cutdown) ความยาว ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เรื่อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๖ ครั้ง ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. ทางสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่ได้รับความนิยม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี ซึ่งรายการที่เสนอจะต้องมีเรตติ้งไม่ต่ำกว่า ๑.๐ ขึ้นไป โดยใช้ค่าเรตติ้งเฉลี่ยของรายการโทรทัศน์ทั้งเดือนของเดือนกันยายน ๒๕๖๒ ในกลุ่มผู้ชมชาย-หญิง อายุ ๑๕ ปี ขึ้นไปทั่วประเทศ และต้องแนบเอกสารอ้างอิงจาก AGB Nielsen Media Research หรือหน่วยงานอื่นที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อประกอบการพิจารณา

๒.๒ ในกรณีมีเหตุสุดวิสัยทำให้ไม่สามารถออกอากาศได้ ผู้รับจ้างต้องแจ้งเหตุผลต่อกรมสรรพสามิต ทั้งนี้ ต้องเผยแพร่ชดเชยตามวัน เวลา และเงื่อนไขที่กรมสรรพสามิตกำหนด

๒.๓ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบเอกสารหรือหลักฐานยืนยันการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์

รายการที่ ๓ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

๓.๑ กระเป๋าเพื่อการประชาสัมพันธ์

(๑) ออกแบบและผลิตกระเป๋าผ้าเพื่อการประชาสัมพันธ์บทบาท หน้าที่ และผลงานของกรมสรรพสามิต จำนวน ๒๕,๓๐๐ ชิ้น

(๒) เนื้อผ้ากระเป๋าเป็นเนื้อผ้าดิบหรือตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด

(๓) ขนาดกว้างไม่น้อยกว่า ๑๐ นิ้ว สูงไม่น้อยกว่า ๑๓ นิ้ว ด้านขอบข้างขนาดไม่น้อยกว่า ๓.๕ นิ้ว ด้านก้นกระเป๋า ขนาดไม่น้อยกว่า ๓.๕ นิ้ว หูกระเป๋า จำนวน ๒ หู ขนาดความยาวไม่น้อยกว่า ๑๒ นิ้ว

(๔) สกรีนบนกระเป๋าไม่น้อยกว่า ๒ สี และจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ จุด

๓.๒ กระบอกน้ำเพื่อการประชาสัมพันธ์

(๑) ออกแบบและผลิตกระบอกน้ำพร้อมกล่องกระดาษสำหรับบรรจุกระบอกน้ำเพื่อการประชาสัมพันธ์บทบาท หน้าที่ และผลงานของกรมสรรพสามิต จำนวน ๕๐๐ ชิ้น

(๒) วัสดุผลิตด้วยพลาสติกจากฟางข้าวสาลีหรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(๓) ขนาดความจุไม่น้อยกว่า ๓๐๐ มล.

(๔) สกรีนบนกระบอกน้ำไม่น้อยกว่า ๑ สี และจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด

(๕) สกรีนบนกล่องกระดาษสำหรับบรรจุกระบอกน้ำ ไม่น้อยกว่า ๑ สี และ

จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด

รายการที่ ๔ ชุดนิทรรศการเคลื่อนที่

๔.๑ ออกแบบและผลิต Backdrop ในรูปแบบ Pop Up จำนวน ๒ ชุด

๔.๒ วัสดุโครง ทำด้วยโครงอลูมิเนียม

๔.๓ วัสดุงานพิมพ์ เป็นงานพิมพ์สติกเกอร์ ติดบนแผ่นพีวีซี

๔.๔ Backdrop เมื่อประกอบเสร็จแล้ว ขนาดไม่น้อยกว่า ๓.๔๐ x ๒.๓๐ เมตร

ที่สามารถยุบเก็บได้ในกระเป๋าคู่เดียว โครงสร้างอลูมิเนียมแข็งแรง

๔.๕ ขนาดงานพิมพ์ทั้งหมด ไม่น้อยกว่า ๔.๓๐ x ๒.๓๐ เมตร

๔.๖ ผลิตขนาดงานพิมพ์หน้าตรง ขนาดไม่น้อยกว่า ๐.๗๕ x ๒.๓๐ เมตร จำนวน ๔ ชิ้น

๔.๗ ผลิตขนาดงานพิมพ์ส่วนโค้ง ขนาดไม่น้อยกว่า ๐.๖๗ x ๒.๓๐ เมตร จำนวน ๒ ชิ้น

(ซ้ายและขวา)

๔.๘ ผลิตกระเป๋าถือลากสำหรับใส่อุปกรณ์ติดตั้ง Backdrop ชุดละ ๑ ใบ

๔.๙ จัดทำคู่มือการใช้งาน Backdrop จำนวน ๒ เล่ม

๔.๑๐ การรับประกัน

(๑) โครงสร้าง รับประกัน ๑ ปี อันเนื่องมาจากความบกพร่องจากขั้นตอนการผลิต

(๒) แผ่นภาพ รับประกัน ๑ ปี กรณีสีซีดจางลงเกิน ๓๐ เปอร์เซ็นต์

รายการที่ ๕ สื่อวิทยุ

๕.๑ ผลิตสปอตวิทยุที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบาย บทบาท หน้าที่และผลงานของ กรมสรรพสามิต จำนวน ๒ สปอต ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที

๕.๒ เผยแพร่สปอตวิทยุในสถานวิทยุที่เป็นที่นิยมและมีเครือข่ายออกอากาศทั่วประเทศ โดยต้องเป็นช่วงเวลาก่อนหรือหลังข่าวต้นชั่วโมง เผยแพร่วันละไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง รวมเผยแพร่จำนวน ๖๐๐ ครั้ง

๕.๓ ในกรณีมีเหตุสุดวิสัยทำให้ไม่สามารถออกอากาศได้ ผู้รับจ้างต้องแจ้งเหตุผลต่อ กรมสรรพสามิต ทั้งนี้ ต้องเผยแพร่ชดเชยตามวัน เวลา และเงื่อนไขที่กรมสรรพสามิตกำหนด

๕.๔ ต้องนำเสนอบทสปอตวิทยุ พร้อมทั้งเสนอชื่อผู้ให้เสียงสปอตวิทยุที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในสังคม จำนวน ๓ ชื่อ มาพร้อมกับข้อเสนอทางเทคนิค

๕.๕ จัดทำรายงานการประเมินผลและวิเคราะห์การรับรู้และความเข้าใจจากผู้เข้าร่วม กิจกรรมและผู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ในโครงการฯ จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน ๑๐๐ ชุด

๕.๖ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบบทและต้นฉบับสปอตวิทยุในรูปแบบไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมทั้ง เอกสารหรือหลักฐานยืนยันการออกอากาศจากทางสถานีวิทยุ

๕.๗ ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานการประเมินผลและวิเคราะห์การรับรู้และความเข้าใจ จากผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้ได้รับข้อมูลข่าวสาร

๒๗๕
๒/๕

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างการดำเนินการที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว โดยแบ่งเป็นงวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๖๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ยกกรรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตามข้อ ๔ ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ รายการที่ ๑ - ๒
งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๑๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ยกกรรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตามข้อ ๔ ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ รายการที่ ๓ - ๔
งวดที่ ๓ จำนวนร้อยละ ๒๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ยกกรรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตามข้อ ๔ ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ รายการที่ ๕ โดยสามารถส่งมอบงานข้ามงวดได้

๗. ระยะเวลารับประกัน

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่กรรมสรรพสามิตได้รับมอบงาน

๘. กำหนดยื่นราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน นับแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคาผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคาไม่ได้

๙. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานครบถ้วนถูกต้อง รวมทั้งต้องผ่านการพิจารณาเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น รวม ๑๐๐ คะแนน ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------|----------|
| ๙.๑ ราคา | ๔๐ คะแนน |
| ๙.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค | ๖๐ คะแนน |

ทั้งนี้ ข้อ ๙.๒ ข้อเสนอทางเทคนิคมีเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพตามสัดส่วน ๑๐๐ คะแนน และต้องผ่านด้วยคะแนนรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- (๑) แนวความคิดและการนำเสนอรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ รายละเอียดตามข้อ ๔ ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ (๗๐ คะแนน)
- (๒) แนวคิดหลักและแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (๒๐ คะแนน)
- (๓) ประวัติและผลงานของผู้เสนอราคา (๑๐ คะแนน)

โดยผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งเอกสารต้องมีความชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน

๑๐. วงเงินในการจัดหา

ใช้เงินฝากค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวน
๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านบาทถ้วน)

๑๑. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเลขานุการกรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์

โทร. ๑๗๑๓ ต่อ ๕๕๗๓๔

E-mail : j.chaiviriya@gmail.com

ทพ
2/10