

รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้าง (Term of Reference: TOR)
โครงการจ้างประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์

๑. หลักการและเหตุผล

ในโลกยุคสังคมข้อมูลข่าวสารปัจจุบันอันเป็นผลพวงจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและระบบอินเทอร์เน็ตได้ส่งผลทำให้รูปแบบของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมไปสู่รูปแบบที่มีลักษณะเป็น “เครือข่ายสังคม” (Social Network) มากขึ้น โดยมีลักษณะของการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้พร้อมกันเป็นวงกว้าง ด้วยคุณสมบัติและคุณสมบัติประโยชน์ที่สามารถเชื่อมโยงสังคมทำให้คนในสังคมสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างสะดวก รวดเร็วโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาถึงแม้จะอยู่กันคนละซีกโลก ได้นำมาซึ่งการเกิดขึ้น ของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มากมายหลายประเภท อาทิ ไฮไฟว์ (Hi5) มายสเปซ (Myspace) ยูทูบ (Youtube) กูเกิลพลัส (Google+) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อิน스타그램 (Instagram) และไลน์ (Line) เป็นต้น

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงประชาชนสูง โดยสามารถเข้าถึงอย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง ไม่มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา และงบประมาณ หากกรมสรรพสามิตนำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ มาใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสม จะเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้กรมสรรพสามิตมีช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ทั้งยังเป็นช่องทางในการสร้างเครือข่ายโดยการสื่อสารได้ตอบกับประชาชนที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกในสื่อสังคมออนไลน์ประเภท ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อประชาชนและผู้มีหน้าที่เสียภาษี นอกจากนี้ ยังสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้น จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมสรรพสามิตให้เป็นองค์กรที่มีความทันสมัย โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สื่อออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกกับสาธารณชน และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย สำนักงานเลขานุการกรม จึงได้จัดทำ “โครงการจ้างประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์” เพื่อให้ประชาชนและผู้มีหน้าที่เสียภาษีเกิดความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ และค่านิยมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เกิดความเข้าใจและยอมรับ ส่งผลให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนในที่สุด เนื่องจากสื่อออนไลน์ช่วยส่งเสริมให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างราบรื่น โดยช่วยสร้างการรับรู้ กระตุ้นความสนใจ และสามารถเชื่อมโยงความเข้าใจของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นสื่อกลาง ที่ช่วยถ่ายทอดให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต และประชาชนทั่วไป รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว บทบาทภาระหน้าที่ นโยบาย และผลการดำเนินงาน ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมสรรพสามิตให้เป็นที่แพร่หลาย โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะจัดทำมีจำนวน ๑ รายการ ได้แก่ จ้างประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์


/๒. วัตถุประสงค์...

๒. วัตถุประสงค์

- ๑) เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบด้านการเสียภาษีสรรพสามิตให้แก่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตให้เกิดความตระหนักและเห็นคุณค่าประโยชน์ของเงินภาษีที่เป็นรายได้มาใช้จ่ายในกิจการของรัฐ และนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ
- ๒) เพื่อให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีและประชาชนทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญและให้ความสำคัญร่วมมือในการชำระภาษีเพิ่มขึ้น และเกิดความรู้สึกพร้อมที่จะเสียภาษีด้วยความสมัครใจ และตระหนักว่ากรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษีเพื่อประชาชน
- ๓) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมสรรพสามิตแก่สาธารณชนได้รับทราบ

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมสรรพสามิต ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e – GP) ของกรมบัญชีกลาง
๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e – GP) ของกรมบัญชีกลางตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด



๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ

กรมสรรพสามิตจะทำการจัดจ้างบริษัทเพื่อดำเนินภารกิจต่าง ๆ ตามขอบเขตงาน โดยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่จะจัดจ้างมีจำนวน ๑ รายการ ได้แก่ จ้างประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์ โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. ผู้รับจ้างจะต้องกำหนดแนวคิดและวางแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ระดับจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ที่กรมสรรพสามิตกำหนดและวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและเข้าใจมากที่สุด โดยต้องบริหารจัดการงบประมาณการผลิตอย่างคุ้มค่าที่สุด

๒. การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ประกอบด้วย

๒.๑ ผู้รับจ้างต้องออกแบบ Facebook Story ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน โดยต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติจากกรมสรรพสามิตก่อนดำเนินการเผยแพร่

๒.๒ ผู้รับจ้างต้องทำการประชาสัมพันธ์ Facebook Story ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิต ในรูปแบบ Facebook Boost Post โดยมียอดโชว์ไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ reach ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑๐ วัน

๒.๓ ผู้รับจ้างต้องทำการประชาสัมพันธ์ Facebook Story ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิต ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ผ่าน Facebook Fanpage ประเภทเว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/บุคคลสาธารณะ/บล็อกส่วนตัว/ศิลปิน/ผู้แต่ง/นักเขียน/นักแสดง/ชุมชน/บันเทิง ดังนี้

๒.๓.๑) Facebook Fanpage ที่มียอด Like ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ Likes ประเภทเว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/ภาพยนตร์/บุคคลสาธารณะ ไม่น้อยกว่า ๓ Fanpage

๒.๓.๒) Facebook Fanpage ที่มียอด Like ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Likes ประเภทเว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/ภาพยนตร์/บุคคลสาธารณะ ไม่น้อยกว่า ๔ Fanpage

๒.๓.๓) Facebook Fanpage ที่มียอด Like ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Likes ประเภทเว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/ภาพยนตร์/บุคคลสาธารณะ ไม่น้อยกว่า ๓ Fanpage

 ๓๓๓

๒.๓.๔) ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตในรูปแบบ Cartoon tie-in ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ผ่าน Facebook Fanpage ประเภท เว็บไซต์ข่าว/สื่อ/ข่าวสาร/สิ่งพิมพ์/รายการโทรทัศน์/ภาพยนตร์/บุคคล สาธารณะ/การศึกษา/บล็อกส่วนตัว/ศิลปิน/ผู้แต่ง/นักเขียน/นักแสดง/ชุมชน/ บันเทิง/ผู้ผลิต/ผู้อำนวยการสร้าง ที่มียอด Like ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Likes ไม่น้อยกว่า ๓ Fanpage

๓. การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์

ผู้รับจ้างต้องทำการประชาสัมพันธ์สพตสร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิต ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

๓.๑ เว็บไซต์ที่มียอด Page view ไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง/วัน

ไม่น้อยกว่า ๑ เว็บไซต์ ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๘ วัน

๓.๒ เว็บไซต์ที่มียอด Page View ไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ ครั้ง/วัน

ไม่น้อยกว่า ๒ เว็บไซต์ ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๘ วัน

๔. ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบหลักฐานการประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิต ผ่านสื่อออนไลน์ต่อคณะกรรมการตรวจรับ เพื่อพิจารณารับผลงาน ๒ ชุด หลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินงาน

๕. ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมเอกสารคุณสมบัติ จำนวน ๑ ชุด ประกอบด้วย

- ประวัติบริษัทพร้อมตัวอย่างผลงานและผลสำเร็จจากการทำงานที่ผ่านมา
- ผลงานที่ผ่านมาของบริษัทและคณะผู้สร้างสรรค์งาน (ถ้ามี)

๖. ผู้รับจ้างจะต้องทำเอกสารด้านเทคนิค จำนวน ๓ ชุด ประกอบด้วย

- เอกสารภาพประกอบแสดงแนวคิดสร้างสรรค์ Facebook Story
- แผนการดำเนินงาน/ระยะเวลาการผลิต (action plan)

๗. ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากกรมสรรพสามิตให้ดำเนินการ

๘. ผู้รับจ้างมีสิทธิขอเบิกค่าจ้างในการดำเนินงานจากกรมสรรพสามิต เมื่อได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ครบตามที่กำหนดในสัญญาแล้ว

๙. หลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือรายละเอียดคุณสมบัติในการจัดงานดังกล่าวข้างต้น กรมสรรพสามิตขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขตามที่เห็นสมควร

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากกรมสรรพสามิตให้ดำเนินการ

๕. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างการดำเนินการเมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบงานครบถ้วน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว


จ.น.น.

๖. วงเงินในการจัดหา

ใช้เงินฝากค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๑ เป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

๗. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ผู้มีสิทธิเสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานครบถ้วนถูกต้อง รวมทั้งต้องผ่านการพิจารณาเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ (Price Performance) ประกอบด้วย

๗.๑ ราคา ๖๐ คะแนน

๗.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค ๔๐ คะแนน

รวมคะแนน ๑๐๐ คะแนน

ทั้งนี้ ข้อ ๗.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค ผู้รับจ้างต้องนำเสนอตัวอย่างบทและภาพประกอบของ Facebook Story ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการเสียภาษีสรรพสามิตผ่านสื่อออนไลน์ ด้วยคะแนนรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ดังนี้

๗.๒.๑ ความคิดสร้างสรรค์ของ Facebook Story (๔๐ คะแนน)

๗.๒.๒ แผนการประชาสัมพันธ์ (๕๐ คะแนน)

๗.๒.๓ ประวัติและผลงาน (๑๐ คะแนน)

นพพร
นพพร