

รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้าง (Term of Reference: TOR)  
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารองค์กร

\*\*\*\*\*

๑. หลักการและเหตุผล

กรมสรรพสามิตหน่วยงานจัดเก็บภาษีในสังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน คือ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ด้วยมาตรการภาษีเพื่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจไทย พัฒนาองค์กรและบุคลากรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทุกมิติ ยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานและการให้บริการสู่ระดับสากล และพัฒนาระบบการให้บริการแบบไร้รอยต่อ เพื่อพัฒนาระบบการบริหารงานจัดเก็บภาษีของกรมสรรพสามิตให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส บรรลุตามเป้าหมายและเป็นไปตามแผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้เสียภาษีโดยสุจริตและคุ้มครองสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งการสร้าง ความเข้าใจให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเกิดความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายสรรพสามิต รวมทั้งให้ความร่วมมือในการเสียภาษี ตลอดจนยอมรับในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเป็นระบบ สม่าเสมอ และมีความต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารหรือสร้างภาพลักษณ์ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายในทุกรูปแบบ

การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารหรือสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกกับสาธารณชนสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับความคิดเห็น ทัศนคติ และค่านิยมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยกลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การรณรงค์ การให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกหรือทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความเข้าใจและยอมรับ ส่งผลให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนในที่สุด ดังนั้น การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิต จึงควรเป็นการสร้างการรับรู้และความตระหนักให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังมีประเด็นปัญหาที่สำคัญคือ บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ยังขาดทักษะ และความชำนาญทางด้านการประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการ และการบริหารการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ ซึ่งต้องอาศัยทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Specialist) อันส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่ผ่านมาจึงยังไม่สามารถเข้าถึง สร้างความตระหนักและครอบคลุมถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เท่าที่ควร

นอกจากนี้ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิตที่ผ่านมาอย่างขาดทิศทางในการสร้างความเข้าใจในแต่ละหน่วยงานให้เป็นทิศทางเดียวกัน จึงมีลักษณะแยกกันทำ ในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ขาดมิติในภาพรวม และขาดผู้มีความชำนาญพิเศษในการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ รวมทั้งวิจัยผลสำเร็จของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ทำให้ภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิตไม่สามารถจะนำเสนอออกไปสู่สาธารณชนและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนในทิศทางที่ควรจะเป็น นอกจากนี้ ด้วยนโยบายของรัฐบาลบางโครงการ ทำให้มีความจำเป็นที่ทางกรมสรรพสามิตต้องมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ให้มีความต่อเนื่องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการวางกลยุทธ์การสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการให้ข้อมูลเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน หน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการนำไปสู่ผลสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทและภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิตให้เป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชน

นางสาว ชน  
50/2558

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว กรมสรรพสามิตจึงได้จัดทำ “โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารองค์กร” ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกรมสรรพสามิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิตในภาพรวม ตลอดจนการสร้างการยอมรับแก่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีและประชาชนทั่วไปโดยให้ผู้ชำนาญการที่มีประสบการณ์สูงด้านการประชาสัมพันธ์มาวางกลยุทธ์การสื่อสารให้คำปรึกษา วางแผน และดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลดีต่อการสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในภารกิจของกรมสรรพสามิตอย่างเป็นระบบ มีความเป็นเอกภาพและยั่งยืน ก่อให้เกิดความตระหนัก และความเต็มใจในการชำระภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษี รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กรมสรรพสามิตมากยิ่งขึ้น

## ๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อศึกษา วิเคราะห์และจัดวางกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและการมีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิต
- ๒.๒ เพื่อบริหารช่องทางการสื่อสาร ตลอดจนวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องบทบาทและหน้าที่ของกรมสรรพสามิตที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย
- ๒.๓ เพื่อจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤตของกรมสรรพสามิตไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงพลิกวิกฤตจากสถานการณ์เชิงลบให้เป็นกลาง หรือเป็นบวกแทน
- ๒.๔ เพื่อให้การดำเนินการสื่อสารนโยบายและภารกิจตามยุทธศาสตร์ของกรมสรรพสามิตให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพสูงสุด
- ๒.๕ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจและปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายต่าง ๆ ของกรมสรรพสามิต
- ๒.๖ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กรมสรรพสามิต

## ๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมสรรพสามิต ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

การประมูล  
กรมสรรพสามิต

๓.๙ ไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๓.๑๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานด้านส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงกรณีที่เกิดวิกฤตต่อภาพลักษณ์องค์กรให้กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) ต่อสัญญา โดยต้องมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือจากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจหรือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงที่ได้รับมอบหมายจากผู้มีอำนาจ และเป็นสัญญาที่ผู้รับจ้างได้ทำงานแล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งได้มีการส่งมอบงานและตรวจรับเรียบร้อยแล้ว และกรมสรรพสามิตขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

#### ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ

๑. จัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

- (๑) วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร
- (๒) กำหนดทิศทางและแนวทางการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร
- (๓) วางโครงสร้างเนื้อหาและวางแผนในการสื่อสารต่าง ๆ
- (๔) กำหนดประเด็นสื่อสารและมาตรการ (ถ้ามี)
- (๕) สารอธิบดี

๒. จัดทำแผนกลยุทธ์แนวทางการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของกรมสรรพสามิต เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารสำหรับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์องค์กร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเกิดประโยชน์สูงสุด

๓. จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ในกรณีที่เกิดวิกฤตต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกรมสรรพสามิต

๔. ให้คำแนะนำ และ/หรือ คำปรึกษาในการจัดกิจกรรมแถลงข่าว การวางแผนการจัดแถลงข่าว การจัดทำประเด็นและเนื้อหาให้กับผู้บริหารระดับสูงของกรมสรรพสามิตในการแถลงข่าว หรือในการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน

๕. จัดทำ Social Monitoring และ Online Crisis Management

(๑) เฝ้าระวังและตรวจจับกระแสความเคลื่อนไหวในโลกออนไลน์และโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับกรมสรรพสามิตซึ่งเป็นประเด็นอ่อนไหวที่สามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องภายในกรมสรรพสามิตทั้งหมด โดยกำหนดจำนวนคีย์เวิร์ดในการเฝ้าระวังเบื้องต้นจำนวน ๓ คีย์เวิร์ด ได้แก่ กรมสรรพสามิต ชื่อผู้บริหาร (อธิบดีกรมสรรพสามิต) และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกรมสรรพสามิตและกระทรวงการคลัง

(๒) มอนิเตอร์ติดตามความเคลื่อนไหว แจ้งเหตุพร้อมนำเสนอรายงานและวิเคราะห์ต่อกรมสรรพสามิต เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบพร้อมรับมือและวางแผนแนวทางในการดำเนินการกับเรื่องนั้น ๆ

(๓) นำส่งรายงานการมอนิเตอร์สถานการณ์ออนไลน์ให้แก่กรมสรรพสามิตในรูปแบบรายวัน ในช่วงเช้า

นางสาว นง  
๕๖๕๖๖

(๔) นำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ทิศทางความเป็นไปได้ในการขยายประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบ พร้อมให้คำแนะนำแก่กรมสรรพสามิต เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทำการแก้ไขเพื่อลดความรุนแรงและลดความร้ายแรงของเหตุวิกฤตที่เกิดขึ้น

๖. ให้คำแนะนำ และ/หรือ การดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกรมสรรพสามิตตามที่ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

๗. จัดประชุมร่วมกับกรมสรรพสามิตอย่างน้อยเดือนละ ๔ ครั้ง ตลอดระยะเวลาของโครงการฯ เพื่อนำเสนอแผนงานและแนวทางในการแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งจัดทำสรุปรายงานการประชุม โดยการประชุมนั้นสามารถทำได้ทั้งการพบหรือการประชุมผ่านทางโทรศัพท์หรือการประชุมผ่านทางระบบออนไลน์

## ๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๓๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

## ๖. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ภายในระยะเวลาของสัญญาจ้าง โดยจัดทำเอกสาร และ/หรือรายงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๑ ชุด และบรรจุไฟล์ข้อมูลลงในอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลและมีความจุตามความเหมาะสม ตามรายการดังต่อไปนี้

๖.๑ รายงานสรุปการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๑

๖.๒ รายงานสรุปแผนกลยุทธ์แนวทางการประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของกรมสรรพสามิต เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารสำหรับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์องค์กร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดประโยชน์สูงสุด ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๒

๖.๓ รายงานสรุปการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรในกรณีที่เกิดวิกฤตต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกรมสรรพสามิต ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๓

๖.๔ รายงานสรุปการให้คำแนะนำ และ/หรือ คำปรึกษาในการจัดกิจกรรมแถลงข่าว การวางแผนการจัดแถลงข่าว การจัดทำประเด็นและเนื้อหาให้กับผู้บริหารระดับสูงของกรมสรรพสามิต ในการแถลงข่าวหรือในการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๔

๖.๕ รายงานสรุปการจัดทำ Social Monitoring และ Online Crisis Management ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๕

๖.๖ รายงานสรุปการให้คำแนะนำ และ/หรือ การดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกรมสรรพสามิต ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๖

๖.๗ รายงานสรุปการประชุมร่วมกับกรมสรรพสามิต อย่างน้อยเดือนละ ๔ ครั้ง ตลอดระยะเวลาของโครงการฯ เพื่อนำเสนอแผนงาน และแนวทางในการแก้ไขปัญหา ตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๗

## ๗. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างการดำเนินการที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว โดยแบ่งเป็น ๔ งวด ดังนี้

นางสาว ชน  
S. S. S.

๗.๑ งวดที่ ๑ ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนร้อยละ ๒๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ได้กรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๑ - ๗ (เดือนที่ ๑ - ๒)

๗.๒ งวดที่ ๒ ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนร้อยละ ๒๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ได้กรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๑ - ๗ (เดือนที่ ๓ - ๔)

๗.๓ งวดที่ ๓ ภายใน ๒๑๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนร้อยละ ๒๕ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ได้กรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๑ - ๗ (เดือนที่ ๕ - ๗)

๗.๔ งวดที่ ๔ (งวดสุดท้าย) ภายใน ๓๐๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนร้อยละ ๓๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่ได้กรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตาม ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๑ - ๗ (เดือนที่ ๘ - ๑๐)

#### ๘. กำหนดยื่นราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน นับแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคาผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

#### ๙. หลักเกณฑ์การพิจารณา

กรมสรรพสามิตจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาคัดเลือกจากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้าง โดยให้คะแนนตามปัจจัยและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๙.๑ ด้านเทคนิค กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

กรมสรรพสามิตจะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
๑. ด้านเทคนิค น้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐	๑๐๐
(๑) แนวคิดหลักและรายละเอียดแผนงานโดยรวม	๓๐
๑.๑ การนำเสนอแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรในเชิงรุกของกรมสรรพสามิต	(๑๐)
- แผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร	๕
- ความรู้ความเข้าใจในยุทธศาสตร์และบทบาทหน้าที่ของกรมสรรพสามิต	๕
๑.๒ การนำเสนอแนวทางการรับมือกรณีที่เกิดวิกฤตต่อภาพลักษณ์ของ กรมสรรพสามิตเป็นวงกว้าง	(๒๐)
(๒) คุณสมบัติของผู้เสนอราคาและประสบการณ์ของผู้เสนอราคา	๗๐
๒.๑ ผลงานที่ผ่านมาของผู้เสนอราคาในด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้ง การรับมือกรณีที่เกิดวิกฤตต่อภาพลักษณ์ ขององค์กรให้กับหน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	(๔๐)

นางสาว ชน  
S. S. S.

รายละเอียด	คะแนน
๒.๒ ประวัติและผลงานบุคลากรที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามโครงการ - มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี - มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า ๒๐ ปี ด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการรับมือกรณีที่เกิดวิกฤตต่อภาพลักษณ์ขององค์กรให้กับหน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	๓๐
<b>รวมคะแนนด้านคุณภาพทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน</b>	

๙.๒ ด้านราคา กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐

ผู้ยื่นเสนอราคาต่ำสุดจะได้รับคะแนนเต็มและผู้ยื่นเสนอราคาต่ำเป็นอันดับถัดไปจะได้คะแนนลดหลั่นกันไป

รายละเอียด	คะแนน
๒. ด้านราคา น้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐	๑๐๐
<b>รวมคะแนนด้านราคาทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน</b>	

#### ๑๐. ขอสงวนสิทธิ์

๑๐.๑ กรมสรรพสามิตขอสงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาราคาของผู้เสนอราคาที่ไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาด้านเทคนิค หรือยื่นเอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขข้อกำหนดว่าจ้างที่กรมสรรพสามิตกำหนด หรืออาจยกเลิกการจ้างงานดังกล่าว โดยไม่พิจารณาว่าจ้างเลยก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และการตัดสินใจของกรมสรรพสามิตถือเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะฟ้องร้องมิได้

๑๐.๒ ผลงานที่จ้างผลิตทั้งหมดเป็นกรรมสิทธิ์ของกรมสรรพสามิต ผู้ใดจะเผยแพร่ ทำซ้ำ หรือนำไปใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ มิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากกรมสรรพสามิต

๑๐.๓ กรมสรรพสามิตทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาราคาต่ำสุดเสมอไป ทั้งนี้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

๑๐.๔ กรมสรรพสามิตขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ/ภาพและข้อมูลในการประชาสัมพันธ์เพื่อความเหมาะสม

#### ๑๑. วงเงินในการจัดหา

เงินฝากค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่นประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำนวนเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

#### ๑๒. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเลขานุการกรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์

โทร. ๐๒-๒๔๑-๕๖๐๐ ต่อ ๕๕๒๓๐๑

E-mail: j.chaiviriya@gmail.com

\*\*\*\*\*

อรุณ ชวน  
50/2567