

ร่างขอบเขตการของงานจ้างผลิตและเผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อออนไลน์
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (องค์การมหาชน)

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (องค์การมหาชน) (สพพ.) อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ถือเป็นหน่วยงานสำคัญของรัฐบาลในการที่จะให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีความมั่นคงและยั่งยืน จึงมีความจำเป็นต้องร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน รวม ๗ ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม ภูฏาน ศรีลังกา และติมอร์-เลสเต ตามกรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจในระดับทวิภาคีและภูมิภาค เช่น GMS ACMECS BIMSTEC และ ASEAN โดยใช้ความช่วยเหลือทางการเงินและทางวิชาการเป็นกลไกในการขับเคลื่อน เพื่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจแก่ประเทศเพื่อนบ้าน ผ่านการให้ความช่วยเหลือทางการเงินและทางวิชาการในรูปแบบเงินกู้เงื่อนไขผ่อนปรน (Concessional Loan) และเงินให้เปล่า (Grant) ในสาขาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง อาทิ การสร้างถนน สะพาน สนามบิน รถไฟ เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางและการขนส่งในภูมิภาคให้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และสนับสนุนส่งเสริมการลงทุน การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านให้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้ง สนับสนุนการพัฒนาสาธารณูปโภค ระบบไฟฟ้า ประปา การจัดการขยะ และพัฒนาชุมชนเมือง เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพการดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศเพื่อนบ้าน ให้ทัดเทียมกับประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิทธิมนุษยชน

การผลิตและเผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ดำเนินการตามแผนงานการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยมีเป้าหมายในการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง โดยทำการสร้าง Content ข้อมูลจากโครงการที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบของเพจ YouTube และผ่านทาง Influencer เช่น YouTube, Blogger, Vlogger ฯลฯ ที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพลในกลุ่มคนที่ติดตามมากกว่าสื่ออื่นๆ ในปัจจุบัน ซึ่งใช้รูปแบบของการ Tie-In จำนวน ๒ ตอน ถ่ายทำบริเวณชายแดนในประเทศ หรือในประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้แนวคิดในการเล่าเรื่องผสมผสานเทคโนโลยีการเผยแพร่เรื่องราวที่เกิดขึ้นในเส้นทางโครงการ การท่องเที่ยวเดินทาง ประวัติศาสตร์ การบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิต รวมถึงการประสานประโยชน์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การลงทุน การค้าระหว่างประเทศ ความรู้สึกของประชาชน และประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาเส้นทางดังกล่าว ทั้งนี้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์นอกจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรแล้ว หน่วยงานยังมุ่งหวังให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในเนื้อหาที่ถูกต้อง และเข้าใจในการที่หน่วยงานหรือรัฐบาลเข้าไปช่วยเหลือ หรือลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในประเทศเพื่อนบ้านอย่างเป็นระบบ

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์
- ๒.๒ เพื่อสร้างกระแสการรับรู้ในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศเพื่อนบ้าน
- ๒.๓ เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้ และเข้าใจในประโยชน์ที่จะได้รับระหว่างประชาชนไทยและประเทศเพื่อนบ้าน
- ๒.๔ เพื่อเผยแพร่การดำเนินงานของ สพพ. ในการสนับสนุนและส่งเสริมนโยบายของรัฐบาล

๓. กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วประเทศ กลุ่ม Generation Y (ในระหว่าง พ.ศ. ๒๕๒๓-๒๕๔๓) อายุเฉลี่ย ๒๐-๔๐ ปี

๔. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงาน ตามที่ประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- ๔.๒ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๔.๓ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๔.๔ ไม่อยู่ในระหว่างการเลิกกิจการ
- ๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอ หรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๔.๗ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่น ที่ยื่นข้อเสนอให้แก่ สพพ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการ อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๔.๘ ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- ๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

/๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอ...

๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่เป็นผู้กระบุชื่อว่าเป็นคู่สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๔ และ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๕

๔.๑๒ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๔.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลไทยที่มีที่ตั้งสำนักงานอยู่ในประเทศไทย และต้องมีทุนจดทะเบียนก่อนวันยื่นของข้อเสนอ ที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

๔.๑๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ ความชำนาญ ในการผลิตรายการ ผลงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ผลิตรายการโดยตรง ด้านการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ไปสู่ประชาชนอย่างมืออาชีพ หรือเคยดำเนินงานดังกล่าวให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน โดยมีเอกสารอ้างอิงได้ และมีวงเงินตามสัญญาในฉบับเดียวไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) โดยต้องมีหนังสือรับรองหรือสำเนาสัญญาตามวงเงินแนบมาด้วย

๔.๑๕ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้มีทักษะประสบการณ์ในการบริหารจัดการงานรายการ

๔.๑๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นรายเดียวกับผู้ขอรับเอกสารประกวดราคาเท่านั้น ผู้ขอรับ เอกสารประกวดราคาจะโอนสิทธิให้บุคคลอื่นเป็นผู้ยื่นข้อเสนอแทนมิได้ และผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละราย จะยื่นข้อเสนอประกวดราคามากกว่าหนึ่งฉบับไม่ได้

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องดำเนินผลิตและเผยแพร่วีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๖.๑ จัดทำแผนการผลิตและเผยแพร่

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำแผนการผลิตและเผยแพร่ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ เชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย มีแนวคิดในการถ่ายทอดเรื่องราว ระยะเวลา ขั้นตอนในการดำเนินงาน กำหนดสถานที่ถ่ายทำโครงการ จัดทำ Script เนื้อหาที่จะถ่ายทอด นำเสนอจุดเด่นของผู้ดำเนินรายการที่มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน พร้อมทั้งระบุเหตุผลที่เสนอ Influencer เช่น สถิติยอด view ยอด like และยอด Subscribed หรือ สถิติที่ผ่านมาในการลงคลิปเผยแพร่ต่อสัปดาห์ เป็นต้น ทั้งนี้ สฟพ. จะเป็นผู้คัดเลือกผู้ดำเนินรายการที่มีความเหมาะสมกับภารกิจหน่วยงานเพียง ๑ คน

/การตั้งชื่อ...

การตั้งชื่อตอนต้องน่าสนใจสื่อความหมายดี มี Content ที่ทำให้ผู้ชมจดจำและรู้จักในวงกว้าง โดยนำเสนอวิธีการต่างๆ ให้ สพพ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ นอกจากนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องประเมินผลหลังการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง อาทิ YouTube, Facebook Fanpage, Instagram ฯลฯ

๖.๒ รูปแบบการผลิต

๖.๒.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องดำเนินการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ผ่านสื่อออนไลน์ในรูปของเพจ YouTube โดยสอดแทรกภารกิจงานของ สพพ. ในประเทศเพื่อนบ้าน ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ตอน โดยมี Content ที่เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคมสำหรับผู้ดำเนินรายการ Influencer เช่น YouTube, Blogger, Vlogger ฯลฯ ต้องมียอดผู้ติดตาม Facebook จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ล้านคน และช่องทาง YouTube จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ คน ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของผู้ดำเนินรายการจะต้องเหมาะสมกับภารกิจงานของ สพพ.

๖.๒.๒ ออกแบบจัดทำข้อมูลบท ถ่ายทำ ภาพประกอบ ดนตรีประกอบ ก่อนเผยแพร่ต้องดำเนินการถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบ หากมีการละเมิดบทบัญญัติแห่งกฎหมาย หรือสิทธิใดในสิทธิบัตร หรือลิขสิทธิ์ของบุคคลที่ ๓ ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอนำมาใช้ในการปฏิบัติงานนี้

๖.๒.๓ ดำเนินการผลิตและตัดต่อความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวน ๒ ตอน จัดทำคำบรรยายใต้ภาพ (subtitle) และต้องมีการกล่าวถึง สพพ. ตามความเหมาะสม เพื่อเชิญชวนให้ผู้รับชมได้ทราบและติดตามข่าวสารในสื่อออนไลน์ของ สพพ. โดยต้องได้รับการเห็นชอบจาก สพพ. ก่อนที่จะเผยแพร่

๖.๒.๔ ออกแบบนำเสนอภาพและเสียงต้องมีความน่าสนใจ ใช้เทคนิคขั้นสูง ใช้กราฟฟิกประกอบ Infographic เข้าใจง่าย สวยงาม ทันสมัยในระบบดิจิทัล ความละเอียดตั้งแต่ ๑,๐๘๐p ขึ้นไป

๖.๒.๕ นำเสนอผลประโยชน์ที่ได้รับจากการให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเดินทางไปบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ภายในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีการถ่ายทำด้วยอากาศยานไร้คนขับ (Drone)

๖.๓ รูปแบบการเผยแพร่

ดำเนินการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Line หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องของ Influencer จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทางต่อตอน และต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและช่องทางสื่อออนไลน์ที่ สพพ. มีอยู่ โดยจะต้องมีผู้ติดตามรวมไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ คน และดำเนินการประเมินผลการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียต่อ สพพ.

๗. เงื่อนไขการดำเนินงาน

๗.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำแผนการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖ คือ (๑) แผนการผลิตและเผยแพร่ (๒) การประเมินผล และ (๓) ค่าโครงสร้างที่จะดำเนินการผลิต และรูปแบบในการนำเสนอ ส่งให้ สพพ. พิจารณาเห็นชอบภายใน ๑๔ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

/๗.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอ...

๗.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบการจัดการข้อมูลที่ใช้ในการผลิต รับผิดชอบต่อการผลิต บทบัญญัติแห่งกฎหมาย หรือสิทธิใดๆ ในสิทธิบัตร หรือลิขสิทธิ์ของบุคคลที่ ๓ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอนำมาใช้ในการดำเนินงานผลิต ในการนี้ หากมีการเชิญวิทยากร หรือบุคคลให้ข้อมูลประกอบ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องประสาน และรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด และ สพพ. ขอสงวนสิทธิ์ ห้ามมิให้มีการเปลี่ยนแปลงภายหลังจากที่ สพพ. ให้ความเห็นชอบแล้ว กรณีที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ต้องมีเหตุผลและความจำเป็นประกอบ และต้องเป็นข้อเสนอที่ดีกว่าของเดิม พร้อมทั้งไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม รวมถึงไม่ทำให้เสียประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐ และต้องได้รับความเห็นชอบจาก สพพ. ก่อนดำเนินงาน

๗.๓ กรณีที่ข้อมูลเนื้อหา/ภาพประกอบ/บทบรรยาย Script ที่ดำเนินการผลิต มีเหตุการณ์ที่จำเป็นเร่งด่วนหรือจำเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ สพพ. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะขอให้ปรับปรุงเนื้อหาที่ผลิตไปแล้ว หรือขอให้ทำการผลิตใหม่

๗.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด ทุกกรณี ตามขอบเขตการดำเนินงานตามการว่าจ้างนี้ ยกเว้นค่าใช้จ่ายของบุคลากรของ สพพ. หรือคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ในกรณีที่มีการเดินทางลงพื้นที่และติดตามงาน

๗.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงโลโก้สัญลักษณ์ของ สพพ. หรือกระทรวงการคลัง และระบุข้อความว่าเป็นผู้อำนวยการผลิตรายการดังกล่าว ตามที่ สพพ. ให้ความเห็นชอบ

๗.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอจัดส่งไฟล์งานแต่ละตอนเป็น Link URL ที่สามารถดาวน์โหลดได้ให้ สพพ. ทันทีที่มีการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๘. การส่งมอบงานและเงื่อนไขการเบิกค่าจ้าง

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งมอบงานประกอบการเบิกจ่าย ๓ งวด นับถัดจากวันลงนามในสัญญา คือ

งวดที่ ๑ ร้อยละ ๒๐ ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดส่งแผนการผลิตและเผยแพร่ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖ โดยเป็นไปตามเงื่อนไขการดำเนินงานข้อ ๗.๑ โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม และ Soft File จำนวน ๒ ชุด

งวดที่ ๒ ร้อยละ ๓๐ ภายในระยะเวลา ๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอผลิตและเผยแพร่ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๖ - ๗ ค่าโครงสร้าง เนื้อหา ภาพประกอบ การตัดต่อ พร้อมหลักฐานการเผยแพร่ โดยที่ สพพ. พิจารณาให้ความเห็นชอบเป็นที่เรียบร้อย

งวดที่ ๓ ร้อยละ ๕๐ ภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยรายงานสรุปผลการผลิตและเผยแพร่ ฉบับสมบูรณ์ (Master) รายงานการประเมินผล/ค่าสถิติการเผยแพร่ทุกช่องทาง ข้อเสนอแนะ โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม และ Soft File จำนวน ๒ ชุด และส่งผลงานต้นฉบับไฟล์งานทั้งหมด บรรจุใน External Hard disk ไม่ต่ำกว่า ๒ TB จำนวน ๒ ชุด

/๘. การจัดทำ...

๙. การจัดทำข้อเสนอทางเทคนิค

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอทางเทคนิค ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงาน (TOR: Terms of Reference) และจัดทำเป็นเอกสาร PDF File ดังนี้

๙.๑ ข้อเสนอการดำเนินงาน ประกอบด้วย แผนการผลิตและเผยแพร่ตามขอบเขตการดำเนินงานในแต่ละเรื่อง การประเมินผล ช่องทางการเผยแพร่สื่อออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย โดยมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้ดำเนินรายการ ผู้เขียนบท ทีมงานผลิต และเอกสารรายละเอียดอื่นๆ ที่แสดงหลักฐานที่เป็นที่ยอมรับ ชัดเจน และ สพพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

๙.๒ ตัวอย่างโครงสร้างบท จำนวน ๒ ตอน มีประเด็นเกี่ยวกับขอบเขตการจ้างงาน และตัวอย่างการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ที่แสดงให้เห็นรูปแบบเทคนิคการถ่ายทำ แสง สี เสียง เนื้อหา ภาษา วิธีการนำเสนอ และการดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการ Influencer ตามที่เสนองานจริง โดยยื่นผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๙.๓ ประวัติส่วนบุคคลและผลงานที่ผ่านมาของผู้ดำเนินรายการ หรือ Influencer ในการนำเสนอ พร้อมหลักฐานยืนยันการเข้าร่วมงาน

๙.๔ ประวัติพร้อมด้วยตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ที่ผ่านมาของผู้เสนอขอรับดำเนินการ

๙.๕ ประวัติส่วนบุคคลและผลงานที่ผ่านมาของทีมงาน พร้อมหลักฐานการยืนยันการเข้าร่วมงาน เป็นลายลักษณ์อักษรของทีมงานทั้งหมด

๑๐. หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

๑๐.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สพพ. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์เทคนิคและราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๐.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สพพ. จะพิจารณาหลักเกณฑ์เทคนิคและราคาประกอบเกณฑ์อื่น ซึ่งในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สพพ. จะพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๑. ข้อเสนอด้านราคา เท่ากับร้อยละ ๒๐

๒. ข้อเสนอด้านเทคนิค เท่ากับร้อยละ ๘๐ โดยพิจารณาด้านความคิดหลักและการออกแบบ การเสนอรายละเอียดของแผนปฏิบัติการและกิจกรรม ถูกต้องตามขอบเขตการดำเนินงานตามรายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคที่แนบ

ทั้งนี้ สพพ. จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นลำดับแรก โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ จึงจะถือว่าผ่านการประเมินข้อเสนอด้านเทคนิคและมีสิทธิ์ได้รับการพิจารณาต่อไป

/รายละเอียด...

รายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

ข้อพิจารณา	คะแนน	ผลที่ได้
<p>๑. แผนการผลิตและเผยแพร่ และรูปแบบในการนำเสนอรายการ รายละเอียดตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๖</p> <p>๑.๑ แผนการผลิตและเผยแพร่ (๑๐ คะแนน) ได้แก่ แผนผลิตและเผยแพร่ ตามข้อ ๖.๑ รูปแบบการผลิต ตามข้อ ๖.๒ และรูปแบบการเผยแพร่ ตามข้อ ๖.๓</p> <ul style="list-style-type: none">- คะแนน 10 : เสนอแผนงานครบ 3 ข้อ และอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (สามารถดำเนินการได้จริง และเสร็จภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564)- คะแนน 5 : เสนอแผนงานครบ 3 ข้อ ตามที่กำหนดใน TOR และอยู่ในเกณฑ์ดี สามารถดำเนินการได้จริง- คะแนน 1 : เสนอแผนงานครบ 3 ข้อ ตามที่กำหนดใน TOR และอยู่ในเกณฑ์พอใช้ <p>๑.๒ การถ่ายทอดเรื่องราว (๑๐ คะแนน)</p> <ul style="list-style-type: none">- คะแนน ๑๐ : มีเนื้อหาสร้างความเข้าใจกับประโยชน์ในการให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นการเผยแพร่ผลงานของ สพพ. และมีความน่าสนใจในการถ่ายทอดเรื่องราว- คะแนน ๕ : มีเนื้อหาสร้างความเข้าใจกับประโยชน์ในการให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นการเผยแพร่ผลงานของ สพพ.- คะแนน ๐ : เสนอเนื้อหาไม่ตรงกับโจทย์ที่ สพพ. ต้องการ <p>๑.๓ จำนวนช่องทางการเผยแพร่วีดิทัศน์ในสื่อออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (๑๐ คะแนน) ได้แก่ YouTube, Facebook, webpage of Influencer, Instagram, Twitter, Line, Flickr, Google, TV Online และเว็บไซต์ เช่น สื่อมวลชน การท่องเที่ยว ฯลฯ</p> <ul style="list-style-type: none">- คะแนน ๑๐ : จำนวนช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ช่องทาง- คะแนน ๕ : จำนวนช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อ ๕ - ๙ ช่องทาง- คะแนน ๑ : จำนวนช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อ ๑ - ๔ ช่องทาง <p>๑.๔ รูปแบบการประเมินผลความสำเร็จของการเผยแพร่วีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือคลิป Content (๕ คะแนน)</p> <ul style="list-style-type: none">- คะแนน ๕ : มีการกำหนดระยะเวลาและเทคนิคที่ใช้ในการประเมินความสำเร็จ อย่างชัดเจนและเหมาะสม- คะแนน ๓ : มีการกำหนดระยะเวลาและเทคนิคที่ใช้ในการประเมินความสำเร็จ- คะแนน ๐ : กรณีไม่เสนอกำหนดระยะเวลาและเทคนิคที่ใช้ในการประเมิน ความสำเร็จ	๓๕	

/๒. ตัวอย่าง...

ข้อพิจารณา	คะแนน	ผลที่ได้
<p>๒. ตัวอย่างการนำเสนอ</p> <p>๒.๑ โครงสร้างบท จำนวน ๒ ตอน มีประเด็นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ข้อ ๒.๒ - ๒.๔ ตามขอบเขตการดำเนินงาน TOR (๑๕ คะแนน)</p> <ul style="list-style-type: none"> - คะแนน ๑๕ : เสนอโครงสร้างบท จำนวน ๒ ตอน โดยใช้แนวคิดการผสมผสานเทคโนโลยี เพื่อการเผยแพร่เรื่องราวที่เกิดขึ้นในเส้นทางโครงการของ สฟพ. - คะแนน ๑๐ : เสนอโครงสร้างบท จำนวน ๒ ตอน - คะแนน ๐ : กรณีเสนอโครงสร้างบทไม่ครบ <p>๒.๒ ผลงานตัวอย่างการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ที่แสดงให้เห็นรูปแบบเทคนิคการถ่ายทำ วิธีการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ Influencer ตามที่เสนองานจริง โดยเป็นไปขอบเขตการดำเนินงาน TOR ข้อ ๔.๔ (๕ คะแนน)</p> <ul style="list-style-type: none"> - คะแนน ๕ : เสนอตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า ๓ ผลงาน โดยมี ๑ ผลงานที่ได้รับรางวัล - คะแนน ๓ : เสนอตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า ๓ ผลงาน - คะแนน ๑ : เสนอตัวอย่าง น้อยกว่า ๓ ผลงาน 	๒๐	
<p>๓. ผู้ดำเนินรายการ</p> <p>๓.๑ ประวัติส่วนบุคคลและผลงานที่ผ่านมา พร้อมหลักฐานยืนยันการเข้าร่วมงาน เป็นลายลักษณ์อักษร (๕ คะแนน)</p> <ul style="list-style-type: none"> - คะแนน ๕ : เสนอประวัติส่วนบุคคลและผลงาน พร้อมหลักฐานยืนยันการเข้าร่วมงานของผู้ดำเนินรายการ (เป็นลายลักษณ์อักษร) - คะแนน ๒ : เสนอประวัติส่วนบุคคลและผลงาน แต่ไม่มีหลักฐานยืนยันการเข้าร่วมงานของผู้ดำเนินรายการ (เป็นลายลักษณ์อักษร) - คะแนน ๑ : กรณีเสนอแต่ไม่ครบองค์ประกอบ <p>๓.๒ ยอดผู้ติดตาม Facebook และช่องทาง YouTube ตามขอบเขตการดำเนินงาน TOR ข้อ ๖.๒.๑ (๑๕ คะแนน)</p> <p><u>ระดับคะแนน ๓.๒ (๑) จำนวนยอดผู้ติดตาม Facebook</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - คะแนน ๗.๕ : ยอดผู้ติดตาม Facebook มากกว่า ๑.๒ ล้านคน - คะแนน ๕ : ยอดผู้ติดตาม Facebook มากกว่า ๑ - ๑.๒ ล้านคน - คะแนน ๒.๕ : ยอดผู้ติดตาม Facebook จำนวน ๑ ล้านคน - คะแนน ๐ : ยอดผู้ติดตาม Facebook น้อยกว่า ๑ ล้านคน <p><u>ระดับคะแนน ๓.๒ (๒) จำนวนยอดผู้ติดตาม YouTube</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - คะแนน ๗.๕ : ยอดผู้ติดตาม YouTube มากกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน - คะแนน ๕ : ยอดผู้ติดตาม YouTube มากกว่า ๔๐๐,๐๐๐ - ๕๐๐,๐๐๐ คน - คะแนน ๒.๕ : ยอดผู้ติดตาม YouTube จำนวน ๔๐๐,๐๐๐ คน - คะแนน ๐ : ยอดผู้ติดตาม YouTube น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ คน 	๒๐	

/๔. ประวัติ...

ข้อพิจารณา	คะแนน	ผลที่ได้
๔. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ ๔.๑ ประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ของผู้ยื่นข้อเสนอ (๑๐ คะแนน) - คะแนน ๑๐ : เสนอประวัติและผลงานที่เกี่ยวข้อง - คะแนน ๐ : กรณีเสนอไม่ครบ ๔.๒ ประวัติส่วนบุคคลและผลงานที่ผ่านมาของทีมงาน พร้อมหลักฐานการยืนยัน การเข้าร่วมงานเป็นลายลักษณ์อักษรของทีมงาน (๑๐ คะแนน) - คะแนน ๑๐ : มีประวัติบุคคล ผลงาน หลักฐานการยืนยันร่วมงาน - คะแนน ๐ : กรณีเสนอไม่ครบ ๔.๓ นำเสนอรายชื่อสถานที่ พื้นที่ถ่ายทำ พร้อมหลักฐานยินยอมให้ถ่ายทำเป็น ลายลักษณ์อักษร (๕ คะแนน) - คะแนน ๕ : เสนอสถานที่ พื้นที่ถ่ายทำ หลักฐานยินยอมให้ถ่ายทำ - คะแนน ๒ : กรณีเสนอไม่ครบ	๒๕	
รวม	๑๐๐	

๑๑. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ ๑,๐๐๐,๐๐๐ (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๑๒. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักส่งเสริมประสิทธิภาพและสื่อสารองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์
สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (องค์การมหาชน) (สพพ.)
เลขที่ ๑๒๓ อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น ๑๔ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐ โทรศัพท์หมายเลข ๐๒ ๖๑๗ ๗๖๗๖ ต่อ ๕๐๘ ติดต่อนางสาววัชรีย์ คำพูล
อีเมลล์: watchacreek@neda.or.th เว็บไซต์ www.neda.or.th

๑๓. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านเทคนิคและราคา/ หลักฐานและเอกสารข้อเสนอ

ดำเนินงานตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และ
ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๑๔. เงื่อนไขการปรับ

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอ
จะต้องเสียค่าปรับให้อัตราร้อยละ ๐.๐๒ ต่อวันของมูลค่าตามสัญญา แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท
จนกว่าจะดำเนินการส่งมอบแล้วเสร็จ โดยเศษของวันจะถือเป็นหนึ่งวันเต็ม

/๑๕. ขอสงวนสิทธิ์...

๑๕. ขอสงวนสิทธิ์

๑๕.๑ สพพ. ขอสงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาราคาของผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขข้อกำหนดการว่าจ้างที่ สพพ. กำหนด หรืออาจจะยกเลิกการจัดจ้างดังกล่าว โดยไม่พิจารณาว่าจ้างเลยก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของหน่วยงานเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของ สพพ. เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องสิทธิ์ใดๆ หรือฟ้องร้อง สพพ. มิได้

๑๕.๒ ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่นๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใดๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย หากปรากฏในการผลิตวีดิทัศน์ สารคดีเชิงท่องเที่ยว หรือ คลิป Content ที่ผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการผลิตให้แก่ สพพ. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนนำมาใช้ สพพ. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณี หากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น

๑๕.๓ หลังส่งมอบงานภายใน ๖ เดือน หากมีความชำรุดเสียหายหรือสูญหายในส่วนของ Soft File ต้นฉบับ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งมอบให้ใหม่ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๕.๔ ผลการดำเนินงานที่จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๖ และการส่งมอบงานในข้อ ๘ ให้ถือทั้งหมดเป็นลิขสิทธิ์ของ สพพ. การจะนำชิ้นงานบางส่วนหรือทั้งหมดไปทำซ้ำด้วยตนเอง หรือให้ผู้อื่นดำเนินการไม่สามารถกระทำได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรจาก สพพ.