รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้าง (Term of Reference: TOR)
โครงการเฝ้าระวังและบริหารประเด็นในสื่อสังคมออนไลน์และสื่อออนไลน์

****

๑. หลักการและเหตุผล

ในยุคของสังคมข้อมูลข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้รูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันเปลี่ยนผ่านจากระบบดั้งเดิมไปสู่รูปแบบ "เครือข่ายสังคม" (Social Network) ซึ่งมีลักษณะเด่นในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว สื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่มีศักยภาพสูงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนสร้างปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนและผู้เสียภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากนำมาใช้อย่างเหมาะสม จะสามารถส่งเสริมบทบาทของกรมสรรพสามิตให้มีความทันสมัย โปร่งใส และเข้าถึงประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

สื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงประชาชนสูง โดยสามารถเข้าถึงอย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง ไม่มีข้อจำกัดเรื่องของระยะทาง เวลา และงบประมาณ หากกรมสรรพสามิตนำสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ มาใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสม จะเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้กรมสรรพสามิตมีช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง นอกจากนี้ ยังสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมสรรพสามิตให้เป็นองค์กรที่มีความทันสมัย โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง บทบาทของกรมสรรพสามิตในฐานะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภารกิจด้านการจัดเก็บภาษี จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสื่อสารกับประชาชนและผู้มีหน้าที่เสียภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และทันสมัย การใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นกลไกที่สำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน รวมถึงการเฝ้าระวังประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งอาจมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน

ด้วยเหตุนี้ กรมสรรพสามิตจึงได้จัดจ้างบริษัทฯ เพื่อจัดทำ "โครงการเฝ้าระวังและบริหารประเด็นในสื่อสังคมออนไลน์และสื่อออนไลน์" เพื่อเฝ้าระวัง ตรวจสอบ ติดตามและวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายจากสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ในการสื่อสารกับประชาชน ตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง ชัดเจน และทันเหตุการณ์ นอกจากนี้ ยังช่วยให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติจากการสื่อสารเพื่อนำไปใช้ปรับปรุงแผนการดำเนินงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการประเมินและพัฒนาเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิตอีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเฝ้าระวัง ตรวจสอบ ติดตามและวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายจากสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบ

๒.๒ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกรมสรรพสามิตให้เข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและตรงกลุ่มเป้าหมาย

๒.๓ เพื่อใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพสามิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมสรรพสามิต ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ที่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

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

๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ

๔.๑ ตรวจติดตามข้อมูลข่าวสารกรมสรรพสามิต (Social Monitoring)

(๑) ติดตามมอนิเตอร์ข้อมูล ข่าวสารกระทู้ การแสดงความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกรมสรรพสามิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ติดตามมอนิเตอร์สื่อ (Newscenter) การรายงานข่าวของสื่อมวลชนได้แบบเรียลไทม์จากสื่อสังคมออนไลน์และสื่อออนไลน์ รวมถึงสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้อย่างน้อย ๑๐ ปี

- ติดตามรับฟังความคิดเห็นของประชาชน จัดเก็บคำสนทนาการแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับกรมสรรพสามิต และข้อมูลที่กล่าวถึงกรมสรรพสามิตบนสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยใช้คีย์เวิร์ดที่แตกต่างกันได้ในแต่ละแพลตฟอร์ม และไม่จำกัดจำนวนคีย์เวิร์ดที่ใช้ในการเก็บข้อมูล รวมถึงครอบคลุมข้อมูลทั้งโพสต์ ความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาของประชาชน (Engagement) โดยจัดทำเป็นรายงานประจำวันการตรวจติดตามข้อมูลข่าวสารกรมสรรพสามิต (Daily Report)

๔.๒ เฝ้าระวัง ตรวจสอบ และติดตามประเด็นอ่อนไหวที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต (Online Crisis Management)

(๑) เฝ้าระวังและตรวจจับประเด็นอ่อนไหวที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องภายในกรมสรรพสามิตทั้งหมด โดยกำหนดจำนวนคีย์เวิร์ดในการเฝ้าระวังเบื้องต้น จำนวน ๓ คีย์เวิร์ด ได้แก่ กรมสรรพสามิต ชื่อผู้บริหาร (อธิบดีกรมสรรพสามิต) และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกรมสรรพสามิตและกระทรวงการคลัง

(๒) เฝ้าระวังและตรวจจับกระแสความเคลื่อนไหวจากสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อออนไลน์ ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการและวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทั้งนี้ หากพบประเด็นอ่อนไหวที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องภายในกรมสรรพสามิตทั้งหมดต้องแจ้งเตือนให้กรมสรรพสามิตทราบทันทีที่ตรวจพบผ่านช่องทางที่กรมสรรพสามิตกำหนด

(๓) หากมีประเด็นอ่อนไหวที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมสรรพสามิต รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องภายในกรมสรรพสามิตทั้งหมดในวงกว้าง เกิดการกระจายตัวของสื่อหลากหลายช่องทาง ต้องจัดทำรายงานวิเคราะห์เชิงลึก (Crisis Report) พร้อมให้คำแนะนำ

(๔) ดำเนินการชี้แจงข้อเท็จจริงและให้ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านช่องทางที่พบข้อมูลข่าวสารตามสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อช่วยลดทอนกระแสสังคม หรือช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตลอดระยะเวลาของสัญญา (ถ้ามี)

๔.๓ จัดประชุมร่วมกับกรมสรรพสามิตอย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง ตลอดระยะเวลาของโครงการฯ เพื่อนำเสนอแผนงานและแนวทางในการแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งจัดทำสรุปรายงานการประชุม โดยการประชุมนั้นสามารถทำได้ทั้งการพบหรือการประชุมผ่านทางโทรศัพท์หรือการประชุมผ่านทางระบบออนไลน์

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๔ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ภายในระยะเวลาของสัญญาจ้าง โดยจัดทำเอกสาร และ/หรือรายงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๑ ชุด และบรรจุไฟล์ข้อมูลลงในอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลและมีความจุตามความเหมาะสม ตามรายการดังต่อไปนี้

๖.๑ รายงานประจำวันการตรวจติดตามข้อมูลข่าวสารกรมสรรพสามิต (Daily Report) ตามข้อ ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๔.๑

๖.๒ รายงานการวิเคราะห์ข่าวเชิงลึก (Crisis Report) ตามข้อ ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๔.๒

๖.๓ รายงานสรุปการประชุมร่วมกับกรมสรรพสามิต อย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง ตลอดระยะเวลาของสัญญาจ้าง เพื่อนำเสนอแผนงานและแนวทางในการแก้ไขปัญหา ตามข้อ ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๔.๓

๗. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างการดำเนินการที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว โดยแบ่งเป็น ๒ งวด ดังนี้

๗.๑ งวดที่ ๑ ภายใน ๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนร้อยละ ๕๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่กรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตามข้อ ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๔.๑ - ๔.๓ (เดือนที่ ๑ – ๒)

๗.๒ งวดสุดท้าย ภายใน ๔ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา จำนวนร้อยละ ๕๐ ของเงินค่าจ้างทั้งหมด หลังจากที่กรมสรรพสามิตได้ตรวจรับงานที่ได้ส่งมอบงานตามข้อ ๔. ขอบเขตและวิธีการดำเนินการ ข้อ ๔.๑ - ๔.๓ (เดือนที่ ๓ – ๔)

๘. กำหนดยืนราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยืนราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน นับแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยืนราคาผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามิได้

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) การตรวจติดตามข้อมูลข่าวสาร - ความสามารถในการติดตามข่าวสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์	๑๕
๒) การรับฟังความคิดเห็นประชาชนบนสื่อสังคมออนไลน์ - ความสามารถในการเก็บข้อมูลโพสต์ ความคิดเห็น และ Engagement จากแพลตฟอร์มต่าง ๆ	๑๐
๓) การจัดทำรายงานประจำวันการตรวจติดตามข้อมูลข่าวสารกรมสรรพสามิต (Daily Report) - การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปประเด็นสำคัญ และแนวโน้มกระแสสังคม	๒๐
๔) การแจ้งเตือนเหตุการณ์ประเด็นอ่อนไหว - รูปแบบในการแจ้งเตือนประเด็นอ่อนไหวให้กรมสรรพสามิตทราบ	๑๐
๕) การวิเคราะห์สถานการณ์และจัดทำรายงานวิเคราะห์ข่าวเชิงลึก (Crisis Report) - วิเคราะห์ข่าวเชิงลึกเมื่อเกิดกระแสข่าวในวงกว้าง พร้อมข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข พร้อมยกตัวอย่างให้เห็นเป็นรูปธรรม	๓๐
๖) ประสบการณ์และบุคลากรที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามโครงการ - มีการนำเสนอโครงสร้าง รายชื่อ และหน้าที่ของทีมงาน	๑๐
๗) ข้อเสนอพิเศษที่เป็นประโยชน์	๕
รวมคะแนนด้านคุณภาพทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน	

๙.๒ ด้านราคา กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐

ผู้ยื่นเสนอราคาต่ำสุดจะได้รับคะแนนเต็มและผู้ยื่นเสนอราคาต่ำเป็นอันดับถัดไปจะได้คะแนนลดหลั่นกันไป

รายละเอียด	คะแนน
๒. ด้านราคา น้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐	๑๐๐
รวมคะแนนด้านราคาทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน	

๑๐. ขอสงวนสิทธิ์

๑๐.๑ กรมสรรพสามิตขอสงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาราคาของผู้เสนอราคาที่ไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาด้านเทคนิค หรือยื่นเอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขข้อกำหนดว่าจ้างที่กรมสรรพสามิตกำหนด หรืออาจยกเลิกการจ้างงานดังกล่าว โดยไม่พิจารณาว่าจ้างเลยก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และการตัดสินของกรมสรรพสามิตถือเป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะฟ้องร้องมิได้

๑๐.๒ กรมสรรพสามิตทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาราคาต่ำสุดเสมอไป ทั้งนี้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

๑๑. วงเงินในการจัดหา

เงินค่าใช้จ่ายเก็บภาษีท้องถิ่นประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

๑๒. งบประมาณ

๖๖๖,๖๖๔.- บาท (หกแสนหกหมื่นหกพันหกร้อยหกสิบสี่บาทถ้วน)

๑๓. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานเลขานุการกรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์
โทร. ๐๒-๒๔๑-๕๖๐๐ ต่อ ๕๕๒๓๐๑
E-mail: jarunee_s@excise.go.th

****