

ขอบเขตของงาน (Term of Reference: TOR)

จ้างเหมาบริการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบข่าว/สัมภาษณ์ ผ่านรายการวิทยุ

๑. ความเป็นมา

ตามที่ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรที่มีภารกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนงานพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน ขบวนการองค์กรชุมชน ให้สามารถพึ่งพาตัวเองได้ และก่อให้เกิดผลงานที่ดำเนินการโดยขบวนการองค์กรชุมชนเป็นแกนหลักอย่างหลากหลาย ภายใต้ความร่วมมือของท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีผลงานเป็นรูปธรรมต่าง ๆ เช่น การพัฒนาที่อยู่อาศัยตามโครงการบ้านมั่นคงเมืองและชนบท บ้านพอเพียง การพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลองลาดพร้าวและคลองเปรมประชากร กลุ่มคนไร้บ้าน การส่งเสริมสวัสดิการชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและทุนชุมชน สภาองค์กรชุมชนตำบล การฟื้นฟูชุมชนประสบภัยพิบัติ ตลอดจนการร่วมมือกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ และมีการวางแผนการสื่อสารสาธารณะประเด็นงานสำคัญขององค์กรและขบวนการชุมชน ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรชุมชน ข้าราชการ นักศึกษา ภาคธุรกิจ ประชาชนทั่วไป อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร สร้างความเข้าใจ และเป็นการถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์งานพัฒนา และพื้นที่รูปธรรมทั่วประเทศผ่านภารกิจต่าง ๆ ของสถาบัน นั้น

เพื่อเผยแพร่งานดังกล่าว สำนักพัฒนาองค์ความรู้และสื่อสารองค์กร จึงเห็นความสำคัญในการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสถานีวิทยุ ซึ่งได้วางแผนงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุ โดยการจ้างเหมาบริการผลิตสื่อพร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและภารกิจของสถาบัน ชุมชน ขบวนการองค์กรชุมชน และภาคีเครือข่าย ในรูปแบบข่าว/สัมภาษณ์ ผ่านรายการวิทยุ โดยสามารถรับฟังผ่านช่องทางคลื่นวิทยุFM และระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นการสื่อสารสู่สาธารณะอย่างครอบคลุม ทั้งนี้สามารถรับฟังรายการสดได้ทั่วประเทศผ่านช่องทางระบบออนไลน์ เช่น Facebook Application website และสามารถรับฟังรายการย้อนหลังได้

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจ โครงการ แผนงานต่าง ๆ และการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของสถาบันที่มีต่อองค์กรชุมชน เครือข่ายองค์กรชุมชน ตลอดจนสมาชิกในชุมชน ต่อสาธารณะ

๒.๒ เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อถือ เชื่อมั่น ในการดำเนินงานของสถาบัน มีทัศนคติในเชิงบวก โดยการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ ทำให้ประชาชนให้ความร่วมมือ สนับสนุน

๒.๓ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันที่มีบทบาทต่องานพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศให้เกิดความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้

๒.๔ เพื่อเป็นเครื่องมือที่สร้างการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ที่มีความสะดวก รวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย สามารถรับฟังผ่านอินเทอร์เน็ตหรือผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือได้ทั่วประเทศ

๒.๕ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจจากการรับฟังรูปธรรมงานพัฒนาให้ชุมชนต่าง ๆ เกิดความเข้มแข็ง ดำเนินการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

๒.๖ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันด้านการทำงานที่ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

๓. คุณสมบัติผู้มีสิทธิเสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพขาย/รับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สถาบัน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๔. กลุ่มเป้าหมาย

- ๔.๑ ผู้นำชุมชน
- ๔.๒ เครือข่ายองค์กรชุมชน
- ๔.๓ นักพัฒนา
- ๔.๔ หน่วยงานภาครัฐ/ข้าราชการ
- ๔.๕ สถาบันการศึกษา/นักศึกษา/นักวิชาการ
- ๔.๖ ประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจงานพัฒนาชุมชน

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

- ๕.๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำและวางแผนการสื่อสารผ่านสถานีวิทยุ คลื่น FM โดยสามารถรับฟังผ่านช่องทางคลื่นวิทยุและระบบออนไลน์
- ๕.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ภารกิจของสถาบัน ในรูปแบบข่าวสั้น และในรูปแบบสัมภาษณ์ผ่านรายการวิทยุ โดยสัมภาษณ์สดผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางโทรศัพท์ เช่น ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม องค์กร สมาชิก ผู้นำเครือข่าย ขบวนการองค์กรชุมชน หน่วยงานภาคี ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่สถาบัน ในประเด็นงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน เช่น การพัฒนาที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย ทั้งในเมืองและชนบท การส่งเสริมสวัสดิการชุมชน สภาองค์กรชุมชน เศรษฐกิจและทุนชุมชน การอนุรักษ์และดูแลสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิต ฯลฯ
- ๕.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่สปอต (Spot) ประชาสัมพันธ์สถาบัน ก่อนออกอากาศทางรายการวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑ สปอต โดยสถาบันจะเป็นผู้จัดส่งข้อมูล เนื้อหาในการจัดทำสปอตให้แก่ผู้รับจ้าง
- ๕.๔ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อความพร้อมดนตรีประกอบ หรือจิงเกิ้ล (Jingle) ประชาสัมพันธ์สถาบัน ความยาวไม่น้อยกว่า ๗ วินาที จำนวน ๑ ชุด เพื่อใช้สำหรับออกอากาศก่อนและหลังการนำเสนอข่าวสั้นและสัมภาษณ์

๕.๕ FM (คลื่นความถี่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย) และระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นการสื่อสารสู่สาธารณะอย่างครอบคลุม

๕.๖ สถาบันจะเป็นผู้เสนอข้อมูลข่าว ประเด็นการสัมภาษณ์ ผู้ที่จะให้สัมภาษณ์ ข้อมูลและเนื้อหาเบื้องต้นเกี่ยวกับประเด็นการสัมภาษณ์ให้แก่ผู้รับจ้าง เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ ออกอากาศทางรายการวิทยุ

๕.๗ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ออกอากาศ นับถัดจากวันลงนามในสัญญาเป็นต้นไป และส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายใน กันยายน ๒๕๖๘

(๑) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านรายการวิทยุ ในรูปแบบข่าวสั้น รวมจำนวนที่เผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๑๐ ครั้ง (ตลอดระยะเวลาสัญญา) ความยาวออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑ นาที/ครั้ง

(๒) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านรายการวิทยุ ในรูปแบบสัมภาษณ์ผ่านรายการวิทยุ รวมจำนวนครั้งที่เผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง (ตลอดระยะเวลาสัญญา) ความยาวออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที/ครั้ง

(๓) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่สปอต (Spot) เพื่อประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านรายการวิทยุ รวมจำนวนที่เผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๑๐ ครั้ง (ตลอดระยะเวลาสัญญา) ความยาวออกอากาศไม่ต่ำกว่า ๓๐ วินาที/ครั้ง

(๔) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อความพร้อมดนตรีประกอบ หรือจิงเกิ้ล (Jingle) ประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านรายการวิทยุ ความยาวออกอากาศไม่น้อยกว่า ๗ วินาที/ครั้ง โดยออกอากาศก่อนและหลังการนำเสนอข่าวสั้นและสัมภาษณ์ทุกครั้ง

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๘

๗. เงื่อนไขในการดำเนินงาน

๗.๑ ตลอดระยะเวลาขั้นตอนการดำเนินงาน ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนตามที่ระบุในสัญญา

๗.๒ ในกรณีที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนเชิญประชุม ผู้รับจ้างต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมตลอดระยะเวลาของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย

๗.๓ ผู้รับจ้างที่จะต้องถือปฏิบัติตามข้อเสนอที่เสนอต่อสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนหากมีการเปลี่ยนแปลงข้อเสนอใด ๆ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนก่อนจึงจะดำเนินการได้

๘. งบประมาณ

เป็นเงิน ๘๕๐,๐๐๐ บาท (แปดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

๙. หลักเกณฑ์การพิจารณา

สถาบันจะพิจารณาโครงการโดยใช้หลักเกณฑ์เทคนิคและเกณฑ์ราคาในการคัดเลือก โดยในการพิจารณาผลการเสนอราคาครั้งนี้ สถาบันจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์เทคนิค (คุณภาพ) ประกอบเกณฑ์ราคาในการคัดเลือก ซึ่งจะพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดน้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐) ดังนี้

ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐

รายละเอียดด้านเทคนิค (Performance)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

คณะกรรมการพิจารณาเอกสารด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่มีคุณสมบัติและหลักฐานเอกสารถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กำหนดในขอบเขตของงาน (TOR ลงลายมือชื่อของผู้ที่มีอำนาจลงนามพร้อมประทับตรา (ถ้ามี) อย่างถูกต้องครบถ้วนทุกหน้า ซึ่งจะมีรายละเอียดประกอบด้วย

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน
๑. ความเข้าใจภารกิจและบทบาทหน้าที่ของสถาบันในการส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและขบวนการองค์กรชุมชนในด้านต่าง ๆ	๑๐
๒. รูปแบบการดำเนินรายการวิทยุ ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอผลงานพื้นที่รูปธรรมของชุมชนและบทบาทของสถาบันในการส่งเสริมชุมชนเข้มแข็ง เพื่อให้ผู้ฟังรายการรับรู้และเข้าใจบทบาทของสถาบันได้โดยง่าย	๓๐
๓. แผนงานการออกอากาศรายการวิทยุ จำนวนครั้ง ช่วงเวลาที่ออกอากาศ ระยะเวลาในการออกอากาศแต่ละครั้ง คลื่นความถี่	๓๐
๔. ประสบการณ์การดำเนินรายการของพิธีกรและทีมงาน (ผลงานที่ผ่านมา) ความนิยมจากผู้รับฟัง	๓๐
รวม	๑๐๐

หมายเหตุ : ผู้เสนอราคาจะต้องได้คะแนนรวมจากทุกข้อไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐ คะแนน จึงจะผ่านเกณฑ์การพิจารณาด้านเทคนิค

๑๐. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

สถาบันจะดำเนินการเบิกจ่ายเงินให้กับผู้รับจ้าง เมื่อดำเนินงานและส่งมอบงานแล้วเสร็จตามเงื่อนไขของสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับการส่งมอบงานตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว โดยการส่งมอบงานและการจ่ายเงินเป็นรายงวด จำนวน ๒ งวด ซึ่งแต่ละงวดผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามรายละเอียดดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๔๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุคลื่น FM และระบบออนไลน์ นับถัดจากวันลงนามในสัญญาถึงเดือนสิงหาคม ๒๕๖๘ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) ในรูปแบบข่าวสั้น ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

(๒) ในรูปแบบสัมภาษณ์ออกอากาศผ่านรายการวิทยุ ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

(๓) เผยแพร่สปอต (Spot) ประชาสัมพันธ์องค์กรไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

(๔) เผยแพร่ข้อความพร้อมดนตรีประกอบ หรือจิงเกิ้ล (Jingle) ประชาสัมพันธ์สถาบันออกอากาศก่อนและหลังการนำเสนอข่าวสั้นและสัมภาษณ์ทุกครั้ง

โดยส่งมอบงานงวดที่ ๑ แล้วเสร็จ ภายใน ๗ วัน นับจากวันสิ้นสุดงวดงาน ประกอบด้วย ๑) หนังสือการส่งมอบงาน ๒) หลักฐานการออกอากาศรายการวิทยุ (หนังสือยืนยันการออกอากาศจากสถานี) และ ๓) รายงานการออกอากาศและไฟล์ข้อมูลการออกอากาศบันทึกลง External Hard disk หรือ Flash drive ขนาดพื้นที่ความจุข้อมูลที่เหมาะสม จำนวน ๒ ชุด

งวดที่ ๒ ผู้ว่าจ้างจะจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๖๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุคลื่น FM และระบบออนไลน์ ภายในเดือนกันยายน ๒๕๖๘ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) ในรูปแบบข่าวสั้น ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๖๐ ครั้ง (รวมจำนวนออกอากาศครบถ้วนตามสัญญาไม่น้อยกว่า ๑๑๐ ครั้ง)

(๒) ในรูปแบบสัมภาษณ์ออกอากาศผ่านรายการวิทยุ ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง (รวมจำนวนออกอากาศครบถ้วนตามสัญญาไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง)

(๓) เผยแพร่สปอต (Spot) ประชาสัมพันธ์องค์กรไม่น้อยกว่า ๖๐ ครั้ง (รวมจำนวนออกอากาศครบถ้วนตามสัญญาไม่น้อยกว่า ๑๑๐ ครั้ง)

(๔) เผยแพร่ข้อความพร้อมดนตรีประกอบ หรือจingle (Jingle) ประชาสัมพันธ์สถาบันออกอากาศก่อนและหลังการนำเสนอข่าวสั้นและสัมภาษณ์ทุกครั้ง

โดยส่งมอบงานงวดที่ ๒ แล้วเสร็จ ภายใน ๗ วัน นับจากวันที่ดำเนินการออกอากาศครบถ้วนตามสัญญา ประกอบด้วย ๑) หนังสือการส่งมอบงาน ๒) หลักฐานการออกอากาศรายการวิทยุ (หนังสือยืนยันการออกอากาศจากสถานี) และ ๓) รายงานการออกอากาศและไฟล์ข้อมูลการออกอากาศบันทึกลง External Hard disk หรือ Flash drive ขนาดพื้นที่ความจุข้อมูลที่เหมาะสม จำนวน ๒ ชุด

๑๑. ค่าปรับ

ในกรณีที่ไม่สามารถส่งมอบงานที่แล้วเสร็จทั้งหมดตามที่กำหนดในสัญญาหรือส่งมอบแล้วแต่ไม่ถูกต้องครบถ้วน ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกต้องยินยอมให้สถาบัน ปรับเป็นรายวันในอัตราวันละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของมูลค่างานทั้งหมด (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับจากวันครบกำหนดส่งมอบงานที่กำหนดจนถึงวันที่ได้รับส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนหรือวันที่สถาบันบอกเลิกสัญญา

๑๒. สถานที่ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ นายธิปไตย ฉายบุญครอง ตำแหน่งเจ้าหน้าที่สื่อสารการพัฒนาอาวุโส สำนักพัฒนาองค์ความรู้และสื่อสารองค์กร สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) เลขที่ ๙๑๒ ถนนนวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๔๐ โทรศัพท์ ๐ ๒๓๗๘ ๘๓๐๐ ต่อ ๘๕๗๗

ลงชื่อ.....

(นายธิปไตย ฉายบุญครอง)
เจ้าหน้าที่สื่อสารการพัฒนาอาวุโส
ผู้ร่างขอบเขตของงาน