



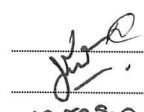
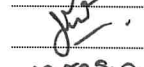
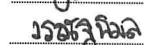
ข้อกำหนดขอบเขตของงาน (Term of Reference: TOR)
งานจัดซื้อเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ (Social Data Analytics System)
ของ สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.)

1. ความเป็นมา

ปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่จะพลิกโฉมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมโลก โดยองค์กรต่าง ๆ สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อประโยชน์ต่อการช่วยตัดสินใจให้เกิดความสะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว และเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะข้อมูลภาครัฐที่มีอยู่จำนวนมาก โดยถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบและมีโครงสร้างการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันของข้อมูลที่ชัดเจน ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ต่อไปได้ นอกเหนือจากข้อมูลภายในองค์กรภาครัฐแล้ว จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันข้อมูลจากภายนอกก็จัดได้ว่าเป็นข้อมูลที่มีผลต่อการวางแผนการดำเนินงานและช่วยในการตัดสินใจให้เกิดความถูกต้องและเหมาะสมได้อีกเช่นกัน เนื่องด้วยข้อมูลในยุคปัจจุบันถูกสร้างขึ้นได้อย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกิดจากสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการให้ความสำคัญของการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจ ก็จะช่วยทำให้สามารถสกัดความรู้และสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อประกอบการวางแผนและการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เน้นการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ การวางโครงสร้างข้อมูล การจัดสร้างข้อมูล การวิเคราะห์หาความรู้จากข้อมูล และการจัดหาเครื่องมือต่าง ๆ ที่จะนำข้อมูลมาใช้ร่วมกัน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูลภาครัฐกับข้อมูลจากภายนอกองค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการใช้ประโยชน์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ และสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการได้ รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการข้อมูลของภาครัฐที่มีอยู่อย่างมหาศาลให้ได้คุณค่าและสร้างประสิทธิภาพการทำงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดโดยการนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย ที่สามารถนำไปสู่การปรับปรุงการทำงานของภาครัฐตามแนวทางของรัฐบาลดิจิทัลได้

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิทธิ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาวรณัฐทิมา พิมพ์ทนต์)	ลงนาม			

ทั้งนี้ทาง สพร. จึงมีความจำเป็นในการจัดซื้อเครื่องมือในการบริหารจัดการข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งด้านการดึงข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ (Social Data Gathering) จากแหล่งต่าง ๆ และเครื่องมือด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ (Social Data Analytics) เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ (Statistical Analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Engagement Analysis) การวิเคราะห์ความรู้สึก (Sentiment Analysis) เพื่อประโยชน์ในการรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวที่มีใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และนำข้อมูลมาใช้บูรณาการกับข้อมูลภาครัฐให้ใช้ในการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างข้อมูลทั้งสองส่วน นอกจากนั้นแล้วยังสามารถใช้เครื่องมือในการติดตามสถานการณ์ในประเด็นที่ต้องการ การสื่อสารและบริหารจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องถึงบริการและองค์กรเพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เข้าใจปัญหา และครอบคลุมช่องทางการเผยแพร่เชิงลบซึ่งหากไม่ดำเนินการตอบโต้ข่าวสารหรือติดตามข่าวสารได้อย่างทันท่วงทีก็จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้

2. วัตถุประสงค์


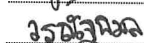

2.1 เพื่อจัดซื้อเครื่องมือที่มีความสามารถในการรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จากแหล่งต่าง ๆ โดยสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการตัดสินใจและการวางแผนนโยบายการดำเนินงานขององค์กร

2.2 เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรในการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการติดตามและการรับรู้ข่าวสารหรือกระแสสังคม ทั้งประเด็นการวิเคราะห์ตามกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลตามแผนและการเฝ้าระวัง การบริหารจัดการ ตลอดติดตามข่าวสารที่มีผลกระทบต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ขององค์กร

2.3 เพื่อจัดซื้อเครื่องมือในการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของ สพร. การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ สพร. เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ขององค์กรได้อย่างทันท่วงที

2.4 เพื่อใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มาบูรณาการกับข้อมูลภาครัฐสำหรับการวิเคราะห์ร่วมกัน และสามารถสร้างรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เอื้อประโยชน์ต่อการตัดสินใจและการปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดการ

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์ทนดี)	ลงนาม			

3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

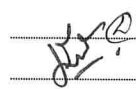
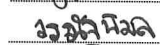
- 3.1 ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้มีอาชีพในงานตามที่ระบุไว้ในเอกสารนี้
- 3.2 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- 3.3 ผู้เสนอราคาไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น
- 3.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 3.5 ผู้เสนอราคาจะต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ระบุไว้ในเอกสารนี้ ในวงเงินไม่น้อยกว่า 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดี่ยวย้อนหลังไม่เกิน 2 ปี นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสาร ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ สพร. เชื้อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญา พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอโครงการ

4. การเสนอราคา

ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- 4.1 ผู้เสนอราคาต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารนี้
- 4.2 ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว
- 4.3 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาตามวัน-เวลา ที่กำหนด
- 4.4 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 30 วัน นับแต่วันที่ยืนยันราคาสุดท้ายโดยภายในกำหนดยื่นราคา ห้ามผู้เสนอราคาลงการเสนอราคา กรณีที่ สพร. จำเป็นต้องขอให้ผู้เสนอราคาขยายระยะเวลาการยื่นราคา ผู้เสนอราคาต้องทำการขยายกำหนดยื่นราคาให้ สพร. ตามความประสงค์
- 4.5 ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำใบเสนอราคาพร้อมแสดงรายละเอียดของราคาในแต่ละรายการตามขอบเขตการดำเนินการ ภายในวัน-เวลาที่ สพร. กำหนด ภายหลังจากการเสนอราคา
- 4.6 ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำขอบเขตการดำเนินงานเป็นตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติตามรูปแบบดังนี้

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์หนต์)	ลงนาม			

ขอบเขตการดำเนินงาน สพร. กำหนด	ขอบเขตการดำเนินงาน ที่ผู้เสนอราคา เสนอ	เปรียบเทียบขอบเขต การดำเนินงานที่ผู้เสนอ ราคาเสนอ	เอกสารอ้างอิง
ให้ระบุขอบเขตการดำเนินงานที่สำนักงานกำหนด	ให้ระบุขอบเขตการดำเนินงานที่ผู้เสนอราคาเสนอ	ให้ระบุจุดที่ดีกว่าหรือเทียบเท่า	ให้ระบุเอกสารอ้างอิง (ถ้ามี)

4.7 แผนการดำเนินงาน และสถาปัตยกรรมของระบบ

4.8 บุคลากรดำเนินงานที่เสนอในโครงการทุกตำแหน่ง โดยระบุถึงวุฒิการศึกษาหรือใบประกาศนียบัตรที่ได้รับ พร้อมประสบการณ์ทำงานและความเชี่ยวชาญ

4.9 เงื่อนไขการรับประกันและการบริการหลังการขาย

5. เกณฑ์การพิจารณาราคา

ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนด และมีเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วน จึงจะได้รับการพิจารณาในข้อต่อไปนี้

5.1 การพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอครั้งนี้ สพร. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาและหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา


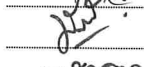
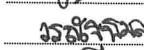
5.2 การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

(1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 ของคะแนนรวม

(2) ข้อเสนอด้านเทคนิค คุณภาพ และคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ (Performance) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 ของคะแนนรวม โดยคะแนนรวมประกอบด้วยเกณฑ์พิจารณาคือ

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน และการนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขาย	25
2) ความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนด	50

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร) ลงนาม  วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม  ครั้งที่ 2
กรรมการ (นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์ทนดี) ลงนาม 

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน
3) การแสดงถึงจำนวนช่องทาง (Channels) ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ระบบเก็บข้อมูล	25
คะแนนรวม	100

5.3 การพิจารณาผลจะพิจารณาจากราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) (5.2 (1)) คุณภาพ และคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ (Performance) (5.2 (2)) รวมกัน โดยมีหลักเกณฑ์พิจารณาผลคะแนนรวม 2 ระดับคือผ่านเกณฑ์คือช่วงคะแนนที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 80-100 และต่ำกว่าเกณฑ์คือช่วงคะแนนที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 0-79 ซึ่งพิจารณาผลผู้เสนอราคาที่มีคะแนนจากหลักเกณฑ์ราคาและหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาสูงสุดเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 คำค้นหา (Keyword) หรือเสียง (Voice) หมายถึง คำ (Word) หรือกลุ่มคำ (Phrase) ที่ใช้เป็นคำศัพท์สำหรับการดึงข้อความที่เกี่ยวข้องจากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่น ๆ

6.2 โควตาข้อความ (Message Quota) หมายถึง จำนวนข้อความที่กำหนดไว้ในแต่ละโครงการของการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ระบบกำหนดช่องทางการเก็บข้อมูลสูงสุดเท่ากับ 2 ล้านข้อความ ผู้ใช้สามารถระบุจำนวนข้อความในแต่ละช่องทางให้กับโครงการของตนภายใต้จำนวนสูงสุดหรือจำนวนคงเหลือจากการใช้ในโครงการอื่น ๆ เมื่อผู้ใช้ดึงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะสามารถลบล้าง (Clearing) การใช้งานช่องทางการเก็บข้อมูลให้เป็นช่องทางที่ว่างสำหรับการใช้ในการดึงข้อความใหม่ที่ต้องการค้นหา ซึ่งจะถือว่าผู้ใช้จะได้จำนวนข้อความกลับมาเท่ากับจำนวนข้อความที่ลบล้างไป

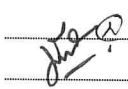
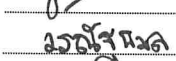
6.3 ค่าความรู้สึก (Sentiment) หมายถึง ผลการวิเคราะห์ความรู้สึกจากข้อความแต่ละข้อความ

6.4 ช่องทาง (Channel) หมายถึง ชื่อแหล่งข้อมูลหรือประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ระบบไปดึงข้อความตามคำค้นหาที่ผู้ใช้งานระบุ

6.5 ค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) หมายถึง ค่าที่เป็นตัวระบุ **ประสบการณ์** ที่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้อ่านข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์ **มีส่วนร่วม** กับประสบการณ์ที่ผู้เขียนข้อความสร้างขึ้น เช่น การอ่านบทความ การหยุดดูเนื้อหา (Content) การกดโต้ตอบ (Interaction) การแสดงความคิดเห็น (Comment)

6.6 การดึงข้อมูล (Pull Mode) หมายถึง การดึงข้อมูลจากช่องทางต่าง ๆ โดยใช้คำค้นหาเป็นคำศัพท์สำหรับการดึงข้อความที่เกี่ยวข้องจากสื่อสังคมออนไลน์

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาวรณัฐทิมา พิมพ์พันธ์)	ลงนาม			

6.7 การตรวจจับข้อมูล (Monitor Mode) หมายถึง การดึงข้อมูลจากบัญชีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการดึงข้อมูลในลักษณะนี้เป็นการให้ความสนใจกับบัญชีหรือผู้ที่มีอิทธิพลในการแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์ที่สนใจ และต้องการดึงข้อมูล ติดตามข้อมูลที่มีการปฏิสัมพันธ์ในบัญชีนั้น ๆ

6.8 Campaign Based Dashboard หมายถึง การแสดงผลหรือการสร้างหน้าแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้การรณรงค์หรือโฆษณาเป็นหลัก (Campaign Based)

6.9 Subject Based Dashboard หรือ Category Based Dashboard หมายถึง การแสดงผลหรือการสร้างหน้าแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้หัวข้อหรือหัวเรื่องที่สนใจเป็นกลุ่ม

6.10 Matrix Coding หมายถึง การประมวลผลข้อมูลที่ไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured Data) ให้อยู่ในรูปแบบการนับจำนวนข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มหรือในรูปแบบที่ผู้ใช้กำหนด เช่น จำนวนตามเพศ จำนวนตามความรู้สึก จำนวนตามช่องทาง จำนวนตามเวลา จำนวนตามสถานที่

6.11 Transaction Data หมายถึง การประมวลผลข้อมูลที่ไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured Data) ให้อยู่ในรูปแบบรายการข้อมูลดิบโดยกำหนดให้มีเขตข้อมูล (Field/Attribute) ของแต่ละข้อความ (Message)

6.12 ระบบทำความสะอาด (Cleansing) หมายถึง ระบบทำความสะอาดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา และตัดป้ายข้อมูล หรือจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา หรือจัดการข้อมูลขยะหรือข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องได้

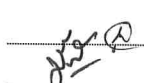
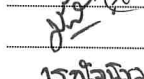
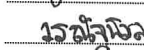
6.13 Social Media Influencer หมายถึง ผู้ที่มีอิทธิพลในการแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์ที่มีจำนวนความชื่นชอบ (Like) จำนวนการแสดงความคิดเห็น (Comment) จำนวนการแชร์เป็นจำนวนมาก สามารถเป็นแฟนเพจ (Fan Page) หรือบัญชีที่เป็นทางการ (Official Account) ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะแบ่งเป็นแพลตฟอร์ม เช่น Facebook Influencer, Instagram Influencer, Twitter Influencer

7. ขอบเขตการดำเนินงาน

7.1 ผู้ขายต้องดำเนินการวิเคราะห์ข้อกำหนดความต้องการระบบ (System Requirement) และดำเนินการพัฒนาระบบหรือตั้งค่า (Set Up) ระบบให้มีความสามารถการใช้งานตามความต้องการระบบตามทีระบุดังรายละเอียดดังนี้

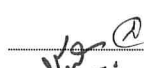
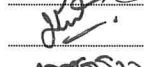
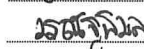
1) ระบบอยู่ในแพลตฟอร์มประมวลผลแบบคลาวด์ที่มีมาตรฐานในด้านการให้บริการ ด้านการปกป้องความลับ ด้านความถูกต้อง หรือมีความพร้อมใช้งานของระบบ AWS หรืออยู่บนแพลตฟอร์มที่ได้รับรองมาตรฐานสากล ได้แก่ ISO 9001 หรือ ISO 27001 หรือ ISO 27017 หรือ ISO 27018 หรือเทียบเท่า

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพทนต์)	ลงนาม			

- 2) ระบบสามารถรองรับการใช้งานได้อย่างน้อยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือสามารถรองรับภาษาอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน
- 3) ระบบสามารถรองรับการเก็บข้อมูลได้จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ล้านข้อความของโควตาข้อความ โดยจำนวนข้อความที่ได้จากการเก็บข้อมูลจะเก็บได้ไม่จำกัด (Unlimited) ตลอดอายุการใช้งาน โดยขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการช่องทางการเก็บข้อมูลและการทำความสะอาดข้อมูลของทาง สพร. ซึ่งทาง สพร. สามารถบริหารจัดการเองได้
- 4) ระบบสามารถสร้างโครงการได้ไม่จำกัด โดยแต่ละโครงการสามารถใช้งานภายใต้จำนวนโควตาข้อความที่มีอยู่หรือที่เหลืออยู่ได้
- 5) ระบบสามารถดึงข้อมูลที่ต้องการได้ไม่จำกัดจำนวนของ คำค้นหาและไม่จำกัดลำดับชั้นของการค้นหา และผู้ใช้งานสามารถเพิ่มหรือลดคำค้นหาได้โดยไม่มีข้อจำกัดการใช้งาน
- 6) ระบบสามารถสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้อย่างน้อย 12 เดือนนับจากวันปัจจุบันที่ทำการดึงข้อมูลหรือย้อนหลังได้ถึงวันที่ติดตั้งระบบ
- 7) ระบบสามารถใช้คำค้นหาในการดึงข้อมูล (Pull Mode) จากช่องทางต่าง ๆ โดยช่องทางที่สามารถค้นหาได้ต้องมีอย่างน้อยจาก Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Forum (Pantip), Blog, News Channel และ Website
- 8) ระบบสามารถตรวจจับข้อมูล (Monitor Mode) จากช่องทางที่กำหนดได้อย่างน้อยจาก Facebook Page, Twitter Account, Instagram Account, Pantip Account และ Youtube Channel
- 9) ระบบสามารถกำหนดข้อมูลหรือช่องทางที่ไม่ต้องการให้เข้าระบบได้ (Exclude) อย่างน้อยจาก Keyword, Twitter Account, Instagram Account และ Youtube Account
- 10) ระบบสามารถแสดงผลเชิงค่าสถิติ (Statistic) และเชิงค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement : Reaction, Comment, Share) โดยสามารถแบ่งแยกแต่ละช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อยจาก Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube
- 11) ระบบสามารถบอกค่าสถิติต่าง ๆ เช่น จำนวนข้อความภาพรวม จำนวนค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) จำนวนบัญชีผู้ใช้งานที่พูดถึงเรื่องที่ระบบค้นหา

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์ทนดี)	ลงนาม			

12) ระบบสามารถแสดงจำนวนผู้ติดตาม หรือมีช่องให้เรียกดูจำนวนผู้ติดตามของแต่ละบัญชีบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อยจาก Facebook Page, Twitter Account, Instagram Account และ Youtube Account

13) ระบบมีระบบแดชบอร์ด (Dashboard) แสดงแนวโน้มการพูดถึง และปริมาณการพูดถึง โดยจะต้องสามารถกำหนดเงื่อนไขการแสดงผล ได้แก่ ช่วงวันที่ที่ต้องการข้อมูลอย่างอิสระ (วันนี้ เดือนนี้ เดือนที่ผ่านมา ช่วงเวลาต้องสามารถกำหนดการเรียกดูข้อมูลได้เอง) เพื่อใช้ดูแนวโน้ม (Trend) รวมสถิติของแท็ก (Tag) ทั้งหมดตามที่ตั้งค่าในแต่ละแบบฟอร์ม (Template)

14) ระบบสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลักษณะของแดชบอร์ด (Dashboard) ได้ ซึ่งประกอบไปด้วยกราฟ (Graph) หลายรูปแบบ ได้แก่ กราฟเส้น กราฟแท่ง เป็นอย่างน้อย

15) ระบบสามารถแสดงผลในรูปแบบของแท็กคลาวด์ (Tag Cloud หรือ Word Cloud) และแฮชแท็กคลาวด์ (Hashtag Cloud) ได้

16) ระบบสามารถส่งรายงานสรุปข้อมูลประจำวันได้ทางอีเมลแบบรายวัน (Daily Report) และสามารถกำหนดเวลาในการส่งได้ โดยส่งข้อมูลไปทางอีเมลที่ผู้ใช้งานกำหนด

17) ระบบสามารถแสดงผลข้อมูลจากชุดข้อมูลได้เป็นแบบ Campaign Based Dashboard เพื่อแสดงผลข้อมูลโดยรวมและการแสดงผลกราฟเฉพาะ อย่างน้อยแยกตาม Channels, Keywords/Voice, Location, Time และ Influencer/Account

18) ระบบสามารถเปลี่ยนการแสดงผลเป็นแบบ Subject Based Dashboard ตามรูปแบบมาจากการจัดข้อมูลแบบกลุ่ม โดยที่ชุดของแดชบอร์ดถูกออกแบบมาเพื่อการแสดงผลแบบกลุ่ม โดยมีการแสดงผลกราฟเฉพาะ อย่างน้อยแยกตาม Keywords/Voice, Engagement, Channels และ Sentiment


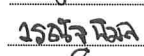
19) ระบบสามารถเปิดให้ผู้ใช้งานกำหนดค่าความรู้สึก (Sentiment Analysis) ในแต่ละคำได้ เช่น กำหนดให้คำว่า “x” เป็นบวก (Positive) เป็นต้น

20) ระบบสามารถคำนวณค่าความรู้สึกเชิงลบและเชิงบวกได้ (Sentiment Analysis)

21) ระบบสามารถบอกปริมาณอย่างน้อยตาม Channels, Keywords/Voice, Location, Time, Influencer/Account, Engagement และ Sentiment สำหรับเรื่องที่ค้นหาเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์

22) ระบบสามารถให้ผู้ใช้งานสามารถที่จะเจาะลง (Drill Down) ไปยังข้อมูลต้นทางข้อมูลจากการแสดงผลบนกราฟ

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐทิมา พิมพ์ทนต์)	ลงนาม			

23) ระบบสามารถให้ผู้ใช้ส่งออกข้อมูลดิบ (Raw Data) ที่ได้จากการดึงในแต่ละโครงการเป็นไฟล์ในรูปแบบ .xls หรือ .csv ได้

24) ระบบสามารถประมวลผลข้อมูลที่ไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured Data) ให้อยู่ในรูปแบบข้อมูลดิบ (Raw Data) โดยกำหนดให้มีเขตข้อมูล (Field หรือ Attribute) ของแต่ละข้อความ อย่างน้อยเช่น Channels, Keywords/Voice, Location, Time, Influencer/Account, Engagement, Sentiment และสามารถให้ผู้ใช้ส่งออกเป็นไฟล์ .xls หรือ .csv ได้

25) ระบบมีคุณสมบัติของระบบทำความสะอาดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา และตัดป้ายข้อมูล หรือจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา

26) ระบบสามารถเชื่อมต่อหรือนำเข้าข้อมูลกับระบบบริหารจัดการข้อมูลโซเชียลมีเดีย (Social Data Analytics) ได้โดยใช้ข้อมูลชุดเดียวกันและไม่ต้องสร้างโครงการใหม่

27) ระบบสามารถส่งออกข้อมูลกลับไปยังระบบบริหารจัดการข้อมูลโซเชียลมีเดียหรือดาวน์โหลดในรูปแบบ .xls หรือ .csv

28) ระบบสามารถกำหนดป้ายข้อมูล (Tag) หรือหมวดหมู่ของข้อมูลได้ไม่จำกัด โดยแต่ละโครงการรองรับป้ายข้อมูลหรือหมวดหมู่ข้อมูลที่ไม่เหมือนกันได้


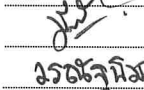
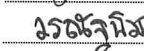
7.2 ผู้ขายต้องดำเนินการออกแบบและพัฒนาการเชื่อมต่อระบบที่นำเสนอกับฐานข้อมูลของ สพร. ในการดึงข้อมูลดิบจากระบบที่นำเสนอมาเก็บในฐานข้อมูลของ สพร. อย่างอัตโนมัติ เช่น การเชื่อมต่อโดยใช้ API หรืออื่น ๆ ที่เหมาะสม

7.3 ผู้ขายต้องดำเนินการจัดตั้งทีมสนับสนุนการสร้างโครงการ (Campaign) ในการดึงและวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งด้านการให้คำปรึกษาการสร้างโครงการ การตั้งคาคำค้น (Keyword) การช่วยทำความสะอาดข้อมูลในแต่ละโครงการ

7.4 ผู้ขายต้องดำเนินการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบ โดยที่ทาง สพร. จะเป็นผู้จัดการเรื่องผู้ฝึกอบรม และสถานที่ และทาง สพร. ขอสงวนสิทธิ์ในการเรียกร้องให้ดำเนินการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบได้ตามความร้องขอของทาง สพร. โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง

7.5 ผู้ขายต้องทดสอบ ติดตั้งระบบที่ปรับปรุงแก้ไขอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีความพร้อมสำหรับการใช้งานทุกฟังก์ชันการทำงาน

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์พันธ์)	ลงนาม			

7.6 เมื่อทดสอบการทำงานของระบบร่วมกับ สพร. เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ขายต้องติดตั้งระบบที่ปรับปรุงแก้ไขยังหน่วยงานตามที่ระบุ พร้อมทดสอบการทำงานของระบบฯ และเครือข่ายให้สามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

7.7 ในกรณีผลการทดสอบการทำงานของระบบยังไม่สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ผู้ขายจะต้องทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การทดสอบผ่านเงื่อนไขตามข้อกำหนดดังกล่าว

7.8 ในระหว่างที่ทำการทดสอบระบบ หากอุปกรณ์ใดของ สพร. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความเสียหายระหว่างการทดสอบ และส่งผลให้เกิดข้อบกพร่องของระบบคอมพิวเตอร์ โดยความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการทดสอบนั้นเกิดจากความบกพร่องของบุคลากรของผู้ขาย ผู้ขายจะต้องทำการซ่อมแซม แก้ไขหรือเปลี่ยนแทนโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ จาก สพร.

8. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาที่สามารถใช้งานระบบเป็นเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 ถึง 31 พฤษภาคม 2564

9. การส่งมอบงาน




งวดที่ 1 ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา (นับรวมวันหยุดราชการ)

- 1) ผู้ขายต้องส่งมอบระบบตามรายละเอียดของคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดในข้อ 7
- 2) ผู้ขายจะต้องส่งรายงานของรายละเอียดของคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดในข้อ 7 ที่ทางผู้ซื้อสามารถใช้งานได้พร้อมกับการส่งมอบระบบ ในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกลงในแฟลชไดรฟ์จำนวน 1 ชุด

งวดที่ 2 ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา (นับรวมวันหยุดราชการ)

- 1) ผู้ขายต้องดำเนินการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบอย่างน้อย 1 ครั้งโดยจำนวนผู้เข้าฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 10 คน โดยที่ทาง สพร. จะเป็นผู้จัดการเรื่องผู้ฝึกอบรม และสถานที่
- 2) ผู้ขายจะต้องส่งคู่มือการใช้งานระบบในทุกครั้งที่จัดอบรม ในรูปแบบเอกสาร จำนวน 1 ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกลงในแฟลชไดรฟ์จำนวน 1 ชุด

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิเชษฐ์ ปิยะพันธุ์)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์พันธ์)	ลงนาม			

งวดที่ 3 ภายในวันที่ 15 มิถุนายน 2564

1) ผู้ขายจะต้องส่งรายงานสรุปแดชบอร์ดที่ทางผู้ใช้ได้สร้างไว้พร้อมระบุจำนวนข้อความที่ใช้ในแต่ละแดชบอร์ด ในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกลงในแฟลชไดรฟ์จำนวน 1 ชุด

10. เงื่อนไขการชำระเงิน

10.1 ผู้ซื้อตกลงชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขายเป็นเช็คขีดคร่อมหรือการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ซื้อจะหักภาษี ค่าธรรมเนียมธนาคาร และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากมูลค่าของค่าสินค้า ซึ่งผู้ขายจะต้องชำระไว้ตามกฎหมายด้วย

10.2 ชำระเงินเต็มจำนวนตามสัญญาภายหลังที่ได้ทำการส่งมอบและได้รับการตรวจรับงานเสร็จสิ้นสมบูรณ์ โดยแบ่งงวดการชำระเป็น 2 งวดดังนี้

งวดที่ 1 การชำระเงินเป็นเงินจำนวนร้อยละ 80 ของมูลค่าสัญญา โดยทางผู้ซื้อจะดำเนินการชำระเงินหลังจากที่คณะกรรมการตรวจรับทำการตรวจรับงานงวดที่ 1 และ 2 เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 การชำระเงินเป็นเงินจำนวนร้อยละ 20 ของมูลค่าสัญญา โดยทางผู้ซื้อจะดำเนินการชำระเงินหลังจากที่คณะกรรมการตรวจรับทำการตรวจรับงานงวดที่ 3 เรียบร้อยแล้ว

11. เงื่อนไขการปรับ

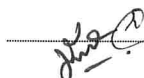
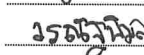

11.1 กรณีที่ผู้ขายไม่สามารถส่งมอบพัสดุหรือไม่สามารถดำเนินการได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารนี้ ผู้ขายจะต้องชำระค่าปรับให้ในอัตราร้อยละ 0.2 ของมูลค่าพัสดุที่ไม่ได้รับมอบต่อวัน แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าจะได้รับพัสดุครบถ้วน

11.2 กรณีผู้ขายไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในข้อ 12 การรับประกันผลงานและการบำรุงรักษา ผู้ขายจะต้องชำระค่าปรับให้ในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าสัญญา แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท นับถัดจากวันที่ต้องดำเนินการจนกว่าจะดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จ

12. วงเงินในการจัดหา

จำนวนเงินทั้งสิ้น 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์ทนค์)	ลงนาม			

13. การรับประกันผลงานและการบำรุงรักษา

13.1 ทางบริษัทจะต้องดูแลระบบ (Maintenance) ให้ทาง สพร. ใช้งานได้อย่างต่อเนื่องอายุการใช้งานของการซื้อระบบ กรณีที่ระบบมีความขัดข้องในการใช้งานหลังจากส่งมอบระบบเรียบร้อยแล้ว ผู้ขายจะต้องตอบกลับภายใน 8 ชั่วโมงและดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จภายใน 48 ชั่วโมง หลังจากดำเนินการแก้ไขปัญหาเรียบร้อยแล้ว ทางผู้ขายจะต้องส่งรายงานสรุปสาเหตุและผลการแก้ไขปัญหาให้ผู้ซื้อเป็นรายครั้ง (สามารถส่งเป็นไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ได้)

13.2 เงื่อนไขการรับประกันและการบริการหลังการขาย ทางผู้เสนอราคาจะต้องดูแลระบบ (Maintenance) ให้ทาง สพร. ใช้งานได้อย่างต่อเนื่องอายุการใช้งานของการซื้อระบบ ถ้าไม่สามารถดำเนินการตามรายละเอียดดังกล่าวได้

13.3 ผู้เสนอราคาจะต้องมีทีมที่ปรึกษาการใช้งานระบบและการสร้างรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้กับทาง สพร. ซึ่งสามารถติดต่อประสานงานได้ตลอดที่เกิดปัญหาและมีข้อสงสัย โดยจะต้องดำเนินการภายใน 3 วันทำการ

14. สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

ทางบริษัทจะต้องให้สิทธิในการบริหารจัดการแดชบอร์ดที่ทางผู้ซื้อตั้งข้อมูลเพื่อดูผลการวิเคราะห์ โดยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการใช้งานหรือเผยแพร่ต่อในนามของ สพร. ได้ แม้ระยะเวลาตามสัญญาสิ้นสุดลงแล้ว

15. การเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ

ทางบริษัทจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ทาง สพร. หรือผู้ในระบบใช้งานไว้เป็นความลับ ซึ่งถือว่าข้อมูลที่ทางผู้ซื้อตั้งมาจากระบบเป็นสิทธิ์ของผู้ใช้ในการใช้งาน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้

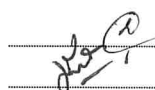
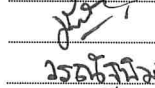
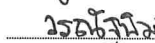
16. เงื่อนไขอื่น ๆ

16.1 สพร. ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะยกเลิกการดำเนินการจ้างโดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้แต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

16.2 สพร. สงวนสิทธิ์ที่จะดำเนินการจัดทำสัญญาเมื่อได้รับการจัดสรรงบประมาณแล้วเท่านั้น

16.3 ผู้เสนอราคา ซึ่ง สพร. ได้คัดเลือกไว้แล้ว ไม่มาทำสัญญาหรือข้อตกลงภายในกำหนดเวลา โดยไม่มีเหตุอันสมควร สพร. สงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาว่าผู้เสนอราคานั้น เป็นผู้ทิ้งงานและจะแจ้งเวียนให้ส่วนราชการต่าง ๆ ทราบต่อไป

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์ทนดี)	ลงนาม			

16.4 สพร. สงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

16.5 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกให้ไปทำสัญญาจะต้องวางหลักประกันสัญญาจำนวนร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา

16.6 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สพร. แล้ว

16.7 ข้อมูลและเอกสารใด ๆ ที่ผู้ขายได้รับทราบหรือได้รับจาก สพร. หรือลูกค้าของ สพร. รวมทั้งผลงานที่ส่งมอบ ผู้ขายจะต้องถือเป็นความลับ ไม่นำไปเผยแพร่ให้บุคคลใดทราบเป็นอันขาด เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก สพร.

16.8 สพร. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการจ่ายเงินทันที และ/หรือเรียกเงินคืน หากผู้ขายไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขการจ้าง (TOR) ข้อหนึ่งข้อใดก็ดี เว้นแต่การที่ผู้ขายไม่สามารถส่งมอบงานได้ดังกล่าวเป็นผลมาจากเหตุสุดวิสัย ความผิดของ สพร. หรือมิได้เกิดจากความผิดของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

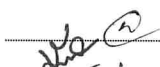
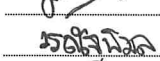

17. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ฝ่ายเดตาโซลูชันส์ภาครัฐ (DS-G) สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.)

18. สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบรายละเอียดเพิ่มเติม

- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) เลขที่ 108 ชั้น 17 อาคารบางกอกไทยทาวเวอร์ ถนนรางน้ำ แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
- E-mail : cmp_division@dga.or.th
- Website : www.dga.or.th
- โทรศัพท์ : 0-2612-6000
- โทรสาร : 0-2612-6012

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิเชษฐ์ ปิยะพันธุ์)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพ์พันธ์)	ลงนาม			

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance Criteria)

ในการพิจารณาผู้เสนอราคามีหลักเกณฑ์ในการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา ดังนี้

- ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนด และมีเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนตามที่กำหนด
ในเอกสาร

- ผลผลิตที่ผู้เสนอราคามีข้อกำหนดที่ถูกต้อง และครบถ้วน ตามคุณลักษณะเฉพาะที่

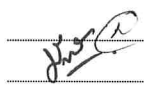
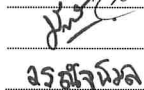
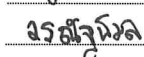
- การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) จะพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลัก
2 ตัวแปรคิดเป็น 100 คะแนนตามค่าน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 ของคะแนนรวม

2) ข้อเสนอด้านเทคนิค คุณภาพ และคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ
(Performance) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 ของคะแนนรวม โดยคะแนนรวมประกอบด้วยเกณฑ์
พิจารณาคือ

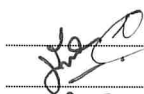
เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน	เกณฑ์การประเมิน
1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน (พิจารณาจากการนำเสนอ งานประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญทางด้าน Social Listening, Social Monitoring, Social Conversion, Social Academy) และการนำเสนอ ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขาย	25	25 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการระดับมากที่สุด และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบชัดเจน 20 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการระดับมาก และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบชัดเจน 15 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการระดับปานกลาง และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบไม่ชัดเจน 10 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการน้อย และนำเสนอประสบการณ์

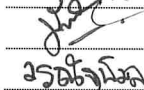
ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน


ประธานกรรมการ (นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร) ลงนาม  วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม  ครั้งที่ 2
กรรมการ (นางสาววรรณัฐทิมา พิมพ์พนต์) ลงนาม 

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน	เกณฑ์การประเมิน
		<p>การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบไม่ชัดเจน</p> <p>5 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการน้อยมาก และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายไม่ตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อ</p> <p>0 คะแนน -- ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการ และไม่นำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขาย</p>
<p>2) ความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนด</p>	50	<p>50 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อ รวมทั้งนำเสนอเทคนิคหรือข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของ ผู้ซื้อ หรือมีข้อเสนอทางเทคนิคข้อใดข้อหนึ่งที่โดดเด่นที่สามารถสนับสนุนการทำงานของ ผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>35 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อแต่ไม่ชัดเจน รวมทั้งนำเสนอเทคนิคหรือข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของ ผู้ซื้อ</p> <p>20 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อแต่ไม่ชัดเจนในบางรายการ</p>

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

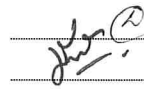

ประธานกรรมการ (นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร) ลงนาม  วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563

กรรมการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม  ครั้งที่ 2

กรรมการ (นางสาววรรณัฐทิมา พิมพ์พนธ์) ลงนาม 

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน	เกณฑ์การประเมิน
		<p>5 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตไม่ครบทุกข้อ</p> <p>0 คะแนน -- ไม่นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และข้อกำหนดตามขอบเขต หรือขาดข้อเสนอมารายงานด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตที่เป็นฟังก์ชันการทำงานหลักของระบบ หากขาดไปจะทำให้ระบบไม่สามารถสนับสนุนการทำงานของผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>
3) การแสดงถึงจำนวนช่องทาง (Channels) ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ระบบเก็บข้อมูล	25	<p>25 คะแนน -- นำเสนอจำนวนช่องทาง (Channels) ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ครอบคลุมช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งมีฟังก์ชันการใช้งานอื่น ๆ ที่ให้ผู้อื่นได้เข้าใช้งานได้เพิ่มเติมซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้นต่อผู้อื่น</p> <p>15 คะแนน -- นำเสนอจำนวนช่องทางของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ครอบคลุมช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน</p> <p>5 คะแนน -- นำเสนอจำนวนช่องทางของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ครอบคลุมช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน</p> <p>0 คะแนน -- ไม่นำเสนอจำนวนช่องทางของเครือข่ายสังคมออนไลน์</p>
คะแนนรวม		100

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ	(นายพิสิษฐ์ ปิยพสุนทร)	ลงนาม		วันที่	24 กุมภาพันธ์ 2563
กรรมการ	(นายวิชัยวิสิฐ เกษรสิทธิ์)	ลงนาม		ครั้งที่	2
กรรมการ	(นางสาววรรณัฐพิมล พิมพทนต์)	ลงนาม	