



รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (Term of Reference: TOR)
งานจัดซื้อเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ (Social Data Analytics System)
ของ สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

1. ความเป็นมา

ปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่จะพลิกโฉมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมโลก โดยองค์กรต่าง ๆ สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อประโยชน์ต่อการช่วยตัดสินใจให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะข้อมูลภาครัฐที่มีอยู่จำนวนมาก โดยถูกจัดเก็บอย่างมีระบบและมีโครงสร้างการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันของข้อมูลที่ชัดเจน ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ต่อไปได้นอกจากข้อมูลภายในองค์กรภาครัฐแล้ว จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันข้อมูลจากภายนอกก็จัดได้ว่าเป็นข้อมูลที่มีผลต่อการวางแผนการดำเนินงานและช่วยในการตัดสินใจให้เกิดความถูกต้องและเหมาะสมได้อีกเช่นกัน เนื่องด้วยข้อมูลในยุคปัจจุบันถูกสร้างขึ้นอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกิดจากสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการให้ความสำคัญของการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจ ก็จะช่วยทำให้สามารถสกัดความรู้และสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อประกอบการวางแผนและการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เน้นการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ การวางแผนโครงสร้างข้อมูล การจัดสร้างข้อมูล การวิเคราะห์หาความรู้จากข้อมูล และการจัดหาเครื่องมือต่าง ๆ ที่จะนำข้อมูลมาใช้ร่วมกัน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูลภาครัฐกับข้อมูลจากภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการใช้ประโยชน์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ และสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการได้ รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการข้อมูลของภาครัฐที่มีอยู่อย่างมหาศาลให้ได้คุณค่าและสร้างประสิทธิภาพการทำงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดโดยการนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย ที่สามารถนำไปสู่การปรับปรุงการทำงานของภาครัฐตามแนวทางของรัฐบาลดิจิทัลได้

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 การสื่อสารและบริหาร

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวณชนา ชยวาทกรรม) ลงนาม
 กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม
 กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษขสิทธิ์) ลงนาม

สมศักดิ์

วันที่ 29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่ 1.....

จัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการและองค์กรเพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เข้าใจปัญหา และครอบคลุม ช่องทางการเผยแพร่เชิงลบซึ่งหากไม่ดำเนินการตอบโต้ข่าวสารหรือติดตามข่าวสารได้อย่างทัน่วงทีก็จะ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อจัดซื้อเครื่องมือที่มีความสามารถในการรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จากแหล่งต่าง ๆ โดย สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการตัดสินใจและการ วางแผนนโยบายการดำเนินงานขององค์กร

2.2 เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรในการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการติดตาม และการรับรู้ข่าวสารหรือกระแสสังคม ทั้งประเด็นการวิเคราะห์ตามกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลตามแผน และ การเฝ้าระวัง การบริหารจัดการ ตลอดจนติดตามข่าวสารที่มีผลกระทบต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ขององค์กร

2.3 เพื่อจัดซื้อเครื่องมือในการวิเคราะห์ความคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของ สพร. การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ สพร. เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ขององค์กรได้อย่าง ทัน่วงที

2.4 เพื่อใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มาบูรณาการกับข้อมูลภาครัฐสำหรับการวิเคราะห์ร่วมกัน และ สามารถสร้างรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เอื้อประโยชน์ต่อการตัดสินใจและการ ปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดการ

3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

3.1 ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้มีอาชีพในงานตามที่ระบุไว้ในเอกสารนี้

3.2 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

3.3 ผู้เสนอราคาไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาล ของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

3.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่ เป็น ผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

3.5 ผู้เสนอราคาจะต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ระบุไว้ในเอกสารนี้ ในวงเงินไม่น้อยกว่า 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดี่ยวย้อนหลังไม่เกิน 2 ปี อย่างน้อยจำนวน 1 ผลงาน นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสาร ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงาน ภาครัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ สพร. เชื้อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญา พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอโครงการ

4. การเสนอราคา

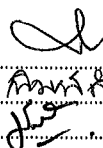
ผู้เสนอราคาจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวณชดา..ชยวกรวิกรม...) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์..กลางวิจิต...) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ...เดชวิสิทธิ์...) ลงนาม.....



วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

- 4.1 ผู้เสนอราคาต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารนี้
- 4.2 ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้ด้วยแล้ว
- 4.3 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาตามวัน-เวลา ที่กำหนด
- 4.4 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 30 วัน นับแต่วันที่ยื่นราคาสุดท้ายโดยภายในกำหนดยื่นราคา ห้ามผู้เสนอราคาถอนการเสนอราคา กรณีที่ สพร. จำเป็นต้องขอให้ผู้เสนอราคาขยายระยะเวลาการยื่นราคา ผู้เสนอราคาต้องทำการขยายกำหนดยื่นราคาให้ สพร. ตามความประสงค์
- 4.5 ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำใบเสนอราคาพร้อมแสดงรายละเอียดของราคาในแต่ละรายการตามขอบเขตการดำเนินการ ภายในวัน-เวลาที่ สพร. กำหนด ภายหลังจากการเสนอราคา
- 4.6 ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำขอบเขตการดำเนินงานเป็นตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติตามรูปแบบดังนี้

ขอบเขตการดำเนินงาน สพร. กำหนด	ขอบเขตการดำเนินงานที่ผู้เสนอราคา เสนอ	เปรียบเทียบขอบเขตการดำเนินงานที่ผู้เสนอราคา เสนอ	เอกสารอ้างอิง
ให้ขอบเขตการดำเนินงานที่ สำนักงาน กำหนด	ให้ระบุขอบเขตการดำเนินงานที่ ผู้เสนอราคาเสนอ	ให้ระบุจุดที่ดีกว่า หรือ เทียบเท่า	ให้ระบุเอกสารอ้างอิง (ถ้ามี)

- 4.7 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอแผนการดำเนินงาน และสถาปัตยกรรมของระบบ
- 4.8 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอบุคลากรดำเนินงานที่เสนอในโครงการทุกตำแหน่ง โดยระบุถึงวุฒิการศึกษา ใบประกาศนียบัตรที่ได้รับ ประสบการณ์ทำงาน และความเชี่ยวชาญ
- 4.9 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเงื่อนไขการรับประกันและการบริการหลังการขาย

5. เกณฑ์การพิจารณาราคา

5.1 ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติ และมีเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนตามที่กำหนดในเอกสารคัดเลือกจึงจะได้รับการพิจารณาในข้อต่อไป

5.2 การพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สพร. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- 1) เกณฑ์ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักคะแนนเท่ากับร้อยละ 30 ของคะแนนรวม
- 2) เกณฑ์คุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐตามกำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 70 ของคะแนนรวม (ตามภาคผนวก ข)

5.3 ผู้รับจ้างจะพิจารณาเกณฑ์คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์โดยเชิญผู้เสนอราคาที่ผ่านคุณสมบัติเบื้องต้นเข้ามานำเสนองาน ภายหลังจากที่คณะกรรมการพิจารณาผลผู้เสนอราคาที่ผ่านมาคุณสมบัติเบื้องต้นแล้วเท่านั้น

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิวัฒน์วิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

(Handwritten signature and stamp)
 อนุมัติ
 สพร.

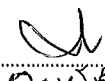
6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 ผู้ขายต้องดำเนินการวิเคราะห์ข้อกำหนดความต้องการระบบ (System Requirement) และดำเนินการพัฒนาระบบหรือตั้งค่า (Set Up) ระบบให้มีความสามารถการใช้งานตามความต้องการระบบตามที่ระบุดังรายละเอียดดังนี้

- 1) ระบบอยู่ในแพลตฟอร์มประมวลผลแบบคลาวด์ที่มีมาตรฐานในด้านการให้บริการ ด้านการปกป้องความลับ ด้านความถูกต้อง หรือมีความพร้อมใช้งานของระบบ AWS หรืออยู่บนแพลตฟอร์มที่ได้รับรองมาตรฐานสากล ได้แก่ ISO 9001 หรือ ISO 27001 หรือ ISO 27017 หรือ ISO 27018 หรือเทียบเท่า
- 2) ระบบสามารถรองรับการใช้งานได้อย่างน้อยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือสามารถรองรับภาษาอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน
- 3) ระบบสามารถรองรับการเก็บข้อมูลได้จำนวนไม่น้อยกว่า 2.5 ล้านข้อความของโควตาข้อความ โดยจำนวนข้อความที่ได้จากการเก็บข้อมูลจะเก็บได้ไม่จำกัด (Unlimited) ตลอดอายุการใช้งาน โดยขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการช่องทางการเก็บข้อมูลและการทำความสะอาดข้อมูลของทาง สพร. ซึ่งทาง สพร. สามารถบริหารจัดการเองได้
- 4) ระบบสามารถสร้างโครงการได้ไม่จำกัด โดยแต่ละโครงการสามารถใช้งานภายใต้จำนวนโควตาข้อความที่มีอยู่หรือที่เหลืออยู่ได้
- 5) ระบบสามารถดึงข้อมูลที่ต้องการได้ไม่จำกัดจำนวนของคำค้นหาและไม่จำกัดลำดับชั้นของการค้นหา และผู้ใช้งานสามารถเพิ่มหรือลดคำค้นหาได้โดยไม่มีข้อจำกัดการใช้งาน
- 6) ระบบสามารถสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้อย่างน้อย 12 เดือนนับจากวันปัจจุบันที่ทำการดึงข้อมูลหรือย้อนหลังได้ถึงวันที่ติดตั้งระบบ
- 7) ระบบสามารถใช้คำค้นหาในการดึงข้อมูล (Pull Mode) จากช่องทางต่าง ๆ โดยช่องทางที่สามารถค้นหาได้ต้องมีอย่างน้อยจาก Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Forum (Pantip), Blog, News Channel และ Website โดยผู้ขายจะต้องแสดงรายชื่อแหล่งข้อมูลที่ระบบสามารถดึงได้
- 8) ระบบสามารถตรวจจับข้อมูล (Monitor Mode) จากช่องทางที่กำหนดได้อย่างน้อยจาก Facebook Page, Twitter Account, Instagram Account, Pantip Account และ Youtube Channel
- 9) ระบบสามารถกำหนดข้อมูลหรือช่องทางที่ไม่ต้องการให้เข้าระบบได้ (Exclude) อย่างน้อยจาก Keyword, Facebook Page, Twitter Account, Instagram Account และ Youtube Account

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (..นางสาวมณฑา..ชยวกรวิกรม...) ลงนาม.....
 กรรมการ (..นางสาวพิมพ์ลักษณ์..กลางวิชุด) ลงนาม.....
 กรรมการและเลขานุการ (..นายวิษณุวิสิฐ..เกษรสิทธิ์.....) ลงนาม.....


 นางสาวพิมพ์ลักษณ์
 กรรมการ

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

10) ระบบสามารถแสดงผลเชิงค่าสถิติ (Statistic) และเชิงค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement : Reaction, Comment, Share) โดยสามารถแบ่งแยกแต่ละช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อยจาก Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube

11) ระบบสามารถบอกค่าสถิติต่าง ๆ เช่น จำนวนข้อความภาพรวม จำนวนค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) จำนวนบัญชีผู้ใช้งานที่พูดถึงเรื่องที่ระบบค้นหา

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

13) ระบบมีระบบแดชบอร์ด (Dashboard) แสดงแนวโน้มการพูดถึง และปริมาณการพูดถึง โดยจะต้องสามารถกำหนดเงื่อนไขการแสดงผล ได้แก่ ช่วงวันที่ที่ต้องการข้อมูลอย่างอิสระ (วันนี้ เดือนนี้ เดือนที่ผ่านมา ช่วงเวลาต้องสามารถกำหนดการเรียกดูข้อมูลตัวเอง) 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 โดยส่งข้อมูลไปทางอีเมลที่ผู้ใช้กำหนด

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

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

19) ระบบสามารถแสดงรายการข้อความทั้งหมดที่ดึงมาจากสื่อสังคมออนไลน์ และสามารถทำความเข้าใจสาระข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องได้

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....



กมลรัตน์



วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

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

21) ระบบสามารถคำนวณค่าความรู้สึกเชิงลบและเชิงบวกได้ (Sentiment Analysis) และสามารถแก้ไขค่าความรู้สึกเชิงลบและเชิงบวกของแต่ละข้อความได้

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

23) ระบบสามารถให้ผู้ใช้งานสามารถที่จะเจาะลง (Drill Down) ไปยังข้อมูลต้นทางข้อมูลจากการแสดงผลบนกราฟ

24) ระบบสามารถให้ผู้ใช้งานส่งออกข้อมูลดิบ (Raw Data) ที่ได้จากการดึงในแต่ละโครงการเป็นไฟล์ในรูปแบบ .xls หรือ .csv ได้

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

26) ระบบสามารถทำความสะอาดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา และตัดป้ายข้อมูลหรือจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา

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

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

6.4 ผู้ขายต้องดำเนินการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบ โดยที่ทาง สพร. จะเป็นผู้จัดการเรื่องผู้ฝึกอบรมและสถานที่ และทาง สพร. ขอสงวนสิทธิ์ในการเรียกร้องให้ดำเนินการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบได้ตามความร้องขอของทาง สพร. โดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง

6.5 ผู้ขายต้องทดสอบ ติดตั้งระบบที่ปรับปรุงแก้ไขอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีความพร้อมสำหรับการใช้งานทุกฟังก์ชันการทำงาน

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....
 กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....
 กรรมการและเลขานุการ (นายวิฑูรย์ ฤทธิเดช) ลงนาม.....



ค.ส.ท.ส.ท.ท.



วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

6.6 เมื่อทดสอบการทำงานของระบบร่วมกับ สพร. เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ขายต้องติดตั้งระบบที่ปรับปรุงแก้ไขยังหน่วยงานตามที่ระบุ พร้อมทดสอบการทำงานของระบบฯ และเครือข่ายให้สามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

6.7 ในกรณีผลการทดสอบการทำงานของระบบยังไม่สามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ผู้ขายจะต้องทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การทดสอบผ่านเงื่อนไขตามข้อกำหนดดังกล่าว

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

6.9 ระบบสามารถสร้างบัญชีผู้ใช้งานระบบได้ไม่จำกัด โดยบัญชีผู้ใช้ที่สร้างขึ้นทาง สพร. สามารถอนุญาตให้ทั้งภายใน สพร. และหน่วยงานที่ร่วมงานหรือศึกษาวิจัยร่วมกับ สพร. ใช้งานได้

หมายเหตุ: อธิบายนิยามศัพท์เฉพาะตามภาคผนวก ก

7. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาในการใช้งานระบบภายใน 365 วันนับถัดจากวันที่ตรวจรับงานที่ 1 เรียบร้อยแล้ว (นับรวมวันหยุดราชการ)


8. การส่งมอบงาน

งวดที่ 1 ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา (นับรวมวันหยุดราชการ)

- 1) ผู้ขายต้องส่งมอบระบบที่ทางผู้ซื้อสามารถใช้งานได้ตามรายละเอียดของคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดในข้อ 6
- 2) ผู้ขายจะต้องส่งรายงานของรายละเอียดของระบบตามคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดในข้อ 6 ในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกลงในแฟลชไดรฟ์จำนวน 1 ชุด
- 3) ผู้ขายต้องดำเนินการจัดการฝึกอบรมการใช้งานระบบอย่างน้อย 1 ครั้งโดยจำนวนผู้เข้าฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 10 คน โดยที่ทาง สพร. จะเป็นผู้จัดการเรื่องผู้ฝึกอบรม และสถานที่
- 4) ผู้ขายจะต้องส่งคู่มือการใช้งานระบบในทุกครั้งที่จัดอบรม ในรูปแบบเอกสาร จำนวน 1 ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกลงในแฟลชไดรฟ์จำนวน 1 ชุด

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....
 กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....
 กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....


 คนที่กำกับ
 ผู้ซื้อ

วันที่...29 ธ.ค. 2563...
 ครั้งที่...1.....

9. เงื่อนไขการชำระเงิน

9.1 ผู้ซื้อตกลงชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ขายเป็นเช็คขีดคร่อมหรือการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ซื้อจะหักภาษี ค่าธรรมเนียมธนาคาร และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากมูลค่าของค่าสินค้า ซึ่งผู้ขายจะต้องชำระไว้ตามกฎหมายด้วย

9.2 ชำระเงินเต็มจำนวนตามสัญญาภายหลังที่ได้ทำการส่งมอบและคณะกรรมการฯ ได้รับการตรวจรับงานเสร็จสิ้นสมบูรณ์

10. เงื่อนไขการปรับ

10.1 กรณีที่ผู้ขายไม่สามารถส่งมอบพัสดุหรือไม่สามารถดำเนินการได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารนี้ ผู้ขายจะต้องชำระค่าปรับให้อัตราร้อยละ 0.2 ของมูลค่าพัสดุที่ไม่ได้รับมอบต่อวัน แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท จนกว่าจะได้รับพัสดุกลับวัน

10.2 กรณีผู้ขายไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในข้อ 12 การรับประกันผลงานและการบำรุงรักษา ผู้ขายจะต้องชำระค่าปรับให้อัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าสัญญา แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท นับถัดจากวันที่ต้องดำเนินการจนกว่าจะดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จ

11. วงเงินในการจัดหา

จำนวนเงินทั้งสิ้น 1,500,000 บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

12. การรับประกัน / การบำรุงรักษา

12.1 เงื่อนไขการรับประกันและการบริการหลังการขาย ทางผู้ขายจะต้องดูแลระบบ (Maintenance) ให้ทาง สพร. ใช้งานได้ตลอดอายุการใช้งานของการซื้อระบบ ถ้าไม่สามารถดำเนินการตามรายละเอียดดังกล่าวได้ ผู้ขายจะต้องดำเนินการตามข้อ 10.2

12.2 ทางบริษัทจะต้องดูแลระบบ (Maintenance) ให้ทาง สพร. ใช้งานได้ตลอดอายุการใช้งานของการซื้อระบบเป็นระยะเวลา 1 ปี ภายหลังจากตรวจรับงานงวดที่ 1 เสร็จสิ้น กรณีที่ระบบมีความขัดข้องในการใช้งานหลังจากส่งมอบระบบเรียบร้อยแล้ว ผู้ขายจะต้องตอบกลับภายใน 8 ชั่วโมงและดำเนินการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จภายใน 48 ชั่วโมง หลังจากดำเนินการแก้ไขปัญหาเรียบร้อยแล้ว ทางผู้ขายจะต้องส่งรายงานสรุปสาเหตุและผลการแก้ไขปัญหาให้ผู้ซื้อเป็นรายครั้ง (สามารถส่งเป็นไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ได้)

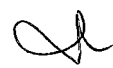
12.3 ผู้ขายจะต้องมีทีมที่ปรึกษาการใช้งานระบบและการสร้างรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้กับทาง สพร. ซึ่งสามารถติดต่อประสานงานได้ตลอดที่เกิดปัญหาและมีข้อสงสัย โดยจะต้องดำเนินการภายใน 3 วันทำการ รวมทั้งให้บริการในการสร้างรายงานที่แสดงผลการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (Campaign) ให้กับทาง สพร. โดยจะต้องดำเนินการภายใน 3 วันทำการ

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา..ชยกรวิกรม...) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์..กลางวิจิต.) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิชาญวิสิฐ..เดชสิทธิ์.....) ลงนาม.....


คุณศักดิ์พงษ์
.....

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

12.4 ผู้ขายจะต้องดำเนินการเก็บสถิติการใช้ข้อความ (Message Quota) ประจำเดือน กรณีทางผู้ซื้อต้องการสถิติการใช้ข้อความ ผู้ขายจะต้องจัดทำรายงานการใช้ข้อความให้กับทาง สพร. (สามารถส่งเป็นไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ได้)

12.5 ในกรณีที่ผู้ซื้อต้องการอบรมการใช้งานระบบ ผู้ขายจะต้องให้บริการฝึกอบรมการใช้งานระบบเพิ่มเติมให้กับทาง สพร. โดยที่ทาง สพร. จะเป็นผู้จัดการเรื่องผู้ฝึกอบรม และสถานที่

12.6 ผู้ขายจะต้องส่งรายงานสรุปแดชบอร์ดที่ทางผู้ซื้อได้สร้างไว้พร้อมระบุจำนวนข้อความที่ใช้ในแต่ละแดชบอร์ด ในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์โดยบันทึกลงในแฟลชไดรฟ์ จำนวน 1 ชุด ภายใน 7 วันหลังจากหลังสิ้นสุดระยะเวลาการใช้ระบบ

13. การเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ

ทางผู้ขายจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ทาง สพร. หรือผู้ใช้งานใช้ระบบใช้งานไว้เป็นความลับ ซึ่งถือว่าข้อมูลที่ทางผู้ซื้อดึงมาจากระบบเป็นสิทธิ์ของผู้ใช้ในการใช้งาน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้

14. เงื่อนไขอื่น ๆ

14.1 สพร. ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะยกเลิกการดำเนินการจ้างโดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้แต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

14.2 สพร. สงวนสิทธิ์ที่จะดำเนินการจัดทำสัญญาเมื่อได้รับการจัดสรรงบประมาณแล้วเท่านั้น

14.3 ผู้เสนอราคา ซึ่ง สพร. ได้คัดเลือกไว้แล้ว ไม่มาทำสัญญาหรือข้อตกลงภายในกำหนดเวลา โดยไม่มีเหตุอันสมควร สพร. สงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาว่าผู้เสนอราคานั้น เป็นผู้ทำงานและจะแจ้งเวียนให้ส่วนราชการต่าง ๆ ทราบต่อไป

14.4 สพร. สงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

14.5 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกให้ไปทำสัญญาจะต้องวางหลักประกันสัญญาจำนวนร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา

14.6 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจาก สพร. แล้ว

14.7 ข้อมูลและเอกสารใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้รับทราบหรือได้รับจาก สพร. หรือลูกค้าของ สพร. รวมทั้งผลงานที่ส่งมอบ ผู้รับจ้างจะต้องถือเป็นความลับ ไม่นำไปเผยแพร่ให้บุคคลใดทราบเป็นอันขาด เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้าง

14.8 สพร. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการจ่ายเงินทันที และ/หรือเรียกเงินคืน หากผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขการจ้าง (TOR) ข้อหนึ่งข้อใดก็ดี เว้นแต่การที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ดังกล่าวเป็นผลมาจากเหตุสุดวิสัย ความผิดของ สพร. หรือมิได้เกิดจากความผิดของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

15. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

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

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

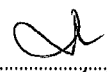
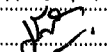
ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑล ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....


กรรมการ


16. 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 (..นางสาวมณฑา..ชยวกรวิกรม...) ลงนาม.....
 กรรมการ (..นางสาวพิมพ์ลักษณ์..กลางวิจิต.) ลงนาม.....
 กรรมการและเลขานุการ (..นายวิษณุวิสิฐ..เดชรสสิทธิ์.....) ลงนาม.....



กมลทิพย์



วันที่...29 ธ.ค. 2563...


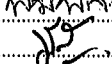
ครั้งที่...1.....

ภาคผนวก ก
 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คำค้นหา (Keyword) หรือเสียง (Voice) หมายถึง คำ (Word) หรือกลุ่มคำ (Phrase) ที่ใช้เป็นคำศัพท์สำหรับการดึงข้อความที่เกี่ยวข้องจากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่น ๆ
2. โควตาข้อความ (Message Quota) หมายถึง จำนวนข้อความที่กำหนดไว้ในแต่ละโครงการของการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ระบบกำหนดช่องทางการเก็บข้อมูลสูงสุดเท่ากับ 2.5 ล้านข้อความ ผู้ใช้สามารถระบุจำนวนข้อความในแต่ละช่องทางให้กับโครงการของตนภายใต้จำนวนสูงสุดหรือจำนวนคงเหลือจากการใช้ในโครงการอื่น ๆ เมื่อผู้ใช้ดึงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะสามารถลบล้าง (Clearing) การใช้งานช่องทางการเก็บข้อมูลให้เป็นช่องทางที่ว่างสำหรับใช้ในการดึงข้อความใหม่ที่ต้องการค้นหา ซึ่งจะถือว่าผู้ใช้จะได้จำนวนข้อความกลับมาเท่ากับจำนวนข้อความที่ลบล้างไป
3. ค่าความรู้สึก (Sentiment) หมายถึง ผลการวิเคราะห์ความรู้สึกจากข้อความแต่ละข้อความ
4. ช่องทาง (Channel) หมายถึง ชื่อแหล่งข้อมูลหรือประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ระบบไปดึงข้อความตามคำค้นหาที่ผู้ใช้งานระบุ
5. ค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) หมายถึง ค่าที่เป็นตัวระบุประสบการณ์ที่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้อ่านข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนร่วมับประสบการณ์ที่ผู้เขียนข้อความสร้างขึ้น เช่น การอ่านบทความ การหยุดดูเนื้อหา (Content) การกดโต้ตอบ (Interaction) การแสดงความคิดเห็น (Comment)
6. การดึงข้อมูล (Pull Mode) หมายถึง การดึงข้อมูลจากช่องทางต่าง ๆ โดยใช้คำค้นหาเป็นคำศัพท์สำหรับการดึงข้อความที่เกี่ยวข้องจากสื่อสังคมออนไลน์
7. การตรวจจับข้อมูล (Monitor Mode) หมายถึง การดึงข้อมูลจากบัญชีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการดึงข้อมูลในลักษณะนี้เป็นการให้ความสนใจกับบัญชีหรือผู้ที่มีอิทธิพลในการแสดงความคิดเห็นในโลกออนไลน์ที่สนใจ และต้องการดึงข้อมูล ติดตามข้อมูลที่มีการปฏิสัมพันธ์ในบัญชีนั้น ๆ
8. Campaign Based Dashboard หมายถึง การแสดงผลหรือการสร้างหน้าแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้การรณรงค์หรือโฆษณาเป็นหลัก (Campaign Based)
9. Subject Based Dashboard หรือ Category Based Dashboard หมายถึง การแสดงผลหรือการสร้างหน้าแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้หัวข้อหรือหัวเรื่องที่สนใจเป็นกลุ่ม
10. Matrix Coding หมายถึง การประมวลผลข้อมูลที่ไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured Data) ให้อยู่ในรูปแบบการนับจำนวนข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มหรือในรูปแบบที่ผู้ใช้กำหนด เช่น จำนวนตามเพศ จำนวนตามความรู้สึก จำนวนตามช่องทาง จำนวนตามเวลา จำนวนตามสถานที่
11. Transaction Data หมายถึง การประมวลผลข้อมูลที่ไม่เป็นโครงสร้าง (Unstructured Data) ให้อยู่ในรูปแบบรายการข้อมูลดิบโดยกำหนดให้มีเขตข้อมูล (Field/Attribute) ของแต่ละข้อความ (Message)
12. ระบบทำความสะอาด (Cleansing) หมายถึง ระบบทำความสะอาดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา และตัดป้ายข้อมูล หรือจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา หรือจัดการข้อมูลขยะหรือข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องได้

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....
 กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....
 กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....


 กงทิพรากง


วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....


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
14. Campaign หรือ Template หรือ Project หมายถึง รายงานที่แสดงผลการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยนำเสนอในลักษณะแดชบอร์ด สถิติที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล และเนื้อหาข้อความที่ดึงจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยในแต่ละรายงานจะแยกเป็นเนื้อหาแต่ละเรื่องสำหรับผู้วิจัยหรือนักวิเคราะห์ข้อมูลสนใจ

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (..นางสาวมณฑา..ชยาวกรวิกรม...) ลงนาม.....

กรรมการ (..นางสาวพิมพ์ลักษณ์..กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (..นายวิษณุวิสิฐ..เดชสิงห์...) ลงนาม.....


 กิ่งกัญญา
 กิ่งกัญญา

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

ภาคผนวก ข

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพ (Performance Criteria)

ในการพิจารณาผู้เสนอราคามีหลักเกณฑ์ในการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา ดังนี้


1. ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนด และมีเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนตามที่กำหนดในเอกสาร
2. ผลลัพธ์ที่ผู้เสนอราคามีข้อกำหนดที่ถูกต้อง และครบถ้วน ตามคุณลักษณะเฉพาะที่ทาง สพร. กำหนด
3. การพิจารณาผลจะพิจารณาจากราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) (5.2 (1)) คุณภาพ และคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ (Performance) (5.2 (2)) รวมกัน โดยมีหลักเกณฑ์พิจารณาผลคะแนนรวม 2 ระดับคือผ่านเกณฑ์คือช่วงคะแนนที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 80-100 และต่ำกว่าเกณฑ์คือช่วงคะแนนที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 0-79 ซึ่งพิจารณาผลผู้เสนอราคาที่มีคะแนนจากหลักเกณฑ์ราคาและหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาสูงสุดเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก
4. ผู้เสนอราคาจะต้องแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน (เสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขาย เสนอผลงานที่เกี่ยวข้องของผู้ขายที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาค่าประสิทธิภาพทั้งด้านระบบและความเชี่ยวชาญทางด้าน Social Listening, Social Monitoring, Social Conversion, Social Academy หรืออื่น ๆ) และแสดงรายชื่อแหล่งข้อมูล (Source) ที่ระบบสามารถดึงได้
5. ผู้เสนอราคาจะต้องสร้างรายงานแสดงผลการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ตามเรื่อง ที่ สพร. กำหนดจำนวน 1 เรื่องคือ “โควิด 19” โดยกำหนดช่วงเวลาที่ทำกรดึงข้อมูลเป็นเวลาอย่างน้อย 30 วันก่อนวันนำเสนองาน และรายงานแสดงผลการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ตามเรื่องที่ผู้เสนอราคานำเสนองานจำนวน 1 เรื่อง โดยกำหนดช่วงเวลาที่ทำกรดึงข้อมูลเป็นเวลาอย่างน้อย 30 วันก่อนวันนำเสนองาน และอนุญาตให้ทาง สพร. เข้าไปตรวจสอบรายงานดังกล่าวจากระบบที่ผู้เสนอราคานำเสนอได้ทั้งในวันเสนองานและหลังวันเสนองานเพื่อประโยชน์ต่อการพิจารณาค่าประสิทธิภาพ
6. การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) จะพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลัก 2 ตัวแปรคิดเป็น 100 คะแนนตามค่าน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้
 - 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30 ของคะแนนรวม
 - 2) ข้อเสนอด้านเทคนิค คุณภาพ และคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ (Performance) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70 ของคะแนนรวม โดยคะแนนรวมประกอบด้วยเกณฑ์พิจารณาคือ

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑล ชยภรวิกรม) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เถษรสิทธิ์) ลงนาม.....


 อนุมัติ
 อนุมัติ

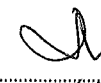
วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน	เกณฑ์การประเมิน
<p>1) ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน (เสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขาย ผลงานของผู้ขายทั้งด้านระบบและความเชี่ยวชาญทางด้าน Social Listening, Social Monitoring, Social Conversion, Social Academy หรืออื่น ๆ)</p>	10	<p>10 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการระดับมากที่สุด และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบชัดเจน</p> <p>8 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการระดับมาก และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบชัดเจน</p> <p>6 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการระดับปานกลาง และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบไม่ชัดเจน</p> <p>4 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการน้อย และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อแบบไม่ชัดเจน</p> <p>2 คะแนน -- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการน้อยมาก และนำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขายไม่ตรงกับคุณลักษณะองค์กรของผู้ซื้อ</p> <p>0 คะแนน -- ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินการ และไม่นำเสนอประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของผู้ขาย</p>
<p>2) ความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนด (จำนวนช่องทาง ความสามารถการทำงานของ</p>	20	<p>20 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อ รวมทั้งนำเสนอเทคนิคหรือข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของผู้ซื้อ หรือมีข้อเสนอทางเทคนิคข้อใดข้อหนึ่งที่โดดเด่นที่สามารถสนับสนุนการทำงานของผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑา ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....
 กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....
 กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....


 นางสาวพิมพ์ลักษณ์
 กรรมการ

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักคะแนน	เกณฑ์การประเมิน
ระบบ คุณภาพการทำงาน ของระบบตามคุณสมบัติตาม รายละเอียดคุณลักษณะ เฉพาะและข้อกำหนด)		<p>16 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อแต่ไม่ชัดเจน รวมทั้งนำเสนอเทคนิคหรือข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของ ผู้ซื้อ</p> <p>12 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อแต่ไม่ชัดเจนในบางรายการ น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 25 ของจำนวนคุณสมบัติตาม รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขต</p> <p>8 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตทุกข้อแต่ไม่ชัดเจนในบางรายการ มากกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนคุณสมบัติตามรายละเอียด คุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขต</p> <p>4 คะแนน -- นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตไม่ครบทุกข้อ</p> <p>0 คะแนน -- ไม่นำเสนอความสามารถด้านเทคนิค ด้าน คุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และข้อกำหนดตามขอบเขต หรือขาดข้อเสนอความสามารถ ด้านเทคนิค ด้านคุณภาพ และคุณสมบัติตามรายละเอียด คุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดตามขอบเขตที่เป็นฟังก์ชัน การทำงานหลักของระบบ หากขาดไปจะทำให้ระบบไม่ สามารถสนับสนุนการทำงานของ ผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>
3) การพิจารณา ประสิทธิภาพของรายงาน แสดงผลการตั้งข้อมูลจากสื่อ สังคมออนไลน์ตามเรื่องที่	70	การพิจารณาคะแนนโดยการเปรียบเทียบระหว่างผู้ขาย โดย แบ่งระดับคะแนนของแต่ละข้อคือ โดดเด่น 10 คะแนน, ปาน กลาง/ธรรมดา 5 คะแนน, ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ของ สพร. 0 คะแนน ซึ่งแสดงรายการการวัดผลดังนี้

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑล ชยวกรวิกรม) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เกษรสิทธิ์) ลงนาม.....

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....

กรรมการ

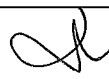
เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนัก คะแนน	เกณฑ์การประเมิน
<p>สพร. กำหนดจำนวน 1 เรื่อง โดยทาง สพร. เป็นผู้กำหนด ช่วงเวลาที่ทำกรดึงข้อมูล และรายงานแสดงผลการดึง ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ตามที่ผู้เสนอราคานำเสนอ จำนวน 1 เรื่อง โดยทาง สพร. เป็นผู้กำหนดช่วงเวลา ที่ทำการดึงข้อมูล โดย อนุญาตให้ทาง สพร. เข้าไป ตรวจสอบรายงานดังกล่าว จากระบบที่ผู้เสนอราคา นำเสนอ</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนช่องทาง (Channels) ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ ระบบดึงข้อความได้ (10 คะแนน) 2. จำนวนข้อความ (Message) ที่ดึงได้ในแต่ละรายงาน (10 คะแนน) 3. ความถูกต้องของค่าความรู้สึก (Sentiment) ที่แสดงผลบน รายงาน (10 คะแนน) 4. ความถูกต้อง (Correct) และความสอดคล้อง (Relevance) ของข้อความที่รวมอยู่ในรายงาน (10 คะแนน) 5. ความสามารถในการใช้งานง่าย (Usability) และเป็นมิตร กับผู้ใช้ (User Friendly) (10 คะแนน) 6. ฟังก์ชันการใช้งานของระบบ (Feature) ที่สนับสนุนการใช้งานของผู้ใช้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การแสดงสถานที่ (Location) การแสดงเพศ การแสดงเวลาที่พูด เป็นต้น (10 คะแนน) 7. จำนวนผู้ใช้ที่สามารถใช้งานได้พร้อม ๆ กัน (Concurrent User) (10 คะแนน)
คะแนนรวม		100

ลงนามผู้กำหนดขอบเขตของงาน

ประธานกรรมการ (นางสาวมณฑล ชยกรวิกรม) ลงนาม.....

กรรมการ (นางสาวพิมพ์ลักษณ์ กลางวิจิต) ลงนาม.....

กรรมการและเลขานุการ (นายวิษณุวิสิฐ เถษรสิทธิ์) ลงนาม.....



.....

.....

.....

วันที่...29 ธ.ค. 2563...

ครั้งที่...1.....