

**ขอบเขตการดำเนินงาน (Terms of Reference : Tor)**  
**จ้างเหมาออกแบบและผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับภารกิจและกิจกรรมของกองทุนฯ**  
**เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์องค์กร**

**๑. หลักการและเหตุผล**

ธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง อีกทั้งการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีนวัตกรรมต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอนเพื่อพัฒนานวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ได้สำเร็จ ซึ่งกระบวนการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะสำเร็จได้ ต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุน เช่น เงินทุน บุคลากรวิจัย โครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ รัฐบาลจึงมีนโยบายและมาตรการสนับสนุนทางการเงินเพื่อช่วยลดภาวะความเสี่ยงด้านการลงทุนทางธุรกิจของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ ๙ สิงหาคม ๒๕๕๙ ให้จัดตั้ง กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation-Based Enterprise Development Fund หรือ TED Fund) ในกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งปัจจุบันรวมอยู่ภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เพื่อการดำเนินงานสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายใหม่ ให้สามารถดำเนินธุรกิจบนฐานขององค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และเป็นตัวเร่งสำคัญในการเพิ่มปริมาณการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน และก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มีความก้าวหน้าและยั่งยืน

ด้วยวัตถุประสงค์ดังกล่าว กองทุนฯ มีการดำเนินงานเพื่อสื่อสาร สร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการสนับสนุนทุน องค์ความรู้ และการเสริมสร้างศักยภาพในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จัก ประกอบกับในปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามามีบทบาทต่อสังคมและมีอิทธิพลต่อผู้คนเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถใช้งานได้หลากหลาย สื่อสารกันได้โดยตรงและเข้าถึงผู้คนในวงกว้าง ส่งผลให้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในแพลตฟอร์มต่างๆ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

เพื่อรักษาและขยายฐานเครือข่ายผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการติดตามข่าวสารเป็นหลัก ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารครอบคลุมมากที่สุด ตลอดจนข่าวสารการดำเนินงานของกองทุนฯ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรจึงได้วางแผน **จ้างเหมาออกแบบและผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับภารกิจและกิจกรรมของกองทุนฯ เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์องค์กร** โดยให้มีการจัดทำข้อมูลเพื่อสนับสนุนภารกิจกองทุนฯ และข้อมูลเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการ SMEs และ Startup และดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์และออฟไลน์ให้มากขึ้น เพื่อสร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์และออฟไลน์ จนกระทั่งนำมาสู่การเป็นข้อมูลเพื่อพิจารณาเข้าร่วมโครงการสนับสนุนทุนของกองทุนฯ ต่อไป

**๒. วัตถุประสงค์**

๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของกองทุนฯ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารการดำเนินงานของกองทุนฯ ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์

๒.๓ เพื่อให้สื่อสังคมออนไลน์หลักของกองทุนฯ เป็นศูนย์กลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และสร้างองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ

๒.๔ เพื่อรักษาฐานสมาชิกเดิมและขยายฐานเพิ่มเครือข่ายผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของกองทุนฯ

๒.๕ เพื่อบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ของกองทุนฯ ให้มีความเข้มแข็ง สอดรับกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน

### ๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ สื่อมวลชน

๓.๒ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

๓.๓ กลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup)

๓.๔ กลุ่มภาคสังคม (Social Sector) ที่ต้องการศึกษาแนวทางและนโยบายการสนับสนุนทุน

๓.๕ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และบุคลากรในสถาบันการศึกษา (Education Sector) ที่ต้องการทราบแนวทางในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์

๓.๖ กลุ่มประชาชนทั่วไป (Public Sector) ที่สนใจในการยกระดับธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

### ๔. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นเสนอให้แก่กองทุนฯ ณ วันประกาศประกวดอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า กิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน เว้นแต่ในกรณีกิจการร่วมค้าที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๔.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีผลการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะ

การจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตาม (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๔.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับงานที่ประกาศจ้างดังกล่าว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๔๐๐,๐๐๐.-บาท (หนึ่งล้านสี่แสนบาทถ้วน) เป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาเดียว และทำสัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยผู้เสนอราคาจะต้องส่งเอกสารหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาหรือสำเนาใบสั่งซื้อ/สั่งจ้าง มาประกอบการพิจารณา

## ๕. ลักษณะการดำเนินงาน

๕.๑ วางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ ของกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund)

๕.๒ บริหารเครื่องมือสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เช่น Facebook : [www.facebook.com/tedfund.most.th](http://www.facebook.com/tedfund.most.th) เว็บไซต์, YouTube, X, Instagram, Line Official Account และ TikTok

๕.๓ สื่อสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อออฟไลน์ อาทิ การจัดเสวนา

๕.๔ สรุปผลการดำเนินงาน

## ๖. รายละเอียดของงาน หรือคุณลักษณะเฉพาะ

เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และบริหารจัดการสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ของกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้รับจ้างจะต้องมีความรับผิดชอบการดำเนินงาน ดังนี้

๖.๑ ผู้รับจ้างต้องวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ วางแผนการผลิตเนื้อหา การลงบทความ หรือการ Post เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ รวมถึงวางแผนการใช้สื่อและเครื่องมือสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนเป็นหัวข้อ ดังนี้

ก. แนวคิดการจัดวาง Content และแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์

ข. แผนการใช้สื่อออนไลน์และออฟไลน์

ค. เครื่องมือสื่อออนไลน์ ที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการปฏิบัติงานรายเดือน ที่ครอบคลุมระยะเวลาการทำงานตามที่ได้ทำสัญญาไว้กับ กองทุนฯ โดยให้กำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Online) และระยะเวลาการสื่อสาร ที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างต้องส่งแผนให้กองทุนฯ พิจารณาทุกสัปดาห์ที่ ๑ ของเดือน

๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำและบริหารเครื่องมือสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของกองทุนฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอแต่ละสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ ซึ่งจะต้อง นำเสนอการดำเนินการผลิตเนื้อหา บทความ หรือการ Post เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ รูปภาพนิ่ง รูปภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ และการโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยสื่อสังคมออนไลน์ของ กองทุนฯ ที่กำหนดให้จัดทำและบริหารจัดการ มีดังนี้

- บริหารจัดการ [www.facebook.com/tedfund.most.th](http://www.facebook.com/tedfund.most.th)
- บริหารจัดการ X ของกองทุนฯ
- บริหารจัดการ Instagram ของกองทุนฯ
- บริหารจัดการ Line Official Account ของกองทุนฯ
- บริหารจัดการ YouTube Channel ของกองทุนฯ
- บริหารจัดการ TikTok ของกองทุนฯ

๖.๒.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ Facebook Page ([www.facebook.com/tedfund.most.th](http://www.facebook.com/tedfund.most.th)), X และ Instagram ของกองทุนฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๖.๒.๑.๑ ดำเนินการจัดทำเนื้อหาพร้อมสื่อประกอบ ให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบันเพื่อ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในรูปแบบ

- ๑) คลิป Motion graphic ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนช่องทางละไม่น้อยกว่า ๑๐ คลิป
- ๒) Infographic square size จำนวนช่องทางละไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน
- ๓) Photo album จำนวน ๕ หน้า จำนวนช่องทางละไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน
- ๔) Info GIF square size จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้นงาน
- ๕) Template สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์บน Facebook ของกองทุนฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐

ชิ้นงาน

- ๖) Banner campaign จำนวนช่องทางละไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น
- ๗) Poster PR campaign จำนวนช่องทางละไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น  
(PDPA+กฎหมายลิขสิทธิ์ ททรัพย์สินทางปัญญา)

๘) จัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมให้กับสมาชิกใน ชุมชนออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง พร้อมจัดทำของรางวัลจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นต่อกิจกรรม และบริหารจัดการ ส่งมอบของรางวัลให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จัดส่งให้กองทุนฯ พิจารณาเห็นชอบ ก่อนดำเนินการเผยแพร่

๖.๒.๑.๒ ดำเนินการเผยแพร่เนื้อหาพร้อมสื่อประกอบที่ผู้รับจ้างดำเนินการจัดทำ ตามรายละเอียด การดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑.๑

๖.๒.๑.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ Post ข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ ของกองทุนฯ เพื่อประชาสัมพันธ์กองทุนฯ และข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตามที่กองทุนฯ มอบหมาย โดยกองทุนฯ จะเป็นผู้ส่งข้อมูลให้ผู้รับจ้าง

๖.๒.๑.๔ ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการตามรายละเอียดการดำเนินงาน ข้อ ๖.๒.๑.๑ ข้อ ๖.๒.๑.๒ และข้อ ๖.๒.๑.๓ นับจากวันที่กองทุนฯ เห็นชอบแผนกลยุทธ์ โดยดำเนินการจัดทำ รวมถึงซื้อสื่อโฆษณา เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตามและมีส่วนร่วม (Social Media Engagement) โดยดำเนินการให้มีจำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Facebook รวมไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ Reach และมียอดถูกใจเพจ Facebook เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ Likes และดำเนินการให้มีจำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Instagram จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ Reach

๖.๒.๒ ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ Line ของกองทุนฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๖.๒.๒.๑ ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ Line Official Account ของกองทุนฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งควบคุมดูแลระบบให้สามารถดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวดเร็วตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ได้ทำสัญญากับกองทุนฯ

๖.๒.๒.๒ บริหารจัดการเนื้อหาพร้อมสื่อประกอบให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในรูปแบบของการบอร์ดแคชข้อความ โดยเรื่องเนื้อหาที่มีความน่าสนใจในการเผยแพร่ ในรูปแบบของ Info Square size หรือ Photo Album จำนวน ๕ หน้า ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน รวมกันจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕ ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานและจัดส่งให้กองทุนฯ พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการเผยแพร่

๖.๒.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ YouTube Channel ของกองทุนฯ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๖.๒.๓.๑ ดำเนินการเผยแพร่คลิปวิดีโอ ข้อมูล กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ของกองทุนฯ อย่างต่อเนื่องไปยัง YouTube Channel ตามที่กองทุนฯ มอบหมาย ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน โดยกองทุนฯ จะเป็นผู้ส่งข้อมูลให้ผู้รับจ้าง

๖.๒.๓.๒ ผู้รับจ้างต้องนำคลิปวิดีโอที่ตัดต่อและได้รับความเห็นชอบจากกองทุนฯ ให้เผยแพร่แล้วตามรายละเอียดการดำเนิน ข้อ ๖.๒.๔.๑ ไปโพสต์บน YouTube Channel ของกองทุนฯ ในรูปแบบ YouTube shorts และผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำ รวมถึงซื้อสื่อโฆษณา เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตามและมีส่วนร่วม (Social Media Engagement) โดยดำเนินการให้มีจำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง YouTube shorts รวมไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ Views

๖.๒.๔ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ Tiktok ของกองทุนฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๖.๒.๔.๑ ดำเนินการจัดทำเนื้อหาพร้อมสื่อประกอบให้มีความน่าสนใจ ตามความนิยมในปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทและภารกิจของกองทุนฯ รวมถึงข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ในรูปแบบ VDO ไม่น้อยกว่า ๑ นาที แนวตั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน และจัดส่งให้กองทุนฯ พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการเผยแพร่

๖.๒.๔.๒ ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการตามรายละเอียดการดำเนิน ข้อ ๖.๒.๕.๑ นับจากวันที่เริ่มทำสัญญากับกองทุนฯ โดยดำเนินการจัดทำ รวมถึงซื้อสื่อโฆษณา เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ เกิดการติดตามและมี

ส่วนร่วม (Social Media Engagement) จำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทาง Tiktok รวมไม่น้อยกว่า ๒๕๐,๐๐๐ Reach และมียอดถูกใจแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๕๐๐ Likes

๖.๒.๔.๓ ผู้รับจ้างต้องนำคลิปวิดีโอที่ตัดต่อและได้รับความเห็นชอบจากกองทุนฯ ให้เผยแพร่แล้ว ตามรายละเอียดการดำเนิน ข้อ ๖.๒.๔.๑ ไปโพสต์บนช่องทางสื่อออนไลน์ของกองทุนฯ ได้แก่

(๑) Facebook ในรูปแบบของ Reels Facebook

(๒) Instagram ในรูปแบบของ Reels Instagram

และจัดส่งให้กองทุนฯ พิจารณาเห็นชอบ ก่อนดำเนินการเผยแพร่

๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ให้กองทุนฯ อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน ดังนี้

๖.๓.๑ จัดเสวนาเพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน ความสำเร็จ และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) จำนวน ๑ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ และผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน

๖.๓.๒ จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ภารกิจกองทุนฯ อาทิ โปสเตอร์ ขนาด A๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชิ้น และนำไปประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่าง ๆ อาทิ มหาวิทยาลัย ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ และองค์กรภาคประชาสังคม เป็นต้น

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมบุคลากร สำหรับประสานงานตลอดกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดเตรียมบุคลากรจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน สำหรับประสานงานทุกขั้นตอนในการดำเนินงานตลอดกิจกรรม ตามระยะเวลาที่ได้ลงนามสัญญากับกองทุนฯ

๖.๕ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแบบประเมินออนไลน์ในรูปแบบภาษาไทย สำหรับผู้ติดตามในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ว่าจ้างในช่องทางต่างๆ โดยดำเนินการตามรายละเอียดดังนี้

๖.๕.๑ ร่วมประชุมกับผู้ว่าจ้างเพื่อนำเสนอแนวทางและกำหนดขอบเขตแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมแผนงานการสำรวจการรับรู้

๖.๕.๒ จัดทำกลยุทธ์ในการเสริมสร้างการรับรู้ และแผนการดำเนินงาน ที่มีการกำหนดผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) อย่างชัดเจน ตลอดจนจัดเตรียมเครื่องมือการสำรวจการรับรู้ และดำเนินการสำรวจการรับรู้ตามแผนที่นำเสนอต่อกองทุนฯ ไว้ให้เรียบร้อย

๖.๕.๓ สรุปผลการสำรวจและวิเคราะห์ผลการสำรวจการรับรู้ทางสื่อออนไลน์ โดยต้องมีข้อมูลสรุปผล อาทิเช่น กลุ่มเป้าหมายของการสำรวจ (เพศ, อายุ, ที่อยู่อาศัย ฯลฯ), ข้อเสนอแนะการพัฒนาการสร้างการรับรู้ของกองทุนฯ หรือข้อเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการพัฒนาการสื่อสารของกองทุนฯ และนำเสนอต่อผู้ว่าจ้างให้พิจารณาก่อนจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์

โดยทุกขั้นตอนการดำเนินงานสำรวจการรับรู้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามแผนงานที่เสนอกับทางกองทุนฯ และหากมีการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขแนวทางการดำเนินงาน ต้องแจ้งให้กองทุนฯ พิจารณาแผนงานหรือแนวทางใหม่ทราบก่อนทุกครั้ง ก่อนการดำเนินงาน

## ๗. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในใบสั่งจ้าง/สัญญาจ้าง

#### ๘. การส่งมอบงานและการจ่ายค่าจ้าง

การส่งมอบงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งรายงานผลการดำเนินงานโดยมีรายละเอียดแสดงผลการดำเนินงานตามแผนการ และเอกสารตัวอย่างชิ้นงาน สรุปผลการดำเนินงานรูปแบบเอกสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน ๒ ชุด การจ่ายค่าจ้าง จะแบ่งจ่ายเป็น ๓ งวด ของค่าจ้างแต่ละรายการดังนี้

**งวดที่ ๑** จำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขตของงานตามข้อ ๖ ซึ่งกำหนดระยะเวลาให้ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน ๑๕ วัน นับจากวันลงนามในสัญญาได้แล้วเสร็จครบถ้วน และ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว โดยมีหลักฐานประกอบการส่งมอบงาน ดังนี้

๑) หนังสือส่งมอบงาน

๒) แผนการดำเนินงานพร้อมรายละเอียดประกอบ ตามการดำเนินงานข้อ ๖

**งวดที่ ๒** จำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานครั้งที่ ๑ ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว โดยมีหลักฐานประกอบการส่งมอบงาน ดังนี้

๑) หนังสือนำส่งมอบงาน

๒) รายงานการดูแลรักษา Account สื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔

๓) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔

๔) รายงานการจัดทำ Artwork หรือ Graphic ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๕ ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔

๕) รายงานการจัดทำและเผยแพร่ คลิป VDO ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔

๖) รายงานการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔

๗) รายงานความคืบหน้าการสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม และสถิติการดำเนินงานต่างๆ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔

๘) รายงานการดำเนินงานการจัดเสวนา จำนวน ๑ ครั้ง ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๓.๑

๙) รายงานการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ ขนาด A๓ และการนำไปประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่างๆ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๓.๒

๑๐) รายงานความคืบหน้าการสำรวจการรับรู้ของผู้ติดตามในช่องทางออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงาน ข้อ ๖.๕

๑๑) สรุปรายงานปัญหาต่าง ๆ ที่พบในการดำเนินงาน ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒, ๖.๓, ๖.๔ และ ข้อ ๖.๕ พร้อมแนวทางปรับปรุงการดำเนินงานในงวดที่ ๓



**งวดที่ ๓** จำนวนเงินร้อยละ ๔๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว โดยมีหลักฐานประกอบการส่งมอบงาน ดังนี้

- ๑) หนังสือนำเสนอผลงาน
- ๒) รายงานการดูแลรักษา Account สื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔
- ๓) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔
- ๔) รายงานการจัดทำ Artwork หรือ Graphic ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๒, ๖.๒.๓, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔
- ๕) รายงานการจัดทำและเผยแพร่ คลิป VDO ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔
- ๖) รายงานการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ ๖.๒.๑, ๖.๒.๓ และข้อ ๖.๒.๔
- ๗) รายงานความคืบหน้าการสำรวจการรับรู้ของผู้ติดตามในช่องทางออนไลน์ของกองทุนฯ ตามรายละเอียดการดำเนินงาน ข้อ ๖.๕
- ๘) รายงานฉบับสมบูรณ์ รวมถึงสรุปปัญหาต่าง ๆ ที่พบในการดำเนินงาน พร้อมแนวทางปรับปรุงการดำเนินงานสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งเอกสารส่งมอบงาน เมื่อแล้วเสร็จ ณ สำนักงานกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เลขที่ ๗๕/๔๗ อาคารพระจอมเกล้า ถ. พระราม ๖ เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

#### ๙. หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และการดำเนินงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และคาดว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ว่าจ้าง ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้เสนอราคาต่ำสุด ทั้งนี้ กองทุนฯ พิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

##### ๙.๑ เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

- เกณฑ์ทางด้านเทคนิค จำนวน ๑๐๐ คะแนน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๘๐
  - เกณฑ์ทางด้านราคา จำนวน ๑๐๐ คะแนน กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ ๒๐
- โดยกำหนดน้ำหนักรวมทั้งหมด เท่ากับร้อยละ ๑๐๐

##### ๙.๒ ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้แล้ว

๙.๓ คณะกรรมการพิจารณาผลฯ จะพิจารณาทั้งข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนอด้านราคา โดยพิจารณาผู้เสนอราคาที่ได้รับคะแนนรวมสุดท้าย ที่ได้คะแนนสูงสุด

ทั้งนี้ผลการพิจารณาการตัดสินของคณะกรรมการพิจารณาผลฯ ถือเป็นที่สุด  
โดยเกณฑ์การพิจารณาด้านเทคนิค ดังนี้

ข้อที่	เกณฑ์การพิจารณาทางด้านเทคนิค	คะแนน
๑	การวางแผนกลยุทธ์และประเด็นการสื่อสารออนไลน์และออฟไลน์	๕๐
	๑.๑ กลยุทธ์การวางแผนการสื่อสาร	๑๕
	๑.๒ แนวคิดการกำหนด Content รวมถึงประเด็นการสื่อสาร	๑๐
	๑.๓ มาตรการการดูแลรักษา Account สื่อออนไลน์ของกองทุนฯ	๑๐
	๑.๔ แนวทาง/ตัวอย่างการจัดทำ Content, รูปภาพ, อาร์ตเวิร์ค ที่ใกล้เคียงกับงานที่จะผลิตจริง	๕
	๑.๕ แนวทางการออกแบบของ Content ที่จะจัดทำบนสื่อออนไลน์และตัวอย่างให้เห็นภาพชัดเจน	๕
๒	แผนการใช้งานสื่อออนไลน์และออฟไลน์	๒๕
	๒.๑ แผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานโดยละเอียด	๑๐
	๒.๒ การวัดผลการมีส่วนร่วมของช่องทางการสื่อสารที่น่าเสนอ	๑๐
	๒.๓ กลยุทธ์ในการใช้สื่อเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ	๕
๓	แนวทางการสำรวจสร้างการรับรู้	๒๐
	๓.๑ แนวทางการสำรวจการรับรู้กลุ่มเป้าหมายช่องทางสื่อออนไลน์ของกองทุนฯ ทุกช่องทาง	๑๐
	๓.๒ ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจการรับรู้กลุ่มเป้าหมายของกองทุนฯ	๑๐
๔	ประสบการณ์บุคลากรและความพร้อมทีมงาน	๑๐
	๓.๑ ประวัติทีมงานบุคลากรที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญ	๕
	๓.๒ ประวัติองค์กร ผลงานและประสบการณ์การทำงานจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือและผลงาน ที่มีความใกล้เคียงกับโครงการ	๕

๑๐. วงเงินในการจัดจ้าง

ภายในวงเงิน ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน)

**๑๑. ค่าปรับงานจ้าง**

ในการส่งมอบงานดังกล่าว หากเกิดความบกพร่องในงาน กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม คิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของ ราคางานจ้าง

**๑๒. กำหนดยื่นราคา**

ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องกำหนดยื่นราคาอย่างน้อย ๙๐ วัน

**๑๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ**

กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดย ฝ่ายบริหารองค์กร

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ผู้ประสานงาน: นายนนท์ธีรภัทร แนวนเนื่อง

โทรศัพท์: ๐-๒๓๓๓-๓๗๐๐ ต่อ ๔๐๗๕ หรือ ๐๖๕-๙๘๖-๐๘๕๔

โทรสาร: ๐-๒๓๓๓-๓๗๖๔

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์: nontheerapat.n@mhesi.go.th

ผู้กำหนดขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference : TOR)



(นางสาวสาวิตรี กระจ่างศิवालัย)

ประธานกรรมการ



(นายนนท์ธีรภัทร แนวนเนื่อง )

กรรมการ

ศรีชญา บุญถาวร

(นางสาวพิริยา บุญถาวร)

กรรมการ