



ข้อกำหนดลักษณะเงื่อนไขและขอบเขตการดำเนินงาน (Terms of reference : TOR)  
จัดจ้างบริการด้านการจัดทำแผนกลยุทธ์และการสื่อสารองค์กร  
ภายใต้โครงการส่งเสริมเพื่อให้มีผู้เข้ารับการประเมินสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพ

สำนักที่รับผิดชอบ	สำนักส่งเสริมระบบคุณวุฒิวิชาชีพ
หัวหน้าโครงการ	นายณรงค์ ช้างแก้วมณี
ผู้ประสานงานโครงการ	นางสาวจุฑาภาศ เอี่ยมสระศรี

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยความท้าทายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคตทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะบริบทด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ พฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารของการเข้าถึงการสื่อสารในปัจจุบัน มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงและเกิดการใช้สื่อใหม่ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคนในยุคปัจจุบัน ทำให้กระบวนการจัดทำแผนการสื่อสารขององค์กรจำเป็นต้องมีการทบทวนและปรับปรุงให้เข้ากับสถานการณ์และบริบทของสังคมในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้มีส่วนได้และส่วนเสีย รวมทั้งสามารถสร้างเครื่องมือการสื่อสารขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการสร้างแบรนด์ขององค์กรให้เป็นที่จดจำและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้เกี่ยวข้อง นำไปสู่ความร่วมมือและการเข้าร่วมเข้าสู่การประเมินมาตรฐานอาชีพที่ตอบภารกิจสำคัญขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

การสร้างกลยุทธ์ด้านการสื่อสารที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ได้แก่ ๑๐ ประเด็นยุทธศาสตร์ และนโยบายระดับบัญชาการของรัฐบาลโดยเฉพาะเรื่องการเตรียมคนสู่ศตวรรษที่ ๒๑ และกรอบการปฏิรูปประเทศ เช่น ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) การสนับสนุนอุตสาหกรรมศักยภาพ การพัฒนากำลังคนทุกช่วงวัยสู่คนไทย ๔.๐ เป็นต้น โดยมีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาประเทศสู่ Thailand ๔.๐ ซึ่งทุกประเด็นล้วนพัฒนาโดยมี “คน” เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อน สถาบันฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการทบทวนยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อให้มีทิศทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการเป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.๒๕๖๐ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ รวมทั้งบริบทต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

การจัดทำกลยุทธ์และการสื่อสารองค์กร โดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมากด้วยประสบการณ์ในการจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารแก่องค์กรชั้นนำของประเทศ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผลงานที่เป็นที่ยอมรับแก่นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและสร้างประโยชน์ที่จะเกิดแก่สถาบันฯ ในการกำหนดทิศทางการสื่อสารขององค์กร เพื่อนำไปกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ให้มีความชัดเจนและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เคยมีอยู่จำกัด ลดอุปสรรคและสร้างโอกาสในการสื่อสารภารกิจขององค์กร



แก่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยกลยุทธ์ที่มีทิศทางอย่างเป็นรูปธรรม เข้าถึงและสามารถประเมินผลเพื่อนำไปทบทวนและสร้างมูลค่าทางการสื่อสารให้แก่สถาบันฯ ต่อไปในอนาคต

## ๒.วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้าสู่การประเมินฯ ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต และผู้ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของสถาบันฯ เข้าใจถึงประโยชน์ของการเข้าสู่การประเมินฯ กับสถาบันฯ

๒.๒ เพื่อให้สถาบันฯ เป็นองค์กรหลักด้านการผลักดันให้คนในอาชีพมีคุณวุฒิวิชาชีพ ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของสังคม

๒.๓ เพื่อให้เกิดการจัดทำกลยุทธ์และการสื่อสารองค์กร โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning) ทั้งระยะสั้นและระยะยาวแก่สถาบันฯ

๒.๔ เพื่อจัดทำกลยุทธ์การสื่อสาร (Brand Communication strategy) ทั้งการวางโครงสร้างหลักขององค์กรที่ชัดเจน สร้างให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและเข้าใจถึงบทบาทภารกิจขององค์กร และเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Brand Perception) ที่จะผลักดันให้ผู้ที่เกี่ยวข้องของสถาบันฯ ยอมรับและอยากเข้ามามีส่วนร่วมกับการประเมินมาตรฐานอาชีพ

## ๓.เป้าหมาย/ตัวชี้วัด

### ผลผลิต

สถาบันฯ มีทิศทางกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ครอบคลุมการใช้เครื่องมือ วิธีการสื่อสารและทิศทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการประเมินฯ ของคนในอาชีพ

### ผลลัพธ์

กลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจถึงประโยชน์ของภารกิจขององค์กร และมีจำนวนคนในอาชีพเข้าสู่การประเมินฯ กับสถาบันฯ มากขึ้น

## ๔.กรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน

๑๕๐ วัน โดยนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

## ๕.กรอบงบประมาณโครงการ

จำนวน ๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)



## ๖. ขอบเขตการดำเนินงาน

๖.๑ จัดทำกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันฯ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุง

อาทิ การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน ทั้งจากปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างรอบด้าน เป็นต้น ทั้งการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้กำหนดนโยบายด้านการสื่อสารของสถาบันฯ (Top Executive Interviews) และสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร ในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลและสร้างกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันฯ ให้มีความชัดเจนและสามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจง่าย โดยการศึกษาและวิเคราะห์ที่สรุปผลพร้อมข้อเสนอแนะให้นำมาสรุปเป็นกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวของสถาบันฯ

๖.๒ จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการการจัดทำกลยุทธ์หลักของการสื่อสาร (Brand Foundation Workshop) โดยผู้นำองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์จัดทำกลยุทธ์หลักขององค์กรอย่างน้อยจำนวน ๑ ครั้ง

๖.๓ จัดสัมมนาสร้างความเข้าใจการสื่อสารแบรนด์หรือการสื่อสารองค์กร พร้อมกลยุทธ์ที่สำคัญ แก่เจ้าหน้าที่ให้มีส่วนขับเคลื่อนกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร (Brand Foundation Seminar) อย่างน้อยจำนวน ๑ ครั้ง

๖.๔ นำเสนอแผนกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันฯ ฉบับสมบูรณ์ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างสรรค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทิศทางการสื่อสารขององค์กร การใช้เครื่องมือการสื่อสาร และงบประมาณที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และสถาบันฯ สามารถนำไปปฏิบัติและใช้งานได้จริง

## ๗. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๗.๑ มีผู้ที่สนใจเข้าประเมินสมรรถนะของบุคคลตามมาตรฐานอาชีพกับสถาบันฯ มากขึ้น

๗.๒ มีการจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันฯ คุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

๗.๓ มีการกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๗.๔ สถาบันฯ ทราบถึงวิธีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ง่าย และเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีประสิทธิภาพ

๗.๕ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของคนในอาชีพให้เข้าสู่อะไรๆ ที่เพิ่มขึ้นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ทั้งความเชื่อมั่นและสร้างการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและสากล

## ๘. คุณสมบัติของผู้เสนองาน

๘.๑ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพประกอบกิจการที่มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ กำหนดกลยุทธ์หลักในการสื่อสารขององค์กร ด้านการตลาด หรือการสร้างแบรนด์ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยมีประสบการณ์ และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของแบรนด์ชั้นนำในประเทศไทย ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี



๘.๒ เป็นนิติบุคคลที่มีบุคลากรที่มีผลงานรับผิดชอบดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร หรือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างภาพลักษณ์ หรือกิจกรรมทางการตลาด หรือการสร้างสรรคกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร หรือในลักษณะงานที่มีความคล้ายกับโครงการ ซึ่งแต่ละผลงานมีงบประมาณดำเนินการไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ภาครัฐจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แห่ง และภาคเอกชนระดับมหาชนไม่น้อยกว่า ๓ แห่ง

๘.๓ ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็น ผู้ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๘.๔ ต้องไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้อื่น ข้อเสนอรายอื่น ณ วันที่ได้รับหนังสือเชิญชวนให้เข้ายื่น ข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๘.๕ ต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่น ข้อเสนอได้มีคำสั่งสละสิทธิความคุ้มกันเช่นนั้น

#### ๙. เงื่อนไขทั่วไปในการดำเนินงาน

๙.๑ การดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนจะต้องผ่านความเห็นชอบจากสถาบันฯ หรือ ผู้ที่สถาบันฯ มอบหมายทุกครั้ง

๙.๒ ผู้เสนองานสามารถจัดหาบุคลากรเข้ามาช่วยดำเนินงานเพิ่มเติมได้ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจาก สถาบันฯ หรือผู้ที่สถาบันฯ มอบหมาย เพื่อให้สามารถดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ สูงสุดตามวัตถุประสงค์โครงการ โดยผู้เสนองานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น

๙.๓ ผู้เสนองานที่ได้รับการคัดเลือก ต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือบางส่วนไปจ้างช่วงอีกครั้งหนึ่งโดยไม่ได้ ได้รับความยินยอมจากสถาบันฯ หรือผู้ที่สถาบันฯ มอบหมาย

๙.๔ ผู้เสนองานที่ได้รับการคัดเลือกต้องอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่สถาบันฯ มอบหมายให้ดำเนินการ ร่วมกับผู้เสนองาน และต้องเข้าร่วมประชุมปรึกษาหารือร่วมกับเจ้าหน้าที่ของสถาบันฯ ตามที่สถาบันฯ นัดหมาย ตลอดระยะเวลาของสัญญา

๙.๕ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงาน ผู้เสนองานที่ได้รับการคัดเลือกต้องดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน ตามแผนงานและกำหนดเวลาที่เสนอไว้ และต้องรับผิดชอบในการแก้ไขปรับปรุงตามที่สถาบันฯ กำหนด

๙.๖ หากมีความจำเป็นสถาบันฯ สามารถขอปรับเปลี่ยนบางกิจกรรมได้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และเพิ่มประสิทธิภาพของงาน โดยจะพิจารณาร่วมกับผู้เสนองานในด้านความเหมาะสมของงบประมาณ

#### ๑๐. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

สถาบันฯ จะชำระเงินค่าจ้างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยแบ่งออกเป็น ๔ งวด ดังต่อไปนี้



งวดที่ ๑ ร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด ภายในระยะเวลา ๓๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา และสถาบันฯ ได้ตรวจรับมอบไว้โดยถูกต้องครบถ้วนแล้ว โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

รายละเอียดของแผนการดำเนินงานที่จะจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารทั้งโครงการทั้งหมด ตามระยะเวลาและวัตถุประสงค์ของโครงการ พร้อมประเด็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้กำหนดนโยบายด้านการสื่อสารของสถาบันฯ (Top Executive Interviews) และสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร ในส่วนที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓ ชุด

งวดที่ ๒ ร้อยละ ๓๕ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด ภายในระยะเวลา ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และสถาบันฯ ได้ตรวจรับมอบไว้โดยถูกต้องครบถ้วนแล้ว โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

รายงานผลการศึกษาทบทวนและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน จากปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างรอบด้านที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารองค์กร โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับที่เป็นผู้กำหนดนโยบายด้านการสื่อสารของสถาบัน (Top Executive Interviews) จำนวน ๓ ชุด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลและวิเคราะห์เพื่อสร้างกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันฯ

งวดที่ ๓ ร้อยละ ๓๕ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด ภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และสถาบันฯ ได้ตรวจรับมอบไว้โดยถูกต้องครบถ้วนแล้ว โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

ผลวิเคราะห์และบทสรุปจากการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการการจัดทำกลยุทธ์หลักของการสื่อสาร (Brand Foundation Workshop) โดยผู้นำองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์จัดทำกลยุทธ์หลักขององค์กร จำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง

ผลวิเคราะห์และบทสรุปจากการจัดสัมมนาสร้างความเข้าใจการสื่อสารแบรนด์หรือการสื่อสารองค์กร พร้อมกลยุทธ์ที่สำคัญ แก่เจ้าหน้าที่ให้มีส่วนขับเคลื่อนกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร (Brand Foundation Seminar) จำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง

โดยจัดทำเป็นเอกสารรายงานผลจำนวน ๓ ชุด พร้อมบันทึกข้อมูลทั้งลงใน CD-ROM จำนวน จำนวน ๑ แผ่น

งวดที่ ๔ ร้อยละ ๑๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด ภายในระยะเวลา ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และสถาบันฯ ได้ตรวจรับมอบไว้โดยถูกต้องครบถ้วนแล้ว โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

นำเสนอแผนกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันฯ ฉบับสมบูรณ์ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างสรรค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทิศทางการสื่อสารขององค์กร การใช้เครื่องมือการสื่อสาร และงบประมาณที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และสถาบันฯ สามารถนำไปปฏิบัติและใช้งานได้จริง ทั้งการวางโครงสร้างหลักขององค์กรที่ชัดเจน แผนกลยุทธ์การสื่อสารทั้งระยะสั้นและระยะยาว วิธีและเครื่องมือการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลและมีประสิทธิภาพ พร้อมข้อเสนอแนะ จำนวน ๕ ชุด และบันทึกข้อมูลทั้งลงใน CD-ROM จำนวน ๕ ชุด จัดส่งมอบรายงานภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา



### ๑๑. ข้อกำหนดอื่นๆ

๑. การประสานงานระหว่าง สถาบันฯ และผู้รับจ้างในการทำงานตาม TOR นี้ จะต้องเป็นไปด้วยความ สะดวกรวดเร็ว

๒. เนื้อหา ไฟล์ภาพ รูปภาพ และสิ่งที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ใน TOR นี้ จะต้องมีความเหมาะสม ไม่ ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดี และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลใด ถ้าหากสิ่งใดที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ใน การวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ การผลิต การจัดทำสื่อตาม TOR นี้ เป็น งานอันมีทรัพย์สินทางปัญญา ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้สถาบันฯ มีสิทธิใช้ประโยชน์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดและไม่มี ค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม และในกรณีที่มิบุคคลใดกล่าวอ้างว่า สถาบันฯ ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลนั้น ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและค่าเสียหายในเรื่องดังกล่าวทั้งสิ้น

๓. การพิจารณาอนุมัติ ให้ความเห็นชอบ หรือวินิจฉัยใดเกี่ยวกับการทำงานตาม TOR นี้ ให้เป็นอำนาจของ สถาบันฯ

๔. ผลการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างผลิตและส่งมอบให้แก่ สถาบันฯ ตาม TOR นี้ จะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ สถาบันฯ มีสิทธิในการนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมอีก และผู้รับ จ้างจะนำไปจำหน่าย จ่าย โอน หรือสำเนาให้แก่บุคคลอื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจาก สถาบันฯ เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

๕. ราคาที่ผู้เสนอราคาจัดทำมาเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว

.....