

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย

การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใขงานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ : งานจ้างจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์การให้บริการช่องทางการสื่อสารออนไลน์
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ : ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ การรถไฟฯขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร : 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) : 22 กุมภาพันธ์ 2565
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น : 1,962,201.67 บาท (หนึ่งล้านเก้าแสนหกหมื่นสองพันสองร้อยหนึ่งบาทหกสิบเจ็ดสตางค์) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) : 1) บริษัท พรีงค์ ศรีเอชเอ็น จำกัด 2,051,190.00 บาท
2) บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด 1,995,015.00 บาท
3) บริษัท แรบบิทแอนด์จอห์น จำกัด 1,840,400.00 บาท
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) :

นายมารุต คงรำพึง	หัวหน้าแผนกอาวุโส ระดับ 10 แผนกการตลาด	ประธานกรรมการ
	กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	
นางสาวจารุวรรณ สมพงษ์	พนักงานบริหารพัสดุ ระดับ 6	กรรมการ
	แผนกจัดหาพัสดุทั่วไป 2	
	กองจัดหาพัสดุทั่วไป ฝ่ายจัดซื้อและบริการ	
นางสาวศมนมนัส ยุวจิตติ	พนักงานบริหารธุรกิจ ระดับ 7	กรรมการและเลขานุการ
	แผนกการตลาด	
	กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	

ดร.ม. ดุรงค์นิง

S. S. S.

จารุวรรณ สมพงษ์

ขอบเขตงานจ้างจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์การให้บริการช่องทางการสื่อสารออนไลน์

(Terms of Reference: TOR)

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคมที่มีภารกิจหลักในการพัฒนาโครงข่ายระบบรางซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบขนส่งมวลชน ให้มีประสิทธิภาพและครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน โดย รฟม. ได้ดำเนินการพัฒนาช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ได้แก่ Application และ Website ให้ข้อมูลบริการรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ที่อยู่ในความรับผิดชอบของ รฟม. และโครงการรถไฟฟ้าของหน่วยงานอื่น ซึ่งจะพร้อมเปิดให้บริการในปี 2565 เพื่อให้ประชาชนและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ได้เข้าถึงรายละเอียดข้อมูลและสามารถวางแผนการเดินทางในการใช้บริการรถไฟฟ้า MRT อีกทั้งผู้ใช้บริการช่องทางออนไลน์ดังกล่าวยังสามารถสมัครเป็นสมาชิก เพื่อรับข่าวสารและสิทธิประโยชน์ต่างๆ จาก รฟม. และจากการใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ได้ ดังนั้น รฟม. มีความจำเป็นต้องดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ Application และ Website ดังกล่าวในเชิงรุก โดยบูรณาการผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้ประชาชนและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเกิดการรับรู้ และมีส่วนร่วมใน Application รวมทั้งมีความผูกพันต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อประชาสัมพันธ์ Application และ Website เกี่ยวกับการให้บริการรถไฟฟ้าในเชิงรุก เพื่อเป็นทางเลือกให้ประชาชนและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เข้าถึงข้อมูลการให้บริการรถไฟฟ้า MRT ตลอดจนติดตามข่าวสาร กิจกรรม และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของรถไฟฟ้า MRT ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น และหันมาใช้บริการรถไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น
2. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด และใช้งาน Application ของ รฟม.
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ในการร่วมกิจกรรมต่างๆ ผ่าน Application และ Website เกี่ยวกับการให้บริการรถไฟฟ้า อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ รฟม.

3. กลุ่มเป้าหมาย

1. ประชาชนทั่วไปที่ต้องการค้นหา/ติดตาม ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT
2. ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เป็นประจำ เข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์เกี่ยวกับการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT

ดำรง
ดำรง
S. Sutti

ดำรง
ดำรง

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ ให้แก่ส่วนงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีผลงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้า หน่วยงาน หรือกิจกรรมขององค์กร และมีการบูรณาการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (แปดแสนบาทถ้วน) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง และสำเนาสัญญาจ้าง หรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อมขอบเขตงานดังกล่าว (หากมี) มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ โดย รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 การกำหนดแนวคิด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และแผนการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดการดำเนินงาน (Theme) จัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (Strategy Plan) และแผนการดำเนินงานโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) โดยบูรณาการการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานและดาวน์โหลด Application ของ รพม. ตามวัตถุประสงค์ของงาน รวมทั้งการสรุปผลการดำเนินงาน ตลอดระยะเวลาโครงการ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องทำการศึกษาการใช้งาน Application ของ รพม. เพื่อให้เข้าใจถึงคุณสมบัติและการใช้งานเบื้องต้น

ดร.ดร. ดร.ดร.ดร. S. S. S.

ศาสตราจารย์ ดร.ดร.ดร.

5.2 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องกันสำหรับการเผยแพร่ในทุกช่องทาง และต้องเหมาะสมกับช่องทางการสื่อสารประเภทนั้น ๆ โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนองานออกแบบสื่อและรูปแบบการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทั้งหมดให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อนที่จะดำเนินการผลิตสื่อและจัดกิจกรรมต่อไป ดังนี้

5.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ ผลิต รวมทั้งติดตั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ในการประชาสัมพันธ์ Application ของ รฟม. ณ สถานีรถไฟฟ้า MRT และบริเวณพื้นที่ของ รฟม. เพื่อให้ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ได้รับความรู้โดยทั่วกัน ดังนี้

1) โปสเตอร์ ชนิด sticker PVC/PP Outdoor แบบต้านอายุการใช้งานขั้นต่ำ 1 ปี สามารถลอกออกได้โดยไม่ต้องทราบสกปรก ขนาด A3 จำนวนไม่ต่ำกว่า 100 แผ่น พร้อมติดตั้งบริเวณสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง อาคารจอดรถของ รฟม. รวมทั้งภายในสำนักงาน รฟม. หรือสถานที่ตามที่ รฟม. กำหนด

2) โบรชัวร์ / Leaflet กระดาษอาร์ตมัน ความหนาไม่ต่ำกว่า 90 แกรม พิมพ์ 4 สี 2 ด้าน 2 พับ ขนาดกางออกไม่เกิน A4 แนะนำเส้นทางการเดินทางอย่างง่าย และมีข้อมูลเชื่อมโยง เช่น QR Code สำหรับการดาวน์โหลด Application จำนวนไม่ต่ำกว่า 10,000 ชิ้น

5.2.2 คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์

1) ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาที่สร้างการรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติเด่นของ Application ของ รฟม. และสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับโดยรวม เพื่อเป็นการเชิญชวนให้เกิดการดาวน์โหลด โดยผู้รับจ้างจะต้องส่ง Draft ผลงานให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน ดังนี้

1. คลิปวิดีโอความยาว 60 วินาที จำนวน 1 ชุด
2. นำคลิปวิดีโอความยาว 60 วินาที มา Cut Down 30 วินาที จำนวน 1 ชุด

2) ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่น้อยกว่า 15 วินาที จำนวน 4 ตอน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับคุณสมบัติหลักของ Application 4 คุณสมบัติ ซึ่งได้แก่

1. การตรวจสอบเส้นทางการเดินทาง ค่าโดยสาร และเวลาการเดินทาง
2. การให้บริการอาคารและลานจอดรถ การตรวจสอบพื้นที่จอดรถว่าง
3. ข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่น
4. การเข้าร่วมรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น ร่วมเล่นเกม การสมัครร่วมกิจกรรม เป็นต้น

3) คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ทุกชุดจะต้องมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 1280 x 720 หรือ 1920 x 1080 pixels (16:9) รูปแบบไฟล์ .avi ขนาดไม่เกิน 50 MB

4) ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ให้เสียงบรรยายที่มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียงอักขระถูกต้องชัดเจน โดยจะต้องนำเสนอเสียงของผู้บรรยายให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

5) ภาพและเสียงที่ใช้ประกอบการผลิตคลิปวิดีโอสั้นจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

ดำรง ดงรังษิ์ S. Katti

ดำรง ดงรังษิ์

5.2.3 สื่อสังคมออนไลน์

1) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online Content) สำหรับเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ รฟม. เช่น Website, Facebook, Line และ Twitter เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาโครงการ (ไม่รวมการปรับขนาดของสื่อเพื่อนำไปเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ) โดยจะต้องมีการนำเสนอรูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์อย่างน้อย 2 รูปแบบ/ชิ้นงาน ให้ รฟม. พิจารณาคัดเลือกและเห็นชอบก่อน

2) ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.3 1) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง

ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียด เช่น ระยะเวลาและกลุ่มเป้าหมายสำหรับการซื้อพื้นที่โฆษณาทาง Facebook ให้ รฟม. เห็นชอบก่อน

5.2.4 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบการจัดบูธกิจกรรม และกิจกรรมออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด Application ของ รฟม. ดังนี้

1) การจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง
- ผู้รับจ้างจะต้องสำรวจ จัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรม และนำเสนอ รฟม. (ในกรณีการใช้พื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าของ รฟม. จะไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้สถานที่)
- ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและติดตั้งบูธให้ตรงตามแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับ รฟม. โดยมีขนาดบูธกิจกรรมขนาดไม่ต่ำกว่า 2 x 3 เมตร
- ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีทีมงานอย่างน้อย 5 คน พร้อมจัดเตรียมเครื่องแต่งกายของทีมงาน และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด สำหรับการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง

2) การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง
- ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการร่วมกิจกรรมออนไลน์ เช่น ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ของ รฟม. หรือช่องทางออนไลน์อื่นๆ โดยให้มีการเชื่อมโยงให้เกิดการดาวน์โหลด Application ของ รฟม. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม
- มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 200 ราย/ครั้ง

5.3 การประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานความก้าวหน้าในการดำเนินงาน (Progress Report) ส่งให้ รฟม. ทุก 30 วัน นับถัดจากวันที่ รฟม. กำหนดให้เริ่มปฏิบัติงาน ตลอดจนเสร็จสิ้นการดำเนินงานและจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ส่งให้ รฟม. เมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินงานทั้งหมด ซึ่งมีรายละเอียดผลการดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผลการจัดกิจกรรม ผลการรับรู้และเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นอย่างน้อยในรายงานดังกล่าว

อรุณ อรุณโรจน์ S. S. S.

การรณ อรุณโรจน์

6. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

รฟม. จะพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้างโดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

1. ราคาที่เสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาราคา (Price) โดยระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ โดยผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดจะได้ 100 คะแนน

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (คะแนนเต็ม 200 คะแนน)

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการไม่ต่ำกว่า 140 คะแนน ถึงจะเป็นผู้ที่ผ่านคุณสมบัติทางด้านเทคนิค ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1. แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ มีการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน มีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ และมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างบูรณาการ โดยพิจารณาจาก - ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงาน และความเข้าใจการใช้งาน Application ของ รฟม. - สามารถนำเสนอแนวคิด (Theme) ได้อย่างมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มี Key message ที่จะใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจน - สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับคุณสมบัติของ Application ได้อย่างน่าสนใจ	60 คะแนน
2. ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง 2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ขนาด A3) จำนวน 1 ชิ้น - ผลงานที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ ความสวยงามโดยรวม มีความสวยงามสะดุดตา การจัดวางองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม - สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย - มีเทคนิคพิเศษ/วิธีนำเสนอในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสารนั้น ๆ เช่น QR Code สำหรับการดาวน์โหลด Application เป็นต้น	95 คะแนน 30 คะแนน

ดำรง ดงรัตน์ S. Sattit

อารรรณ พิมพ์ชัย

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<p>2.2 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ Application ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวน 1 คลิป</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลงานที่นำเสนอมีเนื้อหาและนำข้อมูลคุณสมบัติของ Application มาเรียบเรียง และถ่ายทอดได้เข้าใจง่ายและถูกต้อง - มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การใช้ Animation, infographic, Sound Effect, Computer Graphic 2D&3D, Motion graphic การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริง มาประกอบเป็นต้น 	35 คะแนน
<p>2.3 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย และกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด Application ทั้งการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ และกิจกรรมออกบูธ 	30 คะแนน
<p>3. แผนการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ ซึ่งระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่มีความเป็นไปได้จริง และสอดคล้องกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามขอบเขตของงาน 	20 คะแนน
<p>4. ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม.</p>	25 คะแนน
รวม	200 คะแนน

7. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอพร้อมจัดส่งเอกสารหลักฐานด้านเทคนิค ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) ดังนี้

- แนวคิด (Theme) แผนกลยุทธ์ (Strategy Plan) พร้อม Key Message เสมือนจริงในการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ Application และ Website ของ รพม. โดยมีการบูรณาการใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตามข้อ 5.1
- รายละเอียด จำนวน และรูปแบบของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดตามข้อ 5.2.1 – 5.2.3
- ตัวอย่างการออกแบบชิ้นงานประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์) ขนาด A3 สำหรับการประชาสัมพันธ์ Application ของ รพม. จำนวน 1 ชิ้น ตามข้อ 5.2.1 1)
- ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard สำหรับจัดทำชิ้นงานคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ Application ของ รพม. ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวน 1 คลิป ตามข้อ 5.2.2
- แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. ตามข้อ 5.2.3
- แผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.4
- แผนการดำเนินงานทั้งหมดโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่สามารถจัดทำได้จริง
- ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม. ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและมีประโยชน์

ดร.ต. ดุรงค์

S. Sutti

การรณ ดิมพงษ์

ทั้งนี้ ให้ผู้ยื่นข้อเสนอ คัดเลือกชิ้นงานที่ดีที่สุดเพียงรูปแบบเดียวในแต่ละข้อ เพื่อให้ รพม. พิจารณา หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดนำเสนอชิ้นงานในแต่ละข้อมากกว่าที่กำหนด รพม. ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่พิจารณาชิ้นงานทั้งหมด และ รพม. จะทำการติดต่อนัดหมายเพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอได้นำเสนอผลงานรายบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณ

วงเงิน 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

9. ระยะเวลาการดำเนินการ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 5 โดยมีกำหนดเวลาแล้วเสร็จภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ รพม. กำหนดให้เริ่มปฏิบัติงาน โดย รพม. จะแจ้งให้ทราบอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามข้อ 5 และส่งมอบงานให้แก่ รพม. โดยการส่งมอบงานที่เป็นรูปเล่มรายงาน ผู้รับจ้างต้องจัดทำและส่งมอบรูปเล่มรายงานอย่างน้อย 3 ชุด พร้อม Soft File โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

10.1 ผู้รับจ้างจะต้องส่งแนวคิดการดำเนินงาน (Theme) แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ (Strategy Plan) และแผนการดำเนินงานโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ตามข้อ 5.1 ให้ รพม. พิจารณาภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันที่ รพม. กำหนดให้เริ่มปฏิบัติงาน

10.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน (Progress Report) ตามข้อ 5.3 ให้ รพม. พิจารณาทุก ๆ 30 วัน นับถัดจากวันที่ รพม. กำหนดให้เริ่มปฏิบัติงาน ตลอดจนเสร็จสิ้นการดำเนินงานตามสัญญาจ้าง

10.3 ผู้รับจ้างต้องจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ตามข้อ 5.3 โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด และผลการดำเนินงาน ส่งมอบให้ รพม. หลังจากที่ดำเนินการครบตามขอบเขตการดำเนินงานที่กำหนด ภายในไม่เกินระยะเวลาที่กำหนดตามสัญญาจ้าง

10.4 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้ รพม. แบ่งเป็น 2 งานดังนี้

อรุณ อรุณ
S. Sutti

อารุณ ลิมพงษ์

งวดงานที่ 1 ส่งมอบภายใน 90 วัน นับถัดจากวันที่ รฟม. กำหนดให้เริ่มปฏิบัติงาน โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ
1.	แนวคิดการดำเนินงาน (Theme) แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ (Strategy Plan) และแผนการดำเนินงานโดยละเอียด (Action Plan) ตามข้อ 5.1
2.	รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน (Progress Report) ครั้งที่ 1 - 3
3.	ออกแบบ ผลิต และติดตั้ง / เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ ชนิด sticker PVC Outdoor ตามข้อ 5.2.1 1)
4.	คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.2.2 1)
5.	สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online Content) ตามข้อ 5.2.3 1) จำนวนไม่น้อยกว่า 7 ชิ้นงาน
6.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.3 1) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า 1,000,000 ครั้ง
7.	จัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.2.4 1) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง
8.	จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ ตามข้อ 5.2.4 2) จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง

งวดงานที่ 2 ส่งมอบภายใน 120 วัน นับถัดจากวันที่ รฟม. กำหนดให้เริ่มปฏิบัติงาน โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ
1.	ออกแบบและผลิต โบรชัวร์ / Leaflet ตามข้อ 5.2.1 2)
2.	คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.2.2 2)
3.	สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online Content) ตามข้อ 5.2.3 1) ส่วนที่เหลือทั้งหมด
4.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.3 1) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook (Impression) รวมกันทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 2,000,000 ครั้ง
5.	จัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.2.4 1) ส่วนที่เหลือทั้งหมด

ดร.ต. ดงรักนี่

ร. รุณี

การุณ ลิมพงษ์

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ
6.	จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ ตามข้อ 5.2.4 2) ส่วนที่เหลือทั้งหมด
7.	รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน (Progress Report) ครั้งที่ 4
8.	รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ตามข้อ 5.3
9.	งานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork) ที่เกี่ยวข้องกับงานจ้างทั้งหมดในรูปแบบ Soft File ในสกุลไฟล์ต่างๆ เช่น ai, psd, jpeg, png, gif, mp4 เป็นต้น จำนวน 1 ชุด ให้เป็นลิขสิทธิ์ของ รพม.

11. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

รพม. จะชำระเงินค่าจ้าง โดยแบ่งชำระเป็น 2 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ชำระเงินร้อยละ 50 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10.4 งวดงานที่ 1 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รพม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 ชำระเงินร้อยละ 50 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10.4 งวดงานที่ 2 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รพม. เรียบร้อยแล้ว

12. ค่าปรับ

12.1 ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จและส่งมอบให้ รพม. ตามเวลาที่กำหนด และ รพม. ยังมิได้บอกเลิกสัญญา ให้ถือว่าผู้รับจ้างประพฤติผิดสัญญาจ้างอันเป็นสาระสำคัญ และต้องชำระค่าปรับเป็นรายวันให้แก่ รพม. ในอัตราร้อยละ 0.1 ของมูลค่าสัญญา นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จของสัญญา หรือวันที่ รพม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริงแล้วแต่กรณี นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้ รพม. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้า เฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับและค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้อีกด้วย

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รพม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรม (ถ้ามี) ให้ รพม. และ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่หรือดำเนินการอย่างอื่นใดโดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้

สมรต ดุรงคัง

S. Sutti

สารวรรณ พิมพ์ชัย

14. ผู้ประสานงาน

1. นายมารุต คงรำพึง หัวหน้าแผนกอาวุโส แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2342
2. นางสาวศมนมนัส ยูวจิตติ พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2354
3. นางสาวณัฐธยาน์ เรืองจริตปกรณ์ พนักงานบริหารธุรกิจ 6 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2355

มารุต คงรำพึง S. Kiat

ศรุตชน ลิมพวงษ์

หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

รพม. จะพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้างโดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

1. ราคาที่เสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาราคา (Price) โดยระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ โดยผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดจะได้ 100 คะแนน

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (คะแนนเต็ม 200 คะแนน)

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องได้คะแนนด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการไม่ต่ำกว่า 140 คะแนน ถึงจะเป็นผู้ที่ผ่านคุณสมบัติทางด้านเทคนิค ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

2.1 แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (60 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ โดยเฉพาะ Application ของ รพม. ผ่านการนำเสนอแนวคิด (Theme) และ Key Message ที่จะนำมาใช้ในการสื่อสาร โดยจะต้องมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สื่อถึงความเป็น รพม. และเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตของงาน (TOR) ได้เป็นอย่างดี โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	60	40	20	0

ดีกว่าเกณฑ์: นำเสนอแนวคิดและ Key Message ที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์ดีมาก มีความแปลกใหม่ มีการกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด แสดงให้เห็นถึงการศึกษาค้นคว้าของ Application ของ รพม. เป็นอย่างดี สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และ สื่อถึงความเป็น รพม. ไปในเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

ตามเกณฑ์ : นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ สื่อถึงความเป็น รพม. และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน และสื่อถึงความเป็น รพม. ไปในเชิงสร้างสรรค์

ต่ำกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ตามที่ระบุไว้ใน TOR หรือไม่สื่อถึงความเป็น รพม.

ไม่นำเสนอ : ผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์ใด ๆ

อภินันท์ ดงรังนิง S. Sutti

การรณณ พิมพ์

2.2 ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง (95 คะแนน)

เนื่องจากการนำเสนอด้านผลงานที่เกี่ยวข้องนั้นจะให้คะแนนโดยพิจารณาจากความสวยงาม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความคิดของแต่ละบุคคล จึงไม่อาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รพม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างความสวยงามอย่างโดดเด่นของผลงานจากผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผลงานที่มีความสวยงาม โดดเด่น น่าสนใจ จัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม และสามารถสื่อถึงคุณสมบัติและประโยชน์ของ Application ของ รพม. ได้ จะได้คะแนนมากที่สุด สำหรับผลงานที่มีความสมบูรณ์น้อยกว่าดังกล่าว จะได้คะแนนลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาให้คะแนนจากการจัดทำสื่อแต่ละประเภท ดังนี้

2.2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ขนาด A3) จำนวน 1 ชิ้น (30 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม สามารถสื่อถึงคุณสมบัติและประโยชน์ของ Application ให้เข้าใจได้ง่าย รวมทั้งมีการใช้เทคนิคพิเศษที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้ เช่น QR Code เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	30	20	10	0

นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ตัวอย่างการออกแบบมีความโดดเด่น น่าสนใจ มีการจัดองค์ประกอบเหมาะสม สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ตรงตามวัตถุประสงค์ และมีการใช้เทคนิคพิเศษเพิ่มเติมดีเป็นลำดับที่.1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ตัวอย่างการออกแบบมีความโดดเด่น น่าสนใจ มีการจัดองค์ประกอบเหมาะสม สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ตรงตามวัตถุประสงค์ และมีการใช้เทคนิคพิเศษเพิ่มเติมดีเป็นลำดับที่.2

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ตัวอย่างการออกแบบมีความโดดเด่น น่าสนใจ มีการจัดองค์ประกอบเหมาะสม สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ตรงตามวัตถุประสงค์ และมีการใช้เทคนิคพิเศษเพิ่มเติมดีเป็นลำดับที่.3. เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอตัวอย่างการออกแบบ

2.2.2 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ Application ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวน 1 คลิป (35 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่าง Storyboard ที่มีการถ่ายทอดเนื้อหา และนำข้อมูลคุณสมบัติของ Application ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การใช้ Animation, infographic, Sound Effect, Computer Graphic 2D & 3D, Motion graphic การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริงมาประกอบเป็นต้น โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

อรุณ ดงรังนัง

S. Sutti

การรรณ ลิมพวงษ์

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	35	25	15	0

นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ตัวอย่าง Storyboard มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลคุณสมบัติของ Application ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ตัวอย่าง Storyboard มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลคุณสมบัติของ Application ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.2

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ตัวอย่าง Storyboard มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลคุณสมบัติของ Application ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.3 เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอตัวอย่าง Storyboard

2.2.3 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (30 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงาน สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด Application ทั้งการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์และการออกบูธนอกสถานที่

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	30	20	10	0

ดีกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมออกบูธนอกสถานที่ และการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้ตาม TOR กำหนด ซึ่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ดี มีความแปลกใหม่ มีแนวโน้มทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการดาวน์โหลด Application ของ รพม. ได้จริง

ตามเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านการออกบูธนอกสถานที่ และการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้ตาม TOR กำหนด

ต่ำกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านการออกบูธ/กิจกรรมนอกสถานที่ และการนำเสนอการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ไม่เป็นไปตาม TOR กำหนด

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

S. Sutti
ฉัตร ดุรงศ์
การรณ พิมพ์

2.3 แผนการดำเนินงาน (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากแผนการดำเนินงานที่นำเสนอ มีความละเอียด ชัดเจน และสามารถจัดทำ ได้จริงตามแผนที่วางไว้ โดยต้องแสดงระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน เช่น การเตรียมงาน การปรับปรุง การตรวจทาน การผลิต/ติดตั้ง/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม และการส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	20	15	8	0

ดีกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความละเอียด ชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน เช่น การเตรียมงาน การออกแบบ การปรับปรุง การตรวจทาน การผลิต/ติดตั้ง/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม และการส่งมอบงาน ซึ่งมีความเป็นไปได้ ขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง และสอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ตาม TOR

ตามเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดและระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน เช่น การเตรียมงาน การออกแบบ การปรับปรุง การตรวจทาน การผลิต การผลิต/ติดตั้ง/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม และการส่งมอบงาน สอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตาม TOR

ต่ำกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานไม่มีความชัดเจน ไม่แสดงรายละเอียดในขั้นตอนต่าง ๆ ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตาม TOR

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน

2.4 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (25 คะแนน)

เนื่องจากผู้ยื่นข้อเสนอมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ หากผู้ยื่น ข้อเสนอมีความคิดเห็นเพิ่มเติมสามารถยื่นข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. เพิ่มเติมมากกว่าที่กำหนดใน TOR ได้ตามความเหมาะสมและไม่จำกัด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ในการพิจารณากำหนดคะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	25	20	15	0

นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่ 1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่ 2

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์เป็น ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ

อภรต ดุรงค์
1

S. Sutti

สุพรรณ พิมพ์