



การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย

MASS RAPID TRANSIT AUTHORITY OF THAILAND

ร่างขอบเขตของงาน, ร่างประกาศและร่างเอกสารประกวดราคา
จ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริม
การใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (ฉบับแรก)

ผู้สนใจสามารถแนะนำ วิचारณ์ หรือส่งความเห็นมาได้ที่

procure@mrtta.co.th

ภายในวันที่ 12 กรกฎาคม 2565

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย

7 กรกฎาคม 2565

ขอบเขตงานจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร
(Terms of Reference: TOR)

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคมที่มีภารกิจหลักในการพัฒนาโครงข่ายระบบรางซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบขนส่งมวลชน ให้มีประสิทธิภาพและครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน โดย รฟม. ได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ อย่างครบวงจร ได้แก่ Facebook, Twitter, Line Official Account, Website และ Mobile Application ในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่หันมาใช้สื่อออนไลน์ในการติดตามข้อมูลข่าวสารมากขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ถูกต้อง รวดเร็วและทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น รฟม. จึงมีความจำเป็นต้องวางแผนการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครในเชิงรุก โดยบูรณาการผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อให้ประชาชนและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเกิดการรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งมีความผูกพันต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ได้แก่ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ประชาชนทั่วไป ตลอดจนบุคคล/หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

2.2 เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการให้บริการที่ถูกต้องได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เข้าถึงทันเวลา สอดคล้องกับสถานการณ์การให้บริการขณะนั้น

2.3 เพื่อบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและประสบการณ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร รวมทั้งรักษาฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตามใหม่

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนผู้ใช้ที่ให้บริการรถไฟฟ้ามหานครเป็นประจำ

3.2 ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

/4.5 ไม่เป็นบุคคล...

๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

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

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ ให้แก่ส่วนงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีผลงานด้านการจัดทำสื่อกราฟิกรูปแบบต่าง ๆ และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการบูรณาการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบ หนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง และสำเนาสัญญาจ้าง หรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อมขอบเขตงานดังกล่าว (หากมี) มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ โดย รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Strategy Plan) ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร และจัดทำแผนปฏิบัติการโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดหลัก กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาด และการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. โดยนำเสนอ รพม. ภายใน 15 วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อให้ รพม. พิจารณาเห็นชอบ

5.2 งานออกแบบจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รพม.

/5.2.1 ผู้รับจ้าง...

Signature and stamp area with handwritten text and a stamp.

5.2.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) สำหรับเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม. ได้แก่ Facebook : MRT Purple Line, Line Official Account : @MRTA, Twitter : @mrt_purpleline และ Website หรือช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวความคิดของเนื้อหา (concept) ในสื่อประชาสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์ เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร เป็นประโยชน์ เหมาะสมกับสถานการณ์ที่จะเผยแพร่ในขณะนั้น หรือบางกรณีจะเป็นไปตามสถานการณ์หรือแนวคิดตามที่ รฟม. กำหนด โดยมีรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5.2.1.1 Artwork ในรูปแบบ รูปภาพ / ภาพถ่าย / Infographic จำนวนไม่ต่ำกว่า 200 ชิ้นงาน

5.2.1.2 Artwork ในรูปแบบการใช้ภาพเล่าเรื่อง (Meme) จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ชุด

5.2.1.3 คลิปวิดีโอ ในรูปแบบ Infographic Motion โดยคลิปวิดีโอทุกชุดจะต้องมีความละเอียด ไม่ต่ำกว่า 1280 x 720 หรือ 1920 x 1080 pixels อัตราส่วน 16:9 ความยาวอย่างน้อย 30 วินาที จำนวน 10 คลิป และปรับคลิปวิดีโอตั้งกล่าว เป็นอัตราส่วน 1:1 จำนวน 10 คลิป

5.2.1.4 Artwork สำหรับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (เกมส์) ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม. ในรูปแบบ รูปภาพ / คลิปวิดีโอ จำนวนไม่ต่ำกว่า 15 ชิ้นงาน

5.2.1.5 Artwork สำหรับกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบออนไลน์เพื่อกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร/ เพิ่มผู้โดยสารรายใหม่/กิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ในรูปแบบรูปภาพหรือคลิปวิดีโอสั้น จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ชิ้นงาน

โดยข้อ 5.2.1.1 ข้อ 5.2.1.4 และข้อ 5.2.1.5 ให้ผู้รับจ้างออกแบบ Artwork ดังกล่าว จำนวนอย่างน้อย 3 รูปแบบต่อ 1 Artwork เพื่อให้ รฟม. พิจารณาคัดเลือก 1 รูปแบบ เพื่อนำไปดำเนินการปรับเป็น Artwork ที่สมบูรณ์ต่อไป

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องปรับขนาดของสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละชิ้นงาน ตามข้อ 5.2.1.1 ข้อ 5.2.1.4 และข้อ 5.2.1.5 เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ตามที่ รฟม. กำหนดด้วย โดยถือว่าการปรับสื่อประชาสัมพันธ์ ยังคงนับเป็นจำนวน 1 ชิ้นงาน

5.2.1.6 Template Design สำหรับทำ Artwork จำนวน 5 Template

5.2.2 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนปฏิบัติการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รายเดือน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง เกี่ยวกับเนื้อหาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.1.1 – 5.2.1.4 รวมเป็นจำนวนอย่างน้อย 15 ชิ้นงานต่อเดือน โดยนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบแผนดังกล่าว ล่วงหน้า 1 สัปดาห์ ก่อนที่ผู้รับจ้างดำเนินการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้แล้วเสร็จภายใน 3 สัปดาห์ หลังจากวันที่ รฟม. พิจารณาเห็นชอบแผนปฏิบัติการดังกล่าวแล้ว เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ในเดือนถัดไป (ทั้งนี้ แผนดังกล่าวต้องระบุสถานะการจัดทำ Artwork เพื่อให้ รฟม. สามารถติดตามสถานะได้)

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องสามารถออกแบบ Artwork ในรูปแบบ รูปภาพ / ภาพถ่าย / Infographic ที่นอกเหนือจากแผนปฏิบัติการดังกล่าว ในกรณีเร่งด่วนให้แล้วเสร็จภายใน 3 วัน หรือตามที่ รฟม. กำหนดได้ ซึ่งจำนวนชิ้นงานของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตในกรณีเร่งด่วน ให้ถือว่ารวมอยู่ในจำนวนชิ้นงานที่ผู้รับจ้างต้องผลิตขั้นต่ำต่อเดือนตามแผนปฏิบัติการรายเดือนดังกล่าว

5.2.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนปฏิบัติการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รายเดือน สำหรับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ รฟม. ได้เห็นชอบแล้ว ตามข้อ 5.2.2 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม. หรือช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยม หรือตามที่ รฟม. กำหนด ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยมีกำหนดจำนวนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละช่องทาง ดังนี้

/5.2.3.1 Facebook...

Angela Kim Jim U.

5.2.3.1 Facebook : MRT Purple Line

- เผยแพร่ผ่านทาง Facebook : MRT Purple Line จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง ต่อ 1 ครั้ง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

- แชร์โพสต์สื่อจาก Facebook MRT Purple Line ไปยัง Facebook เพจอื่นที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากและได้รับความนิยมสูง 1,000,000 Follower ไม่น้อยกว่า 5 เพจ (1 เพจ ต่อ 1 เรื่อง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.2.3.2 Twitter : @mrt_purpleline

เผยแพร่สื่อ (Tweet) ผ่านทาง Twitter : @mrt_purpleline จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง ต่อ 1 ครั้ง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.2.3.3 Line Official Account : @MRTA

เผยแพร่สื่อผ่านทาง Line Official Account : @MRTA จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง ต่อ 1 ครั้ง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3 งานบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม.

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ ดูแล ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 รวมถึงข้อโฆษณาเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เกิดการติดตามและการมีส่วนร่วมในสื่อดังกล่าว รวมทั้งจัดเตรียมบุคลากรเพื่อประสานงาน ให้คำปรึกษา ดูแลการดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ รวมถึงการดูแลช่องทางออนไลน์ของ รฟม. ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างทั้งหมด ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 Facebook : MRT Purple Line

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการและจัดการ Facebook : MRT Purple Line โดยจัดทำและดูแล Facebook รวมทั้งมีผู้ดูแล (แอดมิน) ตลอดระยะเวลาโครงการ เพื่อจัดทำเนื้อหาเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมใน Facebook : MRT Purple Line เพื่อรักษาฐานผู้ติดตามเดิมและกระตุ้นยอดจำนวนผู้ติดตามให้เพิ่มขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1.1 ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook : MRT Purple Line ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม ไม่ต่ำกว่า 20,000 follower ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.1.2 ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook : MRT Purple Line ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม ไม่ต่ำกว่า 20,000 Like ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.1.3 ผู้รับจ้างต้องสร้างจำนวนการเข้าถึงโพสต์ (Reach) โดยการซื้อพื้นที่โฆษณาทาง Facebook เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Facebook : MRT Purple Line ของ รฟม. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าถึงโพสต์แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,200,000 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียดสื่อ ระยะเวลา และกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการซื้อพื้นที่โฆษณาทาง Facebook ให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน

5.3.1.4 ผู้รับจ้างต้องมีการซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจ Facebook : MRT Purple Line เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง

/5.3.1.5 ผู้รับจ้าง...

ดก กน

ดก กน Joint U.

5.3.1.5 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแชร์โพสต์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจากช่องทาง/แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.1.6 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00 น. - 24.00 น. เพื่อตอบคำถามให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน Facebook : MRT Purple Line ทาง Inbox และ Comment ของโพสต์ที่ผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อมูลที รฟม. กำหนด ในกรณีที่เป็นคำถามนอกเหนือจากที่กำหนดหรือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนหรือข้อร้องเรียน ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รฟม. เพื่อหารือและขอความเห็นชอบคำตอบก่อนที่จะแจ้งกลับผู้ใช้งาน

5.3.2 Twitter : @mrt_purpleline

5.3.2.1 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการเพื่อรักษาฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Twitter : @mrt_purpleline ไม่ต่ำกว่า 10,000 คน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.2.2 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00 น. - 24.00 น. เพื่อตอบคำถามให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน Twitter : @mrt_purpleline ทาง Inbox และ Comment ของโพสต์ที่ผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อมูลที รฟม. กำหนด ในกรณีที่เป็นคำถามนอกเหนือจากที่กำหนดหรือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนหรือข้อร้องเรียน ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รฟม. เพื่อหารือและขอความเห็นชอบคำตอบก่อนที่จะแจ้งกลับผู้ใช้งาน

5.3.2.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ Retweet ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจากช่องทาง/แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.3 Line Official Account : @MRTA

5.3.3.1 ผู้รับจ้างต้องติดต่อและดำเนินการอัปเดต Line Official Account : @MRTA ที่ รฟม. ใช้งานอยู่ในปัจจุบันให้เป็นบัญชีฟรีเมียมหรือบัญชีโลสส์เซียว ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจหรือองค์กรขนาดใหญ่ ที่สามารถรองรับฐานจำนวนผู้ติดตามเป็นหลักล้านคนและรองรับการใช้งานสponsoredคอนเทนต์ และจัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน ตามระยะเวลาที่ รฟม. กำหนด เป็นเวลา 12 เดือน ซึ่ง รฟม. จะแจ้งกำหนดวันเริ่มงานให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

5.3.3.2 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการเพื่อรักษาฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA ไม่ต่ำกว่า 15,000 คน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.4 งานจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ตามที่ รฟม. กำหนด ได้แก่ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร (แบ่งเป็น 4 ประเภทตามกลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไป กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้สูงอายุ) กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่ และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ได้แก่ Facebook : MRT Purple Line Twitter : @mrt_purpleline Line Official Account : @MRTA จำนวน 15 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง (จัดกิจกรรม 1 ครั้ง ต่อ 1 เดือน) โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมที่ออกแบบตามข้อ 5.2.1.4 จำนวน 1 ชิ้นงาน/กิจกรรม เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ดังกล่าว อย่างน้อย 2 ช่องทาง/กิจกรรม

ส่งมอบ

/5.4.2 ผู้รับจ้าง...

5.5 การประเมินผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ส่งให้ รพม. เป็นประจำทุกเดือน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง ซึ่งมีรายละเอียดอย่างน้อยประกอบด้วย

5.5.1 รายงานผลการดำเนินการด้านออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

5.5.2 รายงานผลการดำเนินการด้านเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

5.5.3 ผลการจัดกิจกรรมตามข้อ 5.4

5.5.4 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการรับรู้ (Impression) การเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engage) สื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม.

5.5.5 จำนวนผู้ติดตาม / ผู้เลิกติดตาม สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม.

5.5.6 รายงานการตอบคำถามทาง Inbox และ comment ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. ที่ผู้รับจ้างบริหารจัดการ

5.5.7 สถิติข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ข้อมูลที่ผู้ใช้บริการสอบถาม ข้อมูลที่ผู้ใช้บริการสนใจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม.

โดยส่งให้ รพม. เป็นรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด ภายใน 7 วันทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ มาปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างน้อยดังต่อไปนี้

5.6.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) จำนวน 1 คน โดยมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

5.6.2 ผู้ประสานงานโครงการ (Account Executive) จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ประสานงาน/จัดการการทำงานของทีมงานตามขอบเขตงาน โดยมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

5.6.3 เจ้าหน้าที่ Graphic designer จำนวนอย่างน้อย 1 คน

5.6.4 เจ้าหน้าที่ (แอดมิน) จำนวนอย่างน้อย 1 คน มาประจำที่ รพม. เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รพม. ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยมีข้อกำหนดด้านคุณสมบัติ ดังนี้

5.6.4.1 มีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

5.6.4.2 ไม่มีประวัติอาชญากรรมเกี่ยวกับความผิดทางอาญา เว้นแต่โทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

5.6.4.3 ปฏิบัติงานที่สำนักงาน รพม. หรือปฏิบัติงานในสถานที่พักอาศัย (Work From Home) เมื่อมีเหตุจำเป็นตามที่ รพม. กำหนดหรืออนุญาต ตามเวลาทำการของ รพม. ในวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.00 น. - 17.00 น. (พักรับประทานอาหารกลางวัน เวลา 12.00 น. - 13.00 น.) เว้นวันหยุดที่ รพม. กำหนดไว้

/5.6.4.4 เจ้าหน้าที่...

ดงกน อิมพูน จำกัด

5.6.4.4 เจ้าหน้าที่จะต้องลงเวลาปฏิบัติงานตามวิธีการที่ รพม. กำหนดและจัดทำรายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน จัดส่งให้ รพม. จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด ภายใน 7 วันทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

5.6.4.5 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่ซึ่งมาปฏิบัติงานที่ รพม. อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

5.6.4.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่สำรองมาปฏิบัติงานทดแทน กรณีที่เจ้าหน้าที่ประจำ รพม. ไม่มาปฏิบัติงานหรือมีความจำเป็นต้องหยุดงานหรือไม่สามารถมาปฏิบัติงานได้ โดยผู้รับจ้างต้องจัดส่งเจ้าหน้าที่ซึ่งมีความรู้ความสามารถตามที่ รพม. กำหนดไว้มาปฏิบัติงานทดแทนภายในไม่เกินเวลา 08.00 น. ของวันทำการนั้น โดยแจ้งให้ รพม. ทราบล่วงหน้าก่อนที่จะเข้ามาปฏิบัติงานทดแทน

5.6.4.7 กรณีที่ผู้รับจ้างต้องการเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานหรือด้วยเหตุจำเป็นอันสมควร ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ รพม. ทราบก่อนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 เดือน แต่หากเป็นกรณีที่เจ้าหน้าที่ดังกล่าวไม่สามารถมาปฏิบัติงานได้ เช่น เจ็บป่วยร้ายแรง ลาออก หรือเสียชีวิต เป็นต้น ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่มาทดแทนทันที โดยเจ้าหน้าที่ดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือมากกว่าบุคลากรเดิมมาปฏิบัติงานทดแทนโดยต้องได้รับความเห็นชอบจาก รพม. เป็นลายลักษณ์อักษร

5.6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายละเอียดบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้กับ รพม. ตามข้อ 5.6.1 – 5.6.4 พร้อมบุคลากรสำรองทดแทนประกอบด้วย รายชื่อ รูปถ่ายสำเนาบัตรประชาชน สำเนาวุฒิการศึกษา ประวัติการทำงานโดยจัดส่งให้แก่ รพม. ตั้งแต่วันที่เริ่มปฏิบัติงานเพื่อให้ รพม. ตรวจสอบและพิจารณาเห็นชอบ

5.6.6 รพม. มีสิทธิ์ในการตรวจสอบคุณสมบัติและประเมินความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรของผู้รับจ้าง ตามข้อ 5.6.1 – 5.6.4 หาก รพม. พิจารณาเห็นว่า บุคลากรของผู้รับจ้างมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องหรือไม่มีความเหมาะสมที่จะปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรดังกล่าวหรือปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพ หรือปฏิบัติงานผิดพลาดจนเป็นเหตุให้ รพม. เกิดความเสียหาย รพม. มีสิทธิ์ขอเปลี่ยนแปลงบุคลากรของผู้รับจ้างตามข้อ 5.6.1 – 5.6.4 ได้ตลอดระยะเวลาปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องเปลี่ยนบุคลากรที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือมากกว่าบุคลากรเดิมมาปฏิบัติงานทดแทนภายใน 10 วันทำการ หลังจากที่ได้รับแจ้งจาก รพม. เป็นลายลักษณ์อักษรและบุคลากรดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบจาก รพม. เป็นลายลักษณ์อักษร โดยระหว่างการจัดหาบุคลากรทดแทน ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีบุคลากรสำรองมาปฏิบัติงานตามสัญญาจนกว่าผู้รับจ้างจะจัดหาบุคลากรมาทดแทนได้

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)

หลักเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ แบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1. แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ มีการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน มีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ และมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างบูรณาการ โดยพิจารณาจาก 1.1 ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงานจ้าง 1.2 สามารถนำเสนอแนวคิดหลัก (Concept) ได้อย่างมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มี Key message ที่จะใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจน 1.3 สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับคุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท ได้อย่างน่าสนใจ 1.4 กลยุทธ์การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างบูรณาการ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	60 คะแนน
2. ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง 2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) จำนวน 2 ชิ้น (สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็น online content แจกข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการรถไฟฟ้า จำนวน 1 ชิ้น และ สื่อประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมทางการตลาดหรือโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำนวน 1 ชิ้น 2.1.1 ผลงานที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน มีความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบและวิธีการนำเสนอมีความน่าสนใจ การจัดวางองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม 2.1.2 สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง ครบถ้วน และทันสมัย มีความสวยงามสะดุดตา	100 คะแนน 20 คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
2.2 ตัวอย่างการออกแบบ Content ในรูปแบบ Meme จำนวน 1 ชิ้น 2.2.1 ผลงานที่นำเสนอมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับการใช้บริการรถไฟฟ้า มหานคร สามารถร้อยเรียงเรื่องราวของเนื้อหาและถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่ายและ ถูกต้อง ครบถ้วน 2.2.2 มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตที่น่าสนใจ น่าติดตาม และ ดูทันสมัย เช่น การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริง มาประกอบเป็นต้น	20 คะแนน
2.3 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวน 1 คลิป 2.3.1 ผลงานที่นำเสนอมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับการใช้บริการรถไฟฟ้า มหานคร ถ่ายทอดได้เข้าใจง่ายและถูกต้อง 2.3.2 มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตที่น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การใช้ Animation, infographic, Sound Effect, Computer Graphic 2D&3D, Motion graphic การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริง มาประกอบเป็นต้น	20 คะแนน
2.4 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมทางการตลาด ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. จำนวน 1 กิจกรรม และตัวอย่างการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ จำนวน 1 กิจกรรม นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ แผนมีความคิด สร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากกิจกรรมออนไลน์ที่มีในปัจจุบัน มีการระบุระยะเวลาการ ดำเนินงานในแผนการจัดกิจกรรมชัดเจน ทั้งนี้ ตัวอย่างการออกแบบ ตามข้อ 2. ต้องสามารถนำไปใช้งานได้จริง	40 คะแนน
3. แผนการดำเนินงาน (วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน)	20 คะแนน
3.1 สามารถนำเสนอแผนปฏิบัติการ ตามข้อ 5.1 ซึ่งระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ และสอดคล้องกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามขอบเขตของงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้อง ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการที่เสนอได้จริง	10 คะแนน
3.2 นำเสนอวิธีการทำงาน การบริหารงาน หรือกระบวนการทำงาน ร่วมกับ รฟม. ในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มี ความเหมาะสมและทันสมัยเพื่อให้การดำเนินงานและผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	10 คะแนน
4. ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม.	20 คะแนน
รวม	200 คะแนน

ด.ญ.

สมัคร พิมพ์ อ.

/7. การยื่น...

7. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอพร้อมจัดส่งเอกสารหลักฐานด้านเทคนิค ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) ดังนี้

7.1 แผนกลยุทธ์การดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Strategy Plan) ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดหลัก กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการบูรณาการใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตามข้อ 5.1

7.2 แผนปฏิบัติการโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงานตามข้อ 5.1 โดยระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ พร้อมระบุกรอบระยะเวลาที่สามารถจัดทำได้จริง

7.3 วิธีการทำงาน การบริหารงาน หรือกระบวนการทำงานร่วมกับ รฟม. ในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยระบุขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ พร้อมช่องทางการติดต่อประสานงานและส่งงานกับ รฟม.

7.4 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ ตามข้อ 5.2.1.1 จำนวน 1 ชิ้น และสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดรูปแบบออนไลน์เพื่อกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร/เพิ่มผู้โดยสารรายใหม่/กิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.2.1.5 จำนวน 1 ชิ้น

7.5 ตัวอย่างการออกแบบ Content ในรูปแบบ Meme จำนวน 1 ชุด ตามข้อ 5.2.1.2

7.6 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard สำหรับจัดทำชิ้นงานคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์การให้บริการ ของ รฟม. ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที ตามข้อ 5.2.1.3 จำนวน 1 คลิป

7.7 แผนและตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบออนไลน์ จำนวน 1 กิจกรรม และตัวอย่างการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ จำนวน 1 กิจกรรม ตามข้อ 5.4.1 และ 5.4.2

7.8 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและมีประโยชน์

7.9 ชื่อ-นามสกุล หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมล ผู้ประสานงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 - 2 คน เพื่อให้ รฟม. สามารถติดต่อประสานงานได้

ทั้งนี้ ให้ผู้ยื่นข้อเสนอ คัดเลือกชิ้นงานที่ดีที่สุดเพียงรูปแบบเดียวในแต่ละข้อ เพื่อให้ รฟม. พิจารณา หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดนำเสนอชิ้นงานในแต่ละข้อมากกว่าที่กำหนด รฟม. ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่พิจารณาชิ้นงานทั้งหมด และ รฟม. จะทำการติดต่อบริษัทผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อมูลการติดต่อในข้อ 7.9 เพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอได้เข้ามานำเสนอผลงานรายบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณ

วงเงิน 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

9. ระยะเวลาการดำเนินการ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 5 เป็นระยะเวลา 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

/10. การส่งมอบ...

๑๓/๑๑ ๑๓/๑๑ ๑๓/๑๑ ๑๓/๑๑

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามข้อ 5 และส่งมอบงานให้แก่ รฟม. โดยการส่งมอบงานที่เป็นรูปเล่มรายงาน ผู้รับจ้างต้องจัดทำและส่งมอบรูปเล่มรายงานอย่างน้อย 3 ชุด พร้อม Soft File โดยแบ่งเป็น 5 งวดงานดังนี้
งวดงานที่ 1 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	แผนกลยุทธ์การดำเนินงาน (Strategy Plan) และแผนปฏิบัติการโดยละเอียด (Action Plan) ตามข้อ 5.1	ส่งมอบภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 2.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ชิ้นงาน 2.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชุด 2.3 คลิปวีดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน 2.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน 2.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
3.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 3.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 3.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 3.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมกันไม่น้อยกว่า 240,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
5.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 5.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook ไม่ต่ำกว่า 4,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook ไม่ต่ำกว่า 4,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

ส่งมอบ /ลำดับ...

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	5.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม ไม่ต่ำกว่า 2,000 คน 5.3 Line Official Account : @MRTA - ดำเนินการอัปเดต Line Official Account : @MRTA ที่มีอยู่ ให้เป็นบัญชีพรีเมียมหรือบัญชีโลโก้เขียว ระยะเวลา 12 เดือน	
6.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ตามที่กำหนด ตามข้อ 5.4.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่และ กิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
8.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับ เดือนที่ 1-3 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการ ปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
9.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 1-3 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วย รูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการ ปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

งวดงานที่ 2 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชุด 1.3 คลิปวิดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

ดงกช ดนพ มน Joint U. /ลำดับ...

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 480,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 8,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 8,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 4,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 1 - 3	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 4-6 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 4-6 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

ส่งมอบ *ส่งมอบ* *ส่งมอบ* *ส่งมอบ* /งวดงานที่ 3...
Xmit U.

งวดงานที่ 3 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ชุด 1.3 คลิปวีดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Lineตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 720,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 12,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 12,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 6,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 4 – 6	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

/ลำดับ...

ชก กช

สมร มน
Jint U.

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	- เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA รวมไม่ต่ำกว่า 5,000 คน	
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 7-9 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 7-9 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

งวดงานที่ 4 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ชุด 1.3 คลิปวิดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๓๓๓๓ ๓๓๓๓ ๓๓๓๓ ๓๓๓๓ /ลำดับ...

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 960,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 16,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 16,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 8,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 7 - 9 - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 10,000 คน	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่ และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 10-12 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 10-12 ในแต่ละเดือนประกอบด้วย รูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

/งวดงานที่ 5...

ดงกน

สมัคร มน Joint U.

งวดงานที่ 5 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 10 ชุด 1.3 คลิปวีดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 1,200,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 20,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 20,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 10,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 10 - 12	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

/ลำดับ...

ดงก

สมพร มนต์พิมพ์ อ.

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	- เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA รวม สะสมไม่ต่ำกว่า 15,000 คน	
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสาร รายใหม่และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวม สะสมไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 13-15 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงาน ของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตาม ข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 13-15 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วย รูปเล่ม รายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงาน ของแต่ละเดือน

11. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระเงินค่าจ้าง โดยแบ่งชำระเป็น 5 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 1 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 2 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 3 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 4 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 4 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 5 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 5 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

12. ค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามงวดงานให้ รฟม. ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ 10. ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของเงินค่าจ้างตามงวดงานนั้น นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จของสัญญา หรือวันที่ รฟม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้

/รฟม. ...

๑๓/๑๓

๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓

รพม. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้า เฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับหรือค่าใช้จ่าย
ในกรณีที่ต้องให้ผู้อื่นดำเนินการให้แล้วเสร็จโดยยินยอมให้ รพม. หักค่าใช้จ่าย/ค่าเสียหายก่อนการจ่ายเงินค่าจ้าง

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รพม. จะ
กำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

12.3 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถจัดหาเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานที่นำเสนอได้ตามข้อ 5.6.4 รพม. จะพิจารณา
ปรับในกรณีที่ไม่นำมาปฏิบัติงานทั้งวันในอัตรา 1,500 บาท ต่อวัน และในกรณีมาปฏิบัติงานล่าช้าหรือไม่ครบชั่วโมง
การทำงานในอัตรา 200 บาท ต่อชั่วโมง (เศษของชั่วโมงให้นับเป็น 1 ชั่วโมง)

12.4 กรณีที่ รพม. ตรวจสอบว่าผู้รับจ้างปฏิบัติหน้าที่บกพร่องในการตอบคำถามหรือให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการที่
ติดต่อสอบถามทาง Inbox หรือ Comment ทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่ถูกต้อง ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม. /12.4 กรณี...
1,000 บาทต่อครั้ง และในแต่ละเดือน หากมีความบกพร่องรวมทั้ง 5 ครั้งขึ้นไป ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม. ปรับ
เพิ่มเติมอีกเดือนละ 5,000 บาท

12.5 กรณีที่ รพม. ตรวจสอบว่าผู้รับจ้างปฏิบัติหน้าที่ผู้ดูแล (แอดมิน) ในการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคล
หรือใช้กิริยาวาจาที่ไม่สุภาพในการโต้ตอบกับผู้ใช้บริการที่ติดต่อสอบถามทาง Inbox หรือ Comment ทางสื่อ
สังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการร้องเรียนหรือส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ รพม. ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม.
ปรับในอัตรา 10,000 บาทต่อครั้ง

12.6 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่นำส่งรายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือนภายในเวลาที่กำหนดตามข้อ 5.5 ผู้รับจ้าง
ยินยอมให้ รพม. ปรับเป็นรายวันในอัตรา 500 บาทต่อวันนับถัดจากวันที่ครบกำหนดส่งจนถึงวันที่ส่งมอบครบถ้วน

13. ลิขสิทธิ์

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งปวงสำหรับงานจ้างนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ทั้งหมด ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน
สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสมบูรณ์ ต้นฉบับ ภาพถ่าย ภาพ footage (หากมี) เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย
ไฟล์งานกราฟิก พร้อมลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์และการจัดกิจกรรม (ถ้ามี)
ให้ รพม. และถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ที่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต
ซึ่งผู้รับจ้างหรือผู้ใดจะนำไปเผยแพร่หรือดำเนินการอย่างอื่นใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้ ทั้งนี้
ผู้รับจ้างจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นเด็ดขาด หากเกิดปัญหาหรือความเสียหายขึ้น ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบ
แต่เพียงผู้เดียวและไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

14. ผู้ประสานงาน

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. นายมารุต คงรำพึง | หัวหน้าแผนกอาวุโส แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2342 |
| 2. นางสาวณิชากร นาที | พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2368 |
| 3. นางสาวณัฐธยาน์ เรืองรจิตปกรณ | พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2355 |

/หลักเกณฑ์...

ด.ก.น.

ณิชากร นาที

หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

รฟม. 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)

หลักเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ คะแนนรวม 200 คะแนน ดังนี้

2.1 แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (60 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม. ผ่านการนำเสนอแนวคิด (Theme) และ Key Message ที่จะนำมาใช้ในการสื่อสาร โดยจะต้องมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สื่อถึงความ เป็น รฟม. และเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตของงาน (TOR) ได้เป็นอย่างดี โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	60	40	20	0

ดีกว่าเกณฑ์: นำเสนอแนวคิดและ Key Message ที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์ดีมาก มีความแปลกใหม่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และ สื่อถึงความ เป็น รฟม. ไปในเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

ตามเกณฑ์ : นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน และสื่อถึงความ เป็น รฟม. ไปในเชิงสร้างสรรค์

ต่ำกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ตามที่ระบุไว้ใน TOR หรือไม่สื่อถึงความ เป็น รฟม.

ไม่นำเสนอ : ผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์ใด ๆ

2.2 ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง (100 คะแนน)

เนื่องจากการนำเสนอด้านผลงานที่เกี่ยวข้องนั้นจะให้คะแนนโดยพิจารณาจากความสวยงาม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความคิดของแต่ละบุคคล จึงไม่อาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างความสวยงามอย่างโดดเด่นของผลงานจากผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผลงานที่มีความสวยงาม โดดเด่น น่าสนใจ จัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม และสามารถสื่อสารเนื้อหา content ไปยังผู้โดยสารได้ชัดเจนที่สุด จะได้คะแนนมากที่สุด สำหรับผลงานที่มีความสมบูรณ์น้อยกว่าดังกล่าว จะได้คะแนนลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาให้คะแนนจากการจัดทำสื่อแต่ละประเภท ดังนี้

/2.2.1 ตัวอย่าง...

Ang

Amun Jint U.

**2.2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content)
จำนวน 2 ชั้น ๆ ละ 10 คะแนน (20 คะแนน)**

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	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 Content ในรูปแบบ Meme จำนวน 1 ชุด (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่าง Meme ที่สามารถร้อยเรียงเรื่องราวของเนื้อหา ได้แก่ ข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. หรือเนื้อหาอื่น ๆ ตามที่ รพม. กำหนด โดยถ่ายทอดให้เข้าใจได้ง่ายและถูกต้องครบถ้วน โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริงประกอบ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	10	0

นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ตัวอย่าง Meme มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ตัวอย่าง Meme มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.2

/นำเสนอ...

จก จม อจก จม จิต ๒.

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ตัวอย่าง Meme มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่ 3 เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอตัวอย่าง Meme

2.2.3 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า 30

วินาที จำนวน 1 คลิป (20 คะแนน)

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

ระดับ	นำเสนอดีลำดับที่ 1	นำเสนอดีลำดับที่ 2	นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	10	0

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

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

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

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอตัวอย่าง Storyboard

2.2.4 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมทางการตลาด ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. จำนวน 1 กิจกรรม และตัวอย่างการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ จำนวน 1 กิจกรรม (40 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนตัวอย่างและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้เกิดการร่วมกิจกรรม

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	40	30	20	0

/ดีกว่าเกณฑ์...

ดง กว

ณิชา มน Joint U.

ดีกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมนอกสถานที่ ได้ตาม TOR กำหนด ซึ่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ดี มีความแปลกใหม่ มีแนวโน้มทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการร่วมกิจกรรม ของ รพม. ได้จริง

ตามเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมนอกสถานที่ ได้ตาม TOR กำหนด

ต่ำกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมนอกสถานที่ ไม่เป็นไปตาม TOR กำหนด

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอการจัดกิจกรรม

2.3 แผนการดำเนินงาน (วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน) (20 คะแนน)

2.3.1 แผนปฏิบัติการ (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากแผนปฏิบัติการที่นำเสนอ มีความละเอียด ชัดเจน และสามารถจัดทำได้จริงตามแผนที่วางไว้ โดยต้องแสดงระยะเวลาการดำเนินงานต่าง ๆ ครอบคลุมถึงสาระสำคัญในขอบเขตงานที่กำหนดไว้ใน TOR ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน เช่น การเตรียมงาน การออกแบบ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม และการส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	10	7	4	0

ดีกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความละเอียด ชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน ซึ่งมีความเป็นไปได้ ขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง และสอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ตาม TOR

ตามเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดและระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตาม TOR

ต่ำกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานไม่มีความชัดเจน ไม่แสดงรายละเอียดในขั้นตอนต่าง ๆ ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตาม TOR

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน

2.3.2 วิธีการบริหารและวิธีปฏิบัติงาน (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากวิธีการทำงาน การบริหารงาน หรือกระบวนการทำงานในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มีความเหมาะสมและทันสมัย เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกับ รพม. และผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงขั้นตอนการทำงาน ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการทำงานอย่างครบถ้วน เช่นการเตรียมงาน การออกแบบ การปรับปรุง การตรวจทาน การผลิต/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับขอบเขตงานตาม TOR พร้อมทั้งมีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงานส่งงานกับ รพม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	10	7	4	0

/ดีกว่าเกณฑ์...

Handwritten signatures and initials in blue ink.

ดีกว่าเกณฑ์ : นำเสนอขั้นตอนการทำงาน วิธีการทำงาน หรือกระบวนการทำงานในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ที่มีรายละเอียดชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับ TOR มีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงาน/ส่งงานกับ รพม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย และมีแนวทางการแก้ปัญหาหรือนำนวัตกรรมใหม่มาประยุกต์ใช้ในงาน

ตามเกณฑ์ : นำเสนอขั้นตอนการทำงาน วิธีการทำงาน หรือกระบวนการทำงานในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ที่มีรายละเอียดชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับ TOR มีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงาน/ส่งงานกับ รพม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย

ต่ำกว่าเกณฑ์ : ขั้นตอนการทำงานวิธีการทำงานหรือกระบวนการทำงานไม่มีความชัดเจนไม่ครบถ้วนหรือไม่มีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงานส่งงานกับ รพม.

ไม่นำเสนอ : ไม่นำเสนอขั้นตอนการทำงานวิธีการทำงานหรือกระบวนการทำงาน

2.4 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม. (20 คะแนน)

เนื่องจากผู้ยื่นข้อเสนอมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอมีความคิดเห็นเพิ่มเติมสามารถยื่นข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม. เพิ่มเติมมากกว่าที่กำหนดใน TOR ได้ตามความเหมาะสมและไม่จำกัด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ในการพิจารณากำหนดคะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	10	0

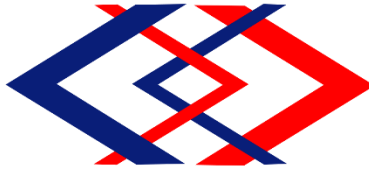
นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อ รพม. ดีเป็นลำดับที่ 1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อ รพม. ดีเป็นลำดับที่ 2

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อ รพม. ดีเป็นลำดับที่ 3 เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ

Handwritten signatures and initials in blue ink.



ประกาศการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย
เรื่อง ประกวดราคาจ้างบริหารจัดการก่อสร้างคอมมอนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างบริหารจัดการ
ก่อสร้างคอมมอนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
ราคากลางของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๙,๙๓๐,๙๒๖.๒๕ บาท (เก้าล้านเก้าแสนสามหมื่น
เก้าร้อยยี่สิบหกบาทยี่สิบห้าสตางค์)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว
เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของ
หน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน
ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการ
บริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รฟม. ณ วันประกาศ
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในการ
ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของ
ผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ
จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของ
ผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย
กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้น
ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ
สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุก
รายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ ให้แก่ส่วนงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีผลงานด้านการจัดหาสื่อกราฟิกรูปแบบต่าง ๆ และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการบูรณาการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อย่างน้อย ๑ ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วงเวลา ๓ ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง และสำเนาสัญญาจ้าง หรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อมขอบเขตงานดังกล่าว (หากมี) มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ โดย รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการจัดส่งข้อเสนอด้านเทคนิคผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) โดยมีรายละเอียดเป็นไปตามขอบเขตของงานจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ข้อ ๗. การยื่นข้อเสนอ ทั้งนี้ รพม. จะทำการติดต่อดำเนินการผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อมูลการติดต่อในข้อ ๗.๙ เพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอได้เข้ามานำเสนอผลงานรายบริษัทภายใน ๕ วันทำการ หนึ่งค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.mrta.co.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๗๑๖ ๔๐๐๐ ต่อ ๑๖๗๕ และ ๐๘ ๕๓๓๘ ๓๙๐๗ ในวันและเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๗ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(นายทวิช พึ่งตน)

ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อและบริการ

ปฏิบัติการแทน ผู้ว่าการการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่

การจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร

ตามประกาศ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย

ลงวันที่ กรกฎาคม ๒๕๖๕

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "รฟม." มีความประสงค์จะประกวดราคาจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ณ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ รายละเอียดและขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ สัญญาจ้างทำของ
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันการเสนอราคา
 - (๒) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒
- ๑.๗ แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รฟม. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีข้อกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

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

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ ให้แก่ส่วนงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีผลงานด้านการจัดทำสื่อกราฟิก รูปแบบต่าง ๆ และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการบูรณาการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อย่างน้อย ๑ ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในระยะเวลา ๓ ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง และสำเนาสัญญาจ้าง หรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อมขอบเขตงานดังกล่าว (หากมี) มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ โดย รฟม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล
(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีชื่อในนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่น ๆ

(๔.๑) หนังสือรับรองบริษัท

(๔.๒) ภ.พ.๒๐

(๕) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) หลักประกันการเสนอราคา ตามข้อ ๕

(๓) สำเนาใบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (ถ้ามี)

(๔) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

(๕) เอกสารเพิ่มเติมอื่น ๆ

๕.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการจัดส่งข้อเสนอด้านเทคนิคผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) โดยมีรายละเอียดเป็นไปตามขอบเขตของงานจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ข้อ ๗. การยื่นข้อเสนอ ทั้งนี้ รพม. จะทำการติดต่อกับผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อมูลการติดต่อในข้อ ๗.๙ เพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอได้เข้ามานำเสนอผลงานรายบริษัทภายใน ๕ วันทำการ อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของผู้ยื่นข้อเสนอ โดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกันให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานจ้างฯ ตามข้อ ๕ เป็นระยะเวลา ๑๕ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจดูร่างสัญญา แบบรูป และรายละเอียด ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นเสนอราคาตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอและเสนอราคาใด ๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่ รพม. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และรพม.จะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่ รพม. จะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของ รพม.

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ส่งไปเรียบร้อยแล้ว
- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวันเวลาที่กำหนด
- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้
- (๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคาด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศโดยยื่นให้หน่วยงานของรัฐภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. หลักประกันการเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางหลักประกันการเสนอราคาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ จำนวน ๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ห้าแสนบาทถ้วน)

๕.๑ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารเซ็นส่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ในวันที่ยื่นข้อเสนอ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

๕.๒ หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

๕.๓ พันธบัตรรัฐบาลไทย

๕.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ นำเช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารส่งจ่ายหรือพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มาวางเป็นหลักประกันการเสนอราคาจะต้องส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้ รพม. ตรวจสอบความถูกต้องในวันที่ ระหว่างเวลา น. ถึง น.

กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ประสงค์จะใช้หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศเป็นหลักประกันการเสนอราคาให้ระบุชื่อผู้เข้าร่วมค้ำราคาที่สัญญาาร่วมค้ำกำหนดให้เป็นผู้เข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หลักประกันการเสนอราคาตามข้อนี้ รพม. จะคืนให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้ค้ำประกันภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ รพม. ได้พิจารณาเห็นชอบรายงานผลคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาเรียบร้อยแล้ว เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่คัดเลือกไว้ซึ่งเสนอราคาต่ำสุดหรือได้คะแนนรวมสูงสุดไม่เกิน ๓ ราย ให้คืนได้ต่อเมื่อได้ทำสัญญาหรือข้อตกลง หรือผู้ยื่นข้อเสนอได้พ้นจากข้อผูกพันแล้ว

การคืนหลักประกันการเสนอราคา ไม่ว่าในกรณีใด ๆ จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย

๖. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๖.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รพม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๖.๒ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๖.๒.๑ รายการพิจารณา คือ จ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

(๑) ราคาที่เสนอราคา (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

๖.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่ รฟม. กำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสิทธิผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๖.๔ รฟม. สงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผันในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของ รฟม.

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๖.๕ ในการตัดสินใจประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือ รฟม. มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ รฟม. มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๖.๖ รฟม. ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของรฟม. เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใด ๆ มิได้ รวมทั้ง รฟม. จะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ที่จ้าง ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลลธรรมดา หรือนิตินบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือ รฟม. จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ รฟม. มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใด ๆ จาก รฟม.

๖.๗ ก่อนลงนามในสัญญา รฟม. อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือก มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๗. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับ รฟม. ภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ รฟม. ยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๗.๑ เงินสด

๗.๒ เช็ครีหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่ รฟม. โดยเป็นเช็คลงวันที่ทำสัญญาหรือก่อนหน้านั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการของทางราชการ

๗.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๗.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๗.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่ง รฟม. ได้รับมอบไว้แล้ว

๘. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

รฟม. จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๕ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อขอบเขตของงานจ้างฯ ข้อ ๑๐ งวดงานที่ ๑ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อขอบเขตของงานจ้างฯ ข้อ ๑๐ งวดงานที่ ๒ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อขอบเขตของงานจ้างฯ ข้อ ๑๐ งวดงานที่ ๓ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๔ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อขอบเขตของงานจ้างฯ ข้อ ๑๐ งวดงานที่ ๔ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๕ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อขอบเขตของงานจ้างฯ ข้อ ๑๐ งวดงานที่ ๕ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

อัตราค่าปรับเป็นไปตามขอบเขตของงานจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้างตามแบบ ดังระบุในข้อ ๑.๓ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า - นับถัดจากวันที่รฟม. ได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน - วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๑. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอลื่น และอื่น ๆ

๑๑.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ การลงนามในสัญญาจะกระทำได้ต่อเมื่อ รฟม. ได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ แล้วเท่านั้น

๑๑.๒ เมื่อ รฟม. ได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์

๑๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งรพม.ได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงภายในเวลาที่ทางราชการกำหนดตั้งระบุไว้ในข้อ ๗ รพม. จะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกธำนาจจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกธำนาจให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ที่ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑.๔ รพม. สงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้ เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๑.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของ รพม. คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จายใด ๆ เพิ่มเติม

๑๑.๖ รพม. อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากรพม. ไม่ได้

(๑) ไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรรแต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ รพม. หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(๔) กรณีอื่นในทำนองเดียวกับ (๑) (๒) หรือ (๓) ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๒. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๓. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

รฟม. สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือก ให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่น ข้อเสนอหรือทำสัญญากับ รฟม. ไว้ชั่วคราว

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย

กรกฎาคม ๒๕๖๕

ขอบเขตงานจ้างบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร
(Terms of Reference: TOR)

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคมที่มีภารกิจหลักในการพัฒนาโครงข่ายระบบรางซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบขนส่งมวลชน ให้มีประสิทธิภาพและครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน โดย รฟม. ได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ อย่างครบวงจร ได้แก่ Facebook, Twitter, Line Official Account, Website และ Mobile Application ในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่หันมาใช้สื่อออนไลน์ในการติดตามข้อมูลข่าวสารมากขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ถูกต้อง รวดเร็วและทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น รฟม. จึงมีความจำเป็นต้องวางแผนการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครในเชิงรุก โดยบูรณาการผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อให้ประชาชนและผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเกิดการรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งมีความผูกพันต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ได้แก่ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ประชาชนทั่วไป ตลอดจนบุคคล/หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

2.2 เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการให้บริการที่ถูกต้องได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เข้าถึงทันเวลา สอดคล้องกับสถานการณ์การให้บริการขณะนั้น

2.3 เพื่อบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและประสบการณ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร รวมทั้งรักษาฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตามใหม่

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนผู้ใช้ที่ให้บริการรถไฟฟ้ามหานครเป็นประจำ

3.2 ประชาชนทั่วไปที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

/4.5 ไม่เป็นบุคคล...

๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

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

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ ให้แก่ส่วนงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีผลงานด้านการจัดทำสื่อกราฟิกรูปแบบต่าง ๆ และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการบูรณาการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบ หนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง และสำเนาสัญญาจ้าง หรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อมขอบเขตงานดังกล่าว (หากมี) มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ โดย รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Strategy Plan) ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร และจัดทำแผนปฏิบัติการโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดหลัก กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาด และการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. โดยนำเสนอ รพม. ภายใน 15 วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อให้ รพม. พิจารณาเห็นชอบ

5.2 งานออกแบบจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รพม.

/5.2.1 ผู้รับจ้าง...

Signature and stamp area with handwritten text and a stamp.

5.2.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) สำหรับเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม. ได้แก่ Facebook : MRT Purple Line, Line Official Account : @MRTA, Twitter : @mrt_purpleline และ Website หรือช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมนิยม ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวความคิดของเนื้อหา (concept) ในสื่อประชาสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์ เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร เป็นประโยชน์ เหมาะสมกับสถานการณ์ที่จะเผยแพร่ในขณะนั้น หรือบางกรณีจะเป็นไปตามสถานการณ์หรือแนวคิดตามที่ รฟม. กำหนด โดยมีรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5.2.1.1 Artwork ในรูปแบบ รูปภาพ / ภาพถ่าย / Infographic จำนวนไม่ต่ำกว่า 200 ชิ้นงาน

5.2.1.2 Artwork ในรูปแบบการใช้ภาพเล่าเรื่อง (Meme) จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ชุด

5.2.1.3 คลิปวิดีโอ ในรูปแบบ Infographic Motion โดยคลิปวิดีโอทุกชุดจะต้องมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 1280 x 720 หรือ 1920 x 1080 pixels อัตราส่วน 16:9 ความยาวอย่างน้อย 30 วินาที จำนวน 10 คลิป และปรับคลิปวิดีโอตั้งกล่าว เป็นอัตราส่วน 1:1 จำนวน 10 คลิป

5.2.1.4 Artwork สำหรับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (เกมส์) ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม. ในรูปแบบ รูปภาพ / คลิปวิดีโอ จำนวนไม่ต่ำกว่า 15 ชิ้นงาน

5.2.1.5 Artwork สำหรับกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบออนไลน์เพื่อกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร/ เพิ่มผู้โดยสารรายใหม่/กิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ในรูปแบบรูปภาพหรือคลิปวิดีโอสั้น จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 ชิ้นงาน

โดยข้อ 5.2.1.1 ข้อ 5.2.1.4 และข้อ 5.2.1.5 ให้ผู้รับจ้างออกแบบ Artwork ดังกล่าว จำนวนอย่างน้อย 3 รูปแบบต่อ 1 Artwork เพื่อให้ รฟม. พิจารณาคัดเลือก 1 รูปแบบ เพื่อนำไปดำเนินการปรับเป็น Artwork ที่สมบูรณ์ต่อไป

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องปรับขนาดของสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละชิ้นงาน ตามข้อ 5.2.1.1 ข้อ 5.2.1.4 และข้อ 5.2.1.5 เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ตามที่ รฟม. กำหนดด้วย โดยถือว่าการปรับสื่อประชาสัมพันธ์ ยังคงนับเป็นจำนวน 1 ชิ้นงาน

5.2.1.6 Template Design สำหรับทำ Artwork จำนวน 5 Template

5.2.2 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนปฏิบัติการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รายเดือน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง เกี่ยวกับเนื้อหาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.1.1 – 5.2.1.4 รวมเป็นจำนวนอย่างน้อย 15 ชิ้นงานต่อเดือน โดยนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบแผนดังกล่าว ล่วงหน้า 1 สัปดาห์ ก่อนที่ผู้รับจ้างดำเนินการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้แล้วเสร็จภายใน 3 สัปดาห์ หลังจากวันที่ รฟม. พิจารณาเห็นชอบแผนปฏิบัติการดังกล่าวแล้ว เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ในเดือนถัดไป (ทั้งนี้ แผนดังกล่าวต้องระบุสถานะการจัดทำ Artwork เพื่อให้ รฟม. สามารถติดตามสถานะได้)

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องสามารถออกแบบ Artwork ในรูปแบบ รูปภาพ / ภาพถ่าย / Infographic ที่นอกเหนือจากแผนปฏิบัติการดังกล่าว ในกรณีเร่งด่วนให้แล้วเสร็จภายใน 3 วัน หรือตามที่ รฟม. กำหนดได้ ซึ่งจำนวนชิ้นงานของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตในกรณีเร่งด่วน ให้ถือว่ารวมอยู่ในจำนวนชิ้นงานที่ผู้รับจ้างต้องผลิตขั้นต่ำต่อเดือนตามแผนปฏิบัติการรายเดือนดังกล่าว

5.2.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนปฏิบัติการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รายเดือน สำหรับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ รฟม. ได้เห็นชอบแล้ว ตามข้อ 5.2.2 ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม. หรือช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมนิยม หรือตามที่ รฟม. กำหนด ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยมีกำหนดจำนวนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละช่องทาง ดังนี้

/5.2.3.1 Facebook...

Angka dimun Jint U.

5.2.3.1 Facebook : MRT Purple Line

- เผยแพร่ผ่านทาง Facebook : MRT Purple Line จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง ต่อ 1 ครั้ง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

- แชร์โพสต์สื่อจาก Facebook MRT Purple Line ไปยัง Facebook เพจอื่นที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากและได้รับความนิยมสูง 1,000,000 Follower ไม่น้อยกว่า 5 เพจ (1 เพจ ต่อ 1 เรื่อง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.2.3.2 Twitter : @mrt_purpleline

เผยแพร่สื่อ (Tweet) ผ่านทาง Twitter : @mrt_purpleline จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง ต่อ 1 ครั้ง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.2.3.3 Line Official Account : @MRTA

เผยแพร่สื่อผ่านทาง Line Official Account : @MRTA จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง ต่อ 1 ครั้ง) ภายในระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3 งานบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รฟม.

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ ดูแล ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 รวมถึงข้อโฆษณาเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เกิดการติดตามและการมีส่วนร่วมในสื่อดังกล่าว รวมทั้งจัดเตรียมบุคลากรเพื่อประสานงาน ให้คำปรึกษา ดูแลการดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ รวมถึงการดูแลช่องทางออนไลน์ของ รฟม. ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างทั้งหมด ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 Facebook : MRT Purple Line

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการและจัดการ Facebook : MRT Purple Line โดยจัดทำและดูแล Facebook รวมทั้งมีผู้ดูแล (แอดมิน) ตลอดระยะเวลาโครงการ เพื่อจัดทำเนื้อหาเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมใน Facebook : MRT Purple Line เพื่อรักษาฐานผู้ติดตามเดิมและกระตุ้นยอดจำนวนผู้ติดตามให้เพิ่มขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1.1 ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook : MRT Purple Line ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม ไม่ต่ำกว่า 20,000 follower ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.1.2 ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook : MRT Purple Line ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากยอดเดิม ไม่ต่ำกว่า 20,000 Like ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.1.3 ผู้รับจ้างต้องสร้างจำนวนการเข้าถึงโพสต์ (Reach) โดยการซื้อพื้นที่โฆษณาทาง Facebook เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Facebook : MRT Purple Line ของ รฟม. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าถึงโพสต์แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,200,000 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียดสื่อ ระยะเวลา และกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการซื้อพื้นที่โฆษณาทาง Facebook ให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน

5.3.1.4 ผู้รับจ้างต้องมีการซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจ Facebook : MRT Purple Line เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง

/5.3.1.5 ผู้รับจ้าง...

ด.ก.น.

ด.น.ร. จ.น.ร. จ.น.ร. ๒.

5.3.1.5 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแชร์โพสต์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจากช่องทาง/แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.1.6 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00 น. - 24.00 น. เพื่อตอบคำถามให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน Facebook : MRT Purple Line ทาง Inbox และ Comment ของโพสต์ที่ผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อมูลที รฟม. กำหนด ในกรณีที่เป็นคำถามนอกเหนือจากที่กำหนดหรือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนหรือข้อร้องเรียน ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รฟม. เพื่อหารือและขอความเห็นชอบคำตอบก่อนที่จะแจ้งกลับผู้ใช้งาน

5.3.2 Twitter : @mrt_purpleline

5.3.2.1 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการเพื่อรักษาฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Twitter : @mrt_purpleline ไม่ต่ำกว่า 10,000 คน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.2.2 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ทุกวันตั้งแต่เวลา 06.00 น. - 24.00 น. เพื่อตอบคำถามให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน Twitter : @mrt_purpleline ทาง Inbox และ Comment ของโพสต์ที่ผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อมูลที รฟม. กำหนด ในกรณีที่เป็นคำถามนอกเหนือจากที่กำหนดหรือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนหรือข้อร้องเรียน ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รฟม. เพื่อหารือและขอความเห็นชอบคำตอบก่อนที่จะแจ้งกลับผู้ใช้งาน

5.3.2.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ Retweet ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจากช่องทาง/แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.3.3 Line Official Account : @MRTA

5.3.3.1 ผู้รับจ้างต้องติดต่อและดำเนินการอัปเดต Line Official Account : @MRTA ที่ รฟม. ใช้งานอยู่ในปัจจุบันให้เป็นบัญชีฟรีเมียมหรือบัญชีโลสส์เซียว ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจหรือองค์กรขนาดใหญ่ ที่สามารถรองรับฐานจำนวนผู้ติดตามเป็นหลักล้านคนและรองรับการใช้งานสปอนเซอร์สตีกเกอร์ และจัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน ตามระยะเวลาที่ รฟม. กำหนด เป็นเวลา 12 เดือน ซึ่ง รฟม. จะแจ้งกำหนดวันเริ่มงานให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

5.3.3.2 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการเพื่อรักษาฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA ไม่ต่ำกว่า 15,000 คน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.4 งานจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ตามที่ รฟม. กำหนด ได้แก่ กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร (แบ่งเป็น 4 ประเภทตามกลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไป กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้สูงอายุ) กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่ และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ได้แก่ Facebook : MRT Purple Line Twitter : @mrt_purpleline Line Official Account : @MRTA จำนวน 15 ครั้ง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง (จัดกิจกรรม 1 ครั้ง ต่อ 1 เดือน) โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมที่ออกแบบตามข้อ 5.2.1.4 จำนวน 1 ชิ้นงาน/กิจกรรม เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ดังกล่าว อย่างน้อย 2 ช่องทาง/กิจกรรม

ส่ง รฟม. อนุมัติ

/5.4.2 ผู้รับจ้าง...

5.5 การประเมินผลการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ส่งให้ รพม. เป็นประจำทุกเดือน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง ซึ่งมีรายละเอียดอย่างน้อยประกอบด้วย

5.5.1 รายงานผลการดำเนินการด้านออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

5.5.2 รายงานผลการดำเนินการด้านเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

5.5.3 ผลการจัดกิจกรรมตามข้อ 5.4

5.5.4 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการรับรู้ (Impression) การเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engage) สื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม.

5.5.5 จำนวนผู้ติดตาม / ผู้เลิกติดตาม สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม.

5.5.6 รายงานการตอบคำถามทาง Inbox และ comment ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. ที่ผู้รับจ้างบริหารจัดการ

5.5.7 สถิติข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ข้อมูลที่ผู้ใช้บริการสอบถาม ข้อมูลที่ผู้ใช้บริการสนใจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม.

โดยส่งให้ รพม. เป็นรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด ภายใน 7 วันทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ มาปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานอย่างเหมาะสมและเพียงพอ อย่างน้อยดังต่อไปนี้

5.6.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) จำนวน 1 คน โดยมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

5.6.2 ผู้ประสานงานโครงการ (Account Executive) จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ประสานงาน/จัดการการทำงานของทีมงานตามขอบเขตงาน โดยมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

5.6.3 เจ้าหน้าที่ Graphic designer จำนวนอย่างน้อย 1 คน

5.6.4 เจ้าหน้าที่ (แอดมิน) จำนวนอย่างน้อย 1 คน มาประจำที่ รพม. เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media) ของ รพม. ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยมีข้อกำหนดด้านคุณสมบัติ ดังนี้

5.6.4.1 มีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

5.6.4.2 ไม่มีประวัติอาชญากรรมเกี่ยวกับความผิดทางอาญา เว้นแต่โทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

5.6.4.3 ปฏิบัติงานที่สำนักงาน รพม. หรือปฏิบัติงานในสถานที่พักอาศัย (Work From Home) เมื่อมีเหตุจำเป็นตามที่ รพม. กำหนดหรืออนุญาต ตามเวลาทำการของ รพม. ในวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.00 น. - 17.00 น. (พักรับประทานอาหารกลางวัน เวลา 12.00 น. - 13.00 น.) เว้นวันหยุดที่ รพม. กำหนดไว้

/5.6.4.4 เจ้าหน้าที่...

ดงกน อิมพูนท์ จำกัด

5.6.4.4 เจ้าหน้าที่จะต้องลงเวลาปฏิบัติงานตามวิธีการที่ รพม. กำหนดและจัดทำรายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน จัดส่งให้ รพม. จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด ภายใน 7 วันทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

5.6.4.5 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่ซึ่งมาปฏิบัติงานที่ รพม. อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

5.6.4.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่สำรองมาปฏิบัติงานทดแทน กรณีที่เจ้าหน้าที่ประจำ รพม. ไม่มาปฏิบัติงานหรือมีความจำเป็นต้องหยุดงานหรือไม่สามารถมาปฏิบัติงานได้ โดยผู้รับจ้างต้องจัดส่งเจ้าหน้าที่ซึ่งมีความรู้ความสามารถตามที่ รพม. กำหนดไว้มาปฏิบัติงานทดแทนภายในไม่เกินเวลา 08.00 น. ของวันทำการนั้น โดยแจ้งให้ รพม. ทราบล่วงหน้าก่อนที่จะเข้ามาปฏิบัติงานทดแทน

5.6.4.7 กรณีที่ผู้รับจ้างต้องการเปลี่ยนแปลงเจ้าหน้าที่เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานหรือด้วยเหตุจำเป็นอันสมควร ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ รพม. ทราบก่อนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 เดือน แต่หากเป็นกรณีที่เจ้าหน้าที่ดังกล่าวไม่สามารถมาปฏิบัติงานได้ เช่น เจ็บป่วยร้ายแรง ลาออก หรือเสียชีวิต เป็นต้น ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่มาทดแทนทันที โดยเจ้าหน้าที่ดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือมากกว่าบุคลากรเดิมมาปฏิบัติงานทดแทนโดยต้องได้รับความเห็นชอบจาก รพม. เป็นลายลักษณ์อักษร

5.6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายละเอียดบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้กับ รพม. ตามข้อ 5.6.1 – 5.6.4 พร้อมบุคลากรสำรองทดแทนประกอบด้วย รายชื่อ รูปถ่ายสำเนาบัตรประชาชน สำเนาวุฒิการศึกษา ประวัติการทำงานโดยจัดส่งให้แก่ รพม. ตั้งแต่วันที่เริ่มปฏิบัติงานเพื่อให้ รพม. ตรวจสอบและพิจารณาเห็นชอบ

5.6.6 รพม. มีสิทธิ์ในการตรวจสอบคุณสมบัติและประเมินความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรของผู้รับจ้าง ตามข้อ 5.6.1 – 5.6.4 หาก รพม. พิจารณาเห็นว่า บุคลากรของผู้รับจ้างมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องหรือไม่มีความเหมาะสมที่จะปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรดังกล่าวหรือปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพ หรือปฏิบัติงานผิดพลาดจนเป็นเหตุให้ รพม. เกิดความเสียหาย รพม. มีสิทธิ์ขอเปลี่ยนแปลงบุคลากรของผู้รับจ้างตามข้อ 5.6.1 – 5.6.4 ได้ตลอดระยะเวลาปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องเปลี่ยนบุคลากรที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าหรือมากกว่าบุคลากรเดิมมาปฏิบัติงานทดแทนภายใน 10 วันทำการ หลังจากที่ได้รับแจ้งจาก รพม. เป็นลายลักษณ์อักษรและบุคลากรดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบจาก รพม. เป็นลายลักษณ์อักษร โดยระหว่างการจัดหาบุคลากรทดแทน ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีบุคลากรสำรองมาปฏิบัติงานตามสัญญาจนกว่าผู้รับจ้างจะจัดหาบุคลากรมาทดแทนได้

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)

หลักเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ แบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<p>1. แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์</p> <p>มีการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน มีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ และมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างบูรณาการ โดยพิจารณาจาก</p> <ol style="list-style-type: none">1.1 ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงานจ้าง1.2 สามารถนำเสนอแนวคิดหลัก (Concept) ได้อย่างมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มี Key message ที่จะใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจน1.3 สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับคุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท ได้อย่างน่าสนใจ1.4 กลยุทธ์การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างบูรณาการ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	60 คะแนน
<p>2. ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง</p> <ol style="list-style-type: none">2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) จำนวน 2 ชิ้น (สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็น online content แจกข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการรถไฟฟ้า จำนวน 1 ชิ้น และ สื่อประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมทางการตลาดหรือโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร จำนวน 1 ชิ้น2.1.1 ผลงานที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน มีความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบและวิธีการนำเสนอมีความน่าสนใจ การจัดวางองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม2.1.2 สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง ครบถ้วน และทันสมัย มีความสวยงามสะดุดตา	100 คะแนน 20 คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
2.2 ตัวอย่างการออกแบบ Content ในรูปแบบ Meme จำนวน 1 ชิ้น 2.2.1 ผลงานที่นำเสนอมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับการใช้บริการรถไฟฟ้า มหานคร สามารถร้อยเรียงเรื่องราวของเนื้อหาและถ่ายทอดเนื้อหาให้เข้าใจได้ง่ายและ ถูกต้อง ครบถ้วน 2.2.2 มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตที่น่าสนใจ น่าติดตาม และ ดูทันสมัย เช่น การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริง มาประกอบเป็นต้น	20 คะแนน
2.3 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวน 1 คลิป 2.3.1 ผลงานที่นำเสนอมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับการใช้บริการรถไฟฟ้า มหานคร ถ่ายทอดได้เข้าใจง่ายและถูกต้อง 2.3.2 มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตที่น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การใช้ Animation, infographic, Sound Effect, Computer Graphic 2D&3D, Motion graphic การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริง มาประกอบเป็นต้น	20 คะแนน
2.4 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมทางการตลาด ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. จำนวน 1 กิจกรรม และตัวอย่างการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ จำนวน 1 กิจกรรม นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ แผนมีความคิด สร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างจากกิจกรรมออนไลน์ที่มีในปัจจุบัน มีการระบุระยะเวลาการ ดำเนินงานในแผนการจัดกิจกรรมชัดเจน ทั้งนี้ ตัวอย่างการออกแบบ ตามข้อ 2. ต้องสามารถนำไปใช้งานได้จริง	40 คะแนน
3. แผนการดำเนินงาน (วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน)	20 คะแนน
3.1 สามารถนำเสนอแผนปฏิบัติการ ตามข้อ 5.1 ซึ่งระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ และสอดคล้องกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามขอบเขตของงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้อง ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการที่เสนอได้จริง	10 คะแนน
3.2 นำเสนอวิธีการทำงาน การบริหารงาน หรือกระบวนการทำงาน ร่วมกับ รฟม. ในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มี ความเหมาะสมและทันสมัยเพื่อให้การดำเนินงานและผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	10 คะแนน
4. ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม.	20 คะแนน
รวม	200 คะแนน

ด.ญ.

สมัคร พิมพ์ อ.

/7. การยื่น...

7. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอพร้อมจัดส่งเอกสารหลักฐานด้านเทคนิค ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) ดังนี้

7.1 แผนกลยุทธ์การดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Strategy Plan) ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดหลัก กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการบูรณาการใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตามข้อ 5.1

7.2 แผนปฏิบัติการโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงานตามข้อ 5.1 โดยระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ พร้อมระบุกรอบระยะเวลาที่สามารถจัดทำได้จริง

7.3 วิธีการทำงาน การบริหารงาน หรือกระบวนการทำงานร่วมกับ รพม. ในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยระบุขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ พร้อมช่องทางการติดต่อประสานงานและส่งงานกับ รพม.

7.4 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ ตามข้อ 5.2.1.1 จำนวน 1 ชิ้น และสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดรูปแบบออนไลน์เพื่อกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร/เพิ่มผู้โดยสารรายใหม่/กิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.2.1.5 จำนวน 1 ชิ้น

7.5 ตัวอย่างการออกแบบ Content ในรูปแบบ Meme จำนวน 1 ชุด ตามข้อ 5.2.1.2

7.6 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard สำหรับจัดทำชิ้นงานคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์การให้บริการ ของ รพม. ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที ตามข้อ 5.2.1.3 จำนวน 1 คลิป

7.7 แผนและตัวอย่างรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบออนไลน์ จำนวน 1 กิจกรรม และตัวอย่างการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ จำนวน 1 กิจกรรม ตามข้อ 5.4.1 และ 5.4.2

7.8 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม. ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและมีประโยชน์

7.9 ชื่อ-นามสกุล หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมล ผู้ประสานงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 - 2 คน เพื่อให้ รพม. สามารถติดต่อประสานงานได้

ทั้งนี้ ให้ผู้ยื่นข้อเสนอ คัดเลือกชิ้นงานที่ดีที่สุดเพียงรูปแบบเดียวในแต่ละข้อ เพื่อให้ รพม. พิจารณา หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดนำเสนอชิ้นงานในแต่ละข้อมากกว่าที่กำหนด รพม. ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่พิจารณาชิ้นงานทั้งหมด และ รพม. จะทำการติดต่อบริษัทผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อมูลการติดต่อในข้อ 7.9 เพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอได้เข้ามานำเสนอผลงานรายบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณ

วงเงิน 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

9. ระยะเวลาการดำเนินการ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 5 เป็นระยะเวลา 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

/10. การส่งมอบ...

๑๓/๑๑ ๑๓/๑๑ ๑๓/๑๑ ๑๓/๑๑

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามข้อ 5 และส่งมอบงานให้แก่ รฟม. โดยการส่งมอบงานที่เป็นรูปเล่มรายงาน ผู้รับจ้างต้องจัดทำและส่งมอบรูปเล่มรายงานอย่างน้อย 3 ชุด พร้อม Soft File โดยแบ่งเป็น 5 งวดงานดังนี้
งวดงานที่ 1 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

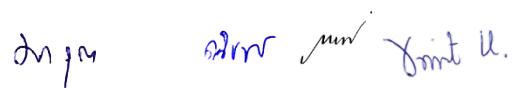
ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	แผนกลยุทธ์การดำเนินงาน (Strategy Plan) และแผนปฏิบัติการโดยละเอียด (Action Plan) ตามข้อ 5.1	ส่งมอบภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 2.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ชิ้นงาน 2.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชุด 2.3 คลิปวีดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน 2.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน 2.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
3.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 3.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 3.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 3.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมกันไม่น้อยกว่า 240,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
5.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 5.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook ไม่ต่ำกว่า 4,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook ไม่ต่ำกว่า 4,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

ส่งมอบ /ลำดับ...

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	5.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม ไม่ต่ำกว่า 2,000 คน 5.3 Line Official Account : @MRTA - ดำเนินการอัปเดต Line Official Account : @MRTA ที่มีอยู่ ให้เป็นบัญชีพรีเมียมหรือบัญชีโลโก้เขียว ระยะเวลา 12 เดือน	
6.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ตามที่กำหนด ตามข้อ 5.4.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่และ กิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 3 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
8.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับ เดือนที่ 1-3 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการ ปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
9.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 1-3 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วย รูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการ ปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

งวดงานที่ 2 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชุด 1.3 คลิปวิดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง


 /ลำดับ...

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 480,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 8,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 8,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 4,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 1 - 3	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 4-6 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 4-6 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

ส่งมอบ *ส่งมอบ* *ส่งมอบ* *ส่งมอบ* /งวดงานที่ 3...
Xmit U.

งวดงานที่ 3 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ชุด 1.3 คลิปวีดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Lineตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 720,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 12,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 12,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 6,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 4 – 6	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

/ลำดับ...

ดก กค

สมร มน
Jint U.

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	- เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA รวมไม่ต่ำกว่า 5,000 คน	
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 9 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 7-9 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 7-9 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

งวดงานที่ 4 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ชุด 1.3 คลิปวิดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 160 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๓๓๓๓ ๓๓๓๓ ๓๓๓๓ ๓๓๓๓ /ลำดับ...

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 960,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 16,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 16,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 8,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 7 - 9 - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 10,000 คน	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสารรายใหม่ และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 12 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 10-12 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตามข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 10-12 ในแต่ละเดือนประกอบด้วย รูปเล่มรายงานจำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการหลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงานของแต่ละเดือน

/งวดงานที่ 5...

ส่งมอบ ผสม มุม Joint U.

งวดงานที่ 5 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
1.	งานออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.1 1.1 Artwork ตามข้อ 5.2.1.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ชิ้นงาน 1.2 Artwork ตามข้อ 5.2.1.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 10 ชุด 1.3 คลิปวีดีโอ ตามข้อ 5.2.1.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน 1.4 เกมส์ ตามข้อ 5.2.1.4 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน 1.5 Template ตามข้อ 5.2.1.6 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
2.	งานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content) ตามข้อ 5.2.3 2.1 Facebook : MRT Purple Line ตามข้อ 5.2.3.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.2 Twitter : @mrt_purpleline ตามข้อ 5.2.3.2 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง) 2.3 Line Official Account : @MRTA ตามข้อ 5.2.3.3 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง (1 เรื่อง 1 ครั้ง)	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
3.	ซื้อพื้นที่โฆษณาบน Facebook (Boost Post) ทางเพจ MRT Purple Line ของ รฟม. เพื่อให้ content สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2 เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนการเข้าชมโพสต์บนหน้า Facebook แบบชำระเงิน (Paid Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 1,200,000 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
4.	การเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม/ผู้ถูกใจ 4.1 Facebook : MRT Purple Line - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 20,000 คน - เพิ่มจำนวนผู้ถูกใจ Facebook รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 20,000 คน - ซื้อโฆษณาทาง Facebook เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและผู้ถูกใจเพจ รวมสะสมไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง 4.2 Twitter : @mrt_purpleline - เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม รวมสะสมไม่ต่ำกว่า 10,000 คน 4.3 Line Official Account : @MRTA - จัดให้มีแพ็คเกจการใช้งานรายเดือนของ Line Official Account : @MRTA ที่สามารถส่งข้อความได้ไม่น้อยกว่า 200,000 ข้อความต่อเดือน สำหรับเดือนที่ 10 - 12	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

/ลำดับ...

ดงก

สมพร มนต์พิมพ์ อ.

ลำดับ	รายการที่ต้องส่งมอบ	กำหนดเวลาส่งมอบ
	- เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Line Official Account : @MRTA รวม สะสมไม่ต่ำกว่า 15,000 คน	
5.	จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ 5.4.1 รวมสะสมไม่น้อยกว่า 15 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
6.	จัดกิจกรรมกระตุ้นการใช้บัตรโดยสาร กิจกรรมเพิ่มผู้โดยสาร รายใหม่และกิจกรรมเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ตามข้อ 5.4.2 รวม สะสมไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง	ส่งมอบภายใน 15 เดือน นับถัด จากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
7.	รายงานสรุปเวลาเข้าออกปฏิบัติงานประจำเดือน ตามข้อ 5.6.4.4 สำหรับเดือนที่ 13-15 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วยรูปเล่มรายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงาน ของแต่ละเดือน
8.	รายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน (Monthly Report) ตาม ข้อ 5.5 สำหรับเดือนที่ 13-15 (ในแต่ละเดือนประกอบด้วย รูปเล่ม รายงาน จำนวน 3 ชุด พร้อม Soft Copy Electronic File จำนวน 1 ชุด)	ส่งมอบภายใน 7 วัน ทำการ หลังจากวันสิ้นสุดการปฏิบัติงาน ของแต่ละเดือน

11. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระเงินค่าจ้าง โดยแบ่งชำระเป็น 5 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 1 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 2 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 3 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 4 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 4 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 5 ชำระเงินร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 10 งวดงานที่ 5 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

12. ค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามงวดงานให้ รฟม. ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ 10. ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของเงินค่าจ้างตามงวดงานนั้น นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จของสัญญา หรือวันที่ รฟม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้

/รฟม. ...

๑๓/๑๓

๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓ ๑๓/๑๓

รพม. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้า เฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับหรือค่าใช้จ่าย
ในกรณีที่ต้องให้ผู้อื่นดำเนินการให้แล้วเสร็จโดยยินยอมให้ รพม. หักค่าใช้จ่าย/ค่าเสียหายก่อนการจ่ายเงินค่าจ้าง

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รพม. จะ
กำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

12.3 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถจัดหาเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานที่นำเสนอได้ตามข้อ 5.6.4 รพม. จะพิจารณา
ปรับในกรณีที่ไม่นำมาปฏิบัติงานทั้งวันในอัตรา 1,500 บาท ต่อวัน และในกรณีมาปฏิบัติงานล่าช้าหรือไม่ครบชั่วโมง
การทำงานในอัตรา 200 บาท ต่อชั่วโมง (เศษของชั่วโมงให้นับเป็น 1 ชั่วโมง)

12.4 กรณีที่ รพม. ตรวจสอบว่าผู้รับจ้างปฏิบัติหน้าที่บกพร่องในการตอบคำถามหรือให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการที่
ติดต่อสอบถามทาง Inbox หรือ Comment ทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่ถูกต้อง ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม. /12.4 กรณี...
1,000 บาทต่อครั้ง และในแต่ละเดือน หากมีความบกพร่องรวมทั้ง 5 ครั้งขึ้นไป ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม. ปรับ
เพิ่มเติมอีกเดือนละ 5,000 บาท

12.5 กรณีที่ รพม. ตรวจสอบว่าผู้รับจ้างปฏิบัติหน้าที่ผู้ดูแล (แอดมิน) ในการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคล
หรือใช้กิริยาวาจาที่ไม่สุภาพในการโต้ตอบกับผู้ใช้บริการที่ติดต่อสอบถามทาง Inbox หรือ Comment ทางสื่อ
สังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการร้องเรียนหรือส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ รพม. ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม.
ปรับในอัตรา 10,000 บาทต่อครั้ง

12.6 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่นำส่งรายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือนภายในเวลาที่กำหนดตามข้อ 5.5 ผู้รับจ้าง
ยินยอมให้ รพม. ปรับเป็นรายวันในอัตรา 500 บาทต่อวันนับถัดจากวันที่ครบกำหนดส่งจนถึงวันที่ส่งมอบครบถ้วน

13. ลิขสิทธิ์

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งปวงสำหรับงานจ้างนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ทั้งหมด ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน
สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสมบูรณ์ ต้นฉบับ ภาพถ่าย ภาพ footage (หากมี) เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย
ไฟล์งานกราฟิก พร้อมลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์และการจัดกิจกรรม (ถ้ามี)
ให้ รพม. และถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ที่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต
ซึ่งผู้รับจ้างหรือผู้ใดจะนำไปเผยแพร่หรือดำเนินการอย่างอื่นใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้ ทั้งนี้
ผู้รับจ้างจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นเด็ดขาด หากเกิดปัญหาหรือความเสียหายขึ้น ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบ
แต่เพียงผู้เดียวและไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

14. ผู้ประสานงาน

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. นายมารุต คงรำพึง | หัวหน้าแผนกอาวุโส แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2342 |
| 2. นางสาวณิชากร นาที | พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2368 |
| 3. นางสาวณัฐธยาน์ เรืองรจิตปกรณ | พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2355 |

/หลักเกณฑ์...

ด.ก.น

ณิชากร นาที

หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

รฟม. 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)

หลักเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ คะแนนรวม 200 คะแนน ดังนี้

2.1 แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (60 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม. ผ่านการนำเสนอแนวคิด (Theme) และ Key Message ที่จะนำมาใช้ในการสื่อสาร โดยจะต้องมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สื่อถึงความ เป็น รฟม. และเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตของงาน (TOR) ได้เป็นอย่างดี โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	60	40	20	0

ดีกว่าเกณฑ์: นำเสนอแนวคิดและ Key Message ที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์ดีมาก มีความแปลกใหม่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และ สื่อถึงความ เป็น รฟม. ไปในเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

ตามเกณฑ์ : นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน และสื่อถึงความ เป็น รฟม. ไปในเชิงสร้างสรรค์

ต่ำกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ตามที่ระบุไว้ใน TOR หรือไม่สื่อถึงความ เป็น รฟม.

ไม่นำเสนอ : ผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์ใด ๆ

2.2 ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง (100 คะแนน)

เนื่องจากการนำเสนอด้านผลงานที่เกี่ยวข้องนั้นจะให้คะแนนโดยพิจารณาจากความสวยงาม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความคิดของแต่ละบุคคล จึงไม่อาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างความสวยงามอย่างโดดเด่นของผลงานจากผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผลงานที่มีความสวยงาม โดดเด่น น่าสนใจ จัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม และสามารถสื่อสารเนื้อหา content ไปยังผู้โดยสารได้ชัดเจนที่สุด จะได้คะแนนมากที่สุด สำหรับผลงานที่มีความสมบูรณ์น้อยกว่าดังกล่าว จะได้คะแนนลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาให้คะแนนจากการจัดทำสื่อแต่ละประเภท ดังนี้

/2.2.1 ตัวอย่าง...

Ang

สมิทธิ์ สุนิ สันติ U.

2.2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ (Online content)
จำนวน 2 ชั้น ๆ ละ 10 คะแนน (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	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 Content ในรูปแบบ Meme จำนวน 1 ชุด (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่าง Meme ที่สามารถร้อยเรียงเรื่องราวของเนื้อหา ได้แก่ ข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. หรือเนื้อหาอื่น ๆ ตามที่ รพม. กำหนด โดยถ่ายทอดให้เข้าใจได้ง่ายและถูกต้องครบถ้วน โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริงประกอบ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	10	0

นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ตัวอย่าง Meme มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ตัวอย่าง Meme มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่.2

/นำเสนอ...

Handwritten signatures and initials in blue ink.

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ตัวอย่าง Meme มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่ 3 เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอตัวอย่าง Meme

2.2.3 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า 30

วินาที จำนวน 1 คลิป (20 คะแนน)

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

ระดับ	นำเสนอดีลำดับที่ 1	นำเสนอดีลำดับที่ 2	นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	10	0

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

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

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

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอตัวอย่าง Storyboard

2.2.4 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมทางการตลาด ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ

รพม. จำนวน 1 กิจกรรม และตัวอย่างการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ จำนวน 1 กิจกรรม (40 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนตัวอย่างและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้เกิดการร่วมกิจกรรม

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	40	30	20	0

/ดีกว่าเกณฑ์...

ดง กว

ณิชา มน Joint U.

ดีกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมนอกสถานที่ ได้ตาม TOR กำหนด ซึ่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ดี มีความแปลกใหม่ มีแนวโน้มทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการร่วมกิจกรรม ของ รพม. ได้จริง

ตามเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมนอกสถานที่ ได้ตาม TOR กำหนด

ต่ำกว่าเกณฑ์ : นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมนอกสถานที่ ไม่เป็นไปตาม TOR กำหนด

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอการจัดกิจกรรม

2.3 แผนการดำเนินงาน (วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน) (20 คะแนน)

2.3.1 แผนปฏิบัติการ (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากแผนปฏิบัติการที่นำเสนอ มีความละเอียด ชัดเจน และสามารถจัดทำได้จริงตามแผนที่วางไว้ โดยต้องแสดงระยะเวลาการดำเนินงานต่าง ๆ ครอบคลุมถึงสาระสำคัญในขอบเขตงานที่กำหนดไว้ใน TOR ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน เช่น การเตรียมงาน การออกแบบ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม และการส่งมอบงานตามขอบเขตการดำเนินงาน

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	10	7	4	0

ดีกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความละเอียด ชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน ซึ่งมีความเป็นไปได้ ขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง และสอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ตาม TOR

ตามเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดและระยะเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตาม TOR

ต่ำกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานไม่มีความชัดเจน ไม่แสดงรายละเอียดในขั้นตอนต่าง ๆ ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาและระยะเวลาที่กำหนดไว้ในตาม TOR

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน

2.3.2 วิธีการบริหารและวิธีปฏิบัติงาน (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากวิธีการทำงาน การบริหารงาน หรือกระบวนการทำงานในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มีความเหมาะสมและทันสมัย เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกับ รพม. และผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงขั้นตอนการทำงาน ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการทำงานอย่างครบถ้วน เช่นการเตรียมงาน การออกแบบ การปรับปรุง การตรวจทาน การผลิต/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับขอบเขตงานตาม TOR พร้อมทั้งมีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงานส่งงานกับ รพม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	10	7	4	0

/ดีกว่าเกณฑ์...

Handwritten signatures and initials in blue ink.

ดีกว่าเกณฑ์ : นำเสนอขั้นตอนการทำงาน วิธีการทำงาน หรือกระบวนการทำงานในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ที่มีรายละเอียดชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับ TOR มีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงาน/ส่งงานกับ รฟม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย และมีแนวทางการแก้ปัญหาหรือนำนวัตกรรมใหม่มาประยุกต์ใช้ในงาน

ตามเกณฑ์ : นำเสนอขั้นตอนการทำงาน วิธีการทำงาน หรือกระบวนการทำงานในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ที่มีรายละเอียดชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับ TOR มีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงาน/ส่งงานกับ รฟม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย

ต่ำกว่าเกณฑ์ : ขั้นตอนการทำงานวิธีการทำงานหรือกระบวนการทำงานไม่มีความชัดเจนไม่ครบถ้วนหรือไม่มีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงานส่งงานกับ รฟม.

ไม่นำเสนอ : ไม่นำเสนอขั้นตอนการทำงานวิธีการทำงานหรือกระบวนการทำงาน

2.4 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (20 คะแนน)

เนื่องจากผู้ยื่นข้อเสนอมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอมีความคิดเห็นเพิ่มเติมสามารถยื่นข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. เพิ่มเติมมากกว่าที่กำหนดใน TOR ได้ตามความเหมาะสมและไม่จำกัด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ในการพิจารณากำหนดคะแนน ดังนี้

ระดับ	นำเสนอดี ลำดับที่ 1	นำเสนอดี ลำดับที่ 2	นำเสนอดี ลำดับที่ 3 เป็นต้นไป	ไม่มีการนำเสนอ
คะแนน	20	15	10	0

นำเสนอดีลำดับที่ 1 : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. ดีเป็นลำดับที่..1

นำเสนอดีลำดับที่ 2 : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. ดีเป็นลำดับที่..2

นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป : ข้อเสนออื่น ๆ มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. ดีเป็นลำดับที่..3 เป็นต้นไป

ไม่มีการนำเสนอ : ไม่มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ

Handwritten signatures and initials in blue ink.

ใบเสนอราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เรียน

๑. ข้าพเจ้า.....สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่.....
.....ถนน.....ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....
โดย.....ผู้ลงนามข้างท้ายนี้ (ในกรณีผู้รับจ้างเป็นบุคคลธรรมดาให้ใช้ข้อความว่า
ข้าพเจ้า.....อยู่บ้านเลขที่.....

ถนน.....ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต
.....จังหวัด.....ผู้ถือบัตรประจำตัวประชาชน เลขที่.....
.....โทรศัพท์.....) โดย.....ได้พิจารณาเงื่อนไข
ต่างๆ ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารเพิ่มเติม (ถ้ามี) เลขที่.....โดยตลอด
และยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไขนั้นแล้ว รวมทั้งรับรองว่า ข้าพเจ้าเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วน
ตามที่กำหนดและไม่เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐ

๒. ข้าพเจ้าขอเสนอที่จะทำงานจ้าง.....ตามข้อกำหนดเงื่อนไขรายละเอียด
แห่งเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ตามราคาที่ได้ระบุไว้ในใบเสนอราคานี้ เป็นเงินทั้งสิ้น
.....บาท (.....) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ
และค่าใช้จ่ายที่พึงปวงไว้ด้วยแล้ว

๓. ข้าพเจ้าจะยื่นคำเสนอราคานี้เป็นระยะเวลา.....วัน ตั้งแต่วันยื่นข้อเสนอ
และ.....^๑ อาจรับคำเสนอนี้ ณ เวลาใดก็ได้ก่อนที่จะครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หรือระยะเวลา
ที่ได้ยื่นออกไปตามเหตุผลอันสมควรที่.....^๑ ร้องขอ

๔. ข้าพเจ้ารับรองว่าจะส่งมอบงานตามเงื่อนไขที่เอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กำหนดไว้

๕. ในกรณีที่ข้าพเจ้าได้รับการพิจารณาให้เป็นผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
ข้าพเจ้ารับรองที่จะ

๕.๑ ทำสัญญาตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือ
ตามที่สำนักงานอัยการสูงสุดได้แก้ไขเพิ่มเติมแล้ว กับ.....^๑ ภายใน.....วัน นับถัดจากวันที่
ได้รับหนังสือให้ทำสัญญา

๕.๒ มอบหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา ตามที่ระบุไว้ในข้อ ๗ ของเอกสารการประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ ให้แก่.....^๑ ขณะที่ได้ลงนามในสัญญาเป็นจำนวนร้อยละ.....ของราคาตามสัญญา
ที่ได้ระบุไว้ในใบเสนอราคานี้ เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาโดยถูกต้องและครบถ้วน

หากข้าพเจ้าไม่ปฏิบัติให้ครบถ้วนตามที่ระบุในข้อ ๕.๑ และ/หรือข้อ ๕.๒ ดังกล่าว
ข้างต้น ข้าพเจ้ายอมชดใช้ค่าเสียหายใดๆ ที่อาจมีแก่.....^๑ และ.....^๑ มีสิทธิจะให้
ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นเป็นผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ หรือ.....^๑ อาจดำเนินการ
จัดจ้างการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ก็ได้

๖. ข้าพเจ้ายอมรับว่า.....^๑ ไม่มีความผูกพันที่จะรับคำเสนอนี้ หรือใบเสนอราคาใดๆ
รวมทั้งไม่ต้องรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายใดๆ อันอาจเกิดขึ้นในการที่ข้าพเจ้าได้เข้ายื่นข้อเสนอครั้งนี้

๗. เพื่อเป็นประกันในการปฏิบัติโดยถูกต้อง ตามที่ได้ทำความเข้าใจและผูกพันแห่งคำเสนอนี้ ข้าพเจ้าขอมอบ.....เพื่อเป็นหลักประกันการเสนอราคา เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....) มาพร้อมนี้

๘. ข้าพเจ้าได้ตรวจทานตัวเลขและตรวจสอบเอกสารต่างๆ ที่ได้ยื่นพร้อมใบเสนอราคานี้ โดยละเอียดแล้ว และเข้าใจดีว่า^๑ ไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ ในความผิดพลาดหรือตกหล่น

๙. ใบเสนอราคานี้ ได้ยื่นเสนอโดยบริสุทธิ์ยุติธรรม และปราศจากกลฉ้อฉล หรือการสมรู้ร่วมคิดกัน โดยไม่ชอบด้วยกฎหมายกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหลายบุคคล หรือกับห้างหุ้นส่วน บริษัทใดๆ ที่ได้ยื่นข้อเสนอ ในคราวเดียวกัน

เสนอมา ณ วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

ลงชื่อ

(.....)

ตำแหน่ง.....

หมายเหตุ

^๑ ให้ระบุชื่อย่อของหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินการจัดจ้าง เช่น กรม หรือจังหวัด หรือที่ไอที เป็นต้น

เอกสารฉบับนี้ไม่ต้องจัดทำเพื่อระบบในระบบ e-GP

แบบสัญญา
สัญญาจ้างทำของ

สัญญาเลขที่..... (๑).....

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้น ณ

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต.....

จังหวัด.....เมื่อวันที่ เดือน พ.ศ.

ระหว่าง..... (๒)

โดย (๓)

ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ว่าจ้าง” ฝ่ายหนึ่ง กับ..... (๔ ก)

ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ

มีสำนักงานใหญ่อยู่เลขที่ถนน.....ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....โดย.....

ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคลปรากฏตามหนังสือรับรองของสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท

ลงวันที่..... (๕)(และหนังสือมอบอำนาจลงวันที่)

แนบท้ายสัญญานี้ (๖)ในกรณีที่ผู้รับจ้างเป็นบุคคลธรรมดาให้ใช้ข้อความว่า กับ (๔ ข)

อยู่บ้านเลขที่ถนน.....ตำบล/แขวง

อำเภอ/เขต.....จังหวัด..... ผู้ถือบัตรประจำตัวประชาชน

เลขที่..... ดังปรากฏตามสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนแนบท้ายสัญญานี้) ซึ่งต่อไปใน

สัญญานี้เรียกว่า “ผู้รับจ้าง” อีกฝ่ายหนึ่ง

คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงาน..... (๗)

ณ ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต

จังหวัด..... ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้รวมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา

ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ

ชนิดดีเพื่อใช้ในงานจ้างตามสัญญานี้

ข้อ ๒ เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑ ผนวก ๑.....(รายละเอียดงานจ้าง)..... จำนวน.....(.....) หน้า

๒.๒ ผนวก ๒.....(ใบเสนอราคา)..... จำนวน.....(.....) หน้า

..... ฯลฯ.....

ความใดในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดหรือแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้างให้ถือเป็นที่สุด และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าจ้าง หรือค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมจากผู้ว่าจ้างทั้งสิ้น

ข้อ ๓ หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในขณะที่ทำสัญญานี้ผู้รับจ้างได้นำหลักประกันเป็น..... (๘)
เป็นจำนวนเงิน..... บาท (.....) ซึ่งเท่ากับร้อยละ.....(๘).....(.....)

ของราคาค่าจ้างตามสัญญา มามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญานี้

(๑๐)กรณีผู้รับจ้างใช้หนังสือค้ำประกันมาเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา หนังสือค้ำประกันดังกล่าวจะต้องออกโดยธนาคารที่ประกอบกิจการในประเทศไทย หรือโดยบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทย แจ้งเวียนให้ทราบตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนด หรืออาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้ และจะต้องมีอายุ การค้ำประกันตลอดไปจนกว่าผู้รับจ้างพ้นข้อผูกพันตามสัญญานี้

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ตามวรรคหนึ่ง จะต้องมียุครอบคลุมความรับผิดชอบ ทั้งปวงของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ถ้าหลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบให้ดังกล่าวลดลงหรือเสื่อมค่าลง หรือมียุครอบคลุมไม่ถึงความรับผิดชอบของผู้รับจ้างตลอดอายุสัญญา ไม่ว่าจะด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม รวมถึงกรณี ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเป็นเหตุให้ระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวันครบกำหนดความรับผิดชอบในความชำรุด บกพร่องตามสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเกิดขึ้นคราวใด ผู้รับจ้างต้องหาหลักประกันใหม่หรือ หลักประกันเพิ่มเติมให้มีจำนวนครบถ้วนตามวรรคหนึ่งนำมามอบให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน..... (.....) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบไว้ตามข้อนี้ ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างโดยไม่มี ดอกเบี้ยเมื่อผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพันและความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญานี้แล้ว

ข้อ ๔ ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

(๑๑)ก) สำหรับการจ่ายเงินค่าจ้างให้ผู้รับจ้างเป็นงวด

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวนเงิน.....บาท (.....) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน.....บาท (.....)

ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวดๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....)
เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน.....ให้แล้วเสร็จภายใน.....

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....)
เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน.....ให้แล้วเสร็จภายใน.....

..... ฯลฯ.....

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....)
เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว

(๑๒)ข) สำหรับการจ่ายเงินค่าจ้างให้ผู้รับจ้างครั้งเดียว

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างจำนวนเงิน.....บาท (.....) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม จำนวน.....บาท (.....)

ตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จ เรียบร้อยตามสัญญาและผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างตามข้อ ๑๑ ไว้โดยครบถ้วนแล้ว

(๑๓)การจ่ายเงินตามเงื่อนไขแห่งสัญญา ผู้ว่าจ้างจะโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้รับจ้าง ชื่อธนาคาร.....สาขา.....ชื่อบัญชี.....เลขที่บัญชี..... ทั้งนี้ ผู้รับจ้างตกลงเป็นผู้รับภาระเงินค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการอื่นใดเกี่ยวกับการโอน รวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่นใด (ถ้ามี) ที่ธนาคารเรียกเก็บ และยินยอมให้มีการหักเงินดังกล่าวจากจำนวนเงินโอนในงวดนั้นๆ (ความในวรรคนี้ใช้สำหรับกรณีที่หน่วยงานของรัฐจะจ่ายเงินตรงให้แก่ผู้รับจ้าง (ระบบ Direct Payment) โดยการโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้รับจ้างตามแนวทางที่กระทรวงการคลังหรือหน่วยงานของรัฐเจ้าของงบประมาณเป็นผู้กำหนด แล้วแต่กรณี)

(๑๔)ข้อ ๕ เงินค่าจ้างล่วงหน้า

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้าง เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....) ซึ่งเท่ากับร้อยละ.....(.....) ของราคาค่าจ้างตามสัญญาที่ระบุไว้ในข้อ ๔

เงินค่าจ้างล่วงหน้าดังกล่าวจะจ่ายให้ภายหลังจากที่ผู้รับจ้างได้วางหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าเป็น..... (หนังสือค้ำประกันหรือหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศหรือพันธบัตรรัฐบาลไทย)เต็มตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นให้แก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องออกไปเสรีรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามแบบที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้และผู้รับจ้างตกลงที่จะกระทำตามเงื่อนไขอื่นเกี่ยวกับการใช้จ่ายและการใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า นั้น ดังต่อไปนี้

๕.๑ ผู้รับจ้างจะใช้เงินค่าจ้างล่วงหน้านั้นเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานตามสัญญาเท่านั้น หากผู้รับจ้างใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเงินค่าจ้างล่วงหน้าในทางอื่น ผู้ว่าจ้างอาจจะเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๒ เมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง ผู้รับจ้างต้องแสดงหลักฐานการใช้จ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อพิสูจน์ว่าได้เป็นไปตามข้อ ๕.๑ ภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่อาจแสดงหลักฐานดังกล่าวภายในกำหนด ๑๕ (สิบห้า) วัน ผู้ว่าจ้างอาจเรียกเงินค่าจ้างล่วงหน้าคืนจากผู้รับจ้างหรือบังคับเอาจากหลักประกันการรับเงินค่าจ้างล่วงหน้าได้ทันที

๕.๓ ในการจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามข้อ ๔ ผู้ว่าจ้างจะหักคืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าในแต่ละงวดเพื่อชดใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้าไว้จำนวนร้อยละ.....(.....) ของจำนวนเงินค่าจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจำนวนเงินที่หักไว้จะครบตามจำนวนเงินที่หักค่าจ้างล่วงหน้าจากผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว ยกเว้นค่าจ้างงวดสุดท้ายจะหักไว้เป็นจำนวนเท่ากับจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือทั้งหมด

๕.๔ เงินจำนวนใดๆ ก็ตามที่ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ว่าจ้างเพื่อชำระหนี้หรือเพื่อชดใช้ความรับผิดต่างๆ ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากเงินค่าจ้างงวดที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก่อนที่จะหักชดใช้คืนเงินค่าจ้างล่วงหน้า

๕.๕ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญา หากเงินค่าจ้างล่วงหน้าที่เหลือเกินกว่าจำนวนเงินที่ผู้รับจ้างจะได้รับหลังจากหักชดใช้ในกรณีอื่นแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายคืนเงินจำนวนที่เหลือนั้นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๗ (เจ็ด) วัน นับถัดจากวันได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

๕.๖ ผู้ว่าจ้างจะคืนหลักประกันเงินค่าจ้างล่วงหน้าให้แก่ผู้รับจ้างต่อเมื่อผู้ว่าจ้างได้หักเงินค่าจ้างไว้ครบจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้าตามข้อ ๕.๓

ข้อ ๖ กำหนดเวลาแล้วเสร็จและสิทธิของผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ผู้รับจ้างต้องเริ่มทำงานที่รับจ้างภายในวันที่..... เดือน..... พ.ศ. และจะต้องทำงานให้แล้วเสร็จบริบูรณ์ภายในวันที่ เดือน พ.ศ. ถ้าผู้รับจ้างมิได้ลงมือทำงานภายในกำหนดเวลา หรือไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีเหตุให้เชื่อได้ว่าผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลา หรือจะแล้วเสร็จล่าช้าเกินกว่ากำหนดเวลา หรือผู้รับจ้างทำผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือตกเป็นผู้ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือตกเป็นผู้ล้มละลาย หรือเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญานี้ได้ และมีสิทธิจ้างผู้รับจ้างรายใหม่เข้าทำงานของผู้รับจ้างให้ลุล่วงไปได้ด้วย การใช้สิทธิบอกเลิกสัญญานั้นไม่กระทบสิทธิของผู้ว่าจ้างที่จะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้รับจ้าง

การที่ผู้ว่าจ้างไม่ใช้สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิดตามสัญญา

(๑๕) ข้อ ๗ ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาตามข้อ ๖ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการจ้างนี้ ภายในกำหนด.....(๑๖).....(.....) ปี(.....) เดือน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการแก้ไข ให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างไม่กระทำการดังกล่าวภายในกำหนด.....(.....) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น

ในกรณีเร่งด่วนจำเป็นต้องรีบแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายโดยเร็ว และไม่อาจรอให้ผู้รับจ้างแก้ไขในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งได้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิเข้าจัดการแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ซ่อมแซมความชำรุดบกพร่องหรือเสียหาย โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมด

การที่ผู้ว่าจ้างทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นแทนผู้รับจ้าง ไม่ทำให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดตามสัญญา หากผู้รับจ้างไม่ชดใช้ค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายตามที่ผู้ว่าจ้างเรียกร้อง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้

ข้อ ๘ การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแห่งสัญญานี้ไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างช่วงงานแต่บางส่วนที่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างแล้ว การที่ผู้ว่าจ้างได้อนุญาตให้จ้างช่วงงานแต่บางส่วนดังกล่าวนี้ ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดหรือพ้นหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วง หรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ.....(๑๗).....(.....) ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา ทั้งนี้ ไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ข้อ ๙ ความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง และจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างช่วงด้วย (ถ้ามี)

ความเสียหายใดๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัยก็ตาม ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยซ่อมแซมให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ความรับผิดชอบของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างคงต้องรับผิดชอบเพียงในกรณีชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายดังกล่าวในข้อ ๗ เท่านั้น

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง หรือลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้รับจ้าง รวมถึงผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ตามสัญญาฯ หากผู้ว่าจ้างถูกเรียกร้องหรือฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใดๆ เพื่อให้มีการว่าต่างแก่ต่างให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งผู้รับจ้างจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้นๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใดๆ อันเกิดจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้แก่ผู้ว่าจ้างทันที

ข้อ ๑๐ การจ่ายเงินแก่ลูกจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกจ้างที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญาไว้ต่อลูกจ้างดังกล่าว

ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอื่นใดแก่ลูกจ้างดังกล่าวในวาระหนึ่ง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกจ้างของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้ถือว่าผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีประกันภัยสำหรับลูกจ้างทุกคนที่จ้างมาทำงาน โดยให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้าง รวมทั้งผู้รับจ้างช่วง (ถ้ามี) ในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตามกฎหมาย ซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ ต่อลูกจ้างหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง

ข้อ ๑๑ การตรวจรับงานจ้าง

เมื่อผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานจ้างที่ส่งมอบและเห็นว่าถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาแล้ว ผู้ว่าจ้างจะออกหลักฐานการรับมอบเป็นหนังสือไว้ให้ เพื่อผู้รับจ้างนำมาเป็นหลักฐานประกอบการขอรับเงินค่างานจ้างนั้น

ถ้าผลของการตรวจรับงานจ้างปรากฏว่างานจ้างที่ผู้รับจ้างส่งมอบไม่ตรงตามสัญญา ผู้ว่าจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับงานจ้างนั้น ในกรณีเช่นว่านี้ ผู้รับจ้างต้องทำการแก้ไขให้ถูกต้องตามสัญญาด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง และระยะเวลาที่เสียไปเพราะเหตุดังกล่าวผู้รับจ้างจะนำมาอ้างเป็นเหตุขอขยายเวลาส่งมอบงานจ้างตามสัญญาหรือขอลดค่าปรับไม่ได้

(๑๘) ในกรณีที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานจ้างถูกต้องแต่ไม่ครบจำนวน หรือส่งมอบครบจำนวน แต่ไม่ถูกต้องทั้งหมด ผู้ว่าจ้างจะตรวจรับงานจ้างเฉพาะส่วนที่ถูกต้อง โดยออกหลักฐานการตรวจรับงานจ้างเฉพาะส่วนนั้นก็ได้ (ความในวรรคสามนี้ จะไม่กำหนดไว้ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างต้องการงานจ้างทั้งหมดในคราวเดียวกัน หรืองานจ้างที่ประกอบเป็นชุดหรือหน่วย ถ้าขาดส่วนประกอบอย่างหนึ่งอย่างใดไปแล้ว จะไม่สามารถใช้งานได้เลยโดยสมบูรณ์)

ข้อ ๑๒ รายละเอียดของงานจ้างคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในรายละเอียดของงานจ้างโดยถี่ถ้วนแล้ว หากปรากฏว่ารายละเอียดของงานจ้างนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากหลักการทางวิศวกรรมหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด โดยผู้รับจ้างจะคิดค่าจ้าง ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มขึ้นจากผู้ว่าจ้าง หรือขอขยายอายุสัญญาไม่ได้

ข้อ ๑๓ ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา และผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินวันละ.....(๑๙).... บาท (.....) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายเวลาทำงานให้ จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตามข้อ ๑๔ ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๔ สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อจนแล้วเสร็จก็ได้ และในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิริบหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมดหรือบางส่วนตามแต่จะเห็นสมควร นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่าหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินใดๆ ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้

ข้อ ๑๕ การบังคับค่าปรับ ค่าเสียหาย และค่าใช้จ่าย

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่งด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม จนเป็นเหตุให้เกิดค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องชดใช้ค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้แก่ผู้ว่าจ้างโดยสิ้นเชิงภายในกำหนด.....(.....) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างไม่ชดใช้ให้ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาดังกล่าวให้ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะหักเอาจากจำนวนเงินค่าจ้างที่ต้องชำระ หรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาได้ทันที

หากค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายที่บังคับจากเงินค่าจ้างที่ต้องชำระ หรือหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาแล้วยังไม่เพียงพอ ผู้รับจ้างยินยอมชำระส่วนที่เหลือที่ยังขาดอยู่จนครบถ้วนตามจำนวนค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายนั้น ภายในกำหนด(.....) วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้าง

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแล้วยังเหลืออยู่อีกเท่าใด ผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๖ การงดหรือลดค่าปรับ หรือการขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากพฤติการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย หรือเหตุอื่นตามที่กำหนด ในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ทำให้ผู้รับจ้าง ไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือ พฤติการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างทราบ เพื่อของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลา ทำงานออกไปภายใน ๑๕ (สิบห้า) วันนับถัดจากวันที่เหตุอันนั้นสิ้นสุดลง หรือตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ดังกล่าว แล้วแต่กรณี

ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิ เรียกร้องในการที่จะของดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขทั้งสิ้น เว้นแต่ กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือผู้ว่าจ้างทราบ ดิอยู่แล้วตั้งแต่ต้น

การงดหรือลดค่าปรับ หรือขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในดุลพินิจ ของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๗ การใช้เรือไทย

ในการปฏิบัติตามสัญญานี้ หากผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำของเข้ามาจากต่างประเทศ รวมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ต้องนำเข้ามาเพื่อปฏิบัติงานตามสัญญา ไม่ว่าผู้รับจ้างจะเป็นผู้นำของเข้ามาเอง หรือนำเข้ามาโดยผ่านตัวแทนหรือบุคคลอื่นใด ถ้าสิ่งของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางเดินเรือที่มี เรือไทยเดินอยู่และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้รับจ้างต้องจัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทยหรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทยจากต่างประเทศ มายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่าก่อนบรรทุกของนั้นลงเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้ ทั้งนี้ไม่ว่าการส่ง หรือนำเข้าสิ่งของดังกล่าวจากต่างประเทศจะเป็นแบบใด

ในการส่งมอบงานตามสัญญาให้แก่ผู้ว่าจ้าง ถ้างานนั้นมีสิ่งของตามวรรคหนึ่ง ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบใบตราส่ง (Bill of Lading) หรือสำเนาใบตราส่งสำหรับของนั้น ซึ่งแสดงว่าได้บรรทุก มาโดยเรือไทยหรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทยให้แก่ผู้ว่าจ้างพร้อมกับการส่งมอบงานด้วย

ในกรณีที่สิ่งของดังกล่าวไม่ได้บรรทุกจากต่างประเทศมายังประเทศไทยโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย ผู้รับจ้างต้องส่งมอบหลักฐานซึ่งแสดงว่าได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกของโดยเรืออื่นได้ หรือหลักฐานซึ่งแสดงว่าได้ชำระค่าธรรมเนียมพิเศษเนื่องจากการไม่บรรทุกของ โดยเรือไทยตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์แล้วอย่างใดอย่างหนึ่งแก่ผู้ว่าจ้างด้วย

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่ส่งมอบหลักฐานอย่างใดอย่างหนึ่งดังกล่าวในวรรคสอง และวรรคสามให้แก่ผู้ว่าจ้าง แต่จะขอส่งมอบงานดังกล่าวให้ผู้ว่าจ้างก่อนโดยไม่รับชำระเงินค่าจ้าง ผู้ว่าจ้าง มีสิทธิรับงานดังกล่าวไว้ก่อน และชำระเงินค่าจ้างเมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติถูกต้องครบถ้วนดังกล่าวแล้วได้

สัญญานี้ทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจ
ข้อความ โดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อ พร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน
และคู่สัญญาต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

(ลงชื่อ).....ผู้ว่าจ้าง
(.....)

(ลงชื่อ).....ผู้รับจ้าง
(.....)

(ลงชื่อ).....พยาน
(.....)

(ลงชื่อ).....พยาน
(.....)

วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับสัญญาจ้าง

- (๑) ให้ระบุเลขที่สัญญาในปีกงบประมาณหนึ่งๆ ตามลำดับ
- (๒) ให้ระบุชื่อของหน่วยงานของรัฐที่เป็นนิติบุคคล เช่น กรม ก. หรือรัฐวิสาหกิจ ข. เป็นต้น
- (๓) ให้ระบุชื่อและตำแหน่งของหัวหน้าหน่วยงานของรัฐที่เป็นนิติบุคคลนั้น หรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจ เช่น นาย ก. อธิบดีกรม..... หรือ นาย ข. ผู้ได้รับมอบอำนาจจากอธิบดีกรม.....
- (๔) ให้ระบุชื่อผู้รับจ้าง
 - ก. กรณีนิติบุคคล เช่น ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด
 - ข. กรณีบุคคลธรรมดา ให้ระบุชื่อและที่อยู่
- (๕) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง
- (๖) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง
- (๗) ให้ระบุงานที่ต้องการจ้าง
- (๘) “หลักประกัน” หมายถึง หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบไว้แก่หน่วยงานของรัฐเมื่อลงนามในสัญญา เพื่อเป็นการประกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามสัญญา ดังนี้
 - (๑) เงินสด
 - (๒) เช็คหรือตราพท์ ที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพท์ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพท์นั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ
 - (๓) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด โดยอาจกำหนดเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้
 - (๔) หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด
 - (๕) พันธบัตรรัฐบาลไทย
 - (๙) ให้กำหนดจำนวนเงินหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๖๘
- (๑๐) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง
- (๑๑) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง
- (๑๒) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง
- (๑๓) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง
- (๑๔) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง

(๑๕) เป็นข้อความหรือเงื่อนไขเพิ่มเติม ซึ่งหน่วยงานของรัฐผู้ทำสัญญาอาจเลือกใช้หรือตัดออกได้ตามข้อเท็จจริง

(๑๖) กำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างจะรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่อง โดยปกติจะต้องกำหนดไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างได้รับมอบงานจ้าง หรือกำหนดตามความเหมาะสม

(๑๗) อัตราค่าปรับตามสัญญาข้อ ๘ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงบางส่วนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้าง ต้องกำหนดค่าปรับเป็นจำนวนเงินไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา

(๑๘) ความในวรรคนี้ จะไม่กำหนดไว้ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างต้องการสิ่งของทั้งหมดในคราวเดียวกันหรืองานจ้างที่ประกอบเป็นชุดหรือหน่วย ถ้าขาดส่วนประกอบอย่างหนึ่งอย่างใดไปแล้ว จะไม่สามารถใช้งานได้โดยสมบูรณ์

(๑๙) อัตราค่าปรับตามสัญญาข้อ ๑๓ ให้กำหนด ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๖๒ ส่วนกรณีจะปรับร้อยละเท่าใด ให้อยู่ในดุลพินิจของหน่วยงานของรัฐผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาแต่ทั้งนี้การที่จะกำหนดค่าปรับเป็นร้อยละเท่าใด จะต้องกำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวนด้วย

แบบหนังสือค้ำประกัน

(หลักประกันของการจ้าง)

เลขที่.....

วันที่.....

ข้าพเจ้า.....(ชื่อธนาคาร/บริษัทเงินทุน).....สำนักงานตั้งอยู่เลขที่.....ถนน.....
ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....โดย.....ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันธนาคาร/
บริษัทเงินทุน ขอทำหนังสือค้ำประกันฉบับนี้ให้ไว้ต่อ.....(ชื่อส่วนราชการผู้ประกวดราคา).....ดังมี
ข้อความต่อไปนี้

๑. ตามที่.....(ชื่อผู้เสนอราคา).....ได้ยื่นขอประกวดราคาสำหรับการจัดจ้าง.....
ตามเอกสารประกวดราคาเลขที่.....ซึ่งต้องวางหลักประกันของตามเงื่อนไขการประกวดราคาต่อ
.....(ชื่อส่วนราชการผู้ประกวดราคา).....เป็นจำนวนเงิน.....บาท(.....) นั้น

ข้าพเจ้ายินยอมผูกพันตนโดยไม่มีเงื่อนไขที่จะค้ำประกันการชำระเงินตามสิทธิเรียกร้องของ.....
(ชื่อส่วนราชการผู้ประกวดราคา).....จำนวนไม่เกิน.....บาท (.....) ในฐานะ
เป็นลูกหนี้ร่วม ในกรณี.....(ชื่อผู้เสนอราคา).....ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขในการประกวดราคา
อันเป็นเหตุให้.....(ชื่อส่วนราชการผู้ประกวดราคา).....มีสิทธิริบหลักประกันของประกวดราคา
หรือขอใช้ค่าเสียหายใดๆ รวมทั้งกรณีที่.....(ชื่อผู้เสนอราคา).....ได้ถอนใบเสนอราคาของตน
ภายในระยะเวลาที่ใบเสนอราคายังมีผลอยู่ หรือมิได้ไปลงนามในสัญญาเมื่อได้รับแจ้งไปทำสัญญาหรือมิได้
วางหลักประกันสัญญาภายในระยะเวลาที่กำหนดในเอกสารประกวดราคา โดย.....(ชื่อส่วนราชการ
ผู้ประกวดราคา).....ไม่จำเป็นต้องเรียกร้องให้.....(ชื่อผู้เสนอราคา).....ชำระหนี้ก่อน

๒. หนังสือค้ำประกันนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่.....ถึงวันที่.....และข้าพเจ้าจะไม่
เพิกถอนการค้ำประกันนี้ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

๓. ถ้า.....(ชื่อผู้เสนอราคา).....ขยายกำหนดเวลายื่นราคาของการเสนอราคาออกไป
ข้าพเจ้ายินยอมที่จะขยายกำหนดระยะเวลาการค้ำประกันนี้ออกไปตลอดระยะเวลาที่ยื่นราคาที่ได้ขยายออกไป
ดังกล่าว

ข้าพเจ้าได้ลงนามและประทับตราไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ

ลงชื่อ.....ผู้ค้ำประกัน

(.....)

ตำแหน่ง.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

แบบหนังสือค้ำประกัน

(หลักประกันสัญญาจ้าง)

เลขที่.....

วันที่.....

ข้าพเจ้า.....(ชื่อธนาคาร).....สำนักงานตั้งอยู่เลขที่.....ถนน.....ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....โดย.....ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันธนาคาร
ขอทำหนังสือค้ำประกันฉบับนี้ไว้ต่อ.....(ชื่อส่วนราชการผู้ว่าจ้าง).....ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ว่าจ้าง”
ดังมีข้อความต่อไปนี้

๑. ตามที่.....(ชื่อผู้รับจ้าง).....ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้รับจ้าง” ได้ทำสัญญาจ้าง.....กับผู้ว่าจ้าง
ตามสัญญาเลขที่.....ลงวันที่.....ซึ่งผู้รับจ้างต้องวางหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา
ต่อผู้ว่าจ้าง เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....) ซึ่งเท่ากับร้อยละ..... (.....) ของมูลค่าทั้งหมดของสัญญา

ข้าพเจ้ายินยอมผูกพันตนโดยไม่มีเงื่อนไขที่จะค้ำประกันการชำระเงินให้ตามสิทธิเรียกร้อง
ของผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่เกิน.....บาท (.....) ในฐานะเป็นลูกหนี้ร่วม
ในกรณีที่ผู้รับจ้างก่อให้เกิดความเสียหายใดๆ หรือต้องชำระค่าปรับ หรือค่าใช้จ่ายใดๆ หรือผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติ
ตามภาระหน้าที่ใดๆ ที่กำหนดในสัญญาดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ โดยผู้ว่าจ้างไม่จำเป็นต้องเรียกร้องให้ผู้รับจ้าง
ชำระหนี้ก่อน

๒. หนังสือค้ำประกันนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันทำสัญญาจ้างดังกล่าวข้างต้นจนถึงวันที่.....
เดือน..... พ.ศ. (ระบุวันที่ครบกำหนดสัญญารวมกับระยะเวลาการรับประกันความชำรุด
บกพร่อง) และข้าพเจ้าจะไม่เพิกถอนการค้ำประกันภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

๓. หากผู้ว่าจ้างได้ขยายระยะเวลาให้แก่ผู้รับจ้าง ให้ถือว่าข้าพเจ้ายินยอมในกรณีนั้นๆ ด้วย โดยให้ขยาย
ระยะเวลาค้ำประกันนี้ออกไปตลอดระยะเวลาที่ผู้ซื้อได้ขยายระยะเวลาให้แก่ผู้ขายดังกล่าวข้างต้น

ข้าพเจ้าได้ลงนามและประทับตราไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ

ลงชื่อ.....ผู้ค้ำประกัน

(.....)

ตำแหน่ง.....

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

ลงชื่อ.....พยาน

(.....)

บทนิยาม

“**ผู้เสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน**” หมายความว่า บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่เข้าเสนอราคาขายในการประกวดราคาซื้อของกรม เป็นผู้มีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในกิจการของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นที่เข้าเสนอราคาขายในการประกวดราคาซื้อของกรมในคราวเดียวกัน

การมีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลดังกล่าวข้างต้น ได้แก่การที่บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบริหาร โดยผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลรายหนึ่ง มีอำนาจหรือสามารถใช้อำนาจในการบริหารจัดการกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลอีกรายหนึ่งหรือหลายราย มีอำนาจหรือสามารถใช้อำนาจในการบริหารจัดการกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลอีกรายหนึ่งหรือหลายราย ที่เสนอราคาให้แก่กรมในการประกวดราคาซื้อครั้งนี้

(๒) มีความสัมพันธ์กันในเชิงทุน โดยผู้เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือผู้เป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด อีกรายหนึ่งหรือหลายรายที่เสนอราคาให้แก่กรมในการประกวดราคาซื้อครั้งนี้

คำว่า “ผู้ถือหุ้นรายใหญ่” หมายความว่า ผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นเกินกว่าร้อยละสิบห้าในกิจการนั้น หรือในอัตราอื่นตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุเห็นสมควรประกาศกำหนดสำหรับกิจการบางประเภทหรือบางขนาด

(๓) มีความสัมพันธ์กันในลักษณะไขว้กันระหว่าง (๑) และ (๒) โดยผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลรายหนึ่ง เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด อีกรายหนึ่งหรือหลายรายที่เข้าเสนอราคาให้แก่กรมในการประกวดราคาซื้อครั้งนี้ หรือในนัยกลับกัน

การดำรงตำแหน่ง การเป็นหุ้นส่วน หรือเข้าถือหุ้นดังกล่าวข้างต้นของคู่สมรส หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของบุคคลใน (๑) (๒) หรือ (๓) ให้ถือว่าเป็นการดำรงตำแหน่ง การเป็นหุ้นส่วน หรือการถือหุ้นของบุคคลดังกล่าว

ในกรณีบุคคลใดใช้ชื่อบุคคลอื่นเป็นผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นโดยที่ตนเองเป็นผู้ใช้อำนาจในการบริหารที่แท้จริง หรือเป็นผู้ถือหุ้นหรือผู้ถือหุ้นที่แท้จริงของห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด แล้วแต่กรณี และห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดที่เกี่ยวข้อง ได้เสนอราคาให้แก่กรมในการประกวดราคาซื้อคราวเดียวกัน ให้ถือว่าผู้เสนอราคาหรือผู้เสนองานนั้นมีความสัมพันธ์กันตาม (๑) (๒) หรือ (๓) แล้วแต่กรณี

บทนิยาม

“การขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม” หมายความว่า การที่ผู้เสนอราคารายหนึ่งหรือหลายรายกระทำการอย่างใด ๆ อันเป็นการขัดขวาง หรือเป็นอุปสรรค หรือไม่เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการเสนอราคาต่อกรม ไม่ว่าจะกระทำโดยการสมยอมกัน หรือโดยการให้ ขอให้หรือรับว่าจะให้ เรียก รับ หรือยอมจะรับเงินหรือทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด หรือใช้กำลังประทุษร้าย หรือข่มขู่ว่าจะใช้กำลังประทุษร้าย หรือแสดงเอกสารอันเป็นเท็จ หรือกระทำการใดโดยทุจริต ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสวงหาประโยชน์ในระหว่างผู้เสนอราคาด้วยกัน หรือเพื่อให้ประโยชน์แก่ผู้เสนอราคารายหนึ่งรายใดเป็นผู้มีสิทธิทำสัญญากับกรม หรือเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม หรือเพื่อให้เกิดความได้เปรียบกรมโดยมิใช่เป็นไปในทางประกอบธุรกิจปกติ

บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑

๑. ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

- บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

- ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

ไม่มีผู้มีอำนาจควบคุม

มีผู้มีอำนาจควบคุม

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

- สำเนาหนังสือบริคณห์สนธิ

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

- บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)

ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

- ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)

ไม่มีผู้มีอำนาจควบคุม

มีผู้มีอำนาจควบคุม

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

๒. ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอไม่เป็นนิติบุคคล

(ก) บุคคลธรรมดา

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

(ข) คณะบุคคล

- สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน

ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

๓. ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า
- สำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
 - (ก) ในกรณีผู้ร่วมค้าเป็นบุคคลธรรมดา
 - บุคคลสัญชาติไทย
สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
 - บุคคลที่มีใช้สัญชาติไทย
สำเนาหนังสือเดินทาง
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
 - (ข) ในกรณีผู้ร่วมค้าเป็นนิติบุคคล
 - ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด
สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
 - บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
 - ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)
 - ไม่มีผู้ควบคุม
 - มีผู้ควบคุม
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
 - บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด
สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์.....จำนวนแผ่น
 - สำเนาหนังสือบริคณห์สนธิ
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์.....จำนวนแผ่น
 - บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์.....จำนวนแผ่น
 - บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)
 - ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่
 - มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์.....จำนวนแผ่น
 - ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)
 - ไม่มีผู้มีอำนาจควบคุม
 - มีผู้มีอำนาจควบคุม
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์.....จำนวนแผ่น

๔. อื่น ๆ (ถ้ามี)

.....
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

.....
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

.....
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า เอกสารหลักฐานที่ข้าพเจ้ายื่นพร้อมการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นข้อเสนอ
(.....)

บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒

๑. แคตตาล็อกและหรือแบบรูปรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
๒. หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามในใบเสนอราคาแทน
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
๓. หลักประกันการเสนอราคา
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
๔. สรุปรายละเอียดประกอบการอธิบายเอกสารตามที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้จัดส่งภายหลังจากวันเสนอราคาเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณา (ถ้ามี) ดังนี้
- ๔.๑
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
- ๔.๒
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
๕. อื่นๆ (ถ้ามี)
- ๕.๑.....
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
- ๕.๒.....
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น
- ๕.๓.....
ไฟล์ข้อมูล.....ขนาดไฟล์..... จำนวนแผ่น

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าเอกสารหลักฐานที่ข้าพเจ้าได้ยื่นมาพร้อมการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นข้อเสนอ
(.....)

ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ
โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	พัสดุ ในประเทศ	พัสดุ ต่างประเทศ
๑							
๒							
๓							
๔							
๕							
รวม							
อัตรา (ร้อยละ)							

ลงชื่อ.....(คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()