

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ...จ้างผู้ผลิตเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ค ประจำปีงบประมาณ 2565
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ...การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร...1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)  
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2565  
เป็นเงิน...992,000 บาท (เก้าแสนเก้าหมื่นสองพันบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ดังนี้
  - 4.1 Happio Company Limited (Head Office)
  - 4.2 บริษัท ไลค์ มี จำกัด
  - 4.3 บริษัท เวิร์คโมชั่น ครีเอทีฟ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
นายพงศกร ดอกบัว หัวหน้าแผนกสื่อประชาสัมพันธ์และบริหารสื่อดิจิทัล

พงษ

## ขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference : TOR)

จ้างผู้ผลิตเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ค ประจำปีงบประมาณ 2565

### 1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) มีภารกิจในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีระบบบริหารจัดการที่ดี เป็นที่นำเชื่อถือของประชาชน และมีการเติบโตที่ยั่งยืน โดยการกำกับดูแลที่ดีถือเป็นกลไกที่สำคัญที่สนับสนุนการบรรลุเจตนารมณ์ดังกล่าว ดังนั้นจึงได้กำหนดนโยบายด้านการกำกับดูแลที่ดีเพื่อให้คณะกรรมการ รฟม. ผู้บริหาร และพนักงาน ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

ที่ผ่านมา รฟม. มี Facebook ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการอัปเดตข่าวสารกิจกรรม และองค์ความรู้ของ รฟม. ภายใต้ชื่อ <https://www.facebook.com/MRTA.PR>

ดังนั้น เพื่อเป็นการรักษาและขยายฐานประชาชน ที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดตามข่าวสารเพิ่มขึ้น และเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้แก่ประชาชน งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรจึงได้วางแผน จ้างเหมาบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ของ รฟม. โดยให้มีการจัดทำข้อมูลเพื่อสนับสนุนภารกิจ รฟม. และข้อมูลเพื่อสร้างองค์ความรู้ต่างๆ และดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ให้มากขึ้นอย่างมีกลยุทธ์และมีความต่อเนื่อง รวมถึงจัดให้มีการเพิ่มเครื่องมือประชาสัมพันธ์ออนไลน์และพัฒนารูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมอย่างสูงในปัจจุบัน ได้แก่ Facebook โดยจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรม ตลอดจนองค์ความรู้ต่างๆ ของ รฟม. เพื่อสร้างกระแสให้เกิดการรับรู้และแบ่งปันข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

### 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อให้สื่อสังคมออนไลน์หลักของ รฟม. เป็นศูนย์กลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสร้างองค์ความรู้
- 2.2 เพื่อดำเนินกิจกรรมออนไลน์ในการรักษาฐานผู้ติดตามเดิมและเพิ่มผู้ติดตามใหม่
- 2.3 เพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม. และสร้างองค์ความรู้
- 2.4 เพื่อพัฒนาช่องทางออนไลน์ของ รฟม. ให้มีความเข้มข้น พร้อมรับทิศทางการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน

### 3. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือการทำสัญญากับหน่วยงานรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายข่าวสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

/3.5 ไม่เป็นบุคคล ...

*นย.*

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้เวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้อำนวยการในการดำเนินกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รฟม. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสารสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสารสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในประเทศไทย ในลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (ผลงานด้านการผลิตเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายโซเซียลเน็ตเวิร์ค) ให้แก่งานส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชนที่ รฟม. เชื่อถือโดยมีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงานและต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้วในช่วง 3 ปีที่ผ่านมานับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคาและเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่นรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้โดยมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า 450,000 บาท (สี่แสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแนบสำเนาสัญญาจ้างที่แล้วเสร็จหรือหนังสือรับรองผลงาน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง มาพร้อมกับการยื่นเอกสารประกวดราคาและ รฟม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

3.12 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลให้เหมาะสมกับการสื่อสารในช่องทางสื่อออนไลน์ โดยผู้เสนอราคาต้องยื่นเอกสารแสดงข้อมูลแนะนำทีมงานบุคลากรที่ระบุถึงตำแหน่งความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของทีมงาน

3.13 ผู้เสนอราคาต้องยื่นเอกสารแสดงการเป็นผู้มีแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารตลอดจนเป็นเจ้าของสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Fanpage ในรูปแบบ Publisher ที่เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีสาระ และมียอดติดตามไม่น้อยกว่า 400,000 Followers เป็นของตนเองอย่างน้อย 2 Facebook Fanpage

#### 4. ขอบเขตงาน

4.1 ผู้รับจ้างจะเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารร่วมกับเจ้าหน้าที่ของ รฟม.

4.2 ผู้รับจ้างต้องวางแผนการทำงาน นำเสนอแผนกลยุทธ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ วางแผนการผลิตเนื้อหา การลงบทความ หรือการ Post เนื้อหาในรูปแบบต่างๆ อาทิ รูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ รวมถึงวาง

/แผนการ ...

*Wg*



แผนการใช้สื่อและเครื่องมือสื่อออนไลน์ในภาพรวมของการบริหารจัดการสื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์คของ รฟม. (เรียกว่า Facebook ของ รฟม.) ภายใน 15 วัน นับจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนงาน ประกอบด้วย แนวคิดการจัดวาง Content กลยุทธ์การวางแผนสื่อออนไลน์เพื่อให้เห็นภาพรวมของการเลือกใช้เครื่องมือสื่อออนไลน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดการดำเนินงาน แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

4.2.1 กลยุทธ์การวางแผนผลิตเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์

4.2.2 แผนการใช้งานสื่อออนไลน์

4.2.3 เครื่องมือสื่อออนไลน์ที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการปฏิบัติงานรายเดือน ที่ครอบคลุมระยะเวลาการทำงานตามที่ได้ทำสัญญาไว้กับ รฟม. โดยให้กำหนดประเด็นรูปแบบการสื่อสาร (Issue) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Online) และระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างต้องส่งแผนให้ รฟม. พิจารณาทุกสัปดาห์ที่ 2 ของเดือน

4.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำและบริหารเครื่องมือสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของ รฟม. ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอแต่ละสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อ ซึ่งจะต้องนำเสนอการดำเนินการผลิตเนื้อหา การลบบทความ หรือการ Post เนื้อหาในรูปแบบต่างๆ อาทิ รูปภาพนิ่ง รูปภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ และการโฆษณาสื่อสังคมออนไลน์ของ รฟม. ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยสื่อสังคมออนไลน์ของ รฟม. ที่กำหนดให้จัดทำและบริหารจัดการ

4.4 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการบริหารจัดการ Facebook Page ของรฟม. (<https://www.facebook.com/MRTA.PR>) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.4.1 ดำเนินการจัดทำเนื้อหาพร้อมสื่อประกอบให้มีความน่าสนใจตามความนิยมในปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในรูปแบบ

- Info Square size จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
  - Photo Album within 8 pages จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
  - Quota Urgent (Info Square size) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
  - 2D Motion within 2 mins จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
  - Advertorial on InfoTH FB Page จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้นงานตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน
- และจัดส่งให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบ ก่อนดำเนินการเผยแพร่

4.4.2 ดำเนินการเผยแพร่เนื้อหาพร้อมสื่อประกอบที่ผู้รับจ้างดำเนินการจัดทำ ตามรายละเอียดการดำเนินงานข้อ 4.4.1

4.4.3 ดำเนินการวิเคราะห์และประสานงานการแชร์ข้อมูลที่สนใจของ Facebook ที่มีชื่อเสียง หรือเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อประชาชน รวมถึงเขียนเนื้อหาประกอบให้มีความน่าสนใจ โดยต้องเป็นข้อมูลที่ รฟม. เห็นชอบ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน

/4.4.4 ผู้รับจ้าง ...

*WY*

4.4.4 ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการตามรายละเอียดการดำเนินงาน ข้อ 4.4.1, 4.4.2 และ 4.4.3 นับจากวันที่เริ่มสัญญา โดยดำเนินการ จัดทำ รวมถึงซื้อสื่อโฆษณา เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพมีจำนวนการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทางFacebook รวมไม่น้อยกว่า250,000 Reaches และมียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10,000 Follow

## 5. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำข้อเสนอด้านเทคนิคมาเสนอต่อ รฟม. ด้วยตนเองเป็น Presentation และจัดทำเอกสารเป็นรูปเล่มอย่างน้อย 1 ชุด เพื่อประกอบการพิจารณา ณ อาคารสำนักงาน รฟม. ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันที่ยื่นเสนอราคา ทั้งนี้ รฟม. จะเป็นผู้กำหนดวันและเวลา โดยจะแจ้งให้ทราบภายหลัง และ รฟม. จะพิจารณาไม่ผ่านคุณสมบัติด้านเทคนิค หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่นำเสนองานตามวันและเวลาที่ รฟม. กำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค ดังนี้

- 5.1 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอเนื้อหากลยุทธ์การวางแผนสื่อออนไลน์พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดและวิธีการนำเสนอ
- 5.2 ประสบการณ์/ผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานและประสบการณ์ของทีมงานผู้ผลิต
- 5.3 แผนการดำเนินงาน
- 5.4 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รฟม.

## 6. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน 180 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

## 7. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน จำนวน 3 งวดให้ รฟม. โดยจะต้องมีเอกสารส่งมอบงานพร้อมรายงานผลการดำเนินงานโดยมีรายละเอียดแสดงผลการดำเนินงานตามแผนการ สรุปผลการดำเนินงานรูปแบบเอกสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 3 ชุด

การจ่ายค่าจ้าง จะแบ่งจ่ายเป็น 3 งวด ของค่าจ้างแต่ละรายการดังนี้

7.1 งวดที่ 1 ภายใน 30 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน
- 2) การดำเนินงานพร้อมรายงานผลการดำเนินการตามข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะเวลา 30 วันแรก

7.2 งวดที่ 2 ภายใน 90 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน
- 2) แผนการดำเนินงานพร้อมรายละเอียดประกอบ ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะเวลา

90 วันแรก

/3) รายงาน ...



3) รายงานการดูแลรักษา Account สื่อสังคมออนไลน์ของ รพม. ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรก

4) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ รพม. ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรก

5) รายงานการจัดทำ Artwork หรือ Graphic ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรก

6) รายงานการจัดทำและเผยแพร่ 2D Motion ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรก

7) รายงานการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ของ รพม. ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรก

8) รายงานความคืบหน้าการสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม และสถิติการดำเนินงานต่างๆ ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรก

9) สรุปรายงานปัญหาต่างๆ ที่พบในการดำเนินงาน ตามการดำเนินงานข้อ 4. ที่ได้ระบุไว้ในแผนงานในระยะ 90 วันแรกพร้อมแนวทางปรับปรุงการดำเนินงานในงวดที่ 3

7.3 งวดที่ 3 ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบรายงานดังกล่าวแล้ว โดยมีหลักฐานประกอบการส่งมอบงาน ดังนี้

- 1) หนังสือนำส่งมอบงานฉบับสมบูรณ์
- 2) แผนการดำเนินงานพร้อมรายละเอียด ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 3) รายงานการดูแลรักษา Account สื่อสังคมออนไลน์ของ รพม. ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 4) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ของ รพม. ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 5) รายงานการจัดทำ Artwork หรือ Graphic ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 6) รายงานการจัดทำและเผยแพร่ 2D Motion ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 7) รายงานการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ของ รพม. ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 8) รายงานความคืบหน้าการสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม และสถิติการดำเนินงานต่างๆตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญา
- 9) สรุปรายงานปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่พบในการดำเนินงาน ตามการดำเนินงานทั้งหมดตามสัญญาพร้อมแนวทางปรับปรุงในปีงบประมาณต่อไป

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งเอกสารส่งมอบงาน เมื่อแล้วเสร็จ ณ ที่ทำการของ รพม.

/8. เงื่อนไขการจ่ายเงิน ...

*Why*



## 8. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

รพม. จะจ่ายเงินค่าจ้างออกเป็น 3 งวด ดังนี้

8.1 งวดที่ 1 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 30 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วน ตามข้อ 7.1

8.2 งวดที่ 2 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 30 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วน ตามข้อ 7.2

8.3 งวดที่ 3 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 40 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วน ตามข้อ 7.3

โดยจะจ่ายเงินให้ภายใน 30 วันหลังจากผ่านการตรวจรับงานจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ของ รพม. เรียบร้อยแล้ว ในแต่ละงวด

## 9. วงเงินงบประมาณ

ภายในวงเงิน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

## 10. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาค่าจ้างทั้งหมดนับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จ

## 11. ลิขสิทธิ์

สื่อ ภาพ มัลติมีเดีย ที่ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตให้ รพม. แล้วเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน โดยต้องนำส่งภาพที่ได้ทำการสร้าง เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย และไฟล์งานกราฟิกที่ใช้ในการทำงาน ดังกล่าวทั้งหมด (หากมี) ให้ รพม. โดยถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ซึ่งผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้ และสื่อที่ผู้รับจ้างทำจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นเด็ดขาด หากเกิดปัญหาขึ้น ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบและไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

## 12. หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

รพม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

/1) ราคาที่ยื่น ...

*นย.*

- 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20
- 2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80  
ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาคะแนน ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	<b>ราคาที่ยื่นเสนอ (ร้อยละ 20)</b>	<b>100</b>
2)	<b>คุณภาพและคุณสมบัติฯ (ร้อยละ 80)</b>	<b>100</b>
	(2.1) กลยุทธ์การวางแผนผลิตเผยแพร่ข้อมูล	(30)
	(2.2) วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำได้ดี และมีความทันสมัยต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน	(30)
	(2.3) ประสบการณ์/ผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานและประสบการณ์ของทีมงานผู้ผลิต	(20)
	(2.4) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รพม.	(15)
	(2.5) แผนการดำเนินงาน	(5)
	<b>รวม</b>	<b>100</b>

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

### 13. ผู้ประสานงาน

- 13.1 นายพงศกร ดอกบัว หัวหน้าแผนกอาวุโส 10 แผนกสื่อประชาสัมพันธ์และบริหารสื่อดิจิทัล  
กองประชาสัมพันธ์สำนักสื่อสารองค์กร รพม.  
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1717
- 13.2 นางสาวพาขวัญ สุขสมถีน พนักงานประชาสัมพันธ์ 6 แผนกสื่อประชาสัมพันธ์และบริหารสื่อดิจิทัล  
กองประชาสัมพันธ์สำนักสื่อสารองค์กร รพม.  
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1737

.....

Wg



**หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ**  
**จ้างผู้ผลิตเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ค ประจำปีงบประมาณ 2565**

-----

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รพม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

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

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

**2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)**

หลักเกณฑ์การพิจารณาแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคแต่ละหัวข้อ ดังนี้

**2.1 เนื้อหาการวางแผนผลิตเผยแพร่ข้อมูลสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพม. (30 คะแนน)**

เนื่องจากการนำเสนอการผลิตเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายอาจไม่อยู่ในฐานเดียวกัน จึงไม่อาจที่จะกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รพม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างแนวคิดของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบและแนวทางที่มีความน่าสนใจ มีเรื่องราวที่เข้าใจง่าย สร้างการรับรู้ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพม. ได้เป็นอย่างดี จะได้คะแนนมากที่สุด สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอเนื้อหาในรูปแบบได้สมบูรณ์น้อยกว่า จะได้คะแนนลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจาก 3 ข้อดังต่อไปนี้

1) เนื้อหาและรูปแบบที่มีความน่าสนใจ มีแนวโน้มที่จะดึงดูดให้ผู้คนหลากหลายติดตาม 10 คะแนน

2) มีเนื้อเรื่องที่เข้าใจง่าย สร้างการรับรู้ได้เป็นอย่างดี 10 คะแนน

3) เนื้อเรื่องมีความเหมาะสมและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่ รพม. ได้เป็นอย่างดี 10 คะแนน

**2.2 มีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำได้ดี และมีความทันสมัยต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน (30 คะแนน)**

1) รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจและมีความคิดสร้างสรรค์ 10 คะแนน

2) สร้างการจดจำได้ดี 10 คะแนน

3) มีความทันสมัย 10 คะแนน

2.3 ประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานและประสิทธิภาพที่ผ่านมาของทีมงานผู้ผลิต (20 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาให้คะแนนผลงานที่มีลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ค) อย่างน้อย 1 ผลงาน โดยเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า 450,000 บาท (สี่แสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ทั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาคุณภาพของผลงานร่วมด้วย โดยเปรียบเทียบจากประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานและประสิทธิภาพของทีมงานผู้ผลิต ตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 1) มีผลงานอย่างน้อย 3 ผลงาน ตรงตามที่กำหนด และเป็นผลงานที่สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ชัดเจน และ/หรือ มีความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น เป็นที่จดจำหรือรู้จักดีของบุคคลทั่วไป 20 คะแนน
- 2) มีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ตรงตามที่กำหนด และเป็นผลงานที่สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ และ/หรือ มีความคิดสร้างสรรค์ 15 คะแนน
- 3) มีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ตรงตามที่กำหนด แต่ไม่เป็นผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร และ/หรือ ไม่เป็นที่รู้จักหรือโดดเด่น 10 คะแนน
- 4) ไม่นำเสนอผลงาน 0 คะแนน

2.4 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากข้อเสนออื่นๆ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอเพิ่มเติมมากกว่าข้อกำหนด และเป็นข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. ซึ่งมีหลักในการพิจารณากำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	15	10	5	0

ดีกว่าเกณฑ์ : มีข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมมากกว่า 1 ข้อ และเป็นประโยชน์กับ รฟม.

ตามเกณฑ์ : มีข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมอย่างน้อย 1 ข้อ และเป็นประโยชน์กับ รฟม.

ต่ำกว่าเกณฑ์ : มีข้อเสนอ แต่เป็นข้อเสนอที่ไม่น่าสนใจ และไม่เป็นประโยชน์กับ รฟม.

ไม่นำเสนอ : ไม่มีข้อเสนอเพิ่มเติม

2.5 แผนการดำเนินงาน (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการดำเนินงานที่มีความละเอียด ชัดเจน แสดงระยะเวลาการดำเนินงานต่างๆ ครบถ้วน เช่น ช่วงเวลาของการประสานงาน การจัดเตรียมงาน การส่งมอบงาน เป็นต้น และสามารถจัดทำได้จริงตามแผนที่วางไว้ ซึ่งมีหลักในการพิจารณากำหนดระดับคะแนน ดังนี้

/ ระดับ ...



ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	5	3	1	0

ดีกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความละเอียด ชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดขั้นตอนการทำงานต่างๆ อย่างครบถ้วน มีความเป็นไปได้ตามแผนงาน และดีกว่าข้อกำหนด

ตามเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดต่างๆ อย่างครบถ้วน และสอดคล้องกับระยะเวลาในข้อกำหนด

ต่ำกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานไม่มีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดต่างๆ ไม่ครบถ้วน

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการเสนอแผนการดำเนินงาน

-----

*Wg*