

## ขอบเขตของงานจ้างบริหารการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม.

### 1. ความเป็นมา

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคมที่มีภารกิจหลักในการพัฒนาโครงข่ายระบบรางซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบขนส่งมวลชนให้มีประสิทธิภาพและครบวงจรเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน ปัจจุบัน รฟม. โดยฝ่ายพัฒนารูจิจ มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ อย่างครบวงจร ได้แก่ Facebook, Tiktok, X (Twitter), Line Official Account, Website และ Mobile Application เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ถูกต้อง รวดเร็วและทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน สร้างความสะดวกและความพึงพอใจในการใช้บริการ จนมีความผูกพันในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (MRT)

### 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงและจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด
- 2) เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้า MRT ผลิตภัณฑ์และบริการของ รฟม. ไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ รฟม. ได้แก่ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT ประชาชนทั่วไป ตลอดจนบุคคล/หน่วยงานต่าง ๆ
- 3) เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการให้บริการที่ถูกต้องได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เข้าถึงทันเวลา สอดคล้องกับสถานการณ์การให้บริการขณะนั้น
- 4) เพื่อบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม. เพื่อส่งเสริมการให้บริการรถไฟฟ้า MRT สร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT รวมทั้งรักษฐานจำนวนผู้ติดตามเดิมและเพิ่มจำนวนผู้ติดตามใหม่

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เป็นประจำ ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์เกี่ยวกับการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT
- 2) ประชาชนทั่วไปที่ต้องการค้นหา/ติดตาม ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT

### 4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

/4.4 ไม่เป็น ...

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะจ้างครั้งนี้ ให้แก่ส่วนงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยมีผลงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้า หน่วยงาน หรือกิจกรรมขององค์กร และมีการบูรณาการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในเวลา 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ และมีมูลค่าต่อสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000 บาท (สามล้านบาทถ้วน) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบ **หนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้าง และสำเนาสัญญาจ้าง หรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อมขอบเขตงานดังกล่าว (หากมี)** มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ โดย รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

4.13 ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ) ที่ 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566

## 5. ขอบเขตการดำเนินงาน

### 5.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ

5.1.1 ผู้รับจ้างต้องศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการให้บริการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ รฟม. ได้จัดเก็บในระบบฐานข้อมูลของ รฟม. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการ/ความคาดหวังเชิงลึกของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและให้คำปรึกษาแก่ รฟม. โดยข้อมูลที่ผู้รับจ้างต้องศึกษาและวิเคราะห์ ดังนี้

1) พฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ทั้ง 4 สาย ได้แก่ สายสีน้ำเงิน สายสีม่วง สายสีเหลือง และสายสีชมพู

2) จำนวนผู้ใช้งาน แยกตามช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม.

3) ผลการจัดกิจกรรมทางการตลาด/โปรโมชั่น/ผลิตภัณฑ์บัตรโดยสาร

4) รายงานข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ

ผู้รับจ้างต้องนำส่งรายงานผลการวิเคราะห์ความต้องการ/ความคาดหวังเชิงลึกของผู้ใช้บริการรวมทั้งเสนอกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ของ รฟม. โดยส่งรายงาน ครั้งที่ 1 ให้ รฟม. ภายในระยะเวลา 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และครั้งที่ 2 ภายในระยะเวลา 300 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

5.1.2 ผู้รับจ้างต้องนำข้อมูลข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนของลูกค้า จากช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ รฟม. (Facebook: MRT Purple Line และ X: @mrt\_purpleline) ที่ผู้รับจ้างเป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ตามขอบเขตงาน มาบูรณาการกับข้อมูลข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียนจากช่องทางอื่นๆ ที่ รฟม. ได้จัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูลของ รฟม. เพื่อวิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญ และจัดทำเป็นสารสนเทศเสียงของลูกค้า โดยสรุปเป็นความต้องการความคาดหวังในมิติวงจรชีวิตของลูกค้า มิติผลิตภัณฑ์และบริการสนับสนุนลูกค้า และมีติกลุ่มลูกค้าของ รฟม. พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะกลยุทธ์ทางการตลาด และการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของ รฟม. จากการวิเคราะห์สารสนเทศเสียงของลูกค้าดังกล่าว โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์สารสนเทศเสียงของลูกค้าพร้อมข้อเสนอแนะเป็นรายไตรมาส (ทุก 90 วัน) รวม 4 ครั้ง โดยจัดส่งรายงานแต่ละครั้งให้ รฟม. ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานทุก 90 วัน

### 5.2 การกำหนดแนวคิด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และแผนการดำเนินงาน

5.2.1 ผู้รับจ้างต้องศึกษาและวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม. เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและแผนปฏิบัติการต่อไป โดยช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ รฟม. ที่ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ มีดังนี้

/1. TikTok ...

1. TikTok : pr.mrta.official
2. Facebook ทั้งหมด 3 เพจ ได้แก่
  - MRT Purple Line
  - MRTA Area Business
  - MRTA: Lost and Found ของหายได้คืน
3. Line Official Account: @MRTA
4. X (Twitter) : @mrt\_purpleline

#### 5.2.2 Application และ Website

- 1) Application
  - MRTA Thailand
  - MRTA Parking
2. Website : <https://services.mrta.co.th/th>

5.2.3 การบริหารช่องทางสื่อสารออนไลน์ของ รฟม. ตามข้อ 5.2.1 และ 5.2.2 ผู้รับจ้างต้องกำหนดแนวคิดการดำเนินงาน จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และจัดทำแผนปฏิบัติการ รวมทั้งการสรุปผลการดำเนินงาน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

### 5.3 การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อหาความสอดคล้องกับการให้บริการรถไฟฟ้า MRT ผลิตภัณฑ์และบริการของ รฟม. ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. ตามข้อ 5.2 รวมทั้งช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมตามที่ รฟม. กำหนด ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook, TikTok, Line Official Account, X (Twitter)

1) ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน โดย 1 ชิ้นงาน คือ 1 เนื้อหา (Content) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- รูปแบบ Content/Infographic/Graphic จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้นงาน
- รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น (Clip) ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ขนาด 9 : 16 (แนวตั้ง) ความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชิ้นงาน

2) นำเสนอการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์/โครงร่าง อย่างน้อย 2 รูปแบบ/ชิ้นงาน เพื่อให้ รฟม. พิจารณาคัดเลือกรูปแบบ 1 ชิ้นงาน ก่อนนำไปดำเนินการปรับเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ต่อไป

3) ปรับขนาดของสื่อประชาสัมพันธ์ตามขนาดที่ รฟม. กำหนด ให้เหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. โดยการปรับขนาดสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ไม่นับเป็นชิ้นงานใหม่

/4) ผู้รับจ้าง ...

4) ผู้รับจ้างสามารถซื้อภาพถ่าย หรือจะถ่ายภาพและจัดทำคลิปวิดีโอเองก็ได้ โดยต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์งานของผู้อื่น และ รฟม. สามารถนำภาพดังกล่าวไปใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นได้ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมด

#### 5.3.2 สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทาง Application, Website ของ รฟม.

1) ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่แนะนำ/สถานที่ท่องเที่ยวตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า และเงื่อนไขวิธีการใช้งานบัตรโดยสารของรถไฟฟ้า MRT (สายสีม่วง สายสีน้ำเงิน สายสีเหลือง สายสีชมพู) รูปแบบ Content/ Infographic/ Graphic ขนาด 9 : 16 (แนวนอน) จำนวนไม่น้อยกว่า 14 ชิ้นงาน โดย 1 ชิ้นงาน คือ 1 เนื้อหา (Content) พร้อมปรับขนาดของสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นขนาดตามที่ รฟม. กำหนด โดยนำเสนอการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์/โครงร่าง อย่างน้อย 2 รูปแบบ/ชิ้นงาน เพื่อให้ รฟม. พิจารณาคัดเลือก 1 ชิ้นงาน ก่อนนำไปดำเนินการปรับเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ต่อไป ทั้งนี้ หากมีการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ รฟม. เห็นชอบดังกล่าว ผ่านทาง Application, Website ของ รฟม. ไปแล้ว ปรากฏว่าข้อมูลสถานที่หรือเงื่อนไข/วิธีการใช้งานบัตรโดยสาร มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม ผู้รับจ้างจะต้องปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ไปแล้วให้เป็นปัจจุบันโดยไม่นับเป็นชิ้นงานใหม่ ยกเว้นในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญจนไม่สามารถปรับปรุงจากงานออกแบบเดิมได้ จึงจะนับเป็นชิ้นงานใหม่

2) จัดหาภาพถ่ายพร้อมข้อมูลคำบรรยายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่แนะนำ/สถานที่ท่องเที่ยว ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า MRT (สายสีน้ำเงิน, สายสีม่วง, สายสีเหลือง, สายสีชมพู) จำนวนไม่น้อยกว่า 300 แห่ง (300 ชิ้นงาน) โดยเพิ่มเติมและ/หรือปรับปรุงจากสถานที่ที่ รฟม. เผยแพร่ไว้ใน Application/Website ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายการสถานที่ให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการจัดหาภาพถ่ายและจัดทำข้อมูลคำบรรยายต่อไป

3) ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแผนผังสถานีของ MRT สายสีม่วง จำนวน 16 สถานี (1 ชิ้นงาน/สถานี) รวมทั้งปรับปรุงรายละเอียดบนแผนผังสถานีให้เป็นปัจจุบัน หากข้อมูลสถานที่บนแผนผังมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมในภายหลัง

4) ผู้รับจ้างจะต้องปรับขนาดของสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ ของ รฟม. โดยการปรับขนาดสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ไม่นับเป็นชิ้นงานใหม่

5) ผู้รับจ้างสามารถซื้อภาพถ่าย หรือจะถ่ายภาพและจัดทำคลิปวิดีโอเองก็ได้ โดยต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์งานของผู้อื่น และ รฟม. สามารถนำภาพดังกล่าวไปใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นได้ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมด

#### 5.3.3 คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้า การมอบสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ หรือการประชาสัมพันธ์ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ รฟม. ตามข้อ 5.2 เพื่อเพิ่มบัญชีผู้ใช้งาน เป็นต้น โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งตัวอย่างผลงาน ให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการผลิตจริง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) คลิปวิดีโอความยาวไม่ต่ำกว่า 15 วินาที จำนวน 4 ชุด

/2) คลิปวิดีโอ ...

2) คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ทุกชุดจะต้องมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 1280 x 720 หรือ 1920 x 1080 pixels (16:9 หรือ 9:16) หรือ ขนาดที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ลงช่องทางการสื่อสารออนไลน์นั้น ๆ

3) รูปแบบไฟล์ .avi, mp4 ขนาดไม่เกิน 100 MB

4) ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ให้เสียงบรรยายที่มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียงอักขระถูกต้องชัดเจน โดยจะต้องให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ และต้องจัดทำคำบรรยายลงในคลิปวิดีโอด้วย

5) ภาพและเสียงที่ใช้ประกอบการผลิตคลิปวิดีโอจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

6) คลิปวิดีโอดังกล่าวจะถูกนำไปเผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม. ตามข้อ 5.2.1 – 5.2.2 และ รฟม. จะนำไปเผยแพร่ผ่านระบบจอประชาสัมพันธ์ภายในสถานีและขบวนรถไฟฟ้า และระบบจอประชาสัมพันธ์ดิจิทัลบริเวณอาคารจอดรถและทางเดินเชื่อมต่อตามแนวสายทางรถไฟฟ้า MRT สายสีน้ำเงินและสายสีม่วง

#### 5.3.4 สื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์)

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ ผลิต รวมทั้งติดตั้งสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ โดยเนื้อหาเป็นไปตามที่ รฟม. กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน จำนวนไม่ต่ำกว่า 200 แผ่น (นับรวมทั้ง 3 ชิ้นงาน) โดยโปสเตอร์ต้องมีคุณสมบัติเป็นชนิด sticker PVC/PP Outdoor แบบเคลือบด้านอายุการใช้งานขั้นต่ำ 1 ปี สามารถลอกออกได้โดยไม่ทิ้งคราบสกปรก บนพื้นผิวที่ติดตั้ง ขนาดไม่ต่ำกว่า A3 หรือ ขนาดไม่เกิน A2 พร้อมติดตั้งบริเวณสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง อาคารจอดรถของ รฟม. รวมทั้งภายในสำนักงาน รฟม. หรือสถานที่ตามที่ รฟม. กำหนด

### 5.4 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบการจัดบูธกิจกรรมและกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด/ใช้งาน Application ของ รฟม. รวมทั้งการเพิ่มยอดผู้ใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รฟม. ตามข้อ 5.2 ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 5.4.1 การจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 8 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง
- ผู้รับจ้างจะต้องสำรวจ จัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรม และนำเสนอ รฟม. (ในกรณีการใช้พื้นที่บริเวณสถานีรถไฟฟ้าของ รฟม. จะไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้สถานที่)
- ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและติดตั้งบูธให้ตรงตามแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับ รฟม. โดยมีขนาดบูธกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 2 x 1 เมตร
- ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีทีมงานอย่างน้อย 5 คน พร้อมจัดเตรียมเครื่องแต่งกายของทีมงาน และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด สำหรับการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง

#### 5.4.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ของ รฟม. ไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง

/- ผู้รับจ้าง ...

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการโปรโมทกิจกรรมออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ของ รพม. หรือช่องทางอื่น ๆ ตามที่ รพม. กำหนด โดยกิจกรรมดังกล่าวต้องเชื่อมโยงกับการเพิ่มยอดการดาวน์โหลด/ยอดการใช้งานช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รพม.

- มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 200 ราย/ครั้ง

5.4.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนงานการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตลอดระยะเวลาดำเนินงานเสนอให้ รพม. เพื่อพิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการในขั้นตอนต่อไป โดยการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรูปแบบกิจกรรม ระบุกลุ่มเป้าหมาย ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดกิจกรรม รวมทั้งนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม นำเสนอให้ รพม. ให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการในขั้นตอนถัดไป

5.4.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดซื้อบัตรโดยสาร MRT Plus จาก รพม. เพื่อใช้เป็นของรางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามข้อ 5.4.1 - 5.4.2 รวมเป็นมูลค่า 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยผู้รับจ้างจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

5.4.5 ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการคัดเลือกผู้โชคดี การประกาศผล การประสานงาน และดำเนินการจัดส่งของรางวัลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามกติกาที่ตั้งไว้

5.4.6 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลและประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลการจัดกิจกรรม โดยประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ อื่น ๆ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม ความพึงพอใจต่อกิจกรรมและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นอย่างน้อย โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งร่างแบบสอบถามให้ รพม. พิจารณาเห็นชอบก่อน

## 5.5 งานบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รพม. และการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ ดูแลช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.2.1 รวมถึงข้อโฆษณาเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.1 1) จำนวนไม่น้อยกว่า 120 ชิ้นงาน ต้องมียอดการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Reach) รวมทุกช่องทางรวมไม่น้อยกว่า 2,500,000 ครั้ง และต้องมียอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมทุกช่องทางไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียด เช่น ระยะเวลาและกลุ่มเป้าหมายสำหรับการซื้อพื้นที่โฆษณาให้ รพม. เห็นชอบก่อน รวมทั้งจัดเตรียมบุคลากรเพื่อประสานงาน ให้คำปรึกษา ดูแลการดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 5.5.1 TikTok : pr.mrta.official

1) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตตามข้อ 5.3.1 หรือตามที่ รพม. กำหนด ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

2) ผู้รับจ้างต้องซื้อพื้นที่โฆษณาทาง TikTok เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียดสื่อ ระยะเวลา และกลุ่มเป้าหมายสำหรับการซื้อพื้นที่โฆษณาทาง Tiktok ให้ รพม. พิจารณา

/เห็นชอบ ...

เห็นชอบก่อน ทั้งนี้ จำนวนการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์จากช่องทาง TikTok นี้ สามารถนำไปนับรวมกับจำนวนการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์จากช่องทางอื่น ๆ ได้

#### 5.5.2 Facebook : MRT Purple Line

1) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์จากข้อ 5.3.1 และข้อ 5.3.3 และกิจกรรมประชาสัมพันธ์จากข้อ 5.4 ตามแผนการเผยแพร่ที่ รฟม. ได้กำหนดร่วมกับผู้รับจ้าง ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

2) ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม (Likes / Followers) ของ Facebook : MRT Purple Line ให้เพิ่มขึ้นจากยอดเดิม ไม่น้อยกว่า 5,000 ผู้ติดตาม ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยไม่นับรวมยอดการบล็อก (Blocked)

3) ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ทุกวัน เวลาให้บริการตั้งแต่ เวลา 06.00 น. - 24.00 น. เป็นระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อตอบคำถาม/ให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน Facebook : MRT Purple Line ทาง Inbox และ Comment ของโพสต์ที่ผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อมูลที่ รฟม. กำหนด ในกรณีที่เป็นการถามนอกเหนือจากที่กำหนดหรือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนหรือข้อร้องเรียน ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รฟม. เพื่อหารือและขอความเห็นชอบคำตอบก่อนที่จะแจ้งกลับผู้ใช้งาน และผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) รายไตรมาส (ทุก 90 วัน) รวม 4 ครั้ง โดยจัดส่งรายงานแต่ละครั้งให้ รฟม. ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานทุก 90 วัน

4) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ Repost ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจากช่องทาง/แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องนำเสนอให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

#### 5.5.3 Line Official Account : @MRTA

1) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จากข้อ 5.3.1 และข้อ 5.3.3 และกิจกรรมออนไลน์ตามข้อ 5.4 ตามแผนการเผยแพร่ ที่ รฟม. ได้กำหนดร่วมกับผู้รับจ้าง ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

2) ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม (Friends) ของ Line Official Account : @MRTA ให้เพิ่มขึ้นจากยอดเดิม ไม่น้อยกว่า 3,000 ผู้ติดตาม ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยไม่นับรวมยอดการบล็อก (Blocked)

#### 5.5.4 X : @mrt\_purpleline

1) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จากข้อ 5.3.1 และข้อ 5.3.3 และกิจกรรมออนไลน์จากข้อ 5.4 ตามแผนการเผยแพร่ ที่ รฟม. ได้กำหนดร่วมกับผู้รับจ้าง ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

2) ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม X : @mrt\_purpleline ไม่ต่ำกว่า 500 คน ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยไม่นับรวมยอดการบล็อก (Blocked)

/3) ผู้รับจ้าง ...

3) ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) ทุกวัน เวลาให้บริการตั้งแต่ เวลา 06.00 น. - 24.00 น. เป็นระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อตอบคำถาม/ให้ข้อมูลกับผู้ใช้งาน X : @mrt\_purpleline ทาง DM และ Comment ของโพสต์ที่ผู้รับจ้างดำเนินการ ตามข้อมูลที่ รพม. กำหนด ในกรณีที่เป็นการคำถามนอกเหนือจากที่กำหนดหรือเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนหรือข้อร้องเรียน ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รพม. เพื่อหารือและขอความเห็นชอบคำตอบก่อนที่จะแจ้งกลับผู้ใช้งาน และผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) รายไตรมาส (ทุก 90 วัน) รวม 4 ครั้ง โดยจัดส่งรายงานแต่ละครั้งให้ รพม. ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานทุก 90 วัน

4) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ Repost ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการรถไฟฟ้าหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจากช่องทาง/แหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยต้องนำเสนอให้ รพม. พิจารณาเห็นชอบก่อน จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

#### 5.6 Website <https://services.mrta.co.th>

ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จากข้อ 5.3.2 และกิจกรรมออนไลน์ จากข้อ 5.4 รวมทั้งบริหารจัดการ นำเข้า แก้ไข/ปรับปรุง ข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน ตามแผนที่ รพม. ได้กำหนดร่วมกับผู้รับจ้างตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยดำเนินการผ่านระบบจัดการเว็บไซต์ (Backend) ของ รพม. ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งบุคลากรเข้าฝึกอบรมการใช้งานระบบจัดการเว็บไซต์ (Backend) ตามวันเวลาและสถานที่ที่ รพม. กำหนดให้เรียบร้อยแล้วก่อนที่จะเริ่มใช้งานระบบ

#### 5.7 Application MRTA Thailand

ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จากข้อ 5.3.2 และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ จากข้อ 5.4 รวมทั้งบริหารจัดการ นำเข้า แก้ไข/ปรับปรุง ข้อมูลบน Application ให้เป็นปัจจุบัน ตามแผนที่ รพม. ได้กำหนดร่วมกับผู้รับจ้าง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยใช้ระบบจัดการ (Backend) เดียวกับระบบจัดการเว็บไซต์ของ รพม.

#### 5.8 การใช้กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล (Influencer)

ผู้รับจ้างต้องจัดหาผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) หรือ Key Opinion Leader (KOL) เพื่อใช้ในการสื่อสารและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ของ รพม. รวมทั้ง ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดของ รพม. ให้ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า/ประชาชน ได้รับทราบอย่างทั่วถึง ผ่านการเขียนรีวิว เขียนบทความ การจัดกิจกรรม หรือการสร้างคอนเทนต์ (Online Content) หรือวิธีการอื่น ๆ ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ โดยต้องนำเสนอผ่านวิธีการดังกล่าวข้างต้น ให้ครอบคลุมตามประเด็นที่ รพม. ได้กำหนดโจทย์ (Key Messages) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 โจทย์ ภายในระยะเวลา 360 วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.8.1 จัดหาผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) หรือ Key Opinion Leader (KOL) จำนวนไม่น้อยกว่า 50 คน โดยมีคุณสมบัติ 1. มีผู้ติดตามอย่างน้อยตั้งแต่ 1,000 – 100,000 คน หรือมากกว่า (ตามความเหมาะสม) ในสายการตลาด Lifestyle หรือสายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2. เป็นผู้ที่มีทัศนคติเชิงบวกในการปรับตัวต่อสถานการณ์ และเป็นตัวอย่างที่ดีในการปรับวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอแนวความคิด/ทัศนคติทางบวกบน Digital Platform ทั้งนี้ ต้องให้ รพม. พิจารณาเห็นชอบคุณสมบัติ ก่อนดำเนินการในขั้นตอนต่อไปด้วย

/5.8.2 ผู้รับจ้าง ...

5.8.2 ผู้รับจ้างต้องเป็นตัวแทนประสานงาน ระหว่าง รพม. และ Influencer โดยต้องดำเนินงานดังนี้

1) ให้ Influencer ผลิตคลิป VDO Viral Cast หรือ Online Content อื่น ๆ ทั้งหมด ไม่น้อยกว่า 60 ชิ้น เกี่ยวกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดของ รพม. ในสไตร์ของตัวเอง โดยต้องให้ รพม. เป็นผู้อนุมัติเนื้อหาดังกล่าวก่อนดำเนินการเผยแพร่ต่อไป

2) ต้องเพิ่มยอดการเข้าถึง (Reach) ไม่ต่ำกว่า 500,000 ยอด และยอดการมีส่วนร่วม (Real Engagement) รวมไม่ต่ำกว่า 100,000 ยอด

3) ดำเนินการ/จัดให้กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) หรือ Key Opinion Leader (KOL) จะต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ VDO Viral Cast หรือ Content Online อื่น ๆ อย่างน้อย 60 วัน บน Platform ของกลุ่ม ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) หรือ Key Opinion Leader (KOL) เอง และ/หรือ อนุญาตให้ รพม. นำสื่อดังกล่าว มาเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่เป็นของ รพม. โดยไม่คิดมูลค่า ในการเผยแพร่เพิ่มเติม

#### 5.9 การประเมินผล งานบริหารการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของ รพม.

ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส (ทุก 90 วัน) รวม 4 ครั้ง โดยจัดส่งรายงาน แต่ละครั้ง ให้ รพม. ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันครบกำหนดระยะเวลาการปฏิบัติงานทุก 90 วัน ซึ่งในรายงาน ควรมีรายละเอียดอย่างน้อยประกอบด้วย

- 1) รายงานผลการดำเนินการด้านการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- 2) รายงานผลการดำเนินการด้านการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์
- 3) รายงานผลจำนวนที่เพิ่มขึ้น/ลดลง ของจำนวนผู้ใช้งานแต่ละช่องทาง พร้อมเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของช่วง 90 วันก่อนหน้า รวมทั้งวิเคราะห์สาเหตุในการเพิ่มขึ้น/ลดลง
- 4) ผลการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามข้อ 5.4
- 5) รายงานการตอบคำถามทาง Inbox และ comment ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ของ รพม. ที่ผู้รับจ้างบริหารจัดการ รวมทั้งจำแนกประเด็นคำถามที่ผู้ใช้บริการสอบถามเป็นหมวดหมู่
- 6) รายงานผลตอบรับการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ

#### 5.10 การจัดหาอุปกรณ์ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน

5.10.1 ผู้รับจ้างต้องจัดหาแท็บเล็ตรองรับระบบ ios จำนวน 4 เครื่องหรือชุด โดยมีความจุที่จัดเก็บข้อมูลไม่น้อยกว่า 256 GB มีจอแสดงผลขนาดไม่น้อยกว่า 11 นิ้ว พร้อมอุปกรณ์เสริม ได้แก่ ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ ให้เพียงพอต่อการใช้งาน เพื่อให้ รพม. ใช้ในการปฏิบัติงานและเพื่อทดแทนการใช้กระดาษ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

5.10.2 ผู้รับจ้างต้องจัดหา Software สำหรับให้ รพม. ใช้ในการดำเนินงานด้านการตลาด ได้แก่ Canva Teams จำนวนอย่างน้อย 3 สิทธิ์ (คน) และ Adobe Acrobat PDF Pro จำนวน 3 สิทธิ์ (คน) โดยมี สิทธิ์การใช้งานอย่างน้อย 1 ปี

5.10.3 ผู้รับจ้างต้องจัดหาโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมใช้งาน จำนวน 1 เครื่อง สำหรับให้ รพม. ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้รับจ้าง (เน้นการโทรออก – รับสาย) โดยมีปริมาณการโทรทุกเครือข่ายอย่างน้อย 700 นาที/เดือน สำหรับใช้งานตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง

/5.11 การจัดการ ...

### 5.11 การจัดการบุคลากร

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ มาปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงาน อย่างเหมาะสมและเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาจ้าง โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) โดยมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 2) ผู้ประสานงานโครงการ (Account Executive) ทำหน้าที่ประสานงาน/จัดการการทำงานของ ทีมงานตามขอบเขตงาน โดยมีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรี ด้านนิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ การตลาด หรือ สาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 3) เจ้าหน้าที่ Graphic designer
- 4) เจ้าหน้าที่ (แอดมิน) เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของ รฟม.

### 6. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

6.1 รฟม. จะพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้างโดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมด เท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

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

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาราคา (Price) โดยระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะ คำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ โดยผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดจะได้ 100 คะแนน

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (คะแนน เต็ม 200 คะแนน)

#### 6.2 การส่งผลงานที่เกี่ยวข้องและเกณฑ์การพิจารณา

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | คะแนน           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>1. แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์</b><br>มีการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน มีความเข้าใจใน วัตถุประสงค์ และมีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างบูรณาการ โดย พิจารณาจาก<br>- มีความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงานการให้บริการรถไฟฟ้า MRT (สายสีน้ำเงิน สายสีม่วง สายสีเหลือง และสายสีชมพู)<br>- สามารถนำเสนอแนวคิด (Theme) ได้อย่างมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ น่าสนใจ และ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มี Key message ที่จะใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจนและสอดคล้อง กับวัตถุประสงค์<br>- สามารถนำเสนอแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม น่าสนใจ และตรง กลุ่มเป้าหมาย | <b>60 คะแนน</b> |

/เกณฑ์การ ...

การรับมอบหมาย

2/7

5. 2/7

บริหาร

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | คะแนน                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>2. ตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง</b> (การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์)</p> <p><b>2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (รวม 2 ชิ้น)</b></p> <p>1) รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น ความยาว 15 วินาที สำหรับเผยแพร่ช่องทาง TikTok เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการรถไฟฟ้า จำนวน 1 ชิ้น</p> <p>2) สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ content ขนาด 1: 1 แนะนำการใช้บัตรเครดิต/เดบิต ที่มีสัญลักษณ์ EMV Contactless สำหรับเผยแพร่ช่องทางสื่อสารออนไลน์ของ รฟม. จำนวน 1 ชิ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ เห็นภาพการใช้/ให้บริการ การจัดวางองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม</li> <li>- สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย</li> </ul> <p><b>2.2 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการ download Application MRTA Thailand ขนาด A4 แนวตั้ง จำนวน 1 ชิ้น</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ ความสวยงามโดยรวม มีความสวยงามสะอาดตา การจัดวางองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม</li> <li>- สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย</li> <li>- มีเทคนิคพิเศษ/วิธีนำเสนอในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสารนั้น ๆ เช่น QR Code สำหรับการดาวน์โหลด Application เป็นต้น</li> </ul> <p><b>2.3 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ Application MRTA Thailand ความยาวไม่น้อยกว่า 15 วินาที จำนวน 1 คลิป</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลงานที่นำเสนอมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ถ่ายทอดได้เข้าใจง่ายและถูกต้อง</li> <li>- มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น การใช้ Animation, infographic, Sound Effect, Computer Graphic 2D&amp;3D, Motion graphic การนำเสนอแบบการ์ตูนหรือภาพจริง มาประกอบเป็นต้น</li> </ul> <p><b>2.4 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด/ใช้งาน Application MRTA Thailand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด Application โดยนำเสนอมีการบูรณาการในการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ และกิจกรรมออกบูธ จำนวน 1 กิจกรรม</li> </ul> | <p><b>100 คะแนน</b></p> <p><b>40 คะแนน</b></p> <p><b>10 คะแนน</b></p> <p><b>25 คะแนน</b></p> <p><b>25 คะแนน</b></p> |

| เกณฑ์การพิจารณา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | คะแนน            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>3. แผนการดำเนินงาน (วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน)</b><br>3.1 สามารถนำเสนอแผนปฏิบัติการ ซึ่งระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ และสอดคล้องกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามขอบเขตของงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามแผนปฏิบัติการที่เสนอได้จริง<br>3.2 นำเสนอวิธีการทำงาน การบริหารงาน กระบวนการทำงาน หรือเครื่องมือที่จะใช้ทำงานร่วมกับ รพม. ในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มีความเหมาะสมและทันสมัยเพื่อให้การดำเนินงานและผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ | 20 คะแนน         |
| <b>4. ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 20 คะแนน         |
| <b>รวม</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>200 คะแนน</b> |

## 7. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติ จะต้องยื่นข้อเสนอพร้อมจัดส่งเอกสารหลักฐานด้านเทคนิค ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) ดังนี้

7.1 **แผนกลยุทธ์การดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Strategy Plan)** ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดหลัก กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการบูรณาการใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

7.2 **แผนปฏิบัติการโดยละเอียดตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan)** ในการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ การผลิตและติดตั้งสื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์) และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยระบุขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ พร้อมระบุกรอบระยะเวลาที่สามารถจัดทำได้จริง

7.3 **วิธีการทำงาน การบริหารงาน กระบวนการทำงาน หรือเครื่องมือที่จะใช้ทำงานร่วมกับ รพม.** ในการออกแบบ จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยระบุขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ พร้อมช่องทางการติดต่อประสานงานและส่งงานกับ รพม.

7.4 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 6.2

7.5 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม. ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและมีประโยชน์

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

ทั้งนี้ ให้ผู้ยื่นข้อเสนอ คัดเลือกชิ้นงานที่ดีที่สุดเพียงรูปแบบเดียวในแต่ละข้อ เพื่อให้ รพม. พิจารณา หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดนำเสนอชิ้นงานในแต่ละข้อมากกว่าที่กำหนด รพม. ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่พิจารณาชิ้นงานทั้งหมด และ รพม. จะทำการติดต่อนัดหมายผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อมูลการติดต่อในข้อ 7.6 เพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอได้เข้ามานำเสนอผลงานรายบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

/8. งบประมาณ ...

การรณ วัฒนพงษ์

๒๗

๕. ๒๕๖๖ ๕๖๖

## 8. งบประมาณ

วงเงิน 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

## 9. การส่งมอบงาน

9.1 “วันเริ่มงาน” ของผู้รับจ้าง จะเริ่มนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง โดยมีระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายใน 390 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำและจัดส่งรายงานต่าง ๆ ตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ 5 เป็นรูปเล่มรายงานอย่างน้อย 1 ชุด พร้อม Soft File แก่ รพม. ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแต่ละงวดงาน

9.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีการประชุมการเริ่มงาน (Kick Off Project) ภายใน 20 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อนำเสนอชี้แจงรายละเอียดแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการในระดับเดือน โดยระบุประเภทงาน/กิจกรรม จำนวนบุคลากร ระยะเวลาดำเนินการ พร้อมข้อเสนอแนะให้แก่ รพม. และต้องจัดส่งรายงานการประชุมการเริ่มงาน (Kick Off Report) ให้แก่ รพม. พิจารณาและรับรองภายใน 10 วัน นับถัดจากวันที่ประชุมการเริ่มงาน (Kick Off Project)

9.3 ตารางการส่งมอบงาน ทั้งหมด 4 งวดงาน มีรายละเอียดดังนี้  
งวดงานที่ 1 มีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                                    | กำหนดเวลาส่งมอบ                              |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 1.    | รายงานการประชุมการเริ่มงาน (Kick Off Report) พร้อมกลยุทธ์การดำเนินงาน (Strategy Plan) และแผนปฏิบัติการโดยละเอียด (Action Plan)                                                                                                                                                         | ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 2.    | การจัดหาอุปกรณ์<br>- จัดหาแท็บเล็ต พร้อมอุปกรณ์เสริม จำนวน 4 เครื่องหรือชุด เพื่อใช้ในการดำเนินงานตามสัญญาตลอดระยะเวลาดำเนินการตามข้อ 5.10.1<br>- จัดหา Software ได้แก่ Canva Teams และ Adobe Acrobat PDF Pro ตามข้อ 5.10.2<br>- จัดหาโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 1 เครื่อง ตามข้อ 5.10.3 | ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 3.    | <u>งานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์</u> ประกอบด้วย<br>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 35 ชิ้นงาน<br>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 85 ชิ้นงาน<br>- คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.3 จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชุด                                   | ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 4.    | <u>งานจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์</u> ประกอบด้วย การจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.4.1 จำนวน 2 ครั้ง                                                                                                                                                                                  | ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

/ลำดับ ...

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | กำหนดเวลาส่งมอบ                                      |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 5.    | งานบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์และการเผยแพร่สื่อ<br>ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.5 ประกอบด้วย<br>- บริหารช่องทางการสื่อสารออนไลน์และเผยแพร่สื่อ<br>ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.5.1 – 5.5.4 โดยมีจำนวนการเผยแพร่สื่อ<br>ประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 30 ชิ้นงาน (รวมทุกช่องทาง)<br>- Repost ข้อมูลข่าวสาร ตามข้อ 5.5.2 4) และ 5.5.4 4) จำนวน<br>รวมไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง (รวมทุกช่องทาง) | ภายใน 90 วัน นับถัดจาก<br>วันที่ลงนามในสัญญาจ้าง     |
| 6.    | รายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส ตามข้อ 5.9 ครั้งที่ 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ภายใน 105 วัน นับถัดจาก<br>วันที่ลงนามในสัญญาจ้าง    |
| 7.    | รายงานสรุปการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) รายไตรมาส<br>ตามข้อ 5.5.2 3) และ 5.5.4 3) ครั้งที่ 1                                                                                                                                                                                                                                                                            | ภายใน 105 วัน<br>นับถัดจากวันที่<br>ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 8.    | รายงานการวิเคราะห์สารสนเทศเสี่ยงของลูกค้า รายไตรมาส ตาม<br>ข้อ 5.1.2 ครั้งที่ 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ภายใน 120 วัน<br>นับถัดจากวันที่<br>ลงนามในสัญญาจ้าง |

งานด้านที่ 2 มีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                           | กำหนดเวลาส่งมอบ                                   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1.    | รายงานผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า<br>ตามข้อ 5.1.1 (ครั้งที่ 1)                                                                                                                                                                                              | ภายใน 180 วัน นับถัดจาก<br>วันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 2.    | งานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย<br>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า<br>70 ชิ้นงาน<br>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.2 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า<br>170 ชิ้นงาน<br>- คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.3 จำนวนรวมสะสมไม่น้อย<br>กว่า 2 ชุด | ภายใน 180 วัน นับถัดจาก<br>วันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

/ลำดับ ...

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | กำหนดเวลาส่งมอบ                               |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 3.    | <p><u>งานจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์</u> ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.4.1 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง</li> <li>- การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ตามข้อ 5.4.2 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 4.    | <p><u>งานบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์และการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์</u> ตามข้อ 5.5 ประกอบด้วย</p> <p>4.1 <u>เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์</u> ตามข้อ 5.5.1 – 5.5.4 โดยมีจำนวนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 60 ชิ้นงาน (รวมทุกช่องทาง)</p> <p>4.2 <u>เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม</u> ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook : MRT Purple Line จำนวนรวมสะสมไม่ต่ำกว่า 2,500 บัญชีผู้ใช้งาน ตามข้อ 5.5.2 2) โดยไม่รวมยอดการบล็อก</li> <li>- Line Official Account : @MRTA จำนวนรวมสะสมไม่ต่ำกว่า 1,500 บัญชีผู้ใช้งาน ตามข้อ 5.5.3 2) โดยไม่รวมยอดการบล็อก</li> </ul> <p>4.3 <u>ซื้อพื้นที่โฆษณาบนช่องทางการสื่อสารออนไลน์</u> ตามข้อ 5.2.1 เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องมียอดการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Reach) ทุกช่องทาง รวมสะสมไม่น้อยกว่า 1,250,000 ครั้ง และยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมทุกช่องทาง รวมสะสมไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้ง</p> <p>4.4 <u>Repost ข้อมูลข่าวสาร</u> ตามข้อ 5.5.2 4) และ 5.5.4 4) จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง (รวมทุกช่องทาง)</p> | ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 5.    | <p>การใช้กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ตามข้อ 5.8</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตคลิป VDO Viral Cast หรือ Content Online อื่น ๆ ตามข้อ 5.8.2 2) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 30 ชิ้น</li> <li>- มียอดการเข้าถึง (Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง และยอด real engagement รวมสะสมไม่น้อยกว่า 30,000 ครั้ง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 6.    | <p>รายงานสรุปการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) รายไตรมาส ตามข้อ 5.5.4 2) ครั้งที่ 2</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ภายใน 195 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                        | กำหนดเวลาส่งมอบ                               |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 7.    | รายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส ตามข้อ 5.9 ครั้งที่ 2                       | ภายใน 195 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 8.    | รายงานการวิเคราะห์สารสนเทศเสียงของลูกค้า รายไตรมาส ตามข้อ 5.1.2 ครั้งที่ 2 | ภายใน 210 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

งวดงานที่ 3 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | กำหนดเวลาส่งมอบ                               |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1.    | งานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย<br>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 110 ชิ้นงาน<br>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.2 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 250 ชิ้นงาน<br>- คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.3 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 3 ชุด                                                                                             | ภายใน 270 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 2.    | งานจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย<br>- การจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.4.1 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง                                                                                                                                                                                                                                            | ภายใน 270 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 3.    | งานบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์และการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.5 ประกอบด้วย<br>3.1 <u>เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์</u> ตามข้อ 5.5.1 – 5.5.4 โดยมีจำนวนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 90 ชิ้นงาน (รวมทุกช่องทาง)<br>3.2 <u>Repost ข้อมูลข่าวสาร</u> ตามข้อ 5.5.2 4) และ 5.5.4 4) จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง (รวมทุกช่องทาง) | ภายใน 270 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 4.    | รายงานสรุปการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) รายไตรมาส ตามข้อ 5.5.4 2) ครั้งที่ 3                                                                                                                                                                                                                                                                             | ภายใน 285 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 5.    | รายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส ตามข้อ 5.9 ครั้งที่ 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ภายใน 285 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

/ลำดับ ...

สุวิมล ลิ้มพงษ์

๗๙

ส. สุทธิ ภิธาน

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                           | กำหนดเวลาส่งมอบ                               |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 6.    | รายงานผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ตามข้อ 5.1.1 (ครั้งที่ 2) | ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 7.    | รายงานการวิเคราะห์สารสนเทศเสี่ยงของลูกค้า รายไตรมาส ตามข้อ 5.1.2 ครั้งที่ 3   | ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

งวดงานที่ 4 โดยมีรายการที่ต้องส่งมอบ ดังนี้

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | กำหนดเวลาส่งมอบ                               |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1.    | <p>1.1 งานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน</li> <li>- สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.2 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 330 ชิ้นงาน</li> <li>- คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.3.3 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 4 ชุด</li> </ul> <p>1.2 <u>งานออกแบบ ผลิต และติดตั้งสื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์)</u> ตามข้อ 5.3.4 จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน รวมไม่น้อยกว่า 200 แผ่น</p> | ภายใน 360 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 2.    | <p><u>งานจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์</u> ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดบูธกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตามข้อ 5.4.1 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 8 ครั้ง</li> <li>- การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ตามข้อ 5.4.2 จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง</li> </ul>                                                                                                                                                                             | ภายใน 360 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 3.    | <p><u>งานบริหารจัดการช่องทางการสื่อสารออนไลน์และการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์</u> ตามข้อ 5.5 ประกอบด้วย</p> <p>3.1 <u>เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์</u> ตามข้อ 5.5.1 – 5.5.4 โดยมีจำนวนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 120 ชิ้นงาน (รวมทุกช่องทาง)</p>                                                                                                                                                                                                            | ภายใน 360 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

| ลำดับ | รายการที่ต้องส่งมอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | กำหนดเวลาส่งมอบ                               |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|       | <p>3.2 <u>เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม</u> ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook : MRT Purple Line จำนวนรวมสะสมไม่ต่ำกว่า 5,000 บัญชีผู้ใช้งาน ตามข้อ 5.5.2 2) โดยไม่รวมยอดการบล็อก (Blocked)</li> <li>- Line Official Account : @MRTA จำนวนรวมสะสมไม่ต่ำกว่า 3,000 บัญชีผู้ใช้งาน ตามข้อ 5.5.3 2) โดยไม่รวมยอดการบล็อก (Blocked)</li> <li>- X : @mrt_purpleline จำนวนรวมสะสมไม่ต่ำกว่า 500 คน ตามข้อ 5.5.4 2) โดยไม่นับรวมยอดการบล็อก (Blocked)</li> </ul> <p>3.3 <u>ซื้อพื้นที่โฆษณา</u>บนช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ตามข้อ 5.2.1 เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องมียอดการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Reach) ทุกช่องทาง รวมสะสมไม่น้อยกว่า 2,500,000 ครั้ง และยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมทุกช่องทาง รวมสะสมไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง</p> <p>3.4 <u>Repost ข้อมูลข่าวสาร</u> ตามข้อ 5.5.2 4) และ 5.5.4 4) จำนวนรวมสะสมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง (รวมทุกช่องทาง)</p> |                                               |
| 4.    | <p>การใช้กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ตามข้อ 5.8</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตคลิป VDO Viral Cast หรือ Content Online อื่น ๆ ตามข้อ 5.8.2 2) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 60 ชิ้น</li> <li>- มียอดการเข้าถึง (Reach) รวมสะสมไม่น้อยกว่า 500,000 ครั้ง และยอด real engagement รวมสะสมไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้ง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ภายใน 360 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 5.    | รายงานสรุปการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ดูแล (แอดมิน) รายไตรมาส ตามข้อ 5.5.4 2) ครั้งที่ 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ภายใน 375 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 6.    | รายงานผลการปฏิบัติงานรายไตรมาส ตามข้อ 5.9 ครั้งที่ 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ภายใน 375 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |
| 7.    | รายงานการวิเคราะห์สารสนเทศเสียงของลูกค้า รายไตรมาส ตามข้อ 5.1.2 ครั้งที่ 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ภายใน 390 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง |

## 10. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระเงินค่าจ้าง โดยแบ่งชำระเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ชำระเงินร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 9 งวดงานที่ 1 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 ชำระเงินร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 9 งวดงานที่ 2 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 ชำระเงินร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 9 งวดงานที่ 3 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 4 ชำระเงินร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ 9 งวดงานที่ 4 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

## 11. ค่าปรับ

11.1 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามงวดงานให้ รฟม. ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ 9. ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 ของเงินค่าจ้างตามงวดงานนั้น นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จของสัญญา หรือวันที่ รฟม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้ รฟม. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้า เฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับหรือค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องให้ผู้อื่นดำเนินการให้แล้วเสร็จโดยยินยอมให้ รฟม. หักค่าใช้จ่าย/ค่าเสียหายก่อนการจ่ายเงินค่าจ้าง

11.2 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รฟม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวในอัตราร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

11.3 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถจัดหาเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานที่นำเสนอได้ตามข้อ 5.11 รฟม. จะพิจารณาปรับในกรณีที่ไม่นำมาปฏิบัติงานทั้งวันในอัตรา 1,500 บาท ต่อวัน และในกรณีนำปฏิบัติงานล่าช้าหรือไม่ครบชั่วโมงการทำงานในอัตรา 200 บาท ต่อชั่วโมง (เศษของชั่วโมงให้นับเป็น 1 ชั่วโมง)

11.4 กรณีที่ รฟม. ตรวจพบว่าผู้รับจ้างปฏิบัติหน้าที่บกพร่องในการตอบคำถามหรือให้ข้อมูลแก่ผู้ให้บริการที่ติดต่อสอบถามทาง Inbox หรือ Comment ทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่ถูกต้อง ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับในอัตรา 1,000 บาทต่อครั้ง และในแต่ละเดือน หากมีความบกพร่องรวมตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับเพิ่มเติมอีกเดือนละ 5,000 บาท

11.5 กรณีที่ รฟม. ตรวจพบว่าผู้รับจ้างปฏิบัติหน้าที่ผู้ดูแล (แอดมิน) ในการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลหรือใช้กิริยาวาจาที่ไม่สุภาพในการโต้ตอบกับผู้ให้บริการที่ติดต่อสอบถามทาง Inbox หรือ Comment ทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลให้ผู้ให้บริการร้องเรียนหรือส่งผลกระทบต่องานลักษณะของ รฟม. ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับในอัตรา 10,000 บาทต่อครั้ง

/12. ลิขสิทธิ์ ...

## 12. ลิขสิทธิ์

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งปวงสำหรับงานจ้างนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ทั้งหมด ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตสมบูรณ์ ต้นฉบับ ภาพถ่าย ภาพ footage (หากมี) เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย ไฟล์งานกราฟิก พร้อมลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์และการจัดกิจกรรม (ถ้ามี) ให้ รพม. และถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. ที่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ซึ่งผู้รับจ้างหรือผู้ใดจะนำไปเผยแพร่หรือดำเนินการอย่างอื่นใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้ ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นเด็ดขาด หากเกิดปัญหาหรือความเสียหายขึ้น ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวและไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

## 13. ผู้ประสานงาน

1. นายมารุต คงรำพึง                      ผู้อำนวยการกองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม.  
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2342
2. นางสาวศมนมนัส ยุวจิตติ              หัวหน้าแผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ  
รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2354
3. นางสาวนิชากร นาที                      พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์  
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2368

/หลักเกณฑ์ ...

### 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

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจน แนวคิดมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตของงาน (TOR) ได้เป็นอย่างดี มีการวางแผนการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ อย่างบูรณาการ โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| ระดับ | ดีกว่าเกณฑ์ | ตามเกณฑ์ | ต่ำกว่าเกณฑ์ | ไม่นำเสนอ |
|-------|-------------|----------|--------------|-----------|
| คะแนน | 60          | 40       | 20           | 0         |

**ดีกว่าเกณฑ์:** นำเสนอแนวคิดและ Key Message ที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์ดีมาก **มีความแปลกใหม่** สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และ สื่อถึงความเป็น รฟม. ไปในเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

**ตามเกณฑ์ :** นำเสนอแนวคิดและ Key Message อย่างริเริ่มสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ใน TOR ได้อย่างชัดเจน และสื่อถึงความเป็น รฟม. ไปในเชิงสร้างสรรค์

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

**2.2.1 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จำนวน 2 ชิ้น ๆ ละ 20 คะแนน (รวม 40 คะแนน) เป็นรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น** ความยาว 15 วินาที สำหรับเผยแพร่ช่องทาง TikTok เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการรถไฟฟ้า **จำนวน 1 ชิ้น** และ**สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ Content ขนาด 1 : 1** แนะนำการใช้บัตรเครดิต/เดบิต EMV Contactless **จำนวน 1 ชิ้น**

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ ที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ ทันสมัย มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละชิ้นงาน ดังนี้

| ระดับ | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 1 | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 2 | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 3<br>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 ตัวอย่างการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กระตุ้นการดาวน์โหลด Application MRTA Thailand ขนาด A4 แนวตั้ง จำนวน 1 ชิ้น (10 คะแนน)**

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอตัวอย่าง โดยถ่ายทอดให้เข้าใจได้ง่ายและถูกต้องครบถ้วน โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัย เช่น มีเทคนิคพิเศษ/วิธีนำเสนอในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสารนั้น ๆ เช่น QR Code สำหรับการดาวน์โหลด Application เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| ระดับ | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 1 | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 2 | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 3<br>เป็นต้นไป | ไม่มีการนำเสนอ |
|-------|------------------------|------------------------|-------------------------------------|----------------|
| คะแนน | 10                     | 7                      | 4                                   | 0              |

**นำเสนอดีลำดับที่ 1 :** ตัวอย่างการออกแบบ มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รฟม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่..1

/นำเสนอ ...

**นำเสนอดีลำดับที่ 2 :** ตัวอย่างการออกแบบ มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่ 2

**นำเสนอดีลำดับที่ 3 เป็นต้นไป :** ตัวอย่างการออกแบบ มีการถ่ายทอดเนื้อหาและนำข้อมูลการให้บริการ ของ รพม. มาเรียบเรียงให้เข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง โดยมีการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอและการผลิตให้น่าสนใจ น่าติดตาม และดูทันสมัยดีเป็นลำดับที่ 3 เป็นต้นไป

**ไม่มีการนำเสนอ :** ไม่มีการนำเสนอตัวอย่างการออกแบบ

### 2.2.3 ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ Application MRTA Thailand ความยาวไม่น้อยกว่า 15 วินาที จำนวน 1 คลิป (25 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 | 25                 | 20                 | 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 ตัวอย่าง ...

## 2.2.4 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลด/ใช้งาน Application MRTA Thailand โดยบูรณาการในการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์และกิจกรรมออกบูธ จำนวน 1 กิจกรรม (25 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนตัวอย่างและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้เกิดการดาวน์โหลดได้จริง

| ระดับ | ดีกว่าเกณฑ์ | ตามเกณฑ์ | ต่ำกว่าเกณฑ์ | ไม่นำเสนอ |
|-------|-------------|----------|--------------|-----------|
| คะแนน | 25          | 20       | 10           | 0         |

**ดีกว่าเกณฑ์ :** นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมได้ตาม TOR กำหนด ซึ่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ดี มีความแปลกใหม่ มีแนวโน้มทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการร่วมกิจกรรม ของ รฟม. ได้จริง

**ตามเกณฑ์ :** นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรมได้ตาม TOR กำหนด

**ต่ำกว่าเกณฑ์ :** นำเสนอแผนและรูปแบบการจัดกิจกรรม ไม่เป็นไปตาม TOR กำหนด

**ไม่นำเสนอ :** ไม่มีการนำเสนอการจัดกิจกรรม

## 2.3 แผนการดำเนินงาน (วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน) (20 คะแนน)

### 2.3.1 แผนปฏิบัติการ (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากแผนปฏิบัติการที่นำเสนอ มีความละเอียด ชัดเจน และสามารถจัดทำได้จริงตามแผนที่วางไว้ โดยต้องแสดงระยะเวลาการดำเนินงานต่าง ๆ ครบถ้วนถึงสาระสำคัญในขอบเขตงานที่กำหนดไว้ใน TOR ตลอดระยะเวลาโครงการอย่างครบถ้วน เช่น การเตรียมงาน การออกแบบการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ 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 และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มีความเหมาะสมและ

/ทันสมัย ...

ทันสมัย เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกับ รพม. และผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงขั้นตอนการทำงาน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการทำงานอย่างครบถ้วน เช่นการเตรียมงาน การออกแบบ การปรับปรุง การตรวจทาน การผลิต/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับขอบเขตงานตาม TOR พร้อมทั้งมีการระบุช่องทางการติดต่อประสานงานส่งงานกับ รพม. ที่มีความเหมาะสมและทันสมัย

| ระดับ | ดีกว่าเกณฑ์ | ตามเกณฑ์ | ต่ำกว่าเกณฑ์ | ไม่นำเสนอ |
|-------|-------------|----------|--------------|-----------|
| คะแนน | 10          | 7        | 4            | 0         |

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

**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 เช่น ช่องทางประชาสัมพันธ์หรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ ภายในสถานีรถไฟหรือขบวนรถไฟฯ เป็นต้น ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณากำหนดคะแนน ดังนี้

| ระดับ | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 1 | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 2 | นำเสนอดี<br>ลำดับที่ 3<br>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