

รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ

จ้างวางแผนและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร ระยะเวลา ๙ เดือน

๑. ความเป็นมา

ด้วยบริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด ได้รับการกิจในการเดินรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดง ซึ่งเป็นระบบรถไฟฟ้า ที่ให้บริการรับ - ส่งผู้โดยสารจากใจกลางเมืองสู่ย่านชานเมือง เพื่ออำนวยความสะดวก ความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงนับเป็นระบบขนส่งสาธารณะที่มีความสำคัญโดยผู้ให้บริการให้ความมั่นใจและมาให้บริการเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ทั้งนี้เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ของรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดง เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เข้าถึงผู้โดยสารที่ใช้บริการ และประชาชนเป็นจำนวนมากได้นั้น ส่วนสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์ ได้เล็งเห็นถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทุกช่องทาง ซึ่งในปัจจุบันสื่อมีความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมอย่างกว้างขวาง และเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วม ระหว่างองค์กร และกลุ่มเป้าหมายอันนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งยังเป็นการแก้ไขข่าวสารในเชิงลบ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่เคยใช้บริการ และประชาชนโดยทั่วไป รวมทั้งกลุ่มผู้ติดตามสื่อที่มีความเข้าใจ คาดเคลื่อน ลดความเข้าใจผิด ต่อองค์กรอีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และสร้างการรับรู้ ถึงประโยชน์ของการใช้บริการรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดง

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดง และลดความเข้าใจผิด พร้อมทั้งแก้ไขข่าวสารในเชิงลบในการให้บริการ

๒.๓ เพื่อให้ผู้โดยสารใช้บริการเกิดความรู้ ความเข้าใจเข้าใจการให้บริการของรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงอย่างถูกต้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๒.๔ เพื่อประชาสัมพันธ์และอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสารตามนโยบายของกระทรวงคมนาคม ในการให้บริการที่สอดคล้องตามเป้าหมาย สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ผู้โดยสาร และประชาชน

one
Wing
low

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพขายพัสดุที่ประกวดราคาซื้อด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามคณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
๑๔. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นบริษัทที่มีคู่สัญญาจัดซื้อจัดจ้างกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน โดยมีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแนบสำเนาสัญญาที่สิ้นสุดแล้วหรือหนังสือรับรองผลงานให้คณะกรรมการเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

๑๖/๖

๓๓๓

๓๓๓

๑๕. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการด้านการสื่อสารมวลชนโดยตรง และบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์อย่างน้อย ๑ ช่อง

๑๖. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีช่องทางการสื่อสารออนไลน์แพลตฟอร์ม ดังต่อไปนี้

๑๖.๑ เว็บไซต์ (Website) มีผู้เข้าถึงไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน

๑๖.๒ ยูทูบ (Youtube) มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน

๑๖.๓ ผู้ติดตามเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน

๑๖.๔ แอปพลิเคชัน (Application) ทั้งในระบบแอนดรอยด์ (Android) และระบบ

ไอโอเอส (IOS) ที่มีสมาชิกรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

๑๖.๕ ทวิตเตอร์ (Twitter) มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ คน

๑๖.๖ อินสตาแกรม (Instagram) มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ คน

ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอ จะต้องทำการยื่นเอกสารหลักฐานดังกล่าวที่มีความเชื่อถือได้มาให้คณะกรรมการเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกจากรฟพท. จะต้องดำเนินงานวางแผนการประชาสัมพันธ์ผลิต และเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของ บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด โดยมีรายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

๔.๑ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ทั่วไปตามที่ รฟพท. กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง/เดือน หรือไม่น้อยกว่า ๑๘๐ ครั้ง ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๒ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อวิทยุหรือ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ของสถานีวิทยุกระจายเสียง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง/เดือน หรือไม่น้อยกว่า ๙ ครั้ง ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๓ ผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงพูดสื่อบข่าวประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมต่างๆของ รฟพท. (PR News Scoop) ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ โดยในการพูดประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งต้องมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที และผู้ประกาศข่าวต้องมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง มีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่มีชื่อเสียงเสียหาย โดยประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง/เดือน หรือไม่น้อยกว่า ๑๘ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๔ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทเว็บไซต์ของสำนักข่าวซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยต้องมีผู้เข้าถึงเว็บไซต์ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคาข้อที่ ๑๖.๑ จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า ๓๖ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๕ ประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงในรูปแบบต่างๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ของสำนักข่าวช่องทางใดก็ได้ ระยะเวลาอย่างน้อย ๓๐ วัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนักข่าว ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๖ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทยูทูป (Youtube) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคาข้อที่ ๑๖.๒ จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า ๓๖ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๗ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคาข้อที่ ๑๖.๓ หรือแชร์ข่าวประชาสัมพันธ์ จากเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) ของ รฟพท. จำนวน ๒ ครั้ง / สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า ๗๒ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๘ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทแอปพลิเคชัน (Application) ทั้งในระบบแอนดรอยด์ (Android) และระบบไอโอเอส (IOS) และมีสมาชิกรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคาข้อที่ ๑๖.๔ จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า ๓๖ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๙ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภททวิตเตอร์ (Twitter) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ คน ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคาข้อที่ ๑๖.๕ จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า ๓๖ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๑๐ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทอินสตาแกรม (Instagram) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ คน ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคาข้อที่ ๑๖.๖ จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ หรือไม่น้อยกว่า ๓๖ ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๑๑ ผลิต และเผยแพร่ วัสดุพิเศษ เชิงสร้างสรรค์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว หรือเกร็ดความรู้ เพื่อสนับสนุนกิจการของบริษัท ผ่านทางรายการโทรทัศน์ และเคยผลิตรายการให้กับหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานรัฐ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ซึ่งรายการดังกล่าวต้องมีผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน โดยพิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีภาพลักษณ์ดีและมีความนิยม ไม่น้อยกว่า ๑ คน และพิธีกรคนดังกล่าว ต้องมีผู้ติดตามทางสื่อ Social Media ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน โดยรายการต้องมีความยาว ไม่น้อยกว่า ๔๐ นาที และออกอากาศอย่างน้อย ๒ ช่อง จำนวน ๑ ตอน / ระยะเวลาโครงการ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๔.๑๒ นำคณะผู้บริหารเข้าเยี่ยมชมบรรณาธิการฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ อย่างน้อย ๑ สถานี และทำข่าวประชาสัมพันธ์การเข้าเยี่ยมชมดังกล่าว พร้อมเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ของสถานีข่าวนั้นๆ โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรฟพท. ก่อนดำเนินการ

๐๗๐๖
1/๓๓
1/๓๓

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลา ๙ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจัดทำเอกสารรายงานการส่งมอบงาน พร้อมทั้งแนบเอกสารหลักฐานดังนี้

๑. กำหนดจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงาน และคณะกรรมการตรวจการจ้างได้พิจารณาตรวจรับงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อย โดยกำหนดจ่ายเป็นรายเดือน
๒. รายงานขอมูลการดำเนินการตามขอบเขตงานจ้าง ตั้งแต่ ข้อ ๔.๑ - ๔.๑๒ ทั้งหมด โดยละเอียด แบบรูปเล่มพิมพ์สี่สี จำนวน ๑ ชุด พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงใน External Hrd Disk ความจุ ๑ TB จำนวน ๒ อัน (ส่งให้ผู้ว่าจ้างในเดือนสุดท้าย)

๗. วงเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน)

๐/๑๖
Nmt
km