

**ขอบเขตงาน (Terms of Reference : TOR)**  
**โครงการพัฒนาการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ (Business Rebranding)**

---

**๑. หลักการและเหตุผล**

โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติไฟ พุทธศักราช ๒๔๘๑ เมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๔๘๑ ต่อมากระทรวงการคลัง ได้เห็นชอบให้โรงงานไฟฯ จัดตั้งเป็นรัฐวิสาหกิจที่ไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๓๕

โรงงานไฟฯ มีวิสัยทัศน์ในการมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านสิ่งพิมพ์ปลอดการปลอมแปลงภาครัฐ ด้วยการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส และมีพันธกิจในการผลิตและจัดหาเครื่องหมายการจดทะเบียนภาษีทุกประเภทและบริการเกี่ยวเนื่อง ให้บริการงานพิมพ์ครบวงจรเพื่อการจดทะเบียนได้แก่หน่วยงานรัฐ ครอบครองตลาดไฟในประเทศทั้งหมด และบริหารจัดการทุนมนุษย์ และองค์กรด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี พร้อมทั้งผสมผสานเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

สำหรับโครงการพัฒนาการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Rebranding) เป็นองค์กรจัดทำสิ่งพิมพ์และ Digital Solution ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ สื่อถึงภาพลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นจุดเด่นขององค์กรที่จะสื่อสารถึงบุคลิกภาพ รูปแบบเฉพาะเจาะจง ส่งผลถึงการกำหนดภาพลักษณ์ของธุรกิจสู่ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดี น่าเชื่อถือ ทันสมัย โดดเด่น แนวคิดรูปแบบกลยุทธ์การพัฒนาอัตลักษณ์ของแบรนด์ธุรกิจ จึงเป็นการวางตำแหน่ง การสร้างความแตกต่าง จึงมีความสำคัญสำหรับการสร้างความชัดเจนในบุคลิกของแบรนด์ที่เหมาะสมในประเทศไทย ๔.๐ ยุคแห่งระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

**๒. วัตถุประสงค์**

๒.๑ เพื่อจัดทำอัตลักษณ์ (Corporate Identity) ขององค์กร เพื่อใช้ในการสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก ทั้งในเชิงความสวยงาม สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่าง สามารถจดจำได้ง่าย ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและทำการตลาดได้

๒.๒ เพื่อจัดทำเนื้อหาและชิ้นงานเพื่อการสื่อสาร อาทิ Social Content, Infographic, Infographic Motion หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เพื่อทำการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเนื้อหาและชิ้นงานสื่อสารต้องมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

๒.๓ จัดทำเว็บไซต์ เพื่อให้เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร พร้อมพัฒนาฟังก์ชันบนเว็บไซต์ให้รองรับงานบริการผ่านระบบออนไลน์ได้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒.๔ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเชิงรุก วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ผลิตภัณฑ์ บริการ และสร้างช่องทางสื่อสารประจำให้มีข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร จัดทำสิ่งพิมพ์และ Digital Solution อย่างต่อเนื่อง และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกลุ่มเป้าหมาย และส่งผลต่อการขยายตลาดการให้บริการแก่หน่วยงานรัฐ

๒.๕ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้องค์กร (Rebranding) ที่เป็นแรงดึงดูดให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทันสมัย และสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ผ่านเนื้อหา และบทความที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ รวมไปถึงรูปแบบเว็บไซต์ที่สวยงาม ใช้งานง่าย และดึงดูดผู้รับบริการให้มาใช้บริการมากขึ้น

*(Handwritten signatures and initials)*



๔.๑.๒ จัดทำการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) โดยออกแบบให้สามารถนำไปใช้เป็นตัวแทนขององค์กร ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด จำนวน ๑ แบบ และชุดมาสคอตสำหรับผู้ใหญ่สวมใส่ จำนวน ๒ ชุด

๔.๑.๓ จัดทำภาพการ์ตูนแทนความรู้สึกหรืออารมณ์ (Sticker) ในรูปแบบภาพนิ่ง จำนวน ๑๖ ตัว เพื่อนำไปใช้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Sticker LINE ใช้เพื่อทำการสื่อสารกันภายในและภายนอกองค์กร เป็นต้น

๔.๑.๔ การออกแบบยูนิฟอร์ม ได้แก่ เสื้อซ้อป ชุดยูนิฟอร์มชาย ชุดยูนิฟอร์มหญิง ชุดช่างหมี เสื้อสูท เนกไท ผ้าพันคอ และ เข็มกลัดสัญลักษณ์

๔.๑.๕ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรายละเอียดข้อ ๔.๑.๑ ทั้งหมดต่อคณะกรรมการโรงงานไฟ เพื่อมีมติเห็นชอบ

๔.๑.๖ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงชื่อองค์กร ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว

#### ๔.๒ การบริหารจัดการเนื้อหาและออกแบบการสื่อสาร ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

จัดทำเนื้อหาและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์กร สร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือ สามารถสื่อสารถึงความเชี่ยวชาญในด้านการพิมพ์ลดการปลอมแปลง และสร้างความ น่าสนใจไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในโรงงานพิมพ์ลดการปลอมแปลงแก่ ประชาชน โดยเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดจะต้องผลิตบนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สิน ทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ และปฏิบัติตามระเบียบขององค์กรที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๒.๑ จัดทำเนื้อหาสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ โดยจัดทำบทความ และจัดทำภาพประกอบ บทความแบบไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ จำนวน ๑๔๔ บทความ เดือนละ ๑๒ ครั้ง

๔.๒.๒ จัดทำภาพปก (Cover) สำหรับหน้าเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fan page) จำนวน ๑๒ ชิ้น

๔.๒.๓ จัดทำสื่อประเภท Infographic โดยทำการเรียบเรียงเนื้อหา และออกแบบชิ้นงาน จำนวน ๔๘ ชิ้น

๔.๒.๔ จัดทำสื่อประเภท Infographic Motion โดยทำการเรียบเรียงเนื้อหา ออกแบบชิ้นงาน และจัดหาเสียงประกอบ พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ (Subtitle) ความยาวไม่เกิน ๒ นาที จำนวน ๒ ชิ้น

๔.๒.๕ จัดทำข้อมูลสำหรับการทำข่าว (Press Release) โดยทำการเรียบเรียงเนื้อหาข่าว จำนวน ๖ ชิ้น

๔.๒.๖ ประชาสัมพันธ์ และ Press Release ในข้อ ๔.๒.๑ ถึง ๔.๒.๕ ผ่านระบบออนไลน์

๔.๒.๗ จัดทำภาพเคลื่อนไหวที่บรรจุเนื้อหา (Video Clip) สัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กร จำนวน ๒ คลิป โดยมีการจัดทำข้อความถาม ถ่ายทำ ตัดต่อ และจัดหาเสียงประกอบ พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ (Subtitle) ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที ความละเอียดไม่ต่ำกว่า ๗๒๐ p และภาพถ่ายของผู้บริหาร ไม่น้อยกว่า จำนวน ๒๐ ภาพ

๔.๒.๘ จัดทำภาพเคลื่อนไหวที่บรรจุเนื้อหา (Video Clip) แนะนำองค์กร จำนวน ๑ คลิป โดยมีการวางกรอบการดำเนินเรื่อง (Plot) การบันทึกภาพ ตัดต่อ และจัดหาเสียงประกอบ พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ (Subtitle) ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที ความละเอียดไม่ต่ำกว่า ๗๒๐ p

๔.๒.๙ ออกแบบเอกสารนำเสนอเรื่องราวขององค์กร (Company Profile) ไม่น้อยกว่า ๕ หน้า

๔.๒.๑๐ ออกแบบเอกสารนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ (Catalog) ไม่น้อยกว่า ๑๐ หน้า

กม นว คน ๒๐๖ ๖๖๖ ๖๖๖ ๖๖๖ ๖๖๖ ๖๖๖

- ๔.๒.๑๑ จัดสนับสนุน อุปกรณ์สำหรับการจัดบูธ เพื่อออกงานให้กับโรงงานไฟ อันประกอบด้วย
  - ๔.๒.๑๑.๑ โต๊ะออกบูธจำนวน ๑ ชั้น
  - ๔.๒.๑๑.๒ Backdrop ขนาด ๓ x ๔ จำนวน ๑ ชั้น
  - ๔.๒.๑๑.๓ Rollup จำนวน ๒ ชั้น
  - ๔.๒.๑๑.๔ Standy จำนวน ๔ ชั้น

#### ๔.๓ การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์

##### ๔.๓.๑ ออกแบบ จัดทำเว็บไซต์

๑) ศึกษาโครงสร้างข้อมูลเว็บไซต์ ตามความต้องการขององค์กร พร้อมเปรียบเทียบกับเว็บไซต์มาตรฐานอื่น ๆ อย่างน้อย ๓ เว็บไซต์

๒) ออกแบบเว็บไซต์ และนำเสนอแผนผังโครงสร้าง และการทำงานโดยรวมของเว็บไซต์ พร้อมโครงสร้างข้อมูลบนเว็บไซต์ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ

๓) การออกแบบและจัดทำต้นแบบของเว็บไซต์ เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ต้องทันสมัย และมีระบบรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐาน ได้แก่ ป้องกันช่องโหว่ SQL Injection, ป้องกันช่องโหว่ Cross-Site Scripting (XSS), ป้องกันการเข้าถึง Database จากภายนอก, มี TLS ป้องกันการดักจับข้อมูล เป็นอย่างน้อย

๔) การออกแบบเว็บไซต์ ต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้งานได้รับข้อมูลตามที่คาดหวัง มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดี ใช้งาน สะดวก ไม่ซับซ้อน

๕) เสนอชื่อเว็บไซต์ และ Domain ที่เหมาะสม และเกี่ยวข้องกับ รูปแบบ และวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ที่ได้พัฒนา

๖) ออกแบบ User Interface (UI) โดยใช้อัตลักษณ์ขององค์กร เป็นแนวทางในการออกแบบเว็บไซต์ และสามารถรองรับการใช้งานผ่านหน้าจอ Smartphone, Tablet และ Desktop ได้ (Responsive Web Design)

๗) จัดทำเว็บไซต์ให้เป็นไปตามมาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ

๘) ติดตั้ง Os ,Database,website application และ tools ต่างๆที่จำเป็นสำหรับการใช้งาน

๙) ผลการออกแบบและการติดตั้ง

๑๐) เว็บไซต์สามารถเชื่อมโยงข้อมูลการประกาศจัดซื้อจัดจ้างจากระบบ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในรูปแบบ RSS หรือรูปแบบอื่นที่ดีกว่า

๑๑) เว็บไซต์ รองรับภาษา ๓ ภาษา

๔.๓.๒ ดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้ ตรงตามรูปแบบที่ได้นำเสนอ ทั้งการออกแบบดีไซน์ ผังโครงสร้างเว็บไซต์ การใช้งานด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งทดสอบระบบให้สามารถใช้งานได้ทาง Web Browser สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ ได้แก่ Chrome , FireFox , Safari , Internet Explorer , เวอร์ชันปัจจุบันเป็นอย่างน้อย และสำหรับมือถือ ได้แก่ iOS Safari, Chrome for Android เวอร์ชันปัจจุบันเป็นอย่างน้อย โดยไม่จำเป็นต้องลงโปรแกรมอื่น ๆ เพิ่มเติม

๑) จัดทำระบบค้นหาข้อมูล ให้สามารถค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ (Search) ได้สะดวก รวดเร็ว ทั้งแบบระบุเงื่อนไข หรือค้นหาตามหัวข้อ (content) ต่าง ๆ และสามารถแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (Related Post)

กนก น. ๒๖/๖/๒๕๖๓

๒) จัดทำระบบข่าวให้สามารถฝังโค้ดจาก Facebook, YouTube, Twitter และ Social Network อื่น ๆ รวมถึงสามารถกด share ข้อมูลลง Facebook และ Twitter ได้

๔.๓.๓ ดำเนินการจัดการสื่อ

๑) ออกแบบและจัดการหมวดหมู่ของสื่อต่าง ๆ ให้สอดคล้อง ตรงตามวัตถุประสงค์ การสื่อสารขององค์กร

๒) จัดทำระบบให้สามารถรองรับเนื้อหา และแสดงเนื้อหาทางเว็บเพจได้หลากหลาย ประเภท อาทิ ข้อมูลมัลติมีเดีย คลิปเสียง คลิปวิดีโอ รูปภาพ (ประเภทไฟล์ .JPEG, .PDF, .PNG, .MP๔, .MP๓, .MOV, .GIF, .WMA, .WAV, .AVI, .MPEG, .FLV) โดยต้องมีการใช้งาน Really Simple Syndication (RSS) และผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดผ่านหน้าเว็บไซต์ได้

๔.๔ วางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ไปยังช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อของ องค์กร สื่อที่ต้องทำการจัดซื้อ เช่น โฆษณาในช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับองค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างทั้งภาครัฐ และเอกชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๔.๑ นำเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ เผยแพร่ในช่องทางหน้าเพจเฟซบุ๊กขององค์กร

๔.๔.๒ ส่งเสริมโพสต์ให้ผู้ชมมองเห็น (Boost Post) ในหน้าเพจเฟซบุ๊กขององค์กร จำนวน ๑๒ ครั้ง

๔.๔.๓ จัดกิจกรรมในหน้าเพจเฟซบุ๊กขององค์กร จำนวน ๑๒ ครั้ง เช่น กิจกรรม like&share Facebook/ กิจกรรม lucky draw แจกของเกี่ยวกับโรงงานไฟ / กิจกรรมตอบคำถาม บน Facebook

๔.๔.๔ จัดส่ง Press Release ไปยังเว็บไซต์ข่าวและสื่อมวลชน จำนวน ๖ ครั้ง ครั้งละ ๘ เว็บไซต์ โดยก่อนลงประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง ผู้รับจ้างต้องขอความเห็นชอบจากโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต

๔.๔.๕ มีเจ้าหน้าที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการออกบูธภายในประเทศ อย่างน้อย ๑ กิจกรรม

๔.๔.๖ วางแผนรูปแบบการดำเนินงาน สำหรับงานแถลงข่าว

๔.๔.๗ มียอดกดถูกใจ และยอดผู้ติดตาม เพจเฟซบุ๊กของโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต เพิ่มขึ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ครั้ง นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๔.๕ การบริหารจัดการด้านเทคนิค และการดูแลเว็บไซต์และช่องทางสื่อสารออนไลน์ (Social Media Management and Maintenance)

๔.๕.๑ เข้าร่วมประชุมเพื่อสรุปงานพร้อมวางแผนร่วมกับองค์กร ทุกเดือน และรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒ - ๔.๔ ให้กับคณะอนุกรรมการพัฒนาธุรกิจและการตลาดทราบ ทุกไตรมาส

๔.๕.๒ ดูแลความเรียบร้อยบนเว็บไซต์ รวมทั้งระบบให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และซ่อมแซม เมื่อเกิดปัญหาตลอดระยะเวลาสัญญา

๔.๕.๓ จัดการดูแลช่องทางสื่อสารออนไลน์ขององค์กร เช่น หน้าเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fan page) เป็นต้น ให้เป็นไปอย่างเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

กมล นว... ๕๐๖... ๕๐๖... ๕๐๖... ๕๐๖... ๕๐๖...

ส่วนที่ ๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนาม  
ในสัญญาจ้าง จัดทำเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์บน Cloud Storage ประกอบด้วย

- ๑) การ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ในข้อ ๔.๑.๒ จำนวน ๑ แบบ
- ๒) การกำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐานในการใช้ตราสัญลักษณ์ ในข้อ ๔.๑.๑
- ๓) การกำหนดสีและตัวอักษรเอกลักษณ์ของตราสัญลักษณ์องค์กร ในข้อ ๔.๑.๑
- ๔) รายงานการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ในข้อ ๔.๓.๑
- ๕) รายงานการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางหน้าเพจเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย  
เนื้อหาในข้อ ๔.๒.๑ จำนวน ๓๖ ชิ้น  
ภาพปกในข้อ ๔.๒.๒ จำนวน ๓ ชิ้น  
Infographic ในข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๑๒ ชิ้น
- ๖) รายงานการส่งเสริมโพสต์ในหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๓ ครั้ง
- ๗) รายงานการจัดกิจกรรมบนหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๓ ครั้ง
- ๘) รายงานการจัดส่ง Press Release ไปยังเว็บไซต์ข่าวและสื่อมวลชน ในข้อ ๔.๔.๔ จำนวน ๒ ครั้ง
- ๙) รายงานการดูแลช่องทางสื่อสารออนไลน์บนหน้าเพจเฟซบุ๊ก

ส่วนที่ ๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ภายในระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนาม  
ในสัญญาจ้าง จัดทำเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์บน Cloud Storage ประกอบด้วย

- ๑) ภาพการ์ตูนแทนความรู้สึกหรืออารมณ์ (Sticker) ในข้อ ๔.๑.๓ จำนวน ๑๖ แบบ ส่งเป็นไฟล์ .AI  
หรือ .PSD
- ๒) Video Clip สัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กร ในข้อ ๔.๒.๗ จำนวน ๑ คลิป
- ๓) งานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ในข้อ ๔.๓.๑
- ๔) รายงานการติดตั้งเว็บไซต์
- ๕) รายงานการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางหน้าเพจเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย  
เนื้อหาในข้อ ๔.๒.๑ จำนวน ๓๖ ชิ้น  
ภาพปกในข้อ ๔.๒.๒ จำนวน ๓ ชิ้น  
Infographic ในข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๑๒ ชิ้น
- ๖) รายงานการส่งเสริมโพสต์ในหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๓ ครั้ง
- ๗) รายงานการจัดกิจกรรมบนหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๓ ครั้ง
- ๘) รายงานการจัดส่ง Press Release ไปยังเว็บไซต์ข่าวและสื่อมวลชน ในข้อ ๔.๔.๔ จำนวน ๒ ครั้ง
- ๙) รายงานการดูแลช่องทางสื่อสารออนไลน์บนหน้าเพจเฟซบุ๊ก

ส่วนที่ ๔ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ภายในระยะเวลา ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนาม  
ในสัญญาจ้าง จัดทำเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์บน Cloud Storage ประกอบด้วย

- ๑) Video Clip แนะนำองค์กร ในข้อ ๔.๒.๘ จำนวน ๑ คลิป
- ๒) ชุดมาสคอต ในข้อ ๔.๑.๒ จำนวน ๒ ชุด
- ๓) รายงานการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางหน้าเพจเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย  
เนื้อหาในข้อ ๔.๒.๑ จำนวน ๓๖ ชิ้น  
ภาพปกในข้อ ๔.๒.๒ จำนวน ๓ ชิ้น  
Infographic ในข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๑๒ ชิ้น  
Infographic Motion ในข้อ ๔.๒.๔ จำนวน ๑ ชิ้น

กมล น. นล. โสภ. น. ร.จ. - น. . . . .

## ๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๕.๑ มีอัตลักษณ์ในการสื่อสาร มีโซเชียลมีเดีย และมีเว็บไซต์ใหม่
- ๕.๒ องค์กรมีช่องทางสื่อสารที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งมีช่องทางการดำเนินงานผ่านระบบออนไลน์ ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าได้
- ๕.๓ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสนใจ และรู้จักองค์กรมากขึ้น

## ๖. ข้อกำหนดด้านบุคลากร

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมทีมงานอย่างน้อย ดังนี้

๖.๑ ผู้บริหารโครงการ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี ทางด้านสาขาคอมพิวเตอร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่เทียบเท่า มีความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารโครงการไม่ต่ำกว่า ๕ ปี และเคยผ่านการรับรอง Certifications ที่เกี่ยวข้องกับ AB-Testing (ระบบทดสอบชิ้นงานที่มีประสิทธิภาพ), Database, Dynamic Contents, Commerce, Web Form, Web Tracking, Customers Relationship Management integrate (CRMi) พร้อมเอกสารอ้างอิง ณ วันเสนอราคา

๖.๒ บุคลากรด้านการตลาดดิจิทัล จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความสามารถด้านสื่อออนไลน์ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี

๖.๓ บุคลากรด้านดิจิทัลสื่อออนไลน์ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความสามารถด้านสื่อออนไลน์ไม่ต่ำกว่า ๒ ปี และผ่านการรับรอง Google Ads Video Certifications และ Google Ads Display Certifications หรือการรับรองอื่น ๆ ที่เทียบเท่า พร้อมเอกสารอ้างอิง ณ วันเสนอราคา

๖.๔ บุคลากรด้านการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน ๒ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี พร้อมเอกสารอ้างอิง ณ วันเสนอราคา

๖.๕ บุคลากรด้านผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์การวิเคราะห์ User Experience (ประสบการณ์ผู้ใช้) ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี พร้อมเอกสารอ้างอิง ณ วันเสนอราคา

๖.๖ บุคลากรทางด้านเลขานุการ จำนวน ๑ คน วุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ทางด้านงานติดต่อประสานงาน ไม่ต่ำกว่า ๕ ปี พร้อมเอกสารอ้างอิง ณ วันเสนอราคา

## ๗. ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินการ ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาโดยแบ่งออกเป็น ๕ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบรายละเอียดแผนการดำเนินงานโครงการ ภายในระยะเวลา ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และจัดทำเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์บน Cloud Storage ประกอบด้วย

- ๑) งานออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ในข้อ ๔.๑.๑ จำนวน ๑๐ แบบ เพื่อการคัดเลือก
- ๒) แบบร่างการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ในข้อ ๔.๑.๒ จำนวน ๑ แบบ
- ๓) นำเสนอชื่อเว็บไซต์ และ URL ของเว็บไซต์ ในข้อ ๔.๓.๑(๕) จำนวน ๑๐ ชื่อ เพื่อการคัดเลือก
- ๔) รายชื่อเว็บข่าวและสื่อมวลชน ในข้อ ๔.๔.๔ จำนวน ๘ เว็บไซต์
- ๕) แผนการดำเนินงาน และกิจกรรมทั้งหมดตามสัญญาจ้าง

กมล นพ. พล. ๒๐๒๖ ๖. ๒๐๒๖

- ๔) รายงานการส่งเสริมโพสต์ในหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๓ ครั้ง
- ๕) รายงานการจัดกิจกรรมบนหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๓ ครั้ง
- ๖) รายงานการจัดส่ง Press Release ไปยังเว็บไซต์ข่าวและสื่อมวลชน ในข้อ ๔.๔.๔ จำนวน ๒ ชิ้น
- ๗) รายงานการดูแลช่องทางสื่อสารออนไลน์บนหน้าเพจเฟซบุ๊ก

ส่วนที่ ๕ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ภายในระยะเวลา ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง จัดทำเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์บน Cloud Storage ประกอบด้วย

๑) เอกสารนำเสนอเรื่องราวขององค์กร (Company Profile) ในข้อ ๔.๒.๙ ไม่น้อยกว่า ๕ หน้า พร้อมรูปเล่มพิมพ์สี จำนวน ๕ เล่ม

๒) เอกสารนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ (Catalog) ในข้อ ๔.๒.๑๐ ไม่น้อยกว่า ๑๐ หน้า พร้อมรูปเล่มพิมพ์สี จำนวน ๕ เล่ม

- ๓) รายงานการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางหน้าเพจเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย  
เนื้อหาในข้อ ๔.๒.๑ จำนวน ๓๖ ชิ้น  
ภาพปกในข้อ ๔.๒.๒ จำนวน ๓ ชิ้น  
Infographic ในข้อ ๔.๒.๓ จำนวน ๑๒ ชิ้น

๔) รายงานการส่งเสริมโพสต์ในหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๓ ครั้ง

๕) รายงานการจัดกิจกรรมบนหน้าเพจเฟซบุ๊ก ในข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๓ ครั้ง

๖) รายงานการดูแลช่องทางสื่อสารออนไลน์บนหน้าเพจเฟซบุ๊ก

๗) รายงานประสิทธิภาพของเว็บไซต์

๘) รายงานเปรียบเทียบผลการดำเนินงานแบบรายปี (Year on Year)

#### ๘. ระยะเวลาดำเนินการ

๓๖๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

#### ๙. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ จะพิจารณาคัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคา

#### ๑๐. งบประมาณ

๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท

#### ๑๑. เงื่อนไขการชำระเงิน

แบ่งจ่ายการชำระเงินออกเป็นทั้งสิ้น ๕ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ร้อยละ ๑๐ เมื่อคณะกรรมการตรวจรับ ตรวจรับงาน ข้อ ๗ ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนที่ ๑ เรียบร้อย ครบถ้วนสมบูรณ์

งวดที่ ๒ ร้อยละ ๒๐ เมื่อคณะกรรมการตรวจรับ ตรวจรับงาน ข้อ ๗ ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนที่ ๒ เรียบร้อย ครบถ้วนสมบูรณ์

งวดที่ ๓ ร้อยละ ๓๐ เมื่อคณะกรรมการตรวจรับ ตรวจรับงาน ข้อ ๗ ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนที่ ๓ เรียบร้อย ครบถ้วนสมบูรณ์

กนก นพ. สม. อ.ค. จ.ก. น. ๕๖ ๖๖๓



งวดที่ ๔ ร้อยละ ๒๐ เมื่อคณะกรรมการตรวจรับ ตรวจรับงาน ข้อ ๗ ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนที่ ๔ เรียบร้อย ครบถ้วนสมบูรณ์

งวดที่ ๕ ร้อยละ ๒๐ เมื่อคณะกรรมการตรวจรับ ตรวจรับงาน ข้อ ๗ ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนที่ ๕ เรียบร้อย ครบถ้วนสมบูรณ์

## ๑๒. อัตราค่าปรับ

๑๒.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำงานโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้าง จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าว เป็นจำนวนร้อยละ ๑๐

๑๒.๒ กรณีผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๑๒.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้างตามสัญญา

## ๑๓. การรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

ผู้รับจ้างต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้น ไม่น้อยกว่า ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันที่คณะกรรมการตรวจรับงานทั้งหมดของสัญญาจ้างเรียบร้อยแล้ว และในระยะเวลาดังกล่าว หากมีการชำรุดบกพร่องอันเกิดจากผู้รับจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการแก้ไขความชำรุดบกพร่อง ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดังนี้

ระดับ	ความรุนแรงของปัญหา	ระยะเวลาในการแก้ไข
ระดับ ๑	ไม่สามารถทำงานได้อย่างสิ้นเชิง	ภายใน ๑ วันทำการ
ระดับ ๒	ปัญหาเกิดจากความผิดพลาดของการทำงานที่อาจส่งผลกระทบต่อฟังก์ชันงาน	ภายใน ๗ วันทำการ
ระดับ ๓	ความผิดพลาดทั่วไป ไม่ส่งผลกระทบต่อฟังก์ชันการทำงานอื่น	ภายใน ๑๕ วันทำการ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องยอมให้ผู้ว่าจ้างคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้างบริการตามสัญญานี้ จนกว่าผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา

## ๑๔. การรักษาความลับ

๑๔.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจากโรงงานไฟฟ้ามหานคร จำกัด และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้อย่างเป็นความลับของโรงงานไฟฟ้ามหานคร จำกัด ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องมีมาตรการในการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญาภายใต้สัญญานี้ หรือมิใช่บุคคลที่ โรงงานไฟฟ้ามหานคร จำกัด ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับเช่นนั้นด้วย

กมล น. น. ๒๐๒๓ ๒๖/๑๒/๒๕๖๓

๑๔.๒ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว ตราบที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับของ โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต อยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยประการใด ๆ

๑๔.๓ หากข้อมูลที่เป็นความลับของโรงงานไฟ ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน หรือกระทำด้วยวิธีการใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญาภายใต้สัญญาจ้างนี้ หรือมิใช่บุคคลที่ โรงงานไฟ กรมสรรพสามิต ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นโดยไม่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากโรงงานไฟ กรมสรรพสามิตได้ และโรงงานไฟ กรมสรรพสามิต มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

กมล งาม / พล / เอก งาม - 21 / ๑๓