

**แบบรายงานแผนบริหารจัดการความเสี่ยงการทุจริต**  
**ด้านที่ ๓ โครงการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕**

ชื่อหน่วยงาน บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด

ด้านที่ ๓ โครงการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

๑. ชื่อโครงการ จ้างวางแผนและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรระยะเวลา ๙ เดือน

๒. งบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

วิธีจัดซื้อจัดจ้าง แบบคัดเลือก ระยะเวลาดำเนินการ ๙ เดือน

เงินงบประมาณ

เงินนอกงบประมาณ

ที่	ขั้นตอนที่มีความเสี่ยง และรายละเอียดประเด็นความเสี่ยงการทุจริต	ระดับความ เสี่ยงการทุจริต	รายละเอียด มาตรการควบคุมความเสี่ยงการทุจริต
๑	<p><b>การจัดทำแผนงานจัดซื้อจัดจ้างประจำปีงบประมาณ</b></p> <p><b>การจัดทำแผนงานจัดซื้อจัดจ้างประจำปีงบประมาณมีความล่าช้า</b></p> <p>หน่วยงานที่ได้รับงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างไม่ได้จัดทำข้อมูล ได้แก่ ชื่อโครงการที่จะจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินที่จะจัดซื้อจัดจ้าง และระยะเวลาที่คาดว่าจะจัดซื้อจัดจ้าง โดยเสนอผ่านความเห็นชอบตามสายบังคับบัญชา ส่งให้ส่วนจัดซื้อ เพื่อดำเนินการจัดทำประกาศแผนจัดซื้อจัดจ้าง ต่อไป</p>	สูงมาก	<p>จัดทำแนวทางการจัดทำแผนจัดซื้อจัดจ้างประจำปี เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ถูกต้อง เกิดความชัดเจน โดยให้หน่วยงานที่ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างถือปฏิบัติ ดังนี้</p> <p>๑. หน่วยงานที่ขอดำเนินการ ได้รับอนุมัติงบประมาณ ให้จัดทำข้อมูล ได้แก่ ชื่อโครงการที่จะจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินที่จะจัดซื้อจัดจ้าง และระยะเวลาที่คาดว่าจะจัดซื้อจัดจ้าง โดยเสนอผ่านความเห็นชอบตามสายบังคับบัญชาตามลำดับ</p> <p>๒. ส่วนงานงบประมาณตรวจสอบแผนการจัดซื้อจัดจ้างว่าเป็นไปตามแผนงาน/แผนเงิน</p> <p>๓. ส่วนจัดซื้อ จัดทำประกาศแผนจัดซื้อจัดจ้างเสนอให้หัวหน้าหน่วยงานของรัฐเพื่อขอความเห็นชอบ และประกาศในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง/</p>

			บริษัทฯ และปิดประกาศโดยเปิดเผย ณ สถานที่ปิดประกาศของบริษัทฯ
๒	<b>แต่งตั้งคณะกรรมการ</b>		
	<b>การแต่งตั้งคณะกรรมการ โดยผู้มีส่วนได้เสีย</b> ประธานกรรมการและกรรมการ ไม่เป็นผู้มีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอ หรือ คู่สัญญาในการซื้อหรือจ้าง	สูง	๑. คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง รับรองตนเอง (self-declare) ว่าเป็นผู้ไม่มีส่วนได้เสียและไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับบริษัทหรือผู้ประกอบการ ๒. ดำเนินการตรวจสอบรายชื่อกรรมการผู้จัดการ กรรมการผู้มีอำนาจผูกพันบริษัท กับ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง และผู้มีอำนาจอนุมัติ ว่าไม่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
๓	<b>ประกาศเชิญชวน</b>		
	<b>หน่วยงานเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการพิจารณาในขั้นตอนการเข้ายื่นข้อเสนอ ราคาของผู้ค้าต่อคณะกรรมการ</b> การจัดหาด้วยวิธีคัดเลือกหากมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขส่งหนังสือเชิญชวนให้เข้ายื่น ข้อเสนอแล้ว บ่งบอกว่าหน่วยงานมีการเอื้อประโยชน์ให้กับบางราย	ปานกลาง	การจัดหาด้วยวิธีคัดเลือก ดำเนินการถึงขั้นตอนการเข้ายื่นข้อเสนอราคาของผู้ค้าต่อคณะกรรมการแล้ว หากหน่วยงานจะเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการพิจารณา เมื่อได้ส่งหนังสือเชิญชวนให้เข้ายื่นข้อเสนอแล้ว จะไม่สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขได้ ยกเว้นกรณีที่ต้องยกเลิกโครงการแล้ว ดำเนินการใหม่ก็สามารถกำหนดเงื่อนไขใหม่ได้
๔	<b>การบริหารสัญญา</b>		
	<b>การตรวจรับไม่ตรงตามรูปแบบที่กำหนด</b> คณะกรรมการตรวจรับ ต้องมีแผนในการตรวจรับ เพื่อให้คุณภาพสินค้าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด	ปานกลาง	๑. จัดทำ Checklist ตามข้อกำหนดใน TOR เพื่อตรวจสอบให้เป็นไปตามข้อกำหนด และ รายงานผู้บังคับบัญชา ๒. รายงานเหตุผล กรณีที่มีความเห็นไม่ตรง

ช่องทางการเผยแพร่แผนบริหารความเสี่ยงฯ (Website) : <https://www.srtet.co.th/index.php/th/about-history/anti-corruption-action-plan>

หมายเหตุ : ๑. หน่วยงานต้องดำเนินการเผยแพร่แผนบริหารจัดการความเสี่ยงการทุจริตบนเว็บไซต์ของหน่วยงาน  
๒. ส่งรายละเอียดประมาณการงบประมาณโครงการในรูปแบบไฟล์ MS World หรือไฟล์ MS Excel

แบบแสดงรายละเอียดประมาณการงบประมาณโครงการจัดซื้อจัดจ้าง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

หน่วยงาน บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด

โครงการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

ชื่อโครงการ จ้างวางแผนและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรระยะเวลา ๙ เดือน

งบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

วิธีจัดซื้อจัดจ้าง คัดเลือก ระยะเวลาดำเนินการ ๙ เดือน

เงินงบประมาณ

เงินนอกงบประมาณ

เข้าร่วมโครงการ IP หรือ CoST

เข้าร่วมโครงการ IP

มีแผนเข้าร่วมโครงการ IP

เข้าร่วมโครงการ CoST

มีแผนเข้าร่วมโครงการ CoST

ที่	รายการ	รายละเอียด (ประเภท จำนวน คุณลักษณะ(Spec) อื่นๆ)	ประมาณการงบประมาณ (Cost breakdown)	รวมงบประมาณ (บาท)
๑	เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ทั่วไป	จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง/เดือน ตลอดระยะเวลาโครงการ	๓,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๓,๐๐๐,๐๐๐.๐๐
๒	เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุหรือ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ของสถานีวิทยุกระจายเสียง	จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง/เดือน ตลอดระยะเวลาโครงการ		
๓	ผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงพูดสื่อบทข่าวประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมต่างๆ ของ รฟฟท. (PR News Scoop) ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ โดยในการพูด	ประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง/เดือน ตลอดระยะเวลาโครงการ		

	<p>ประชาสัมพันธ์แต่ละครั้ง ต้องมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที และผู้ประกาศข่าวต้องมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง มีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่มีชื่อเสียงเสียหาย</p>			
๔	<p>ผลิต และ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือ กิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภท เว็บไซต์ของสำนักข่าวซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยต้องมีผู้เข้าถึงเว็บไซต์ ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน</p>	<p>จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ ตลอด ระยะเวลาโครงการ</p>		
๕	<p>ผลิต และ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือ กิจกรรม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภท ยูทูบ (YouTube) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน</p>	<p>จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ ตลอด ระยะเวลาโครงการ</p>		
๖	<p>ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภท เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คน หรือแอชร์ข่าวประชาสัมพันธ์ จาก เฟซบุ๊ก (Facebook Fan page) ของ รพพท.</p>	<p>จำนวน ๒ ครั้ง / สัปดาห์ ตลอด ระยะเวลาโครงการ</p>		

๗	ผลิต และ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือ กิจกรรม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทแอปพลิเคชัน (Application) ทั้งในระบบแอนดรอยด์ (Android) และระบบ ไอโอเอส (IOS) และมี สมาชิกรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน	จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ ตลอด ระยะเวลาโครงการ		
๘	ผลิต และ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือ กิจกรรม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภท ทวิตเตอร์ (Twitter) ที่มี ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ คน	จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ ตลอด ระยะเวลาโครงการ		
๙	ผลิต และ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือ กิจกรรม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ประเภทอินสตาแกรม (Instagram) ที่มี ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ คน	จำนวน ๑ ครั้ง / สัปดาห์ ตลอด ระยะเวลาโครงการ		
๑๐	ประชาสัมพันธ์โครงการ รถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดง ในรูปแบบต่างๆ ผ่านทาง สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ของ สำนักข่าวช่องทางใดก็ได้	ระยะเวลาอย่างน้อย ๓๐ วัน จำนวน ไม่น้อยกว่า ๒๐ สำนักข่าว ตลอด ระยะเวลาโครงการ		

๑๑	ผลิต และเผยแพร่ วัสดุพิเศษ เชิงสร้างสรรค์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว หรือ เกร็ดความรู้ เพื่อสนับสนุนกิจการของบริษัท ผ่านทางรายการโทรทัศน์ และเคยผลิตรายการให้กับหน่วยงานราชการ หรือ หน่วยงานรัฐ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ซึ่งรายการดังกล่าวต้องมีผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน โดยพิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีภาพลักษณ์ดีและมีความนิยมโดยพิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีภาพลักษณ์ดี และมีความนิยม ไม่น้อยกว่า ๑ คน และพิธีกรคนดังกล่าว ต้องมีผู้ติดตามทางสื่อ Social Media ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน โดยรายการต้องมีความยาว ไม่น้อยกว่า ๔๐ นาที	ออกอากาศอย่างน้อย ๒ ช่อง จำนวน ๑ ตอน / ระยะเวลาโครงการ		
๑๒	นำคณะผู้บริหารเข้าเยี่ยมชมบรรณาธิการฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ และทำข่าวประชาสัมพันธ์การเข้าเยี่ยมชมดังกล่าว พร้อมเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platform) ของสถานีข่าวนั้นๆ	อย่างน้อย ๑ สถานี		
รวมงบประมาณทั้งสิ้น (บาท)				๓,๐๐๐,๐๐๐

## การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจัดทำเอกสารรายงานการส่งมอบงาน พร้อมทั้งแนบเอกสารหลักฐานดังนี้

๑. กำหนดจ่ายค่าจ้างให้ภายหลังจากผู้รับจ้างได้ส่งมอบผลงาน และคณะกรรมการตรวจการจ้างได้พิจารณาตรวจรับงานดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อย โดยกำหนดจ่ายเป็นรายเดือน
๒. รายงานข้อมูลการดำเนินการตามขอบเขตงานจ้าง ตั้งแต่ ข้อ ๔.๑ -๔.๑๒ ทั้งหมด โดยละเอียด แบบรูปเล่ม พิมพ์สี่สี จำนวน ๑ ชุด พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงใน External Hard Disk ความจุ ๑ TB จำนวน ๒ อัน (ส่งให้ผู้ว่าจ้างในเดือนสุดท้าย)