

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ..งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รพม. ประจำปีงบประมาณ 2566
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ.....การรถไฟฟ้าวานส่งมวลชนแห่งประเทศไทย.(รพม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร.....2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน)
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง).วันที่ 7 มีนาคม 2566.
เป็นเงิน 2,485,967 บาท.(สองล้านสี่แสนแปดหมื่นห้าพันเก้าร้อยหกสิบเจ็ดบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด จำนวน 3 ที่มา ดังนี้
 - บริษัท โนวาอินเตอร์แอ็ด จำกัด
 - บริษัท คีย์ ทู ซัคเซส จำกัด
 - บริษัท บรรดาศาหท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ หัวหน้าแผนกอาวุโส
แผนกสื่อประชาสัมพันธ์และบริหารสื่อดิจิทัล กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร

PKP

ขอบเขตของงานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2566

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีภารกิจหลักในการพัฒนาและขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองหลักของประเทศ โดย รฟม. ได้จัดทำแผนวิสาหกิจ ประจำปีงบประมาณ 2566 - 2570 พร้อมทั้งกำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ คือ “ร่วมยกระดับเมืองด้วยโครงข่ายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและนวัตกรรม เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขับเคลื่อนองค์กรและภารกิจตามหลัก SDGs ที่มีความสมดุลครบในทุกมิติ มุ่งสู่การยกระดับเมืองแห่งอนาคตไปพร้อมกัน

ดังนั้น การสร้างความยั่งยืนขององค์กรในมิติสิ่งแวดล้อมโดยตลอดทุกช่วงตอนของงานดูแลกำกับโครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆ ตั้งแต่ช่วงการศึกษาออกแบบโครงการ ที่มีการจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) และนำมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมาสู่ภาคปฏิบัติในช่วงการก่อสร้างโครงการอย่างเคร่งครัด ทั้งยังต่อเนื่องไปถึงช่วงการเปิดให้บริการเดินรถไฟฟ้าแก่ประชาชน ไม่เพียงเท่านั้น รฟม. ยังเป็นหนึ่งในหน่วยงานภาครัฐที่เข้าร่วมการประกาศเป้าหมายใหม่ “Mission 2023” ผนึกกำลังมุ่งเป้าลดก๊าซเรือนกระจก 1,000,000 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ภายในปี 2566 เพื่อช่วยเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยอีกด้วย

นอกจากนี้ รฟม. ยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาลและมีความโปร่งใส โดยจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานแก่ประชาชน ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ทั้งในรูปแบบการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ ศูนย์ราชการสะดวก รฟม. และผ่านช่องทาง Call Center รวมถึงช่องทางออนไลน์ต่างๆ อย่างหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม ทั้งยังนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการชุดข้อมูลเปิด สนองต่อแนวคิด Data Driven Organization ที่ไม่เพียงช่วยสร้างการรับรู้ในข้อมูลข่าวสารและภารกิจของ รฟม. แก่สาธารณชนเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้อย่างเต็มที่

ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ใหม่ของ รฟม. ให้สาธารณชนรับทราบอย่างทั่วถึงและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี รฟม. จึงมีความประสงค์จะดำเนินการเผยแพร่สโปตโฆษณา รฟม. ผ่านทางสื่อวิทยุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าและประชาชนทั่วไปได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์ใหม่ของ รฟม. ที่สะท้อนถึงการขับเคลื่อนองค์กรและภารกิจสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

2.2 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม.

2.3 เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชาชนเลือกเดินทางด้วยรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่ช่วยลดปัญหามลพิษต่อสิ่งแวดล้อมได้

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT

3.2 ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 ประชาชนทั่วไปที่อยู่ในจังหวัดอื่นที่มีโครงการระบบขนส่งมวลชนของ รฟม.



4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 4.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- 4.8 ไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- 4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง
- 4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการผลิตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา
- 4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในประเทศไทย ในลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุ) โดยมีตัวอย่างผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจ และ รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

- 5.1 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสโปตโฆษณา รพม. สำหรับเผยแพร่ทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง โดยนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามหลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ (ศึกษาข้อมูลภารกิจารดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รพม. เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ รพม. www.mrta.co.th และเฟซบุ๊กแฟนเพจการรถไฟฟ้ายนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย) ทั้งนี้ ให้ผู้รับจ้างประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รพม. ในการผลิตสโปตโฆษณา
- 5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำสโปตโฆษณา รพม. ตามข้อ 5.1 ที่ได้รับความเห็นชอบจาก รพม. แล้วไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี เป็นระยะเวลา 4 เดือน เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน - 30 กันยายน 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้



5.2.1 กำหนดให้ออกอากาศสพตโฆษณา รพม. ทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง จำนวนไม่น้อยกว่า 3 สถานี และทางสถานีวิทยุประเภทข่าวสาร (ยกเว้นสถานีวิทยุจราจร) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สถานี โดยสถานีวิทยุทั้งหมดที่ใช้เผยแพร่สพตโฆษณา ต้องมีจำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รพม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากสถานีที่ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1 - 20 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 1 (หน้า 9)

5.2.2 กำหนดให้ต้องมีสถานีวิทยุไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่แต่ละสถานีมีการออกอากาศสพตโฆษณา รพม. ทุกวันตลอด 1 เดือน โดยออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ในช่วงเวลา 06.00 – 09.00 น. และช่วงเวลา 16.00 – 21.00 น. ทั้งนี้ การออกอากาศสพตโฆษณาทางสถานีวิทยุทุกสถานีรวมกัน จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน ของงานจ้างฯ นี้

5.2.3 กำหนดให้ความถี่ออกอากาศสพตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง รวมกันไม่น้อยกว่า 546 ครั้ง ทั้งนี้ ความถี่ออกอากาศสพตโฆษณาทางสถานีวิทยุทุกประเภท รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 732 ครั้ง

ตัวอย่างการเผยแพร่สพตโฆษณาทางสถานีวิทยุ ตามข้อ 5.2	
สถานีที่ 1 (อยู่ใน 20 อันดับ)	ออกอากาศวันที่ 1 – 30 มิถุนายน 2566 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง รวมจำนวน 180 ครั้งขึ้นไป
สถานีที่ 2 (อยู่ใน 20 อันดับ)	ออกอากาศวันที่ 1 – 31 กรกฎาคม 2566 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง รวมจำนวน 186 ครั้งขึ้นไป
สถานีที่ 3 (อยู่ใน 20 อันดับ)	ออกอากาศวันที่ 1 – 31 สิงหาคม 2566 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง รวมจำนวน 186 ครั้งขึ้นไป
สถานีที่ 4 (อยู่ใน 20 อันดับ)	ออกอากาศวันที่ 1 – 30 กันยายน 2566 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง รวมจำนวน 180 ครั้งขึ้นไป
สถานีที่ 5 (อยู่ใน 20 อันดับ)	ไม่จำกัด
สถานีที่ (อยู่ใน 20 อันดับ)	ไม่จำกัด

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องนำสพตโฆษณา รพม. ตามข้อ 5.1 ที่ได้รับความเห็นชอบจาก รพม. ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ห้าง เป็นระยะเวลา 4 เดือน เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน – 30 กันยายน 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 กำหนดให้ออกอากาศสพตโฆษณา รพม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ห้าง ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รพม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากห้างที่มีสาขาจำนวนมากและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 2 (หน้า 11)

5.3.2 กำหนดให้ออกอากาศสพตโฆษณา รพม. ในแต่ละห้าง ทุกวันต่อเนื่อง ห้างละ 1 - 2 เดือน โดยออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ทั้งนี้ การออกอากาศสพตโฆษณาในทุกห้างรวมกัน จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน ของงานจ้างฯ นี้

5.4 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

5.4.1 รพม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับ เฉพาะกรณีที่มีการถ่ายทอดสดวิทยุรวมการเฉพาะกิจ หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของสถานี หรือมีการปรับผังการออกอากาศ



ของทางสถานี หรือมีการเปลี่ยนแปลงคลื่นความถี่ของสถานีเดิม หรือมีการสิ้นสุดสัมปทาน/ปิดกิจการของสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม หรือในสถานีอื่นที่มีอันดับความนิยมสูงกว่าสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ โดยผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ทันทีที่ทราบถึงเหตุผลความจำเป็นให้เปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศ หรือ ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่งดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ และแนบหนังสือแจ้งการงดออกอากาศของสถานีหรือรายการมาด้วยทุกครั้ง พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา และ/หรือ สถานีที่ออกอากาศชดเชย

5.4.2 หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 5.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจะได้ออกอากาศชดเชย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ และผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ล่วงหน้า 3 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา ออกอากาศชดเชย

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องบันทึกไฟล์ต้นฉบับสเปคตโรแกรม รพม. คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive จำนวน 1 ชุด นำส่งให้ รพม. เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานของ รพม. ต่อไปได้

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่สเปคตโรแกรม รพม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ พร้อมทั้งสรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงสื่อ เป็นรายเดือน โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด

6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ดังนี้

6.1 เอกสารหลักฐานด้านคุณสมบัติ

6.1.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการผลิตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

6.1.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงาน ของตัวอย่างผลงานด้านผลิตและเผยแพร่สเปคตโรแกรมทางวิทยุที่เคยทำ อย่างน้อย 1 ผลงาน โดยต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

6.2 เอกสารด้านเทคนิค

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำสเปคตโรแกรมทางวิทยุ จำนวน 2 เรื่อง พร้อมทั้งระบุรูปแบบการนำเสนอ เทคนิคที่ใช้ในการผลิต และเสนอรายชื่อโฆษก พร้อมทั้งตัวอย่างเสียง (ผลงานเก่าของโฆษกที่เสนอ)

6.2.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สเปคตโรแกรม ดังนี้

- แผนการดำเนินงานผลิตสเปคตโรแกรม (Timeline)

- ตารางออกอากาศสเปคตโรแกรมทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM ที่มีการระบุสถานีวิทยุ วันที่ เวลา จำนวนความถี่ต่อวันและสรุปความถี่รวมให้ชัดเจน ทั้งนี้ ขอให้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับสถานีวิทยุที่เลือกใช้ ได้แก่ ฐานผู้ฟัง รูปแบบรายการในช่วงเวลาที่เลือกออกอากาศ มาพร้อมกันด้วย

- ตารางออกอากาศสเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้ำงซูเปอร์สโตร์ โดยระบุห้ำงจำนวนสาขา วันที่ เวลา จำนวนความถี่และสรุปลความถี่รวมให้ชัดเจน

6.2.3 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รพม. โดยระบุมูลค่าของข้อเสนอ

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอมีหน้าที่นำตัวอย่างผลงานที่เคยทำตามข้อ 6.1.2 พร้อมทั้งเอกสารด้านเทคนิคตามข้อ 6.2 ทั้งหมด มาเสนอต่อ รพม. ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคาทางระบบฯ ณ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่) อาคาร 1 ฝ่ายจัดซื้อและบริการ ชั้น 6 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

7. เกณฑ์การพิจารณา

รพม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- 1) ราคาที่ยื่นเสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20
- 2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	ราคาที่ยื่นเสนอ (ร้อยละ 20)	100
2)	คุณภาพและคุณสมบัติ (ร้อยละ 80)	100
	(2.1) บทสเปคตโฆฆณา จำนวน 2 เรื่อง มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ สอดคล้องตามที่กำหนด และสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รพม. ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	(20)
	(2.2) แผนการเผยแพร่สเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM <ul style="list-style-type: none">- ความเหมาะสมในการเลือกสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ออกอากาศ- ความถี่ออกอากาศสเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง- ความถี่ออกอากาศสเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด	(40)
	(2.3) แผนการเผยแพร่สเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้ำงซูเปอร์สโตร์ <ul style="list-style-type: none">- จำนวนห้ำงซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ออกอากาศ- ความต่อเนื่องในการออกอากาศสเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้ำงซูเปอร์สโตร์แต่ละห้ำง- ความถี่ออกอากาศสเปคตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้ำงซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด	(30)
	(2.4) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ	(5)
	(2.5) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม.	(5)

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 170 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน ถึง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จำนวน 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 หลังจากผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาของเดือนมิถุนายน 2566 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ภายในวันที่ 20 กรกฎาคม 2566 ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
- 2) รายงานสรุปผลการผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ของเดือนมิถุนายน 2566 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - บทสโปตโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจากรพม.
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ
- 3) ต้นฉบับสโปตโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive จำนวน 1 ชุด

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณาของเดือนกรกฎาคม 2566 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ภายในวันที่ 21 สิงหาคม 2566 ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ของเดือนกรกฎาคม 2566 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดที่ 3 หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณาของเดือนสิงหาคม 2566 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ภายในวันที่ 20 กันยายน 2566 ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3

2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สปอตโฆษณา รฟม. ของเดือนสิงหาคม 2566 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- ตารางสรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
- ใบยืนยันการออกอากาศสปอตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
- สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดสุดท้าย หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาของเดือนกันยายน 2566 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ตุลาคม 2566 ประกอบด้วย

1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 4
2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สปอตโฆษณา รฟม. ของเดือนกันยายน 2566 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย

- ตารางสรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
- ใบยืนยันการออกอากาศสปอตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
- สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

11. การจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระค่าจ้างเป็นงวด จำนวน 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 1 ถูกต้องครบถ้วน และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงินตามสัญญา

งวดที่ 2 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 2 ถูกต้องครบถ้วน และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงินตามสัญญา

งวดที่ 3 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 3 ถูกต้องครบถ้วน และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงินตามสัญญา

งวดสุดท้าย เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 4 ถูกต้องครบถ้วน และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงินตามสัญญา

12. อัตราค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รฟม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าว เป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาจ้างในแต่ละงวดงาน นอกเหนือจากข้อ 12.1 จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างในแต่ละงวดงานนั้น

13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่างๆ ในสเปคโฆษณา (ถ้ามี) ให้ รฟม. และ สเปคโฆษณา ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รฟม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้

14. ผู้ประสานงาน

- 14.1 นางสาวสุจิตรา หล้ากาศ แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1735
- 14.2 นางสาววัชรี เกวลกุล แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1736

รายชื่อสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM
สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอใช้ประกอบการจัดทำแผนเผยแพร่สปอตโฆษณา รฟม.

อันดับความนิยม	ชื่อสถานีวิทยุ	คลื่นความถี่	หมายเหตุ
1	ลูกทุ่งมหานคร	FM 95.0	
2	Cool Fahrenheit	FM 93.0	
3	จส.100	FM 100.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีวิทยุจราจรสำหรับงานจ้างฯ นี้
4	ลูกทุ่งรักไทย	FM 90.0	
5	Good Time Radio	FM 88.5	
6	HITZ	FM 95.5	
7	FM One	FM 103.5	
8	EFM	FM 94.0	
9	Green Wave	FM 106.5	
10	Active Radio	FM 99.0	
11	Very Radio	FM 94.5	
12	วิทยุครอบครัวข่าว	FM 106.0	
13	สรพ.91	FM 91.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีวิทยุจราจรสำหรับงานจ้างฯ นี้
14	Easy FM	FM 105.5	
15	Smile Radio	FM 98.0	
16		FM 103.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีนี้ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารสถานี
17	Thinking Radio	FM 96.5	
18	Top Radio	FM 93.5	
19	MET	FM 107.0	
20	Radio Thailand	FM 88.0	

หมายเหตุ: รฟม. ได้จัดทำรายชื่อสถานีวิทยุฯ ข้างต้น โดยอ้างอิงข้อมูลการจัดอันดับความนิยม (Rating) ของกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร จาก Nielsen Radio Advisor ณ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2566



Nielsen Radio Advisor

Market: GR BANGKOK Demographic: AGE: 15+ Filter Demographic: None
 Survey: Survey #2 2023 Session: Mon-Sun12:00AM-12:00AM MCOT RADIO AllDay AllTime
 Place of Listening: All

Sample	Potential (000's)	Cume %	Cume (000's)	Ex Aud (000's)	Ex Aud %	Share %	Tarp %	Index %	Profile %	Average Age	T.S.L.	Share % (selected)	
95.0	1631	7041	49.9	3516	2467	70.2	44.7	5	101.1	98.9	47.3	16.47	45.1
93.0	1631	7041	24.7	1739	1031	59.3	16.6	1.9	101.6	99.4	35.6	12.37	16.8
100.0	1631	7041	9.3	656	346	52.7	5.3	0.6	102	99.7	52.7	10.35	5.3
90.0	1631	7041	6.3	447	224	50.1	7.1	0.8	102.2	100	50.2	20.5	7.1
88.5	1631	7041	4.1	289	85	29.4	2.9	0.3	102.2	100	39.2	13.25	3
95.5	1631	7041	3.6	255	77	30.1	1.4	0.2	102	99.8	34	7.18	1.4
103.5	1631	7041	3.5	243	90	37.1	1.4	0.2	102.2	100	34.7	7.47	1.4
94.0	1631	7041	3.4	240	102	42.5	1.6	0.2	102.2	99.9	37.1	8.58	1.6
106.5	1631	7041	3.4	238	104	43.6	1.9	0.2	102.2	100	41.8	10.46	2
99.0	1631	7041	3.3	235	96	40.6	1.6	0.2	102.2	100	48.7	9.02	1.6
94.5	1631	7041	2.4	170	50	29.1	2.5	0.3	102.2	100	47.9	19.28	2.5
106.0	1631	7041	2.1	146	28	19	1	0.1	102.2	100	45.6	8.35	1
91.0	1631	7041	2	141	45	32.1	1	0.1	102.2	100	47.7	9.43	1
105.5	1631	7041	1.7	117	68	58	0.9	0.1	102.2	100	41	10.07	0.9
98.0	1631	7041	1.6	110	29	26.3	1	0.1	102.2	100	49.7	11.5	1
103.0	1631	7041	1.4	101	23	23	0.8	0.1	102.2	100	43.1	10.56	0.8
96.5	1631	7041	1.4	97	44	45.5	0.6	0.1	102.2	100	49.8	8.11	0.6
93.5	1631	7041	1.4	96	41	42.6	0.9	0.1	102.2	100	38	12.52	0.9
107.0	1631	7041	1.1	77	26	34.3	0.4	0	97.4	95.2	38	7.37	0.4
88.0	1631	7041	1	67	11	17.1	0.5	0.1	102.2	100	40.8	10.21	0.5
96.0	1631	7041	0.8	54	19	36	0.3	0	102.2	100	44.6	7.22	0.3
90.5	1631	7041	0.7	53	21	39.1	0.5	0.1	102	99.8	51.5	13.26	0.5
105.0	1631	7041	0.7	48	14	29.8	0.6	0.1	102.2	100	56.3	16.16	0.6
89.0	1631	7041	0.7	47	0	0	0.2	0	102.2	100	42	5.36	0.2
100.5	1631	7041	0.6	45	4	9.6	0.4	0	102.2	100	56.1	10.37	0.4
92.5	1631	7041	0.6	43	6	13.6	0.1	0	102.2	100	41.8	4.16	0.1
87.5	1631	7041	0.6	43	4	10.1	0.2	0	102.2	100	56.5	5.17	0.2
104.5	1631	7041	0.6	40	13	31.3	0.5	0.1	102.2	100	41.3	16.04	0.5
97.0	1631	7041	0.5	37	14	38.2	0.3	0	102.2	100	35	9.45	0.3
91.5	1631	7041	0.5	36	3	8.2	0.3	0	102.2	100	42.3	10.07	0.3
101.0	1631	7041	0.5	33	8	22.8	0.2	0	102.2	100	43.9	7.31	0.2
104.0	1631	7041	0.3	24	16	69.2	0.3	0	102.2	100	57.3	14.38	0.3
89.5	1631	7041	0.3	23	3	15.1	0.1	0	102.2	100	36.5	6.4	0.1
102.0	1631	7041	0.3	19	0	0	0.3	0	102.2	100	43.3	20.11	0.3
97.5	1631	7041	0.3	18	11	59.5	0.1	0	102.2	100	43.2	10.22	0.1
99.5	1631	7041	0.2	17	4	23	0.1	0	102.2	100	55.9	9.17	0.1
98.5	1631	7041	0.2	17	0	0	0.1	0	102.2	100	49.1	5.29	0.1
92.0	1631	7041	0.2	15	3	21.3	0.1	0	102.2	100	38.4	4.49	0.1
101.5	1631	7041	0.2	14	0	0	0.1	0	102.2	100	42.9	10.22	0.1
102.5	1631	7041	0.1	7	3	51.7	0	0	102.2	100	44.9	6.23	0
Total	1631	7041	100	7041	0	0	99	11.2	101.6	99.4	44.2	18.45	100



รายชื่อห้างซูเปอร์สโตร์
สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอใช้ประกอบการจัดทำแผนเผยแพร่สปอตโฆษณา รพม.

ห้าง	จำนวนสาขา Guarantee
Tops	250
Tesco Lotus (Hyper)	225* (ยังไม่รวม Express, Talad)
Big C	205* (ยังไม่รวม Big C Mini)
Makro	140



หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2566

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

1. ราคาที่ยื่นเสนอ (Price)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20

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

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคแต่ละหัวข้อ ดังนี้

2.1 บทสโปตโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง (20 คะแนน)

เนื่องจากการออกแบบบทสโปตโฆษณาเป็นงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายอาจไม่อยู่ในฐานเดียวกัน จึงไม่อาจที่จะกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างบทสโปตโฆษณา (รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ/เทคนิคที่ใช้ในการผลิต/โฆษณา) ของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอบทสโปตโฆษณาตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- (1) มีความคิดสร้างสรรค์ (10 คะแนน)
- (2) ถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด (5 คะแนน)
- (3) สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน (5 คะแนน)

2.2 แผนการเผยแพร่สโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (40 คะแนน)

2.2.1 ความเหมาะสมในการเลือกสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ออกอากาศ (15 คะแนน)

พิจารณาเฉพาะสถานีวิทยุที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.2 เท่านั้น โดย รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบ โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอสถานีวิทยุตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- (1) จำนวนสถานีวิทยุทั้งหมดที่เลือกใช้และการจัดตารางออกอากาศสโปตโฆษณา รฟม. ในแต่ละสถานี มีความเหมาะสม (9 คะแนน)
- (2) สถานีวิทยุทั้งหมดที่เลือกใช้ครอบคลุมฐานผู้ฟังที่หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. (3 คะแนน)
- (3) สถานีวิทยุทั้งหมดที่เลือกใช้ครอบคลุมแนวเพลง และ/หรือ รูปแบบรายการที่หลากหลาย *พิจารณาเฉพาะช่วงเวลา que เลือกออกอากาศสโปตโฆษณา รฟม.* (3 คะแนน)

2.2.2 ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิงเฉพาะที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.2 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอความถี่ออกอากาศในสถานีวิทยุประเภทบันเทิงรวมกันน้อยกว่า 546 ครั้ง จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.2.3 ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกประเภทเฉพาะที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.2 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอความถี่ออกอากาศในทุกสถานีรวมทั้งสิ้นน้อยกว่า 732 ครั้ง จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3 แผนการเผยแพร่สปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ (30 คะแนน)

2.3.1 จำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ออกอากาศ (7 คะแนน) พิจารณาเฉพาะห้างซูเปอร์สโตร์ที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.3 เท่านั้น โดยจะให้น้ำหนักคะแนน

- 3 ห้างขึ้นไป (7 คะแนน)
- 2 ห้าง (5 คะแนน)

2.3.2 ความต่อเนื่องในการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์แต่ละห้าง (8 คะแนน)

- มี 3 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนขึ้นไป (8 คะแนน)
- มี 2 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนขึ้นไป (6 คะแนน)
- มี 1 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนขึ้นไป (5 คะแนน)

2.3.2 ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์เฉพาะที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.3 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.4 ประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ (5 คะแนน) ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 4.12 โดย รฟม. จะพิจารณาคุณภาพของตัวอย่างผลงานร่วมด้วย ให้น้ำหนักคะแนน

- มีตัวอย่าง 2 ผลงานขึ้นไป ที่ตรงตามที่กำหนด และสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ชัดเจน และ/หรือ มีความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น (5 คะแนน)
- มีตัวอย่าง 1 ผลงาน ที่ตรงตามที่กำหนด และสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ชัดเจน และ/หรือ มีความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น (3 คะแนน)
- มีตัวอย่าง 1 ผลงานขึ้นไป ที่ตรงตามที่กำหนด (1 คะแนน)

2.5 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนน โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนออื่นๆ ของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอประโยชน์ต่อ รฟม. ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละราย ลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- เป็นข้อเสนอที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. (3 คะแนน)
- มูลค่าของข้อเสนอ (2 คะแนน)