

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปดโฆษณาทางโทรทัศน์ของ รพม. ประจำปีงบประมาณ 2564
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 7,000,000 บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน)  
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2564  
เป็นเงิน 6,996,393.33 บาท (หกล้านเก้าแสนเก้าหมื่นหกพันสามร้อยเก้าสิบสามบาทสามสิบสามสตางค์)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด จำนวน 3 ที่มา ดังนี้  
บริษัท ซูเปอร์ฤทธิ์ ศรีเอชเอ็น จำกัด  
บริษัท บรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด  
บริษัท อาชาติซู (ประเทศไทย) จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ หัวหน้าแผนกสื่อสารองค์กร  
นางสาวสิรินาถ แสงสุวรรณ พนักงานประชาสัมพันธ์ 7

งาน  
๗

## ขอบเขตงานจ้างผลิตและเผยแพร่สโตนโฆษณาทางโทรทัศน์ของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2564

### 1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม มีภารกิจที่สำคัญในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ครอบคลุมทั่วถึงและเป็นรูปธรรมโดยเร็ว เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่ง รฟม. ได้มุ่งมั่นพัฒนาการดำเนินงานตามภารกิจหลักให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 29 ปี ทั้งด้านการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การเร่งรัดดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเมืองหลักภูมิภาคให้มีความก้าวหน้าอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ รฟม. ยังดำเนินงานด้านการตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นที่การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้สมรรถนะหลัก เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เหมาะสม รวมถึงการพัฒนาภาคีเครือข่ายความร่วมมือที่นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และสังคม เพื่อให้ รฟม. เป็นองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภารกิจดังกล่าวข้างต้นของ รฟม. ให้ประชาชนรับทราบอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง อันก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รฟม. และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสพิเศษ รฟม. ครบรอบ 29 ปี จึงมีความประสงค์จะดำเนินการผลิตและเผยแพร่สโตนโฆษณาทางโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ซึ่งสื่อทั้งสองประเภทนี้ถือเป็นสื่อที่เหมาะสมกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าและประชาชนทั่วไปได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

### 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสพิเศษ รฟม. ครบรอบ 29 ปี
- 2.2 เพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจของ รฟม. ทั้งด้านการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นงานตามภารกิจหลัก และด้านการตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
- 2.3 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการดำเนินงานของ รฟม.
- 2.4 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม. ตลอดจนสร้างการจดจำและรับรู้ให้แก่ประชาชน
- 2.5 เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนมากยิ่งขึ้น

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า
- 3.2 สื่อมวลชน
- 3.3 ประชาชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### 4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

Am Sn

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้าร่วมยื่นข้อเสนอให้แก่ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือประกอบกิจการด้านการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในประเทศไทย ในลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์) โดยมีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจ และ รฟม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

## 5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ความยาว 30 วินาที จำนวน 1 เรื่อง ภายใต้หัวข้อ “29 ปี รฟม. The Unlimited Move ไม่หยุดขับเคลื่อนความสุขของคนเมือง”

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่สปอตโฆษณาตามข้อ 5.1 ทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ดังนี้

- ช่อง 3 ร้อยละ 30 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- ช่อง 7 ร้อยละ 20 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- ช่อง MONO29 ร้อยละ 20 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- ช่อง Workpoint TV ร้อยละ 20 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ

Am Saw

- อื่นๆ ได้แก่ ช่องไทยรัฐทีวี และ/หรือช่องอัมรินทร์ทีวี และ/หรือช่อง One 31 และ/หรือช่อง GMM25 และ/หรือช่อง PPTV ร้อยละ 10 ของจำนวนสล็อตโฆษณาที่นำเสนอ

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องนำสล็อตโฆษณาตามข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ในช่วงเวลาดังต่อไปนี้

- วันจันทร์ – ศุกร์ ช่วงเวลา 06.00 – 08.00 น. และ 18.00 – 22.30 น.
- วันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเวลา 08.00 – 23.00 น.

5.4 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนการออกอากาศสล็อตโฆษณาในรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าวรายการสารบันเทิง รายการบันเทิง หรืออื่นๆ ที่ได้รับความนิยมสูงของช่องนั้นๆ โดยอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนออกอากาศสล็อตโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยต้องเริ่มออกอากาศครั้งแรกภายในเดือนกรกฎาคม 2564

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องนำสล็อตโฆษณา ความยาว 30 วินาที ไปเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบ True View In Stream Ads บน YouTube ในกลุ่มผู้ชมที่มีความเหมาะสม เป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยเริ่มเผยแพร่ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 เป็นต้นไป และจะต้องมียอดจำนวนรับชมไม่น้อยกว่า 500,000 Views

5.7 ผู้รับจ้างจะต้องนำสล็อตโฆษณาไปเผยแพร่ผ่าน Facebook Fanpage ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก หรือ Facebook Fanpage ของบล็อกเกอร์หรือบุคคลสาธารณะที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) อย่างน้อย 5 เพจ โดยแต่ละเพจจะต้องมีจำนวนผู้ติดตามเพจหรือกด Like เพจไม่น้อยกว่า 1,000,000 คน/Like และต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีในการนำเสนอเนื้อหาและ/หรือข้อมูลข่าวสาร และสอดคล้องตรงตามกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สล็อตโฆษณา รพม. ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage ดังกล่าว จะต้องมียอดจำนวนการรับชมสล็อตโฆษณา รพม. รวมทุกช่องทาง Facebook Fanpage ที่นำเสนอไม่น้อยกว่า 500,000 ครั้ง

5.8 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการประสานงานทุกขั้นตอนกับคณะกรรมการตรวจพิจารณาทางวิทยุโทรทัศน์ (กองเซ็นเซอร์) เพื่อขออนุญาตนำสล็อตโฆษณา รพม. เผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์

5.9 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

1) รพม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับเฉพาะกรณีที่มีรายการถ่ายทอดสด หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของทางสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาและรายการเดิมที่เสนอไว้ หรือช่วงเวลาใกล้เคียง หรือรายการอื่นที่มีอัตราค่าโฆษณามากกว่าหรือเท่ากับในสถานีเดิม และจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับงานทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากทางสถานี หรือรายการ โดยแนบหนังสือแจ้งการออกอากาศของสถานีหรือรายการ พร้อมระบุสาเหตุมาด้วยทุกครั้ง

2) หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 1) ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจะได้ออกอากาศชดเชย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาและรายการเดิมที่เสนอไว้ หรือช่วงเวลาและรายการอื่นที่มีอัตราค่าโฆษณามากกว่าหรือเท่ากับในสถานีเดิม และจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับงานทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง (พร้อมระบุสาเหตุ) ภายใน 5 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดออกอากาศ

กพ. ๒๕๖๔

5.10 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานการออกอากาศสปอตโฆษณา รฟม. ทางสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งสรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์เป็นรายงวด โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD หรือ DVD หรือ USB Flash Drive 1 ชุด

5.11 ผู้รับจ้างจะต้องทำการสำรวจการรับรู้สปอตโฆษณา รฟม. ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ (Youtube และ Facebook Fanpage) ตามหลักวิชาการ ในรูปแบบที่เหมาะสม จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า และ/หรือประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป อาศัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน และสรุปรายงาน วิเคราะห์ผลสำรวจ พร้อมข้อเสนอแนะ หลังจากออกอากาศไปแล้ว โดยส่งให้ รฟม. ในงวดสุดท้าย

## 6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิคอย่างน้อย 1 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุใน CD หรือ DVD หรือ USB Flash Drive 1 ชุด มาเสนอต่อ รฟม. ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคา ทั้งนี้ รฟม. จะเป็นผู้กำหนดวันและเวลา โดยจะแจ้งให้ทราบภายหลัง ดังนี้

6.1 เนื้อเรื่องสปอตโฆษณาในรูปแบบ Storyboard พร้อมทั้งสรุปรายละเอียดให้ชัดเจนครอบคลุม อาทิ วิธีการเล่าเรื่อง เทคนิคการนำเสนอ/เทคนิคพิเศษ จุดเด่น/ความน่าสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างการจดจำ ตัวอย่างสปอตโฆษณาที่นำมาเทียบเคียง (Reference) หากมี ทั้งนี้ สามารถเสนอเรื่องสปอตโฆษณาได้จำนวน 1 เรื่อง เท่านั้น และ รฟม. จะไม่รับพิจารณาแนวคิดอื่นเกินกว่าที่กำหนดไว้

6.2 แผนการออกอากาศสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 โดยระบุ รายการ วัน เวลา สถานีโทรทัศน์ และ Rating ของรายการที่จะออกอากาศให้ชัดเจน พร้อมทั้งสรุปผลรวมของจำนวนสปอตโฆษณาและผลรวมของ Rating โดยใช้ “ค่าเฉลี่ยความนิยมของรายการโทรทัศน์ทั้งเดือน มกราคม 2564” ในกลุ่มผู้ชาย-หญิงอายุ 15 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร” และจะต้องมาจาก AGB Nielsen Media Research

6.3 สรุปผลวิเคราะห์/ประเมินการออกอากาศสปอตโฆษณาตามที่น่าเสนอ โดยจะต้องแสดงค่าผลรวมความนิยม (Gross of Rating Points: GRPs)

6.4 แผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ได้แก่ Youtube และ Facebook Fanpage โดยระบุรายละเอียดให้ชัดเจนครบถ้วน เช่น ชื่อ Facebook Fanpage จำนวนช่องทางที่เผยแพร่ จำนวนยอดผู้ติดตาม ระยะเวลาการเผยแพร่สปอตโฆษณา เป็นต้น

6.5 เอกสารใบจองช่วงเวลาที่จะออกอากาศสปอตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ หรือ หนังสือรับรองจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจากสถานีโทรทัศน์

6.6 แผนการดำเนินงานอย่างละเอียด

6.7 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รฟม.

6.8 ประสบการณ์/ผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานของผู้กำกับและช่างภาพ

## 7.เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

SW  
AW

- 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20  
 2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80  
 ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาคะแนน ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	ราคาที่ยื่นเสนอ (ร้อยละ 20)	100
2)	คุณภาพและคุณสมบัติฯ (ร้อยละ 80)	100
	(2.1) เนื้อเรื่องสเปคโฆษณา โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้	(20)
	- เนื้อหาสเปคโฆษณาถ่ายทอดเรื่องราวได้ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพม. ได้เป็นอย่างดี	(10)
	- มีเทคนิค/วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำได้ดี และมีความทันสมัย	(10)
	(2.2) แผนการออกอากาศสเปคโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้	(40)
	- สัดส่วนและช่วงเวลาการออกอากาศสเปคโฆษณาครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และความหลากหลายของรายการโทรทัศน์	(10)
	- จำนวนสเปคทั้งหมด (บริษัทที่เสนอจำนวนสเปคสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	(15)
	- ค่าผลรวมความนิยม (Gross of Rating Points: GRPs) (บริษัทที่เสนอค่า GRPs สูงสุด จะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมา จะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	(15)
	(2.3) แผนการเผยแพร่สเปคโฆษณาทางสื่อออนไลน์ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบดังนี้	(25)
	- แผนการออกสเปคโฆษณาทางสื่อออนไลน์ ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด	
	- จำนวนช่องทางการเผยแพร่ผ่าน Facebook Fanpage	
	- จำนวนผู้ติดตาม Facebook Fanpage	
	- ภาพลักษณ์ของ Facebook Fanpage	
	(2.4) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รพม.	(5)
	(2.5) แผนการดำเนินงาน	(5)
	(2.6) ประวัติ ประสบการณ์ หรือผลงานที่ผ่านมา	(5)

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

Handwritten signature and initials.

8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 7,000,000 บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 180 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน จำนวน 3 งวด ให้ รฟม. ภายใน 30 วัน หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาในแต่ละเดือนเรียบร้อยแล้ว โดยจะต้องมีเอกสารส่งมอบงาน จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุใส่ CD หรือ DVD หรือ USB Flash Drive 1 ชุด ดังนี้

งวดที่ 1 หลังจากผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 1 ครบถ้วนแล้ว

1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1  
2) สคริปต์/บท สปอตโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจากรฟม.  
3) ต้นฉบับสปอตโฆษณาคุณภาพไฟล์ระบบ HD และภาพเคลื่อนไหวที่ถ่ายทำทั้งหมด (Footage) เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย และไฟล์ภาพคอมพิวเตอร์กราฟฟิคที่มีปรากฏในสปอตโฆษณา (ถ้ามี) โดยบันทึกลงใน External Hard Disk และ รฟม. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ได้ในอนาคต

4) หนังสือยืนยันการส่งเทปตรวจ (ใบเซ็นเซอร์) ของสปอตโฆษณา

5) สรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณา รฟม. ทางสถานีโทรทัศน์ เดือนที่ 1 โดยระบุช่อง รายการ โทรทัศน์ วัน เดือน ปี และช่วงเวลาที่ทำการเผยแพร่ รวมถึงจำนวนสปอตทั้งหมดที่ออกอากาศ

6) ใบมอนิเตอร์การออกอากาศ จากบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดียรีเสิร์ช จำกัด (ประเทศไทย)

7) หนังสือรับรองการออกอากาศสปอตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจากสถานีโทรทัศน์

8) สรุปผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Youtube และ Facebook Fanpage) เดือนที่ 1 ดังนี้

- ผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทาง Youtube โดยระบุวัน เดือน ปี ที่เผยแพร่ และจำนวนการรับชม (ยอด View) พร้อมหลักฐานแสดงการเผยแพร่

- ผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook Fanpage โดยระบุชื่อ Facebook Fanpage จำนวนผู้ติดตาม วัน เดือน ปี ที่เผยแพร่ รวมทั้งสถิติผลตอบรับ อาทิ ยอด View / Like / Share / Comment พร้อมหลักฐานแสดงการเผยแพร่

9) สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 2 ครบถ้วนแล้ว

1) สรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณา รฟม. ทางสถานีโทรทัศน์เดือนที่ 2 โดยระบุช่อง รายการ โทรทัศน์ วัน เดือน ปี และช่วงเวลาที่ทำการเผยแพร่ รวมถึงจำนวนสปอตทั้งหมดที่ออกอากาศ

2) ใบมอนิเตอร์การออกอากาศ จากบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดียรีเสิร์ช จำกัด (ประเทศไทย)

พร SW

3) หนังสือรับรองการออกอากาศสปอตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจากสถานีโทรทัศน์

4) สรุปผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Youtube และ Facebook Fanpage) เดือนที่ 2 ดังนี้

- ผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทาง Youtube โดยระบุวัน เดือน ปี ที่เผยแพร่ และจำนวนการรับชม (ยอด View) พร้อมหลักฐานแสดงการเผยแพร่

- ผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook Fanpage โดยระบุชื่อ Facebook Fanpage จำนวนผู้ติดตาม วัน เดือน ปี ที่เผยแพร่ รวมทั้งสถิติผลตอบรับ อาทิ ยอด View / Like / Share / Comment พร้อมหลักฐานแสดงการเผยแพร่

5) สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์

**งวดที่ 3** หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 3 ครบถ้วนแล้ว

1) สรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณา รฟม. ทางสถานีโทรทัศน์เดือนที่ 3 โดยระบุช่อง รายการ โทรทัศน์ วัน เดือน ปี และช่วงเวลาที่ทำการเผยแพร่ รวมถึงจำนวนสปอตทั้งหมดที่ออกอากาศ

2) ใบมอบนิตการออกอากาศ จากบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดียรีเสิร์ช จำกัด (ประเทศไทย)

3) หนังสือรับรองการออกอากาศสปอตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจากสถานีโทรทัศน์

4) สรุปผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Youtube และ Facebook Fanpage) เดือนที่ 3 ดังนี้

- ผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทาง Youtube โดยระบุวัน เดือน ปี ที่เผยแพร่ และจำนวนการรับชม (ยอด View) พร้อมหลักฐานแสดงการเผยแพร่

- ผลการเผยแพร่สปอตโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook Fanpage โดยระบุชื่อ Facebook Fanpage จำนวนผู้ติดตาม วัน เดือน ปี ที่เผยแพร่ รวมทั้งสถิติผลตอบรับ อาทิ ยอด View / Like / Share / Comment พร้อมหลักฐานแสดงการเผยแพร่

5) สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์

6) รายงานผลสำรวจการรับรู้สปอตโฆษณา รฟม.

## 11.การจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระค่าจ้างเป็นงวด จำนวน 3 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 1 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับงานของ รฟม. เรียบร้อยแล้วร้อยละ 30 ของวงเงิน

งวดที่ 2 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 2 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับงานของ รฟม. เรียบร้อยแล้วร้อยละ 30 ของวงเงิน

งวดที่ 3 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 3 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับงานของ รฟม. เรียบร้อยแล้วร้อยละ 40 ของวงเงิน

กน

## 12. อัตราค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากรพม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าว เป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาจ้างในแต่ละงวดงาน นอกเหนือจากข้อ 12.1 จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน (1 เดือนเท่ากับ 30 วัน) ในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างในแต่ละงวดงานนั้น

## 13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่างๆ ในสเปคโฆษณา (ถ้ามี) ให้ รพม. และสเปคโฆษณาถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รพม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใดโดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้

## 14. ผู้ประสานงาน

14.1 นางสาวสิรินาถ แสงสุวรรณ พนักงานประชาสัมพันธ์ 7 แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์

สำนักสื่อสารองค์กร รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1720

14.2 นางสาวภัทรสุดา ทวานแหลม พนักงานประชาสัมพันธ์ 6 แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์

สำนักสื่อสารองค์กร รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1738

14.3 นางสาวอริสา เซยพันธุ์ พนักงานประชาสัมพันธ์ 4 แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์

สำนักสื่อสารองค์กร รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1746

*An Sin*

**หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ**  
**งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางโทรทัศน์ของ รพม. ประจำปีงบประมาณ 2564**

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รพม. จะพิจารณาคัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

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

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

**2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)**

หลักเกณฑ์การพิจารณาแบ่งออกเป็น 6 หัวข้อ โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคแต่ละหัวข้อ ดังนี้

**2.1 การนำเสนอเนื้อหาเรื่องสโปตโฆษณา (20 คะแนน)**

เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาเรื่องสโปตโฆษณา เป็นงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายอาจไม่อยู่ในฐานเดียวกัน จึงไม่อาจที่จะกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รพม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างแนวคิดของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอที่นำเสนอเนื้อหาสโปตโฆษณา โดยถ่ายทอดเรื่องราวได้ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพม. ได้เป็นอย่างดี มีเทคนิค/วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำได้ดี และมีความทันสมัย จะได้คะแนนมากที่สุด สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอเนื้อหาสโปตได้สมบูรณ์น้อยกว่า จะได้คะแนนลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- 1) ถ่ายทอดเรื่องราวได้ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด มีความชัดเจน ไม่สับสน และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพม. ได้เป็นอย่างดี 10 คะแนน
- 2) มีเทคนิคและวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำได้ดี และมีความทันสมัย 10 คะแนน

**2.2 แผนการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (40 คะแนน)**

**2.2.1 สัดส่วนการออกอากาศสโปตโฆษณาและช่วงเวลาการออกอากาศครบถ้วนตรงตามที่กำหนดและความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ (10 คะแนน)**

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากสัดส่วนการออกอากาศสโปตโฆษณาและช่วงเวลาการออกอากาศครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และมีการคัดเลือกรายการโทรทัศน์สำหรับเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ที่หลากหลาย ซึ่งมีหลักในการพิจารณากำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	10	6	3	0

*Handwritten signature*

ดีกว่าเกณฑ์ : สัดส่วนการออกอากาศ สปอตโฆษณาและช่วงเวลาการออกอากาศครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และมีรายการโทรทัศน์สำหรับเผยแพร่สปอตโฆษณา รพม. ที่หลากหลายครบถ้วนทุกประเภทรายการ อาทิ รายการข่าว รายการสารระบับันเทิง รายการบันเทิง ในสัดส่วนที่เหมาะสมเท่ากัน

ตามเกณฑ์ : สัดส่วนการออกอากาศ สปอตโฆษณาและช่วงเวลาการออกอากาศครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และมีรายการโทรทัศน์สำหรับเผยแพร่สปอตโฆษณา รพม. ที่หลากหลายครบถ้วนทุกประเภทรายการ อาทิ รายการข่าว รายการสารระบับันเทิง รายการบันเทิง แต่อาจมีสัดส่วนที่ไม่เท่ากัน

ต่ำกว่าเกณฑ์ : สัดส่วนการออกอากาศ สปอตโฆษณาและช่วงเวลาการออกอากาศไม่ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และมีรายการโทรทัศน์สำหรับเผยแพร่สปอตโฆษณา รพม. ที่ไม่หลากหลายหรือมีเพียงบางประเภทรายการเท่านั้น

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการเสนอสัดส่วนการออกอากาศสปอตโฆษณาและช่วงเวลาการออกอากาศ รวมทั้งไม่มีการเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเผยแพร่สปอตโฆษณา รพม. แต่อย่างใด

### 2.2.2 ค่าผลรวมความนิยม (Gross of Rating Points: GRPs) (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบการนำเสนอค่า GRPs ระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอค่า GRPs สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอค่า GRPs จะได้คะแนน 0 คะแนน

### 2.2.3 จำนวนสปอตทั้งหมด (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบการนำเสนอจำนวนสปอตโฆษณาทั้งหมดระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอจำนวนสปอตสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนสปอต จะได้คะแนน 0 คะแนน

## 2.3 การวางแผนออกอากาศสปอตโฆษณาทางสื่อออนไลน์ (25 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากข้อเสนอที่ครบถ้วนตรงตามกำหนด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

2.3.1 แผนการออกสปอตโฆษณาทางสื่อออนไลน์ (Facebook Fanpage และ Youtube) ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด (5 คะแนน)

### 2.3.2 การเผยแพร่ผ่าน Facebook Fanpage (20 คะแนน)

- มีช่องทางการเผยแพร่อย่างน้อย 5 ช่องทาง โดยทุกช่องทางมีผู้ติดตามจำนวน 2,000,000 คนขึ้นไป และเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ที่ดี สอดคล้องตรงตามที่กำหนด 20 คะแนน

- มีช่องทางการเผยแพร่อย่างน้อย 5 ช่องทาง โดยทุกช่องทางมีผู้ติดตามจำนวน 1,500,000 - 2,000,000 คน และเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ที่ดี สอดคล้องตรงตามที่กำหนด 15 คะแนน

- มีช่องทางการเผยแพร่อย่างน้อย 5 ช่องทาง โดยทุกช่องทางมีผู้ติดตามจำนวน 1,000,000 - 1,500,000 คน และเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ที่ดี สอดคล้องตรงตามที่กำหนด 10 คะแนน

MW SMT

## 2.4 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากข้อเสนออื่นๆ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอเพิ่มเติมมากกว่าข้อกำหนด และเป็นข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. ซึ่งมีหลักในการพิจารณากำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	5	3	1	0

ดีกว่าเกณฑ์ : มีข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมมากกว่า 1 ข้อ และเป็นประโยชน์กับ รฟม.

ตามเกณฑ์ : มีข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมอย่างน้อย 1 ข้อ และเป็นประโยชน์กับ รฟม.

ต่ำกว่าเกณฑ์ : มีข้อเสนอ แต่เป็นข้อเสนอที่ไม่น่าสนใจ และไม่เป็นประโยชน์กับ รฟม.

ไม่นำเสนอ : ไม่มีข้อเสนอเพิ่มเติม

## 2.5 แผนการดำเนินงาน (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการดำเนินงานที่มีความละเอียด ชัดเจน แสดงระยะเวลาการดำเนินงานต่างๆ ครบถ้วน เช่น ช่วงเวลาของการประสานงาน การจัดเตรียมงาน การส่งมอบงาน เป็นต้น และสามารถจัดทำได้จริงตามแผนที่วางไว้ ซึ่งมีหลักในการพิจารณากำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับ	ดีกว่าเกณฑ์	ตามเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์	ไม่นำเสนอ
คะแนน	5	3	1	0

ดีกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความละเอียด ชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดขั้นตอนการทำงานต่างๆ อย่างครบถ้วน มีความเป็นไปได้และสอดคล้องกับระยะเวลาในข้อกำหนด

ตามเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดต่างๆ อย่างครบถ้วน และสอดคล้องกับระยะเวลาในข้อกำหนด

ต่ำกว่าเกณฑ์ : แผนการดำเนินงานไม่มีความชัดเจน โดยแสดงรายละเอียดต่างๆ ไม่ครบถ้วน

ไม่นำเสนอ : ไม่มีการเสนอแผนการดำเนินงาน

## 2.6 ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานของผู้กำกับและช่างภาพ (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาให้คะแนนผลงานที่มีลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สโปดโฆษณาทางโทรทัศน์) อย่างน้อย 1 ผลงาน โดยเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ ทั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาคุณภาพของผลงานร่วมด้วย โดยเปรียบเทียบจากประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานของผู้กำกับและช่างภาพ ตามเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

กน- ๑๓

- มีผลงานอย่างน้อย 3 ผลงาน ตรงตามที่กำหนด และเป็นผลงานที่สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ชัดเจน และ/หรือ มีความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น เป็นที่จดจำหรือรู้จักดีของบุคคลทั่วไป 5 คะแนน

- มีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ตรงตามที่กำหนด และเป็นผลงานที่สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรได้ และ/หรือ มีความคิดสร้างสรรค์ 3 คะแนน

- มีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ตรงตามที่กำหนด แต่ไม่เป็นผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร และ/หรือ ไม่เป็นที่รู้จักหรือโดดเด่น

- ไม่นำเสนอผลงาน 0 คะแนน

กน