

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รพม. ประจำปีงบประมาณ 2564
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน)
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564
เป็นเงิน 2,462,000 บาท (สองล้านสี่แสนหกหมื่นสองพันบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด จำนวน 3 ที่มา ดังนี้
 - บริษัท โนวาอินเตอร์แอ็ด จำกัด
 - บริษัท คีย์ ทู ซัคเซส จำกัด
 - บริษัท ซี.เอ.อินโฟ มีเดีย จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 1) นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ หัวหน้าแผนกสื่อสารองค์กร
กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร
 - 2) นางสาววัชรีย์ เกวลกุล พนักงานประชาสัมพันธ์ 6 แผนกสื่อสารองค์กร
กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร
 - 3) นางสาวสุจิตรา หล้ากาศ พนักงานประชาสัมพันธ์ 6 แผนกสื่อสารองค์กร
กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร

Amr Sin

รับ

รับ

ขอบเขตของงานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2564

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีภารกิจที่สำคัญในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ครอบคลุมทั่วถึงและเป็นรูปธรรมโดยเร็ว เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดย รฟม. ได้มุ่งมั่นพัฒนาการดำเนินงานตามภารกิจหลักให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เป็นเวลากว่า 29 ปี ทั้งด้านการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การเร่งรัดดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเมืองหลักภูมิภาคให้มีความก้าวหน้าอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ รฟม. ยังดำเนินงานด้านการตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้สมรรถนะหลัก เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เหมาะสม รวมถึงการพัฒนาภาคีเครือข่ายความร่วมมือที่นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและสังคม เพื่อให้ รฟม. เป็นองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภารกิจดังกล่าวข้างต้นของ รฟม. ให้ประชาชนได้รับทราบอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง อันก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รฟม. และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสพิเศษ รฟม. ครบรอบ 29 ปี จึงมีความประสงค์จะดำเนินการผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุ ทั้งทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ ซึ่งเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

2. วัตถุประสงค์

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

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ผู้อยู่อาศัย/ผู้สัญจรผ่านแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างก่อสร้างของ รฟม.
- 3.2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT
- 3.3 ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 3.4 ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในจังหวัดอื่นที่มีโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม.

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

Ann Sun

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ การรถไฟฯขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการผลิตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

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

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสโปตโฆษณา รฟม. สำหรับเผยแพร่ทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง ภายใต้หัวข้อ “29 ปี รฟม. The Unlimited Move ไม่หยุดขับเคลื่อนความสุขของคนเมือง” โดยนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามข้อ 1 และ 2 (ศึกษาข้อมูลภารกิจดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ รฟม. www.mrta.co.th และเฟซบุ๊กแฟนเพจการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย)

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำสโปตโฆษณา รฟม. ตามข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ FM รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี เป็นระยะเวลา 4 เดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 กำหนดให้ออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง จำนวนไม่น้อยกว่า 3 สถานี และทางสถานีวิทยุประเภทข่าวสาร (ยกเว้นสถานีวิทยุจราจร และสถานีวิทยุรัฐสภา) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สถานี โดยสถานีวิทยุทั้งหมดที่ใช้เผยแพร่สโปตโฆษณา ต้องมีจำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากสถานีที่ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1-20 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร (ที่ไม่ใช่สถานีซึ่ง รฟม. ยกเว้น

ไว้สำหรับงานข้างๆ นี้ ได้แก่ ลูกทุ่งมหานคร (FM 95.0), Cool Fahrenheit (FM 93.0), FM One (FM 103.5), ลูกทุ่งรักไทย (FM 90.0), Good Time Radio (FM 88.5), Easy FM (FM 105.5), RR One (FM 101.0), Green Wave (FM 106.5), Like FM (FM 103.0), HITZ (FM 95.5), Sport Radio (FM 96.0), EFM (FM 94.0), Happy Time (FM 93.5), Active Radio (FM 99.0), Mellow (FM 97.5), ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก (FM 94.5) และ/หรือ MET (FM 107.0) (รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 1)

5.2.2 กำหนดให้ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุแต่ละสถานี ทุกวันจันทร์ - วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 06.00 - 09.00 น. และช่วงเวลา 16.00 - 21.00 น. วันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน ทั้งนี้ การออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุทั้งหมด จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน

5.2.3 กำหนดให้จำนวนความถี่ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิงทุกสถานี รวมกันไม่น้อยกว่า 540 ครั้ง ทั้งนี้ จำนวนความถี่ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุทุกประเภท รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 720 ครั้ง

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องนำสเปดโฆษณา รพม. ตามข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวน 2 ห้าง เป็นระยะเวลา 4 เดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 กำหนดให้ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวน 2 ห้างที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รพม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากห้างที่มีสาขาจำนวนมาก และครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย ได้แก่ Big C, Tesco Lotus, Tops และ/หรือ Makro (รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 2)

5.3.2 กำหนดให้ออกอากาศสเปดโฆษณาในแต่ละห้าง ทุกวันจันทร์ - วันอาทิตย์ วันละไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่าห้างละ 2 เดือน ทั้งนี้ การออกอากาศสเปดโฆษณาในทั้ง 2 ห้างรวมกัน จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน

5.4 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

5.4.1 รพม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับ เฉพาะกรณีที่มีการถ่ายทอดสดวิทยุรวมการเฉพาะกิจ หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของสถานี หรือมีการปรับผังการออกอากาศของทางสถานี หรือมีการสิ้นสุดสัมปทาน/ปิดกิจการของสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม หรือในสถานีอื่นที่มีอันดับความนิยมสูงกว่าสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ โดยผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ทันทีที่ทราบถึงเหตุผลความจำเป็นให้เปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศ หรือ ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่ดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ และแนบหนังสือแจ้งการดออกอากาศของสถานีหรือรายการมาด้วยทุกครั้ง พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา และ/หรือ สถานีที่ออกอากาศชดเชย

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

Amr Sina

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องบันทึกไฟล์ต้นฉบับสเปคตโฆษณา รพม. คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุในรูปแบบ CD หรือ DVD จำนวน 2 ชุด พร้อมสกรีนแผ่นและพิมพ์ปกกล่อง CD หรือ DVD ให้เรียบร้อย นำส่งให้ รพม. เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานของ รพม. ต่อไปได้

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่สเปคตโฆษณา รพม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ พร้อมทั้งสรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงสื่อ เป็นรายเดือน โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

5.7 ผู้รับจ้างจะต้องทำการสำรวจการรับรู้สเปคตโฆษณา รพม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ รวมทั้งการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ของ รพม. ตามหลักวิชาการ จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัย/ผู้สัญจรผ่านแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างก่อสร้างของ รพม. ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT และประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน ไม่น้อยกว่า 400 คน และสรุปรายงาน วิเคราะห์ผลสำรวจ พร้อมข้อเสนอแนะ โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ดังนี้

6.1 เอกสารหลักฐานด้านคุณสมบัติ

6.1.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งประกอบธุรกิจ ที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการผลิตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

6.1.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงาน ของตัวอย่างผลงานด้านผลิตและเผยแพร่สเปคตโฆษณาทางวิทยุที่เคยทำ อย่างน้อย 1 ผลงาน โดยต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

6.2 เอกสารด้านเทคนิค

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำบทสเปคตโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 2 เรื่อง พร้อมทั้งระบุรูปแบบการนำเสนอ และเทคนิคที่ใช้ในการผลิต

6.2.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สเปคตโฆษณา ดังนี้

- แผนการดำเนินงานผลิตสเปคตโฆษณา และตารางออกอากาศสเปคตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM ที่มีการระบุวันที่ เวลา จำนวนความถี่ และสถานีที่ออกอากาศให้ชัดเจน

- ตารางออกอากาศสเปคตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ โดยระบุวันที่ เวลา จำนวนความถี่ และห้างให้ชัดเจน

6.2.3 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รพม.

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

7. เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

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

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	<u>ราคาที่ยื่นเสนอ</u> (ร้อยละ 20)	<u>100</u>
2)	<u>คุณภาพและคุณสมบัติ</u> (ร้อยละ 80)	<u>100</u>
	(2.1) บทสพอดโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน และมีความคิดสร้างสรรค์	(20)
	(2.2) แผนการเผยแพร่สพอดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM <ul style="list-style-type: none">- จำนวนและความหลากหลายของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ออกอากาศ- จำนวนความถี่ออกอากาศสพอดโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง- จำนวนความถี่ออกอากาศสพอดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด	(35)
	(2.3) แผนการเผยแพร่สพอดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ <ul style="list-style-type: none">- ความต่อเนื่องในการออกอากาศสพอดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์แต่ละแห่ง- จำนวนความถี่ออกอากาศสพอดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด	(35)
	(2.4) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ	(5)
	(2.5) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม.	(5)

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 180 วัน นับตั้งแต่วันที่ รฟม. มีหนังสือแจ้งให้เริ่มงาน

Amr Sm..

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน ถึง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จำนวน 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 หลังจากผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณางวดที่ 1 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
- 2) รายงานสรุปผลการผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD/DVD 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - บทสโปตโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจาก รพม.
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ
- 3) ต้นฉบับสโปตโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุในรูปแบบ CD/DVD จำนวน 2 ชุด พร้อมสกรีนแผ่นและพิมพ์ปกกล่อง CD/DVD ให้เรียบร้อย

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณางวดที่ 2 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD/DVD 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดที่ 3 หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณางวดที่ 3 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD/DVD 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดสุดท้าย หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณางวดที่ 4 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 4

- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สพตโฆษณา รฟม. ของเดือนที่ 4 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD/DVD 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสพตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสพตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ
- 3) รายงานผลการสำรวจการรับรู้สพตโฆษณา รฟม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

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 (1 เดือน เท่ากับ 30 วัน) ในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างในแต่ละงวดงานนั้น

13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่างๆ ในสพตโฆษณา (ถ้ามี) ให้ รฟม. และสพตโฆษณา ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รฟม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นอย่างใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้

14. ผู้ประสานงาน

14.1 นางสาวสุจิตรา หล้ากาศ แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1735

14.2 นางสาววัชรีย์ เกวลกุล แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1736

Aw
Sm

**หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2564**

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาคัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (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. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างบทสโปตโฆษณาของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอบทสโปตโฆษณาตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- (1) ถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด (7 คะแนน)
- (2) สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน (5 คะแนน)
- (3) มีความคิดสร้างสรรค์ (8 คะแนน)

2.2 แผนการเผยแพร่สโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (35 คะแนน)

2.2.1 จำนวนและความหลากหลายของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ออกอากาศ (15 คะแนน) พิจารณาเฉพาะสถานีวิทยุที่ได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนดเท่านั้น โดยต้องมีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 4 สถานี ซึ่งประกอบด้วย สถานีวิทยุประเภทบันเทิงไม่น้อยกว่า 3 สถานี และประเภทข่าวสาร (ยกเว้นสถานีวิทยุจราจร และสถานีวิทยุรัฐสภา) ไม่น้อยกว่า 1 สถานี โดยพิจารณาจาก

(1) จำนวนสถานีวิทยุทั้งหมดที่นำเสนอได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนด (10 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- ตั้งแต่ 6 สถานีขึ้นไป (10 คะแนน)
- 5 สถานี (8 คะแนน)
- 4 สถานี (6 คะแนน)

(2) ความหลากหลายของสถานีวิทยุประเภทบันเทิงที่นำเสนอ (5 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- เสนอครอบคลุมทั้งคลื่นเพลงไทยสากล คลื่นเพลงสากล และคลื่นเพลงลูกทุ่ง (5 คะแนน)
- เสนอครอบคลุมทั้งคลื่นเพลงไทยสากล และคลื่นเพลงลูกทุ่ง (3 คะแนน)

/- เสนอเฉพาะ...

Ann Sm

- เสนอเฉพาะคลื่นเพลงไทยสากล หรือ คลื่นเพลงสากล หรือ คลื่นเพลงลูกทุ่ง (1 คะแนน)

2.2.2 จำนวนความถี่ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิงที่ได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนด ในช่วงวันและเวลาที่กำหนด และต้องมีจำนวนความถี่ออกอากาศรวมไม่น้อยกว่า 540 ครั้ง โดยบริษัทที่เสนอจำนวนความถี่สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.2.3 จำนวนความถี่ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกประเภทที่ได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนด ในช่วงวันและเวลาที่กำหนด และต้องมีจำนวนความถี่ออกอากาศรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 720 ครั้ง โดยบริษัทที่เสนอจำนวนความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3 แผนการเผยแพร่สเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ (35 คะแนน)

2.3.1 ความต่อเนื่องในการออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ แต่ละแห่ง (10 คะแนน) โดยจะให้น้ำหนักคะแนน

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวน 2 ห้าง ในช่วงวันและเวลาที่กำหนด โดยบริษัทที่เสนอแผนออกอากาศในแต่ละห้างต่อเนื่องทุกวัน เป็นระยะเวลาห่างละ 2 เดือน จะได้ 7 คะแนน ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมีการนำเสนอแผนออกอากาศในทั้ง 2 ห้าง หรือ ในห้างใดห้างหนึ่ง ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป บริษัทที่เสนอความต่อเนื่องในการออกอากาศสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมีการนำเสนอแผนออกอากาศในทั้ง 2 ห้าง เป็นระยะเวลาห่างละ 2 เดือน แต่ไม่ต่อเนื่องกัน จะได้ 5 คะแนน และหากผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอระยะเวลาออกอากาศในแต่ละห้าง จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3.2 จำนวนความถี่ออกอากาศสเปดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ ทั้งหมด (25 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ ในช่วงวันและเวลาที่กำหนด โดยบริษัทที่เสนอจำนวนความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 25 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ แต่ไม่ถูกต้องครบถ้วนตามขอบเขตงานฯ จะได้คะแนนสูงสุดไม่เกิน 10 คะแนน และหากผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.4 ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ (5 คะแนน) ซึ่งมีลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สเปดโฆษณาทางวิทยุ) อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้อง

Ann. Sam.

เป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดย รฟม. จะพิจารณาคุณภาพของผลงานร่วมด้วย 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. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนออื่นๆ ของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอประโยชน์ต่อ รฟม. ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

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

Am. Sim