ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มิใช่งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ งานจ้างผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2563
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน)
   วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563
   เป็นเงิน 1,897,618.25 บาท (หนึ่งล้านแปดแสนเก้าหมื่นเจ็ดพันหกร้อยสิบแปดบาทยี่สิบห้าสตางค์)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด ดังนี้
   - บริษัท โนวาอินเตอร์แอ็ด จำกัด
   - บริษัท คีย์ ทู ซัคเซส จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
   นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ หัวหน้าแผนกสื่อสารองค์กร กองสื่อสารองค์กร สำนักผู้ว่าการ

ขอบเขตงานจ้างผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2563

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ที่มีภารกิจสำคัญในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดอื่นๆ ให้ครอบคลุมทั่วถึงและเป็นรูปธรรมโดยเร็ว เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตามวิสัยทัศน์ รฟม. ที่ว่า *"เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน และส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน"* ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมากว่า 28 ปี และเตรียมจะก้าวเข้าสู่ปีที่ 29 ในเดือนสิงหาคม 2563 นี้ **รฟม. ได้สั่งสมประสบการณ์ในการบริหารงานโครงการรถไฟฟ้าและการประสานความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม** อาทิ บริษัทที่ปรึกษา ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้รับสัมปทาน หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนตามแนวสายทางและประชาชน **เพื่อให้ทุกกลุ่มดำเนินการภายใต้บทบาทหน้าที่ของตน โดยมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันคือ ส่งเสริม/สนับสนุนการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าด้วยประสิทธิภาพและความปลอดภัยสูงสุด ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด** เพื่อขยายโครงข่ายระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ไม่เพียงเฉพาะพื้นที่การเดินทางในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น **รฟม. ยังเร่งผลักดันให้เกิดโครงข่ายรถไฟฟ้าในหัวเมืองภูมิภาคในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา และพิษณุโลกอีกด้วย** ทั้งนี้ด้วย รฟม. คาดหวังให้ทุกๆ การเปิดให้บริการรถไฟฟ้าเส้นทางใหม่ๆ ช่วยให้ประชาชนสามารถเดินทางไปได้ไกลขึ้นด้วยความสะดวก รวดเร็วและปลอดภัยมากกว่าเดิม เพิ่มโอกาสที่เป็นไปได้สำหรับการลงทุนใหม่ๆ กระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ

ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภารกิจในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. ที่มีมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 28 ปี ให้ประชาชนได้รับทราบอย่างทั่วถึง มีความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อ รฟม. จึงจำเป็นต้องดำเนินการจัดทำสปอตโฆษณาเผยแพร่ทางวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. ที่มีมาอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องตามวิสัยทัศน์ขององค์กร

2.2 เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม.

2.3 เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาส รฟม. ครบรอบ 28 ปี

2.3 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม.

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนในแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าที่อยู่ในความรับผิดชอบของ รฟม.

3.2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT

3.3 ประชาชนทั่วไป

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการผลิตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในประเทศไทย ในลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุ) <u>โดยมีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา</u> และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ <u>โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจ</u> และ รฟม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสปอตโฆษณา รฟม. สำหรับเผยแพร่ทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง โดยนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามข้อ 1 และ 2 (ศึกษาข้อมูลภารกิจการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ รฟม. www.mrta.co.th และเฟซบุ๊กแฟนเพจการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย)

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

5.2.1 กำหนดให้ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง จำนวนไม่น้อยกว่า 3 สถานี และทางสถานีวิทยุประเภทข่าวสาร (ยกเว้นสถานีวิทยุจราจร) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สถานี โดยสถานีวิทยุทั้งหมดที่ใช้เผยแพร่สปอตโฆษณา ต้องมีจำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นสถานีที่ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1-20 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งอ้างอิงจากผลสำรวจของหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้ ในเดือนมกราคม 2563

5.2.2 กำหนดให้ออกอากาศสปอตโฆษณาในสถานีวิทยุหนึ่งๆ ทุกวันจันทร์ – วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 06.00 – 09.00 น. และช่วงเวลา 16.00 – 21.00 น. วันละไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง

5.2.3 จำนวนความถี่ออกอากาศจากทุกสถานีวิทยุที่ใช้เผยแพร่สปอตโฆษณา ตลอดระยะเวลา 4 เดือน รวมทั้งสิ้นต้องไม่น้อยกว่า 600 ครั้ง ทั้งนี้ กำหนดให้จำนวนความถี่ออกอากาศทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง รวมไม่น้อยกว่า 450 ครั้ง

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณา รฟม. ตามข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงภูมิภาค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทุกวันจันทร์ – วันอาทิตย์ วันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง เป็นระยะเวลา 4 เดือน ทั้งนี้ ไม่จำกัดจำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมดที่จะใช้ในการเผยแพร่สปอตโฆษณา

5.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำบทสปอตโฆษณา พร้อมทั้งแผนการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วยแผนงานการผลิต ระยะเวลาที่เผยแพร่ ระบุช่วงวัน เวลา จำนวนความถี่ และสถานีวิทยุกระจายเสียง/สถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ออกอากาศ เพื่อให้ รฟม. พิจารณาก่อนเริ่มดำเนินงาน

5.5 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

5.5.1 รฟม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศ**โดยไม่คิดค่าปรับ เฉพาะกรณีที่มีการถ่ายทอดสดวิทยุรวมการเฉพาะกิจ หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของสถานี หรือมีการปรับผังการออกอากาศของทางสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น** ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ และผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่งดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ และแนบหนังสือแจ้งการงดออกอากาศของสถานีหรือรายการมาด้วยทุกครั้ง พร้อมทั้งแจ้งวัน-เวลา ออกอากาศชดเชย

5.5.2 หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 5.5.1 **ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจะได้ออกอากาศชดเชย** ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ และและผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ล่วงหน้า 3 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ พร้อมทั้งแจ้งวัน-เวลา ออกอากาศชดเชย

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

6.2 เอกสารด้านเทคนิค

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำตัวอย่าง บทสปอตโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 2 เรื่อง พร้อมทั้งระบุแนวคิด (Concept) รูปแบบเนื้อหา และเทคนิคที่ใช้ในการผลิต

6.2.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงาน ดังนี้

- แผนการผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM โดยระบุวัน เวลา จำนวนความถี่ และสถานีที่ออกอากาศให้ชัดเจน
- เอกสารที่แสดงว่าสถานีวิทยุที่ใช้ออกอากาศได้รับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1–20 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งอ้างอิงจากผลสำรวจของหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้ ในเดือนมกราคม 2563
- แผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ โดยระบุวัน เวลา จำนวนความถี่ และสถานที่ให้ชัดเจน

6.2.3 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รฟม.

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอมีหน้าที่นำตัวอย่างผลงาน อย่างน้อย 1 ผลงาน และเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค มาเสนอต่อ รฟม. ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคา ณ อาคารสำนักงาน รฟม. ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

7. เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 20 คะแนน

2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 80 คะแนน ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	<u>ราคาที่ยื่นเสนอ</u>	<u>20</u>
2)	<u>คุณภาพและคุณสมบัติฯ</u>	<u>80</u>
	(2.1) บทสปอตโฆษณา สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และมีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย สร้างการจดจำได้ดี	(10)
	(2.2) แผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ - การคัดเลือกสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ตรงตามที่กำหนด และมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. - ช่วงเวลา และจำนวนความถี่ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด - จำนวนความถี่ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง	(35)

	(2.3) แผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ - การคัดเลือกห้างซูเปอร์สโตร์มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ของ รฟม. ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงภูมิภาค - จำนวนความถี่ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด	(25)
	(2.4) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ	(5)
	(2.5) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม.	(5)
	<u>รวม</u>	<u>100</u>

8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 150 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน ถึง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จำนวน 4 งวด ให้ รฟม. ภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไป ดังนี้

งวดที่ 1 หลังจากผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 1 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
2) บทสปอตโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจาก รฟม. จำนวน 2 ชุด
3) ต้นฉบับสปอตโฆษณา คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุลงใน DVD จำนวน 2 แผ่น พร้อมสกรีนแผ่นและพิมพ์ปกกล่อง DVD ให้เรียบร้อย โดยนำส่งไฟล์ต้นฉบับที่ รฟม. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานของ รฟม. ต่อไปได้
4) ใบยืนยันการออกอากาศสปอตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
5) รายงานสรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 2 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
2) ใบยืนยันการออกอากาศสปอตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
3) รายงานสรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

งวดที่ 3 หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 3 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3
2) ใบยืนยันการออกอากาศสปอตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
3) รายงานสรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

งวดที่ 4 หลังจากเผยแพร่สปอตโฆษณาเดือนที่ 4 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 4
2) ใบยืนยันการออกอากาศสปอตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 4 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
3) รายงานสรุปผลการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ ของเดือนที่ 4 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

11. การจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระค่าจ้างเป็นงวด จำนวน 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 1 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงิน

งวดที่ 2 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 2 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงิน

งวดที่ 3 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 3 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงิน

งวดที่ 4 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 4 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 25 ของวงเงิน

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 ในสปอตโฆษณา (ถ้ามี) ให้ รฟม. และ**<u>สปอตโฆษณาถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รฟม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต</u>** ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้

14. ผู้ประสานงาน

14.1 นางสาวสุจิรา หล้ากาศ แผนกสื่อสารองค์กร กองสื่อสารองค์กร สำนักผู้ว่าการ รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1735 โทรสาร 0 2716 4019

14.2 นางสาววัชรี เกวลกุล แผนกสื่อสารองค์กร กองสื่อสารองค์กร สำนักผู้ว่าการ รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1736 โทรสาร 0 2716 4019

หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2563

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

1. ราคาที่ยื่นเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 20 คะแนน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาราคา (Price) ให้ผู้มีราคารวมต่ำสุดได้คะแนนเต็ม 20 คะแนน โดยระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ สำหรับผู้ที่เสนอราคาต่ำสุดจะได้ 20 คะแนน

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 80 คะแนน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 80 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคแต่ละหัวข้อ ดังนี้

2.1 บทสปอตโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง (10 คะแนน)

เนื่องจากการออกแบบบทสปอตโฆษณาเป็นงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายอาจไม่อยู่ในฐานเดียวกัน จึงไม่อาจที่จะกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างบทสปอตโฆษณาของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอบทสปอตโฆษณาตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังนี้

(1) ถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด (3 คะแนน)
(2) สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน (2 คะแนน)
(3) มีความคิดสร้างสรรค์ (3 คะแนน)
(4) สร้างการจดจำได้ดี (1 คะแนน)
(5) ไม่ก่อให้เกิดความสับสนกับสปอตโฆษณาของหน่วยงานอื่น (1 คะแนน)

2.2 แผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง (35 คะแนน)

2.2.1 การคัดเลือกสถานีวิทยุกระจายเสียง (15 คะแนน) โดยพิจารณาจาก

(1) สถานีวิทยุทั้งหมดที่นำเสนอ ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1-20 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- สถานีวิทยุที่นำเสนอ จำนวนตั้งแต่ 5 สถานีขึ้นไป (ประกอบด้วย ประเภทบันเทิงอย่างน้อย 3 สถานี และประเภทข่าวสารอย่างน้อย 1 สถานี) ได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนด (2 คะแนน)
- สถานีวิทยุที่นำเสนอ จำนวน 4 สถานี (ประกอบด้วย ประเภทบันเทิง 3 สถานี และประเภทข่าวสาร 1 สถานี) ได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนด (1 คะแนน)

(2) จำนวนสถานีวิทยุทั้งหมดที่นำเสนอ (3 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- ตั้งแต่ 6 สถานีขึ้นไป (ประกอบด้วย ประเภทบันเทิงอย่างน้อย 3 สถานี และประเภทข่าวสารอย่างน้อย 1 สถานี) (3 คะแนน)

- 5 สถานี (ประกอบด้วย ประเภทบันเทิงอย่างน้อย 3 สถานี และประเภทข่าวสารอย่างน้อย 1 สถานี) (2 คะแนน)
- 4 สถานี (ประกอบด้วย ประเภทบันเทิง 3 สถานี และประเภทข่าวสาร 1 สถานี) (1 คะแนน)

(3) จำนวนสถานีวิทยุประเภทบันเทิงที่นำเสนอ (4 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- ตั้งแต่ 5 สถานีขึ้นไป (4 คะแนน)
- 4 สถานี (2 คะแนน)
- 3 สถานี (1 คะแนน)

(4) สถานีวิทยุประเภทบันเทิงที่นำเสนอ มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. (4 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- เสนอครอบคลุมทั้งคลื่นเพลงไทยสากล คลื่นเพลงสากล และคลื่นเพลงลูกทุ่ง (4 คะแนน)
- เสนอครอบคลุมทั้งคลื่นเพลงไทยสากล และคลื่นเพลงลูกทุ่ง (2 คะแนน)
- เสนอเฉพาะคลื่นเพลงไทยสากล หรือ คลื่นเพลงลูกทุ่ง (1 คะแนน)

(5) สถานีวิทยุประเภทข่าวสารที่คัดเลือก มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. (2 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- เสนอครอบคลุมทั้งคลื่นข่าวสารสาระ และคลื่นกีฬา (2 คะแนน)
- เสนอเฉพาะคลื่นข่าวสารสาระ หรือ คลื่นกีฬา (1 คะแนน)

2.2.2 ช่วงเวลา และจำนวนความถี่ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกสถานี ตลอดระยะเวลา 4 เดือน ในช่วงวันและเวลาตรงตามที่กำหนด และมีจำนวนความถี่ออกอากาศรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 600 ครั้ง โดยบริษัทที่เสนอจำนวนความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.2.3 จำนวนความถี่ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง ตลอดระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งกำหนดให้มีจำนวนความถี่ออกอากาศรวมไม่น้อยกว่า 450 ครั้ง โดยบริษัทที่เสนอจำนวนความถี่สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3 แผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ (25 คะแนน)

2.3.1 การคัดเลือกห้างซูเปอร์สโตร์ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเข้าเป้าหมายของ รฟม. (10 คะแนน) โดยพิจารณาจาก

(1) ห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมดที่นำเสนอมีสาขาครอบคลุมแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าในความรับผิดชอบของ รฟม. (5 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- ห้างซูเปอร์สโตร์ที่คัดเลือกมีสาขาในทุกจังหวัดของประเทศไทย (5 คะแนน)

- ห้างซูเปอร์สโตร์ที่นำเสนอมีสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดอื่นที่มีโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. ได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา และพิษณุโลก ครบทุกจังหวัด (4 คะแนน)
- ห้างซูเปอร์สโตร์ที่นำเสนอมีสาขาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2 คะแนน)

(2) จำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมดที่นำเสนอ และความต่อเนื่องของการเผยแพร่สปอตโฆษณา รฟม. (5 คะแนน) จะให้น้ำหนักคะแนน

- ตั้งแต่ 2 ห้าง เผยแพร่ต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 4 เดือน (5 คะแนน)
- 1 ห้าง เผยแพร่ต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 4 เดือน (2 คะแนน)

2.3.2 จำนวนความถี่ออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงภูมิภาค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทุกวันจันทร์ – วันอาทิตย์ จำนวนความถี่วันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง เป็นระยะเวลา 4 เดือน ทั้งนี้ ไม่จำกัดจำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมดที่จะใช้ในการเผยแพร่สปอตโฆษณา โดยบริษัทที่เสนอจำนวนความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอจำนวนความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.4 ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ (5 คะแนน) ซึ่งมีลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุ) อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว 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 (2 คะแนน)

2.5 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รฟม. ของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอประโยชน์สูงสุด จะได้คะแนนเต็มในประเภทข้อเสนอนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากประเภทข้อเสนอดังนี้

(1) ฝากข่าวประชาสัมพันธ์ รฟม. ให้ผู้ประกาศ/ดีเจ พูดในรายการวิทยุ (2 คะแนน)

(2) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ รฟม. ในช่องทางออนไลน์/โซเชียลมีเดียของสถานีวิทยุ (2 คะแนน)

(3) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (1 คะแนน)