

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ...งานจ้างเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2562
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ...การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร.....6,500,000 บาท (หกล้านห้าแสนบาทถ้วน)  
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2562  
เป็นเงิน ...6,494,900 บาท (หกล้านสี่แสนเก้าหมื่นสี่พันเก้าร้อยบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด จำนวน 1 ที่มา ดังนี้  
บริษัท โนวาอินเตอร์ แอ็ด จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ พนักงานประชาสัมพันธ์ 8 หัวหน้าแผนกสื่อสารองค์กร

Am Sml.

## ขอบเขตการจ้างเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ของ รฟม. ประจำปี 2562

### 1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ได้รับมอบนโยบายจากรัฐบาลและกระทรวงคมนาคม ในการเร่งรัดดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้เป็นไปตามแผนงาน เพื่อพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สอดคล้องตามวิสัยทัศน์ รฟม. ที่ว่า “เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน และส่งเสริม การพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน” โดยในปี 2562 นี้ รฟม. มีกำหนดจะเปิดให้บริการเดินรถ โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ส่วนต่อขยาย ช่วงหัวลำโพง – หลักสอง เป็นเส้นทางต่อขยายจากเส้นทางให้บริการเดิมของรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (MRT สายสีน้ำเงิน) ซึ่ง รฟม. คาดว่าจะช่วยเพิ่มจำนวนผู้โดยสารได้มากขึ้น ทั้งยังช่วยให้ประชาชน มีทางเลือกในการเดินทางเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ รฟม. ยังมีโครงการรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างงานโยธา จำนวน 4 โครงการ ประกอบด้วย โครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงหมอชิต – สะพานใหม่ – คูคต โครงการรถไฟฟ้า สายสีส้ม ช่วงศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย – มีนบุรี (สุวินทวงศ์) โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี และโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง ช่วงลาดพร้าว – สำโรง

ดังนั้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภารกิจดังกล่าวของ รฟม. เป็นไปอย่างต่อเนื่องและสามารถ สร้างการรับรู้ได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รฟม. จึงจำเป็นต้องดำเนินการผลิตสอ ตโฆษณาเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รฟม. ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าและประชาชนทั่วไปได้อย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภารกิจของ รฟม.

2.2 เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและการยอมรับ อีกทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนการตระหนักถึง วิสัยทัศน์และพันธกิจ รฟม.

2.3 เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนมากยิ่งขึ้น

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า

3.2 สื่อมวลชน

3.3 ประชาชนทั่วไป

### 4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของ รัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

Asst. Secy.

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

## 5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณา รฟม. ความยาว 30 วินาที ซึ่ง รฟม. ได้ดำเนินการผลิตไว้เรียบร้อยแล้ว ไปเผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งสัดส่วนการออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ดังนี้

- ช่อง 3 ร้อยละ 30 ของงบประมาณที่นำเสนอ
- ช่อง 7 ร้อยละ 25 ของงบประมาณที่นำเสนอ
- ช่อง MONO29 ร้อยละ 20 ของงบประมาณที่นำเสนอ
- ช่อง Workpoint TV ร้อยละ 15 ของงบประมาณที่นำเสนอ
- อื่นๆ เช่น ช่อง One และ/หรือ ช่อง 8 และ/หรือ ช่องไทยรัฐทีวี และ/หรือ ช่องอัมรินทร์ทีวี

เป็นต้น ร้อยละ 10 ของงบประมาณที่นำเสนอ

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณา รฟม. ไปเผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ตามข้อ 5.1 ในช่วงเวลา ดังนี้

- วันจันทร์ – ศุกร์ ช่วงเวลา 06.00 – 08.00 น. และ 18.30 – 22.30 น.
- วันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเวลา 09.00 – 23.00 น.

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนการออกอากาศสปอตโฆษณาในรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงของช่องนั้นๆ โดยอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้

5.4 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนออกอากาศสปอตโฆษณาต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 เดือน

5.5 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

ทพ/ จม

5.5.1 รพม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับเฉพาะกรณีที่มีรายการถ่ายทอดสด หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของทางสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาและรายการเดิมที่เสนอไว้ หรือช่วงเวลาใกล้เคียงและรายการอื่นที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงกว่าหรือเท่ากับในสถานีเดิม และจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับงานทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากทางสถานี หรือรายการ โดยแนบหนังสือแจ้งการชดเชยออกอากาศของสถานีหรือรายการ พร้อมระบุสาเหตุมาด้วยทุกครั้ง

5.5.2 หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 5.5.1 ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างจนกว่าจะได้ออกอากาศชดเชย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาและรายการเดิมที่เสนอไว้ หรือช่วงเวลาและรายการอื่นที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงกว่าหรือเท่ากับในสถานีเดิม และจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับงานทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง (พร้อมระบุสาเหตุ) ภายใน 5 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดออกอากาศ

## 6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ดังนี้

### 6.1 เอกสารหลักฐานด้านคุณสมบัติ

6.1.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

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

### 6.2 เอกสารหลักฐานด้านเทคนิค

ผู้ยื่นข้อเสนอมีหน้าที่นำเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิคมาเสนอต่อ รพม. ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคา ดังนี้

6.2.1 แผนการออกอากาศสปอตโฆษณาต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยระบุ วัน เวลา รายการ โทรทัศน์ และสถานีโทรทัศน์ที่จะออกอากาศให้ชัดเจน พร้อมทั้งสรุปผลรวมของจำนวนสปอตโฆษณา และ Rating ของรายการโทรทัศน์ (ในรอบ 1 เดือน) โดยอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้

6.2.2 สรุปผลวิเคราะห์/ประเมินการออกอากาศสปอตโฆษณาตามที่น่าเสนอ โดยจะต้องประเมินค่าประสิทธิภาพ ได้แก่ ค่าผลรวมความนิยม (Gross of Rating Points: GRPs) ค่าประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ชม (Reach 1+) และค่าความถี่ (Frequency)

6.2.3 เอกสารใบจองช่วงเวลาที่จะออกอากาศสปอตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ หรือ หนังสือรับรองจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจากสถานีโทรทัศน์

Arul Smm

### 7. เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

- 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 20 คะแนน
- 2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 80 คะแนน

ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาคะแนน ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	<b>ราคาที่ยื่นเสนอ</b>	<b>20</b>
2)	<b>คุณภาพและคุณสมบัติฯ</b>	<b>80</b>
	(2.1) แผนการออกอากาศสปอตโฆษณา	
	- สัดส่วนการออกอากาศสปอตโฆษณาตามที่กำหนด (ช่อง 3 ร้อยละ 30 ช่อง 7 ร้อยละ 25 ช่อง MONO29 ร้อยละ 20 ช่อง Workpoint TV ร้อยละ 15 และ อื่นๆ ร้อยละ 10 ของงบประมาณที่นำเสนอ)	(15)
	- ค่า GRPs (บริษัทที่เสนอค่า GRPs สูงสุด จะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมา จะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	(20)
	- ประสิทธิภาพการเข้าถึงของผู้ชม (Reach 1+) (บริษัทที่เสนอค่า Reach สูงสุด จะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมา จะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	(20)
	- ค่า Frequency (บริษัทที่เสนอค่า Frequency สูงสุด จะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมา จะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	(10)
	(2.2) ประสบการณ์และผลงานในการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ให้แก่หน่วยงานสถาบันของราชการหรือเอกชนที่เชื่อถืออย่างน้อย 1 ผลงาน	(10)
	(2.3) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รฟม.	(5)
	<b>รวม</b>	<b>100</b>

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

### 8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 6,500,000 บาท (หกล้านห้าแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

### 9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 150 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

### 10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน จำนวน 3 งวด ตามการเผยแพร่สปอตโฆษณา ดังนี้

*Arw Sam*

งวดที่ 1 หลังจากเผยแพร่สเปคตโฆษณาเดือนที่ 1 ครบถ้วนแล้ว โดยจะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
- 2) หนังสือยืนยันการออกอากาศสเปคตโฆษณาเดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
- 3) รายงานสรุปผลการออกอากาศสเปคตโฆษณาเดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สเปคตโฆษณาเดือนที่ 2 ครบถ้วนแล้ว โดยจะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) หนังสือยืนยันการออกอากาศสเปคตโฆษณาเดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
- 3) รายงานสรุปผลการออกอากาศสเปคตโฆษณาเดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

งวดที่ 3 หลังจากเผยแพร่สเปคตโฆษณาเดือนที่ 3 ครบถ้วนแล้ว โดยจะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3
- 2) หนังสือยืนยันการออกอากาศสเปคตโฆษณาเดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
- 3) รายงานสรุปผลการออกอากาศสเปคตโฆษณาเดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

## 11. การจ่ายเงิน

รพม. จะชำระค่าจ้างเป็นงวด จำนวน 3 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 1 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับงานของ รพม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 30 ของวงเงิน

งวดที่ 2 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 2 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับงานของ รพม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 30 ของวงเงิน

งวดที่ 3 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 3 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับงานของ รพม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 40 ของวงเงิน

## 12. อัตราค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รพม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าว เป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ 12.1 จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้าง

## 13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่างๆ (ถ้ามี) ให้ รพม. และผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใดโดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รพม. ก่อนมิได้

## 14. ผู้ประสานงาน

14.1 นางสาวสิรินาถ แสงสุวรรณ พนักงานประชาสัมพันธ์ 6 แผนกสื่อสารองค์กร กองสื่อสารองค์กร  
สำนักผู้ว่าการ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1720

14.2 นางสาวภัทรสุดา หวานแหลม พนักงานประชาสัมพันธ์ 5 แผนกสื่อสารองค์กร กองสื่อสารองค์กร  
สำนักผู้ว่าการ รพม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1738

*Am Sut.*