

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีไข่งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ จ้างผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ของ รพม. ประจำปี 2563
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 6,500,000 บาท (หกล้านห้าแสนบาทถ้วน)
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2563
เป็นเงิน 6,490,059 บาท (หกล้านสี่แสนเก้าหมื่นห้าสิบบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด จำนวน 3 ที่มา ดังนี้
บริษัท โนวาอินเตอร์แอ็ด จำกัด
บริษัท บรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด
บริษัท อาชาติชู (ประเทศไทย) จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ หัวหน้าแผนกสื่อสารองค์กร
นางสาวสิรินาถ แสงสุวรรณ พนักงานประชาสัมพันธ์ 6

[Handwritten Signature]
Amy Smit

ขอบเขตการจ้างผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ของ รฟม. ประจำปี 2563

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม มีภารกิจที่สำคัญในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ครอบคลุมทั่วถึงและเป็นรูปธรรม โดยเร็ว เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตามวิสัยทัศน์ รฟม. ที่ว่า “เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน และส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน” ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รฟม. ได้สานต่อภารกิจในการขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือนสิงหาคม 2563 นี้ รฟม. จะครบรอบวันคล้ายวันก่อตั้ง 28 ปี และก้าวเข้าสู่ปีที่ 29 พร้อมกับภารกิจในการขยายการให้บริการรถไฟฟ้าและระบบเชื่อมต่อให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อาทิ การเปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ส่วนต่อขยาย ช่วงเตาปูน – ท่าพระ การเร่งรัดดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างให้ก้าวหน้าตามแผนงาน และการผลักดันโครงการรถไฟฟ้าที่เตรียมจะดำเนินงานในอนาคตให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการเดินทางพัฒนาโครงข่ายรถไฟฟ้าในเมืองหลักภูมิภาค เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในทุกพื้นที่ นอกจากนี้ รฟม. ได้ตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสียและประชาชนทั่วไปที่ได้รับผลกระทบจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าในทุกพื้นที่ รวมถึงเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน การพัฒนาสังคม และการใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม โดยการนำหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ดังนั้น ในโอกาสครบรอบ 28 ปี รฟม. จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ภารกิจในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ให้ประชาชนรับทราบอย่างทั่วถึง โดยการจัดทำสποดโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รฟม.

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจโครงการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน
- 2.2 เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาส รฟม. ครบรอบ 28 ปี (ก้าวสู่ปีที่ 29)
- 2.3 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม.
- 2.4 เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนมากยิ่งขึ้น

3. กลุ่มเป้าหมาย

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

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

Annal

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

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

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสโปตโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยนำเสนอเนื้อหา “การก้าวสู่ปีที่ 29 กับภารกิจในการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. ควบคู่กับการพัฒนาสังคมและใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน” ความยาว 30 วินาที จำนวน 1 เรื่อง โดยจัดทำเป็น 2 รูปแบบ คือ มีและไม่มีคำบรรยาย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถศึกษารายละเอียดข้อมูลภารกิจและการดำเนินงานของ รฟม. เพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ รฟม. (www.mrta.co.th)

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำสโปตโฆษณา ข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งสัดส่วนการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ดังนี้

Am 5/2

- ช่อง 3 ร้อยละ 30 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- ช่อง 7 ร้อยละ 20 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- ช่อง MONO29 ร้อยละ 20 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- ช่อง Workpoint TV ร้อยละ 20 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ
- อื่นๆ ได้แก่ ช่องไทยรัฐทีวี และ/หรือช่องอัมรินทร์ทีวี และ/หรือช่องเนชั่นทีวี และ/หรือช่อง

One 31 และ/หรือช่อง GMM25 ร้อยละ 10 ของจำนวนสปอตโฆษณาที่นำเสนอ

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณา รพม. ไปเผยแพร่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ตามข้อ 5.2 ในช่วงเวลา ดังนี้

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

5.4 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนการออกอากาศสปอตโฆษณาในรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าว รายการสาระบันเทิง รายการบันเทิง หรืออื่นๆ ที่ได้รับความนิยมสูงของช่องนั้นๆ โดยอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนออกอากาศสปอตโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2563

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณา รพม. ไปเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อย่างน้อย 2 ช่องทาง อาทิ Facebook Fanpage, Youtube เป็นต้น ที่มีผู้ติดตามในแต่ละช่องทางจำนวนไม่น้อยกว่า 500,000 คน และต้องเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในนำเสนอเนื้อหาและ/หรือข้อมูลข่าวสาร และสอดคล้องตรงตามกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สปอตโฆษณา รพม. ผ่านช่องทางดังกล่าว จะต้องมียอดจำนวนการรับชมสปอตโฆษณา รพม. รวมทุกช่องทางที่นำเสนอไม่น้อยกว่า 500,000 ครั้ง

5.7 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการประสานงานทุกขั้นตอนกับคณะกรรมการตรวจพิจารณาทางวิทยุโทรทัศน์ (กองเซนเซอร์) เพื่อขออนุญาตออกอากาศสปอตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์และจะต้องได้รับอนุญาตให้ออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ก่อนออกอากาศสปอตโฆษณา

5.8 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

5.8.1 รพม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับเฉพาะกรณีที่มีรายการถ่ายทอดสด หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของทางสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาและรายการเดิมที่เสนอไว้ หรือช่วงเวลาใกล้เคียงและรายการอื่นที่มีอัตราค่าโฆษณามากกว่าหรือเท่ากับในสถานีเดิม และจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับงานทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากทางสถานีหรือรายการ โดยแนบหนังสือแจ้งการงดออกอากาศของสถานีหรือรายการ พร้อมระบุสาเหตุมาด้วยทุกครั้ง

5.8.2 หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 5.8.1 ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจะได้ ออกอากาศชดเชย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาและรายการเดิมที่เสนอไว้ หรือช่วงเวลาและรายการอื่นที่มีอัตราค่าโฆษณามากกว่าหรือเท่ากับในสถานีเดิม

Am Sa

และจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับงานทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง (พร้อมระบุสาเหตุ) ภายใน 5 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดออกอากาศ

5.9 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานการออกอากาศสποตโฆษณา รฟม. ทางสื่อ โทรทัศน์และสื่อ Social Media ตามข้อ 5.2 – 5.6 และข้อ 5.8 (ถ้ามี) เป็นรายเดือน โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำข้อเสนอด้านเทคนิคมาเสนอต่อ รฟม. ด้วยตนเองเป็น Presentation และจัดทำ เอกสารเป็นรูปเล่มอย่างน้อย 1 ชุด เพื่อประกอบการพิจารณา ณ อาคารสำนักงาน รฟม. ถนนพระราม 9 เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันที่ยื่นเสนอราคา ทั้งนี้ รฟม. จะเป็นผู้กำหนดวัน และเวลา โดยจะแจ้งให้ทราบภายหลัง และ รฟม. จะพิจารณาไม่ผ่านคุณสมบัติด้านเทคนิค หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ นำเสนองานตามวันและเวลาที่ รฟม. กำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค ดังนี้

6.1 เนื้อเรื่องสποตโฆษณาในรูปแบบ Story board พร้อมทั้งระบุแนวคิด (Concept) และวิธีการนำเสนอ

6.2 แผนการออกอากาศสποตโฆษณาต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2563 โดยระบุ วัน เวลา รายการโทรทัศน์ และสถานีโทรทัศน์ที่จะออกอากาศให้ชัดเจน พร้อมทั้งสรุปผลรวมของ จำนวนสποตโฆษณา และ “Rating เฉลี่ยของรายการโทรทัศน์ในรอบเดือนมกราคม 2563” โดยเป็น Rating จาก กลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจะต้องมาจาก แหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้

6.3 สรุปผลวิเคราะห์/ประเมินการออกอากาศสποตโฆษณาตามที่น่าเสนอ โดยจะต้องแสดงค่าผลรวม ความนิยม (Gross of Rating Points: GRPs)

6.4 แผนการเผยแพร่สποตโฆษณาผ่านช่องทางสื่อ Social Media โดยระบุชื่อ จำนวนช่องทางที่ เผยแพร่ จำนวนยอดผู้ติดตาม

6.5 เอกสารใบจองช่วงเวลาที่จะออกอากาศสποตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ หรือ หนังสือรับรองจาก บริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจากสถานีโทรทัศน์

6.6 ประสิทธิภาพ/ผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานของผู้กำกับและช่างภาพ

6.7 แผนการดำเนินงาน

6.8 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รฟม.

7. เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

1) ราคาที่ยื่นขอเสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 20 คะแนน

2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับ 80 คะแนน

ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาคะแนน ดังนี้

10/1

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	<u>ราคาที่ยื่นเสนอ</u>	<u>20</u>
2)	<u>คุณภาพและคุณสมบัติฯ</u>	<u>80</u>
	(2.1) เนื้อเรื่องสเปคโฆษณา โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้	(20)
	- เนื้อหาสเปคโฆษณาที่ถ่ายทอดเรื่องราวได้ครบถ้วนตรงตามที่กำหนด และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพม. ได้เป็นอย่างดี	
	- มีเทคนิค/วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำได้ดี และมีความทันสมัย	
	(2.2) แผนการออกอากาศสเปคโฆษณา โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้	(40)
	- สัดส่วนและช่วงเวลาการออกอากาศสเปคโฆษณาครบถ้วนตรงตามที่กำหนด. และ	(10)
	ความหลากหลายของรายการโทรทัศน์	
	- ค่าผลรวมความนิยม (Gross of Rating Points: GRPs)	(10)
	(บริษัทที่เสนอค่า GRPs สูงสุด จะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมา จะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	
	- จำนวนสเปคทั้งหมด	(10)
	(บริษัทที่เสนอจำนวนสเปคสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม โดยบริษัทที่เสนอต่ำลงมา จะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ)	
	- การวางแผนออกอากาศสเปคโฆษณาทางสื่อ Social Media โดยพิจารณาจาก	(10)
	จำนวนช่องทางการเผยแพร่ จำนวนผู้ติดตาม รวมทั้งภาพลักษณ์ของสื่อดังกล่าว	
	(2.3) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ รวมถึงผลงานของผู้กำกับและ	(10)
	ช่างภาพ	
	(2.4) แผนการดำเนินงาน	(5)
	(2.5) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รพม.	(5)
	รวม	100

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 6,500,000 บาท (หกล้านห้าแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 180 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

Am 25

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน จำนวน 3 งวด ให้ รฟม. ภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ดังนี้

งวดที่ 1 หลังจากผลิตและเผยแพร่สποตโฆษณาเดือนที่ 1 ครบถ้วนแล้ว โดยจะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
- 2) สคริป/บท สποตโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจาก รฟม. จำนวน 2 ชุด
- 3) ต้นฉบับสποตโฆษณาคุณภาพไฟล์ระบบ HD และภาพเคลื่อนไหวที่ถ่ายทำทั้งหมด (Footage)

เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย และไฟล์ภาพคอมพิวเตอร์กราฟิกที่มีปรากฏในสποตโฆษณา (ถ้ามี) โดยบันทึกลงใน External Hard Disk และ รฟม. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ได้ในอนาคต

4) หนังสือยืนยันการส่งเทปตรวจ (ใบเซ็นเซอร์) ของสποตโฆษณา จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

5) ใบมอบนิตการออกอากาศ จากบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดียรีเสิร์ช จำกัด (ประเทศไทย) และ หนังสือรับรองการออกอากาศสποตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจาก สถานีโทรทัศน์ ของเดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

6) รายงานสรุปผลการดำเนินงานการออกอากาศสποตโฆษณา รฟม. เดือนที่ 1 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์รายงานสรุปในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สποตโฆษณาเดือนที่ 2 ครบถ้วนแล้ว โดยจะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) ใบมอบนิตการออกอากาศ จากบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดียรีเสิร์ช จำกัด (ประเทศไทย) และ

หนังสือรับรองการออกอากาศสποตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจาก สถานีโทรทัศน์ ของเดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

3) รายงานสรุปผลการดำเนินงานการออกอากาศสποตโฆษณา รฟม. เดือนที่ 2 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์รายงานสรุปในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

งวดที่ 3 หลังจากเผยแพร่สποตโฆษณาเดือนที่ 3 ครบถ้วนแล้ว โดยจะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน / ใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3
- 2) ใบมอบนิตการออกอากาศ จากบริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดียรีเสิร์ช จำกัด (ประเทศไทย) และ

หนังสือรับรองการออกอากาศสποตโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเจ้าของเวลาผู้ได้รับสัมปทานจาก สถานีโทรทัศน์ ของเดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

3) รายงานสรุปผลการดำเนินงานการออกอากาศสποตโฆษณา รฟม. เดือนที่ 3 จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์รายงานสรุปในรูปแบบ CD หรือ DVD 1 ชุด

11. การจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระค่าจ้างเป็นงวด จำนวน 3 งวด ดังนี้

mf sa

งวดที่ 1 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 1 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจาก คณะกรรมการตรวจรับงานของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 40 ของวงเงิน

งวดที่ 2 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 2 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจาก คณะกรรมการตรวจรับงานของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 30 ของวงเงิน

งวดที่ 3 เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและส่งมอบงานงวดที่ 3 ครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจาก คณะกรรมการตรวจรับงานของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 30 ของวงเงิน

12. อัตราค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รฟม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าว เป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

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

13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่างๆ ในสเปคตโฆษณา (ถ้ามี) ให้ รฟม. และ สเปคตโฆษณาถือเป็น ลิขสิทธิ์ของ รฟม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใดโดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้

14. ผู้ประสานงาน

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

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

14.3 นางสาวอริสา เซยพันธ์ุ พนักงานประชาสัมพันธ์ 4 แผนกสื่อสารองค์กร กองสื่อสารองค์กร
สำนักผู้ว่าการ รฟม. โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1746

Raw Sn