

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยของ รพม. ประจำปีงบประมาณ 2565
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน)
วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 14 มีนาคม 2565
เป็นเงิน 2,486,840.00 บาท (สองล้านสี่แสนแปดหมื่นหกพันแปดร้อยสี่สิบบาทถ้วน)
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด จำนวน 3 ที่มา ดังนี้
 - บริษัท โนวาอินเตอร์แอ็ด จำกัด
 - บริษัท ซี.เอ.อินโฟ มีเดีย จำกัด
 - บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
นางสาวอัจฉริยา ศรีสุระ หัวหน้าแผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร

ขอบเขตของงานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2565

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีการกิจหลักในการพัฒนาและขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองหลักของประเทศ โดยตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา รฟม. ไม่เพียงแต่มุ่งมั่นสานต่อภารกิจหลักให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมือง โดยเริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุดสู่ระดับประเทศ ในหลากหลายมิติ อาทิ ยกระดับคุณภาพการเดินทาง นำความเจริญและการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจสู่ชุมชน ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภารกิจดังกล่าวข้างต้นของ รฟม. ตลอดระยะเวลากว่า 3 ทศวรรษ และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสพิเศษ รฟม. ครบรอบ 30 ปี ให้ประชาชนรับทราบอย่างทั่วถึงและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รฟม. จึงมีความประสงค์จะดำเนินการผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาวิทยุ ทั้งทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ ซึ่งเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสพิเศษ รฟม. ครบรอบ 30 ปี
- 2.2 เพื่อประชาสัมพันธ์ ตอกย้ำภารกิจของ รฟม. ในทุกมิติ ตลอดระยะเวลากว่า 3 ทศวรรษ ทั้งด้านการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นงานตามภารกิจหลัก และด้านการตอบสนองสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
- 2.3 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม. ตลอดจนสร้างการรับรู้และจดจำให้แก่ประชาชน
- 2.4 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
- 4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

Ang.

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการผลิตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 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 “30 ปี รฟม. เชื่อมต่อเส้นทางสู่ความยั่งยืน Completing Connection, Mission for All” โดยนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามหลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ (ศึกษาข้อมูลภารกิจการทำงานโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ รฟม. www.mrta.co.th และเฟซบุ๊กแฟนเพจการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย)

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำสโปตโฆษณา รฟม. ตามข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี เป็นระยะเวลา 4 เดือน เริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 กำหนดให้ออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง จำนวนไม่น้อยกว่า 3 สถานี และทางสถานีวิทยุประเภทข่าวสาร (ยกเว้นสถานีวิทยุจราจร) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สถานี โดยสถานีวิทยุทั้งหมดที่ใช้เผยแพร่สโปตโฆษณา ต้องมีจำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากสถานีที่ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1-20 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 1 (หน้า 9)



5.2.2 กำหนดให้ออกอากาศสพตโทษณาทางสถานีวิทยุแต่ละสถานี ทุกวันจันทร์ – วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 06.00 – 09.00 น. และช่วงเวลา 16.00 – 21.00 น. วันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน ทั้งนี้ การออกอากาศสพตโทษณาทางสถานีวิทยุทุกสถานี จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน ของงานจ้างฯ นี้

5.2.3 กำหนดให้ความถี่ออกอากาศสพตโทษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง รวมกันไม่น้อยกว่า 546 ครั้ง ทั้งนี้ ความถี่ออกอากาศสพตโทษณาทางสถานีวิทยุทุกประเภท รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 732 ครั้ง

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องนำสพตโทษณา รพม. ตามข้อ 5.1 ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ห้าง เป็นระยะเวลา 4 เดือน เริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 กำหนดให้ออกอากาศสพตโทษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวน ไม่น้อยกว่า 2 ห้าง ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รพม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากห้างที่มีสาขาจำนวนมากและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 2 (หน้า 11)

5.3.2 กำหนดให้ออกอากาศสพตโทษณาในแต่ละห้าง ทุกวันจันทร์ – วันอาทิตย์ วันละไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลาห้างละ 1 - 2 เดือน ทั้งนี้ การออกอากาศสพตโทษณาในทุกห้างรวมกัน จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน ของงานจ้างฯ นี้

5.4 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

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

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

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องบันทึกไฟล์ต้นฉบับสพตโทษณา รพม. คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive จำนวน 2 ชุด นำส่งให้ รพม. เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานของ รพม. ต่อไปได้

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่สพตโทษณา รพม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ พร้อมทั้งสรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงสื่อ เป็นรายเดือน โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด

Am.

5.7 ผู้รับจ้างจะต้องประสานในรายละเอียดกับ รฟม. ในการออกแบบและดำเนินการสำรวจการรับวัสดุโฆษณา รฟม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ รวมทั้งการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ตามหลักวิชาการ จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัย/ผู้สัญจรผ่านแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างก่อสร้างของ รฟม. ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT และประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน และสรุปรายงานวิเคราะห์ผลสำรวจ พร้อมข้อเสนอแนะ โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 2 ชุด และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด นำส่งให้ รฟม. ในงวดสุดท้าย

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 ของตัวอย่างผลงานด้านผลิตและเผยแพร่สโตร์โฆษณาทางวิทยุที่เคยทำ อย่างน้อย 1 ผลงาน โดยต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

6.2 เอกสารด้านเทคนิค

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำสโตร์โฆษณาทางวิทยุ จำนวน 2 เรื่อง พร้อมทั้งระบุรูปแบบการนำเสนอ และเทคนิคที่ใช้ในการผลิต

6.2.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สโตร์โฆษณา ดังนี้

- แผนการดำเนินงานผลิตสโตร์โฆษณา และตารางออกอากาศสโตร์โฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM ที่มีการระบุวันที่ เวลา จำนวนความถี่ และสถานีที่ออกอากาศให้ชัดเจน

- ตารางออกอากาศสโตร์โฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ โดยระบุวันที่ เวลา จำนวนความถี่ และห้างให้ชัดเจน

6.2.3 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำแผนเบื้องต้นในการสำรวจการรับวัสดุโฆษณา รฟม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ รวมทั้งการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ที่มีการระบุช่วงวัน เวลา สถานที่ และวิธีการเก็บผลสำรวจโดยสังเขป รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่รับผิดชอบงานสำรวจ

6.2.4 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รฟม.

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

Ang

7. เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

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

ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	ราคาที่ยื่นเสนอ (ร้อยละ 20)	100
2)	คุณภาพและคุณสมบัติ (ร้อยละ 80)	100
	(2.1) บทสพอตโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน และมีความคิดสร้างสรรค์	(20)
	(2.2) แผนการเผยแพร่สพอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM - จำนวนและความหลากหลายของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ ออกอากาศ - ความถี่ออกอากาศสพอตโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง - ความถี่ออกอากาศสพอตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด	(35)
	(2.3) แผนการเผยแพร่สพอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ - จำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ ออกอากาศ - ความต่อเนื่องในการออกอากาศสพอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ แต่ละห้าง - ความถี่ออกอากาศสพอตโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด	(30)
	(2.4) แผนเบื้องต้นในการสำรวจการรับรู้สพอตโฆษณา รฟม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ รวมทั้งการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม.	(5)
	(2.5) ประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ	(5)
	(2.6) 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 นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

ค.พ.

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 (มิถุนายน 2565) จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - บทสโปตโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจากรพม.
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ
- 3) ต้นฉบับสโปตโฆษณา จำนวน 2 เรื่อง คุณภาพไฟล์ MP3 บรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณางวดที่ 2 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สโปตโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 2 (กรกฎาคม 2565) จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 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 (สิงหาคม 2565) จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

Ans

งวดสุดท้าย หลังจากเผยแพร่สโปตโฆษณางวดที่ 4 ครบถ้วนแล้ว และดำเนินการสำรวจการรับรู้สโปตโฆษณา รฟม. เรียบร้อยแล้ว จะต้องส่งมอบงาน ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 4
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สโปตโฆษณา รฟม. ของเดือนที่ 4 (กันยายน 2565) จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 1 ชุด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสโปตโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสโปตโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ
- 3) รายงานผลการสำรวจการรับรู้สโปตโฆษณา รฟม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวน 2 ชุด พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และไฟล์ข้อมูลบรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive 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 ในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างในแต่ละงวดงานนั้น

13. ลิขสิทธิ์

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน พร้อมลิขสิทธิ์ต่างๆ ในสโปตโฆษณา (ถ้ามี) ให้ รฟม. และ สโปตโฆษณา ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รฟม. สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณชนได้ในอนาคต ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้

Ang

14. ผู้ประสานงาน

- 14.1 นางสาวสุจิตรา หล้ากาศ แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รพม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1735
- 14.2 นางสาววัชรี เกวลกุล แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รพม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1736

รายชื่อสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM
สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอใช้ประกอบการจัดทำแผนเผยแพร่สปอตโฆษณา รฟม.

อันดับความนิยม	ชื่อสถานีวิทยุ	คลื่นความถี่	หมายเหตุ
1	ลูกทุ่งมหานคร	FM 95.0	
2	Cool Fahrenheit	FM 93.0	
3	จส.100	FM 100.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีวิทยุจราจรสำหรับงานจ้างฯ นี้
4	ลูกทุ่งรักไทย	FM 90.0	
5	Good Time Radio	FM 88.5	
6	สอพ.91	FM 91.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีวิทยุจราจรสำหรับงานจ้างฯ นี้
7	HITZ	FM 95.5	
8	EFM	FM 94.0	
9	Green Wave	FM 106.5	
10	FM One	FM 103.5	
11	Easy FM	FM 105.5	
12	ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก	FM 94.5	
13	Active Radio	FM 99.0	
14	Top Radio	FM 93.5	
15	วิทยุครอบครัวข่าว	FM 106.0	
16	Mellow	FM 97.5	
17	MET	FM 107.0	
18	RR One	FM 101.0	
19		FM 98.0	รฟม. ขอยกเว้นอันดับนี้ เนื่องจากไม่มีสถานีสัมปทาน (ปัจจุบันกระจายเสียงจาก ลูกทุ่งรักไทย FM 90.0)
20	Radio Thailand	FM 88.0	

หมายเหตุ: รฟม. ได้จัดทำรายชื่อสถานีวิทยุฯ ข้างต้น โดยอ้างอิงข้อมูลการจัดอันดับความนิยม (Rating) ของกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร จาก Nielsen Radio Advisor ณ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565



Nielsen Radio Advisor

Market: GR BANGKOK Demographic: All People 15+ Filter Demographic: None
 Survey: Survey #2 2022 Session: Mon-Sun 5:30 AM-12:00 AM
 Place of Listening: All

	Cume (000's)	Average Audience (000's)	Cume %	Share %	Ex Aud (000's)	Ex Aud %	Index %	Profile %	T.S.L.	Tarp %	Average Age	Sample	Potential (000's)
95.0	3203	357	45.6	39.7	1903	59.4	102.1	99.7	14.27	5.1	47.8	1653	7020
93.0	1962	133	28	14.8	849	43.3	101.3	98.9	8.48	1.9	37	1653	7020
100.0	1075	50	15.3	5.6	378	35.2	102	99.6	6.02	0.7	47.7	1653	7020
90.0	410	88	5.8	7.5	153	37.4	102.4	100	21.26	1	51.3	1653	7020
88.5	383	40	5.4	4.5	114	29.7	101.4	99.1	13.34	0.6	41.4	1653	7020
91.0	347	15	4.9	1.7	52	14.9	101.4	99	5.35	0.2	50.6	1653	7020
95.5	299	15	4.3	1.7	94	31.5	99.2	96.9	6.32	0.2	34.9	1653	7020
94.0	298	17	4.3	1.9	62	20.9	101.2	98.8	7.28	0.2	36.9	1653	7020
106.5	212	19	3	2.1	71	33.3	101	98.7	11.48	0.3	39.4	1653	7020
103.5	188	9	2.7	1	63	33.2	102.4	100	6.21	0.1	34.1	1653	7020
105.5	145	7	2.1	0.7	37	25.7	102.4	100	5.59	0.1	43.3	1653	7020
94.5	141	13	2	1.5	34	23.8	102.4	100	12	0.2	49.7	1653	7020
99.0	140	8	2	0.9	48	34.1	102.4	100	7.41	0.1	48.6	1653	7020
93.5	127	4	1.8	0.4	9	7.3	102.4	100	3.46	0.1	38.6	1653	7020
106.0	113	6	1.6	0.7	7	6	97.7	96.4	7.23	0.1	51.4	1653	7020
97.5	109	10	1.6	1.1	59	53.7	95.5	93.3	12.03	0.1	36.1	1653	7020
107.0	108	11	1.5	1.2	56	51.9	99.9	97.5	12.49	0.2	36.1	1653	7020
101.0	107	8	1.5	0.8	78	73.3	95.5	93.3	9.06	0.1	32.6	1653	7020
98.0	97	11	1.4	1.2	23	23.6	102.4	100	14.53	0.2	46.7	1653	7020
98.0	95	3	1.4	0.3	0	0	102.4	100	3.33	0	40.4	1653	7020
100.5	85	8	1.2	0.9	27	31.9	102.4	100	12.47	0.1	57.2	1653	7020
103.0	83	4	1.2	0.4	19	23	102.4	100	5.42	0.1	38	1653	7020
87.5	82	5	1.2	0.5	3	3.9	102.4	100	7.38	0.1	51	1653	7020
89.5	73	2	1	0.2	3	3.8	102.4	100	3.4	0	43.8	1653	7020
97.0	73	3	1	0.4	9	12.4	102.4	100	6.13	0	35.8	1653	7020
105.0	70	4	1	0.5	3	4.2	102.4	100	8.2	0.1	52.2	1653	7020
89.0	68	4	1	0.4	7	10.6	102.4	100	6.42	0.1	44.8	1653	7020
96.5	61	5	0.9	0.6	17	27.5	102.4	100	11.15	0.1	49	1653	7020
102.0	49	2	0.7	0.2	0	0	102.4	100	5.46	0	48.1	1653	7020
98.5	49	6	0.7	0.6	25	51.6	102.4	100	15.34	0.1	48.6	1653	7020
91.5	47	3	0.7	0.3	15	33.2	102.4	100	7.12	0	39.4	1653	7020
96.0	46	5	0.7	0.6	18	40.3	102.4	100	14.17	0.1	55.6	1653	7020
102.5	39	4	0.6	0.4	22	55.6	102.4	100	12.17	0.1	55.9	1653	7020
90.5	31	3	0.4	0.3	8	24.8	102.4	100	12.59	0	45.4	1653	7020
104.5	30	1	0.4	0.2	11	36.2	102.4	100	6.12	0	40.3	1653	7020
92.0	27	4	0.4	0.5	9	33.1	100.1	97.7	20.34	0.1	41.8	1653	7020
101.5	24	3	0.3	0.3	11	46.9	94.6	92.4	16.25	0	53.5	1653	7020
92.5	23	2	0.3	0.2	10	44.4	102.4	100	9.19	0	53.4	1653	7020
104.0	16	5	0.2	0.6	11	68.4	102.4	100	43.34	0.1	61.2	1653	7020
99.5	7	0	0.1	0	0	0	102.4	100	8.12	0	47.9	1653	7020
Total	6985	900	99.5	97.7	0	0	101.7	99.3	16.41	12.8	44	1653	7020

รายชื่อห้างซูเปอร์สโตร์
สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอใช้ประกอบการจัดทำแผนเผยแพร่สปอตโฆษณา รพม.

ห้าง	จำนวนสาขา (Guarantee)
Tesco Lotus	227 (Hyper) / 2,000 (All)
Big C	205
Tops Market	205
Makro	125

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างผลิตและเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2565

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

1. ราคาที่ยื่นเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาราคา (Price) โดยระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ โดยมี คะแนนเต็ม 100 คะแนน

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ โดยมี คะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 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 (10 คะแนน)

พิจารณาเฉพาะสถานีวิทยุที่ได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนดเท่านั้น โดยต้องมีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 4 สถานี ซึ่งประกอบด้วย สถานีวิทยุประเภทบันเทิงไม่น้อยกว่า 3 สถานี และประเภทข่าวสาร (ยกเว้นสถานีวิทยุจราจร) ไม่น้อยกว่า 1 สถานี โดยพิจารณาจาก

- (1) จำนวนสถานีวิทยุทั้งหมดที่นำเสนอได้รับการจัดอันดับความนิยมตรงตามที่กำหนด (6 คะแนน)

จะให้น้ำหนักคะแนน

- ตั้งแต่ 6 สถานีขึ้นไป (6 คะแนน)
- 5 สถานี (4 คะแนน)
- 4 สถานี (3 คะแนน)

- (2) ความหลากหลายของสถานีวิทยุประเภทบันเทิงที่นำเสนอ (4 คะแนน) จะให้น้ำหนัก

คะแนน

- เสนอครอบคลุมทั้งคลื่นเพลงไทยสากล/คลื่นเพลงสากล และคลื่นเพลงลูกทุ่ง (4 คะแนน)
- เสนอเฉพาะคลื่นเพลงไทยสากล/คลื่นเพลงสากล/คลื่นเพลงลูกทุ่ง (2 คะแนน)

Kns.

2.2.2 ความถี่ออกอากาศสเปตโฆฆณาทางสถานีวิทยุประเภทบั้นเทง (15 คะแนน)

การพิจรณาให้กะแนนผลงานของผู้น้เสนอ จะพิจรณาจากแผนการเผยแพร่โฆฆณา รพม. ทางสถานีวิทยุประเภทบั้นเทงที่ด้รับการจ้ดอันดับความน้ยมตรงตามที่กำหนด ในชวงวันและเวลาที่กำหนด และต้องม้ความถี่ออกอากาศรวมม้ไม่น้อยกว่า 546 ครั้ง โดยบริษัทที่เสนอความถี่สูงสุคจะด้กะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะด้กะแนนลดหลันลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีท้ผู้น้เสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศจะด้กะแนน 0 คะแนน

2.2.3 ความถี่ออกอากาศสเปตโฆฆณาทางสถานีวิทยุกระจายเสงยท้ทั้งหมด (10 คะแนน)

การพิจรณาให้กะแนนผลงานของผู้น้เสนอ จะพิจรณาจากแผนการเผยแพร่โฆฆณา รพม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสงยทุกประเภทที่ด้รับการจ้ดอันดับความน้ยมตรงตามที่กำหนด ในชวงวันและเวลาที่กำหนด และต้องม้ความถี่ออกอากาศรวมท้ส้ไม่น้อยกว่า 732 ครั้ง โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวมสูงสุคจะด้กะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะด้กะแนนลดหลันลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีท้ผู้น้เสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศจะด้กะแนน 0 คะแนน

2.3 แผนการเผยแพร่สเปตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ (30 คะแนน)

2.3.1 จันวนห้างซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ออกอากาศ (7 คะแนน) พิจรณาเฉพาะห้างซูเปอร์สโตร์ท้มีสาขาจันวนมากและครอบคลุมพื้นที่ท้วประเทศไทย โดยจะให้น้หนักกะแนน

- 3 ห้างข้้นไป (7 คะแนน)
- 2 ห้าง (5 คะแนน)

2.3.2 ความต่อเนื่องในการออกอากาศสเปตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์แต่ละห้าง (8 คะแนน)

- มี 3 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนข้้นไป (8 คะแนน)
- มี 2 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนข้้นไป (6 คะแนน)
- มี 1 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนข้้นไป (5 คะแนน)

2.3.2 ความถี่ออกอากาศสเปตโฆฆณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ท้ทั้งหมด (15 คะแนน)

การพิจรณาให้กะแนนผลงานของผู้น้เสนอ จะพิจรณาจากแผนการเผยแพร่โฆฆณา รพม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ ในชวงวันที่กำหนด โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวมสูงสุคจะด้กะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะด้กะแนนลดหลันลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีท้ผู้น้เสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศจะด้กะแนน 0 คะแนน

2.4 แผนเบ้องต้นในการสำรวจการรับรู้สเปตโฆฆณา รพม. ผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสงย ระบบ FM และสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ รวมทั้งการรับรู้ข่าวประชาสัพันธ์ของ รพม. (5 คะแนน) ส้าหรับผู้น้เสนอที่เสนอแผนเบ้องต้นฯ ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อ จะด้กะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อน้ันๆ โดยพิจรณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- มีการระบุชวงวัน เวลา สถานที่ และวิธีการเก็บผลสำรวจที่เหมาะสม (3 คะแนน)
- มีการระบุรายช้ือ - ประวัติผู้รับผิดชอบงานสำรวจท้มีความเชี่ยวชาญ (2 คะแนน)

2.5 ประสภารณ์และผลงานท้ผ่านมาของผู้น้เสนอ (5 คะแนน) ซ้งมีลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานท้ประกวดราคาจ้าง (งานผลิตและเผยแพร่สเปตโฆฆณาทางวิทยุ) อย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานท้ตรวจรับสมบุดณ์แล้วในชวง 3 ปีท้ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานท้ผู้น้เสนอเป็นคู่สัญญา

Ang -
/โดยตรงก้บ...

โดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดย รฟม. จะพิจารณาคุณภาพของผลงานร่วมด้วย ให้นำนักคะแนน

- 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)

2.6 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (5 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนออื่นๆ ของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอประโยชน์ต่อ รฟม. ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

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