



ขอบเขตของงาน

จ้างเหมาบริการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ และจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) โดยกองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ (กตล.) ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ (ฝพธ.) มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินโครงการจัดให้มีสิทธิประโยชน์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นโครงการตามแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสิทธิประโยชน์รวมทั้งจัดให้มีกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ เพิ่มความผูกพันและให้ลูกค้ากล่าวถึงในเชิงบวก ส่งเสริมความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง (กลุ่มลูกค้า ได้แก่ 1. กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT 2. กลุ่มผู้ใช้บริการอาคารและลานจอดรถ และ 3. กลุ่มผู้เช่าอสังหาริมทรัพย์ของ รฟม.) โดยการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดกิจกรรมทางการตลาด และลูกค้าสัมพันธ์จะต้องสะท้อนแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2566 - 2570 ฉบับปรับปรุง ปีงบประมาณ 2567

ดังนั้น รฟม. จึงต้องวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ และจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ที่สะท้อนแผนยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวโดยจำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีประสบการณ์ในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมขับเคลื่อนโครงการให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสร้างประโยชน์เชิงบวกในมิติด้านการตลาดต่อ รฟม. สามารถดำเนินงานได้ตาม KPI ที่สำคัญ ได้แก่ 1. รายได้เพิ่มขึ้น 2. จำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้า MRT เพิ่มมากขึ้น 3. ความพึงพอใจผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเพิ่มขึ้น โดย รฟม. คาดหวังจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดภายใต้โครงการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ และจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2567 จะสามารถช่วยขับเคลื่อนและกำหนดทิศทางการสื่อสารการตลาด สื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ ของ รฟม. ให้มีความชัดเจน เข้าถึงใจ ผู้ใช้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ เกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีความทันสมัย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษา ค้นคว้า และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ ของ รฟม. และนำผลการศึกษาเป็นปัจจัยนำเข้าเพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ของ รฟม.

สมิ์ 5.2555 ณ 2.

/2.2 เพื่อ...

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามเงื่อนไขข้อ 1.1 – 1.2 ของหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุดที่ กค(กวจ) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 เรื่องแนวทางปฏิบัติในการเร่งรัดการปฏิบัติงานตามสัญญาและการกำหนดคุณสมบัติของผู้มีสิทธิยื่นข้อเสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานที่ รฟม. กำหนด และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดทั้งโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 การวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ

5.1.1 ผู้รับจ้างจะต้องศึกษา/วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ ของ รฟม. และนำผลการศึกษามาเป็นปัจจัยนำเข้าเพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานและกำหนดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ของ รฟม. ที่เหมาะสม

5.1.2 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการศึกษาข้อมูลจากแผนยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2566 - 2570 ฉบับปรับปรุงปีงบประมาณ 2567 และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2567 ของ รฟม. และข้อมูลทางการตลาดอื่น ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ วางแผน และเสนอแนวคิดเพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และสอดคล้องกับ KPI ที่ รฟม. กำหนด (KPI ของ รฟม. ที่สำคัญระบุไว้ในหัวข้อ 1. หลักการและเหตุผล) ทั้งนี้ รฟม. จะจัดส่งแผนยุทธศาสตร์ลูกค้าและตลาด ปีงบประมาณ 2566 - 2570 ฉบับปรับปรุงปีงบประมาณ 2567 หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้แก่ผู้รับจ้าง

5.1.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Strategy Plan) แผนปฏิบัติงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Action Plan) ที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน แผนการใช้สื่อ (Media Plan) สำหรับกิจกรรมแต่ละกิจกรรม แผนสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) และแนวคิดในการดำเนินงานใหม่ ๆ ที่มีความทันสมัยพร้อมทั้งระบุและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แบรนด์ (Brand Experience) และลูกค้า รฟม.

5.1.4 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานทั้งหมดตั้งแต่เริ่มต้นจนจบแคมเปญ โดยจะต้องจัดให้มีกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมแบบ On ground Event และ/หรือแบบผสมผสานแบบ Hybrid Event ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และเป็นไปตามที่ รฟม. เห็นชอบก่อนดำเนินการจริง





/5.1.5 เอกสาร...

5.1.5 เอกสารและข้อมูลทั้งหมดที่ได้จัดส่งให้กับทางผู้รับจ้างจะต้องเป็นความลับและไม่อนุญาตให้เผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตจากทาง รฟม.

5.2 การจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์

5.2.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดให้มีกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ที่เป็นการเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร และสนับสนุนให้เกิดรายได้ให้กับ รฟม. จำนวนอย่างน้อย 2 กิจกรรม โดยจะต้องมีระยะเวลาการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม หรือตามที่ตกลงร่วมกันกับ รฟม. ภายในกรอบระยะเวลา 210 วัน โดยแบ่งเป็นการจัดกิจกรรมในโอกาสครบรอบ 8 ปี รถไฟฟ้าสายสีม่วง และครบรอบ 32 ปี รฟม. จำนวน 1 กิจกรรม เช่น กิจกรรมสะสมแต้มการเดินทาง เป็นต้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มี ศิลปิน/ดารา/นักแสดง ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันเพื่อทำการแสดงหรือเข้าร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ของ รฟม. ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอ ศิลปิน/ดารา/นักแสดง ให้ทาง รฟม. เห็นชอบก่อน โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดและเป็นผู้ประสานงานกับ ศิลปิน/ดารา/นักแสดง ให้กับ รฟม.

(หมายเหตุ: ลำดับการจัดกิจกรรมข้างต้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมให้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของ รฟม. และระยะเวลาการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมสามารถจัดได้เกิน 1 วันขึ้นไป แต่ต้องจบกิจกรรมภายในระยะเวลาตามสัญญาจ้าง)

5.2.2 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในการบริหารจัดการกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นก่อนเริ่มงาน (Pre-Event) ระหว่างงาน (Event) และหลังงาน (Post-Event) โดยผู้รับจ้างจะผลักระบบบางส่วนให้ รฟม. ดำเนินการเองมิได้

5.2.3 ผู้รับจ้างจะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ให้ รฟม. เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และกระตุ้นให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ รฟม. เพิ่มมากขึ้น โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีความน่าสนใจและสอดคล้องกับตัวชี้วัดของ รฟม.

5.2.4 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสื่อสารการตลาดเพื่อกระตุ้นหรือส่งเสริมยอดขาย ยอดการใช้บริการให้เพิ่มมากขึ้นผ่านกิจกรรมตามข้อ 5.2.1 และจะต้องประชาสัมพันธ์กิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยผู้รับจ้างจะต้องวางแผนการตลาด /แผนประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายใต้โครงการนี้ โดยนำเสนอรูปแบบการสื่อสาร /ช่องทางการสื่อสารที่เลือกใช้ให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบ

5.2.5 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกแบบ ผลิต และติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ตามจุด Touch Point บริเวณสถานีและขบวนรถไฟฟ้า MRT เช่น โปสเตอร์ Standee หรือรูปแบบอื่น ๆ โดยจะต้องนำเสนอให้ รฟม. เห็นชอบก่อน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบสื่อแต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบช่องทางการสื่อสารและรูปแบบการจัดกิจกรรมฯ ของ รฟม. ตามแต่วัตถุประสงค์ของแต่ละกิจกรรมนั้น ๆ ให้มีความน่าสนใจ ความสวยงาม มีการใช้ภาษาไทย และ/หรือภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง มีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม และ/หรือ มีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้รับสารนั้น ๆ เช่น คิวอาร์โค้ดเข้าสู่เว็บไซต์ของ รฟม. และเว็บไซต์การตลาด รฟม. เป็นต้น

5.2.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการถ่ายภาพนายแบบ/นางแบบ หรือองค์ประกอบศิลป์อื่น ๆ เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีช่างภาพมืออาชีพ สตูดิโอหรือสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว จัดให้มีเครื่องแต่งกาย รวมทั้งแต่งหน้านายแบบ/นางแบบ ทั้งนี้

สม. 5.2.6.1

PR

/ผู้รับจ้าง...

ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอ สถานที่เครื่องแต่งกาย หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ รพม. เห็นชอบก่อน โดยค่าใช้จ่าย เบ็ดเตล็ดที่เกิดขึ้นระหว่างถ่ายทำ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด โดยผู้รับจ้างจะเรียกเก็บจาก รพม. ไม่ได้

5.2.7 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ จัดทำ และติดตั้ง Backdrop หรือ Landmark หรือจุด Touch Point หรืออื่น ๆ ตามความเหมาะสม เพื่อเป็นจุดสัญลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ โดยผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ และผลิตผลงานให้ตรงตามแนวคิดการจัดงาน (Theme) แต่ละกิจกรรม ตามความต้องการ ความคาดหวัง ของ รพม. โดยจะต้องติดตั้ง Backdrop หรือ Landmark หรือจุด Touch Point หรืออื่น ๆ ตามความเหมาะสม ก่อนวันจัดงาน อย่างน้อย 1 วัน (ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง)

5.2.8 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบงานกิจกรรมแต่ละกิจกรรม โดยมีการกำหนดรูปแบบที่ชัดเจน พร้อมกำหนดแผนผัง (Lay Out) ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดยจะต้องนำเสนอให้ รพม. พิจารณาก่อน โดยกิจกรรมฯ ตามข้อ 5.2.1 ต้องออกแบบให้แล้วเสร็จก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 15 วัน (ไม่รวมวันหยุดราชการ) และจะต้องดำเนินการติดตั้งให้แล้วเสร็จก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน (ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง) ก่อนวันจัดงานจริง

5.2.9 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหาสถานที่จัดกิจกรรมรูปแบบในร่ม (Indoor) ให้กับ รพม. โดย สถานที่จัดงานจะต้องอยู่ในแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน) หรือแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายฉลองรัชธรรม (รถไฟฟ้าสายสีม่วง) หรือแนวสายทางรถไฟฟ้า สายอื่น ๆ หรือตามที่ รพม. เห็นชอบ โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเช่า / ใช้สถานที่ประกอบด้วย ค่าเช่าพื้นที่ ค่าสาธารณูปโภค และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจะขอให้ รพม. ร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายอย่างใดอย่าง หนึ่งก็ได้

5.2.10 ในกรณีที่ต้องใช้สถานที่เพื่อจัดกิจกรรมฯ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวไม่ใช่กรรมสิทธิ์ของ รพม. ผู้รับจ้าง จะต้องเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับเจ้าของสถานที่ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอกหรือบุคคลที่สาม โดยจะต้องปฏิบัติตาม ขั้นตอนและกฎระเบียบของการใช้สถานที่อย่างเคร่งครัด รวมทั้งใช้ความระมัดระวังไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดกิจกรรม และผลกระทบในทางลบต่อภาพลักษณ์ของ รพม. ทั้งนี้ หากมีการ ร้องเรียนมายัง รพม. ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบตอบข้อร้องเรียนในนามบริษัท โดยอธิบายชี้แจงว่า รพม. ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด และกรณีที่เกิดความเสียหายผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ แต่เพียงผู้เดียว

5.2.11 ในกรณีขอใช้สถานที่ของ รพม. เพื่อจัดกิจกรรมฯ ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของ การใช้สถานที่อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะสถานที่ภายในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าและภายในขบวนรถไฟฟ้า โดยผู้รับจ้าง ต้องใช้ความระมัดระวังไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมและผลกระทบในทางลบ ต่อภาพลักษณ์ของ รพม. และหากมีการร้องเรียนหรือเกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ผู้รับจ้างจะต้อง รับผิดชอบการแก้ไขปัญหาโดยทันที และกรณีมีความเสียหายเกิดขึ้นผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย ที่เกิดขึ้นทั้งหมด

5.2.12 ผู้รับจ้างต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รพม. (ทีมงานกองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนา ธุรกิจ รพม.) เพื่อประชุมและหารือร่วมกันทุกขั้นตอนเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจกรรม และประเด็นสำคัญต่าง ๆ รวมทั้งวางแผนการจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ วิธีการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นระหว่างจัดกิจกรรมใน ทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน เพื่อลดปัญหาและช่องว่างระหว่างการทำงาน เพื่อให้งานสามารถดำเนินงานแล้ว เสร็จตามกำหนด



5.3 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์/พิธีเปิดงาน/กิจกรรมพิเศษ และอื่น ๆ

5.3.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ก่อนจัดกิจกรรม จำนวน 1 ข่าวต่อ 1 กิจกรรม ทั้งหมดอย่างน้อย 2 กิจกรรมหรือตามจำนวนจริงของกิจกรรมที่ได้มีการตกลงกับทาง รฟม. โดยจะต้องส่ง (ร่าง) ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ให้ รฟม. พิจารณาก่อนเผยแพร่ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน ก่อนเริ่มกิจกรรมหรือตามที่ รฟม. เห็นสมควร

5.3.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม (Photo Release) หลังจบกิจกรรม จำนวน 1 ข่าวต่อ 1 กิจกรรม ทั้งหมดอย่างน้อย 2 กิจกรรมหรือตามจำนวนจริงของกิจกรรมที่ได้มีการตกลงกับทาง รฟม. โดยจะต้องส่ง (ร่าง) ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ให้ รฟม. พิจารณาก่อนเผยแพร่หลังจบกิจกรรมทันทีหรือตามที่ รฟม. เห็นสมควร

5.3.3 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที พร้อม Subtitle ภาษาไทย จำนวน 1 ชุดต่อ 1 กิจกรรม เพื่อใช้สำหรับโปรโมทกิจกรรมฯ หรือตามที่ รฟม. เห็นสมควร โดยผู้รับจ้างจะต้องผลิตผลงานที่มีคุณภาพเป็นระบบ Full HD ที่มีความละเอียดไม่น้อยกว่า 1080p โดยผู้รับจ้างจะต้องนำส่งผลงานเสร็จสมบูรณ์ ในรูปแบบ File .MP4 .AVI และ .MOV โดยผู้รับจ้างจะต้องส่ง Draft ผลงานให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน และส่งมอบให้ รฟม. เพื่อนำมาใช้ประชาสัมพันธ์บนจอ PID (Passenger Information Display : จอประชาสัมพันธ์ภายในขบวนรถไฟฟ้าและสถานีรถไฟฟ้า) ก่อนวันจัดงานล่วงหน้า 15 วัน หรือตามที่ รฟม. กำหนด

5.3.4 ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR ความยาวไม่น้อยกว่า 60 วินาที พร้อม subtitle ภาษาไทย จำนวน 1 ชุดต่อ 1 กิจกรรม ประมวลภาพภายหลังจบกิจกรรม หรือระหว่างกิจกรรมให้ รฟม. โดยให้มีความละเอียดไม่น้อยกว่า 1080p โดยผู้รับจ้างจะต้องนำส่งผลงานเสร็จสมบูรณ์ ในรูปแบบ File .MP4 .AVI และ .MOV โดยผู้รับจ้างจะต้องส่ง Draft ผลงานให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน และส่งมอบให้ รฟม. หลังจากจบกิจกรรมแล้วไม่เกิน 10 วันทำการ

5.3.5 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ให้เสียงบรรยายที่มีประสบการณ์ มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียงอักขระถูกต้อง ชัดเจน โดยจะต้องนำเสนอเสียงของผู้บรรยายให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน (เฉพาะกรณีที่ รฟม. ต้องการให้มีเสียงผู้บรรยายประกอบ)

5.3.6 ภาพ เสียง และกราฟฟิกที่ใช้ประกอบการผลิตคลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

5.3.7 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีชื่อเสียง และเป็นสื่อที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก อย่างน้อยจำนวน 1 ช่องทาง อาทิ เพจเฟซบุ๊กคิวเวิร์ทพาส เป็นต้น โดยจะต้องโปรโมทกิจกรรมล่วงหน้าก่อนวันจัดกิจกรรมอย่างน้อย 7 วัน (รวมวันหยุดราชการ) หรือตามวัน เวลาที่ รฟม. เห็นสมควร

5.3.8 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีป้ายประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมบริเวณงาน (ภายในสถานที่ตามที่ รฟม. กำหนด) เช่น ธงญี่ปุ่น J-Flag และ/หรือ Removable Sticker หลังเท้าแปะพื้นเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อนำทางให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทราบชัดเจน โดยต้องเสนอรูปแบบให้ รฟม. เห็นชอบก่อนผลิตจริง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการติดตั้งก่อนวันจัดงานจริง อย่างน้อย 3 วัน หรือรูปแบบอื่น ๆ ตามที่ รฟม. เห็นสมควร

สม. 5.2.11 ณ 2.

PT

/5.3.9 ผู้รับจ้าง...

5.3.9 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่างภาพมืออาชีพอย่างน้อย 1 – 2 คน เพื่อถ่ายภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ตลอดระยะเวลาจัดงาน (ทุก ๆ กิจกรรมในสัญญาจ้าง) และจะต้องนำส่งภาพถ่ายบางส่วนหรือทั้งหมด ให้ รพม. ทันที โดยช้าสุดไม่เกิน 2 วัน หลังจบกิจกรรม

5.3.10 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีพิธีกรที่มีประสบการณ์ อย่างน้อย 1 คนต่อ 1 กิจกรรม สำหรับดำเนินรายการในวันพิธีเปิดงาน หรือกิจกรรมภาคสนาม เพื่อดำเนินกิจกรรมและส่งเสริมการขายตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม อย่างน้อย 2 ครั้งต่อวัน เช่น การเล่นเกมแจกรางวัล การประชาสัมพันธ์งาน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งประวัติ และผลงานของพิธีกรมาให้ รพม. พิจารณาคัดเลือกก่อน ทั้งนี้ ขอให้ผู้รับจ้างนำเสนอให้ รพม. เลือกรมากกว่า 3 คน ขึ้นไป

5.3.11 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวกในแต่ละกิจกรรม จำนวนตามความเหมาะสม และให้เพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมแต่ละกิจกรรม รวมทั้งจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเจ้าหน้าที่ รพม. ในวันจัดกิจกรรม หรือตามที่ รพม. เห็นชอบ

5.3.12 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีของที่ระลึกหรือของรางวัล จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 ชิ้น (รวมทั้งหมด 2 กิจกรรม) สำหรับแจกให้กับผู้ร่วมกิจกรรม ผู้โชคดี หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมของ รพม. โดยของที่ระลึก หรือรางวัลจะต้องเป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อภาพลักษณ์ของทาง รพม. และผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรูปแบบของที่ระลึกหรือของรางวัล ให้ รพม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

5.3.13 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดส่งของรางวัลให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับรางวัล ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องทำรายงานสรุปผลการดำเนินการดังกล่าวให้ รพม. ทราบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) รายชื่อผู้ได้รับรางวัล 2) ที่อยู่จัดส่ง 3) เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ 4) หลักฐานการส่งและรับของ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับรางวัลแต่ประสานมายัง รพม. ว่า ยังไม่ได้รับรางวัล หรือ เกิดสูญหายระหว่างการจัดส่ง หรือกรณีอื่น ๆ ผู้รับจ้างจะต้องเร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้แก่ รพม. ทันที โดยผู้รับจ้างจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดส่งของรางวัลและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด ยกเว้นเหตุเกิดจากผู้รับรางวัลหรือผู้รับปลายทางไม่สามารถรับได้ตามขั้นตอนการจัดส่ง หรือเกิดจากการระบุที่อยู่จัดส่งไม่ชัดเจนจนเกิดความผิดพลาดในการจัดส่ง หรืออันเนื่องมาจากเหตุใดเหตุหนึ่งที่มีได้เกิดจากผู้รับจ้าง

5.3.14 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ดำเนินการจัดทำแบบสำรวจเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม (เป็นรายกิจกรรม) ตามกลุ่มเป้าหมายที่ รพม. กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบออฟไลน์ และ/หรือออนไลน์ รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือทั้งสองรูปแบบ ให้ รพม. โดยผู้รับจ้างต้องส่งสรุปผลการสำรวจฯ ทุกกิจกรรมพร้อมกับการส่งมอบงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องส่ง (ร่าง) คำถามในแบบสอบถามให้ รพม. พิจารณาก่อนว่า รพม. จะเห็นชอบอนุมัติ

5.3.15 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ในการทำการประเมินความคิดเห็น สํารวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม (แต่ละกิจกรรม) ไม่น้อยกว่า 100 คน พร้อมรวบรวมและทำสรุปผลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

5.3.16 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตเสื้อยืดหรือเสื้อโปโล สกรีนโลโก้ รพม. หรือผลิตตามแบบที่ รพม. เห็นชอบ อย่างน้อย จำนวน 80 ตัว ตามขนาดที่ รพม. กำหนด สำหรับแจกให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ รพม. ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม โดยผู้รับจ้างเป็นผู้ออกแบบ นำเสนอแบบ สี และขนาด ให้กับ รพม. พิจารณาเห็นชอบก่อนการผลิตจริง

สม. 5.2.11 ณ 2. PT

5.4 ข้อกำหนดและเงื่อนไข

5.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องยื่นเสนอราคา โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น จะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน รวมทั้งลงลายมือชื่อของผู้เสนอราคา (หรือผู้รับมอบอำนาจจากนิติบุคคล) พร้อมประทับตราบริษัทให้ชัดเจน และจำนวนเงินที่เสนอจะต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลขและตัวอักษร โดยไม่มีการขีด ลบ หรือแก้ไขใด ๆ ทั้งสิ้น อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ และอื่น ๆ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

5.4.2 ผู้รับจ้างจะต้องระบุชัดเจนในเอกสารที่ยื่นเสนองานต่อ รฟม. ว่าผู้รับจ้างจะรับผิดชอบงาน และดำเนินการตามแผนงานที่ได้นำเสนอทั้งหมด โดยจะต้องปฏิบัติตามที่ได้จริงตามที่เสนอทุกประการ เว้นแต่ รฟม. เห็นชอบให้มีการปรับแก้ไข เปลี่ยนแปลง เท่านั้น

6. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาคัดสินผู้ชนะ โดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมด เท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (Performance) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 70 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (70 คะแนน) และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ รฟม. สงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา โดยหลักเกณฑ์การพิจารณาแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคแต่ละหัวข้อ ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ	คะแนน (100)	น้ำหนัก (ร้อยละ)
1. ข้อเสนอด้านราคา	100	30
2. ข้อเสนอด้านเทคนิค	100	70
2.1 การนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม.	(25)	
2.2 แนวคิด/รูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	(30)	
2.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	(20)	
2.4 ตัวอย่างผลงานการออกแบบกิจกรรม	(15)	
2.5 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เกี่ยวกับงานจ้างวางแผนกลยุทธ์ฯ และเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR)	(10)	

สม. 5. 2561 000 2.

PR

/ค่าใช้จ่าย...

- ☐ ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่น ๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบและไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด
- ☐ ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้แล้ว
- ☐ คณะกรรมการพิจารณาและคัดเลือกผู้เสนอราคาที่เสนอแนวความคิดและการดำเนินงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และคาดว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อ รฟม. ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้เสนอราคาต่ำที่สุด และคณะกรรมการสามารถต่อรอง ราคาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ว่าจ้าง และขอสงวนสิทธิ์ในการให้คำแนะนำเพิ่มเติม ปรับปรุง รายละเอียด ของงานบางประการเพื่อให้ได้ผลงานที่สมบูรณ์ที่สุด และผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

7. เอกสารการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดเตรียมเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะในรูปแบบ PDF File ยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) ดังนี้

7.1 แผนการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้าง

7.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Strategy Plan) แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) และแผนการใช้สื่อ (Media Plan) ตลอดระยะเวลาโครงการ

7.3 แนวคิดในการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ

7.4 แนวคิดในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์

7.5 รายละเอียดของบุคลากรที่จะปฏิบัติงานในโครงการ ประกอบด้วย หน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน ประวัติประสบการณ์ผลงานที่ผ่านมา และแผนปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาต้องมา นำเสนองานซึ่งต้องมีรายละเอียดอย่างน้อย ได้แก่ ผลงานประสบการณ์ตัวอย่างผลงานด้านการโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

7.6 สำเนาหนังสือรับรองผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์และ/หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดและ ลูกค้าสัมพันธ์ จากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจ หรือสำเนาสัญญา หรือใบสั่งจ้าง (Purchase Order) พร้อม ทั้งต้องแนบเอกสารข้อกำหนดของงานนั้น ๆ ในวันยื่นข้อเสนอ (ถ้ามี)

7.7 ข้อเสนอด้านราคา ผู้ผ่านการคัดเลือกด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding: e-bidding) แล้วจะต้องแจกแจงราคาที่มีรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมทั้งแสดงยอดรวมที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

7.8 ผู้เสนอราคาต้องนำเสนองานด้วยตัวเอง ต่อคณะกรรมการฯ โดยต้องนำเสนอผ่าน PowerPoint หรือ Software เพื่อการนำเสนออื่น ๆ ที่มองเห็นได้ชัดเจน และเตรียมเอกสารนำเสนออย่างน้อย 3 ชุด หรือตามจำนวน คณะกรรมการฯ เพื่อประกอบการพิจารณาจัดจ้าง ทั้งนี้ รฟม. จะทำการติดต่อนัดหมายเพื่อให้ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้นำเสนอผลงานรายบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด ณ สำนักงานใหญ่ การรถไฟฯขนส่งมวลชน แห่งประเทศไทย (รฟม.) เลขที่ 175 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

(หมายเหตุ: รฟม. จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนองานตามวันและเวลาที่ รฟม. กำหนด)

7.9 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. *



//(หมายเหตุ...

(หมายเหตุ: เอกสารใดเอกสารหนึ่งนอกเหนือจากที่ รฟม. กำหนดในขอบเขตการจ้างงานนี้ให้ถือเป็น ข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์กับ รฟม. ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ โดยผู้รับจ้างจะต้องสรุปการดำเนินงานตามข้อเสนอดังกล่าวมาในเอกสารส่งมอบงานด้วย)

8. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องทำงานตามขอบเขตงานให้แล้วเสร็จภายใน 210 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

9. การส่งมอบงาน

9.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการประชุมการเริ่มงานโครงการ (Kick Off Project) เพื่อชี้แจงรายละเอียดแผนการดำเนินงานของโครงการ ในระดับเดือน โดยระบุกิจกรรม บุคลากรผู้รับผิดชอบ ความสัมพันธ์ระหว่างงวดส่งมอบงาน พร้อมข้อเสนอแนะให้แก่ รฟม. ภายใน 15 วันทำการ นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาเพื่อให้ รฟม. พิจารณาเห็นชอบ โดยผู้รับจ้างจะต้องทำการนัดหมายวันและเวลา ในการประชุมเริ่มโครงการ และจัดส่งหนังสือหรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการยืนยันการนัดหมายกับทาง รฟม. ก่อนดำเนินการประชุมการเริ่มงานโครงการ (Kick Off Project)

9.2 หนังสือส่งมอบงาน ลงลายมือชื่อกรรมการบริษัทฯ หรือบุคคลที่มีอำนาจ (ถึง ประธานคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ รฟม. (งาน))

9.3 ใบแจ้งหนี้ฉบับจริง / สำเนาสัญญาจ้าง

9.4 รายงานฉบับสมบูรณ์ที่สรุปผลการดำเนินงานงานตลอดการจ้างเหมาบริการพร้อมบทสรุปผู้บริหาร ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นทุกกิจกรรม โดยจัดทำเป็นรูปเล่มสวยงาม จำนวน 1 ชุด พร้อมรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บรรจุลงใน Flash Drive หรือ External Hard Disc จำนวน 1 ชุด

9.5 ผลงานที่ผ่านการคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในงานกิจกรรมฯ และงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดภายใต้ขอบเขตงานจ้าง อาทิ แนวความคิด/ รูปแบบการจัดกิจกรรม/ ไฟล์ AI งานกราฟฟิก/ งานกราฟฟิกโมชั่น/ ภาพ Footage/ ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหวต้นฉบับ ภาพถ่ายภายในงานและผลงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่สมบูรณ์แล้ว บรรจุลงใน External Hard Disk ให้เป็นลิขสิทธิ์ของ รฟม. และ รฟม. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ตัดต่อ และเผยแพร่ในงานของ รฟม. ต่อไปได้

9.6 เอกสารสรุป โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับสรุปรายงานจ้างเหมาบริการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ และจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ของรฟม. ประจำปีงบประมาณ 2567 รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ ที่สำคัญ ตามข้อกำหนด รฟม. ให้ครบถ้วนในรูปแบบสวยงาม จำนวน 1 ชุด พร้อมรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ของรายงานจ้างเหมาบริการวางแผนฯ และข้อมูลดิบบรรจุลงใน Flash Drive จำนวน 1 ชุด

10. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระเงินค่าจ้างพร้อมภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) เป็นงวด จำนวน 2 งวด ดังนี้

ณ วันที่ 5 ธ.ค. 66 ณ 2. PR

- งวดที่ 1 ส่งมอบกิจกรรมจำนวน 1 กิจกรรมภายใน 105 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และสรุป
รูปเล่มรายงานตามข้อ 9 ให้กับ รพม. ภายใน 15 วันทำการ หลังจากจบกิจกรรม โดย รพม. จะจ่ายเงินส่วนแรก
50% จากจำนวนค่าจ้างทั้งหมด โดยจะต้องผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ของ รพม. เรียบร้อยแล้ว

- งวดที่ 2 ส่งมอบกิจกรรมจำนวน 1 กิจกรรมภายใน 210 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และสรุป
รูปเล่มรายงานตามข้อ 9 ให้กับ รพม. ภายใน 15 วันทำการ หลังจากจบกิจกรรม โดย รพม. จะจ่ายเงินส่วนสุดท้าย 50%
จากจำนวนค่าจ้างทั้งหมด โดยจะต้องผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ของ รพม. เรียบร้อยแล้ว

11. ค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามรายงวดให้แก่ รพม. ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดตามข้อที่ 8
ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ รพม. เป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.1 (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของเงินค่าจ้างตามรายงวด
ที่ได้ส่งมอบงานล่าช้าในงวดนั้น ๆ ยกเว้นกรณีที่งานแล้วเสร็จล่าช้าเกิดขึ้นเนื่องจาก รพม. หรือบุคคลที่ 3 หรือ
เหตุสุดวิสัย ซึ่งผู้รับจ้างมีสิทธิที่จะได้รับการขยายระยะเวลาของสัญญาออกไปเท่ากับเวลาที่เสียไปเนื่องจากเหตุ
ดังกล่าวข้างต้น โดยไม่มีสิทธิเรียกร้องเงินค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติมจาก รพม.

12. งบประมาณ

ภายในวงเงิน 3,500,000 บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

13. ข้อกำหนดและเงื่อนไข

13.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเสนอราคา โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น จะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้อง
ครบถ้วน รวมทั้งลงลายมือชื่อของผู้เสนอราคา (หรือผู้รับมอบอำนาจจากนิติบุคคล) พร้อมประทับตราบริษัทให้
ชัดเจน และจำนวนเงินที่เสนอจะต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลขและตัวอักษร โดยไม่มีการขีด ลบ หรือแก้ไขใด ๆ ทั้งสิ้น
อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ และอื่น ๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ
รพม. แต่อย่างใด

13.2 ผู้รับจ้างจะต้องระบุชัดเจนในเอกสารที่ยื่นเสนองานต่อ รพม. ว่า ผู้รับจ้างจะรับผิดชอบงานและ
ดำเนินการตามแผนงานที่ได้นำเสนอทั้งหมด โดยจะต้องปฏิบัติตามที่ได้จริงตามที่เสนอทุกประการ เว้นแต่ รพม. เห็นชอบ
ให้มีการปรับแก้ไข เปลี่ยนแปลง เท่านั้น

14. หน่วยงานผู้รับผิดชอบดำเนินการ

กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนารูขีกริ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.)



15. ผู้ประสานงานของ รฟม.

1. นายภูเบศ อัครเดชพิพิธ หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2359 อีเมล bhubeth@mrta.co.th
 2. นางสาวศมนมนัส ยุวจิตติ พนักงานบริหารธุรกิจ 7 รักษาการหัวหน้าแผนกการตลาด กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2354 อีเมล samonmanut@mrta.co.th
 3. นางสาวกัญญณัฐ วีรกุลวัฒนา พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2328 อีเมล kanyanat@mrta.co.th
 4. นายปริญญา เทย่าเนื่อง พนักงานบริหารธุรกิจ 4 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2375 อีเมล parinya.y@mrta.co.th
-

สม. ส. ส. ส. ส. ส. ส. ส. ส. ส. ส. S. Sutti on 2. 

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการ
และจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี รฟม. จะพิจารณาคัดสินผู้ชนะโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

- 1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)
- 2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (Performance) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (70 คะแนน) และหากไม่ผ่านคะแนนขั้นต่ำด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ รฟม. สงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาข้อเสนอด้านราคา โดยคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน โดยจะพิจารณา ดังนี้

1. **ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price)** เป็นไปตามการคำนวณของระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ e-GP ของกรมบัญชีกลาง

2. **เกณฑ์ด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (Performance)** แบ่งออกเป็น 5 ข้อหลัก โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ดังนี้

- | | |
|--|----------|
| 1) การนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม. | 25 คะแนน |
| 2) แนวคิด/รูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ | 30 คะแนน |
| 3) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ | 20 คะแนน |
| 4) ตัวอย่างผลงานการออกแบบกิจกรรม | 15 คะแนน |
| 5) ข้อเสนออื่น ๆ ที่เกี่ยวกับงานจ้างวางแผนกลยุทธ์ฯ และเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. | 10 คะแนน |

นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR)

รวม 100 คะแนน

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนองานด้วยตัวเอง ต่อคณะกรรมการฯ โดยต้องนำเสนอผ่าน PowerPoint หรือ Software เพื่อการนำเสนออื่น ๆ ที่มองเห็นได้ชัดเจน และเตรียมเอกสารนำเสนออย่างน้อย 3 ชุด หรือตามจำนวนคณะกรรมการฯ เพื่อประกอบการพิจารณาจัดจ้าง ทั้งนี้ รฟม. จะทำการติดต่อบริษัทผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอผลงานรายบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด ณ สำนักงานใหญ่ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เลขที่ 175 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

(หมายเหตุ: รฟม. จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้เสนอราคาที่ไม่มานำเสนอผลงานตามวันและเวลาที่ รฟม. กำหนด)

/1) การนำเสนอ...



1) การนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม. (25 คะแนน)

รฟม. จะพิจารณาการให้คะแนนจากการนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม. โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับขอบเขตงาน และสามารถทำได้จริง โดย รฟม. จะพิจารณาเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อพิจารณา	คะแนน
- มีการนำเสนอกรอบแนวคิด/กลยุทธ์ในการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม. <u>ที่มีแนวทางชัดเจน</u> - แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในการดำเนินงาน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน รวมถึงขอบเขตของงาน ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ - มีความคิดสร้างสรรค์ดีมาก เป็นอันดับที่ 1 - สามารถทำได้จริงและเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. - มีแผนบริหารความเสี่ยง/สถานการณ์ฉุกเฉิน	25
- มีการนำเสนอกรอบแนวคิด/กลยุทธ์ในการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม. - แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในการดำเนินงาน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน รวมถึงขอบเขตของงาน - มีความคิดสร้างสรรค์เป็นอันดับที่ 2	15
- มีการนำเสนอกรอบแนวคิด/กลยุทธ์ในการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์/บริการของ รฟม. - แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในการดำเนินงาน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน รวมถึงขอบเขตของงาน - มีความคิดสร้างสรรค์เป็นอันดับที่ 3 เป็นต้นไป	5
ไม่มีการนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดฯ	0

*การให้คะแนนถือให้เป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

2) แนวคิด/รูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ (30 คะแนน)

รฟม. จะพิจารณาการให้คะแนนจากการนำเสนอแนวคิด/รูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน และกลยุทธ์ที่นำเสนอ โดย รฟม. จะพิจารณาเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อพิจารณา	คะแนน
- มีการนำเสนอแนวคิดและรูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน - มีความคิดสร้างสรรค์ดีมาก เป็นอันดับ 1 - ทันสมัย มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน - สะท้อนภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่ รฟม. - มีระยะเวลาของการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม - กิจกรรมสามารถสนับสนุนให้เกิดรายได้ให้กับ รฟม. และสามารถเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร	30
- มีการนำเสนอแนวคิดและรูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน - มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นอันดับ 2 - สะท้อนภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่ รฟม. - มีระยะเวลาของการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม	20



/มีการนำเสนอ...

- กิจกรรมสามารถเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร	
- มีการนำเสนอแนวคิดและรูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน - มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นอันดับ 3 เป็นต้นไป - สะท้อนภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่ รพม.	10
- มีการนำเสนอแนวคิดและรูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ แต่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน	5
- ไม่มีการนำเสนอแนวคิดและ/หรือรูปแบบในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	0

*การให้คะแนนถือให้เป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

3) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ (20 คะแนน)

รพม. จะพิจารณาการให้คะแนนจากการนำเสนอรูปแบบ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดย รพม. จะพิจารณาเปรียบเทียบกับผู้อื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อพิจารณา	คะแนน
- มีการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อในช่องทางต่าง ๆ (IMC: Integrated Marketing Communication) อย่างชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย - มี Key Message และ Key Visual ของแต่ละกิจกรรมที่จะใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจน ถูกต้อง และครบถ้วน - มีการสื่อสารถึงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของ รพม. - มีความคิดสร้างสรรค์ดีมาก เป็นอันดับ 1 - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานที่ระบุไว้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	20
- มีการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อในช่องทางต่าง ๆ (IMC: Integrated Marketing Communication) อย่างชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย - มี Key Message และ Key Visual ของแต่ละกิจกรรมที่จะใช้ในการสื่อสาร - มีการสื่อสารถึงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของ รพม. - มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นอันดับ 2 - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานที่ระบุไว้ ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานได้	10
- มีการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อในช่องทางต่าง ๆ (IMC: Integrated Marketing Communication) - มี Key Message และ Key Visual ของแต่ละกิจกรรมที่จะใช้ในการสื่อสาร - มีการสื่อสารถึงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของ รพม. - มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นอันดับ 3 เป็นต้นไป - สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานที่ระบุไว้ ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานได้	5
- ไม่มีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	0

*การให้คะแนนถือให้เป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

/4) ตัวอย่าง...

สม. 5.2551 ณ 2. PR

4) ตัวอย่างผลงานการออกแบบกิจกรรม (15 คะแนน)

รฟม. จะพิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 1 กิจกรรม โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องออกแบบกิจกรรมสะสมแต้มการเดินทางให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน ประกอบด้วย รูปแบบ/กลไกการจัดกิจกรรม สื่อประชาสัมพันธ์ โดย รฟม. จะพิจารณาเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อพิจารณา	คะแนน
- มีการนำเสนอแผน รูปแบบ/กลไกการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ - มีความคิดสร้างสรรค์ และทันสมัยในการออกแบบกิจกรรมดีมาก เป็นอันดับ 1 - สะท้อนภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่ รฟม. - มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานที่ระบุไว้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย - สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม สามารถสื่อสารได้ง่าย และชัดเจน	15
- มีการนำเสนอแผน รูปแบบ/กลไกการจัดกิจกรรม - มีความคิดสร้างสรรค์ และทันสมัยในการออกแบบกิจกรรม เป็นอันดับ 2 - มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตงานที่ระบุไว้ - สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม	10
- มีการนำเสนอแผน รูปแบบ/กลไกการจัดกิจกรรม - มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบกิจกรรมเป็นอันดับ 3 เป็นต้นไป - สื่อประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม	5
- ไม่มีการนำเสนอผลงานที่เกี่ยวข้องกับงานวางแผนฯ	0

*รฟม. จะไม่นำผลงานหรือข้อมูลของผู้ยื่นข้อเสนอที่ไม่ผ่านการพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติไปใช้ในการดำเนินงาน

*การให้คะแนนถือเป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

5) ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน (TOR) (10 คะแนน)

รฟม. จะพิจารณาจากการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อกำหนดและขอบเขตงาน เช่น การจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ตามเทศกาล การผลิตของที่ระลึก/ของรางวัลนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในขอบเขตงาน (TOR) หรือข้อเสนออื่น ๆ ที่มีมูลค่าได้ โดย รฟม. จะพิจารณาเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งมีคำอธิบายหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายละเอียด	คะแนน
- มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. อันดับ 1	10
- มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. อันดับ 2	7
- มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. อันดับ 3 เป็นต้นไป	3
- ไม่มีการนำเสนอข้อเสนออื่น ๆ	0

*ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ หมายถึง ข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของ รฟม.

*การให้คะแนนถือเป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการ ผลการตัดสินของคณะกรรมการถือเป็นที่สุด

สม. 5.2551 06 2. PR