

ขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference : TOR)

งานจ้างเผยแพร่สโปตโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2567

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีการกิจหลักในการพัฒนาและขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองหลักของประเทศ โดย รฟม. ได้จัดทำแผนวิสาหกิจ ประจำปีงบประมาณ 2566 - 2570 พร้อมทั้งกำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ร่วมยกระดับเมืองด้วยโครงข่ายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและนวัตกรรม เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขับเคลื่อนองค์กรและภารกิจตามหลัก SDGs ที่มีความสมดุลครบในทุกมิติ มุ่งสู่การยกระดับเมืองแห่งอนาคตไปพร้อมกัน โดยในระหว่างปีงบประมาณ 2566 - 2567 กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม. ได้จัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y และ Z) ที่เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าหลักอยู่ในปัจจุบันและมีแนวโน้มจะเพิ่มสัดส่วนขึ้นอีกในอนาคต ทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรภาครัฐมากขึ้นเรื่อยๆ การส่งเสริมให้กลุ่มคนรุ่นใหม่มีความเชื่อถือในภาพลักษณ์องค์กร รฟม. จะช่วยให้ รฟม. ได้การสนับสนุนในการดำเนินภารกิจของ รฟม. จากภาคประชาชนเพิ่มขึ้น

รฟม. ได้ผลิตสโปตโฆษณาทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง ในปีงบประมาณ 2566 เพื่อสื่อสารภารกิจการดำเนินงานก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างโครงข่ายระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่จะช่วยลดมลพิษทางอากาศได้อย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนเมือง ซึ่งสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และความสนใจในประเด็นทางสังคมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทั้งยังสอดคล้องกับการสร้างความยั่งยืนขององค์กร รฟม. ในมิติสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ดังนั้น รฟม. จึงมีความประสงค์จะดำเนินการเผยแพร่สโปตโฆษณา รฟม. ผ่านทางสื่อวิทยุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ทั้งกลุ่มคนรุ่นใหม่ ตลอดจนประชาชนทั่วไปได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์ของ รฟม. ที่สะท้อนถึงการขับเคลื่อนองค์กรและภารกิจสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะในมิติสิ่งแวดล้อม
- 2.2 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ รฟม.
- 2.3 เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชาชนเลือกเดินทางด้วยรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่ช่วยลดปัญหามลพิษต่อสิ่งแวดล้อมได้

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y และ Z)
- 3.2 ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- 3.3 ประชาชนทั่วไปที่อยู่ในจังหวัดอื่นที่มีโครงการระบบขนส่งมวลชนของ รฟม.

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการเผยแพร่สปอตโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในประเทศไทย ในลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยมีตัวอย่างผลงานการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุอย่างน้อย 1 ผลงาน ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานที่ตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา และเป็นผลงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่เชื่อถือได้ โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจ และ รพม. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เสนอ

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณา รพม. ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง (รพม. เป็นผู้นำส่งสปอตโฆษณาทางวิทยุให้ผู้รับจ้าง) ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี เป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2567 เป็นต้นไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 กำหนดให้ออกอากาศสปอตโฆษณา รพม. ทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง จำนวนไม่น้อยกว่า 3 สถานี และจะมี/ไม่มีสถานีวิทยุประเภทข่าวสารก็ได้ โดยมีข้อยกเว้นไม่ออกอากาศในสถานีวิทยุจราจร โดยสถานีวิทยุทั้งหมดที่ใช้เผยแพร่สปอตโฆษณา ต้องมีจำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รพม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากสถานีที่ได้รับการจัดอันดับความนิยม (Rating) ในช่วงอันดับ 1 - 22 จากกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 1 (หน้า 8)

5.1.2 กำหนดให้ต้องมีสถานีวิจัยไม่น้อยกว่า 4 สถานี ที่แต่ละสถานีมีการออกอากาศสปีดโฆษณา รฟม. ทุกวันตลอด 1 เดือน โดยออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ในช่วงเวลา 06.00 – 09.00 น. และช่วงเวลา 16.00 – 21.00 น. ทั้งนี้ การออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุทุกสถานีรวมกัน จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน ของงานจ้างฯ นี้

5.1.3 กำหนดให้ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง รวมกันไม่น้อยกว่า 546 ครั้ง ทั้งนี้ ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุทุกประเภท รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 732 ครั้ง

ตัวอย่างการเผยแพร่สปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุ ตามข้อ 5.1	
สถานีที่ 1 (อยู่ใน 22 อันดับ)	ออกอากาศในเดือนที่ 1 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง
สถานีที่ 2 (อยู่ใน 22 อันดับ)	ออกอากาศในเดือนที่ 2 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง
สถานีที่ 3 (อยู่ใน 22 อันดับ)	ออกอากาศในเดือนที่ 3 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง
สถานีที่ 4 (อยู่ใน 22 อันดับ)	ออกอากาศในเดือนที่ 4 ทุกวัน วันละ 6 ครั้ง
สถานีที่ 5 (อยู่ใน 22 อันดับ)	ไม่จำกัด
สถานีที่ (อยู่ใน 22 อันดับ)	ไม่จำกัด

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปีดโฆษณา รฟม. ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง (รฟม. เป็นผู้นำส่งสปีดโฆษณาทางวิทยุให้ผู้รับจ้าง) ไปเผยแพร่ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ห้าง เป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2567 เป็นต้นไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 กำหนดให้ออกอากาศสปีดโฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ห้าง ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกจากห้างที่มีสาขาจำนวนมากและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย รายละเอียดปรากฏตามเอกสารอ้างอิง 2 (หน้า 10)

5.2.2 กำหนดให้ออกอากาศสปีดโฆษณา รฟม. ในแต่ละห้าง ทุกวันต่อเนื่อง ห้างละ 1 - 2 เดือน โดยออกอากาศวันละไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง ทั้งนี้ การออกอากาศสปีดโฆษณาในทุกห้างรวมกัน จะต้องครอบคลุมตลอดระยะเวลา 4 เดือน ของงานจ้างฯ นี้

5.3 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

5.3.1 รฟม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับ เฉพาะกรณีที่มีการถ่ายทอดสดวิทยุรวมการเฉพาะกิจ หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของสถานี หรือมีการปรับผังการออกอากาศของทางสถานี หรือมีการเปลี่ยนแปลงคลื่นความถี่ของสถานีเดิม หรือมีการสิ้นสุดสัมปทาน/ปิดกิจการของสถานี หรือกรณีที่เหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม หรือในสถานีอื่นที่มีอันดับความนิยมสูงกว่าสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ โดยผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ทันทีที่ทราบถึงเหตุผลความจำเป็นให้เปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศ หรือ ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่งดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ และแนบหนังสือแจ้งการงดออกอากาศของสถานีหรือรายการมาด้วยทุกครั้ง พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา และ/หรือ สถานีที่ออกอากาศชดเชย

5.3.2 หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 5.3.1 ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจะได้ออกอากาศชดเชย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ และผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้งล่วงหน้า 3 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา ออกอากาศชดเชย

5.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่สปีดโฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ พร้อมทั้งสรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ เป็นรายเดือน โดยจัดทำเป็นรูปเล่ม 1 ชุด และ Soft File ข้อมูลส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด

6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ดังนี้

6.1 เอกสารหลักฐานด้านคุณสมบัติ

6.1.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ/หรือ ประกอบกิจการด้านการเผยแพร่สปีดโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุในประเทศไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

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

6.2 เอกสารด้านเทคนิค

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานเผยแพร่สปีดโฆษณา ดังนี้

- ตารางออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM ที่มีการระบุสถานีวิทยุ วันที่ เวลา จำนวนความถี่ต่อวันและสรุปความถี่รวมให้ชัดเจน ทั้งนี้ ขอให้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับสถานีวิทยุที่เลือกใช้ ได้แก่ ฐานผู้ฟัง รูปแบบรายการในช่วงเวลาที่เลือกออกอากาศ มาพร้อมกันด้วย

- ตารางออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ โดยระบุห้างจำนวนสาขา วันที่ เวลา จำนวนความถี่และสรุปความถี่รวมให้ชัดเจน

6.2.2 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ รฟม. โดยระบุมูลค่าของข้อเสนอ

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอมีหน้าที่นำตัวอย่างผลงานที่เคยทำตามข้อ 6.1.2 พร้อมทั้งเอกสารด้านเทคนิคตามข้อ 6.2.1 - 6.2.2 ทั้งหมด มาเสนอต่อ รฟม. ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคาทางระบบฯ การรถไฟฯขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่) อาคาร 1 ฝ่ายจัดซื้อและบริการ ชั้น 6 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

7. เกณฑ์การพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาค้างนี้ โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

/1) ราคาที่...

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

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1)	<u>ราคาที่ยื่นเสนอ</u> (ร้อยละ 20)	<u>100</u>
2)	<u>คุณภาพและคุณสมบัติ</u> (ร้อยละ 80)	<u>100</u>
	(2.1) แผนการเผยแพร่สปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM - ความเหมาะสมในการเลือกสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ออกอากาศ - ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง - ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด	(45)
	(2.2) แผนการเผยแพร่สปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ - จำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ออกอากาศ - ความต่อเนื่องในการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์แต่ละห้าง - ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด	(40)
	(2.3) ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ	(5)
	(2.4) ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม.	(10)

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

8. งบประมาณในการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 190 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน ถึง คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จำนวน 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 หลังจากเผยแพร่สปีดโฆษณาของเดือนที่ 1 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สปีดโฆษณา รฟม. ของเดือนที่ 1 จำนวน 1 ชุด พร้อมทั้งลงลายมือชื่อกำกับ และ Soft File ข้อมูลส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์

/- ใบยืนยัน...

- ใบยืนยันการออกอากาศสปีดโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
- สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดที่ 2 หลังจากเผยแพร่สปีดโฆษณาของเดือนที่ 2 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สปีดโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 2 จำนวน 1 ชุด พร้อมทั้งลงลายมือชื่อกำกับ และ Soft File ข้อมูลส่งทางอีเมลที่ รพม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสปีดโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดที่ 3 หลังจากเผยแพร่สปีดโฆษณาของเดือนที่ 3 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สปีดโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 3 จำนวน 1 ชุด พร้อมทั้งลงลายมือชื่อกำกับ และ Soft File ข้อมูลส่งทางอีเมลที่ รพม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสปีดโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

งวดสุดท้าย หลังจากเผยแพร่สปีดโฆษณาของเดือนที่ 4 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 4
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สปีดโฆษณา รพม. ของเดือนที่ 4 จำนวน 1 ชุด พร้อมทั้งลงลายมือชื่อกำกับ และ Soft File ข้อมูลส่งทางอีเมลที่ รพม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสปีดโฆษณา จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของห้างซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

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 (1 เดือน เท่ากับ 30 วัน) ในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างในแต่ละงวดงานนั้น

13. ลิขสิทธิ์

สเปคโฆษณาถือเป็นลิขสิทธิ์ของ รฟม. ผู้ใดจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใด โดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้

14. ผู้ประสานงาน

14.1 นางสาวสุจิตรา หล้ากาศ แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม.
โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1735

14.2 นางสาววัชรีย์ เกวลกุล แผนกสื่อสารองค์กร กองประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร รฟม.
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	ลูกทุ่งรักไทย	FM 90.0	
4	Green Wave	FM 106.5	
5	Good Time Radio	FM 88.5	
6	จส.100	FM 100.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีวิทยุจราจรสำหรับงานจ้างฯ นี้
7	EFM	FM 94.0	
8	วิทยุครอบครัวข่าว	FM 106.0	
9	FM One	FM 103.5	
10	Eazy FM	FM 105.5	(ย้ายเป็นคลื่นความถี่ FM 102.5 ตั้งแต่ 15 ก.พ. 2567)
11	Top Radio	FM 93.5	
12	Thinking Radio	FM 96.5	
13	ลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก	FM 98.5	
14	Sweet FM	FM 89.5	
15	KCS Radio Station	FM 89.0	
16	Metro Life	FM 95.5	
17	Active Radio	FM 99.0	
18	สวพ.91	FM 91.0	รฟม. ขอยกเว้นสถานีวิทยุจราจรสำหรับงานจ้างฯ นี้
19	Smile Radio	FM 98.0	
20	Met	FM 107.0	
21	NBT Radio Thailand	FM 88.0	
22	Flex	FM 104.5	

หมายเหตุ: รฟม. ได้จัดทำรายชื่อสถานีวิทยุฯ ข้างต้น โดยอ้างอิงข้อมูลการจัดอันดับความนิยม (Rating) ของกลุ่มผู้ฟังช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร จาก Nielsen Radio Advisor ณ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567



Nielsen Radio Advisor

Market: GR BANGKOK Demographic: All People 15+ Filter Demographic: None
Survey: Survey #2 2024 Session: Mon-Sun 12:00 AM-12:00 AM MCOT ALL DAY ALL TIME
Place of Listening: All

	Sample	Potential (000's)	Cume %	Cume (000's)	Ex Aud (000's)	Ex Aud %	Share %	Tarp %	Index %	Profile %	Average Age	T.S.L.	Share % (selected)	
	95.0	1667	6863	38.9	2667	1851	69.4	30.9	2.6	100.8	99.8	47.9	11.07	30.9
	93.0	1667	6863	26.8	1842	1001	54.3	17.3	1.4	100.9	99.9	36.2	9.01	17.3
	90.0	1667	6863	12	824	353	42.8	10.4	0.9	101.1	100	48	12.07	10.4
	106.5	1667	6863	6.4	442	175	39.7	4.4	0.4	101.1	100	39.9	9.32	4.4
	88.5	1667	6863	6.3	430	120	28	3.1	0.3	101.1	100	39.6	6.49	3.1
	100.0	1667	6863	5.4	372	173	46.6	2.5	0.2	100.4	99.3	48.4	6.29	2.5
	94.0	1667	6863	5.3	361	49	13.7	1.7	0.1	101.1	100	35.6	4.28	1.7
	106.0	1667	6863	3.8	263	82	31.3	2.1	0.2	101.1	100	47.1	7.39	2.1
	103.5	1667	6863	3.6	250	106	42.3	1.6	0.1	99.9	98.8	34.9	6.16	1.6
	105.5	1667	6863	3.5	240	110	45.8	2.9	0.2	101.1	100	42.1	11.47	2.9
	93.5	1667	6863	3.2	221	37	16.9	2.3	0.2	100.8	99.7	41.6	10.03	2.3
	96.5	1667	6863	3.1	212	54	25.5	1.8	0.2	101.1	100	54.2	8.1	1.8
	98.5	1667	6863	3	205	74	35.9	1.2	0.1	101.1	100	53.9	5.26	1.2
	89.5	1667	6863	2.9	197	5	2.4	0.5	0	101.1	100	35.9	2.2	0.5
	89.0	1667	6863	2.8	193	17	8.9	1.1	0.1	101.1	100	38.3	5.23	1.1
	95.5	1667	6863	2.8	192	72	37.4	1.1	0.1	101.1	100	33.6	5.21	1.1
	99.0	1667	6863	2.6	180	74	41.4	2.5	0.2	100.5	99.4	50.5	13.13	2.5
	91.0	1667	6863	2.3	157	17	11	1.2	0.1	101.1	100	45.5	7.11	1.2
	98.0	1667	6863	1.9	130	23	17.3	0.5	0	101.1	100	51.6	3.42	0.5
	107.0	1667	6863	1.9	130	44	33.6	0.5	0	101.1	100	37.6	4.01	0.5
	88.0	1667	6863	1.9	130	18	13.7	0.8	0.1	101.1	100	47.2	5.59	0.8
	104.5	1667	6863	1.7	120	36	30	1.1	0.1	101.1	100	43.7	8.4	1.1
	100.5	1667	6863	1.6	106	33	31.2	0.9	0.1	101.1	100	46.1	8.13	0.9
	92.5	1667	6863	1.5	105	0	0	0.2	0	101.1	100	29.1	1.57	0.2
	90.5	1667	6863	1.4	98	14	14.5	0.2	0	101.1	100	29.8	2.05	0.2
	96.0	1667	6863	1.4	95	50	53	0.6	0.1	101.1	100	48.1	6.19	0.6
	104.0	1667	6863	1.2	81	11	14.1	0.5	0	101.1	100	63.1	6.17	0.5
	103.0	1667	6863	1.1	78	28	35.5	0.8	0.1	100.2	99.1	41.3	9.56	0.8
	91.5	1667	6863	1.1	77	16	20.3	0.5	0	101.1	100	37.4	6.09	0.5
	92.0	1667	6863	1.1	75	6	7.6	1.8	0.2	101.1	100	46.7	23.16	1.8
	101.0	1667	6863	1	70	27	37.8	0.8	0.1	101.1	100	63.7	10.22	0.8
	102.0	1667	6863	0.9	62	8	12.7	0.6	0.1	101.1	100	61.4	9.45	0.6
	87.5	1667	6863	0.9	61	19	30.6	0.9	0.1	101.1	100	47.1	14.16	0.9
	94.5	1667	6863	0.9	59	0	0	0.3	0	101.1	100	38.2	5.01	0.3
	105.0	1667	6863	0.8	54	15	28.5	0.3	0	101.1	100	50.2	5.35	0.3
	101.5	1667	6863	0.5	32	0	0	0.1	0	101.1	100	57.5	2.41	0.1
	97.0	1667	6863	0.2	15	5	31.2	0	0	101.1	100	32.6	1.4	0
	102.5	1667	6863	0.1	7	4	53.1	0	0	101.1	100	39.5	1.5	0
	97.5	1667	6863	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	99.5	1667	6863	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total	1667	6863	100	6863	0	0	100	8.3	100.9	99.8	44.6	14	100

รายชื่อห้างซูเปอร์สโตร์
สำหรับผู้ยื่นข้อเสนอใช้ประกอบการจัดทำแผนเผยแพร่สปอตโฆษณา รฟม.

ห้าง	จำนวนสาขา Guarantee
Tops	250
Tesco Lotus	220
Big C	205
Makro	140

**หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างเผยแพร่สื่อดิจิทัลโฆษณาทางวิทยุของ รฟม. ประจำปีงบประมาณ 2567**

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

1. ราคาที่ยื่นเสนอ (Price)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาราคา (Price) โดยระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ โดยมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน

2. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ **กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80**

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 100 คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดการให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคแต่ละหัวข้อ ดังนี้

2.1 แผนการเผยแพร่สื่อดิจิทัลโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (45 คะแนน)

2.1.1 ความเหมาะสมในการเลือกสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้ออกอากาศ (20 คะแนน)

พิจารณาเฉพาะสถานีวิทยุที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.1 เท่านั้น โดย รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบ โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอสถานีวิทยุตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นตามสัดส่วน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(1) จำนวนสถานีวิทยุทั้งหมดที่เลือกใช้และการจัดตารางออกอากาศสื่อดิจิทัลโฆษณา รฟม. ในแต่ละสถานี มีความเหมาะสม (8 คะแนน)

(2) สถานีวิทยุทั้งหมดที่เลือกใช้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ที่เป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าในปัจจุบัน หรือมีแนวโน้มจะดังมาเป็นผู้ใช้บริการในอนาคตได้ และ/หรือ มีกลุ่มผู้ฟังที่เป็นคนรุ่นใหม่ (Generation Z, Y) และ/หรือ มีความหลากหลายครอบคลุมทุกฐานผู้ฟัง (6 คะแนน)

(3) สถานีวิทยุทั้งหมดที่เลือกใช้ครอบคลุมแนวเพลง และ/หรือ รูปแบบรายการที่หลากหลาย *พิจารณาเฉพาะช่วงเวลาที่ใช้ ออกอากาศสื่อดิจิทัลโฆษณา รฟม.* (6 คะแนน)

2.1.2 ความถี่ออกอากาศสื่อดิจิทัลโฆษณาทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิง (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุประเภทบันเทิงเฉพาะที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.1 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ หรือนำเสนอความถี่ออกอากาศในสถานีวิทยุประเภทบันเทิงรวมกันน้อยกว่า 546 ครั้ง จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.1.3 ความถี่ออกอากาศสื่อดิจิทัลโฆษณาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกประเภทเฉพาะที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.1 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 10 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้

คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอความถี่ออกอากาศในทุกสถานีรวมทั้งสิ้นน้อยกว่า 732 ครั้ง จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.2 แผนการเผยแพร่สปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ (40 คะแนน)

2.2.1 จำนวนห้างซูเปอร์สโตร์ที่ใช้ออกอากาศ (10 คะแนน) พิจารณาเฉพาะห้างซูเปอร์สโตร์ที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.2 เท่านั้น โดยจะให้น้ำหนักคะแนน

- 3 ห้างขึ้นไป (10 คะแนน)
- 2 ห้าง (6 คะแนน)

2.2.2 ความต่อเนื่องในการออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์แต่ละห้าง (10 คะแนน)

- มี 3 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนขึ้นไป (10 คะแนน)
- มี 2 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนขึ้นไป (7 คะแนน)
- มี 1 ห้าง ออกอากาศต่อเนื่องทุกวันเป็นระยะเวลา 2 เดือนขึ้นไป (5 คะแนน)

2.2.3 ความถี่ออกอากาศสปีดโฆษณาทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด (20 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการเผยแพร่โฆษณา รฟม. ทางสถานีวิทยุภายในห้างซูเปอร์สโตร์เฉพาะที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 5.2 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวมสูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 20 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3 ประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ (5 คะแนน) ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างฯ ข้อ 4.12 ให้น้ำหนักคะแนน

- มีตัวอย่าง 2 ผลงานขึ้นไป (5 คะแนน)
- มีตัวอย่าง 1 ผลงาน (3 คะแนน)

2.4 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (10 คะแนน)

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

- เป็นข้อเสนอที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. (5 คะแนน)
- มูลค่าของข้อเสนอ (5 คะแนน)