

ขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference : TOR)
จ้างสื่อสารภาพลักษณ์ รฟม. ผ่านสื่อวิทยุ ประจำปีงบประมาณ 2569

1. ความเป็นมา หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีภารกิจหลักในการพัฒนาและขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและเมืองหลักของประเทศ โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ เริ่มใช้ในปีงบประมาณ 2569 คือ “องค์กรชั้นนำในการขับเคลื่อนระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเดินทางและเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน” เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ รฟม. ต้องมีบทบาทในการกำกับดูแลการให้บริการรถไฟฟ้ามหานคร หรือ รถไฟฟ้า MRT รวม 4 สาย ได้แก่ สายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน) สายฉลองรัชธรรม (สายสีม่วง) สายนคราพิพัฒน์ (สายสีเหลือง) และสายวิวัฒน์นคร (สายสีชมพู) รวมถึงการรองรับความเป็นไปได้ในอนาคตตามแนวนโยบายของกระทรวงคมนาคมที่จะผลักดันให้ รฟม. เป็น “Single Ownership” บริหารรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนทุกสายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดย รฟม. ตั้งเป้าหมายที่จะกำกับการให้บริการรถไฟฟ้าให้มีมาตรฐานที่ดีและปลอดภัย ตรงต่อเวลา มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รองรับการเดินทางของคนทุกคนอย่างเท่าเทียม มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ตอบสนองวิถีชีวิตคนยุคใหม่ ทั้งยังมีราคาที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องต่อความคาดหวังของประชาชนผู้ใช้บริการในทุกมิติ นอกจากนี้ รฟม. ยังได้รับมอบหมายจากรัฐบาลและกระทรวงคมนาคมให้ดำเนินโครงการระบบขนส่งมวลชนในเมืองหลักของภูมิภาค อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา พิษณุโลก และสงขลา ซึ่งเป็นความท้าทายใหม่ของ รฟม. ที่จะบุกเบิกรูปแบบใหม่ของการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะในพื้นที่จังหวัดดังกล่าว เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจในเมืองหลักของภูมิภาคอีกด้วย

ดังนั้น รฟม. จึงมีความประสงค์จะดำเนินการสื่อสารภาพลักษณ์ รฟม. ผ่านสื่อวิทยุ โดยสื่อสารในรูปแบบการโฆษณาแบบสปอตวิทยุ และจึงเกิดวิทยุ รวมถึงดีเจพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ คนวัยทำงาน ตลอดจนประชาชนทั่วไปได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง และก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีแก่ รฟม.

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รฟม. ในฐานะองค์กรชั้นนำในการขับเคลื่อนระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเดินทางและเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน

2.2 เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความเชื่อมั่นและให้การสนับสนุน รฟม. ในการดำเนินการกำกับดูแลการให้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนอย่างเต็มศักยภาพ

2.3 เพื่อให้ประชาชนในเมืองหลักของภูมิภาคตระหนักรู้ถึงคุณประโยชน์ของการมีระบบขนส่งมวลชนที่ดีที่จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของตนเองในอนาคต

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

3.2 ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 ประชาชนทั่วไปที่อยู่ในจังหวัดอื่นที่มีโครงการระบบขนส่งมวลชนของ รฟม.

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือการทำสัญญากับหน่วยงานรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้เวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 4.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- 4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ รพม. ณ วันประกาศ ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- 4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง
- 4.11 กำหนดรายละเอียดของกิจการร่วมค้า ตามหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ)0405.2/ว581 ลงวันที่ 7 ธันวาคม 2563 ดังนี้
 - ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
 - กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย
 - กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน
 - กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า
- 4.12 กำหนดรายละเอียด มูลค่าสุทธิ ตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการเร่งรัดการปฏิบัติงานตามสัญญาและการกำหนดคุณสมบัติของผู้มีสิทธิยื่นข้อเสนอ ดังนี้

- ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามเงื่อนไขข้อ 1.1 – 1.2 ของหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรณียกเลิกกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 เรื่องแนวทางปฏิบัติในการเร่งรัดการปฏิบัติงานตามสัญญาและการกำหนดคุณสมบัติของผู้มีสิทธิยื่นข้อเสนอ และเป็นไปตามเงื่อนไขข้อ 1.1 – 1.4 ของหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรณียกเลิกกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว814 ลงวันที่ 26 ธันวาคม 2567 เรื่อง แนวทางปฏิบัติการพิจารณามูลค่าสุทธิของกิจการสำหรับนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ และบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย

5. ขอบเขตงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสปีดวิทยุให้แก่ รฟม. ความยาว 30 วินาที จำนวน 2 เรื่อง โดยนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องตามความเป็นมา หลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ รวมถึงเป็นสปีดวิทยุที่ รฟม. สามารถนำไปใช้เผยแพร่ต่อเนื่องได้ในระยะยาว ทั้งนี้ ห้ามการใช้ AI ในทุกขั้นตอนของการสร้างสรรค์บทและผลิตสปีดวิทยุของ รฟม. และให้ผู้รับจ้างประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รฟม. ในการผลิตสปีดวิทยุ

5.2 ผู้รับจ้างจะต้องนำข้อความ “รฟม. สร้างโครงข่ายรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน เพื่อยกระดับชีวิตเมือง” ไปผลิตจingleวิทยุให้แก่ รฟม. จำนวน 1 ชิ้นงาน ทั้งนี้ ห้ามการใช้ AI ในทุกขั้นตอนของการผลิตจingleวิทยุของ รฟม. และให้ผู้รับจ้างประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รฟม. ในการผลิตจingleวิทยุ

5.3 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนและดำเนินการออกอากาศสปีดวิทยุของ รฟม. ซึ่งประกอบด้วย สปีดวิทยุตามข้อ 5.1 และจingleวิทยุตามข้อ 5.2 ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM ให้มีความเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างทั่วถึง และสร้างการจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

5.3.1 กำหนดให้เลือกออกอากาศในสถานีวิทยุ หรือ ในรายการวิทยุของสถานีวิทยุ ไม่น้อยกว่า 4 สถานี จากตัวเลือกนี้

- Cool Farenheit (FM 93.0)
- Green Wave (FM 106.5)
- EFM (FM 94.0)
- Flex (FM 104.5)
- MET (FM 107.0)
- สถานีวิทยุครอบครัวข่าว (FM 106.0)
- ลูกทุ่งมหานคร (FM 95.0)
- ลูกทุ่งรักไทย (FM 90.0)

(หมายเหตุ: กรณีสถานีวิทยุมีการเปลี่ยนแปลงคลื่นความถี่ ณ วันที่ออกอากาศ ให้ยึดตามชื่อสถานีเป็นหลัก)

5.3.2 กำหนดให้ความถี่ออกอากาศรวมของสปีดวิทยุในสถานีวิทยุ ไม่น้อยกว่า 600 ครั้ง ภายในระยะเวลา 4 เดือน

5.3.3 กำหนดให้ความถี่ออกอากาศรวมของจingleวิทยุในสถานีวิทยุ ไม่น้อยกว่า 250 ครั้ง ภายในระยะเวลา 4 เดือน

5.3.4 กำหนดให้มีการออกอากาศสปีดวิทยุ และ/หรือ จingleวิทยุ ในสถานีวิทยุ ทุกวัน ในช่วงเวลา 06.00 – 23.00 น. ตลอดระยะเวลา 4 เดือน ทั้งนี้ ไม่กำหนดความถี่ขั้นต่ำในแต่ละวัน

5.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการพูดข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ความยาว 1 นาที ทางสถานีวิทยุตามที่ รฟม. กำหนดไว้ในข้อ 5.3.1 จำนวน 3 ครั้ง ภายในระยะเวลา 4 เดือน ทั้งนี้ ให้ผู้รับจ้างประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รฟม. ในการเตรียมสคริปต์ข่าวประชาสัมพันธ์และวันที่ออกอากาศ

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนและดำเนินการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ซึ่งประกอบด้วย สปอตวิทยุตามข้อ 5.1 และจึงเกิดวิทยุตามข้อ 5.2 ในห้างซูเปอร์สโตร์ ให้มีความเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ได้อย่างทั่วถึง และสร้างการจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

5.5.1 กำหนดให้เลือกออกอากาศในห้างซูเปอร์สโตร์ ไม่น้อยกว่า 2 ห้าง จากตัวเลือกนี้

- Lotus HDE
- Big C
- Tops
- Makro

5.5.2 กำหนดให้มีการออกอากาศสปอตวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ ทุกวัน วันละไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง/สาขา ตลอดระยะเวลา 4 เดือน

5.5.3 กำหนดให้มีการออกอากาศจึงเกิดวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ ทุกวัน วันละไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง/สาขา ตลอดระยะเวลา 4 เดือน

5.6 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบจัดทำโปสเตอร์ (แนวตั้ง และแนวนอน) สรุปรวมตารางการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM และในห้างซูเปอร์สโตร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์และ Digital Signage ของ รฟม. ก่อนวันเริ่มออกอากาศ ทั้งนี้ ให้ผู้รับจ้างประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รฟม. ในการจัดทำ

5.7 กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ

5.7.1 รฟม. จะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศโดยไม่คิดค่าปรับ เฉพาะกรณีที่ มีการถ่ายทอดสดวิทยุรวมการเฉพาะกิจ หรือมีการถ่ายทอดรายการพิเศษของสถานี หรือมีการปรับผังการออกอากาศของทางสถานี หรือมีการเปลี่ยนแปลงคลื่นความถี่ของสถานีเดิม หรือมีการสิ้นสุดสัมปทาน/ปิดกิจการของสถานี หรือกรณีที่เป็นเหตุสุดวิสัยเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม หรือในสถานีอื่นที่ รฟม. กำหนดไว้ในข้อ 5.3.1 หรือ มีอันดับความนิยมสูงกว่าสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ โดยผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง ทันทีที่ทราบถึงเหตุผลความจำเป็นให้เปลี่ยนแปลงแผนการออกอากาศ หรือ ภายใน 5 วัน นับถัดจากวันที่ดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ และแนบหนังสือแจ้งการงดออกอากาศของสถานีหรือรายการมาด้วยทุกครั้ง พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา และ/หรือ สถานีที่ออกอากาศชดเชย

5.7.2 หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการออกอากาศได้ตามที่เสนอไว้ โดยมีสาเหตุนอกเหนือจากข้อ 5.7.1 ผู้รับจ้างจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้างในแต่ละงวดจนกว่าจะได้ ออกอากาศชดเชย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกอากาศชดเชยจนครบถ้วนในสถานีเดิม และจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดิมที่เสนอไว้ และผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้งล่วงหน้า 3 วัน ก่อนถึงวันที่กำหนดดออกอากาศ โดยระบุสาเหตุ พร้อมทั้งแจ้งวันที่ - เวลา ออกอากาศชดเชย

5.8 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการสื่อสารภาพลักษณ์ รฟม. ผ่านสื่อวิทยุ พร้อมทั้งสรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ เป็นรายเดือน โดยจัดทำเป็น Soft File ข้อมูล ส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด

6. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

- 6.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมกับรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกับการเสนอราคา ดังนี้
- 6.1.1 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล
 - 6.1.2 สำเนาหนังสือบริษัทหนี้สิน
 - 6.1.3 บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ
 - 6.1.4 บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)
 - 6.1.5 ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)
 - 6.1.6 หนังสือมอบอำนาจ (ถ้ามี)
 - 6.1.7 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า ตามข้อ 4.11

6.1.8 งบแสดงฐานะการเงินที่ตรวจรับรองแล้ว 1 ปีสุดท้าย และหากเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปีแล้ว อย่างไรก็ตาม หากไม่มีมูลค่าสุทธิเพียงพอ สามารถยื่นหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่าโครงการ ตามข้อ 4.12

6.2 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำข้อเสนอด้านเทคนิคมาเสนอต่อ รฟม. เป็น Presentation หรือคลิปวิดีโอ และจัดทำเอกสารเป็นรูปเล่มอย่างน้อย 2 ชุด เพื่อประกอบการพิจารณา ณ อาคารสำนักงาน รฟม. ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันที่ยื่นเสนอราคา ทั้งนี้ รฟม. จะเป็นผู้กำหนดวัน และเวลา โดยจะแจ้งให้ทราบภายหลัง และ รฟม. จะพิจารณาไม่ผ่านคุณสมบัติด้านเทคนิค หากผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่นำเสนองานตามวันและเวลาที่ รฟม. กำหนด โดยมีข้อเสนอด้านเทคนิค ดังนี้

6.2.1 บทสพอทวิทย์ จำนวน 2 เรื่อง พร้อมทั้งอธิบายแนวคิด Mood & Tone กลวิธี/รูปแบบ การนำเสนอของสพอทวิทย์สู่กลุ่มผู้ฟัง และเทคนิคที่ใช้ในการผลิตพอสั่งเซป รวมถึงเสนอรายชื่อโฆษกพร้อมตัวอย่างเสียง (ผลงานเก่าของโฆษกที่เสนอ)

6.2.2 แผนการออกอากาศสพอทวิทย์และจิงเกิ้ลวิทย์ของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM รายละเอียดประกอบด้วย ตารางการออกอากาศฯ รายเดือนที่แสดง ชื่อสถานีวิทยุ หรือ รายการวิทยุของสถานีนั้นๆ การระบุวันและช่วงเวลาออกอากาศ การระบุความถี่สพอทวิทย์ การระบุความถี่จิงเกิ้ลวิทย์ และข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับฐานผู้ฟัง อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ โลฟส์สไตล์ เรตติ้ง มีการออกอากาศในช่องทางออนไลน์ร่วมด้วย ฯลฯ พร้อมหลักฐานอ้างอิง (ถ้ามี) ของสถานีวิทยุหรือรายการวิทยุนั้นๆ ทั้งนี้ ขอให้ระบุสถานีวิทยุและเดือนที่คาดว่าจะใช้ออกอากาศข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. จำนวน 3 ครั้ง มาพร้อมกันด้วย

6.2.3 แผนการออกอากาศสพอทวิทย์และจิงเกิ้ลวิทย์ของ รฟม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ รายละเอียดประกอบด้วย ตารางการออกอากาศฯ รายเดือนที่แสดงชื่อห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนสาขาทั่วประเทศ จำนวนสาขาในจังหวัดที่มีโครงการระบบขนส่งมวลชนของ รฟม. การระบุวันและช่วงเวลาออกอากาศ การระบุความถี่สพอทวิทย์ การระบุความถี่จิงเกิ้ลวิทย์ และข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับฐานผู้ฟัง อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ โลฟส์สไตล์ จำนวนลูกค้า ฯลฯ พร้อมหลักฐานอ้างอิง (ถ้ามี) ของห้างซูเปอร์สโตร์นั้นๆ

6.2.4 แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) เบื้องต้น ในกรอบระยะเวลา 180 วัน ของงานจ้างฯ นี้

6.2.5 สำเนาหนังสือรับรองผลงาน และ/หรือ สำเนาสัญญาจ้างหรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order) และลงนามโดยผู้มีอำนาจ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในประเทศไทย ในลักษณะหรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ได้แก่ ผลงานด้านการผลิต และ/หรือ ออกอากาศสพอทวิทย์หรือสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ

ให้แก่งานส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชนที่น่าเชื่อถือ โดยมีผลงานอย่างน้อย 1 ผลงาน และต้องเป็นผลงานที่
ตรวจรับสมบูรณ์แล้วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นเอกสารประกวดราคา

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผล
ผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

7. หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

รฟม. จะพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคาครั้งนี้ โดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

7.1 ด้านราคาที่เสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 หลักเกณฑ์ราคา (Price) ระบบจัดซื้อ
จัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ

7.2 ด้านคุณภาพ (Performance) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 การพิจารณาด้านคุณภาพ
คิดคะแนนเต็ม 100 คะแนน (คิดเป็นร้อยละ 80) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ	คะแนน
1)	<u>บทสพอตวิทยุ จำนวน 2 เรื่อง</u> การให้คะแนนพิจารณาจากความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบทสพอตวิทยุ รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสพอตวิทยุ ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้ฟังได้ดี ถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ที่สร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มผู้ฟังได้ สร้างการจดจำได้ดี และใช้เผยแพร่ต่อเนื่องได้ในระยะยาว ทั้งนี้ ห้ามการใช้ AI ในทุกขั้นตอนการออกแบบและผลิตสพอตวิทยุและจึงเกิดวิทยุของ รฟม.	(25)
2)	<u>แผนการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM</u> การให้คะแนนพิจารณาจากแผนการออกอากาศสพอตวิทยุและจึงเกิดวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM เฉพาะที่ตรงตามขอบเขตงานนี้ ซึ่งมีความเหมาะสมในการวางแผนการออกอากาศฯ ทั้งด้านการเลือกใช้สถานีวิทยุหรือรายการวิทยุของสถานีนั้นๆ สำหรับการออกอากาศสพอตวิทยุ จึงเกิดวิทยุ และข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. และด้านการวางแผนกระจายความถี่ออกอากาศ โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. เป็นสำคัญ รวมถึงพิจารณาความถี่ออกอากาศรวมของสพอตวิทยุและความถี่ออกอากาศรวมของจึงเกิดวิทยุในสถานีวิทยุทั้งหมด ตลอดระยะเวลา 4 เดือน	(40)
3)	<u>แผนการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ทางสถานีวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์</u> การให้คะแนนพิจารณาจากแผนการออกอากาศสพอตวิทยุและจึงเกิดวิทยุของ รฟม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ เฉพาะที่ตรงตามขอบเขตงานนี้ ซึ่งมีความเหมาะสมในการวางแผนการออกอากาศฯ ทั้งด้านการเลือกใช้ห้างซูเปอร์สโตร์ และด้านการวางแผนกระจายความถี่ออกอากาศ โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. เป็นสำคัญรวมถึงพิจารณาความถี่ออกอากาศรวมของสพอตวิทยุ และความถี่ออกอากาศรวมของจึงเกิดวิทยุในห้างซูเปอร์สโตร์ทั้งหมด ตลอดระยะเวลา 4 เดือน	(30)
4)	<u>ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ</u>	(5)

8. ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงานภายใน 180 วัน นับจากวันที่ลงนามสัญญาจ้าง

9. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน จำนวน 4 งวด ให้ รฟม. ดังนี้

9.1 **งวดที่ 1** หลังจากผลิตและเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 1 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 1
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 1 ในรูปแบบ Soft File ส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - บทสปอตวิทยุที่ได้รับการอนุมัติจาก รฟม.
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และในทางซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของทางซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ
- 3) ต้นฉบับสปอตวิทยุ จำนวน 2 เรื่อง และต้นฉบับจึงเกิดวิทยุ รฟม. คุณภาพไฟล์ WAV และ MP3 บรรจุในรูปแบบ USB/Flash Drive (Type-A หรือ Type-C) จำนวน 1 ชุด และส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด

9.2 **งวดที่ 2** หลังจากเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 2 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 2
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 2 ในรูปแบบ Soft File ส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และในทางซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของทางซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

9.3 **งวดที่ 3** หลังจากเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 3 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 3
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 3 ในรูปแบบ Soft File ส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และในทางซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของทางซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

9.4 **งวดที่ 4** หลังจากเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 4 ครบถ้วนแล้ว จะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป ประกอบด้วย

- 1) หนังสือส่งมอบงาน และใบแจ้งหนี้ งวดที่ 4
- 2) รายงานสรุปผลการเผยแพร่สื่อวิทยุของ รฟม. ของเดือนที่ 4 ในรูปแบบ Soft File ส่งทางอีเมลที่ รฟม. เป็นผู้กำหนด โดยมีเนื้อหาประกอบด้วย
 - ตารางสรุปผลการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และในทางซูเปอร์สโตร์
 - ใบยืนยันการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. จากสถานีวิทยุกระจายเสียง และจากบริษัทเจ้าของทางซูเปอร์สโตร์
 - สรุปมูลค่าการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงสื่อ

10. งวดและการจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระเงินค่าจ้าง โดยแบ่งออกเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 25 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนตามข้อ 9.1 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 25 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนตามข้อ 9.2 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 25 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนตามข้อ 9.3 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 4 กำหนดจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานร้อยละ 25 ของวงเงินการจ้าง เมื่อส่งมอบงานถูกต้องครบถ้วนตามข้อ 9.4 และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

11. วงเงินที่ได้รับการจัดสรร

ภายในวงเงิน 2,500,000 บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

12. อัตราค่าปรับ

12.1 กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รฟม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าว เป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

12.2 กรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานตามงวดงานให้ รฟม. ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดตามข้อ 9 ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. ปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.1 ของเงินค่าจ้างตามงวดงานนั้น นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จของสัญญา หรือวันที่ รฟม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง

13. สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องสำหรับงานจ้างนี้ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของ รฟม. ทั้งหมด ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานสื่อวิทยุของ รฟม. ที่ผลิตสมบูรณ์ ต้นฉบับ เสียงดนตรีประกอบ เสียงผู้บรรยาย พร้อมทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ในการจัดทำสื่อวิทยุให้ รฟม. โดยถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของ รฟม. ทั้งหมด โดย รฟม. สามารถนำสื่อที่ผู้รับจ้างจัดทำ ไปพัฒนา ปรับปรุง และเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในช่องทางของ รฟม. ได้ในอนาคต **ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่ หรือดำเนินการอย่างอื่นอย่างใดโดยไม่ผ่านความเห็นชอบของ รฟม. ก่อนมิได้ และ**

สื่อที่ผู้รับจ้างทำจะต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นโดยเด็ดขาด หากเกิดปัญหาหรือความเสียหายขึ้น ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวและไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

14. ผู้ประสานงาน

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

**หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ
งานจ้างสื่อสารภาพลักษณ์ รฟม. ผ่านสื่อวิทยุ ประจำปีงบประมาณ 2569**

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ รฟม. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (Price Performance)

1. ด้านราคาที่เสนอ (Price)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20

หลักเกณฑ์ราคา (Price) ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) จะคำนวณคะแนนให้อัตโนมัติ

2. ด้านคุณภาพ (Performance)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

การพิจารณาด้านคุณภาพคิดคะแนนเต็ม 100 คะแนน (คิดเป็นร้อยละ 80) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ และมีรายละเอียดการให้คะแนนในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอแต่ละหัวข้อ ดังนี้

2.1 บทสพอัตวิทย์ จำนวน 2 เรื่อง (25 คะแนน)

เนื่องจากการออกแบบบทสพอัตวิทย์ รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ อาทิ แนวคิด Mood & Tone กลวิธี/รูปแบบการนำเสนอของสพอัตวิทย์สู่กลุ่มผู้ฟัง เทคนิคที่ใช้ในการผลิต ตัวอย่างเสียงโฆษก ฯลฯ เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานความคิดของแต่ละบุคคล จึงไม่อาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอบทสพอัตวิทย์ทั้ง 2 เรื่อง (รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสพอัตวิทย์) ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นลงมา โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- (1) ดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้ฟังได้ดี (มีความแปลกใหม่/โดดเด่น/เป็นไวรัล) (12 คะแนน)
- (2) ถ่ายทอดเรื่องราวได้สอดคล้องตามที่กำหนด (6 คะแนน)
- (3) สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของ รฟม. ที่สร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มผู้ฟังได้ (3 คะแนน)
- (4) สร้างการจดจำได้ดี (2 คะแนน)
- (5) ใช้เผยแพร่ต่อเนื่องได้ในระยะยาว (2 คะแนน)

2.2 แผนการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (40 คะแนน)

2.2.1 ความเหมาะสมในการวางแผนการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการออกอากาศสพอัตวิทย์และจิงเกิ้ลวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM เฉพาะที่ตรงตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน ข้อ 5.3.1 – 5.3.4 เท่านั้น แต่เนื่องจากการวางแผนการออกอากาศฯ มีรายละเอียดประกอบด้วย ตารางการออกอากาศฯ รายเดือนที่แสดงชื่อสถานีวิทยุหรือรายการวิทยุ การระบุวันและช่วงเวลาออกอากาศ การระบุความถี่ สพอัตวิทย์ การระบุความถี่จิงเกิ้ลวิทยุ และข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับฐานผู้ฟัง อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไลฟ์สไตล์ เทรดดิ้ง มี/ไม่มีการออกอากาศในช่องทางออนไลน์ร่วมด้วย ฯลฯ พร้อมหลักฐานอ้างอิง (ถ้ามี) ของสถานีวิทยุหรือรายการวิทยุนั้นๆ รวมถึงการเสนอแผนออกอากาศข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ในสถานีวิทยุ ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. ทั้งสิ้นและจำเป็นต้อง

พิจารณาทุกรายละเอียดร่วมกันในคราวเดียว จึงไม่อาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รฟม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอแผนการออกอากาศฯ ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นลงมาตามลำดับ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(1) การเลือกใช้สถานีวิทยุหรือรายการวิทยุ (ระบุวันและช่วงเวลาออกอากาศ) สำหรับออกอากาศสพตวิทยุ จิงเกิ้ลวิทยุ และข่าวประชาสัมพันธ์ของ รฟม. ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังที่หลากหลาย สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. และเป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (9 คะแนน)

(2) มีกลยุทธ์ในการวางแผนกระจายความถี่ออกอากาศสพตวิทยุและจิงเกิ้ลวิทยุของ รฟม. ในแต่ละสถานีวิทยุหรือรายการวิทยุ ในแต่ละวันและช่วงเวลา ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (6 คะแนน)

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอแผนการออกอากาศฯ หรือ นำเสนอแผนการออกอากาศฯ ที่ไม่ตรงตามขอบเขตงานฯ ข้อ 5.3.1 – 5.3.4 ข้อใดข้อหนึ่งหรือทั้งหมด จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.2.2 ความถี่ออกอากาศรวมของสพตวิทยุ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (15 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการออกอากาศสพตวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM เฉพาะที่ตรงตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน ข้อ 5.3.1 – 5.3.2 และ 5.3.4 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอแผนการออกอากาศสพตวิทยุของ รฟม. ที่ไม่ตรงตามขอบเขตงานข้อใดข้อหนึ่งหรือทั้งหมด จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.2.3 ความถี่ออกอากาศจิงเกิ้ลวิทยุ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการออกอากาศจิงเกิ้ลวิทยุของ รฟม. ในสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM เฉพาะที่ตรงตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน ข้อ 5.3.1 และ 5.3.3 - 5.3.4 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอแผนการออกอากาศจิงเกิ้ลวิทยุของ รฟม. ที่ไม่ตรงตามขอบเขตงานข้อใดข้อหนึ่งหรือทั้งหมด จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3 แผนการออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ (30 คะแนน)

2.3.1 ความเหมาะสมในการวางแผนออกอากาศสื่อวิทยุของ รฟม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ (10 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการออกอากาศสพตวิทยุและจิงเกิ้ลวิทยุของ รฟม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ เฉพาะที่ตรงตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน ข้อ 5.5.1 – 5.5.3 เท่านั้น แต่เนื่องจากการวางแผนการออกอากาศฯ มีรายละเอียดประกอบด้วย ตารางการออกอากาศฯ รายเดือนที่แสดงชื่อห้างซูเปอร์สโตร์ จำนวนสาขาทั่วประเทศ จำนวนสาขาในจังหวัดที่มีโครงการระบบขนส่งมวลชนของ รฟม. การระบุวันและช่วงเวลาออกอากาศ การระบุความถี่สพตวิทยุ การระบุความถี่จิงเกิ้ลวิทยุ และข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับฐานผู้ฟัง อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไลฟ์สไตล์ จำนวนลูกค้า ฯลฯ พร้อมหลักฐานอ้างอิง

(ถ้ามี) ของห้างซูเปอร์สโตร์อื่นๆ ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของ รพม. ทั้งสิ้นและจำเป็นต้องพิจารณาทุกรายละเอียดร่วมกันในคราวเดียว จึงไม่อาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ในลักษณะอิงเกณฑ์ได้ แต่ รพม. จะพิจารณาให้คะแนนโดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ซึ่งผู้ยื่น ข้อเสนอที่เสนอแผนการออกอากาศฯ ตรงตามคุณสมบัติแต่ละข้อมากที่สุด จะได้คะแนนเต็มในคุณสมบัติข้อนั้นๆ และให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายลดหลั่นลงมาตามลำดับ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติดังต่อไปนี้

(1) การเลือกใช้ห้างซูเปอร์สโตร์มีความหลากหลาย ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่ม ผู้ฟังที่หลากหลาย สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของ รพม. และเป็นประโยชน์ต่อ รพม. (6 คะแนน)

(2) มีกลยุทธ์ในการวางแผนกระจายความถี่ออกอากาศสปีดวิทยุและจึงเกิดวิทยุของ รพม. ในแต่ละห้างซูเปอร์สโตร์ ในแต่ละวันและช่วงเวลา ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม. (4 คะแนน)

2.3.2 ความถี่ออกอากาศรวมของสปีดวิทยุ รพม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ (12 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการออกอากาศ สปีดวิทยุของ รพม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ เฉพาะที่ตรงตามที่กำหนดในขอบเขตงาน ข้อ 5.5.1 - 5.5.2 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวม (จำนวนวัน x ความถี่ต่อวัน x จำนวนสาขา) สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 15 คะแนน และบริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอ ความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอแผนการออกอากาศสปีดวิทยุของ รพม. ที่ไม่ตรงตามขอบเขตงานข้อใดข้อหนึ่ง หรือทั้งหมด จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.3.2 ความถี่ออกอากาศรวมของจึงเกิดวิทยุ รพม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ (8 คะแนน)

การพิจารณาให้คะแนนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาจากแผนการออกอากาศ จึงเกิดวิทยุของ รพม. ในห้างซูเปอร์สโตร์ เฉพาะที่ตรงตามที่กำหนดในขอบเขตงาน ข้อ 5.5.1 และ 5.5.3 เท่านั้น โดยบริษัทที่เสนอความถี่รวม (จำนวนวัน x ความถี่ต่อวัน x จำนวนสาขา) สูงสุดจะได้คะแนนเต็ม 8 คะแนน และ บริษัทที่เสนอต่ำลงมาจะได้คะแนนลดหลั่นลงมาตามลำดับ ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีการนำเสนอ ความถี่ออกอากาศ หรือ นำเสนอแผนการออกอากาศจึงเกิดวิทยุของ รพม. ที่ไม่ตรงตามขอบเขตงานข้อใดข้อหนึ่ง หรือทั้งหมด จะได้คะแนน 0 คะแนน

2.4 ประสิทธิภาพและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ (5 คะแนน) การให้คะแนนดังนี้

- มีตัวอย่าง 2 ผลงานขึ้นไป (5 คะแนน)
- มีตัวอย่าง 1 ผลงาน (2 คะแนน)
- ไม่มีตัวอย่างผลงานมาเสนอ (0 คะแนน)