

## ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย

## การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ...งานจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2565
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ...การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร...1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ 23 ธันวาคม 2564  
เป็นเงิน 809,000 บาท (แปดแสนเก้าพันบาทถ้วน)
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ราคาที่เคยจ้างครั้งล่าสุดภายในระยะเวลาสองปีงบประมาณ (อ้างอิงตามสัญญาจ้างเลขที่ จ(ข)27/2564 ลงวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564)
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
นายภาวิศ งามผิว พนักงานประชาสัมพันธ์ 6 กส. กกอ. สสอ..

## ขอบเขตงานจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2565

### (Terms of Reference: TOR)

#### 1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นองค์กรที่มุ่งพัฒนาโครงข่ายระบบราง ซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบขนส่งมวลชน ให้มีประสิทธิภาพและครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน จึงได้ดำเนินการโครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนพร้อมกับการพัฒนาสังคม และใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ โดยเฉพาะชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าที่ รฟม. รับผิดชอบ ซึ่งแผนวิสาหกิจ ปี 2560 - 2565 ของ รฟม. ในยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนารูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองวิถีชีวิตสังคมเมือง กลยุทธ์ที่ 3.3 พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กำหนดให้มีโครงการส่งเสริมอาชีพ ผลิตภัณฑ์ บริการและแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบริเวณแนวสายทางรถไฟฟ้าบรรจุอยู่ในแผนดังกล่าว เพื่อเพิ่มโอกาสให้แก่ประชาชนและชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณแนวสายทางรถไฟฟ้าที่เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าวให้มีรายได้มากขึ้น และเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ รฟม. ดังนั้น รฟม. จึงได้จัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้ชื่องาน “MRT MARKET” โดยนำร้านค้า/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนสินค้าคุณภาพ OTOP จากชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. มาจำหน่ายสินค้า ณ บริเวณลานหน้าอาคารจอดแล้วจร สถานีรถไฟฟ้าศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

#### 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อส่งเสริมการสร้างโอกาส และรายได้ให้แก่ชุมชนแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม.
- 2.2 เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับชุมชน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร
- 2.3 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชนปี 2565

#### 3. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง



- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 3.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- 3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- 3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นว่านั้น
- 3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง
- 3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีผลงานเกี่ยวกับการจัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชนและ/หรืองานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนตลอดจนงานแสดงสินค้า OTOP ต่างๆ หรือประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ ให้กับส่วนราชการ/หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานภาคเอกชน ที่ รพม. เชื่อถือได้ ที่ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอประกวดราคา โดยมีมูลค่าสัญญา ไม่น้อยกว่า 400,000 บาท อย่างน้อย 1 สัญญา โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแนบสำเนาเอกสารมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอ ดังนี้
- 1) สำเนาหนังสือรับรองผลงาน
  - 2) สำเนาสัญญาหรือใบสั่งซื้อสั่งจ้าง (Purchase Order)
  - 3) สำเนาขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)
- ทั้งนี้ รพม. สงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง
- 3.12 ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นกิจการร่วมค้าจะต้องถือปฏิบัติให้เป็นไปตามแนวทางปฏิบัติในการพิจารณาคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นกิจการร่วมค้าของกรมบัญชีกลาง ตามหนังสือด่วนที่สุดที่ กค(กวจ) 0405.2/ว581 ลงวันที่ 7 ธันวาคม 2563

#### 4. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

รพม. จะพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้างโดยใช้การตัดสินจากหลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) และพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด (กำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100) ดังนี้

1) ราคาที่เสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30

2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70

โดยเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (คะแนนเต็ม 200 คะแนน) ประกอบด้วย

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
4.1 แนวคิดในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์	(100)
4.1.1 แนวคิดในการออกแบบ (Concept)	50 คะแนน
- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (MRT MARKET) ให้สอดคล้องกับวิถีคนเมือง	(25 คะแนน)
- สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (MRT MARKET)	(25 คะแนน)
4.1.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งการวางแผนการผลิตและเผยแพร่	50 คะแนน
- ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ	(15 คะแนน)
- ความสวยงามโดยรวม การใช้ภาษา ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล และ/หรือมีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลประชาสัมพันธ์กับผู้รับสาร เช่น คิวอาร์โค้ดเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ของ รฟม. ที่เป็นหน้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม เป็นต้น	(15 คะแนน)
- แผนการดำเนินงาน สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผนที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2565 (Terms of Reference: TOR)	(20 คะแนน)
4.2 แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน 2565	(100)
4.2.1 กิจกรรมส่งเสริมการขาย	50 คะแนน
- จัดทำแผนการส่งเสริมการขาย ที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน	(25 คะแนน)
- ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รฟม. ได้ชัดเจน ในด้านการสร้างโอกาสและรายได้ให้แก่ชุมชนตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน	(25 คะแนน)
4.2.2 การจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนสินค้าคุณภาพ OTOP จากชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้ามหานครของ รฟม. โดยสอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนดและคำนึงถึงความหลากหลายของประเภทสินค้า	20 คะแนน
	(20 คะแนน)
4.2.3 การรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, ฝนตก, เพลิงไหม้ เป็นต้น	20 คะแนน
	(20 คะแนน)

4.2.4 การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ หรือมาตรการอื่น ๆ เพิ่มเติม	10 คะแนน (10 คะแนน)
<b>รวม</b>	<b><u>200</u></b>

## 5. ขอบเขตการดำเนินงาน

### 5.1 การกำหนดแนวคิด ออกแบบ จัดทำ ติดตั้ง และวางผังบริเวณงาน

5.1.1 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและตกแต่งรูปแบบตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน พร้อมกำหนดแผนผัง (Lay Out) ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดยนำเสนอให้ รพม. พิจารณา

5.1.2 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ ซุ้มทางเข้า และฉากเวทีให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ให้แล้วเสร็จก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 20 วัน (รวมวันหยุดราชการ) โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ลงนามสัญญา กับ รพม. และผู้รับจ้างจะต้องประสานงานนำเสนอแบบกับ รพม. จนกว่าจะเห็นชอบอนุมัติ

5.1.3 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งซุ้มบริเวณทางเข้างานให้ตรงตามแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง จำนวน 1 ชุด ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

5.1.4 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งท่อลมประชาสัมพันธ์ (Sky tube) ความสูงไม่น้อยกว่า 4 เมตร จำนวน 4 ตัว ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดยจะต้องติดตั้งให้แล้วเสร็จก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

5.1.5 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งเวทีขนาด 4.8 x 2.4 เมตร ยกพื้นสูง 0.8 เมตร และบันไดทางขึ้น 2 ทาง พร้อมโครงทึบฉากเวที รวมถึงตกแต่งให้สวยงาม และตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

5.1.6 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งบูธมาตรฐานทรงโรมัน หรือทรงปิรามิด ขนาด 3 x 3 เมตร พร้อมผ้าปิด 4 ด้าน และผ้าใบกันฝนสาด โดยบูธต้องในสภาพมั่นคงแข็งแรงก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน โดยติดตั้งบูธจำนวนไม่น้อยกว่า 20 บูธ หรือตามที่ได้ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง ภายในบูธประกอบด้วย

- ผ้าใบกันฝน หรือ ผ้าพลาสติกใสสีขาว PE (Polyethylene) กันฝน 4 x 5 เมตร จำนวน 1 ชุด
- ป้ายชื่อร้านขนาด 100 x 40 เซนติเมตร จำนวน 1 ป้าย
- โต๊ะหน้าขาว ขนาด 150 x 75 เซนติเมตร พร้อมพลาสติกคลุมโต๊ะ จำนวน 1 ตัว
- เก้าอี้พลาสติก สีขาว จำนวน 2 ตัว
- หลอดไฟยาวฟลูออเรสเซนต์ แอลอีดี พร้อมราง จำนวน 1 ดวง
- ปลั๊กไฟฟ้า 3 ขา 15 แอมป์ จำนวน 1 ชุด
- ถังขยะ ขนาดกลาง 1 ใบ
- ถูดำใส่ขยะ จำนวน 5 ใบ/วัน

/5.1.7 ผู้รับจ้าง...



5.1.7 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาถังน้ำแข็งพร้อมน้ำแข็งสำหรับผู้ประกอบการที่มีความจำเป็น ต้องเก็บวัตถุดิบและสินค้า จำนวนอย่างน้อย 1 ถึง ต่อร้านค้า/ผู้ประกอบการ ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

5.1.8 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งเต็นท์ ทรงปิรามิด ขนาด 3 x 3 เมตร สำหรับกองอำนวยการ จำนวน 1 เต็นท์ พร้อมโต๊ะหน้าขา จำนวน 4 ตัว พร้อมตกแต่งด้วยผ้าคลุมโต๊ะปิด 3 ด้าน เก้าอี้ จำนวน 8 ตัว ป้ายอำนวยการขนาด 100 x 40 เซนติเมตร จำนวน 1 ป้าย พร้อมจัดหาถังน้ำแข็งพร้อมน้ำแข็งสำหรับ ใส่น้ำดื่มเจ้าหน้าที่ประจำเต็นท์อำนวยการตลอดระยะเวลาการจัดงาน และจัดหาพัดลมขาตั้ง จำนวน 3 ตัว ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

5.1.9 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งระบบไฟ สายเมน สายโหลด จุดกระจายไฟ ไฟส่องสว่าง ภายในงานรวมทั้งติดตั้งระบบเสียง ชุดเครื่องเสียงและลำโพงกระจายเสียงบนเวทีและภายในงานให้ปลอดภัย และเพียงพอ ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน รวมถึงจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟฟ้าที่มีใบอนุญาต และเจ้าหน้าที่ระบบเสียง ประจำอยู่ในช่วงเวลา 08.00 - 20.00 น. จำนวน 2 คน ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่จัดหา เจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟฟ้าที่มีใบอนุญาต หรือเจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟฟ้าและระบบเสียง ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ตามเวลาที่กำหนดผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับตามที่ รพม. กำหนด

5.1.10 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งผ้ากันแดด/กันฝน บริเวณทางเดินระหว่างบูธให้เพียงพอ เหมาะสมก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน และต้องตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง

5.1.11 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งเต็นท์ขนาด 4 x 8 เมตร สำหรับรับประทานอาหาร จำนวน 1 เต็นท์ พร้อมโต๊ะ ชุดผ้าคลุมโต๊ะ และเก้าอี้อย่างน้อย 8 ชุด พัดลมขาตั้งอย่างน้อยจำนวน 8 ตัว และ ถึงขยะพร้อมถุงดำอย่างน้อยจำนวน 4 ใบ ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

5.1.12 ผู้รับจ้างจะต้องจัดถึงขยะพร้อมถุงดำ อย่างน้อย 8 จุด รอบบริเวณพื้นที่จัดงาน และ จัดให้มีพนักงานรักษาความสะอาดดูแลพื้นที่จัดงาน ในช่วงเวลา 08.00 - 20.00 น. อย่างน้อย 2 คน โดยต้อง เก็บขยะไม่ให้ล้นเพื่อรักษาพื้นที่ให้สะอาดเป็นระเบียบ และรวบรวมนำขยะไปทิ้งในพื้นที่ที่เหมาะสม โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดเจ้าหน้าที่ในการจัดการขยะ ทุก 2 ชั่วโมง ด้วย

## 5.2 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์/พิธีเปิดงาน/กิจกรรมพิเศษ และอื่นๆ

5.2.1 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นรูปแบบ ที่สอดคล้องกันทุกสื่อประชาสัมพันธ์

5.2.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำ Action Plan วางแผนการผลิตและเผยแพร่ให้ผู้รับจ้างพิจารณาและดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ภายใต้เงื่อนไขที่ รพม. กำหนด

5.2.3 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสโปตโฆษณาทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที จำนวน 1 ชุด และแบบ Cut Down ความยาว 15 วินาที จำนวน 1 ชุด เป็นเวอร์ชันภาษาไทย โดยสโปตจะต้องเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงานฯ โดยผู้รับจ้างจะต้องส่ง Draft ผลงาน ให้ รพม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน และส่งมอบให้ผู้ว่าจ้างก่อนวันจัดงาน 14 วัน



5.2.4 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น ความยาว 60 วินาที จำนวน 1 เรื่อง และ Cut Down 30 วินาที จำนวน 1 ชุด และต้องใช้อุปกรณ์ในการผลิตที่มีคุณภาพเป็นระบบ HD หรือมากกว่าจนแล้วเสร็จสมบูรณ์ โดยมีเนื้อหาที่สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน และการส่งเสริมรายได้ชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าของ รพม. โดยผู้รับจ้างจะต้องส่ง Draft ผลงานให้ รพม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน และส่งมอบให้ผู้ว่าจ้างก่อนวันจัดงาน 14 วัน

5.2.5 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ให้เสียงบรรยายที่มีประสบการณ์ มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียง อักขระถูกต้องชัดเจน โดยจะต้องนำเสนอเสียงของผู้บรรยายให้ รพม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

5.2.6 ภาพและเสียงที่ใช้ประกอบการผลิตคลิปวิดีโอสั้นจะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

5.2.7 ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับ รพม. เพื่อหารือ และแก้ไขปัญหาในการจัดทำ ทุกขั้นตอน เพื่อให้การดำเนินงานในการจัดทำเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5.2.8 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและจัดทำใบปลิวประชาสัมพันธ์ขนาด  $8.5 \times 11$  นิ้ว (กระดาษอาร์ตมัน ความหนา 105 แกรม พิมพ์ 4 สี หน้าเดียว) จำนวน 3,000 ใบ และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ขนาด A3 (กระดาษอาร์ตมันความหนา 105 แกรม พิมพ์ 4 สี หน้าเดียว) 100 ใบ ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ตามที่ รพม. เห็นชอบ รวมทั้งดำเนินการแจกใบปลิวประชาสัมพันธ์งาน ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 5 วัน และตลอดระยะเวลาการจัดงาน

5.2.9 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ จัดทำ ป้ายประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ขนาด  $3 \times 6$  เมตร จำนวน 1 ป้าย ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาด  $1 \times 2$  เมตร พร้อมโครงสร้างและขาตั้งที่แข็งแรง จำนวน 4 ป้ายและธงญี่ปุ่น (J-Flag) ประชาสัมพันธ์ขนาด  $55 \times 155$  เซนติเมตร พร้อมโครงสร้างและขาตั้งที่แข็งแรง จำนวน 10 ชุด โดยต้องตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง และต้องติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ ขนาด  $3 \times 6$  เมตร, ป้ายประชาสัมพันธ์ ขนาด  $1 \times 2$  เมตร และธงญี่ปุ่น (J-Flag) ประชาสัมพันธ์ขนาด  $55 \times 155$  เซนติเมตร ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 7 วัน

5.2.10 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ จัดทำ และติดตั้งจุดแลนด์มาร์ก (Landmark) เพื่อเป็นสัญลักษณ์ประชาสัมพันธ์การจัดงาน จำนวน 1 ชั้น ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง โดยต้องติดตั้งจุดแลนด์มาร์ก (Landmark) ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

5.2.11 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมแท่นบรรยาย (Podium) บนเวที เก้าอี้รับรองสำหรับประธานในงานและแขกผู้มีเกียรติจำนวน 50 ที่ รวมถึงอาหารว่าง และเครื่องดื่มสำหรับประธานและแขกผู้มีเกียรติ จำนวน 50 ชุด ในวันพิธีเปิดงาน และต้องติดตั้งเต็นท์กันแดดบริเวณเก้าอี้รับรองสำหรับประธานในงานและแขกผู้มีเกียรติ ในกรณีจัดพิธีเปิดบริเวณกลางแจ้ง

5.2.12 ผู้รับจ้างจะต้องจัดดอกไม้ ติดหน้าอกสำหรับประธานในงานและแขก VIP จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชั้น หรือตามจำนวนที่ รพม. กำหนด



5.2.13 ผู้รับจ้างจะต้องจัดการแสดงประกอบพิธีเปิดงาน จำนวน 1 ชุดการแสดง ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) หรือตามที่ รพม. เห็นชอบ

5.2.14 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีพิธีกรที่มีประสบการณ์ อย่างน้อย 1 คน สำหรับดำเนินรายการในวันพิธีเปิดงาน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งให้ รพม. พิจารณาคัดเลือกก่อนด้วย

5.2.15 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีพิธีกรภาคสนามอย่างน้อย 1 คน เพื่อดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายตลอดระยะเวลาการจัดงาน อย่างน้อย 3 ครั้งต่อวัน เช่น การเล่นเกมแจกรางวัล การประชาสัมพันธ์งาน

5.2.16 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่างภาพอย่างน้อย 1 คน เพื่อถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดพิธีเปิดงาน

5.2.17 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการแสดงดนตรี วันละ 1 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง รวมถึงการเปิดเพลงในช่วงเวลาจัดงาน

5.2.18 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำเสื้อยืด (T-Shirt) คละ size จำนวน 40 ตัว สำหรับให้ผู้ประกอบการสวมใส่ในช่วงจัดกิจกรรมฯ โดยจะต้องสกรีนโลโก้ รพม. และโลโก้งาน ตามที่ รพม. เห็นชอบ

5.2.19 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำเสื้อโปโล สกรีนโลโก้ รพม. หรือผลิตตามแบบที่ รพม. เห็นชอบ คละ size จำนวน 50 ตัว สำหรับแจกให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ รพม. ที่เกี่ยวข้อง

5.2.20 ผู้รับจ้างจะต้องจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีการมอบของรางวัลให้แก่ผู้โชคดีที่ซื้อของอุปโภคบริโภคภายในงาน

### 5.3 การจัดเก็บยอดจำหน่าย การประเมินผล และการสรุปผลการดำเนินงาน

5.3.1 ผู้รับจ้างจะต้องสรุปยอดจำหน่ายของผู้ประกอบการแต่ละร้านค้า พร้อมทั้งจัดทำสรุปเป็นรายงานให้ผู้ว่าจ้างรับทราบหลังจากเสร็จสิ้นงานในแต่ละวัน ภายในเวลา 09.00 น. ของวันถัดไป

5.3.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำ การประเมินความคิดเห็น ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่นำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายภายในงานทุกร้าน พร้อมรวบรวมและสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ จำนวนร้านละ 1 ชุด

5.3.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำ การประเมินความคิดเห็น ความพึงพอใจผู้เข้าชมงานไม่น้อยกว่า 100 คน พร้อมรวบรวม สรุปผลความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

### 5.4 การบริหารจัดการและการอำนวยความสะดวก

5.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนสินค้าคุณภาพ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย จากชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าในความรับผิดชอบของ รพม. มาจำหน่ายสินค้าในกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนอย่างน้อย 20 ร้าน ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง

/5.4.2 ผู้รับจ้าง...





5.4.2 ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการด้านจัดผู้ประกอบการเข้าพื้นที่ โดยจัดเตรียมจุดรับลงทะเบียน จัดทำคู่มือการปฏิบัติและข้อห้ามต่างๆสำหรับผู้ประกอบการ อย่างน้อย 20 ชุด หรือตามจำนวนผู้ประกอบการ

5.4.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าหน้าที่ รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ช่วงวันติดตั้ง วันจัดงาน และวันรื้อถอน ในกรณีที่มีการแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานใดๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง

5.4.4 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำนวน 2 คน เพื่อดูแลพื้นที่จัดงาน ภายหลังจากการดำเนินกิจกรรมเสร็จในแต่ละวันในระหว่าง 20.00 น. – 08.00 น. ของทุกวันที่จัดกิจกรรม

5.4.5 ผู้รับจ้างจะต้องมีแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ ดังนี้

1) มีการตรวจคัดกรองผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ ด้วยชุดตรวจ Antigen test self-test Kits : ATK (ชุดตรวจ ATK) ที่มีการรับรองมาตรฐานจาก อย. จำนวน 2 ครั้ง โดยจะต้องตรวจให้แล้วเสร็จก่อนเวลา 08.30 น. ในวันที่ 1 และ 3 ของการจัดงาน ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ มีผลตรวจโดยวิธี RT-PCR ที่เป็นลบ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 วันก่อนการจัดกิจกรรม สามารถนำมาใช้แสดงเป็นหลักฐานว่าไม่พบเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้

2) ต้องมีการแสดงหลักฐานว่าได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ที่ทางราชการกำหนด

3) หากมีการเปลี่ยนผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ ระหว่างการจัดงาน บุคคลที่มาปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวจะต้องแสดงหลักฐานว่าได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ที่ทางราชการกำหนด และต้องตรวจคัดกรองด้วยชุดตรวจ ATK ก่อนการปฏิบัติงาน หรือแสดงผลการตรวจโดยวิธี RT-PCR ที่เป็นลบ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 วันก่อนการปฏิบัติงาน

4) มีมาตรการให้ผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่อยู่บริเวณภายในงาน

5) มีการจัดจุดบริการสเปรย์หรือเจลแอลกอฮอล์บริเวณภายในงาน

6) มีการทำความสะอาดในพื้นที่บริเวณงานเป็นประจำทุกวันหลังจากจบกิจกรรม

7) มีจุดสแกนอุณหภูมิบริเวณทางเข้า-ออกภายในงาน

## 5.5 การก่อสร้าง ติดตั้ง และรื้อถอน

5.5.1 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ขนส่งอุปกรณ์ เครื่องใช้ในการจัดงาน ตลอดจนถึงติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ ตามข้อ 5.1.2 – 5.1.11 ให้แล้วเสร็จ ก่อนวันงานอย่างน้อย 1 วัน

5.5.2 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ขนส่งอุปกรณ์ เครื่องใช้ในการจัดงาน ตลอดจนถึงรื้อถอนให้เรียบร้อยโดยมิให้บกพร่อง หลังการจัดงานสิ้นสุดไม่เกิน 1 วัน



5.5.3 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบความเสียหายจากการติดตั้งและรื้อถอนที่เกิดขึ้นทุกกรณี รวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่บุคคลที่ 3 ทั้งร่างกายและทรัพย์สิน ตั้งแต่เริ่มติดตั้งจนถึงสิ้นสุดการรื้อถอนทั้งหมด

ทั้งนี้ กรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใดๆ อันเนื่องมาจากความผิดพลาด หรือความบกพร่องของ รฟม. หรือพฤติกรรมอันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายที่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนดในขอบเขตงาน ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือพฤติกรรมดังกล่าวพร้อมหลักฐาน (ถ้ามี) เป็นเอกสารให้ รฟม. ทราบ เพื่อขอขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่เหตุนั้นได้สิ้นสุดลง หากมิได้แจ้งภายในเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างจะยกมาอ้างเพื่อขอลดค่าปรับหรือขอขยายเวลาในภายหลังไม่ได้ เว้นแต่กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของ รฟม. ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือ รฟม. ทราบดีอยู่แล้วตั้งแต่ต้น

## 5.6 ข้อกำหนดและเงื่อนไข

5.6.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเสนอราคา โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น จะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน รวมทั้งลงลายมือชื่อของผู้เสนอราคา (หรือผู้รับมอบอำนาจจากนิติบุคคล) พร้อมประทับตราบริษัทให้ชัดเจน และจำนวนเงินที่เสนอจะต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลขและตัวอักษร โดยไม่มีการชดเชบ หรือแก้ไขใดๆ ทั้งสิ้น อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใดๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ และอื่นๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

5.6.2 ผู้รับจ้างจะต้องระบุชัดเจนในเอกสารที่ยื่นเสนองานต่อ รฟม. ว่า ผู้รับจ้างจะรับผิดชอบต่องานและดำเนินการตามแผนงานที่ได้นำเสนอทั้งหมด โดยจะต้องปฏิบัติตามที่ได้เสนอทุกประการ เว้นแต่ รฟม. เห็นชอบให้มีการปรับแก้ไข เปลี่ยนแปลง เท่านั้น

## 6. ระยะเวลาดำเนินงาน

ช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 หรือตามวันเวลาที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง (โดยกำหนดจัดงานรวม 5 วันทำการ)

## 7. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน ภายในไม่เกินระยะเวลาสิ้นสุดสัญญาจ้าง ดังต่อไปนี้

7.1 ผู้รับจ้างจะต้องส่งหนังสือส่งมอบงาน พร้อมใบแจ้งหนี้

7.2 ผู้รับจ้างจะต้องส่งรายงานผลการดำเนินงาน ตามข้อ 5 จำนวน 3 ชุด บรรจุใน Thumb Drive ขนาด 64 GB ขึ้นไป จำนวน 2 ชิ้น โดยเอกสารดังกล่าวประกอบด้วย สรุปผลการดำเนินงานทั้งหมด พร้อมภาพประกอบ โดยส่งมอบให้ รฟม. ภายใน 10 วัน หลังจากดำเนินการจัดงานครบตามเงื่อนไขที่กำหนด

7.3 ส่งต้นฉบับไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และไฟล์ Art work ที่ใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทุกชนิด บรรจุใน Thumb Drive ขนาด 64 GB ขึ้นไป จำนวน 2 ชิ้น โดยความละเอียดของภาพเคลื่อนไหว จะต้องไม่ต่ำกว่า HD (1,280×720)

## 8. การเบิกจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระค่าจ้างพร้อมภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) เป็นงวดเดียว หลังจากผู้รับจ้างส่งมอบงาน ทั้งหมดครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

## 9. ค่าปรับ

9.1 ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถปฏิบัติงานได้ครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน ผู้รับจ้าง จะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวัน (เศษของวันคิดเป็นหนึ่งวัน) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของค่าจ้างตามสัญญา

9.2 ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดและ รฟม. ยังมีได้บอกเลิกสัญญาให้ถือว่าผู้รับจ้างประพฤติดิตสัญญา และจะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวัน (เศษของวันคิดเป็นหนึ่งวัน) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของค่าจ้างตามสัญญานับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จของงาน หรือวันที่ รฟม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ผู้รับจ้างยินยอมให้ รฟม. เรียกค่าเสียหาย อันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ หรือค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องให้ผู้อื่นดำเนินการให้แล้วเสร็จ โดยยินยอมให้ รฟม. หักค่าใช้จ่าย/ค่าเสียหายก่อนการจ่ายเงิน

9.3 กรณีผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากรฟม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

## 10. การสงวนสิทธิ์และเงื่อนไขอื่นๆ

ผู้ว่าจ้างสามารถยกเลิกการจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชนในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้รับจ้างจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากผู้ว่าจ้างไม่ได้

(1) การจัดจ้างครั้งนี้อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ว่าจ้าง หรือเกิดผลกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(2) เกิดสถานการณ์โรคระบาด ภัยธรรมชาติ หรือมลพิษ ที่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตหรือสุขภาพของผู้เข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือส่งผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมดังกล่าวตามที่ รฟม. เห็นสมควร

(3) กรณีที่การจัดกิจกรรมดังกล่าวต้องห้ามดำเนินการตามกฎหมาย ข้อบัญญัติ ข้อกำหนด หรือระเบียบอื่นใดของทางราชการที่ได้ออกใช้บังคับอยู่ในขณะนี้ และจะออกใช้บังคับในภาคภาคหน้า หรือไม่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล หรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

**11. งบประมาณการดำเนินการ**

ภายในวงเงิน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

**12. ผู้ประสานงานของ รฟม.****1. นายอรรถสิทธิ์ จ้อยศิรินุรักษ์**

หัวหน้าแผนกกิจกรรมเพื่อสังคม กองกิจกรรมองค์กร สำนักสื่อสารองค์กร

โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1729 โทรสาร 0 2716 4019

**2. นายภาวิศ งามผิว**

พนักงานประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 แผนกกิจกรรมเพื่อสังคม กองกิจกรรมองค์กร สำนักสื่อสารองค์กร

โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1741 โทรสาร 0 2716 4019

**3. นางสาวปิ่นชชนิด สุรกิจบวร**

พนักงานประชาสัมพันธ์ ระดับ 4 แผนกกิจกรรมเพื่อสังคม กองกิจกรรมองค์กร สำนักสื่อสารองค์กร

โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 1747 โทรสาร 0 2716 4019

---

## หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

### การจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2565

#### โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bidding)

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอการจัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bidding) แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อหลัก โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 200 คะแนน ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

ลำดับที่	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1.	1. แนวคิดในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ 1.1 แนวคิดในการออกแบบ (Concept) 1.1.1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (MRT MARKET) ให้สอดคล้องกับวิถีคนเมือง (25 คะแนน) 1.1.2 สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (MRT MARKET) (25 คะแนน) 1.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งการวางแผนการผลิตและเผยแพร่ 1.2.1 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ (15 คะแนน) 1.2.2 ความสวยงามโดยรวม การใช้ภาษา ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล และ/หรือมีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลประชาสัมพันธ์กับผู้รับสาร เช่น คิวอาร์โค้ด เพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ของ รฟม. ที่เป็นหน้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม เป็นต้น (15 คะแนน) 1.2.3 แผนการดำเนินงาน สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผนที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2565 (Terms of Reference: TOR) (20 คะแนน)	(100) 50 คะแนน
2.	2. แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน 2565 2.1 กิจกรรมส่งเสริมการขาย 2.1.1 จัดทำแผนการส่งเสริมการขาย ที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (25 คะแนน) 2.1.2 ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รฟม. ได้ชัดเจน ในด้านการสร้างโอกาสและรายได้ให้แก่ชุมชนตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน (25 คะแนน) 2.2 การจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนสินค้าคุณภาพ OTOP จากชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าของ รฟม. โดยสอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนด และคำนึงถึงความหลากหลายของประเภทสินค้า (20 คะแนน) 2.3 การรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, ฝนตก, เพลิงไหม้ เป็นต้น (20 คะแนน)	(100) 50 คะแนน

2.4 การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ หรือมาตรการอื่น ๆ เพิ่มเติม	10 คะแนน (10 คะแนน)
รวม	<u>200</u>

1. แนวคิดในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (100 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 แนวคิดในการออกแบบ (Concept) ที่สื่อถึงความเป็น รฟม. (50 คะแนน)

1.1.1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (MRT MARKET) ให้สอดคล้องกับวิถีคนเมือง (25 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากแนวคิดในการนำเสนอ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถ ออกแบบได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานภายใต้การนำเสนอสินค้าประเภทต่างๆ ในแนวสายทางโครงการ รถไฟฟ้าของ รฟม. โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการนำเสนองานที่มีความคิดสร้างสรรค์ งานออกแบบสอดคล้องกับแนวคิดได้อย่างดีเยี่ยม เหมาะสมกับกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมาย	25
มีการนำเสนองานที่มีความคิดสร้างสรรค์ งานออกแบบค่อนข้างสอดคล้องกับแนวคิด	15
มีการนำเสนองานที่ขาดความคิดสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ และงานออกแบบไม่สอดคล้องกับแนวคิด	0

1.1.2 สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัด ผลิตภัณฑ์ชุมชน (25 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. ผ่านการใช้ ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo) อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้า ที่ รฟม. รับผิดชอบ และสอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้ คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการออกแบบที่สื่อถึง รพม. ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo) อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) และ การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้ามหานคร รพม. รับผิดชอบ ได้อย่างลงตัว เหมาะสม รวมถึงสอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างดีเยี่ยม	25
มีการออกแบบที่สื่อถึง รพม. ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo) อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) หรือการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้ามหานคร รพม. รับผิดชอบ อย่างไม่อย่างหนึ่ง และสอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน	15
งานออกแบบไม่มีความสอดคล้อง หรือไม่สื่อถึงความเป็น รพม. และไม่สอดคล้องกับกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน	0

## 1.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมทั้งการวางแผนการผลิตและเผยแพร่ (50 คะแนน)

### 1.2.1 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ (15 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานที่น่าเสนอ น่าสนใจ สื่อถึงงาน และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ครบถ้วน	15
มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานที่น่าเสนอ และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ บางประเภทแต่ไม่ครบถ้วน	10
การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานที่น่าเสนอ	0

### 1.2.2 ความสวยงามโดยรวม การใช้ภาษา ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล และ/หรือ มีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลประชาสัมพันธ์กับผู้รับสาร เช่น คิวอาร์โค้ดเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ของ รพม. ที่เป็นหน้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม เป็นต้น (15 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากความสวยงามโดยรวม การใช้ภาษาได้กระชับ เข้าใจง่าย บอกรายละเอียดงานได้ถูกต้องและครบถ้วน และ/หรือมีการใช้เทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลประชาสัมพันธ์กับผู้รับสาร โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีความสวยงามสะดุดตา ใช้ภาษาได้กระชับ เข้าใจง่าย บอกรายละเอียดการจัดงานถูกต้องและครบถ้วน รวมถึงมีการใช้เทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น คิวอาร์โค้ดเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์ของ รพม. ที่เป็นหน้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม	15
มีความสวยงาม ใช้ภาษาได้กระชับ เข้าใจง่าย และบอกรายละเอียดการจัดงานถูกต้องและครบถ้วน	10
ใช้ภาษาฟุ่มเฟือย เข้าใจยาก และบอกรายละเอียดการจัดงานไม่ครบถ้วน	0

1.2.3 แผนการดำเนินงาน สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผนที่กำหนดไว้ในขอบเขตงานจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2565 (Terms of Reference: TOR) (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการดำเนินงานโดยละเอียดและสามารถทำได้จริงตามแผน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานโดยละเอียดครบถ้วนทั้งระยะเวลาการออกแบบ การผลิต และการติดตั้งงานหรือการเผยแพร่ รวมทั้งสามารถทำได้จริงตามแผนและสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานทั้งหมด	20
มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน แต่ไม่ลงรายละเอียดในการดำเนินงานต่าง ๆ	10
ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน	0

2. แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ประจำปี 2565 (100 คะแนน)

2.1 กิจกรรมส่งเสริมการขาย (50 คะแนน)

2.1.1 จัดทำแผนส่งเสริมการขาย ที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน (25 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้



	คะแนน
มีการนำเสนอแผนส่งเสริมการขายกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค มีระยะเวลาและแผนงานส่งเสริมการขายที่ชัดเจน มีการนำเสนอรายชื่อผู้ควบคุมงาน ทีมงาน พร้อมประวัติการทำงานที่มีประสบการณ์ตรงตามลักษณะของงาน	25
มีการนำเสนอแผนส่งเสริมการขาย แต่ไม่มีการนำเสนอรายชื่อผู้ควบคุมงาน ทีมงาน พร้อมประวัติการทำงานที่มีประสบการณ์ตรงตามลักษณะของงาน หรือนำเสนออย่างใดอย่างหนึ่ง	15
ไม่มีการนำเสนอแผนส่งเสริมการขาย	0

**2.1.2 ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รพม. ได้ชัดเจน ในด้านการสร้างโอกาสและรายได้ให้แก่ชุมชนตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน (25 คะแนน)**

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รพม. ได้ชัดเจน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รพม. ได้ชัดเจน ในด้านการสร้างโอกาสและรายได้ให้แก่ชุมชน	25
มีการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง แต่ไม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รพม. ทั้งการสร้างโอกาส และรายได้ให้แก่ชุมชน	15
ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขาย	0

**2.2 การจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนสินค้าคุณภาพ OTOP จากชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าของ รพม. โดยสอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนดและคำนึงถึงความหลากหลายของประเภทสินค้า (20 คะแนน)**

การให้คะแนนพิจารณาจากการจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนสินค้าคุณภาพ OTOP จากชุมชนตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้า โดยสอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนดและคำนึงถึงความหลากหลายของประเภทสินค้า โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนฯ อย่างน้อย 20 ร้าน และมีตัวเลือกสำรองเพิ่มเติม มีความหลากหลายของประเภทสินค้ามากกว่า 3 ประเภทเป็นต้นไป และประกอบด้วยร้านที่เป็นที่รู้จัก* มากกว่า 2 ร้านเป็นต้นไป	20
มีการจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนฯ อย่างน้อย 20 ร้านและมีความหลากหลายของประเภทสินค้า	10
ไม่มีการจัดหาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนฯ	0

\* ร้านที่เป็นที่รู้จัก หมายถึง ร้านที่ได้รับการแนะนำจากสื่อต่าง ๆ หรือได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่าง ๆ

### 2.3 การรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, ฝนตก, เพลิงไหม้ เป็นต้น (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
มีการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, ฝนตก, เพลิงไหม้ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามแผนที่วางไว้ รวมถึงนำเสนอมาตรการอื่นๆ เพิ่มเติม	20
มีการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, ฝนตก, เพลิงไหม้ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามแผนที่วางไว้	10
ไม่มีการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน	0

### 2.4 การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ หรือมาตรการอื่น ๆ เพิ่มเติม (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	คะแนน
<p>มีการนำเสนอแผนการปฏิบัติตามมาตราการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามแผนที่วางไว้ รวมถึงนำเสนอมาตรการอื่นๆ เพิ่มเติม สามารถดำเนินการตามขอบเขตงานจ้างจัดกิจกรรมตลาดนัดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปีงบประมาณ 2565 ในข้อ 5.4.5 ได้ครบถ้วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) มีการตรวจคัดกรองผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ด้วยชุดตรวจ Antigen test self-test Kits : ATK (ชุดตรวจ ATK) ที่มีการรับรองมาตรฐานจาก อย. จำนวน 2 ครั้ง โดยจะต้องตรวจให้แล้วเสร็จก่อนเวลา 08.30 น. ในวันที่ 1 และ 3 ของการจัดงาน ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ มีผลตรวจโดยวิธี RT-PCR ที่เป็นลบ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 วันก่อนการจัดกิจกรรม สามารถนำมาใช้แสดงเป็นหลักฐานว่าไม่พบเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้</li><li>2) ต้องมีการแสดงหลักฐานว่าได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ที่ทางราชการกำหนด</li><li>3) หากมีการเปลี่ยนผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ระหว่างการจัดงาน บุคคลที่มาปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวจะต้องแสดงหลักฐานว่าได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ที่ทางราชการกำหนด และต้องตรวจคัดกรองด้วยชุดตรวจ ATK ก่อนการปฏิบัติงาน หรือแสดงผลการตรวจโดยวิธี RT-PCR ที่เป็นลบ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 วันก่อนการปฏิบัติงาน</li><li>4) มีมาตรการให้ผู้ประกอบการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่อยู่บริเวณภายในงาน</li><li>5) มีการจัดจุดบริการสเปรย์หรือเจลแอลกอฮอล์บริเวณภายในงาน</li><li>6) มีการทำความสะอาดในพื้นที่บริเวณงานเป็นประจำทุกวันหลังจากจบกิจกรรม</li><li>7) มีจุดสแกนอุณหภูมิบริเวณทางเข้า-ออกภายในงาน</li></ol>	10
<p>ไม่มีการนำเสนอแผนการปฏิบัติตามมาตราการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง ตามที่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้</p>	0