

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการ งานจ้างจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ปีงบประมาณ 2564
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ.....การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร...2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน)
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ 12 พฤษภาคม 2564.
เป็นเงิน...1,991,213 (หนึ่งล้านเก้าแสนเก้าหมื่นหนึ่งพันสองร้อยสิบสามบาทถ้วน)
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากท้องตลาด ดังนี้
 - 5.1 บริษัท อีเวนท์โฟร์ตี้ จำกัด
 - 5.2 บริษัท ทวิน 11 คอร์ปอเรชั่น จำกัด
 - 5.3 บริษัท โทเทิล เบสท์ โไลน์ จำกัด
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 6.1 นายวิภาช ดิลกวิลาศ
 - 6.2 นายภูเบศ อัครเดชพิพัธ
 - 6.3 นายทองโรจน์ โฆษิตวัฒนาพานิชย์

ขอบเขตงาน

จ้างจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ปีงบประมาณ 2564 (Terms of Reference: TOR)

1. หลักการและเหตุผล

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นองค์กรที่ให้บริการด้านรถไฟฟ้าที่จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานคร โดยการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

โดย รฟม. ได้มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าให้กับผู้โดยสาร เพื่อให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ฉบับปีงบประมาณ 2564 ของ รฟม. ในยุทธศาสตร์ที่ 3 (CM03) การส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้า มุ่งเน้นการจัดให้มีสิทธิประโยชน์และกิจกรรมเพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีในการใช้บริการรถไฟฟ้า และการส่งเสริมการท่องเที่ยวรอบสถานีรถไฟฟ้า เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการในช่วงวันหยุดและนอกเวลาเร่งด่วน โดยมีการสร้างพันธมิตรเพื่อร่วมมือทั้งการจัดโปรโมชั่นและกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้าและการท่องเที่ยว ซึ่ง รฟม. ได้มีแผนงานที่จะดำเนินการจัดกิจกรรม MRT Market Place เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการจัดให้มีสิทธิประโยชน์และกิจกรรมส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้า

ดังนั้น รฟม. จึงให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่ของ รฟม. ในระยะยาว จึงได้มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ภายใต้ชื่องาน “MRT MARKET PLACE” เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่ของ รฟม. ตลอดจนผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place”

2.2 เพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าและกลุ่มผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่ของ รฟม. ที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place”

2.3 เพื่อช่วยส่งเสริมการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า จากการเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place”

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า /ผู้ประกอบการพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์ /ผู้ให้บริการอาคารและลานจอดรถของ รฟม.

3.2 ประชาชนทั่วไป /สื่อมวลชน

/4. คุณสมบัติ...

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่การรถไฟฟ้ามหานครแห่งประเทศไทย ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีผลงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด อีเวนต์หรืองานที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 1 สัญญา และมีมูลค่าสัญญาไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท ให้กับส่วนราชการ/หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งตรวจรับสมบูรณ์แล้ว ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา นับถึงวันยื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีหนังสือรับรองผลงานจากผู้ว่าจ้างและลงนามโดยผู้มีอำนาจหรือสำเนาสัญญาพร้อมทั้งเอกสารข้อกำหนดของงานนั้น ๆ ซึ่ง รฟม. สงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง

5. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

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

1) ราคาที่เสนอราคา (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30

2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70

โดยเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (คะแนนเต็ม 200 คะแนน) ประกอบด้วย

/เกณฑ์การ...

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<p>5.1 แนวคิดในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์</p> <p>5.1.1 แนวคิดในการออกแบบ (Concept)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนด (15 คะแนน) - สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รพม. และสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” (15 คะแนน) 	<p>(100)</p> <p>30 คะแนน</p>
<p>5.1.2 ออกแบบแผนผัง (Layout)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบแผนผังตำแหน่งร้านค้า สามารถจัดผังร้านค้าเป็นระเบียบ และผู้ร่วมงานสามารถเข้าถึงได้ทุกร้าน (10 คะแนน) - การออกแบบเวทีกลาง ให้มีขนาดที่เหมาะสมและสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา (10 คะแนน) 	<p>20 คะแนน</p>
<p>5.1.3 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมทั้งการวางแผนการผลิตและเผยแพร่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ (20 คะแนน) - ความสวยงามโดยรวม มีความสวยงามสะดุดตา การใช้ภาษาที่ถูกต้อง ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม และ/หรือมีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสื่อ นั้น ๆ เช่น คิวอาร์โค้ดเข้าสู่เว็บไซต์ของ รพม. และเว็บไซต์การตลาด รพม. (15 คะแนน) - แผนการดำเนินงาน สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผนรวมเวลาที่ใช้ในการผลิตและมีแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของ รพม. (15 คะแนน) 	<p>50 คะแนน</p>
<p>5.2 แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place”</p> <p>5.2.1 กิจกรรมส่งเสริมการขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำแผนส่งเสริมการขายเพื่อช่วยกระตุ้นรายได้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าพื้นที่กับ รพม. ภายในกิจกรรม “MRT Market Place” (40 คะแนน) - ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ รพม. เช่น การจับฉลากของรางวัล (40 คะแนน) 	<p>(90)</p> <p>80 คะแนน</p>
<p>5.2.2 การรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, เพลิงไหม้ เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนงานและวิธีการแก้ไขรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินสำหรับการจัดกิจกรรมรูปแบบในร่ม (Indoor) เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, เพลิงไหม้ เป็นต้น (10 คะแนน) 	<p>10 คะแนน</p>
<p>5.3 ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม.</p>	<p>(10)</p>
<p>รวม</p>	<p>200</p>

อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นเสนอราคา และอื่น ๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบและไม่มีผลผูกพันต่อ รพม. แต่อย่างใด

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 การกำหนดแนวคิด ออกแบบ จัดทำ ติดตั้ง และวางผังบริเวณงาน

6.1.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดหาสถานที่จัดกิจกรรมรูปแบบในร่ม (indoor) ให้กับ รพม. โดยสถานที่จัดงานจะต้องอยู่ในแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายฉลองรัชธรรม (รถไฟฟ้าสายสีม่วง) หรือแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน) พร้อมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการใช้สถานที่ ประกอบด้วยค่าเช่าพื้นที่ ค่าสาธารณูปโภค และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6.1.2 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและตกแต่งรูปแบบบูธ/ร้านค้า พร้อมกำหนดแผนผัง (Lay Out) ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดยจะต้องนำเสนอให้ รพม. พิจารณาก่อน

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

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

6.1.5 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งเวทีขนาดไม่น้อยกว่า 2.4 X 3.6 เมตร ยกพื้นสูงไม่น้อยกว่า 0.5 เมตร และมี Backdrop สูงไม่น้อยกว่า 3 เมตร หรือตามความเหมาะสมของพื้นที่จัดงาน

6.1.6 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งบูธ ขนาดไม่น้อยกว่า 1.5 x 1.5 เมตร โดยบูธต้องอยู่ในสภาพมั่นคง แข็งแรงก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน โดยติดตั้งบูธจำนวนไม่น้อยกว่า 15 บูธ หรือตามจำนวนร้านค้า ที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ได้ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง ภายในบูธประกอบด้วย

- ป้ายชื่อร้าน ขนาด 100 x 40 เซนติเมตร จำนวน 1 ป้าย
- โต๊ะหน้าขาว ขนาดไม่น้อยกว่า 120 x 75 เซนติเมตร พร้อมพลาสติกคลุมโต๊ะ จำนวน 1 ตัว หรือตามความเหมาะสมของขนาดพื้นที่
- เก้าอี้พลาสติก สีขาว จำนวน 2 ตัว
- หลอดไฟยาวฟลูออเรสเซนต์ แอลอีดี พร้อมราง จำนวน 2 ดวง
- ปลั๊กไฟฟ้า 3 ขา 15 แอมป์ จำนวน 1 ชุด
- ถังขยะ ขนาดกลาง 1 ใบ
- ถังน้ำใส่ขยะ จำนวน 5 ใบ/วัน

6.1.7 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาถังน้ำแข็งพร้อมน้ำแข็งและอุปกรณ์ถือค สำหรับผู้ประกอบการ ที่มีความจำเป็นต้องเก็บวัตถุดิบและสินค้า จำนวนอย่างน้อย 1 ถัง ต่อร้านค้า/ผู้ประกอบการ ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

6.1.8 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งระบบไฟ สายเมน สายโหลด จุดกระจายไฟ ไฟส่องสว่างภายในงาน รวมทั้งติดตั้งระบบเสียง ชุดเครื่องเสียงและลำโพงกระจายเสียงบนเวทีและภายในงานให้ปลอดภัยและเพียงพอ ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน รวมถึงจัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟฟ้าที่มีใบอนุญาตและเจ้าหน้าที่ระบบเสียงประจำอยู่ในช่วงเวลา 11.00 - 21.00 น. จำนวน 1 คน ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่จัดหาเจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟฟ้าที่มีใบอนุญาต หรือเจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟฟ้าและระบบเสียง ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ตามเวลาที่กำหนดผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับตามที่ รพม. กำหนด

/6.1.9 ผู้...

6.1.9 ผู้รับจ้างจะต้องติดตั้งโต๊ะอำนวยความสะดวก จำนวน 1 จุด ประกอบด้วยโต๊ะหน้าขาและเก้าอี้ขนาดมาตรฐาน จำนวนตามความเหมาะสมสำหรับเจ้าหน้าที่ รฟม. และทีมงานผู้รับจ้าง

6.1.10 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องการจัดการขยะและความสะอาดบริเวณในงานหรือประสานเจ้าหน้าที่ที่จัดงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง

6.1.11 ผู้รับจ้างต้องผลิตของที่ระลึก จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 ชิ้น สำหรับแจกให้กับผู้ร่วมงาน โดยต้องมีการส่งรูปแบบของที่ระลึกให้ทาง รฟม. พิจารณาเห็นชอบก่อน

6.2 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์/พิธีเปิดงาน/กิจกรรมพิเศษ และอื่น ๆ

6.2.1 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นรูปแบบที่สอดคล้องกันทุกสื่อประชาสัมพันธ์

6.2.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำ Action Plan วางแผนการผลิตและเผยแพร่ให้ผู้รับจ้างพิจารณาและดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ภายใต้เงื่อนไขที่ รฟม. กำหนด

สื่อวิทยุ

6.2.3 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบสปอตโฆษณาทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที จำนวน 1 ชุด เป็นเวอร์ชันภาษาไทย โดยสปอตจะต้องเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดยผู้รับจ้างจะต้องส่ง Draft ผลงานให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

6.2.4 ผู้รับจ้างจะต้องนำสปอตโฆษณาทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที ที่ผลิตแล้วเสร็จและได้รับความเห็นชอบจาก รฟม. ไปเผยแพร่ออกอากาศผ่านสถานีวิทยุ FM ที่มีความนิยม (Rating) อยู่ใน 10 อันดับแรก ในช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วย โดยผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสคริปของสปอตและแผนการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางวิทยุและให้ รฟม. ทราบและเห็นชอบก่อนเผยแพร่

6.2.5 ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบสปอตโฆษณาทางวิทยุ ความยาว 30 วินาที เป็นเวอร์ชันภาษาไทย จะต้องจัดหาผู้ให้เสียงบรรยายที่มีประสบการณ์ มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียงอักขระถูกต้องชัดเจน โดยจะต้องนำเสนอเสียงของผู้บรรยายให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

6.2.6 เสียงที่ใช้ประกอบการผลิตรูปแบบสปอตโฆษณาทางวิทยุ จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

สื่อวีดิทัศน์

6.2.7 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR ความยาว 60 วินาที จำนวน 1 ชุด เพื่อใช้สำหรับโปรโมทกิจกรรมฯ 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) ก่อนวันจัดงาน 20 วัน หรือตามที่ รฟม. กำหนด

/6.2.8 ใน...

6.2.8 ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR ความยาว 60 วินาที ผู้รับจ้าง จะต้องจัดหาผู้ให้เสียงบรรยายที่มีประสบการณ์ มีน้ำเสียงไพเราะ ออกเสียงอักขระถูกต้องชัดเจน โดยจะต้องนำเสนอเสียงของผู้บรรยายให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

6.2.9 ภาพ เสียง และกราฟฟิกที่ใช้ประกอบการผลิตคลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใด ๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

สื่อสิ่งพิมพ์

6.2.10 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและจัดทำใบปลิวประชาสัมพันธ์ขนาด 6 x 8.5 นิ้ว (กระดาษ A5) จำนวน 2,500 ใบ และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ขนาด A3 (กระดาษอาร์ตมันความหนา 105 แกรม พิมพ์ 4 สี หน้าเดียว) จำนวน 200 ใบ ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ตามที่ รฟม. เห็นชอบ

6.2.11 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการดำเนินการเพื่อลงพื้นที่แจกใบปลิว ติดโปสเตอร์สำหรับ โปรโมทกิจกรรมฯ ตามสถานที่ต่าง ๆ ตามสถานีรถไฟฟ้า MRT หรือตามที่ รฟม. เห็นชอบ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้จัดหาเจ้าหน้าที่สนับสนุนการแจกใบปลิวให้ รฟม. โดยจะต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ก่อนวันจัดงาน อย่างน้อย 15 วัน และประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

6.2.12 ผู้รับจ้างจะต้องติดแผ่น Poster เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ บริเวณอาคารจอดรถ โครงการรถไฟฟ้าสายฉลองรัชธรรม จำนวน 4 อาคาร และอาคารจอดรถ โครงการรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล จำนวน 3 อาคาร หรืออาคารจอดรถตามแนวสายทางโครงการรถไฟฟ้าสายอื่น ๆ หรือตามที่ รฟม. เห็นชอบ ทั้งนี้ เมื่อจบกิจกรรมฯ แล้ว ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบรื้อถอน หรือนำแผ่น Poster ประชาสัมพันธ์ที่ติดตั้ง ก่อนหน้าออกให้เรียบร้อย ภายใน 3 วัน หลังจากจบกิจกรรมฯ

สื่อดิจิทัล/สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)/สื่อมวลชน

6.2.13 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หรือนำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ คลิปวิดีโอสั้น หรือ VTR ความยาว 60 วินาที ตามข้อ 6.2.7 และ/หรือ ผลิตชุดภาพเคลื่อนไหวหรือสื่อ ที่เหมาะสมอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ตามที่ รฟม. เห็นชอบ นำไปเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์บน Platform สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook Page ที่มีชื่อเสียง หรือตรงกับกลุ่มเป้าหมาย, อินสตาแกรม (Instagram), ตี๊กต็อก (TikTok), ยูทูบ (Youtube) หรือผ่าน Influencer ที่มีจำนวนผู้รับชม หรือผู้ติดตามจำนวนมาก โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนงานการเลือกใช้สื่อพร้อม Content ให้ รฟม. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

6.2.14 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) จำนวน 1 ข่าว ให้กับ รฟม. โดยจะต้องส่ง (ร่าง) ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ให้ รฟม. พิจารณาก่อนเผยแพร่ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน

6.2.15 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำภาพข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ (Photo Release) จำนวน 1 ภาพ ข่าวทันทีหลังจากจบพิธีเปิดงาน ให้ รฟม. โดยผู้รับจ้างจะต้องนำส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือตามที่ รฟม. เห็นสมควร

6.2.16 ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่ รฟม. เพื่อหารือ และแก้ไขปัญหาในการจัดทำ ทุกขั้นตอน เพื่อให้การดำเนินงานในการจัดทำเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

/พิธีเปิด...

พิธีเปิดงาน/กิจกรรมพิเศษ และอื่น ๆ

6.2.17 ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ จัดทำ และติดตั้ง Backdrop สูงไม่น้อยกว่า 2.5 เมตร หรือตามความเหมาะสม เพื่อเป็นสัญลักษณ์ประชาสัมพันธ์การจัดงานและเป็นจุดที่ใช้ในการถ่ายรูป จำนวน 1 ชั้น ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) ที่ตกลงไว้กับผู้ว่าจ้าง โดยต้องติดตั้ง Backdrop ก่อนวันจัดงานอย่างน้อย 1 วัน

6.2.18 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียม Microphone Wireless และติดตั้ง Podium สำหรับประธานในการกล่าวเปิดงาน เก้าอี้รับรองสำหรับประธานในงานและแขกผู้มีเกียรติ จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ที่ รวมถึงอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับประธานและแขกผู้มีเกียรติ จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชุด ในวันเปิดงาน

6.2.19 ผู้รับจ้างจะต้องนำสติ๊กเกอร์มาติดหน้าอกสำหรับประธานในงานและแขก VIP จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ชั้น หรือตามจำนวนที่ รพม. กำหนด ณ จุดลงทะเบียนในวันเปิดงาน

6.2.20 ผู้รับจ้างจะต้องจัดการแสดงประกอบพิธีเปิดงาน จำนวน 2 ชุดการแสดง ให้ตรงกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดย 1 ชุดการแสดง ผู้รับจ้างจะต้องจัดหานักร้อง/ศิลปิน/ดารา/Influencer ที่มีชื่อเสียงมาร่วมในกิจกรรมพิธีเปิดงานหรือตามที่ รพม. เห็นชอบ

6.2.21 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีพิธีกรที่มีประสบการณ์ อย่างน้อย 1 คน สำหรับดำเนินรายการในวันพิธีเปิดงาน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งให้ รพม. พิจารณาคัดเลือกก่อนด้วย

6.2.22 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีพิธีกรภาคสนามอย่างน้อย 1 คน เพื่อดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายตลอดระยะเวลาการจัดงาน อย่างน้อย 2 ครั้งต่อวัน เช่น การเล่นเกมแจกรางวัล การประชาสัมพันธ์งาน

6.2.23 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาช่างภาพอย่างน้อย 1 คน เพื่อถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดระยะเวลาจัดงาน

6.2.24 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการแสดงดนตรีโดยใช้วงดนตรี ที่ รพม. เห็นชอบ ในวันปิดงานไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง รวมถึงการเปิดเพลงในช่วงเวลาจัดงาน

6.2.25 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ดำเนินการผลิตบัตรหรือป้ายห้อยคอที่มีโลโก้ของ รพม. จำนวน 50 ชั้น สำหรับให้ผู้ประกอบการสวมใส่ในช่วงจัดกิจกรรมฯ

6.2.26 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ดำเนินการผลิตเสื้อโปโล สกรีนโลโก้ รพม. หรือผลิตตามแบบที่ รพม. เห็นชอบ จำนวน 80 ตัว สำหรับแจกให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ รพม. ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้รับจ้างเป็นผู้นำเสนอแบบและสีให้กับ รพม. พิจารณาเห็นชอบก่อนการผลิตจริง

6.2.27 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนการจัดการสำหรับรองรับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ในสถานที่จัดงานให้เป็นไปตามประกาศของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างเคร่งครัด

6.3 การจัดเก็บยอดจำหน่าย การประเมินผล และการสรุปผลการดำเนินงาน

6.3.1 ผู้รับจ้างจะต้องสรุปยอดจำหน่ายของผู้ประกอบการแต่ละร้านค้าเป็นยอดรวมทั้งหมดตลอดระยะเวลาจัดกิจกรรม พร้อมทั้งจัดทำสรุปเป็นรายงานให้ รพม. รับทราบหลังจากเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรม

/6.3.2 ผู้...

6.3.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำการประเมินความคิดเห็น ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประกอบการ ที่นำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายภายในงานทุกร้าน พร้อมรวบรวมและสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ จำนวนร้านละ 1 ชุด

6.3.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ในการทำการประเมินความคิดเห็น สํารวจความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 300 คน พร้อมรวบรวมและทำสรุปผลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

6.4 การบริหารจัดการและการอำนวยความสะดวก

6.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารตามที่ รฟม. ได้จัดมาจำหน่ายสินค้าในกิจกรรมฯ ทั้งนี้ ในกรณีที่กลุ่มผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่ของ รฟม. มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการจัดกิจกรรม ให้ผู้รับจ้างจัดหาร้านค้าที่มีชื่อเสียงตามแนวสายทางรถไฟฟ้า MRT มาเข้าร่วมกิจกรรมให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยร้านค้าดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบจาก รฟม. ก่อน

6.4.2 ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการ ด้านจัดผู้ประกอบการเข้าพื้นที่ โดยจัดเตรียมจุดรับลงทะเบียน จัดทำคู่มือการปฏิบัติและข้อห้ามต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการ อย่างน้อย 15 ชุด หรือตามจำนวนผู้ประกอบการในกิจกรรม

6.4.3 ผู้รับจ้างจะต้องจัดเจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าหน้าที่ รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ช่วงวันติดตั้ง วันจัดงาน และวันรื้อถอน ในกรณีที่มีการแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานใด ๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจาก รฟม. ก่อน

6.4.4 ในระหว่างจัดกิจกรรมหากมีร้านค้าที่ไม่สามารถมาร่วมกิจกรรมได้ครบตามกำหนดทาง ผู้รับจ้างต้องมีการจัดหาร้านค้าสำรองเพื่อทดแทนไว้ด้วย โดยต้องได้รับความเห็นชอบจาก รฟม. ก่อน

6.5 การก่อสร้าง ติดตั้ง และรื้อถอน

6.5.1 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ขนส่งอุปกรณ์ เครื่องใช้ในการจัดงาน ตลอดจนติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ตามข้อ 6.1.2 – 6.1.11 ให้แล้วเสร็จ ก่อนวันงานอย่างน้อย 1 วัน

6.5.2 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ขนส่งอุปกรณ์ เครื่องใช้ในการจัดงาน ตลอดจนรื้อถอนให้เรียบร้อย โดยมีให้บกพร่อง หลังการจัดงานเสร็จสิ้น หรือตามกฎระเบียบของแต่ละสถานที่

6.5.3 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบความเสียหายจากการติดตั้งและรื้อถอนที่เกิดขึ้นทุกกรณีรวมถึง ความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่บุคคลที่ 3 ทั้งร่างกายและทรัพย์สิน ตั้งแต่เริ่มติดตั้งจนถึงสิ้นสุดการรื้อถอนทั้งหมด

ทั้งนี้ กรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใด ๆ อันเนื่องมาจากความผิดพลาด หรือความบกพร่อง ของ รฟม. หรือเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายที่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างไม่สามารถ ดำเนินงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนดในขอบเขตงาน ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือพฤติกรรมดังกล่าว พร้อม หลักฐาน (ถ้ามี) เป็นเอกสารให้ รฟม. ทราบ เพื่อขอขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่เหตุ นั้นได้สิ้นสุดลง หากมิได้แจ้งภายในเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างจะยกมากล่าวอ้างเพื่อขอชดเชยหรือลดค่าปรับ หรือขอ ขยายเวลาในภายหลังไม่ได้ เว้นแต่กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของ รฟม. ซึ่งมีหลักฐาน ชัดแจ้ง หรือ รฟม. ทราบที่อยู่แล้วตั้งแต่ต้น

/6.6 ข้อ...

6.6 ข้อกำหนดและเงื่อนไข

6.6.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเสนอราคา โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น จะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน รวมทั้งลงลายมือชื่อของผู้เสนอราคา (หรือผู้รับมอบอำนาจจากนิติบุคคล) พร้อมประทับตราบริษัทให้ชัดเจน และจำนวนเงินที่เสนอจะต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลขและตัวอักษร โดยไม่มีการชูด ลบ หรือแก้ไขใด ๆ ทั้งสิ้น อนึ่ง ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดจากการยื่นข้อเสนอ และอื่น ๆ ผู้เสนอราคาจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และไม่มีผลผูกพันต่อ รฟม. แต่อย่างใด

6.6.2 ผู้รับจ้างจะต้องระบุชัดเจนในเอกสารที่ยื่นเสนองานต่อ รฟม. ว่า ผู้รับจ้างจะรับผิดชอบงานและดำเนินการตามแผนงานที่ได้นำเสนอทั้งหมด โดยจะต้องปฏิบัติตามได้จริงตามที่เสนอทุกประการ เว้นแต่ รฟม. เห็นชอบให้มีการปรับแก้ไข เปลี่ยนแปลง เท่านั้น

7. ระยะเวลาดำเนินงาน

ช่วงเดือนกันยายน 2564 หรือตามที่ตกลงกับ รฟม. โดยกำหนดจัดงานรวม 3 – 5 วัน (ไม่รวมการเตรียมงานและรื้อถอน)

8. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน ภายในไม่เกินระยะเวลาสิ้นสุดสัญญาจ้าง ดังต่อไปนี้

8.1 ผู้รับจ้างจะต้องส่งหนังสือส่งมอบงาน พร้อมใบแจ้งหนี้ และส่งมอบวิดีโอสรุปภาพรวมการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ประจำปี 2564 ความยาวไม่เกิน 5 นาที ให้กับ รฟม.

8.2 ผู้รับจ้างจะต้องส่งรายงานผลการดำเนินงาน ตามข้อ 5 จำนวน 3 ชุด พร้อม Flash Drive/ External Hard disk จำนวน 3 ชุด โดยเอกสารดังกล่าวประกอบด้วย สรุปผลการดำเนินงานทั้งหมด พร้อมภาพประกอบ โดยส่งมอบให้ รฟม. ภายใน 15 วัน (วันทำการ) หลังจากดำเนินการจัดงานครบตามเงื่อนไขที่กำหนด

8.3 ส่งต้นฉบับไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และไฟล์ (Art work) ที่ใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชนิด บรรจุใน Flash Drive/ External Hard disk จำนวน 3 ชุด โดยความละเอียดของภาพเคลื่อนไหว จะต้องมีความละเอียดของงานระดับ Full HD ที่มีความละเอียดไม่น้อยกว่า 1080p

9. การเบิกจ่ายเงิน

รฟม. จะชำระค่าจ้างพร้อมภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) เป็นงวดเดียว หลังจากผู้รับจ้างส่งมอบงานทั้งหมดครบถ้วนถูกต้อง และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจการจ้างของ รฟม. เรียบร้อยแล้ว

10. ค่าปรับ

10.1 ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถปฏิบัติงานได้ครบถ้วนตามขอบเขตการดำเนินงาน ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวัน (เศษของวันคิดเป็นหนึ่งวัน) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของค่าจ้างตามสัญญา

/10.2 ใน...

10.2 ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดและ รพม. ยังมิได้บอกเลิกสัญญาให้ถือว่าผู้รับจ้างประพฤติดิตสัญญา และจะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวัน (เศษของวันคิดเป็นหนึ่งวัน) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของค่าจ้างตามสัญญานับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จของงาน หรือวันที่ รพม. ได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ผู้รับจ้างยินยอมให้ รพม. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ หรือค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องให้ผู้อื่นดำเนินการให้แล้วเสร็จ โดยยินยอมให้ รพม. หักค่าใช้จ่าย/ค่าเสียหายก่อนการจ่ายเงิน

10.3 กรณีผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก รพม. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

11. การสงวนสิทธิ์และเงื่อนไขอื่น ๆ

ผู้ว่าจ้างสามารถยกเลิกการจ้างจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ประจำปี 2564 ในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้รับจ้างจะเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ จากผู้ว่าจ้างไม่ได้

(1) การจัดจ้างครั้งนี้อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ว่าจ้าง หรือเกิดผลกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(2) เกิดสถานการณ์โรคระบาด ภัยธรรมชาติ หรือมลพิษ ที่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตหรือสุขภาพของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” หรือส่งผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมดังกล่าวตามที่ รพม. เห็นสมควร

(3) กรณีที่การจัดกิจกรรมดังกล่าวต้องห้ามดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมาย ข้อบัญญัติ ข้อกำหนด หรือระเบียบอื่นใดของทางราชการที่ได้ออกใช้บังคับอยู่ในขณะนี้ และจะออกใช้บังคับในภายหลัง หรือไม่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล หรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

12. งบประมาณการดำเนินการ

ภายในวงเงิน 2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

13. ผู้ประสานงานของ รพม.

1. นายภูเบศ อัครเดชพิพัธ์

หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2359 โทรสาร 0 2716 4030

2. นายทองโรจน์ โฆษิตวัฒนาพานิชย์

พนักงานบริหารธุรกิจ 7 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ กองการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ

โทรศัพท์ 0 2716 4000 ต่อ 2358 โทรสาร 0 2716 4030

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ประจำปีงบประมาณ 2564

โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bidding)

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bidding) แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อหลัก โดยมีคะแนนเต็มในการพิจารณาทั้งหมด 200 คะแนน ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

ลำดับที่	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1.	<p>1. แนวคิดในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์</p> <p>1.1 แนวคิดในการออกแบบ (Concept)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนด (15 คะแนน) - สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รฟม. และสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” (15 คะแนน) <p>1.2 ออกแบบแผนผัง (Layout)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบแผนผังตำแหน่งบูธ/ร้านค้า สามารถจัดผังบูธ/ร้านค้าเป็นระเบียบ และผู้ร่วมงานสามารถเข้าถึงได้ทุกร้าน (10 คะแนน) - การออกแบบเวทีกลาง ให้มีขนาดที่เหมาะสมและสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา (10 คะแนน) <p>1.3 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมทั้งการวางแผนการผลิตและเผยแพร่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ (20 คะแนน) - ความสวยงามโดยรวม มีความสวยงามสะดุดตา การใช้ภาษาที่ถูกต้อง ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม และ/หรือมีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสื่ออื่นๆ เช่น คิวอาร์โค้ดเข้าสู่เว็บไซต์ของ รฟม. และเว็บไซต์การตลาด รฟม. (15 คะแนน) - แผนการดำเนินงาน สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผนรวมเวลาที่ใช้ในการผลิตและมีแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของ รฟม. (15 คะแนน) 	<p>(100)</p> <p>30 คะแนน</p> <p>20 คะแนน</p> <p>50 คะแนน</p>
2.	<p>2. แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place”</p> <p>2.1 กิจกรรมส่งเสริมการขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำแผนการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วยกระตุ้นรายได้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าพื้นที่กับ รฟม. ภายในกิจกรรม “MRT Market Place” (40 คะแนน) 	<p>(90)</p> <p>80 คะแนน</p>

ลำดับที่	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
	- ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ รพม. เช่น การจับฉลากของรางวัล	(40 คะแนน)
	2.2 การรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, เพลิงไหม้ เป็นต้น	10 คะแนน
	- ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนงานและวิธีการแก้ไขรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินสำหรับการจัดกิจกรรมรูปแบบ ในร่ม (Indoor) เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, เพลิงไหม้ เป็นต้น	
3.	3. ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รพม.	(10)
	รวม	<u>200</u>

1. แนวคิดในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (100 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 แนวคิดในการออกแบบ (Concept) (30 คะแนน)

1.1.1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนด (15 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการแนวคิดในการนำเสนอ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับแนวคิดที่กำหนด	มีการนำเสนองานที่มีความคิดสร้างสรรค์ งานออกแบบสอดคล้องกับแนวคิดได้อย่างดีเยี่ยม เหมาะสมกับกิจกรรม และกลุ่มเป้าหมาย และสื่อถึงความเป็น รพม.	15
	มีการนำเสนองานที่มีความคิดสร้างสรรค์ งานออกแบบค่อนข้างสอดคล้องกับแนวคิด	10
	มีการนำเสนองานที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ และงานออกแบบไม่สอดคล้องกับแนวคิด	0

1.1.2 สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รพม. และสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” (15 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการสื่อสารถึงภาพลักษณ์ความเป็น รพม. ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo) อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้าที่ รพม. รับผิดชอบ และสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
การสื่อสารถึงภาพลักษณ์ รพม. และสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT MARKET PLACE”	มีการออกแบบที่สื่อถึง รพม. ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo) อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) และ การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้าที่ รพม. รับผิดชอบ ได้อย่างลงตัว เหมาะสม รวมถึงสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ฯ ได้อย่างดีเยี่ยม	15
	มีการออกแบบที่สื่อถึง รพม. ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo) อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) หรือการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้าที่ รพม. รับผิดชอบ อย่างไม่อย่างหนึ่ง และสอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ฯ	10
	งานออกแบบไม่มีความสอดคล้อง หรือไม่สื่อถึงความเป็น รพม. และไม่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ฯ	0

1.2 การออกแบบแผนผัง (Layout) (20 คะแนน) มีรายละเอียด ดังนี้

1.2.1 การออกแบบแผนผังตำแหน่งร้านค้า สามารถจัดผังร้านค้าเป็นระเบียบ และผู้ร่วมงานสามารถเข้าถึงได้ทุกร้าน (10 คะแนน)

การให้คะแนนการพิจารณาจากการออกแบบแผนผังตำแหน่งร้านค้าที่กำหนดให้ผู้เข้าร่วมงานต้องเดินผ่านร้านค้าทุกร้าน และมีร้านค้าตั้งอยู่ในจุดอับสายตาน้อยที่สุด โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
การออกแบบแผนผังตำแหน่งร้านค้า	การออกแบบแผนผังร้านค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมงานต้องเดินผ่านร้านค้าได้ทั้ง 15 บูธ/ร้านค้า หรือมากกว่า และไม่มีร้านค้าที่ตั้งอยู่ในจุดอับสายตา อีกทั้งยังสามารถใช้พื้นที่ได้เกิดประโยชน์สูงสุด	10
	การออกแบบแผนผังร้านค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมงานเดินผ่านร้านค้าได้อย่างน้อย 15 บูธ/ร้านค้า และ/หรือ มีบูธ/ร้านค้า ประมาณ 1 - 4 ร้าน ที่ตั้งอยู่ในจุดอับสายตา	5
	การออกแบบแผนผังร้านค้าสามารถให้ผู้เข้าร่วมงานเดินผ่านร้านค้าได้ต่ำกว่า 15 บูธ/ร้านค้า และ/หรือ มีบูธ/ร้านค้า ประมาณ 5 - 8 ร้าน ที่ตั้งอยู่ในจุดอับสายตา หรือตำแหน่งไม่สามารถตั้งบูธ/ร้านค้าได้	0

1.2.2 การออกแบบเวทีกลาง ให้มีขนาดที่เหมาะสมและสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากความสวยงามของเวทีกลางมีความโดดเด่น สะดุดตา สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
การออกแบบเวทีกลาง	เวทีกลางมีการตกแต่งได้สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงาน (Theme) และสามารถสื่อถึงความเป็น รพม.	10
	เวทีกลางมีการตกแต่งได้สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	5
	ไม่มีการนำเสนอการออกแบบเวทีกลาง	0

1.3 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมทั้งการวางแผนการผลิตและเผยแพร่ (50 คะแนน)

1.3.1 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ (20 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงาน กิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ฯ และวัตถุประสงค์ของงานให้มีความน่าสนใจ	มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานที่น่าเสนอ น่าสนใจ สื่อถึงงาน และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆได้ครบถ้วน รวมทั้งมีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่ของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่สามารถทำได้จริง และสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานทั้งหมด	20
	มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานที่น่าเสนอ และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆบางประเภทแต่ไม่ครบถ้วน รวมทั้งมีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่ของสื่อประชาสัมพันธ์	10
	การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงานที่น่าเสนอ และไม่มีการนำเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่ของสื่อประชาสัมพันธ์	0

1.3.2 ความสวยงามโดยรวม มีความสวยงามสะอาดตา การใช้ภาษาที่ถูกต้อง ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม และ/หรือมีเทคนิคพิเศษในการเชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ที่ได้รับสื่อต่างๆ เช่น คิวอาร์โค้ดเข้าสู่หน้าต่างเว็บไซต์ของ รพม. และเว็บไซต์การตลาด รพม. ที่เป็นหน้าประชาสัมพันธ์กิจกรรม เป็นต้น (15 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการใช้ข้อความกระชับ เข้าใจง่าย และบอกรายละเอียดงานครบถ้วน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
ความสวยงามโดยรวม การใช้ภาษา และความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูล	มีความสวยงาม ใช้ข้อความกระชับ เข้าใจง่าย และบอก รายละเอียดการจัดงานครบถ้วน และมีเทคนิคพิเศษในการ เชื่อมโยงข้อมูลกับผู้ได้รับสื่อประชาสัมพันธ์	15
	มีความสวยงาม ใช้ข้อความกระชับ เข้าใจง่าย และบอก รายละเอียดการจัดงานครบถ้วน	10
	ใช้ข้อความฟุ่มเฟือย เข้าใจยาก และบอกรายละเอียดการจัด งานไม่ครบถ้วน	0

1.3.3 แผนการดำเนินงาน สามารถนำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผน รวมเวลาที่ใช้ในการผลิตและมีแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของ รพม. (15 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการดำเนินงานโดยละเอียดและสามารถทำได้จริงตามแผน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
แผนการดำเนินงานสามารถ นำเสนอแผนงานโดยละเอียด จัดทำจริงได้ตามแผน	มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานโดยละเอียดครบถ้วนทั้ง ระยะเวลาการออกแบบ การผลิต และการติดตั้งงานหรือการ เผยแพร่ รวมทั้งสามารถทำได้จริงตามแผน	15
	มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน แต่ไม่ลงรายละเอียดในการ ดำเนินงานต่างๆ	10
	ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน	0

2. แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” ประจำปี 2564 (90 คะแนน)

2.1 กิจกรรมส่งเสริมการขาย (80 คะแนน)

2.1.1 จัดทำแผนส่งเสริมการขาย ที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคต่อกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” (40 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
การจัดทำแผนส่งเสริมการขาย	มีการนำเสนอแผนส่งเสริมการขายและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถช่วยกระตุ้นการซื้อและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค มีระยะเวลาและแผนงานส่งเสริมการขายที่ชัดเจน มีการนำเสนอรายชื่อผู้ควบคุมงาน ทีมงาน พร้อมประวัติการทำงานที่มีประสบการณ์ตรงตามลักษณะของงาน	40
	มีการนำเสนอแผนส่งเสริมการขายและกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีระยะเวลาและแผนงานส่งเสริมการขาย แต่ไม่มีการนำเสนอรายชื่อผู้ควบคุมงาน ทีมงาน พร้อมประวัติการทำงานที่มีประสบการณ์ตรงตามลักษณะของงาน	20
	ไม่มีการนำเสนอแผนส่งเสริมการขาย	0

2.1.2 ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ รฟม. เช่น การจับฉลากของรางวัล (40 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รฟม. ได้ชัดเจน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
ออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง	มีการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง โดยสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รฟม. ได้ชัดเจน	40
	มีการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง แต่ไม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับ รฟม.	20
	ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขาย	0

2.2 แผนการสนับสนุนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมทางการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ “MRT Market Place” (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอแผนการรับรองสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
การรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน	มีการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, เพลิงไหม้ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามแผนที่วางไว้ รวมถึงนำเสนอมาตรการอื่นๆ เพิ่มเติม	10
	มีการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟฟ้าดับ/ลัดวงจร, เพลิงไหม้ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามแผนที่วางไว้	5
	ไม่มีการนำเสนอแผนการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน	0

3. ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม. (10 คะแนน)

การให้คะแนนพิจารณาจากการนำเสนอข้อเสนออื่นๆ ที่นอกเหนือจาก TOR กำหนด หรือเพิ่มเติมจากที่ TOR กำหนด โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

		คะแนน
ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ รฟม.	มีการนำเสนอข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. มากกว่า 1 อย่าง/รูปแบบ	10
	มีการนำเสนอข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับ รฟม. เพียง 1 อย่าง/รูปแบบ	5
	ไม่มีการนำเสนอข้อเสนอพิเศษใดๆ	0