



ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

1. ชื่อโครงการจัดซื้อ/จัดจ้าง โครงการก่อสร้างแบบรนต์และประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากภูมิภาค รหัสกิจกรรม AB001/61
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,500,000.00 บาท
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 1 - มิ.ย. 2561
เป็นเงิน 3,500,000 บาท ราคา/หน่วย (ถ้ามี)
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 5.1 ในเสนอราคาของบริษัท MODE IMAGE CO.,LTD
 - 5.2 ในเสนอราคาของบริษัท พีคณาณ จำกัด
 - 5.3 ในเสนอราคาของบริษัท MUTE COMPANY LIMITED
6. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน คณะกรรมการพิจารณาขอเสนอราคาจ้างงานและราคากลางภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพและสร้างรายได้สู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืน (สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ)

วิธีเลือกราคากลาง ให้ดูตามลำดับ ดังนี้

ให้เลือก 1 ก่อน ถ้าไม่มีให้เลือก 2 หรือ 3 ถ้า 1,2,3 ไม่มีให้เลือก 4 หรือ 5 หรือ 6

- ราคาที่ได้มาจากการคำนวณตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการราคากลางกำหนด
- ราคาที่ได้มาจากฐานข้อมูลราคาอ้างอิงของพัสดุที่กรมบัญชีกลางจัดทำ
- ราคามาตรฐานที่สำนักงานงบประมาณหรือหน่วยงานกลางอื่นกำหนด
- ราคาที่ได้มาจากการสืบราคาจากท้องตลาด (โปรดระบุชื่อในข้อ 5 ด้วย)
- ราคาที่เคยซื้อหรือจ้างครั้งล่าสุดภายในระยะเวลาสองปีงบประมาณ
- ราคาอื่นใดตามหลักเกณฑ์ วิธีการ หรือแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานของรัฐนั้น ๆ

หมายเหตุ : ในกรณีที่มีราคาตาม (1) ให้ใช้ราคาตาม (1) ก่อน ในกรณีที่ไม่มีราคาตาม (1) แต่มีราคาตาม (2) หรือ (2) ให้ใช้ราคาตาม (2) หรือ (3) ก่อน โดยจะใช้ราคาใดตาม (2) หรือ (3) ให้คำนึงถึงประโยชน์ ของหน่วยงานของรัฐเป็นสำคัญ ในกรณีที่ไม่มีราคาตาม (1) (2) และ (3) ให้ใช้ราคาตาม (4) (5) หรือ (6) โดยจะใช้ราคาใดตาม (4) (5) หรือ (6) ให้คำนึงถึงประโยชน์ของหน่วยงานของรัฐเป็นสำคัญ



ข้อกำหนดขอบเขตการจัดจ้าง (Terms of Reference)

การสร้างแบรนด์และประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากภูมิภาค

1. หลักการและเหตุผล

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมศักยภาพที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ด้วยภูมิปัญญาในการปรับปรุงคุณภาพพลอยสี และช่างฝีมือเจียรไนอัญมณี และช่างฝีมือผลิตเครื่องประดับมีทักษะความชำนาญสูง ทำให้สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศจากการส่งออกไปยังตลาดโลก เป็นสินค้าสำคัญในอันดับ 3 ของประเทศ และติดอันดับผู้ส่งออกสำคัญใน 10 อันดับแรกของโลกมาตั้งแต่ปี 2559 อีกทั้งยังสร้างรายได้ให้กับกิจการร้านค้าในประเทศใกล้เคียงกับการส่งออก โดยก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจไทย เกือบ 30,000 ล้านบาทหรือร้อยละ 1 ของจีดีพี หรือคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 6 ของจีดีพี มีกิจการด้านนี้ซึ่งส่วนใหญ่เป็น SMEs กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศกว่า 3 หมื่นแห่ง (ไม่รวมภาคครัวเรือน และผู้ประกอบการรายเดียว) รวมถึงมีการจ้างงานตลอดห่วงโซ่อุปทานถึงเกือบ 2 ล้านคน รวมแรงงานทั้งในและนอกระบบ โดยอุตสาหกรรมนี้มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ การจ้างงานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และยังมีส่วนในการสนับสนุนอาชีพข้างเคียง เช่น ธุรกิจแฟชั่น สิ่งพิมพ์ ธุรกิจออกแบบ ฯลฯ ด้วยความสำคัญดังกล่าวข้างต้น รัฐบาลจึงได้กำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกให้ได้ภายใน 5 ปีข้างหน้า

ดังนั้น เพื่อขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายวิสัยทัศน์การก้าวสู่ศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก อีกทั้งเพื่อให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตและมีความเข้มแข็งตั้งแต่ระดับฐานราก เกื้อกูลกันให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน การสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมถึงการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ จึงมีความจำเป็นต้องเร่งดำเนินการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับอัตลักษณ์อันโดดเด่นในแต่ละภูมิภาค ที่ได้อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาผลิต การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน การยกระดับผู้ประกอบการจากการเป็นเพียงผู้รับจ้างผลิต (OEM) สู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีรูปแบบสินค้าของตนเอง (ODM) และผู้ประกอบการที่มีแบรนด์เป็นของตนเอง (OBM) การส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการใช้ประโยชน์จากการค้าออนไลน์มากขึ้น การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยสู่สากล ตลอดจนเชื่อมโยงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเข้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในไทยประมาณ 35.38 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 8.77 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่มีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับกว่า 35,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 21 และมีสัดส่วนร้อยละ 9.01 ของค่าใช้จ่ายรวม โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในไทยมากที่สุดคือ ชาวจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อนำเสนอ เผยแพร่/ภาพลักษณ์ใหม่ของการพัฒนาศักยภาพและสร้างรายได้สู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืน (5 จังหวัด) ด้วยการแสดงให้เห็นถึงการเป็นหน่วยงานที่มีความทันสมัย มีความสามารถในการทำงานเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมในระดับประเทศและนานาชาติได้อย่างเต็มภาคภูมิ

- 2.2 เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพฯ ในภูมิภาค โดยการใช้สื่อที่เป็น Social Media ต่างๆ ที่ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง หลากหลาย และมีประสิทธิภาพสูง
- 2.3 เพื่อแสดงศักยภาพของสถาบันและผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ประจักษ์แก่วงการอัญมณี และเครื่องประดับไทย ในรูปแบบใหม่ๆ
- 2.4 เพื่อจูงใจให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้บทบาทของสถาบันในฐานะองค์กรที่ดำเนินงานสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 3.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้าง
- 3.2 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุงชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- 3.3 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศเชิญชวน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 3.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 3.5 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ (กวพ.) กำหนด
- 3.6 บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

4. ขอบเขตงานจ้าง

ดำเนินการสร้างแบรนด์โครงการพัฒนาศักยภาพและสร้างรายได้สู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืนและประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากพื้นที่เป้าหมาย 5 จังหวัด ได้แก่

- ตำบลไทรย้อย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดแพร่ (เครื่องเงินโบราณและ/หรือการเจียรไนพลอย)
- ตำบลหนองจอก อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี (เครื่องประดับทองโบราณ)
- ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ (เครื่องประดับเงินและ/หรือทองเหลืองลายโบราณ)
- ตำบลบ่อพลอย อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด (แหล่งอัญมณี)
- ตำบลปากน้ำ ตำบลทุ่งบุหลัง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดสุพรรณบุรี (ไข่มุก)

การดำเนินงานประกอบด้วย

- 4.1 เสนอแผนการดำเนินงาน แนวทาง วิธีการ ในการดำเนินงานทุกขั้นตอน
- 4.2 ออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity) ของโครงการ และสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการดำเนินโครงการเพื่อให้เกิดการจดจำ
- 4.3 ปรับปรุงและออกแบบหลักสูตรการเรียนรู้และออกแบบทริปปการศึกษาดูงานพิเศษด้านการออกแบบเครื่องประดับ

4.4 ออกแบบเนื้อหาและรูปแบบสื่อดิจิทัลไม่น้อยกว่า 3 สื่อ พร้อมการบริหารจัดการ (เป็น Admin) ร่วมกับเจ้าหน้าที่ของสถาบัน

4.5 ออกแบบและจัดทำสื่อในลักษณะสิ่งพิมพ์ Gem Journal ที่มีลักษณะ PR – Marketing Materials

4.6 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้แล้วเสร็จสมบูรณ์ มีความถูกต้องครบถ้วนตามขอบเขตงานจ้าง ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างทั้งหมด ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 เสนอแผนการดำเนินงาน แนวทาง วิธีการ ในการดำเนินงานทุกขั้นตอน โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนงาน แนวทาง ระยะเวลาการดำเนินการที่สอดคล้องกับเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของโครงการ ทั้งนี้ แนวทาง วิธีการ และระยะเวลา ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการของสถาบันก่อนดำเนินการ

4.2 ออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity) ของโครงการ และสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการ ได้แก่

4.2.1 โลโก้ (Logo) ที่มีความทันสมัย จดจำง่าย และมีความสัมพันธ์กับโลโก้เดิม และสื่อถึงความเป็นโครงการที่มีพัฒนาการเหมาะสม เพื่อเชื่อมโยงการรับรู้ของลูกค้าของสถาบันและผู้สนใจทั่วไป โดยออกแบบให้เลือกไม่น้อยกว่า 4 แบบ โดยกำหนดเวลาคัดเลือกและปรับแบบไม่เกิน 2 ครั้ง

4.2.2 สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

4.2.2.1 โปสเตอร์ พร้อม Artwork และจัดพิมพ์ 2,000 แผ่น

4.2.2.2 หัวจดหมาย ขนาด A4 พร้อมจัดพิมพ์ 1,000 แผ่น (เสนอคุณสมบัติของกระดาษ ให้สถาบันพิจารณาก่อนดำเนินการ)

4.2.2.3 ของจดหมาย ไม่น้อยกว่า 3 ขนาดมาตรฐาน พร้อมจัดพิมพ์แบบละไม่น้อยกว่า 300 ซอง

4.2.2.4 แฟ้ม A4 พร้อมจัดทำไม่น้อยกว่า 300 แฟ้ม

4.2.2.5 ตราประทับอัตลักษณ์ (Logo) ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้น

4.2.2.6 ตราประทับปูนอัตลักษณ์ (Logo) ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้น

4.2.2.7 คู่มือการใช้อัตลักษณ์ (Logo) โครงการขนาด A4 พร้อมรายละเอียดและแนวทางการใช้อัตลักษณ์ดังกล่าว ในงานประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ ที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า 10 เล่ม พิมพ์ 4 สี พร้อมข้อมูลการใช้เป็นไฟล์ดิจิทัล

ทั้งนี้ แบบสิ่งพิมพ์ทุกรายการ (ข้อ 4.2.2.1- 4.2.2.6) ต้องได้รับความเห็นชอบจากสถาบันก่อนการจัดทำ

4.3 ปรับปรุงและออกแบบหลักสูตรการเรียนรู้และออกแบบทรัพยากรศึกษาเฉพาะด้านการออกแบบเครื่องประดับในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างเพื่อสื่อถึงความสำคัญของโครงการ แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ

4.3.1 ออกแบบหลักสูตรการเรียนและการฝึกอบรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความทันสมัย มีความพิเศษ สามารถจูงใจให้ผู้ที่อยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับและผู้สนใจมาสมัครกับสถาบันไม่น้อยกว่า 3 หลักสูตร (จำนวนวันและรายละเอียดต้องนำเสนอด้วย) พร้อมทั้งแนะนำวิทยากรที่มีชื่อเสียงและประสานงานการบรรยายหรือการสอนในหลักสูตรนั้นๆ ให้สถาบันเลือกไม่น้อยกว่า 3 คนในแต่ละหลักสูตร

4.3.2 ออกแบบทริปการเดินทางเพื่อศึกษาดูงานด้านการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับที่ให้ความรู้และศึกษาสถานที่แปลกใหม่ด้านการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับเป็นพิเศษ ในทวีปเอเชีย ไม่น้อยกว่า 2 ทริป และในยุโรปไม่น้อยกว่า 1 ทริป รวมทั้งการบริหารจัดการการเดินทาง ทั้งโรงแรมที่พัก การเดินทาง และการดูงานที่ครบถ้วน

ทั้งนี้ ต้องออกแบบ Key Visual ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฝึกอบรมและการศึกษาดูงานดังกล่าวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ในข้อ 4.2 อย่างกลมกลืนและเป็นมืออาชีพ โดยต้องมีแบบให้พิจารณาปรับปรุงไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง และได้รับความเห็นชอบในการดำเนินงานจากสถาบัน

4.4 ออกแบบเนื้อหาและรูปแบบสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานการพัฒนาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และกิจกรรม Buy With Confidence ในภูมิภาค ไม่น้อยกว่า 5 จังหวัดเป้าหมาย ประกอบด้วยการดำเนินการดังนี้

4.4.1 ออกแบบเนื้อหา ได้แก่ ข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว เพื่อนำเสนอต่อบุคคลทั่วไปให้รู้จักโครงการฯ มากยิ่งขึ้น มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความทันสมัยและเหมาะสมกับลูกค้าในวงการที่หลากหลาย

4.4.2 จัดการบริหารเนื้อหา เป็นรายสัปดาห์ ตลอด 4 เดือน (ถึงกันยายน 2561) โดยใช้ 3 ช่องทางเป็นอย่างน้อย ที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเหมาะสมกลมกลืนและสนับสนุนกัน ได้แก่

4.4.2.1 Official Website จำนวน 4 contents/สัปดาห์ และ 2 ภาพเคลื่อนไหว/เดือน เป็นอย่างน้อย

4.4.2.2 Official Facebook จำนวน 4 contents/สัปดาห์ และ 2 ภาพเคลื่อนไหว/เดือน เป็นอย่างน้อย

4.4.2.3 Official Youtube Channel จำนวน 2 ภาพเคลื่อนไหว/เดือน เป็นอย่างน้อย

ทั้งนี้ เนื้อหาและภาพจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสถาบันก่อนดำเนินการและเผยแพร่ทุกครั้ง

4.5 ออกแบบและจัดทำสื่อในลักษณะของสิ่งพิมพ์ ในรูปแบบ Gem Journal ที่ทันสมัย มีลักษณะเป็น PR-Marketing Materials เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ลักษณะ Free Copy ราย 2 เดือน จำนวน 2 ฉบับ ออกทุกๆ 2 เดือน ไม่เกิน วันที่ 10 ของเดือน ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

- 4.5.1 ออกแบบเนื้อหาในระบบ Year Plan จนครบทุกฉบับ (ในเวลา 4 เดือน) โดยได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากสถาบัน
- 4.5.2 จัดหาทีมผู้รับผิดชอบสร้างสรรค์เนื้อหาพร้อมรูปภาพประกอบที่สวยงาม ถ่ายทำด้วยช่างภาพมืออาชีพ สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี สอดคล้องกับอัตลักษณ์โครงการ
- 4.5.3 รูปแบบ Journal จะต้องมีความไม่น้อยกว่า A1 พับ A3 พิมพ์ 4 สี ทั้งสองด้าน เลือกชนิดและความหนาของกระดาษที่เหมาะสมกับการออกแบบและนำเสนอ ให้สถาบันเห็นชอบก่อนดำเนินการ
- 4.5.4 จำนวนพิมพ์ไม่น้อยกว่า 2,500 ฉบับ ต่อรอบการพิมพ์ (2 เดือน/ฉบับ) เมื่อพิมพ์เสร็จในทุกๆ 2 เดือน จะส่งให้สถาบันไม่น้อยกว่า 1,000 ฉบับ เพื่อจัดส่งให้สมาชิกของสถาบัน (โดยค่าใช้จ่ายของสถาบัน) ส่วนที่เหลือ 1,500 ฉบับ จะต้องดำเนินการจัดวางในระบบ Free Copy ตามสถานที่สำคัญและทันสมัย ตลอดจนหน่วยงานสร้างสรรค์ไม่น้อยกว่า 10 แห่ง ในกรณีที่มีสาขา ต้องจัดวางไม่น้อยกว่า 5 สาขา โดยผู้รับจ้างต้องเสนอรายชื่อและสาขาให้สถาบันรับทราบ และเห็นชอบก่อนเริ่มดำเนินการ

4.6 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

- 4.6.1 สรุปรายละเอียดการดำเนินงานและผลการดำเนินงานเป็นภาพรวมตามข้อ 4 และส่งมอบในลักษณะเอกสารและไฟล์ดิจิทัล จำนวน 2 ชุด
- 4.6.2 ส่งมอบภาพถ่ายและตัวอย่างในแต่ละหัวข้อการดำเนินงานเป็นไฟล์ดิจิทัล โดยบันทึกในอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล เช่น Flash Drive หรือ External Harddisk จำนวน 2 ชุด

5. ระยะเวลาในการดำเนินการ

นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง ถึง 30 กันยายน 2561

6. งบประมาณ

ในวงเงินงบประมาณ 3,500,000 บาท (สามล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

7. การส่งมอบงานและจ่ายเงินค่าจ้าง

กำหนดแบ่งงวดงานเพื่อส่งมอบงานและจ่ายเงินค่าจ้าง รวม 4 งวด ดังนี้

- งวดที่ 1 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามข้อ 4.1 เป็นเอกสารและไฟล์ดิจิทัล จำนวน 3 ชุด ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการสถาบัน โดยสถาบันจะจ่ายเงินงวดแรกร้อยละ 10 เมื่อคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันแล้ว
- งวดที่ 2 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานที่ดำเนินงานแล้วร้อยละ 50 ตามแผนงานที่กำหนดแก่สถาบัน ภายใน 75 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการสถาบัน โดยสถาบันจะจ่ายเงินงวดที่สองร้อยละ 40 เมื่อคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันแล้ว

- งวดที่ 3 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานอันประกอบด้วยงานที่ดำเนินแล้วก่อนหน้า พร้อมงานที่เหลืออีกร้อยละ 50 ตามแผนงานที่กำหนดแก่สถาบันภายใน 105 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการสถาบัน โดยสถาบันจะจ่ายเงินงวดที่สามร้อยละ 40 เมื่อคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันแล้ว
- งวดที่ 4 ผู้รับจ้างต้องส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานในข้อ 4.6 แก่สถาบันภายใน 120 วัน ณ ที่ทำการสถาบัน โดยสถาบันจะจ่ายเงินงวดที่สี่ร้อยละ 10 เมื่อคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันแล้ว

8. แนวทางการเสนองาน

8.1 รายละเอียดของการดำเนินงาน ผู้เสนองานจะต้องนำเสนอรูปแบบในข้อ 4.1 – 4.5 ของการดำเนินงานเป็นภาพสี 1 ชุด และมีการนำเสนอด้วย Power Point ประกอบ ให้ครบถ้วนในประเด็น ดังนี้

- คุณสมบัติ ประสบการณ์และความเป็นมาตามข้อ 3
- แผนงานและขอบเขตการดำเนินงานโดยละเอียดตามข้อ 4 รวมทั้งขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน งบประมาณ การจ่ายเงินของการดำเนินงานบริหารการจัดการ ช่วงเวลาของกิจกรรมที่จำเป็น ทั้งนี้ เมื่อผู้เสนอราคาได้รับคัดเลือก สถาบันขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนแผนงาน งบประมาณ การจ่ายเงินฯ ช่วงเวลาการดำเนินการได้ตามความเหมาะสม
- ประวัติและจำนวนบุคลากรในคณะผู้บริหารจัดการ รวมทั้งบทบาทในการบริหารจัดการนี้
- แผนการปฏิบัติงาน/ตารางแสดงระยะเวลาการดำเนินงาน (Work Plan)
- ข้อเสนออื่นๆ ที่ผู้เสนอราคาฯ เห็นสมควร

8.2 ของใบเสนอราคา การเสนอราคาให้ระบุรายละเอียดประมาณการค่าใช้จ่ายของทั้งโครงการซึ่งครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานในข้อ 4 ข้างต้นทั้งหมด อย่างละเอียดและครบถ้วน โดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

8.3 ผู้เสนองานจะต้องเตรียมนำเสนอข้อเสนอและแนวทางการดำเนินงานต่อคณะกรรมการจัดจ้างตามวัน เวลา และสถานที่ ที่กำหนดไว้ในประกาศ โดยมีเวลาในการนำเสนอ 20 นาที และ เวลาในการซัก-ถามจากคณะกรรมการ 10 นาที

9. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

9.1 พิจารณาด้วยเกณฑ์ราคาและคุณภาพ (Price Performance) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- (1) น้ำหนักคะแนนของเกณฑ์ราคา ร้อยละ 20
- (2) น้ำหนักคะแนนของเกณฑ์คุณภาพ ร้อยละ 80
- (3) เกณฑ์คุณภาพใช้คุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อสถาบันและตรงตามวัตถุประสงค์โครงการประกอบด้วย
 - (3.1) แนวคิด รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงาน 20 คะแนน
 - (3.2) แนวคิด รูปแบบ การออกแบบอัตลักษณ์โครงการ 15 คะแนน
 - (3.3) แนวคิด รูปแบบ และการดำเนินการฝึกอบรมและการจัดทริปเดินทาง การออกแบบเนื้อหาและสื่อในระบบดิจิทัล 20 คะแนน

- (3.4) แนวคิด รูปแบบ และการดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อในลักษณะของสิ่งพิมพ์ ในรูปแบบของ GEM Journal และแนวทางการจัดวางแบบ Free Copy (สถานที่จัดวางตามขอบเขตการจ้าง) 15 คะแนน
 - (3.5) ความน่าเชื่อถือและผลงานที่ผ่านมา 15 คะแนน
 - (3.6) นำเสนองานครบถ้วนตามรายละเอียดของ TOR ที่กำหนด 10 คะแนน
 - (3.7) ข้อเสนอที่เสนอให้เพิ่มเติมนอกเหนือจาก TOR 5 คะแนน
- 9.2 หลักการ รูปแบบ และการนำเสนอต้องตรงกับวัตถุประสงค์โครงการและได้มาตรฐานสากล
- 9.3 คณะกรรมการจัดจ้างทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุดหรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการและสถาบันเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของคณะกรรมการฯ เป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องข้อเสียหายใดๆ ไม่ได้ รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะพิจารณายกเลิกการเสนอราคาและลงโทษผู้เสนอราคาเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุผลที่เชื่อได้ว่าการเสนอราคากระทำไปโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอราคาเอกสารอันเป็นเท็จหรือใช้ข้อมูลบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นมาเสนอราคาแทน เป็นต้น ในวันที่นำเสนองานต่อคณะกรรมการจัดจ้างฯ ณ ห้องประชุม ชั้น 6 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

10. ข้อกำหนดและเงื่อนไข

- 10.1 ผู้ได้รับคัดเลือกต้องดำเนินการตามแผนงานที่เสนอและตามขอบเขตดำเนินงานที่ระบุไว้ข้างต้น
- 10.2 ผู้ได้รับคัดเลือกต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลาที่สถาบันกำหนด
- 10.3 การจ่ายค่าจ้างจะกำหนดจ่ายตามแผนงานงวดงานตามข้อ 7
- 10.4 ผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องทำการส่งมอบข้อมูลทั้งหมดให้สถาบันทั้งแบบรูปเล่มรายงานและไฟล์ดิจิทัลตามที่สถาบันระบุ และขอให้ถือว่าข้อมูลดังกล่าวฯ เป็นทรัพย์สินของสถาบัน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะนำไปทำซ้ำ เผยแพร่ หรือใช้ประโยชน์อันเนื่องต่อผลประโยชน์ต่อผู้รับจ้างไม่ได้
- 10.5 หากผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ 4 ทางสถาบันจะพิจารณาปรับลดเงินค่าจ้างเหมาบริการฯ ตามเนื้องานที่ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ
- 10.6 ในกรณีที่ผู้ได้รับคัดเลือกไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในอัตราร้อยละ 0.10 ต่อวัน ของราคาค่าจ้างตามใบสั่งงาน เว้นแต่ในกรณีที่สถาบันเห็นชอบให้ขยายเวลาสัญญาดังกล่าว
- 10.7 สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ขอสงวนสิทธิ์ในการลงนามสัญญาจ้างกับผู้เสนอราคาที่คณะกรรมการได้พิจารณาแล้วเห็นว่ามีเหมาะสมและเป็นประโยชน์สูงสุดกับสถาบัน โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เสนอราคาต่ำสุด แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ในวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร

11. ข้อสงวนสิทธิ์ในการจ้างงานและอื่นๆ

- 11.1 สถาบันขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่จ้างผู้ได้รับคัดเลือกครั้งนี้ หากปรากฏว่าการยื่นข้อเสนอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนด หรือ เมื่อสถาบันพิจารณาแล้วเห็นว่า การจ้างผู้ที่ได้รับ

คัดเลือกดังกล่าวจะไม่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการและสถาบันเท่าที่ควร ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ ของผู้เสนอเข้ารับการศึกษาที่เกิเกิดขึ้นจากการนี้เป็นค่าใช้จ่ายของผู้เสนอเข้ารับการศึกษา โดยผู้เสนอไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากสถาบันทั้งสิ้น

- 11.2 ลิขสิทธิ์ในผลงานทั้งหมดเป็นของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เท่านั้น

12. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการทำงานผู้รับจ้างพึงปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบที่กำหนดไว้ โดยเคร่งครัด

13. สถานที่ติดต่อ

ส่วนงานพัสดุ ฝ่ายบริหาร สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ชั้น 6 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์: 02-634-4999 ต่อ 617 โทรสาร: 02-634-4970

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
พฤษภาคม พ.ศ. 2561