

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ จ้างการพัฒนากลยุทธ์และการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานสินค้าที่เป็นสากลภายใต้การดำเนิน
โครงการ Street food สร้างโอกาส” ระยะที่ ๒

/หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักส่งเสริมข้อกำหนดกรุงเทพและการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิด

๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๔๘๑,๕๐๐ บาท

๓. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เป็นเงิน ๔๘๑,๕๐๐ บาท ราคา/หน่วย (ถ้ามี) บาท

๔. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

๑. บริษัท ไซด็คิก จำกัด

๒. บริษัท สารพัด พลัส จำกัด

๓. บริษัท กล้าจัด จำกัด

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๑. นางสาวสุนธรา ทรัพย์สมาน

๒.

๓.



วิธีคำนวณราคากลาง

จ้างการพัฒนากลยุทธ์และการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานสินค้าที่เป็นสากลภายใต้การดำเนินโครงการ
Street food สร้างโอกาส” ระยะที่ ๒

๑. บริษัท ไซค์คิก จำกัด	เสนอราคา	๔๘๑,๕๐๐.๐๐	บาท
๒. บริษัท สารพัด พลัส จำกัด	เสนอราคา	๕๔๐,๓๕๐.๐๐	บาท
๓. บริษัท กล้าจัด จำกัด	เสนอราคา	๕๘๘,๕๐๐.๐๐	บาท



ขอบเขตโดยละเอียดของงาน (TOR : Terms of Reference)
การจัดจ้างการพัฒนากลยุทธ์และการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานสินค้าที่เป็นสากล
ภายใต้การดำเนินโครงการ Street food สร้างโอกาส” ระยะที่ ๒

๑. หลักการและเหตุผล

หนึ่งในภารกิจของสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมการปฏิบัติตาม “ข้อกำหนดกรุงเทพ” (The Bangkok Rules) หรือ “ข้อกำหนดสหประชาชาติว่าด้วยการปฏิบัติต่อผู้ต้องขังหญิงและมาตรการที่มีใช้การคุมขังสำหรับผู้กระทำผิดหญิง” และการส่งเสริมให้ผู้ต้องขังสามารถกลับไปเป็นประชากรที่มีคุณภาพของสังคมได้อีกครั้ง ผ่านการผลักดันให้อดีตผู้ต้องขังมีโอกาสนในการประกอบอาชีพสุจริต เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตหลังพ้นโทษในองค์รวมและลดโอกาสการกลับไปกระทำผิดซ้ำ ด้วยเหตุผลดังกล่าว สถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย จึงได้ร่วมมือกับกรมราชทัณฑ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) โครงการกำลังใจในพระดำริและภาคีเครือข่าย ดำเนิน “โครงการ Street food สร้างโอกาส” ส่งเสริมอาชีพการค้าขายอาหารริมทางให้กับผู้พ้นโทษ โดยการจัดฝึกอบรมพัฒนาทักษะในการประกอบอาหาร การเรียนรู้กระบวนการและขั้นตอนในการทำอาหารให้ถูกสุขลักษณะอนามัย ปลอดภัยทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการ และการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้พื้นฐานในส่วนของภาคธุรกิจ เพื่อให้บุคคลกลุ่มนี้สามารถยึดเป็นอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การประกอบอาชีพค้าขายอาหารริมทางไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนเยอะ และไม่ต้องมีทำเล

ในการนี้ เพื่อสร้างขีดความสามารถและการผลักดันให้สังคมยอมรับเกี่ยวกับมาตรฐานการสร้างอาชีพให้กับผู้พ้นโทษ ภายใต้การดำเนินโครงการ Street food สร้างโอกาส จึงเห็นควรจัดจ้าง บริษัทเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการวางกลยุทธ์และการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นสากล รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ มาช่วยออกแบบและสนับสนุนการดำเนินงานดังกล่าว

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ สืบหาความต้องการต่อแบรนด์ และการเลือกบริโภคอาหารของกลุ่มผู้บริโภค “น้ำดี” ที่ใส่ใจความสะอาดของอาหาร คุณค่าของคน ประสบการณ์ และสุขภาพ

๒.๒ สืบหาออนไลน์แพลตฟอร์มผู้ให้บริการส่งอาหาร ถึงแนวทางการส่งเสริมผู้บริโภค “น้ำดี” และแนวโน้ม พร้อมปัจจัยการ “พาร์ทเนอร์” หรือการร่วมมือกับโครงการ Street Food Academy

๒.๓ นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนา

๒.๓.๑ Key Message ของแบรนด์

๒.๓.๒ ตำแหน่งของแบรนด์

๒.๓.๓ น้ำเสียงและการสื่อสารจากแบรนด์

๒.๓.๔ Key Visual | Logo

๒.๓.๕ Font System | Color Palettes

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

๓.๑ โลโก้และดีไซน์รถเข็นระยะแรก

รายละเอียดงานที่ส่งมอบ : โลโก้และดีไซน์รถเข็นที่ออกแบบขึ้นสำหรับรถเข็นในเขตกรุงเทพมหานคร ๒๕๖๓ เท่านั้น โดยโลโก้ที่นี้จะถูกพัฒนาเพิ่มเติมจากผลการศึกษาของกลุ่มผู้ให้บริการในระยะต่อไป

๓.๒ การศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีศักยภาพ (ผู้บริโภคน้ำดี) และกลุ่มผู้ให้บริการ Online

Platform



Handwritten signature

รายละเอียดงานที่ส่งมอบ : จำนวน ๒ ชิ้น ได้แก่

๑. ผลการศึกษากลุ่มลูกค้า : โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการสนับสนุนโครงการในระยะยาว เป็นกลุ่มชนชั้นกลาง GEN-Y ที่เลือกซื้อสินค้าและบริการโดยประเมินจากคุณค่าและประสบการณ์มากกว่าเพียงความอยากทาน และราคารวมทั้งสิ้น สองกลุ่มการสัมภาษณ์

๒. เอกสารสรุปจากการศึกษากลุ่ม Online Platform : โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่ม Online Platform Service Provider เช่น Grab Lazada Foodpanda ฯลฯ ที่เป็นสะพานเชื่อมผู้ประกอบการจิ๋ว (Micro-Entrepreneur) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผ่าน Online Platform ได้อย่างสะดวกและง่ายดายอย่างน้อย ๑ Platform

๓.๓ การออกแบบกลยุทธ์ของแบรนด์ (Brand strategy)

รายละเอียดงานที่ส่งมอบ : เอกสารกลยุทธ์ของแบรนด์ประกอบไปด้วย Key Message ตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) และน้ำเสียงและการสื่อสารจากแบรนด์ (Brand Voice)

๓.๔ การออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)

รายละเอียดงานที่ส่งมอบ : อัตลักษณ์ของแบรนด์และการใช้งานโลโก้เบื้องต้น ประกอบด้วย Key Visual Logo (แบบสมบูรณ์) การกำหนดฟอนต์ การใช้สีของแบรนด์

๔. ระยะเวลาดำเนินการ

ผู้ยื่นข้อเสนองานจ้างจะต้องดำเนินการตามรายละเอียดของงานในข้อ ๓ ให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๔

๕. คุณสมบัติของผู้เสนองาน

๕.๑ ต้องเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายที่จดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านการพัฒนากลยุทธ์ และการออกแบบตราสินค้า ที่เกี่ยวข้อง

๕.๒ ต้องมีผลงานและประสบการณ์ในด้านการสร้างแบรนด์ การออกแบบวางแผนกลยุทธ์และงานด้านโปรดักชั่นให้แก่หน่วยงานราชการ องค์กรของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน มูลนิธิ สมาคม/องค์กรวิชาชีพ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ ภายในระยะเวลาไม่เกิน ๕ ปี นับจากวันที่งานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสารเสนอราคา ไม่น้อยกว่า ๓ สัญญา โดยมีหนังสือรับรองผลงาน หรือ สำเนาสัญญางาน ประกอบกับรายละเอียดขอบเขต ซึ่งเป็นเอกสารที่ออกโดยหน่วยงานตามรายละเอียดข้างต้น มาแสดงในวันเสนอราคา

๕.๓ ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในเอกสารรายละเอียดและคุณลักษณะเฉพาะในการจ้างทุกประการ

๕.๔ ต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกลิขสิทธิ์หรือความคุ้มครองซึ่งอาจจะปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาจะได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และคุ้มครองเช่นว่านั้น

๕.๕ ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้วหรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นที่เป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องเริ่มดำเนินการตามวัน เวลา ที่ระบุในสัญญาจ้างและต้องนำเสนอ/รายงานผลการให้สถาบันภายในเวลาที่กำหนดดังต่อไปนี้

๖.๑ ส่งมอบโลโก้และดีไซน์รถเข็นระยะแรก ตามข้อ ๓.๑ ภายในวันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๔

๖.๒ ส่งมอบการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีศักยภาพ (ผู้บริหาร/นักการตลาด) และนำเสนองานให้บริการ Online Platform ตามข้อ ๓.๒ ภายในวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๖๔



[Handwritten signature]

๖.๓ ส่งมอบการออกแบบกลยุทธ์ของแบรนด์ (Brand strategy) ตามข้อ ๓.๓ และการออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ตามข้อ ๓.๔ ภายในวันที่ ๓๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๔

๗. การจ่ายเงินค่าจ้าง

ค่าใช้จ่ายโครงการการจัดจ้างการพัฒนากลยุทธ์และการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานสินค้าที่เป็นสากลภายใต้การดำเนินโครงการ “Street food สร้างโอกาส” ระยะที่ ๒ ในกรอบวงเงินจัดจ้าง จำนวน ๔๙๐,๐๐๐ บาท (สี่แสนเก้าหมื่นบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคารวมค่าธรรมเนียมนและภาษีต่าง ๆ แล้ว โดยกำหนดการเบิกจ่ายแบ่งออกเป็น ๓ งวด เมื่อมีการส่งมอบงาน ดังนี้

งวดที่ ๑ ร้อยละ ๓๐ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบชิ้นงานตามข้อ ๓.๑ โลโก้และดีไซน์รถเข็นระยะแรก

งวดที่ ๒ ร้อยละ ๓๐ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบชิ้นงานตามข้อ ๓.๒ การศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มีศักยภาพ (ผู้บริโภคหน้าดี) และกลุ่มผู้ให้บริการ Online Platform

งวดที่ ๓ ร้อยละ ๔๐ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบผลผลิตของ ตามข้อ ๓.๓ การออกแบบกลยุทธ์ของแบรนด์ (Brand strategy) และข้อ ๓.๔ การออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)

๘. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสารและผลงาน

ข้อมูล เอกสาร รายงาน ผลการวิเคราะห์ และอื่น ๆ ที่ผู้รับจ้างทำขึ้นจากการปฏิบัติงานตามโครงการฯ จะตกเป็นกรรมสิทธิ์และลิขสิทธิ์ของสถาบัน โดยผู้รับจ้างจะต้องไม่ส่งมอบและไม่เผยแพร่ข้อมูลเอกสาร รายงาน และผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ให้แก่ผู้ใดหรือนำไปใช้ประโยชน์ โดยไม่ได้รับความยินยอมจากสถาบัน

๙. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

สังคมให้การยอมรับในโอกาสและการสร้างอาชีพค้าขายอาหารริมทางของผู้พันโทฯ ที่มีมาตรฐานทั้งในด้านของคุณภาพอาหาร (ความสด ความสะอาด ความปลอดภัย รสชาติอร่อย) นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ผู้พันโทฯเป็นผู้ประกอบการรายจิ๋ว ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งแบบปกติและกลุ่มลูกค้าออนไลน์ได้อย่างมั่นใจ โดยมีอัตลักษณ์การเสริมสร้างคุณค่าของคนและคุณค่าประสบการณ์ที่ตั้งใจรังสรรค์อาหารให้มีคุณภาพ ผ่านการออกแบบการตลาด การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคสายใหม่ที่ให้ความสนใจคุณค่าของคน มากกว่าราคาเพียงอย่างเดียว

๑๐. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สำนักส่งเสริมข้อกำหนดกรุงเทพและการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิด



(Handwritten signature)