

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง(ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ จ้างเหมาดำเนินการสำรวจความคิดเห็นต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑
ประจำปี ๒๕๖๑ ครั้งที่ ๒ จำนวน จำนวน ๑ งาน หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักงานคณะกรรมการควบคุม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค

๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๘๐๐,๐๐๐.- บาท (แปดแสนบาทถ้วน)

๓. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ๕ มี.ค. ๒๕๖๑

เป็นเงิน ๕๘๘,๕๐๐.- บาท (ห้าแสนแปดหมื่นแปดพันห้าร้อยบาทถ้วน)

๔. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

ใช้ราคาที่เคยจ้างครั้งหลังสุดภายในระยะเวลา ๒ ปีงบประมาณ ตามสัญญาจ้างเลขที่ ๔/๒๕๖๐ ลงวันที่ ๒๙

มีนาคม ๒๕๖๐

๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

๕.๑ นางสาวจุรีย์ อูสาหะ ตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุขเชี่ยวชาญ

๕.๒ นายธานี รัตน์ปรีชาชัย ตำแหน่งนิติกรปฏิบัติการ

๕.๓ นายศิริพงษ์ โคตรบรรเทา ตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ



รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะการจ้างดำเนินการสำรวจความคิดเห็น
เรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑
ประจำปี ๒๕๖๑ ครั้งที่ ๒

.....

๑. หลักการและเหตุผล

ตลอดระยะเวลา ๑๐ ปี นับจากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ เป็นต้นมา เพื่อลดอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน อีกทั้งลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจอันเกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน โดยให้ตระหนักถึงโทษพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ พัฒนานโยบาย กฏระเบียบย่อยเพื่อสนับสนุนการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความครอบคลุม ทันต่อสถานการณ์ และรัดกุมมากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนักปลูกจิตสำนึกใหม่ การมีส่วนร่วมพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปตามที่บัญญัติไว้และมีการร่างอนุบัญญัติใหม่เพิ่มเติม จึงต้องมีการสำรวจพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การโฆษณาและการสื่อสารการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ การรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ รวมถึงการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารณรงค์ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อสร้างแนวร่วม และสร้างกระแสสนับสนุนให้การบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง ตลอดจนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กฎหมาย พฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงดำเนินการจ้างดำเนินการสำรวจความคิดเห็น เรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อสำรวจพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน
- ๒.๒ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๒.๓ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ๒.๔ เพื่อสำรวจการรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑

๒.๕ เพื่อ...

๒.๕ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ พ.ศ.๒๕๕๑

๒.๖ เพื่อสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

๓. รายละเอียดการจ้าง

๓.๑ ผู้รับจ้างจะต้องศึกษาหลักการเหตุผล วัตถุประสงค์ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น ซึ่งประเด็นข้อคำถามแบ่งเป็น ๖ ประเด็นหลัก ได้แก่

(๑) ประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๑) การเคยตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๒) ช่วงอายุที่เริ่มตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ครั้งแรก

(๑.๓) สาเหตุที่เริ่มตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๔) สาเหตุที่ยังคงตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๕) สถานที่ซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๖) ช่วงเวลาที่ซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๖) ประเภทของเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ที่ตีมี

(๑.๗) ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๘) การตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

(๑.๙) ปริมาณและความถี่ในการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

(๑.๑๐) ผลกระทบจากการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์และความจำเป็นในการจัดการกับ

ปัญหาจากเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๑.๑๑) การจัดกิจกรรมของธุรกิจเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กและเยาวชน

เช่น บริจาคสิ่งของ หรือให้เงินสนับสนุนโดยผ่านหน่วยงานของรัฐ

(๑.๑๒) การโฆษณาและส่งเสริมการขายจูงใจให้ซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ เช่น การซื้อเนื่องจากการลดราคา การซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ที่มากขึ้นกว่าที่วางแผนไว้เพราะการลดราคา การซื้อเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เนื่องจากการแถม เป็นต้น

(๒) ประเด็นเกี่ยวกับการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๒.๑) การรับรู้สถานที่ และช่องทางในการบำบัดรักษาผู้มีปัญหาจากการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๒.๒) เคยพยายามเลิกตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

(๒.๓) ความต้องการที่จะเลิกตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

(๒.๔) สาเหตุที่ต้องการเลิกตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๒.๕) การคัดกรองผู้มีปัญหาจากการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์

(๓) ประเด็น...

(๓) ประเด็นเกี่ยวกับการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(๓.๑) รูปภาพป้ายโฆษณา โดยทางผู้ว่าจ้างเป็นผู้กำหนดรูปภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ภาพ

(๓.๒) การรับรู้การโฆษณาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และช่องทางที่ได้รับการสื่อสาร

(๓.๓) ความคิดเห็นต่อช่องทางการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก ช่องทางโซเชียลมีเดีย

(๓.๔) ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมที่เป็นการสื่อสารการตลาด เช่น กิจกรรมลานเปียร์ การแสดงคอนเสิร์ต

(๓.๕) เคยเห็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา

(๓.๖) เคยเห็นการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การจัดงานดนตรี การลด แลก แจก แถมทางอินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ ในช่วง ๓๐ วันที่ผ่านมา

(๓.๗) เคยได้รับแจกสิ่งของ (เช่น ผ้าห่ม เสื้อ หมวก พัด) ที่มีตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา

(๓.๘) รูปแบบการสื่อสารการตลาด ที่มีผลต่อการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น

(๔) ประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.๒๕๕๑ ได้แก่

(๔.๑) วันและเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(๔.๒) สถานที่ห้ามขาย/ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(๔.๓) การให้สินบนรางวัลแก่ผู้นำจับ

(๔.๔) การห้ามขายให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์ และบุคคลที่มาอาการ มีเมฆาจนครองสติไม่ได้

(๔.๕) การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการส่งเสริมการขายลด แลก แจก แถม

(๔.๖) การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(๕) ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.๒๕๕๑ ได้แก่

(๕.๑) ประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านค้าปลีก โดยการใช้อุปกรณ์จ่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เครื่องกดเปียร์สด

(๕.๒) ประเด็นห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงวันหยุดราชการ ในเทศกาลปีใหม่ และเทศกาลสงกรานต์

(๕.๓) ประเด็นห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านสะดวกซื้อ

(๕.๔) ความคิดเห็น...

(๕.๔) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยวิธีการสื่อสารตราสินค้าด้วยการใช้องค์ประกอบหรือคุณลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด เช่น ชื่อตราสินค้า ตราสัญลักษณ์ สินค้า เครื่องหมายการค้า คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ สี สัญลักษณ์ ข้อความ

(๕.๕) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในลักษณะหาบเร่ แผงลอย หรือการใช้ยานพาหนะหรือล้อเลื่อน หรือโดยการขายตรง

(๕.๖) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์

(๕.๗) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามใช้ จ้าง วาน หรือยินยอมให้บุคคลอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีบริบูรณ์ขายหรือให้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์

(๕.๘) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามนำชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ชื่อหรือเครื่องหมายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ไปแสดงบนผลิตภัณฑ์สินค้าอื่นที่ไม่ใช่เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือนำชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มาตัด ต่อเติม หรือดัดแปลงข้อความให้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์สินค้าอื่น เพื่อการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

(๕.๙) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามผลิต ขาย นำเข้าเพื่อขายหรือเพื่อแจกจ่ายเป็นการทั่วไป โฆษณาหรือทำการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีรูปลักษณะทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นสิ่งเลียนแบบเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

(๕.๑๐) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการห้ามผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้การอุปถัมภ์ หรือให้การสนับสนุนบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรเอกชน ในลักษณะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือผู้นำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือที่อาจส่งผลกระทบต่อ การแทรกแซงนโยบายการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือส่งเสริมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

(๖) ประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารณรงค์

(๖.๑) วัฒนธรรมสุราแห่งชาติ

(๖.๒) การรับรู้เกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ ภาพลักษณ์ของสำนักงานฯ

(๖.๓) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารและกิจกรรมของสำนักงานฯ

(๖.๔) ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑

(๖.๕) สื่อประชาสัมพันธ์

๓.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเสนอโครงการสำรวจฯ พร้อมแผนการดำเนินงาน ซึ่งระบุกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง การจัดทำเครื่องมือ วิธีการดำเนินการ ต่อผู้ว่าจ้าง เพื่อให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ รวมทั้งทำความเข้าใจและกำหนดรายละเอียดเนื้อหาหรือประเด็นร่วมกับผู้ว่าจ้าง โดยผู้เข้าร่วม จำนวนไม่เกิน ๒๐ คน ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการนำเสนอดังกล่าว

๓.๓ ผู้รับจ้างจะต้องนำข้อมูล ประเด็นหรือข้อตกลงในการประชุมตามข้อ ๓.๒ มาจัดทำร่างแบบสำรวจความคิดเห็นฯ

๓.๔ ผู้รับจ้าง...

๓.๔ ผู้รับจ้างจะต้องนำร่างแบบสำรวจความคิดเห็นฯ เสนอต่อผู้ว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้พิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้การนำเสนอร่างแบบสำรวจความคิดเห็นฯ ดังกล่าว ให้ผู้รับจ้าง จัดให้มีการประชุมปรึกษาหารือเพื่อตรวจสอบความถูกต้องร่วมกับผู้ว่าจ้างด้วย โดยผู้เข้าร่วม จำนวนไม่เกิน ๒๐ คน ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการนำเสนอดังกล่าว

๓.๕ นำร่างสำรวจความคิดเห็นฯ ฉบับสมบูรณ์ ที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง ไปทดสอบใช้ก่อนนำไปสำรวจความคิดเห็น โดยกลุ่มเป้าหมาย มีอายุ ๑๕-๖๐ ปี จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า ๓,๒๐๐ ตัวอย่าง จากการสุ่มทั่วประเทศ ทั้งนี้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การสำรวจและการจัดเก็บข้อมูล ให้เป็นไปตามหลักสถิติ มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ

๓.๖ ผู้รับจ้างจะต้องนำข้อมูลผลการสำรวจฯ ที่ยังไม่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล นำส่งต่อผู้ว่าจ้าง

๓.๗ ผู้รับจ้างจะต้องนำผลการสำรวจฯ ตามข้อ ๓.๖ มาประมวลผล วิเคราะห์ สรุปผล และจัดทำรายงานสำรวจความคิดเห็นฯ และได้รับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ก่อนเสนอต่อผู้ว่าจ้างพิจารณา

๓.๘ เมื่อได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสำรวจความคิดเห็นฯ ฉบับสมบูรณ์ พร้อมพิสูจน์อักษรให้ถูกต้อง ครบถ้วน

๓.๙ ผู้รับจ้างดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนด เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบให้นำเครื่องมือดังกล่าวไปใช้ และผู้ว่าจ้างมีสิทธิ์เข้าร่วมสังเกตการณ์ในทุกขั้นตอนของการสำรวจ

๓.๑๐ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรายงานการสำรวจความคิดเห็นฉบับสมบูรณ์แก่ผู้ว่าจ้าง เพื่อให้ผู้ว่าจ้างรับทราบข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจ โดยผู้เข้าร่วม จำนวนไม่เกิน ๓๐ คน ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการนำเสนอดังกล่าว

๓.๑๑ ผู้ว่าจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มหรือลดประเด็นข้อคำถามตามข้อ ๓.๑ และแบบสอบถามตามความเหมาะสม (ทั้งข้อคำถามและรูปภาพ)

๓.๑๒ ผู้ว่าจ้างเป็นผู้มีลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวในผลงานนี้ หากผู้รับจ้างจะกระทำการอื่นใดอันเป็นการกระทบสิทธิตามมาตรา ๑๑ แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. ๒๕๓๗ ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ว่าจ้างก่อนการกระทำการใดๆ

๔. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ใช้เกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่นประกอบดังนี้

๔.๑ เกณฑ์ราคา	น้ำหนักร้อยละ	๔๐
๔.๒ เกณฑ์มาตรฐานของสินค้าหรือบริการ	น้ำหนักร้อยละ	๖๐

โดยพิจารณาจาก

๔.๒.๑ เคยมีผลงานการสำรวจความคิดเห็นที่เป็นโพลสาธารณะ อย่างน้อย ๒๐ เรื่อง/ปี ๓๐ คะแนน

๔.๒.๒ เคยมีผลงานการสำรวจความคิดเห็นที่เป็นโพลธุรกิจ อย่างน้อย ๑๐ เรื่อง/ปี ๓๐ คะแนน

๔.๒.๓ บุคลากรของผู้รับจ้างมีความเชี่ยวชาญด้านการสำรวจความคิดเห็น

ของประชาชนรวมทั้งด้านวิชาการสถิติ และการประมวลผล ๔๐ คะแนน

๕. การชำระ...

๕. การชำระค่าดำเนินงานและการส่งมอบงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน : ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน ๑๒๔ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา
ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินจ้าง จำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จะจ่ายเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้เก็บข้อมูลดิบทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นบันทึกลงโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ภายใน ๙๐ วัน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งเอกสารหลักฐาน ดังนี้

๑. หนังสือส่งมอบงาน จำนวน ๑ ฉบับ

๒. CD บันทึกข้อมูลดิบทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นที่สามารถเปิดใช้ในคอมพิวเตอร์ได้
จำนวน ๑ แผ่น

งวดที่ ๒ (งวดสุดท้าย) จะจ่ายเงินในอัตราร้อยละ ๖๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานและ
ส่งมอบงานภายใน ๓๔ วัน โดยผู้รับจ้างจะต้องส่งเอกสารหลักฐาน ดังนี้

๑. หนังสือส่งมอบงาน จำนวน ๒ ฉบับ

๒. รายงานผลการสำรวจฉบับสมบูรณ์ให้แก่ผู้ว่าจ้าง จำนวน ๑๐ เล่ม โดยรูปเล่มมีสีสัน สวยงาม
น่าสนใจ และทันสมัย

๓. CD บันทึกข้อมูลผลการดำเนินงานทั้งหมดที่สามารถเปิดใช้ในคอมพิวเตอร์ได้ จำนวน ๑๐ แผ่น

ผู้กำหนดคุณลักษณะเฉพาะ

ผู้อนุมัติคุณลักษณะเฉพาะ

(ลงชื่อ)

(นางสาวจุรีย์ อูสาหะ)

นักวิชาการสาธารณสุขเชี่ยวชาญ

(ลงชื่อ)

(ลงชื่อ)

(นายธานี รัตนปรีชาชัย)

นิติกรปฏิบัติการ

(ลงชื่อ)

(นายศิริพงษ์ โคตรบรรเทา)

นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ