

ขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference)

การจัดกิจกรรมรณรงค์และเผยแพร่การลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะ ที่เรียกเก็บเงินล่วงหน้าด้วยระบบอัตลักษณ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วย สำนักงาน กสทช. ได้พัฒนาระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายใต้ “แอปพลิเคชัน ๒ แซะอัตลักษณ์” เพื่อให้การลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการพิสูจน์และยืนยันตัวบุคคลได้ถูกต้อง โดยนำเทคโนโลยีอัตลักษณ์ (biometric) มาประยุกต์ใช้ และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปสนับสนุนหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายที่กำหนด และนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล โดยปัจจุบันแอปพลิเคชัน ๒ แซะอัตลักษณ์ มีจุดให้บริการมากกว่า ๕๕,๐๐๐ จุด ทั่วประเทศ

สำนักงาน กสทช. เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการสร้างความรู้และความเข้าใจของการลงทะเบียนผู้ใช้บริการด้วยระบบอัตลักษณ์ รวมทั้ง กระบวนการลงทะเบียนผู้ใช้บริการและการพิสูจน์ตัวตนแบบอัตลักษณ์ของผู้ใช้บริการ จึงได้มีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามจากพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อของประชาชนในปัจจุบันหันมานิยมรับสื่อจากช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถแพร่กระจายข้อมูลสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างถูกต้องแม่นยำอีกด้วย สำนักงาน กสทช. จึงเห็นสมควรที่จะใช้การเผยแพร่ผ่านช่องทางดังกล่าวเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๒.๑ เพื่อแจ้งผลิตสื่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการดำเนินงานภายใต้แอปพลิเคชัน “๒ แซะ อัตลักษณ์” เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบนโยบายการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. รวมทั้งสร้างความรู้และความเข้าใจในความจำเป็นของการลงทะเบียนผู้ใช้บริการด้วยระบบอัตลักษณ์ และกระบวนการลงทะเบียนผู้ใช้บริการและการพิสูจน์ตัวตนแบบอัตลักษณ์ของผู้ใช้บริการ

๒.๒ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึงง่าย ทั้งถึง สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง เช่น โซเชียลมีเดียและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง รวดเร็ว และถูกต้อง

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้เสนอราคาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e – GP) ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรณีผู้เสนอราคายังมิได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทําสัญญาหรือข้อตกลง

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้เสนอราคาต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางช่องทางประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ โดยดำเนินการจัดหาช่องทางที่เหมาะสม เสนอให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอแผนงานการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยช่องทาง Facebook Youtube และ Website โดยแผนงานดังกล่าวจะต้องประกอบด้วยรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

๔.๑.๑ กำหนดการและระยะเวลาในการดำเนินงานรณรงค์เผยแพร่พร้อมทั้งแนวคิดสร้างสรรค์และตัวอย่างชิ้นงานที่สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานกำหนด

๔.๑.๒ กลยุทธ์และข้อเสนอแนะอื่นๆที่จำเป็น

ทั้งนี้ให้เสนอแผนและรายละเอียดต่างๆให้สำนักงาน กสทช. ให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินการ ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ตามความเหมาะสม

๔.๒ ผู้เสนอราคาจะต้องศึกษารายละเอียดการประชาสัมพันธ์ตามที่สำนักงานกำหนดเพื่อสร้างความเข้าใจในการออกแบบ จัดทำเนื้อหา และผลิตชิ้นงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะอินโฟกราฟฟิก (ภาพนิ่ง) ๘ ชุดสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ โดยจะต้องนำเสนอชิ้นงานให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๓ เสนอแนวคิดวิธีการประชาสัมพันธ์การนำอินโฟกราฟฟิก (ภาพนิ่ง) ตามข้อ ๔.๒ เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ตามแผนดำเนินงานข้อ ๔.๑ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๓.๑ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทาง Youtube โดยสื่อประชาสัมพันธ์ต้องปรากฏอยู่ในตำแหน่ง Display Ads (Banners) โดยมีระยะเวลาเผยแพร่อย่างน้อย ๑๒๐ วันต่อเนื่อง

๔.๓.๒ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทาง Facebook Page กสทช.หรือตามที่สำนักงาน กสทช.กำหนด โดยตลอดระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ต้องมียอดการเข้าถึงของผู้ชมในช่องทางดังกล่าวรวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๓.๓ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ Banner ใน Website ที่เป็น Website ทำและ Website ข่าวก่อนหน้า รวมกันจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เว็บไซต์และแต่ละเว็บไซต์ต้องมีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์อย่างน้อย ๖๐ วันต่อเนื่อง โดยที่ตำแหน่งของสื่อประชาสัมพันธ์ต้องอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจนในหน้าแรกของ Website นั้นๆ

๔.๔ ผู้เสนอราคาจัดทำชิ้นงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะคลิปประชาสัมพันธ์ (Viral Clip) จำนวนอย่างน้อย ๒ เรื่อง ความยาวเรื่องละไม่ต่ำกว่า ๔๕ วินาที สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ โดยจะต้องนำเสนอชิ้นงานให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๕ เสนอแนวคิดวิธีการประชาสัมพันธ์การนำคลิปประชาสัมพันธ์ (Viral Clip) ตามข้อ ๔.๔ เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ตามแผนดำเนินงานข้อ ๔.๑ โดยมีรายละเอียดขั้นต่ำ ดังนี้

๔.๕.๑ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบ Trueview in-stream Ads บน Youtube ในกลุ่มผู้ชมและ Channel ที่เหมาะสม ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์แต่ละเรื่อง ต้องมียอดการเข้าถึงของผู้ชมในช่องทางดังกล่าวรวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่าเรื่องละ ๕๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๕.๒ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ใน Facebook Page กสทช.หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยตลอดระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ต้องมียอดการเข้าถึงของผู้ชมในช่องทางดังกล่าวรวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๕.๓ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ใน Facebook Page ในเพจและ/หรือแฟนเพจที่เหมาะสม และมีชื่อเสียง ไม่น้อยกว่า ๔ แฟนเพจหรือบัญชี โดยมียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คนหรือบัญชี

๕. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

ระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

๖. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมหลักฐานการดำเนินงาน ดังนี้

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบรายละเอียดข้อมูลต่างๆ รวมถึงแผนงานและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ตามข้อ ๔.๑. โดยต้องจัดเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และบันทึกลง Flash drive ในรูปแบบ Digital File จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๓๐วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖.๒ งวดที่ ๒ ส่งมอบรายงานสรุปชิ้นงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒ และ ข้อ ๔.๔ ตามที่ได้ดำเนินการตามแผนงานที่ผ่านการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. เรียบร้อยแล้ว โดยต้องจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และบันทึกลง Flash drive ในรูปแบบ Digital File จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๑๒๐วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖.๓ งวดที่ ๓ ส่งมอบรายงานสรุปรายละเอียดผลการดำเนินงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ตามข้อ ๔.๓ และข้อ ๔.๕ ตามที่ได้ดำเนินการตามแผนงานที่ผ่านการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. เรียบร้อยแล้วพร้อมเอกสารอ้างอิงเพื่อยืนยันการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ เอกสารการซื้อ สื่อ โดยต้องจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และบันทึกลง Flash drive ในรูปแบบ Digital File จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๑๘๐วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๗. วงเงินเพื่อใช้ในการจัดหา

จำนวนเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๒ หมวดรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายอื่นๆของ สำนักบริหารและจัดการเลขหมายโทรคมนาคม (จท.)

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดชำระเงิน โดยได้แบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

๘.๑ งวดงานที่ ๑ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบและรับมอบงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๘.๒ งวดงานที่ ๒ กำหนดจ่ายเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบผลงานเป็นจำนวนร้อยละ ๕๐ ของผลงานที่ต้องส่งมอบตามที่กำหนดในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบและรับมอบงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๘.๓ งวดงานที่ ๓ กำหนดจ่ายเงินร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบผลงานครบถ้วนตามผลงานที่กำหนดไว้ในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบและรับมอบงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๙. การจัดทำข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนของผู้เสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอดังนี้

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้เสนอราคา ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ข้อ ๓.

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินการในข้อ ๔. ประกอบด้วย

๙.๒.๑ นำเสนอกยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์หรือวิธีการและแผนการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องสอดคล้องกับหลักการ เหตุผล และวัตถุประสงค์ตามข้อ ๒ โดยละเอียด

๙.๒.๒ นำเสนอรายละเอียดช่องทางในการประชาสัมพันธ์และแนวความคิดการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์โดยละเอียด

๙.๒.๓ นำเสนอแผนการดำเนินการผลิตชิ้นงานรวมถึงแนวคิดสร้างสรรค์การออกแบบชิ้นงาน และตัวอย่างชิ้นงานโดยละเอียด

๙.๒.๔ นำเสนอข้อเสนออื่นๆที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน

๙.๒.๕ ผู้เสนอราคาจะต้องพร้อมเข้านำเสนอ หรือชี้แจงแผนงานโดยละเอียดได้ทันที ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. จะแจ้งกำหนดการให้ทราบล่วงหน้า

๙.๓ ข้อเสนอทางด้านราคา โดยราคาที่เสนอจะต้องรวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยจะต้องแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จะต้องใช้ในการดำเนินการตามขอบเขตของงาน

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ และหลักเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอทางเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักของข้อเสนอด้านราคาร้อยละ ๓๐ และข้อเสนอด้านเทคนิคร้อยละ ๗๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ตามลำดับ ดังนี้

๑๐.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้เสนอราคาทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน ๑ ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น

๑๐.๒ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่างๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่างๆ ครบถ้วนถูกต้องและพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่างๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินข้อเสนอตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

๑๐.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้เสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดหลงเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะเชิญให้ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๐.๒ นำเสนอแนวคิด ความคิดสร้างสรรค์และอื่นๆ ตามข้อเสนอด้านเทคนิค โดยพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

ข้อเสนอทางด้านเทคนิคไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๗๐ (๑๐๐ คะแนน)

๑ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์หรือวิธีการ ๓๐ คะแนน

และแผนการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์

๒ รายละเอียดช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ๕๐ คะแนน

และแนวคิดการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์โดยละเอียด

๓ แผนการดำเนินการผลิตชิ้นงาน ๑๐ คะแนน

รวมถึงแนวคิดสร้างสรรค์การออกแบบชิ้นงานและตัวอย่างชิ้นงาน

๔ ข้อเสนออื่นๆที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน ๑๐ คะแนน

ข้อเสนอด้านราคาไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๓๐ (๑๐๐ คะแนน)

๑๐.๓ การพิจารณาผู้ชนะการประกวดราคา ผู้เสนอราคาจะต้องผ่านข้อเสนอทางด้านเทคนิคโดยจะต้องได้รับการพิจารณาคะแนนรวมไม่น้อยกว่า ๘๐ คะแนนก่อน และสำนักงาน กสทช. จะดำเนินการพิจารณาข้อเสนอด้านราคาของผู้ที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิคแล้ว โดยจะนำมาพิจารณาประกอบ

ร่วมกันทั้งสองด้านแล้วจึงคัดเลือกผู้เสนอราคาที่ได้รับคะแนนผลรวมที่มากที่สุดเป็นผู้ชนะการประกวดราคาต่อไป

๑๐.๔ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๑. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนลิขสิทธิ์

๑๑.๑ ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำรายละเอียดแจกแจงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามรายการหรือหัวข้อต่าง ๆ ที่กำหนดในรายละเอียดของงานที่จ้างและราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) เสนอให้คณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการเพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้างที่เสนอด้วย

๑๑.๒ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานเสร็จสิ้นตามกำหนดแล้ว หากสำนักงาน กสทช. พบว่า ผู้รับจ้างมิได้ดำเนินงานให้ครบถ้วนตามรายการหรือจำนวนหน่วยที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาหักลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ตกลงกันไว้ เว้นแต่รายการที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการไว้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดซึ่งสำนักงาน กสทช. มิได้แจ้งเปลี่ยนแปลงภายในเวลาที่กำหนดและไม่อาจเรียกคืนจากผู้เกี่ยวข้องได้แล้ว เช่น ค่าเช่าที่พัก ค่าพาหนะเดินทาง เป็นต้น

๑๑.๓ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบของภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ และอื่น ๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว ให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการนำชิ้นงานของผู้อื่นหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากลิขสิทธิ์เรียกร้องทั้งปวงแทนสำนักงาน กสทช.

๑๑.๔ ลิขสิทธิ์ของชิ้นงานออกแบบและงานผลิตในรูปแบบของภาพนิ่งที่จัดทำขึ้นภายใต้โครงการนี้ทั้งหมดเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติแต่เพียงผู้เดียว

๑๑.๕ หากมีเหตุขัดข้องซึ่งเป็นเหตุให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแต่ละงวดไม่เป็นไปตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

๑๑.๕.๑ ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยแต่อย่างใด หรือ

๑๑.๕.๒ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดให้ประชาสัมพันธ์ในแต่ละงวด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖. ของแต่ละงวด หรือ

๑๑.๕.๓ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาออกไปตามที่ผู้รับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้รับทราบ

เหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับแจ้งไม่ประสงค์จะขอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอ
ขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เหมาะสมต่อไป

สำนักบริหารและจัดการเลขหมายโทรคมนาคม

พฤษภาคม ๒๕๖๒