

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใบงานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ ...การจ้างผลิตสื่อ Infographic เพื่อการประชาสัมพันธ์ภารกิจของสำนักงาน กสทช.

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ...สำนักสื่อสารองค์กร...

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ...๕๐๐,๐๐๐.๐๐... บาท

๔. วันที่กำหนดราคากลาง(ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๒
 เป็นเงิน๘๕๘,๐๘๖.๖๖..... บาท
 (ราคา/หน่วย (ถ้ามี)=..... บาท

๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 ๕.๑ ...ราคาสืบจากห้องตลาดจากใบเสนอราคา บริษัท บุกแดนซ์ สตูดิโอ จำกัด ที่นำเสนอสำนักงาน กสทช.
 ๕.๒ ...ราคาสืบจากห้องตลาดจากใบเสนอราคา บริษัท โลค มี จำกัด ที่นำเสนอสำนักงาน กสทช.
 ๕.๓ ...ราคาสืบจากห้องตลาดจากใบเสนอราคา ห้างหุ้นส่วนจำกัด โปรตักซ์เฮ้าส์ แอสเซสเซอร์รี่
 ที่นำเสนอสำนักงาน กสทช.

๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้จัดทำราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 ๖.๑ นางสาวเข็มอัคณิฉ ศศิลาวิทย์ *U-S*
 ๖.๒ นางสาวกมลนทรรัตน์ ดอนคำ *กมล ด.ม.ย*
 ๖.๓ นางสาวสาวิตรี ท้วมหลุ่ม *สพ ท้วม*

ขอบเขตงาน (Term of Reference)
การจ้างผลิตสื่อ Infographic เพื่อการประชาสัมพันธ์ภารกิจของสำนักงาน กสทช.

๑. หลักการและเหตุผล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีภารกิจหลักสำคัญในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศและประชาชน โดยนโยบายในการบริหารจัดการองค์กรที่สำคัญอันหนึ่ง คือ การเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. วิทยุทัศน์ บทบาท อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบรวมถึงภารกิจองค์กรให้กับผู้ปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. และประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ความน่าเชื่อถือ อันจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ให้ปรากฏในระดับชาติ ตามแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) ได้กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านดิจิทัลเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ ๕ เรื่องการสร้างการรับรู้และความเข้าใจของสาธารณะที่มีต่อสำนักงาน กสทช.

ปัจจุบันสื่อ Infographic เป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ กระชับ ง่ายต่อการทำความเข้าใจด้วยแผนภาพเพียงภาพเดียวเท่านั้น Infographic เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ ถึงแม้จะเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่มีความซับซ้อน ก็สามารถทำให้เกิดการจดจำเนื้อหาได้เป็นอย่างดี และดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ง่าย เนื่องจากข้อมูลใน Infographic ถูกคัดกรองมาเป็นอย่างดี มีสีสันและลวดลายที่น่าสนใจ ทันสมัย ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลผลงาน การดำเนินงานในภารกิจต่าง ๆ ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ด้วย Infographic จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้สามารถเข้าถึงสาธารณชนได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ (Social Media) ได้สะดวกรวดเร็ว ครอบคลุม อาทิ Facebook Line Instagram และ Website เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กรได้พิจารณาเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้มีแนวคิดในการจ้างผลิตสื่อ Infographic เพื่อการประชาสัมพันธ์ภารกิจของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจ้างผลิตสื่อ Infographic สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร และภารกิจของ กสทช. และสำนักงาน กสทช.

๒.๒ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร สร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้บริหาร พนักงาน และประชาชน

๒.๓ เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริหาร พนักงาน และประชาชนให้มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และนำไปเผยแพร่ต่อในวงกว้าง

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

สมพงษ์ หิตินันท์
9/1-5

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๓.๑๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานประเภทเดียวกับงานที่จ้าง วงเงินไม่น้อยกว่า ๔๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สี่แสนห้าหมื่นบาทถ้วน) โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดี่ยวย้อนหลังไม่เกิน ๓ ปี นับย้อนหลังจนถึงวันที่ยื่นเอกสารเสนอราคา และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงาน กสทช. เชื้อถือ พร้อมแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น ๆ

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการรวบรวมข้อมูล กำหนดวิธีการเล่าเรื่อง จัดลำดับโครงสร้างข้อมูล ออกแบบจัดทำสื่อชนิด Infographic เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และข่าวสารอื่นที่มีความเกี่ยวข้อง น่าสนใจ ตามรูปแบบเนื้อหาข้อมูล หรือหัวข้อที่สำนักงาน กสทช. กำหนดและจัดส่งให้ โดยเป็นการออกแบบและจัดทำขึ้นใหม่ให้มีความน่าสนใจตามหัวข้อหรือประเด็นเนื้อหาข้อมูลที่สำนักงาน กสทช. ต้องการที่จะเผยแพร่ ซึ่งมีรูปแบบและรายละเอียดในการดำเนินงาน ดังนี้

๔.๑ รูปแบบ Infographic แบ่งเป็น 3 ชนิด

๔.๑.๑ Infographic ชนิด Photo Album จำนวน ๕ ชิ้นงาน (๑ ชิ้นงานประกอบด้วยภาพการออกแบบจำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ภาพหรือมากกว่า) ในรูปแบบไฟล์ Jpeg ความละเอียดสี Bit Depth ๒๔ Bit ความละเอียดภาพไม่น้อยกว่า ๓๐๐ Dpi

๔.๑.๒ Infographic ชนิด Square Size หรือ Advertorial หรือ Long Size (Poster) จำนวน ๓๕ ชิ้นงาน ในรูปแบบไฟล์ Jpeg ความละเอียดสี Bit Depth ๒๔ Bit ความละเอียดภาพไม่น้อยกว่า ๓๐๐ Dpi

ตาม
W/S

๔.๑.๓ Infographic ชนิด Motion จำนวนรวม ๒ นาที (จำนวนชิ้นงานแล้วแต่ความเหมาะสม) ในรูปแบบไฟล์ Mp๔ ความละเอียดภาพแบบ Full HD (๑๙๒๐ x ๑๐๘๐) สมบูรณ์ด้วยภาพพร้อมคำบรรยาย (Subtitle) และลงเสียงประกอบคำบรรยาย

๔.๒ ผู้รับจ้างจะต้องสรุปย่อเนื้อหาข้อมูลตามที่ได้รับ แล้วนำไปใช้ออกแบบ ผลิต และจัดทำ Infographic ทุกรูปแบบอย่างสร้างสรรค์และทันสมัย มีความสวยงาม ถูกต้อง เหมาะสมและตรงประเด็น พร้อมคำอธิบายหรือคำบรรยายประกอบการเผยแพร่ที่สามารถทำให้ผู้อ่านเข้าใจ Infographic มากขึ้น โดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษอย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และสามารถแก้ไขตามคำแนะนำของสำนักงาน กสทช. ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องตรวจงานทุกขั้นตอนจนไม่พบข้อผิดพลาดใดๆ เพื่อความเหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook, Line, Instagram หรือสื่ออื่นๆ ตามรูปแบบตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนดและต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน กสทช. โดยมีขั้นตอนการผลิตแต่ละชนิดดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ รับหัวข้อหรือประเด็นเนื้อหาข้อมูลจากสำนักงาน กสทช. เพื่อนำไปสรุปย่อตามเนื้อหาข้อมูลที่ได้รับ

๔.๒.๒ เรียบเรียงเนื้อหาข้อมูล และทำ Key Visual ให้สำนักงาน กสทช. ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และปรับแก้ไขก่อนนำไปใช้ประกอบการออกแบบ Infographic ให้สวยงาม ถูกต้อง เหมาะสม

๔.๒.๓ เสนอร่างชิ้นงาน Infographic ให้สำนักงาน กสทช. ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ตัวอักษร (font) ใน Infographic จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น

๔.๒.๔ การใช้ภาพประกอบหรือ vector สำเร็จรูปในการออกแบบ Infographic หากมีลิขสิทธิ์หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

๔.๒.๕ ในกรณีที่สำนักงาน กสทช. มีความจำเป็นต้องแก้ไข เปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือเนื้อหาข้อมูลส่วนใด ๆ ของชิ้นงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงให้เป็นไปตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนดอย่างเร่งด่วนนับตั้งแต่ผู้รับจ้างได้รับแจ้งให้ปรับปรุงแก้ไข และส่งให้สำนักงาน กสทช. ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมทุกครั้ง หรือส่งบุคลากรที่ความรู้ความเชี่ยวชาญพร้อมอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมที่ใช้ผลิตสื่อ Infographic เข้ามาแก้ไข Infographic ในกรณีเร่งด่วนตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ณ สำนักงาน กสทช. ได้

๔.๒.๖ สำหรับชิ้นงาน Infographic ในข้อ ๔.๑.๑ และ ๔.๑.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการปรับ Size ของ Infographic ตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนดให้มีความเหมาะสมสวยงาม สำหรับนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ ของสำนักงาน กสทช.

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิต Infographic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔ นับถัดจากวันลงนามในสัญญา มีระยะเวลาการดำเนินงาน ๒๗๐ วัน โดยสำนักงาน กสทช. จะกำหนดจัดส่งหัวข้อหรือประเด็นเนื้อหาข้อมูลให้ดำเนินงานแต่ละชิ้นงานตามความเหมาะสมและสถานการณ์ตลอดระยะเวลาดำเนินงาน โดยมีจำนวนชิ้นงานรวมตามที่กำหนดในข้อ ๔.๑.๑ - ๔.๑.๓ และผู้รับจ้างจะต้องสามารถผลิตชิ้นงานเร่งด่วนพร้อมนำเสนอแนวคิดหรือออกแบบให้แล้วเสร็จภายใน ๕ วันนับถัดจากวันได้รับหัวข้อหรือประเด็นเนื้อหาข้อมูล และผลิตชิ้นงานปกติพร้อมนำเสนอแนวคิดหรือออกแบบให้แล้วเสร็จภายใน ๑๐ วันนับถัดจากวันได้รับหัวข้อหรือประเด็นเนื้อหาข้อมูล ทั้งนี้สำนักงาน กสทช. จะเป็นผู้กำหนดว่าชิ้นงานใดเป็นชิ้นงานเร่งด่วนหรือชิ้นงานปกติ และจะถือความสำเร็จแต่ละชิ้นงานและจำนวนจริงที่ส่งให้ผู้รับจ้างตลอดระยะเวลาการดำเนินงานนี้

กรรพ. วิเศษ
W-S
man

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบชิ้นงาน ภายในระยะเวลาที่กำหนดในข้อ ๕ เป็นรายครั้ง ทุกครั้งเมื่อชิ้นงานเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ในรูปแบบไฟล์สกุล .JPG สกัล .PDF สกัล .PNG และไฟล์สกุล .AI ที่สามารถแก้ไขได้ โดยส่งมอบมายังสำนักงาน กสทช. ตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด

นอกเหนือจากการส่งชิ้นงานรายครั้งแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำเอกสารส่งมอบงานตามรายละเอียดข้อ ๔ และรวบรวมชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์แล้วทั้งหมดแบ่งตามรูปแบบหรือชนิดของ Infographic ที่เป็นไฟล์สกุล .JPG สกัล .PDF สกัล .PNG สกัล .AI หรือสกุลต้นฉบับใดก็ตามที่ใช้ในการผลิตชิ้นงานที่สามารถแก้ไขได้ พร้อม Sourcefile เช่น Vector, ฟอนต์ที่ใช้ออกแบบ บรรจุใน USB Flash Drive ๓.๐ จำนวน ๑ ชุด และรายงานสรุปเป็นเอกสารแสดงภาพทั้งหมด จำนวน ๓ ชุดให้กับสำนักงาน กสทช. ภายในกำหนด ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

งบประมาณดำเนินการภายในวงเงิน ๙๐๐,๐๐๐ บาท (เก้าแสนบาทถ้วน) เป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายที่ส่งไปไว้ด้วยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๓ รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร หมวดค่าใช้จ่ายรายจ่ายในการประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร ทั้งนี้ จะลงนามผูกพันในสัญญาได้ก็ต่อเมื่อ งบประมาณประจำปี ๒๕๖๓ ได้รับการพิจารณาอนุมัติจากสำนักงาน กสทช. แล้วเท่านั้น

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างตามจริง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานตามสัญญาภายในระยะเวลา ๒๗๐ วัน ตามจำนวนและปริมาณงานที่สำนักงาน กสทช. ส่งให้ดำเนินการตามอัตราค่าจ้างต่อหน่วยของชิ้นงานและผู้รับจ้างได้ส่งมอบเรียบร้อยแล้ว หากสำนักงาน กสทช. ได้จัดส่งงานให้ผู้รับจ้างแล้ว แต่ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการหรือส่งมอบได้เรียบร้อยตามที่กำหนด สำนักงาน กสทช. สามารถหักลดค่าจ้างลงตามอัตราต่อหน่วยของชิ้นงานที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญาจ้าง

๙. การยื่นข้อเสนอ

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

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้เสนอราคา ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ข้อ ๓

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔ ประกอบด้วย

๙.๒.๑ ความเหมาะสมในการเลือกใช้รูปแบบของการออกแบบ Infographic ตามขอบเขตงานข้อ ๔ กับเนื้อหาที่กำหนดให้จำนวน ๔ เรื่อง ดังต่อไปนี้

- | | |
|-------------|---|
| เรื่องที่ ๑ | รู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ (ข้อมูลเนื้อหาตามแนบท้ายขอบเขตงาน) |
| เรื่องที่ ๒ | การกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคภูมิทัศน์ใหม่
สื่อสารมวลชน (ข้อมูลเนื้อหาตามแนบท้ายขอบเขตงาน) |

สนท นิตย
๒๐-๕
กาน

เรื่องที่ ๓ ดูแล (สุขภาพ) กายและใจอย่างไรในยุคดิจิทัล หรือ ประเทศไทยในยุค 5G หรือ รมรณรงค์การไม่ใช้มือถือขณะขับรถ (เลือกหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งและจัดทำข้อมูลเอง)

เรื่องที่ ๔ ทักษะความฉลาดทางดิจิทัล (DQ) สำหรับการใช้เทคโนโลยีบนโลกออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ (จัดทำข้อมูลเอง)

๙.๒.๒ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูล และภารกิจหน้าที่ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช.

๙.๒.๓ แนวคิดในการออกแบบและคุณภาพของผลงาน

๙.๒.๔ ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของผู้เสนอราคาและทีมงาน

๙.๒.๕ ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์

๙.๒.๖ จัดทำรายละเอียดตามข้อ ๙.๒ นำเสนอต่อคณะกรรมการฯ พิจารณา ที่สำนักงาน กสทช. พร้อมทั้งจัดทำเป็นสำเนาลงใน Flash Drive จำนวนขั้นต่ำ ๑ ชุด

๙.๓ ข้อเสนอด้านราคา

ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ตามแบบและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณา

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนด้านเทคนิค สำนักงาน กสทช. ต้องการได้ผู้รับจ้างที่มีความรู้ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญในผลิตสื่อ Infographic เพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ ทั้งรูปแบบ เนื้อหา การออกแบบภาพเพื่อสื่อสารข้อมูลในรูปแบบ Picture Infographic ที่เหมาะสมตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดในการออกแบบและผู้ยื่นข้อเสนอมีคุณสมบัติที่ไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน จำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) มีน้ำหนักของเกณฑ์ราคา ร้อยละ ๓๐ และเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ ๗๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ตามลำดับ ดังนี้

๑๐.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้เสนอราคาทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน ๑ ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น

๑๐.๒ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่าง ๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

๑๐.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือหลงผิดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่ไม่ใช่สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะ

ตาม
ดิพ ทิมม
๑๖-๘

กรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วน ถูกต้องตามข้อ ๑๐.๒ จะพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

- | | |
|---|---------------------|
| <p>๑๐.๓.๑ ความเหมาะสมในการเลือกใช้รูปแบบตามขอบเขตงานข้อ ๔ ของการ
ออกแบบ Infographic กับเนื้อหาที่กำหนดตามข้อ ๙.๒.๑
ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอที่สามารถนำเนื้อหาข้อมูลหรือ
หัวข้อไปเลือกผลิตชิ้นงานได้เหมาะสมครบตามรูปแบบแต่ละชนิด ได้มาก
ที่สุด</p> | <p>๑๕ คะแนนเต็ม</p> |
| <p>๑๐.๓.๒ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูล และภารกิจหน้าที่ของ กสทช. และ
สำนักงาน กสทช.
ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอที่สามารถย่อสรุปประเด็น
เนื้อหาข้อมูลหลายๆ ให้เข้าใจง่าย และนำเสนอเป็นภาพที่สื่อสารได้อย่าง
ชัดเจน ได้มากที่สุด</p> | <p>๓๐ คะแนนเต็ม</p> |
| <p>๑๐.๓.๓ แนวคิดในการออกแบบและคุณภาพของผลงาน
ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอที่สามารถแสดงคุณภาพของ
ผลงานการผลิต Infographic ด้วยแนวคิดที่สร้างสรรค์ ออกแบบได้โดดเด่น
น่าสนใจ เลือกใช้ภาพและสีที่ทันสมัย สอดคล้องกับเนื้อหาในเรื่องนั้นๆ ได้
มากที่สุด</p> | <p>๓๐ คะแนนเต็ม</p> |
| <p>๑๐.๓.๔ ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอและทีมงาน
ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาการให้คะแนนในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้
ผลงานเชิงคุณภาพ : โดยพิจารณาจากลักษณะของผลงานที่มีขอบเขตและ
วิธีการนำเสนอที่สอดคล้องหรือใกล้เคียงกับลักษณะงานตามขอบเขตของ
งานและวัตถุประสงค์มากที่สุด
ผลงานเชิงปริมาณ : โดยพิจารณาจากผลงานจำนวนผลงานและมูลค่าของ
ผลงานที่มีลักษณะงานสอดคล้องหรือใกล้เคียงกับงานตามขอบเขตของงาน
โดยเทียบสัดส่วนกับจำนวนผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน</p> | <p>๒๐ คะแนนเต็ม</p> |
| <p>๑๐.๓.๕ ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์
ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาจากข้อเสนอที่มีการเสนอเพิ่มเติมและเป็นประโยชน์
ต่อสำนักงาน กสทช. โดยต้องเป็นข้อเสนออื่นที่ยังอยู่ในขอบเขตของงาน
และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เช่น สามารถผลิตชิ้นงานได้มากกว่าจำนวน
ที่กำหนดไว้ตามขอบเขตงานข้อ ๔ เป็นต้น</p> | <p>๕ คะแนนเต็ม</p> |

รวม ๑๐๐ คะแนน

กาน
วิมล
จิว

ทั้งนี้ ในการพิจารณาให้คะแนนตามหัวข้อต่าง ๆ ข้างต้น คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอแนวคิด ความคิดสร้างสรรค์และอื่นๆ ตามข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนในหัวข้อนั้น ๆ มากที่สุด ข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามความเหมาะสมหรือสัดส่วน โดยมีคะแนนรวมของการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค จำนวน ๑๐๐ คะแนน ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จะต้องได้รับคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๐.๔ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๑๐.๓ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามสัดส่วนน้ำหนักเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ที่กำหนดและจัดลำดับเรียงตามคะแนนไว้ ๓ ลำดับ ข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

๑๐.๕ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๑. เงื่อนไขอื่นๆ

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

๑๑.๒ ลิขสิทธิ์ในชิ้นงานที่ได้สร้างสรรค์ออกแบบให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งหมดห้ามผู้รับจ้างนำไปทำซ้ำดัดแปลงหรือใช้งานใดๆ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน กสทช.

๑๑.๓ ผู้รับจ้างหรือทีมงานที่มีหน้าที่คิดรูปแบบงาน สรุปย่อข้อมูล และออกแบบ Infographic ต้องพร้อมเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังคำชี้แจง คำแนะนำ หรือข้อกำหนดของงานตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ในตลอดระยะเวลาของสัญญาที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย

๑๑.๔ การจ้างงานในครั้งนี สำนักงาน กสทช. ต้องการความสำเร็จแต่ละชิ้นงาน หากผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบชิ้นงานให้ครบถ้วนถูกต้องตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างยินยอมให้สำนักงาน กสทช. ปรับเป็นรายชิ้นในอัตราร้อยละ ๐.๒๐ ของค่าจ้างต่อชิ้นงาน

๑๑.๕ กรณีที่สำนักงาน กสทช. มีความจำเป็นไม่สามารถจัดส่งหัวข้อ ประเด็น หรือเนื้อหา ตามจำนวนที่กำหนดให้ครบถ้วนได้ เมื่อครบกำหนดระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาแล้ว สำนักงาน กสทช. ไม่มี ความจำเป็นต้องกำหนดหัวข้อ ประเด็น เนื้อหา ให้ดำเนินงานออกแบบอีก ให้ถือว่าจำนวนที่ตกลงจ้างนั้น เป็นไปตามจำนวนจริงที่ผู้รับจ้างได้รับมอบ และสำนักงาน กสทช. จะหักลดเงินค่าจ้างลงตามส่วนและอัตราที่ตกลงกันต่อไป

สำนักงาน กสทช. (ธันวาคม ๒๕๖๒)

ตาม
ค.พ. ทิมม
๒/๖๕

รายละเอียดข้อเสนอด้านเทคนิค ข้อ ๙.๒.๑

เรื่องที่ ๑ รู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ

การรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิเพื่อความเป็นพลเมืองในยุคแห่งการสื่อสาร ประชาชนสามารถรับสื่อได้หลากหลายช่องทาง การรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณให้ประชาชนมีความสามารถในการเลือกรับและใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผล เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนให้รู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนมีความตระหนักในสิทธิหน้าที่ในการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิที่เป็นคุณสมบัติสำคัญของพลเมือง

การส่งเสริมการรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิให้กับประชาชนนั้น เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนให้ได้มีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายเพื่อให้สามารถปกป้องสิทธิของตนเองได้และเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยมีจุดเริ่มจากแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ ๑ ซึ่งมียุทธศาสตร์การส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร มุ่งเน้นพัฒนาความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้ ได้อาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และนักวิชาการ พัฒนาแนวคิดในการส่งเสริมทักษะการรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ โดยมีหลักการ “๓ เข้า” คือ เข้าถึง เข้าใจ และเข้าไปมีส่วนร่วมกับสื่อวิทยุ – โทรทัศน์

๑. เข้าถึง

การรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ เริ่มต้นด้วยการมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถเข้าถึงสื่อได้ ทั้งนี้ ผู้บริโภคสื่อมีสิทธิในการเข้าถึง ๕ ประการ คือ

๑) สิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ การทำให้สื่อวิทยุ-โทรทัศน์มีความครอบคลุมพื้นที่ให้มากที่สุด เกิดความทั่วถึงของสื่อที่หลากหลาย กล่าวคือ ในพื้นที่ต่างๆ ผู้บริโภคสื่อฯ ต้องสามารถเข้าถึงสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ด้วยช่องทางใดช่องทางหนึ่งเป็นอย่างน้อย

๒) สิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ใช้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยการเห็นและการได้ยิน เช่น คนพิการด้านการเห็น (คนตาบอด คนสายตาลี้นราง) คนพิการด้านการได้ยิน หรือสื่อความหมาย (คนหูหนวก คนหูตึง) หรือคนที่มีภาวะการณไม่สามารถเข้าถึงได้ เช่น ผู้สูงอายุ ผู้ที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น ทั้งนี้ การมีข้อจำกัดทางกายภาพ เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุ-โทรทัศน์

๓) สิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และหลากหลาย กลุ่มคนทุกกลุ่มในสังคมมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายตามความสนใจและเชื่อมโยงกับตนเองได้อย่างเท่าเทียมกันไม่ว่าจะมีลักษณะประชากร

WRS
ทพ. นันท
กม

เป็นอย่างไร อาศัยอยู่ภูมิภาคไหนก็ตาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นในรูปแบบของนโยบายเชิงโครงสร้างสื่อที่กำหนดเป็นระดับของพื้นที่ คือ ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น เพื่อตอบสนองสิทธิของประชาชนตามลักษณะภูมิศาสตร์นอกจากนี้กลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะใดๆ ก็มีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อการสื่อสารเฉพาะกลุ่มหรือการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของกลุ่มไปยังสังคมทั่วไป เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และการเคารพซึ่งความแตกต่างหลากหลายในสังคมประชาธิปไตย

๔) สิทธิการเข้าถึงสื่อวิทยุ-โทรทัศน์พื้นฐานและไม่เป็นภาระ การส่งเสริมการเข้าถึงสื่อวิทยุ-โทรทัศน์พื้นฐานเป็นการส่งเสริมให้ประชาชน ผู้บริโภคสื่อฯ สามารถรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์สาธารณะ โดยไม่เป็นภาระด้านค่าใช้จ่ายและด้านอื่น ๆ ซึ่งมีแนวนโยบายที่เกี่ยวข้อง

๕) สิทธิในการมีความรู้ ความเข้าใจในการเข้าถึงสื่อ ประชาชน ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ มีสิทธิที่จะมีความรู้ความเข้าใจในการเข้าถึงสื่อ เพื่อที่จะสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อ นั้นได้ ซึ่งภาครัฐจำเป็นต้องมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจดังกล่าว รวมไปถึงการมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ กล่าวคือ ทุกคนมีความสามารถที่จะเข้าใจวิธีการทำงานของสื่อสารมวลชนว่ามีความหมายอย่างไร บริหารจัดการอย่างไร และจะใช้สื่อให้เท่าทันอย่างไร คนที่รู้เท่าทันสื่อจะสามารถอธิบายถึงบทบาทของสื่อที่มีต่อชีวิต ของพวกเขาได้ คนที่รู้เท่าทันสื่อจะเข้าใจธรรมเนียมปฏิบัติของสื่อหลากหลายประเภท ดังนั้น สื่อมวลชนจะต้องยึดถือประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ โดยมุ่งนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์แก่ประชาชนทุกกลุ่ม โดยมีความเป็นอิสระและสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่สังคม

ทั้งนี้ ผู้บริโภคสื่อที่รู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ จะต้องมีความเข้าใจว่า สื่อมวลชนเป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ในการให้การศึกษาและความรู้ เป็นพื้นที่แสดงความคิดเห็น ให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างความบันเทิง ซึ่งมีอิทธิพลอย่างสำคัญในการสร้างค่านิยม การกำหนดประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดสังคมสร้างสรรค์ หรือทำลาย

๒. เข้าใจ

การรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ ด้วยความเข้าใจ คือ ความสามารถในการรับ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลความจริงจากการตั้งคำถาม ๕ ข้อ

๑) ใครเป็นผู้ผลิตข่าวสารนี้ การวิเคราะห์ว่าใครสร้างหรือผลิตเนื้อหานี้จะทำให้เราเข้าใจในวัตถุประสงค์ของสื่อที่ต้องการนำเสนอ

๒) ข้อมูลถูกนำเสนอด้วยเทคนิควิธีใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือภาพยนตร์ย่อมมีการการดึงดูดความสนใจที่แตกต่างกัน

กตม
กทพ นตม

๓) ที่ความแตกต่างกันได้อย่างไร การตีความของสื่อย่อมแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งก็สามารถนำมาแลกเปลี่ยนเปรียบเทียบกันเพื่อให้เกิดเป็นการตีความที่กว้างขึ้น มีมิติและมุมมองที่แตกต่างกัน จนสามารถเกิดความรู้สึกยอมรับในความเห็นที่ต่างกันได้

๔) คุณค่า วิถีชีวิต หรือแนวคิดใดที่แฝงมากับสื่อ สามารถตอบคำถามได้ว่า เป้าหมายของสื่อที่ต้องการนำเสนอความคิดเห็นที่เกิดขึ้นสะท้อนความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมในขณะนั้นอย่างไร

๕) ทำไมข้อมูลนี้ถึงถูกนำมาเผยแพร่ ใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์นี้จากการที่สื่อนำเสนอ เช่น เจ้าของสื่อ ได้รับประโยชน์หรือไม่ อะไรที่มีอิทธิพลต่อการผลิตสื่อ ตลอดจนคนดูได้ประโยชน์ด้านใดบ้าง

การใช้คำถาม ๕ ประการนี้สามารถปรับความคิดความเข้าใจให้สอดคล้องกับคำถามที่นำไปใช้กับสื่ออื่นๆ เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์เชิงและและกว้างเพื่อสามารถอ่านสื่อเหล่านั้นให้ออก

โดย ทักษะที่ต้องมีในการรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ์ คือ ๑) วิเคราะห์แยกองค์ประกอบของ ข้อความ ๒) ประเมินคุณค่า และประโยชน์ ๓) จัดกลุ่มองค์ประกอบที่เหมือน หรือแตกต่าง ๔) สรุปกรณีย่อย ไปสู่ภาพรวม ๕) สรุปภาพรวม ไปอธิบายกรณีย่อย ๖) สังเคราะห์องค์ประกอบ ออกมาเป็นโครงสร้างใหม่ และ ๗) สรุปสาระสำคัญ

ความคิดรวบยอด ที่พลเมืองที่รู้ทันสื่อพึงมีคือ

๑. รู้เท่าทันตนเอง มีสติในการบริโภคและวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายเพื่อประกอบการตัดสินใจที่ดีที่สุด

๒. รู้เท่าทันสื่อ เลือกรับข้อมูลที่เชื่อถือได้ที่สุด วิเคราะห์อย่างมีเหตุผลเปรียบเทียบข้อมูลกับความจริงในสังคม ตัดสินใจ ยอมรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ปฏิเสธข้อมูลที่บิดเบือนความเป็นจริงรู้จักใช้สิทธิในการแสดงความคิดเห็น หรือร้องเรียน หากพิจารณาแล้วว่าสื่อเหล่านั้นส่งผลกระทบต่อตนเองหรือสังคม

๓. รู้เท่าทันสังคม คือการรู้เท่าทัน เศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เทคโนโลยี การปกครอง สิทธิหน้าที่พลเมือง ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก

ประชาชนผู้มีความสามารถในการรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ์นั้นจะมีความสามารถในการนำสื่อที่ได้รับมาพัฒนาตนเอง ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตนเองในการแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม อันเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย เพื่อมุ่งหวังเสริมสร้างความเป็นพลเมืองที่รู้เท่าทันและเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานส่งเสริมการรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ์เพื่อความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กม

๑๐-๖
สม ทัศน

๓. เข้าไปมีส่วนร่วม

เน้นการมีส่วนร่วม อย่างกระตือรือร้น รู้สึกตื่นตัว ตื่นใจ โดยผู้บริโภคลือ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมกับสื่อ และกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

- การแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสื่ออย่างมีเหตุผล ด้วยความเข้าใจและเป็นมิตร เพื่อร่วมกันสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ และส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงของสื่ออย่างยั่งยืน
- การเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากสื่อ การผลิตสื่อ การส่งต่อ อย่างรู้เท่าทัน รู้กฎหมาย จริยธรรม และสร้างคุณค่าต่อตนเอง สังคม และประเทศ
- การร้องเรียน การโต้กลับและต่อรองกับสื่อวิทยุ – โทรทัศน์ เพื่อปกป้องคุ้มครองตนเอง ให้เกิดความเป็นธรรม ไม่ถูกเอาเปรียบ ละเมิด หรือละเลย ไม่ว่าจะเป็นการส่งความเห็น หรือข้อเสนอแนะ ตลอดจนร้องเรียน ไปที่สื่อโดยตรง หรือหน่วยงานกำกับดูแลอย่าง กสทช.
- การรณรงค์ การสร้างความเข้าใจร่วมกัน ผ่านกิจกรรม (On ground) และผ่านสื่อออนไลน์ (Online) เช่น การมีเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ระหว่างผู้บริโภคกับสื่อวิทยุ – โทรทัศน์ การสร้างเวทีขับเคลื่อนออนไลน์ เป็นต้น
- การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการกำกับดูแลต่างๆ เช่น การแสดงความคิดเห็นต่อร่างประกาศ หรือมีส่วนร่วมในเวทีที่เปิดให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการจัดทำข้อเสนอต่อนโยบายต่างๆ

ดังนั้น การรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ เป็นการอ่านสื่อให้ออก เพื่อพัฒนาทักษะในการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากสื่อ ซึ่งทั้งสิ้นเป็นกระบวนการพัฒนาทางความคิด เพื่อเป็นการป้องกันตัวเองจากผลกระทบในด้านลบจากสื่อ และยิ่งในสถานการณ์โลกปัจจุบันช่องทางรับสื่อมีหลากหลายช่องทางซึ่งถือเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานในฐานะพลเมืองที่ต้องเลือกใช้ให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุดด้วย

W-S
ค.พ. นพ.
กาน

รายละเอียดข้อเสนอด้านเทคนิค ข้อ ๙.๒.๑

เรื่องที่ ๒ การกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคภูมิทัศน์ใหม่สื่อสารมวลชน

กฎหมายและการกำกับดูแลสื่อดิจิทัล มีระบบที่แตกต่างกัน โดยกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีการกำกับดูแลในลักษณะการออกใบอนุญาต เนื่องจากคลื่นความถี่ที่ใช้ในการประกอบกิจการมีอยู่อย่างจำกัด โดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๔๐, ฉบับ พ.ศ. ๒๕๕๐ และฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้กำหนดให้คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรการสื่อสารของชาติ โดยให้มีหน่วยงานในการออกใบอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ กำหนดเกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ทำหน้าที่ในการจัดสรรคลื่นความถี่ออกใบอนุญาต และกำกับดูแลกิจการดังกล่าว โดยมีพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑ กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการประกอบกิจการ และการกำกับดูแล ในระบบใบอนุญาต ซึ่งให้อำนาจองค์กรอิสระ คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในการออกกฎหมาย ประกาศกำหนดในรายละเอียดต่างๆ

ในการกำกับดูแลด้วยระบบใบอนุญาต โดยหน่วยงานกำกับดูแล เป็นการจำกัดผู้ประกอบการ ตามคลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัด และทำให้มีผู้รับผิดชอบต่อการประกอบกิจการสื่อ หน่วยงานรัฐทราบถึงนิติบุคคลผู้ประกอบการ ที่ตั้ง ที่อยู่ โดยมีการกำหนดทั้งลักษณะการประกอบกิจการ ทางเทคนิค การออกอากาศ การคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ ซึ่งหากผู้ใดมีการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ การออกอากาศโดยไม่ได้รับอนุญาต ก็จะมีคามผิดทางอาญา ในขณะที่เดียวกัน หากผู้รับใบอนุญาตมีการกระทำความผิด หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กสทช. ก็สามารถดำเนินการลงโทษทางปกครองต่อผู้ประกอบการที่อยู่ในการอนุญาตได้ โดยการเตือน การปรับ การพักใช้ และการเพิกถอนใบอนุญาตประกอบกิจการได้

ส่วนสื่อออนไลน์ มีเสรีภาพในการสื่อสาร ผู้ใดที่เชื่อมต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตได้ ก็จะสามารถเป็นผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ได้ เป็นผู้สื่อสาร สร้างสรรค์สื่อเข้าสู่ระบบได้โดยไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาต อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งมีทั้งกฎหมายเฉพาะ คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๖๐ และกฎหมายทั่วไป เช่น กฎหมายอาญา ที่เกี่ยวกับการหมิ่นประมาท หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องลามกอนาจาร ยาเสพติด การค้าประเวณี การล่วงละเมิดทางเพศต่อเด็ก ฯลฯ

ประมวลกฎหมายอาญา การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ทั้งหมิ่นประมาทต่อคนเป็นตามมาตรา ๓๒๖ และหมิ่นประมาทต่อคนตายตามมาตรา ๓๒๗ ซึ่งมีโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้ง

กาน
 ๑๖-๘
 สรพ. ๓๓๖๖

ปรับ แต่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนซึ่งสามารถแพร่สะพัดข่าวทั้งหลาย ไปได้อย่างกว้างขวาง ทำให้ความเสียหาย ขยายวงกว้างตามไปด้วย ไม่ว่าจะการโฆษณาข่าวนั้นจะได้กระทำโดยวิธีการใดๆ ก็จะต้องรับโทษหนักขึ้น ตามมาตรา ๓๒๘ คือ จำคุกไม่เกิน ๒ ปี ปรับไม่เกิน ๒๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มักจะมาเป็นแพ็คเกจกับประมวลกฎหมายอาญา คือ มาตรา ๔๒๓ ที่กำหนดให้ผู้ ที่โฆษณาแพร่หลายซึ่งข้อความอันฝ่าฝืน ต่อความจริง เป็นที่เสียหายแก่ชื่อเสียงของบุคคลอื่น ต้องใช้ค่าสินไหม ทดแทนแก่ผู้เสียหายด้วย แต่อย่างไรก็ดี ในวรรคท้ายก็มีข้อยกเว้นว่า หากการส่งข่าวเท็จนั้น ตนเองมีส่วนได้เสีย ในข่าวนั้นด้วย แม้ข่าวนั้นไม่ใช่ความจริง ก็ไม่ต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนในความเสียหายนั้น

อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลโดยหน่วยงานรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ กระทำได้ยาก เนื่องจากจะต้องสืบค้นว่าผู้ใดเป็นผู้ผลิต ผู้เผยแพร่ และผู้รับผิดชอบต่อการกระทำความผิดนั้นๆ เพื่อที่จะดำเนินคดีตามกฎหมาย ซึ่งไม่มีลักษณะ เหมือนการดำเนินคดีทางปกครองต่อผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในระบบ ใบอนุญาต

เมื่อเปรียบเทียบบทกำหนดโทษแล้ว พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ฯ มีลักษณะโทษ ทั้งทางการปรับ การจำ หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งเป็นโทษที่หนักกว่า ส่วนพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจาย เสียงและกิจการโทรทัศน์ฯ เป็นโทษทางปกครองโดยการปรับ (พักใช้ และเพิกถอนใบอนุญาต) เป็นหลัก

มิติด้านช่องทาง

- สื่อวิทยุ – โทรทัศน์ ในระบบดิจิทัล (กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล)

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการจัดกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ มาตรา ๓๑ กำหนดให้ กสทช. กำหนดการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อให้ เกิดการกำกับดูแล

กสทช. ออกประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๕ ซึ่งกำหนดลักษณะการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาดังต่อไปนี้เป็นการเอาเปรียบ ผู้บริโภคฯ

(๑) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมาย เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้น ๆ มีคำสั่งหรือคำวินิจฉัยว่าเป็นการดำเนินการโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย

UC-S
กสทช. ๒๕๕๕
กสทช.

(๒) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจ ให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวงหรือกระทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ เกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริง

(๘) การออกอากาศรายการโดยมีการโฆษณาบริการหรือสินค้าเกินกว่าระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หรือบ่อยครั้งที่ เป็นผลให้ผู้บริโภครับชมรายการอย่างไม่ต่อเนื่อง

(๙) การออกอากาศรายการในลักษณะที่จัดให้มีข้อความหรือข้อมูล ซึ่งมีขนาดพื้นที่รวมกันเกิน หนึ่งในแปดของขนาดพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ อันเป็นการรบกวนการรับชมรายการของผู้บริโภคโดยไม่มี เหตุผลอันสมควร

(๑๐) การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาโดยใช้วิธีการเพิ่มเสียงดัง เพื่อดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้บริโภคในลักษณะเป็นการบังคับให้รับข้อมูลข่าวสาร รายการ หรือการโฆษณานั้น หรือเป็นมลพิษทางเสียง โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

(๑๒) กรณีอื่นใดตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร เช่น การออกอากาศรายการหรือโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้าที่ผิดกฎหมาย หรือที่เป็นการหลอกลวง โดยอาศัยความเชื่ออย่างงมงายหรือความศรัทธาของบุคคลซึ่งไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักเหตุผล หรือกระบวนกรพิสูจน์ที่เป็นที่ยอมรับ (กสทช. กำหนดเพิ่มเติมภายหลัง)

ทั้งนี้ กสทช. มีอำนาจสั่งระงับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ หากผู้รับใบอนุญาต ผ่าฝืนคำสั่งระงับการกระทำนั้น มีโทษไม่เกิน ๕ ล้านบาท และปรับอีกวันละไม่เกิน ๑ แสนบาท ตลอดระยะเวลาที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง

- สื่อออนไลน์

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๖๐

มิติด้านสินค้าและบริการ

กฎหมายที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์และบริการที่มีบทบัญญัติเกี่ยวข้องกับการโฆษณา ซึ่งมีผลต่อการกำกับดูแลการโฆษณาในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ด้วย เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ปู่ หมูบ้านจัดสรร ฯลฯ

อนึ่ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ก็อาจทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลช่องทางการสื่อสารอย่าง กสทช. ด้วย โดยล่าสุด เพื่อให้สิทธิของผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองในการรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริง และได้รับการปกป้องคุ้มครองจากการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม รวมทั้งได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหายภายในระยะเวลาอันสมควร กสทช. จึงมีแนวคิดให้มี

กสทช.
จตุพร นันทน์

การบูรณาการงานคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายหรือมีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.)

โดยเป็นการถอดบทเรียนและพัฒนาความร่วมมือจากการทำงานร่วมกันระหว่าง กสทช. และ อย. ทำให้เกิดความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาการโฆษณา อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการพิจารณาการความผิดกรณีการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งในกรณีที่ อย. ได้วินิจฉัยแล้วว่า เป็นการโฆษณาที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตามแต่กรณี เช่น การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตเป็นอาหารตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ที่มีการให้นิยามไว้ว่าเป็นของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต อันไม่มีความมุ่งหมายให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใดๆ ของร่างกายมนุษย์และไม่มีผลในการบำบัด บรรเทา รักษาโรค หรืออาการของโรค ซึ่งการโฆษณาที่ทำให้เข้าใจเช่นนั้น เป็นการแสดงความมุ่งหมายว่า ผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าว ทำหน้าที่ได้เหมือน “ยา” ตามนิยามในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ เป็นต้น ซึ่งพิจารณาได้ว่าเป็นการออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ ตามข้อ ๕ (๒) ประกอบข้อ ๖(๑)(๒)(๓) ของ ประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคฯ พ.ศ. ๒๕๕๕

ปวิ
สทพ. ๕
man