

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)

การจ้างผลิตและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการประมูลคลื่นความถี่
เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home)
ประเภทสื่อป้ายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ของโรงพยาบาลนครเครือเมเจอร์ซินีเพล็กซ์

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงาน กสทช. ได้จัดการประมูลคลื่นความถี่เพื่อรองรับการให้บริการ ๕จี ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามแนวทางทิศทาง และแนวนโยบายในการดำเนินการของสำนักงาน กสทช. ประจำปี ๒๕๖๓ ซึ่งถูกกำหนดให้มีความสอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ลงมาถึงแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ตามลำดับ โดยได้กำหนดจัดการประมูลคลื่นความถี่ ๗๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๖๐๐ MHz และ ๒๖ GHz เพื่อนำไปใช้สำหรับการให้บริการเทคโนโลยี ๕จี เมื่อวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ที่ผ่านมา โดยผลการประมูลรวม ๓ คลื่นความถี่ ได้แก่ ๗๐๐ MHz ๒๖๐๐ MHz และ ๒๖ GHz รวมเป็นเงินประมูลทั้งสิ้น ๑๐๐,๕๒๑ ล้านบาท

สำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ในฐานะที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำไปให้บริการเทคโนโลยี ๕จี เห็นว่ามีความจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการจัดสรรคลื่นความถี่โดยการประมูลเพื่อนำมาให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ทั้งต่อประเทศ ภาคอุตสาหกรรม การเงิน และอื่นๆ รวมไปถึงภาคประชาชน ในฐานะผู้รับบริการที่มีความจำเป็นจะต้องรับรู้ รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นได้ จึงได้จัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ และแนวทางในการประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์และใช้เป็นกรอบทิศทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบกับเพื่อเป็นการสนับสนุนภารกิจ และกิจกรรมในเรื่องดังกล่าวโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงาน ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ในปี ๒๕๖๓ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่างๆ รวมถึงการสร้างความเข้าใจ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดรับเทคโนโลยี ๕จี ซึ่งกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ที่อาจถูกนำมาใช้ภายใต้คลื่นความถี่ย่านต่างๆ ที่ได้มีการจัดการประมูล เช่น ๗๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๖๐๐ MHz และ ๒๖ GHz ให้แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่สามารถคาดหวังการรับรู้ได้ เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์นั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนทุกๆ กลุ่มที่ใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร โดยได้กำหนดประเด็นการสื่อสารเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ๕จี ในระดับปัจเจกบุคคล และสังคม รวมถึงภาคส่วนต่างๆ จนถึงระดับประเทศ โดยจะเป็นการประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่กำหนดไว้ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนหลากหลายแขนงคละกันตามความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังการรับรู้ได้ ทั้งสื่อกระแสหลัก และสื่อกระแสรองที่กำลังเป็นที่นิยม เพื่อเป็นการสนับสนุน และส่งเสริมให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทจะมีคุณลักษณะในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน โดยจะจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสก็๊ป หรือ สารคดี ภาพยนต์สั้น เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้ข้อมูล และสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในประเด็นการประมูลผ่านสื่อกระแสหลัก รวมถึงการกระตุ้น และย้ำเตือน ผ่านสื่อกระแสรอง และการประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระจายการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมมากที่สุด

5000
ดภพ

M

สบ. ได้วางแผน และกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ โดยคัดเลือกช่องทางการสื่อสาร และรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยจัดลำดับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ และการคัดเลือกช่องทาง ช่วงเวลา และกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสม สามารถคาดหวังการรับรู้ได้ และโดยที่พิจารณาแล้วเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (Out of Home) ถือว่าเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากสื่อหลักอื่นๆ ได้ สามารถเข้าถึงประชาชนได้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่ใช้สื่ออื่นๆ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารโดยจำแนกตามพื้นที่ได้ ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อประเภทนี้ให้ได้ผลสูงสุด จำเป็นต้องพิจารณาคัดเลือกโดยเจาะจงในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ทางช่องทางที่มีเครือข่ายเผยแพร่อย่างกว้างขวางเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งเจ้าของสื่อหรือเจ้าของช่องทางประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ที่มีฝีมือโดยเฉพาะหรือมีความชำนาญเป็นพิเศษเฉพาะด้านในการผลิตและเผยแพร่ช่องทางการสื่อสารของตน และเห็นว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อป้ายอิเล็กทรอนิกส์ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งเป็นสื่อประเภทป้ายโฆษณา ณ จุดขาย ตั้งอยู่ภายใน และภายนอกบริเวณโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งเป็นสื่อประเภทป้ายโฆษณา มีจุดเด่นด้านการสร้างจุดสนใจ และดึงดูดผู้รับชม สามารถสร้างการจดจำ และรับรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหวได้ มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถกำหนดพื้นที่การประชาสัมพันธ์ได้ และมีความยืดหยุ่นทางภูมิศาสตร์ จึงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายพื้นที่จากสถานที่ตั้งโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วประเทศ และทุกหัวเมืองใหญ่ มีการขยายจำนวนโรงภาพยนตร์ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจชมภาพยนตร์ได้เป็นจำนวนมากรวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบการทำกิจกรรมนอกบ้าน ในพื้นที่ห้างสรรพสินค้า แหล่งชุมชน ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากอีกเช่นกัน โดยฐานลูกค้าของเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์โดยมากจะเป็นกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานตอนต้นครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ช่องทางการประชาสัมพันธ์กลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาแล้ว ถือว่าเป็นกลุ่มที่สามารถคาดหวังเรื่องการรับรู้ได้ โดยเนื้อหาจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการกำกับดูแลเกี่ยวกับเทคโนโลยี ๕จี ซึ่งมีความสำคัญ และสอดคล้องกับชีวิตประจำวัน และคาดว่าจะอยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่ถือเป็นกลุ่มที่สนใจเทคโนโลยีการสื่อสาร อีกทั้ง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีความจำเป็นต้องทราบถึงสิทธิของตนเอง นอกจากนี้เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ยังมีสื่อโซเชียลมีเดียเป็นของตนเองทั้งในรูปแบบของ YouTube Channel ซึ่งมียอดผู้ติดตามมากถึง ๑.๔๘ ล้านผู้ใช้งาน ทางเพจ Facebook ซึ่งมียอดผู้ติดตามมากถึง ๕.๕ ล้านผู้ใช้งาน ทางInstagramยอดผู้ติดตามมากถึง ๕ แสนผู้ใช้งาน และทาง Twitter ยอดผู้ติดตามมากถึง ๒.๖ ล้านผู้ใช้งาน การเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์จึงเป็นอีกช่องทางการเผยแพร่ที่น่าสนใจเป็นอย่างมากควบคู่กับสื่อออนไลน์ชนิดอื่นๆ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อป้ายอิเล็กทรอนิกส์ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ควบคู่ไปกับช่องทางสื่อออนไลน์ จึงเป็นการอาศัยช่องทางประชาสัมพันธ์เฉพาะทางผ่านสื่อไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งผู้จัดหรือเจ้าของรายการเป็นผู้ผลิต หรือเผยแพร่ที่มีฝีมือโดยเฉพาะหรือมีความชำนาญเป็นพิเศษเฉพาะด้านในการผลิตและเผยแพร่สื่อของตน ซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการช่องทางในการประชาสัมพันธ์ตามแนวทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการประมวลผลความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ของสำนักงาน กสทช.

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อจ้างผลิตและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการประมวลผลความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อป้ายอิเล็กทรอนิกส์ของโรงภาพยนตร์และสื่อออนไลน์ในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group)




๑๖๓๓

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่จ้างดังกล่าว
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการจัดจ้างครั้งนี้
- ๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง กรณีผู้ยื่นข้อเสนอยังมีได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลง

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นเจ้าของสื่อหรือเจ้าของช่องทางประชาสัมพันธ์ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้จัดหรือเจ้าของรายการให้จัดจำหน่ายช่วงเวลาในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ในรายการนั้น

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

- ๔.๑ การผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์
- ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสร้างสรรค์ และผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับบริการหรือการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ๕จี จำนวน ๑ เรื่อง โดยต้องมีความเหมาะสมกับการนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ และ ต้องมีความเหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อป้ายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ตามที่ตั้งสำนักงาน กสทช. กำหนด ซึ่งจะต้องนำเสนอ บทเนื้อเรื่อง (Script) Storyline Storyboard ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต และมีข้อกำหนด ดังนี้
- ๔.๑.๑ ดำเนินการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และ โครงร่างการผลิต (Storyboard) ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต จำนวน ๑ เรื่อง
- ๔.๑.๒ ดำเนินการจัดทำ/จัดทำภาพประกอบที่เหมาะสมที่ทำให้เกิดความสนใจและติดตาม ทั้ง ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ต้องถ่ายทำใหม่โดยไม่ใช้วัตถุดิบเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.
- ๔.๑.๓ ดำเนินการจัดทำเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบภาพยนตร์โฆษณา โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง หากเป็นเพลงที่คัดลอกมาจะต้องมีหนังสือยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้ว่าจ้างสามารถนำผลงานไปใช้ได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์

๗๙

รัตน

จกณ.

- ๔.๑.๔ ผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณา ความยาว ๖๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง ในรูปแบบดังต่อไปนี้
- รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย ปกติ ไม่ต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ
 - รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมมีคำบรรยายใต้ภาพ (Sub-Title)

ภาษาไทย

- จัดทำคำแปลภาษาอังกฤษ สำหรับเพื่อใช้/พร้อมดำเนินการติดตั้งในฟิงชั่นคำบรรยาย (c) ในช่องทาง YouTube
- คุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD ๑๐๘๐ (๑๙๒๐x๑๐๘๐) หรือดีกว่า ในรูปแบบไฟล์วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้
- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MOV - เข้ารหัส(Codec) แบบ ProRes ๔๒๒
- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MP๔

๔.๑.๕ ทั้งนี้อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกภาพและถ่ายทำต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงานผลิต อุปกรณ์ต้องมีความสามารถหรือฟิงชั่นรองรับการบันทึกความละเอียดสูงสุดที่ระดับ ๔K (4K Recording) ได้ เป็นอย่างน้อย

๔.๑.๖ รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณา ตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๑.๗ ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการ จัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้ ต้องตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งสิ้น หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๔.๒ การเผยแพร่สื่อ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อบายอิลเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

๔.๒.๑ เผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อบายอิลเล็กทรอนิกส์แบบ Digital Wall (Indoor) ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๗ จอ ชั้นต่ำ ๗ สาขา ระยะเวลาเผยแพร่ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๐ ชั่วโมง/จอ/วัน จำนวนการเผยแพร่ไม่น้อยกว่าวันละ ๒๐ ครั้ง/จอ และมีระยะเวลาการประชาสัมพันธ์รวมไม่น้อยกว่า ๑๒ สัปดาห์

๔.๒.๒ เผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อบายอิลเล็กทรอนิกส์แบบ Billboard (Outdoor) ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๑ จอ ชั้นต่ำ ๑ สาขา ระยะเวลาเผยแพร่ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๐ ชั่วโมง/จอ/วัน จำนวนการเผยแพร่ไม่น้อยกว่าวันละ ๒๐ ครั้ง/จอ และมีระยะเวลาการประชาสัมพันธ์รวมไม่น้อยกว่า ๑๒ สัปดาห์

๔.๒.๓ เผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ (Social Media) ในช่องทาง YouTube Channel ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group) ในรูปแบบของ Spot Ads จำนวน ๕ รายการ ชั้นต่ำไม่น้อยกว่ารายการละ ๒ เทป

๔.๒.๔ เผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ (Social Media) ในช่องทาง Facebook Channel ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group) จำนวน ไม่น้อยกว่า ๖ โพสต์ โดยมีค่า View รวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ View

5/20

ดกน

MR

๔.๒.๕ เผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ (Social Media) ในช่องทาง Instagram (IG) ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group) จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓ โพสต์ โดยมีค่า View รวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ View

๔.๒.๖ เผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑ ผ่านสื่อออนไลน์ (Social Media) ในช่องทาง Twitter ของโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (Major Group) จำนวน ไม่น้อยกว่า ๖ ทวิต(ครั้ง) โดยมีค่า View รวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ View

๔.๓ การรายงานผลการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในวันที่ ๑๓๕ วัน การจัดทำรายงานถือเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงาน ให้เสร็จสิ้นตามขอบเขตของงานนี้ โดยรายงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

๔.๓.๑ หลักฐานการผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ บท(สคริป) Storyboard ที่ได้รับความเห็นชอบแล้ว พร้อมสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลิตแล้วเสร็จ บรรจุลงใน Flash Drive จำนวน ๕ ชิ้น

๔.๓.๒ หลักฐานการเผยแพร่สื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ เพื่อยืนยันว่าได้มีการดำเนินการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อต่างๆจริงตามที่ขอบเขตของงานกำหนด ในรูปแบบของรายงานสรุป โดยต้องจัดส่ง ต้นฉบับ ๑ ชุด พร้อมจัดส่งในรูปแบบของไฟล์ดิจิทัลลงบรรจุลงใน Flash Drive จำนวน ๕ ชิ้น

๔.๓.๓ จำนวนวันที่ไม่สามารถออกอากาศได้ พร้อมเหตุขัดข้องในการที่ไม่สามารถออกอากาศ พร้อมข้อเสนอในการออกอากาศชดเชย (ถ้ามี)

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา หรือต้องเริ่มดำเนินการผลิตและทำการเผยแพร่จนแล้วเสร็จภายใน ๑๓๕ วัน ทั้งนี้ ระยะเวลาดำเนินงานดังกล่าว ได้รวมระยะเวลาในการผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๑ และการเผยแพร่ตามข้อ ๔.๒ รวมถึงระยะเวลาในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๓ เรียบร้อยแล้ว

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานทันตามกำหนดระยะเวลา จำนวน ๒ งวด ดำเนินการตามขอบเขตของงานตามข้อ ๔. ประกอบด้วย

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินการผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ หลักฐานการดำเนินงานในส่วนของการผลิตทั้งหมด ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน ตามข้อ ๔.๑ รวมถึงแผนการเผยแพร่สื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับภาพยนตร์สั้นทั้งหมด โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖.๒ งวดที่ ๒ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินการ การเผยแพร่สื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒ พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน ในส่วนของการเผยแพร่ จำนวน ๑ ชุด รวมทั้งสำเนาของรายงานและหลักฐานทั้งหมดในรูปแบบ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บรรจุลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจ รับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๑๓๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

สมช

๑๓๗

๗

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้แล้ว โดยจ่ายจากรายได้จากการประมูลคลื่นความถี่แบบ Multiband Auction สำหรับประมูลคลื่น ๗๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๖๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

๘. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคา

๙. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็น ๒ งวด ตามข้อ ๖. เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานแล้ว เสร็จครบถ้วน และส่งมอบให้แก่สำนักงาน กสทช. ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยดังนี้

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๑ จำนวนเงินร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๒ จำนวนเงินร้อยละ ๖๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๑๐. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์


๑๐.๑ ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำรายละเอียดแจกแจงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามรายการหรือ หัวข้อต่างๆ ที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงาน และราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้างที่เสนอด้วย ทั้งนี้ภายใน ๕ วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๑๐.๒ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๐ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

๑๐.๓ หากมีเหตุขัดข้องเป็นเหตุให้การดำเนินงานตามขอบเขตของงานไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอดำเนินงาน หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เห็นสมควรต่อไป

๑๐.๔ การดำเนินงานตามขอบเขตของงาน และการจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องทำการผลิต เผยแพร่และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานพร้อมหลักฐานตามข้อ ๔. ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ระยะเวลาส่งมอบที่กำหนดตามข้อ ๕. และข้อ ๖. ได้กำหนดไว้เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการดำเนินงานของผู้รับจ้างแล้ว หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ตามวงเงินค่าจ้างแต่ละงวด เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้รับจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

๑๐.๕ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่นๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์

 ๑๑๖

ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทนสำนักงาน กสทช.

สำนักงาน กสทช.

ตุลาคม ๒๕๖๓

587 ลอช

๗๖