

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)

การผลิตและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Big C และ Tops

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 ย่าน ๗๐๐ MHz ย่าน ๑๘๐๐ MHz ย่าน ๒๖๐๐ MHz และย่าน ๒๖ GHz ให้แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่สามารถคาดหวังการรับรู้ได้ เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์นั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนทุกๆ กลุ่มที่ใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร โดยได้กำหนดประเด็นการสื่อสารเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ๕จี ในระดับปัจเจกบุคคล และสังคม รวมถึงภาคส่วนต่างๆ จนถึงระดับประเทศ โดยจะเป็นการประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่กำหนดไว้ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนหลากหลายแขนงคละกันตามความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังการรับรู้ได้ ทั้งสื่อกระแสหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่อกระแสรองที่กำลังเป็นที่นิยม ได้แก่ สื่อใหม่ หรือ สื่อออนไลน์ สื่อออนไลน์ (Out of Home) รวมไปถึงการใช้กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการสนับสนุน และส่งเสริมให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทจะมีคุณลักษณะในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน โดยจะจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสติกเกอร์ หรือ สารคดีสั้น หรือสเปดโทรทัศน์ รวมถึงการสัมภาษณ์ เผยแพร่ผ่านช่องทางโทรทัศน์ เพื่อให้ข้อมูล และสร้างการรับรู้ความเข้าใจในประเด็นการประมูล รวมถึงการนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อออนไลน์ ประเภทภาพเคลื่อนไหว เพื่อกระตุ้น และย้ำเตือน และประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระจายการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมมากที่สุด และเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (Out of Home) ถือเป็น

SPOT ๗๗

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากสื่อหลักอื่นๆ ได้ สามารถเข้าถึงประชาชนได้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่ใช้สื่ออื่นๆ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารโดยจำแนกตามพื้นที่ได้ อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ทางสื่อประเภทนี้ให้ได้ผลสูงสุด จำเป็นต้องพิจารณาคัดเลือก โดยเฉพาะช่องทางที่มีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันไป เพื่อกระจายการเข้าถึงให้มากที่สุด เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาของสำนักงาน กสทช. นั้น เกี่ยวพันกับประชาชนทุกๆ กลุ่มที่ใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ดังนั้นการประชาสัมพันธ์เฉพาะเจาะจงช่องทางการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการสนับสนุนการเข้าถึงข่าวสารของประชาชนเฉพาะในหลายๆ กลุ่ม ให้มากที่สุด

ส. ได้วางแผนการประชาสัมพันธ์ทางนอกบ้าน (Out of Home) โดยคัดเลือกช่องทางที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยการคัดเลือกให้เหมาะสมแต่ละช่องทาง และสถานที่ โดยจัดลำดับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนส่วนรวม รวมถึงเนื้อหาเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการให้บริการ ๕จี ในอนาคตอย่างถูกต้อง และเหมาะสม และโดยที่พิจารณาแล้วเห็นว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Big C และ Tops นั้น มีจุดเด่นด้านการสร้างการรับรู้ รับทราบ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการห้าง Big C และ Tops ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัว ที่มาจับจ่ายใช้สอย จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นกลุ่มผู้มาใช้บริการ รวมถึงกลุ่มวัยทำงาน และประชาชนทั่วไป ซึ่งรวมแล้วมีจำนวนมาก โดยที่ห้าง Big C และ Tops ถือเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่คนส่วนใหญ่มาใช้บริการซื้อของอุปโภคและบริโภค มีหลายสาขาทั่วประเทศ จึงมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เมื่อวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสารกลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอเนื้อหาแล้ว ถือว่าสามารถคาดหวังเรื่องการรับรู้ รับทราบได้เป็นอย่างดี โดยเนื้อหาจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการกำกับดูแลเกี่ยวกับเทคโนโลยี ๕จี ซึ่งมีความสำคัญ และสอดคล้องกับชีวิตประจำวัน และคาดว่าจะอยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ถือเป็นผู้ใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งกลุ่มเป้าหมายจำเป็นต้องทราบถึงสิทธิของตนเอง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออกบ้าน (Out of Home) ประเภทสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Big C และ Tops จึงเป็นการอาศัยช่องทางประชาสัมพันธ์เฉพาะผ่านสื่อ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งเจ้าของสื่อหรือเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ผลิต หรือเผยแพร่ที่มีฝีมือ โดยเฉพาะหรือมีความชำนาญเป็นพิเศษเฉพาะด้านในการผลิตและเผยแพร่สื่อของตน ซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการช่องทางในการประชาสัมพันธ์ตามแนวทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ของสำนักงาน กสทช.

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อแจ้งประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำไปใช้สำหรับให้บริการเทคโนโลยี ๕จี ผ่านสื่อออกบ้าน (Out of Home) ประเภทสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Big C และ Tops

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

May
๓๓

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง 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 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นเจ้าของสื่อหรือเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับ การแต่งตั้งจากเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้จัดจำหน่ายช่วงเวลาในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใน ช่องทางการประชาสัมพันธ์นั้น

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออกบ้าน (Out of Home) ประเภทสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Big C และ Tops โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

๔.๑.๑ สปอตโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ในประเด็นและรูปแบบอื่นๆ สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร จัดทำและสั่งให้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความยาวอย่างน้อย ๖๐ วินาที โดยอาจปรับเปลี่ยนเนื้อหาหรือรูปแบบได้ตามความเหมาะสมแล้วแต่สถานการณ์ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินงาน

๔.๑.๒ เผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในช่องทางสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Big C จำนวนรวม ๒๑๐ สาขา ระยะเวลาเผยแพร่ ๑๒ ชั่วโมง/วัน/สาขา จำนวน ๒ นาที/ชั่วโมง วันละ ๒๔ ครั้ง(๒๔ นาที)/วัน/สาขา มีระยะเวลาการประชาสัมพันธ์รวม ๖๐ วัน (๒ เดือน) หรือรวมจำนวนสปอตทั้งสิ้น ๑,๔๔๐ ครั้ง(๑,๔๔๐ นาที)/สาขา ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่ระหว่างวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๓ ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

๔.๑.๓ เผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในช่องทางสื่อวิทยุ ณ จุดขาย ในห้าง Tops จำนวนรวม ๑๕๒ สาขา ระยะเวลาเผยแพร่ ๑๒ ชั่วโมง/วัน/สาขา จำนวน ๒ นาที/ชั่วโมง วันละ ๒๔ ครั้ง(๒๔ นาที)/วัน/สาขา มีระยะเวลาการประชาสัมพันธ์รวม ๖๐ วัน (๒ เดือน) หรือรวมจำนวนสปอตทั้งสิ้น ๑,๔๔๐ ครั้ง(๑,๔๔๐ นาที)/สาขา ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่ระหว่างวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๓ ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

๔.๒ การรายงานผลการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ และส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. ภายในวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ การจัดทำรายงานถือเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้รับจ้างต้อง ดำเนินงานให้เสร็จสิ้นตามขอบเขตของงานนี้ โดยรายงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

5/2/2564

๔.๒.๑ หลักฐานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือหรือใบรับรองการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อหายืนยันว่าได้มีการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน และตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ที่มีการนำเผยแพร่ในช่องทางต่างๆ โดยบันทึกไว้ใน Flash Drive จำนวน ๑ ชิ้น

๔.๒.๒ จำนวนวันที่ไม่สามารถประชาสัมพันธ์ได้ พร้อมเหตุขัดข้องในการที่ไม่สามารถเผยแพร่พร้อมข้อเสนอในการชดเชย (ถ้ามี)

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา หรือต้องเริ่มทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๓ จนแล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ ทั้งนี้ ระยะเวลาดำเนินงานดังกล่าว ได้รวมระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๑ และระยะเวลาในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒ เรียบร้อยแล้ว

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบการประชาสัมพันธ์ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานและหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนด เพียงงวดเดียว โดยส่งผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน ภายในวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่ส่งมอบแล้ว โดยเบิกจ่ายจากรายได้จากการประมูลคลื่นความถี่แบบ Multiband Auction สำหรับประมูลคลื่น ๗๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๖๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

๘. เกณฑ์การพิจารณา

สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคา

๙. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเพียงงวดเดียว เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ ๖. และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๑๐. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

๑๐.๑ ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างต่อหน่วยของงานแต่ละรายการหรือแต่ละชิ้นงาน ทั้งในอัตราราคาค่าจ้างมาตรฐานทั่วไปในท้องตลาดของงานแต่ละรายการหรือชิ้นงานนั้น และอัตราค่าจ้างต่อหน่วยที่เสนอรับจ้างครั้งนี้ โดยจัดทำเสนอมาพร้อมกับการเสนอราคาต่อสำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของอัตราค่าจ้าง และหากสำนักงาน กสทช. ตกลงจ้างและทำสัญญาเรียบร้อยแล้ว จะถือเอาอัตราค่าจ้างต่อหน่วยที่ได้ตกลงกันเป็นที่สุดแล้ว มาเป็นเกณฑ์ในการคำนวณเงินค่าจ้างที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างต่อไป

๑๐.๒ หากมีเหตุขัดข้องซึ่งเป็นเหตุให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

11/11

๑๐.๒.๑ ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยแต่อย่างใด หรือ

๑๐.๒.๒ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการในสัญญา หรือ

๑๐.๒.๓ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาออกไปตามที่คุณรับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เห็นสมควรต่อไป

๑๐.๓ การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามวันเวลาที่กำหนดในข้อ ๔.๑ และต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินงานพร้อมหลักฐานตามข้อ ๔.๒ ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ระยะเวลาส่งมอบที่กำหนดตามข้อ ๕ และข้อ ๖ ได้กำหนดไว้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการดำเนินงานของผู้รับจ้างแล้ว หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้าง

สำนักงาน กสทช.

