

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงาน และการสร้างความตระหนักรู้
เรื่องการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home)
ประเภทสื่อบนรถทัวร์ปรับอากาศ บขส.

.....

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ได้วางแผนประชาสัมพันธ์องค์กร โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับทิศทาง และแนวนโยบายในการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ประจำปี ๒๕๖๓ ซึ่งถูกกำหนดให้มีความสอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ลงมาถึงแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ตามลำดับ โดยในปี ๒๕๖๓ ทิศทางการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จะมุ่งเน้นไปที่การดำเนินงานเพื่อรองรับเทคโนโลยี ๕จี ได้แก่ การจัดสรรคลื่นความถี่ การประมูลคลื่นความถี่ และการดำเนินงานด้านอื่นๆ ทั้งด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยในปี ๒๕๖๓ นี้ สบ. เห็นว่านอกจากประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความรู้ที่เป็นประโยชน์จากการดำเนินงาน และการสนับสนุนการเดินทางเทคโนโลยี ๕จี ของสำนักงาน กสทช. แล้ว ความรู้ด้านการใช้งาน การรู้เท่าทันเทคโนโลยีก็เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ไม่อาจละทิ้งได้ จึงได้กำหนดประเด็นในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับประชาชน คือ จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร นอกเหนือไปจากประเด็นการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานตามทิศทางการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ด้านต่างๆ โดยจะสื่อสารกับประชาชน เนื่องจากถือเป็นผู้ใช้หรือผู้รับบริการจากเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้น และ ซึ่งมีความจำเป็นต้องทราบถึงสิทธิของตนเองในฐานะผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์กับประชาชนกลุ่มต่างๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของตนเอง สามารถนำข้อมูลที่นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตกับตัวเอง และสังคมได้ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่น และเกิดการยอมรับจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ โดยจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนหลากหลายแขนงคลอบคลุมตามความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังการรับรู้ได้ เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทจะมีคุณลักษณะในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน เพื่อเป็นการสนับสนุนและ ส่งเสริมให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (Out of Home) ถือว่าเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถใช้เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากสื่อหลักอื่นๆ ได้ สามารถเข้าถึงประชาชนได้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่ใช้สื่อนั้นๆ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารโดยจำแนกตามพื้นที่ได้ อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ทางสื่อประเภทนี้ให้ได้ผลสูงสุด จำเป็นต้องพิจารณาคัดเลือก โดยเจาะจงช่องทางที่มีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันไป เพื่อกระจายการเข้าถึงให้มากที่สุด เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาของสำนักงาน กสทช. นั้น เกี่ยวพันกับประชาชนทุกๆ กลุ่มที่ใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ดังนั้นการประชาสัมพันธ์เฉพาะเจาะจงช่องทางประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการสนับสนุนการเข้าถึงข่าวสารของประชาชนเฉพาะในหลายๆ กลุ่ม ให้มากที่สุด

สบ. ได้วางแผนการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ (Out of Home) โดยคัดเลือกช่องทางที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยการคัดเลือกให้เหมาะสมแต่ละช่องทาง และสถานที่ โดยจัดลำดับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนส่วนรวม รวมถึงเนื้อหาเพื่อสร้างความตระหนักรู้ของประชาชนในการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและการกำกับดูแลของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. อย่างเหมาะสม และโดยที่พิจารณาแล้วเห็นว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อการประชาสัมพันธ์บนรถ บขส. เป็นช่องทางที่

๓๖ 50๗

มีจุดเด่นด้านการสร้างจุดสนใจ และดึงดูดผู้รับชม สามารถสร้างการรับรู้ รับทราบ และจดจำให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการเดินทางโดยรถ บขส. นั้นต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทาง ผู้โดยสารจึงมีระยะเวลาในการรับชมโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเป็นผู้โดยสารรถ บขส. ที่ใช้บริการเส้นทางนั้นๆ ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย รวมถึงประชาชนในระดับกลางถึงระดับล่างที่ไม่สามารถเดินทางด้วยการเดินทางประเภทอื่นได้ ซึ่งมีจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เมื่อวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอเนื้อหาแล้ว ถือว่าสามารถคาดหวังเรื่องการรับรู้ รับทราบได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งคาดว่าจะมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของสื่อประเภทนี้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นผู้ใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงถือผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยเนื้อหาจะเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีความจำเป็นต้องทราบถึงสิทธิของตนเอง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อบนรถทัวร์ปรับอากาศ บขส. จึงเป็นการอาศัยช่องทางประชาสัมพันธ์เฉพาะผ่านสื่อ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งผู้จัดหรือเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ผลิต หรือเผยแพร่ที่มีฝีมือโดยเฉพาะหรือมีความชำนาญเป็นพิเศษเฉพาะด้านในการผลิตและเผยแพร่สื่อของตน ซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการช่องทางในการประชาสัมพันธ์ตามแนวทาง และทิศทางการดำเนินงานที่สำคัญในปี ๒๕๖๓ ของสำนักงาน กสทช.

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อจ้างประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงาน และการสร้างความตระหนักรู้เรื่องการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อบนรถทัวร์ปรับอากาศ บขส.

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 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

๓๗

50M

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e – GP) ของกรมบัญชีกลาง กรณีผู้ยื่นข้อเสนอยังมิได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลง

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้จัดหรือเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้งจากเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้จัดจำหน่ายช่วงเวลาในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ในช่องทางการประชาสัมพันธ์นั้น

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of Home) ประเภทสื่อบนรถทัวร์ปรับอากาศ ขบส. โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

๔.๑.๑ สปอตโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ในประเด็นและรูปแบบอื่นๆ สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร จัดทำและสั่งให้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความยาวอย่างน้อย ๓๐ วินาที โดยอาจปรับเปลี่ยนเนื้อหาหรือรูปแบบได้ตามความเหมาะสมแล้วแต่สถานการณ์ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินงาน

๔.๑.๒ เผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ ออกอากาศบนรถทัวร์ปรับอากาศ ขบส. ในลักษณะจอภาพ รวมจำนวน จำนวน ๕๐๐ คัน โดยจะต้องมีเส้นทางการเดินรถครอบคลุมทุกภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ออกอากาศจำนวนวันละ ๒ ครั้ง/วัน/คัน หรือมีความยาวรวม ๑ นาที/วัน/คัน มีระยะเวลารวม ๖๐ วัน ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่วันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๓ ถึงวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

๔.๒ การรายงานผลการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ และส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๓ การจัดทำรายงานถือเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้เสร็จสิ้นตามขอบเขตของงานนี้ โดยรายงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

๔.๒.๑ หลักฐานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือหรือใบรับรองการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อหายืนยันว่าได้มีการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน และตัวอย่างภาพถ่ายสื่อประชาสัมพันธ์บนรถทัวร์ปรับอากาศ ขบส.

๔.๒.๒ จำนวนวันที่ไม่สามารถประชาสัมพันธ์ได้ พร้อมเหตุขัดข้องในการที่ไม่สามารถออกอากาศพร้อมข้อเสนอในการออกอากาศชัดเจน (ถ้ามี)

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา หรือต้องเริ่มทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๓ จนแล้วเสร็จในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓ และส่งมอบงานให้แล้วเสร็จ ภายในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๓ ทั้งนี้ ระยะเวลาดำเนินงานดังกล่าว ได้รวมระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๑ และระยะเวลาในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒ เรียบร้อยแล้ว

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบการประชาสัมพันธ์ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานและหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนด เพียงงวดเดียว โดยส่งผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน ภายในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๓

ทว ✓ 500 ✓

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่ส่งไว้แล้ว โดยจ่ายจากเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๓ รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร หมวดค่าใช้สอย รายการรายจ่ายในการประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร

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

๑๐.๒.๑ ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยแต่อย่างใด หรือ

๑๐.๒.๒ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการในสัญญา หรือ

๑๐.๒.๓ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาออกไปตามผู้รับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

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

๓๗ ✓

5/10/25

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 ของค่าจ้างตามสัญญาจ้างในแต่ละงวด ทั้งนี้ เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

สำนักงาน กสทช.

mn

Star