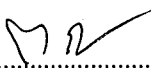
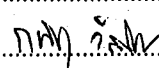



**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง**

๑. ชื่อโครงการ การประชาสัมพันธ์เนื้อหาและสื่อวีดิทัศน์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผ่านช่องทางออนไลน์
ต่างๆที่ได้รับความนิยม
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช.
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๖ มิถุนายน ๒๕๖๒
เป็นเงิน ๒,๙๙๘,๓๘๙.๖๕ บาท
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) - บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
- ๕.๑ ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์เนื้อหาและสื่อวีดิทัศน์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆที่ได้รับความนิยม ของ บริษัท ซิมโบล โนซ์ โซลูชั่น จำกัด
ลงวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๒
- ๕.๒ ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์เนื้อหาและสื่อวีดิทัศน์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆที่ได้รับความนิยม ของ บริษัท ไซเฟอร์ จำกัด
ลงวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๒
- ๕.๓ ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์เนื้อหาและสื่อวีดิทัศน์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆที่ได้รับความนิยม ของ บริษัท ทูพอร์ยู มัลติมีเดีย จำกัด
ลงวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๒
๖. รายชื่อคณะกรรมการกำหนดราคากลาง
- ๕.๑ นายตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์ 
- ๕.๒ นายนิษฐ์ วัสโสทดก 
- ๕.๓ นายณัฐกิจ จำนงค์ 

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference)
การประชาสัมพันธ์เนื้อหาและสื่อวีดิทัศน์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆที่ได้รับความนิยม

.....

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ มีหน้าที่บริหารจัดการส่งเสริมความถี่ และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ โดยหนึ่งในการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความสำคัญคือการเข้าถึงประชาชนผู้บริโภค เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจที่เป็นประโยชน์อันเป็นหนึ่งในวิธีการคุ้มครองผู้บริโภคและสร้างการตระหนักรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน

ปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จนเรียกได้ว่าเป็นยุคของการหลอมรวมสื่อ เมื่อสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์สามารถรับชมรับฟังได้ผ่านทางสื่อโทรคมนาคม และสื่อโทรคมนาคมก็เริ่มกลับกลายเป็นถูกใช้ไปกับการรับชมเนื้อหาของสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์เสียเป็นส่วนใหญ่ สื่อสังคมออนไลน์ประเภทรวบรวมเนื้อหาภาพเคลื่อนไหว และที่กำลังได้รับความนิยมในสังคมไทยและประชาชนทุกเพศทุกวัย ในขณะนี้ เช่น Youtube Twitch IGTV Facebook LineTV ได้กลายเป็นช่องทางการรับชมเนื้อหาประเภทวิดีโอ วีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากไม่ต่างอะไรกับช่องรายการโทรทัศน์ช่องหนึ่งไปแล้วเพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบการรับชมมาใช้ช่องทางออนไลน์เท่านั้น โดยปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะชมภาพยนตร์ วีดีโอผ่านสื่อออนไลน์และรายการโทรทัศน์ผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ

ในขณะที่ผ่านมาสำนักงาน กสทช. ก็ได้มีการผลิตวีดิทัศน์ชนิดภาพเคลื่อนไหวเพื่อใช้ในการสื่อสารให้ข้อมูล ทำความเข้าใจกับประชาชนออกมาเป็นจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบของวีดิทัศน์ให้ความรู้ สารคดีสั้น สารคดีโทรทัศน์ ภาพยนตร์สั้น ภาพยนตร์โฆษณา ละครสั้น และมีผลผลิตออกมาเพิ่มเติมต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ทั้งที่ได้เคยทำการเผยแพร่ไปแล้วและยังไม่ได้เผยแพร่รวมถึงอยู่ในขั้นตอนการผลิตซึ่งต้องการหาช่องทางการเผยแพร่ โดยแต่ละเรื่องล้วนแล้วแต่มีเนื้อหาที่มีประโยชน์แก่ประชาชน เพียงแต่ขาดช่องทางการเผยแพร่ที่ต่อเนื่อง และได้รับความนิยมสำหรับการรับชมในระยะยาว โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ๕จี Intrenet of Things และ การปิดสัญญาณแอนะล็อกทีวี ที่เนื้อหาล้วนมีความสอดคล้องใกล้เคียงกับการดำเนินงานตามมาตรา ๔๔ และยังเป็นเรื่องที่มีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ที่ประชาชนควรจะต้องรับรู้รับทราบ แต่ถึงกระนั้นเพียงว่าเนื้อหาเหล่านี้มีระยะเวลาในการนำเสนอที่ค่อนข้างยาว (๒-๖ นาที) ทำให้โอกาสในการเผยแพร่ผ่านช่องสื่อหลักเดิมเช่นโทรทัศน์แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย เนื่องจากต้องใช้งบประมาณ(ค่าAirtime)เป็นจำนวนมากในการเผยแพร่

สำนักงาน กสทช. เห็นว่าสื่อต่างๆ เหล่านี้ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องรวมถึงการต่อยอดรวมกันเพื่อให้เกิดภาพจำและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน จึงควรมีการจัดทำโครงการที่สามารถสร้างจุดเชื่อมโยงและวิธีการประชาสัมพันธ์อย่างแยบยลสร้างกลยุทธ์เพื่อให้สื่อเหล่านั้น กลับมารวมกันสร้างประโยชน์ต่อไปได้ มีการสร้างสรรค์จัดทำแคมเปญและเนื้อหาวีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหวเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดการติดตาม เกิดความน่าสนใจซึ่งอาจจะส่งผลให้มีการย้อนกลับไปดูเนื้อหาวีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหวอื่นๆ เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับคอนเท้นต์จากโครงการต่างๆทั้งจากที่เคยทำมาแล้วและกำลังสร้างสรรค์ในโครงการที่กำลังมีขึ้นต่อไป มีการสร้างกลยุทธ์สร้างกระแสโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านหลากหลายช่องทางออนไลน์ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาจเป็นการปล่อยไวรัลหรือคลิปสั้นและข้อความเชิญชวนให้เกิดการติดตาม อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการ

กน

กน

กน

ย้อนกลับไปติดตามวิถีทัศน์ ภาพเคลื่อนไหวอื่นๆที่ผ่านมาซึ่งมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน และเนื่องจากช่องทางในการประชาสัมพันธ์ต่อยอดโครงการดังกล่าวนี้ในปัจจุบันการใช้สื่อออนไลน์คุ้มค่างบเงินที่ใช้จ่ายไปหากเทียบกับสื่ออื่น ๆ รวมทั้งสื่อออนไลน์ยังมียุทธศาสตร์ขยายการเข้าถึงได้ด้วยตัวเองและมีระยะเวลายาวนานกว่า และปัจจุบันก็มีสื่อออนไลน์ ประเภทรวบรวมเนื้อหาภาพเคลื่อนไหว ที่น่าสนใจหลากหลายชนิด ซึ่งมีผู้เข้าชมเข้าใช้เป็นจำนวนมากในปัจจุบันจึงง่ายในการค้นหาเข้าถึงเนื้อหาต่างๆ ที่มีอยู่แล้วของทางสำนักงาน กสทช. ที่สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้างต้นได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจ้างจัดทำกลยุทธ์วิธีการในการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สำนักงาน กสทช. ที่มีอยู่แล้ว ไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ให้เกิดการรับทราบและรับชมในวงกว้างได้อย่างได้ผล

๒.๒ เพื่อดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย

๒.๓ เพื่อดำเนินการนำสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด หรือเห็นชอบ อย่างน้อย ๔ ชิ้นงาน ไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

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

๓.๑๑ ผู้เสนอราคาต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้าง โดยในแต่ละชิ้นงาน (สัญญา) ต้องมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ บาท (สี่แสนบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียว ภายในระยะเวลาย้อนหลังไม่เกิน ๒ ปี นับจากวันที่ส่งมอบงานแล้วเสร็จจนถึงที่ยื่นเอกสารเสนอราคา และเป็นผลงานที่เริ่ม

กม)

กน

๓.๒

คู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ที่สำนักงาน กสทช. เชื้อถือ ในรูปแบบของสำเนา หนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมบนช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดกระแสหรือความรู้ ความเข้าใจในคลิปวิดีโอ/เนื้อหา ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด จำนวนอย่างน้อย ๔ เรื่อง โดยจะต้องเสนอแนวความคิดการเผยแพร่ทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ให้สอดคล้องกับงบประมาณที่จะได้รับ หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยมีรายละเอียดและข้อกำหนด ดังนี้

๔.๑ นำเนื้อหาคลิปวิดีโอ/วิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด จำนวนอย่างน้อย ๔ เรื่อง ไปใช้ในการเผยแพร่ตามโครงการนี้ ประกอบด้วย

๔.๑.๑ เนื้อหาเกี่ยวกับด้านการสร้างการตระหนักรู้ จำนวน ๒ เรื่อง

- ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง คิดก่อนคลิก เกเรียน ความยาว ๓๐ วินาที

(Youtube Channel: NBTC.TH - <https://youtu.be/jQ-hcLMFuVo>)

- ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง คิดก่อนคลิก Ghost ความยาว ๓๐ วินาที

(Youtube Channel: NBTC.TH - <https://youtu.be/kzfx5gp1AGg>)

๔.๑.๒ เนื้อหาเกี่ยวกับด้านกิจการโทรคมนาคม จำนวน ๑ เรื่อง

- วีดิทัศน์ เรื่อง IoT : Internet of Things ความยาว ๑๖๖ วินาที

(Youtube Channel: NBTC.TH - <https://youtu.be/Tjw46fiq-1U>)

๔.๑.๓ เนื้อหาเกี่ยวกับด้านกิจการวิทยุโทรทัศน์ จำนวน ๑ เรื่อง

- ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง ระบบทีวีกำลังจะเปลี่ยนไป ความยาว ๖๐ วินาที

(Youtube Channel: NBTC.TH - <https://youtu.be/3iYBf9aJrEw>)

หรือเรื่อง/เนื้อหาอื่นใด ตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนดให้

๔.๒ ดำเนินการจัดทำคลิปไวรัลหรือคลิปสั้นหรือข้อความเชิญชวน เพื่อชักชวนให้เกิดการสนใจติดตามช่องทางการเผยแพร่เนื้อหาหรือติดตามคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว ของสำนักงาน กสทช. อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการย้อนกลับไปติดตามเนื้อหา วีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว ของสำนักงาน กสทช. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ เรื่อง

๔.๓ การสร้างการรับรู้เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด สื่อสังคมออนไลน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำเนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ตามข้อ ๔.๑ มาเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

๔.๓.๑ นำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมบนช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ สำหรับเนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด หรือเห็นชอบ โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์ และให้นำเสนอช่องทางการสื่อสารไม่น้อยกว่า ๔ ช่องทาง

๔.๓.๒ เผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ผ่านช่องทางหลัก YouTube Channel ในกลุ่มผู้ชมและ/หรือChannelที่เหมาะสม โดยต้องมียอดจำนวนการเข้าถึง / พบเห็นในช่องทางดังกล่าวขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ Impressions ต่อ ๑ คลิป/เนื้อหาฯ (หน่วยวัด Impressions หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกัน)

๔.๓.๓ เผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ผ่านช่องทางรอง บน Facebook ในเพจและ/หรือแฟนเพจที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า ๒ แฟนเพจหรือบัญชี โดยมียอดผู้ติดตาม

Mr. Q² ๓๖๖

(Follower) ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ คนหรือบัญชี

๔.๓.๔ เผยแพร่ภาพยนตร์สารคดีออนไลน์ ผ่านช่องทางบุคคล และ/หรือ เพจดัง ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อกลุ่มเป้าหมาย ที่ได้รับความนิยมสูงและมียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจ หรือบัญชีจำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ คน/บัญชี อีกไม่น้อยกว่า ๑ แฟนเพจหรือบัญชี (ทั้งนี้ไม่รวมกับข้อ ๔.๓.๓)

๔.๓.๕ ดำเนินการวางแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์อื่นๆ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ต้องมียอดผู้ชม (Views) ของเนื้อหาคลิปวิดีโอ/วิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด หรือเห็นชอบ รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ รวมกันไม่น้อยกว่า ๒๕๐,๐๐๐ Views ต่อ ๑ คลิป/เนื้อหาฯ และมีระยะเวลาในการเผยแพร่รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน ต่อ ๑ คลิป/เนื้อหาฯ

๔.๔ ดำเนินการเผยแพร่คลิปไวรัลหรือคลิปสั้นหรือข้อความเชิญชวน (ตามข้อ ๔.๒) เพื่อชักชวนให้เกิดการสนใจติดตามช่องทางการเผยแพร่หรือติดตามเนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว ของสำนักงาน กสทช. ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ Facebook หรือ Youtube ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง หรือทั้งสองช่องทาง โดยต้องมียอดการเข้าถึงรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ impression (หน่วยวัด Impressions หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกัน)

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายในระยะเวลา ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานทันตามกำหนดระยะเวลา จำนวน ๒ งวด ดำเนินการตามขอบเขตของงานตามข้อ ๔. ประกอบด้วย

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปกลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน แผนการเผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด รวมถึงผลการดำเนินการผลิตและไฟล์คลิปไวรัลหรือคลิปสั้นหรือข้อความเชิญชวนที่ผลิตเสร็จแล้ว ตามข้อ ๔.๒ ในรูปแบบของรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับภาพยนตร์สั้นทั้งหมด โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๒ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖.๒ งวดที่ ๒ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินการ การเผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. ตามข้อ ๔.๓ และ ๔.๔ พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน ในส่วนของการเผยแพร่ จำนวน ๒ ชุด รวมทั้งสำเนาของรายงานและหลักฐานทั้งหมดในรูปแบบ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บรรจุลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๒ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจ รับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

งบประมาณดำเนินการภายในวงเงิน ๓,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (สามล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายที่พึงระวังไว้ด้วยแล้ว โดยจ่ายจากเงินงบประมาณรายจ่าย ประจำปี ๒๕๖๒ สำนักสื่อสารองค์กร รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร หมวดค่าใช้จ่าย รายจ่ายในการประชาสัมพันธ์ ตามแผนการใช้ จ่ายเงินงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒ ลำดับที่ ๗ ข้อ ๗.๒.๗

๓๗

๓๗

๓๗

๘. 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

๙. การยื่นข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้เสนอราคา ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ข้อ ๓.

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔. ประกอบด้วย

๑) ข้อเสนอแนวความคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านเนื้อเรื่องและเนื้อหา รวมไปถึงความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบวิธีการเล่าเรื่องราว และรูปแบบวิธีการดำเนินการการผลิต พร้อมทั้งเทคนิคในการนำเสนอที่น่าสนใจ ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการผลิตไฟล์สไลด์วีดิโอหรือคลิปสั้นหรือข้อความเชิญชวนให้เกิดการสนใจติดตามช่องทางการเผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว ของสำนักงาน กสทช.

๒) ข้อเสนอกลยุทธ์สร้างการรับรู้ ข้อเสนอแนวความคิดหลัก ความเข้าใจด้านเนื้อหา และความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่สู่สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์ และขอบเขตของงาน รวมถึงเหมาะสมกับเนื้อหาคลิปวิดีโอ/วีดิทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด และเห็นชอบ

๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ

๔) ข้อเสนอแผนการดำเนินงานทั้งหมด โดยละเอียด

๙.๓ ข้อเสนอด้านราคา ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาตามแบบที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาที่ได้รับจ้างดำเนินงานตามโครงการนี้ (โดยราคารวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว) ให้ครบถ้วนชัดเจน

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณา

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนด้านเทคนิคซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ ทั้งรูปแบบ เนื้อหาและเทคนิคอื่นๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการจัดจ้าง โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) จะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่น ข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ และหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักของข้อเสนอด้านเทคนิค น้ำหนักร้อยละ ๗๐ และข้อเสนอ ด้านราคา น้ำหนักร้อยละ ๓๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุด ระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ตามลำดับ ดังนี้

Ch.S

๓๗

๓๗

๑๐.๑ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่างๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแยกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น

๑๐.๒ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ยื่นข้อเสนอจะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ยื่นข้อเสนอจะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียง เล็กน้อย หรือผิดแยกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญ เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะเชิญให้ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๐.๑ นำเสนอแนวคิด ความคิดสร้างและอื่นตามข้อเสนอด้านเทคนิค โดยจะพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

(๑) ความคิดสร้างสรรค์และวิธีดำเนินการผลิตไฟล์คลิปไวรัล หรือคลิปสั้นหรือข้อความเชิญชวน

- ความคิดสร้างสรรค์ด้านเนื้อเรื่องและเนื้อหา ๑๐ คะแนน
- ความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบวิธีการเล่าเรื่องและการผลิต ๑๐ คะแนน
- เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ ๑๐ คะแนน

(๒) กลยุทธ์สร้างการรับรู้ แนวคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่เนื้อหาคลิปวิดีโอ/วิดีโอทัศน์ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- ด้านวิธีการ ความเหมาะสม ๒๕ คะแนน
- ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ๑๕ คะแนน
- เทคนิคในการเผยแพร่ที่น่าสนใจ ๑๕ คะแนน

(๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ ๑๐ คะแนน

(๔) แผนการดำเนินงานและการเผยแพร่ภาพยนตร์สารคดีออนไลน์โดยละเอียด ๕ คะแนน

รวม ๑๐๐ คะแนน ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ต้องได้รับคะแนนการประเมินด้านคุณภาพ (Performance) ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๐.๓ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๑๐.๒ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามสัดส่วนข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนอด้านราคาที่กำหนด ข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

๑๐.๔ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิก การประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

ก.๒

๓๗

๓๗

๑๑. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

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

๑๑.๒ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๐ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

๑๑.๓ หากมีเหตุขัดข้องเป็นเหตุให้การดำเนินงานตามขอบเขตของงานไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอดำเนินงาน หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เห็นสมควรต่อไป

๑๑.๔ การดำเนินงานตามขอบเขตของงาน และการจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องทำการผลิต เผยแพร่และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานพร้อมหลักฐานตามข้อ ๔. ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ระยะเวลาส่งมอบที่กำหนดตามข้อ ๕. และข้อ ๖. ได้กำหนดไว้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการดำเนินงานของผู้รับจ้างแล้ว หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้าง เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้รับจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

๑๑.๕ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่นๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทนสำนักงาน กสทช.

สำนักงาน กสทช.

พฤษภาคม ๒๕๖๒

๐๓

๗๗

๗๗