

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)

การจ้างประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานและการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ทางสื่อออนไลน์ ในรถไฟฟ้า MRT ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ได้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ประจำปี ๒๕๖๖ โดยคำนึงถึงความสอดคล้อง ตามแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔) แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม เพื่อรองรับการประชาสัมพันธ์องค์กร และเป็นการผลักดันและขับเคลื่อนแผนดังกล่าวข้างต้นไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายได้ จึงได้กำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ และประเด็นเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้ถึงทิศทางการดำเนินงาน แนวนโยบายของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สร้างความตระหนักรู้ และความเชื่อมั่นให้ประชาชนผู้ใช้บริการเข้าใจถึงการดำเนินงานและการกำกับดูแลของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. และให้สอดคล้อง ตามนโยบายและแผนต่างๆ ตามที่กล่าวมาข้างต้น เช่น การสร้างพื้นฐานความรู้ความเข้าใจดิจิทัล การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ให้ถูกวิธี สร้างความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับประชาชนให้มีความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภารกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงาน กสทช. เพื่อไม่ให้ประชาชนถูกเอารัดเอาเปรียบ ทั้งนี้ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน กิจกรรม ระเบียบข้อบังคับ และข้อมูลอันเป็นประโยชน์ให้กับกลุ่มเป้าหมายภายนอกหน่วยงานได้เข้าใจในบทบาท ภารกิจ หน้าที่ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. และสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่ยอมรับแก่สาธารณชน ตลอดจนพัฒนาการสื่อสารที่ทันสมัยเข้าถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุประสิทธิผล ซึ่งจะส่งผลในระยะยาวต่อความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนของสำนักงานฯ และสังคมไปพร้อมกัน

โดยในปี ๒๕๖๖ สบ. ได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในรถไฟฟ้า MRT ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ นั้นมีจุดเด่นสร้างจุดสนใจ และดึงดูดผู้รับชมได้ สามารถสร้างการรับรู้ในประเด็นที่ต้องการจะสื่อสารให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เจาะจงมากยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายจากผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า MRT เมื่อวิเคราะห์ถึงสื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอเนื้อหาของรายการแล้ว ถือว่าเป็นกลุ่มผู้ชมที่สามารถคาดหวังเรื่องการรับรู้ได้ โดยเนื้อหาที่ใช้ประชาสัมพันธ์จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. หรือการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ในรถไฟฟ้า MRT จึงมีความสอดคล้องกับความต้องการช่องทางในการประชาสัมพันธ์ตามแนวทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน กสทช.

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อจ้างประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานและการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ทางสื่อออนไลน์ ในรถไฟฟ้า MRT ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานที่กำหนด ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement: e - GP) ตามที่แนบในภาคผนวก ๑.

St 1

๓.๒ ผู้ยื่น...
[Signature]

๓.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นเจ้าของช่องรายการ ผู้ผลิตรายการหรือผู้ที่มีสิทธิตามกฎหมาย โดยสามารถจัดจำหน่ายช่วงเวลาในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ในรายการนั้นได้แต่เพียงผู้เดียว

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานและการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ทางสื่อออนไลน์ ในรถไฟฟ้า MRT ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

๔.๑.๑ สปอตโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ ของสำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร จัดทำและสั่งให้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความยาวอย่างน้อย ๓๐ วินาที โดยอาจปรับเปลี่ยนเนื้อหาหรือรูปแบบได้ตามความเหมาะสมแล้วแต่สถานการณ์ตลอดช่วงระยะเวลาการดำเนินงาน

๔.๑.๒ เผยแพร่สปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑.๑ ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านจอสำหรับแสดงข้อมูลการเดินทางรถไฟฟ้าบริเวณชานชาลาและในขบวนรถไฟฟ้า MRT (Passengers Information Display) จำนวน ๓๘ สถานี และในรถไฟฟ้า ๕๔ ขบวน มีจำนวนจอรวมทั้งสิ้น ๑,๔๐๑ จอประชาสัมพันธ์รวม ๒๔ นาที/จอ/วัน ทั้งนี้ เริ่มประชาสัมพันธ์ตั้งแต่วันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๖ ถึงวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖

๔.๒ การรายงานผลการดำเนินงานผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในวันที่ ๑๕ ของเดือนถัดไป นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างได้ประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จตามข้อ ๔.๑.๒ ทั้งนี้ การจัดทำรายงานถือเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้เสร็จสิ้นตามขอบเขตของงานนี้ โดยรายงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

๔.๒.๑ ตัวอย่างบันทึกรายการที่มีการนำสปอตโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ ที่สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช. จัดส่งให้ทำการออกอากาศเผยแพร่ โดยให้บันทึกไว้ใน Flash Drive จำนวน ๑ ชิ้น

๔.๒.๒ หลักฐานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือหรือใบรับรองการออกอากาศจากเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อหายืนยันว่าได้มีการออกอากาศตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน ต้องจัดส่งต้นฉบับพร้อมสำเนา ๑ ชุด

๔.๒.๓ จำนวนวันที่ไม่สามารถออกอากาศได้ พร้อมเหตุขัดข้องในการที่ไม่สามารถออกอากาศพร้อมข้อเสนอในการออกอากาศชดเชย (ถ้ามี)

๔.๓ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ ที่ต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของค่าวัสดุที่ใช้งานจ้างนั้น โดยต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุดังกล่าวตามแบบที่กำหนดแนบท้ายขอบเขตของงานนี้ ในผนวก ๒. ส่งให้ผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. ระยะเวลาของดำเนินการ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา หรือต้องต้องเริ่มทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ระหว่างวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๖ ถึงวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ และส่งมอบงานให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๑๕ ของเดือนถัดไป นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างได้ประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จตามข้อ ๔.๑.๒ ทั้งนี้ ระยะเวลาดำเนินงานดังกล่าว ได้รวมระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๑ และระยะเวลาในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๒ เรียบร้อยแล้ว

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานและหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนด รวม ๓ งวด ดังนี้

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมรายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนเมษายน ภายในวันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖ พร้อมรายงานผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขตเคย (ถ้ามี)

๖.๒ งวดที่ ๒ ส่งผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมรายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนพฤษภาคม ภายในวันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๖ พร้อมรายงานผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขตเคย (ถ้ามี)

๖.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ส่งผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมรายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนมิถุนายน ภายในวันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๖ พร้อมรายงานผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขตเคย (ถ้ามี)

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้แล้ว โดยจ่ายจากเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๖ รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์การหมวดค่าใช้สอย รายการรายจ่ายในการประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร

๘. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคา

๙. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็นรายงวดรวม ๓ งวดๆละเท่าๆกัน เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ ๖. และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๑๐. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

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

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

๑๐.๒.๑ ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขตเคยแต่อย่างใด หรือ

๑๐.๒.๒ ให้ผู้รับจ้าง ...

ปล. 
 

๑๐.๒.๒ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการในสัญญา หรือ

๑๐.๒.๓ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาออกไปตามที่ผู้รับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

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

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 ของค่าจ้างตามสัญญาจ้าง ทั้งนี้ เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

๑๐.๔ ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานผลการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศพร้อมกับการส่งมอบงาน เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจสอบด้วย

สำนักงาน กสทช.
๒๒๐
๒๒๐๒๒

คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ
กรณีการจัดจ้างทั่วไป วิธีเฉพาะเจาะจง
(คุณสมบัติพื้นฐานที่ต้องกำหนด)

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
 ๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
 ๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
 ๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
 ๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
 ๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
 ๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่จัดจ้างดังกล่าว
 ๘. ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการจัดจ้างครั้งนี้
 ๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
 ๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
-

ตารางการจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

โครงการ.....

รายการวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	วัสดุ ในประเทศ	วัสดุ ต่างประเทศ
๑							
๒							
๓							
๔							
๕							
รวม							
อัตรา (ร้อยละ)							

ลงชื่อ..... (คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()