

ขอบเขตของงาน (Term of Reference: TOR)
การจ้างประชาสัมพันธ์การจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

๑. หลักการและเหตุผล

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดสรรเลขหมายโทรศัพท์สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเลขหมายสวย มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๕ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการนำเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเลขหมายสวย (เลขหมายสวย) มาจัดประมูลให้กับประชาชนหรือนิติบุคคลที่สนใจ และนำส่งรายได้ที่เกิดขึ้นหลังหักค่าใช้จ่าย จากการประมูลเป็นรายได้แผ่นดิน โดยที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ ๕/๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๖ มีนาคม ๒๕๖๗ มีมติเห็นชอบการจัดประมูลเลขหมายสวย ณ สำนักงาน กสทช. ภายในปี ๒๕๖๗

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) โดย สำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) มีขอบเขตหน้าที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร และเผยแพร่ข้อมูลการปฏิบัติงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมถึงการดำเนินประชาสัมพันธ์การจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ การประมูลครั้งนี้มีกลุ่มประเภทเลขหมาย หลากหลายรูปแบบ เช่น ๙ ตัวเหมือนติดกัน ๘ ตัวเหมือนติดกัน ๗ ตัวเหมือนติดกัน ๖ ตัวเหมือนติดกันหรือ ๓ ตัวเหมือนติดกัน ๓ ชุด เป็นต้น โดยเลขหมายส่วนใหญ่ที่นำออกประมูลมีราคาเริ่มต้นที่ ๑๕๐,๐๐๐ บาท จนถึง ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท อย่างไรก็ตาม การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ และกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์การสื่อสาร รวมถึงการผลิตและออกแบบช่องทางการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์จากบุคคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในงานด้านการสื่อสารเพื่อนำเสนอเนื้อหา สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดมากที่สุด รวมถึงเพื่อให้สำนักงาน กสทช. สามารถใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น สบ. จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการจ้างประชาสัมพันธ์การจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในครั้งนี้

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจ้างประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่

๒.๒ เพื่อจ้างประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสำนักงาน กสทช. ด้านความโปร่งใส และด้านความสามารถในการนำทรัพยากรเลขหมายโทรคมนาคมมาสร้างมูลค่าตามกลไกตลาดและนำส่งเป็นรายได้แผ่นดิน

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานที่กำหนด ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ตลอดจนแนวปฏิบัติตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ตามที่แนบในภาคผนวก ๑

๓.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานการประชาสัมพันธ์ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ สำนักงาน กสทช. เชื่อถือ โดยยื่นสำเนา หนังสือรับรองผลงาน กรณีเป็นผลงานของหน่วยงานเอกชนต้องส่งสำเนาสัญญาเพิ่มเติมและหลักฐานการชำระภาษี มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอด้วย

Dmt-
AD
พัสดุ

๔. ขอบเขตของงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลรายละเอียดการจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสื่อสารให้เข้าถึงและดึงดูดใจให้ประชาชนทั่วไป และนิติบุคคลที่มีความสนใจเข้าร่วมประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยต้องออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ ข้อมูลและการเตรียมการประชาสัมพันธ์

๔.๑.๑ ต้องศึกษารายละเอียดและข้อมูลที่เกี่ยวข้องการจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของสำนักงาน กสทช. และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตลาดการสื่อสารในภาพรวมเพื่อกำหนดแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลรายละเอียดของงานประมูล และสื่อสารให้เข้าถึงและดึงดูดใจให้ประชาชนทั่วไปและนิติบุคคลที่มีความสนใจเข้าร่วมประมูลเลขหมายในครั้งนี

๔.๑.๒ กลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารในครั้งนี คือ เพศชาย ช่วงอายุ ๓๑ - ๔๕ ปี อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพ รายได้ต่อเดือน ๑๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กลุ่ม High Net Worth อาชีพ ค่าขาย ทำธุรกิจ ผู้บริหารระดับสูง ดารา เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายรอง คือ เพศชายและหญิง อายุ ๑๙-๖๘ ปี อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพปริมณฑลและหัวเมืองใหญ่ (อ้างอิงจากบทวิเคราะห์การประมูลเลขหมายโทรศัพท์สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเลขหมายสวย ครั้งที่ ๑/๒๕๖๒ สำนักบริหารและจัดการเลขหมายโทรคมนาคม)

๔.๑.๓ ต้องกำหนดแนวคิดหลักในการดำเนินงานผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์รวมถึงจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) แผนประชาสัมพันธ์ และกำหนดแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเสนอต่อสำนักงาน กสทช. ให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๒ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

จะต้องจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ตามแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่ได้ตามข้อ ๔.๑ โดยให้มีรายละเอียดและรูปแบบ ดังนี้

๔.๒.๑ ออกแบบและจัดทำ Logo และ Slogan เพื่อใช้เป็น Key Message สร้างภาพจำของงานประชาสัมพันธ์ในครั้งนี โดยต้องให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนและต้องปรับแก้ไขงานจนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน และต้องส่งมอบชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมไฟล์ในรูปแบบนามสกุล .JPG หรือ .PNG หรือ .AI หรือ .PSD ให้แก่สำนักงาน กสทช.

๔.๒.๒ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลตัวแทน เช่น ดารา พิธีเซนต์เตอร์ หรือแบรนด์แอมบาสเดอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ หรือ KOL หรือผู้ที่มีอิทธิพลในการทำการสื่อสารหรืองานประชาสัมพันธ์ โดยต้องเป็นผู้มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีความน่าเชื่อถือมีความเหมาะสมกับการเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์งานในครั้งนี จำนวนอย่างน้อย ๑ คน โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

- หากเป็นดารา พิธีเซนต์เตอร์ หรือแบรนด์แอมบาสเดอร์ ต้องเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีงานแสดงหรืองานอีเวนต์ (Event) ที่เป็นที่ประจักษ์ในช่วงระยะเวลา ๒ ปีย้อนหลัง

- หากเป็นอินฟลูเอนเซอร์ หรือ KOL ต้องมียอดผู้ติดตาม (Follower) ในช่องทางสื่อออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดียไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ Follower

๔.๒.๓ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบวิดีโอ (Video) ที่มีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ และสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

(๑) วิดีโอ (Video) ความยาวอย่างน้อย ๓๐ วินาที จำนวนอย่างน้อย ๒ ชิ้นงาน

(๒) ให้มีสื่อบุคคลตัวแทนตามข้อ ๔.๒.๒ เป็นส่วนประกอบในวิดีโอ (Video) โดยนอกจากนั้นสามารถใช้ภาพประกอบ หรือภาพเคลื่อนไหว หรือภาพจริง หรือ Infographic หรือการสร้างภาพคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และต้องมีระบบการตัดต่อภาพ และการสร้างภาพคอมพิวเตอร์กราฟฟิก

ที่มีคุณภาพ สามารถรองรับระบบภาพได้ถึงระดับ ๔K ในระดับมืออาชีพ (Professional) และมีขนาดของเซ็นเซอร์รับภาพในระดับ full frame ได้เป็นอย่างดี และไม่ใช่อุปกรณ์ประเภท Smartphone ในการถ่ายทำ หรือใช้เป็นอุปกรณ์บันทึกเสียงพากย์ หรือเสียงบรรยายในงานนี้

(๓) หากมีการใช้ภาพ หรือเพลงประกอบจากคลังภาพ فوتเทจต้องได้รับการยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือมีการใส่เครดิต และผู้ว่าจ้างสามารถนำผลงานไปใช้ได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ หากเกิดความเสียหาย รวมถึงการละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และหากมีลิขสิทธิ์หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้างเท่านั้น

(๔) รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย ปกติไม่ต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ ๑ รูปแบบ (Version) และพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ ๑ รูปแบบ (Version) โดยทั้ง ๒ รูปแบบ (Version) ให้มีไฟล์วิดีโอนามสกุล (File Format) .MP๔ หรือ .MOV หรือดีกว่า โดยขนาดวิดีโอต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การสื่อสาร หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด

๔.๒.๔ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสปอตวิทยุ (Radio Spot) ที่มีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

(๑) สปอตวิทยุ (Radio Spot) ความยาวอย่างน้อย ๓๐ วินาที จำนวนอย่างน้อย ๒ ชิ้นงาน

(๒) คุณภาพการบันทึกเสียงความชัดในระบบ Stereo ขึ้นต่ำ ๒ ช่องเสียง แบบ ๑๖ bit ไฟล์เสียง นามสกุล (File Format) .MP๔ หรือ .WAV หรือดีกว่า ระดับการบันทึกเสียง (Audio Level) มาตรฐาน -๒๐dBfs (๐VU at +๔dBu) หรือคุณภาพเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง

(๓) ผู้ทำหน้าที่พากย์เสียงต้องมีน้ำเสียงและการใช้เสียงที่มีความเหมาะสมกับงานประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ โดยต้องมีผลงานที่เห็นเป็นที่ประจักษ์ในช่วงระยะเวลา ๒ ปีย้อนหลัง หรือให้มีสื่อบุคคลตัวแทนตามข้อ ๔.๒.๒ ทำหน้าที่พากย์เสียงได้

๔.๒.๕ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทภาพนิ่ง (Artwork) หรือ อินโฟกราฟฟิก พร้อมข้อความเนื้อหา หรือบทความ (Content Online) ที่มีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนอย่างน้อย ๑๐ ชิ้นงาน โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

(๑) การออกแบบตามแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่ได้ตามข้อ ๔.๑

(๒) ภาพประกอบผลงาน หรือ vector ต้องเป็นผลงานที่จัดทำขึ้นใหม่ หรือหากมีการนำมาจากแหล่งอื่นต้องระบุการอ้างอิงแหล่งที่มาให้ถูกต้องครบถ้วน และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นตามกฎหมาย หรือสามารถใช้สื่อบุคคลตัวแทนตามข้อ ๔.๒.๒ เป็นส่วนประกอบในภาพประกอบได้ ทั้งนี้ หากเกิดความเสียหาย รวมถึงการละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบ และหากมีลิขสิทธิ์หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้างเท่านั้น

(๓) ต้องส่งมอบชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมไฟล์ในรูปแบบนามสกุล .JPG หรือ .PNG หรือ .AI หรือ .PSD ให้แก่สำนักงาน กสทช.

(๔) ต้องปรับขนาดภาพให้เหมาะสมกับทุกช่องทางทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ตามแผนกลยุทธ์การสื่อสาร

(๕) ข้อความเนื้อหา หรือบทความ (Content Online) ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คำต่อบทความ โดยต้องมีการใช้กลยุทธ์การปรับแต่งรูปแบบการเขียนให้สามารถเข้าถึงเนื้อหา (SEO) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์

Smk
nt
ไฟล์

๔.๒.๖ ต้องจัดส่ง Storyboard หรือ Script หรือร่างเนื้อหาประชาสัมพันธ์ก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในข้อ ๔.๒.๓ - ๔.๒.๕ ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และต้องปรับแก้ไขงานจนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ต้องทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลรายละเอียดการจัดประมุขเลขหมายสวสยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อสื่อสารให้เข้าถึงประชาชนทั่วไปและนิติบุคคลที่มีความสนใจเข้าร่วมประมุขเลขหมายสวสยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามแผนกลยุทธ์การสื่อสารตามข้อ ๔.๑ โดยให้มีรายละเอียดและรูปแบบ ดังนี้

๔.๓.๑ ต้องนำเสนอการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ (Media plan) ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ โดยให้ครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารก่อนวันจัดประมุข และการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสำนักงาน กสทช. ภายหลังกการจัดประมุข

๔.๓.๒ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลตัวแทน ตามข้อ ๔.๒.๒ โดยสื่อตัวแทนสามารถจัดทำ Content ขึ้นเองในรูปแบบ คลิปสั้น หรือ Vlog หรือ ภาพ หรือ อินโฟกราฟฟิก หรือสามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๒.๓ - ๔.๒.๕ และนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของตนเอง เช่น ตี๊กต็อก (Tiktok) หรืออินทราแกรม (Instragram) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือยูทูบ (YouTube) หรือเอ็กซ์ (X) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓ โปส โดยเมื่อรวมทุกแพลตฟอร์มต้องมียอดการเข้าถึงรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ View (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้) ทั้งนี้ การเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่ได้ตามข้อ ๔.๑ และเสนอต่อสำนักงาน กสทช. ให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๓.๓ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มเติม ดังนี้

(๑) นำสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๒.๓ และ ๔.๒.๕ เผยแพร่ผ่าน Facebook สำนักงาน กสทช. และสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๒.๓ เผยแพร่ผ่าน YouTube สำนักงาน กสทช.

(๒) เผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มเติม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ แพนเพจหรือบัญชี (Account) โดยให้เลือกสื่อโซเชียลมีเดียที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแพนเพจหรือบัญชี (Account) ไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม (Follower) และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์แต่ละแพนเพจหรือบัญชี (Account) สามารถจัดทำเนื้อหาที่เหมาะสมกับรูปแบบแพลตฟอร์มของตนเองได้ โดยต้องนำเสนอต่อสำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนทำการเผยแพร่ หรือสามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๒.๓ - ๔.๒.๕ นำเสนอผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของตนเอง เช่น ตี๊กต็อก (Tiktok) หรืออินทราแกรม (Instragram) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือยูทูบ (YouTube) หรือเอ็กซ์ (X) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ โปส ทั้งนี้ การเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การสื่อสารและกลุ่มเป้าหมายตามข้อ ๔.๑ และเสนอต่อสำนักงาน กสทช. ให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

(๓) ยอดการเข้าถึงรวมทุกแพลตฟอร์มตาม (๑) และ (๒) ต้องมียอดการเข้าถึงรวมไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ View (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๓.๔ ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน

(๑) ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินในรูปแบบสกู๊ปข่าว หรือการพูดประชาสัมพันธ์ผ่านรายการข่าว หรือรูปแบบอื่นใดที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานรวมถึงแผนกลยุทธ์การสื่อสารและกลุ่มเป้าหมายตามข้อ ๔.๑ โดยต้องมีการนำเสนอจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๒) รายการข่าวต้องมีเรตติ้งเฉลี่ย (Rating) อยู่ในลำดับที่ ๑ - ๕ โดยเป็นผลสำรวจในเดือนที่มีการคัดเลือกข้อเสนอ โดยอ้างอิงจากข้อมูล Nielsen หรือหน่วยงานที่เป็นมาตรฐานและยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า

(๓) เวลาการออกอากาศจะเลือกช่วงเวลาอดนิยาม (Prime time) ช่วงเย็น ๑๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. และห้ามวางแผนเผยแพร่ออกอากาศในช่วงเวลา ๒๓.๐๐ - ๐๕.๓๐ น.

๔.๓.๕ ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียง

(๑) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสปอตวิทยุ (Radio Spot) ตามข้อ ๔.๒.๔ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

(๒) ต้องเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบเอฟเอ็ม (FM) ที่มีการผสมคลื่นทางความถี่ (Frequency Modulation) ส่งสัญญาณออกอากาศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่สามารถถ่ายทอดสัญญาณผ่าน Application หรือ Platform สำหรับฟังวิทยุและสถานีเพลงออนไลน์ ที่ออกอากาศตลอด ๒๔ ชั่วโมง และเป็นคลื่นวิทยุที่มีเนื้อหารายการประเภทเพลงและรายการข่าว และมีจำนวนผู้ฟังต่อเดือนมากกว่า ๔๐๐,๐๐๐ คน โดยเป็นผลสำรวจในเดือนที่มีการคัดเลือกข้อเสนอ โดยอ้างอิงจากข้อมูล Nielsen หรือหน่วยงานที่เป็นมาตรฐานและยอมรับในระดับสากลหรือเทียบเท่า

(๓) เวลาการออกอากาศจะเลือกช่วงเวลาวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ระหว่างเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. และห้ามวางแผนเผยแพร่ออกอากาศในช่วงเวลา ๒๓.๐๐ - ๐๕.๓๐ น.

๔.๔ สรุปผลการประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างต้องทำการสรุปผลการประชาสัมพันธ์ภายใน ๔๕ วันหลังจากวันจัดงานประชุม

๔.๕ โครงสร้างบุคลากร

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีบุคลากรที่เหมาะสม โดยให้มีบุคลากรอย่างน้อย ดังนี้

(๑) ผู้ควบคุมโครงการ (Project Management Office) จำนวน ๑ คน ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารภาพรวมโครงการ ควบคุมคุณภาพของงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และสื่อสารสร้างความเข้าใจกับบุคลากรทั้งหมดภายในโครงการ โดยต้องมีประสบการณ์และผลงานไม่น้อยกว่า ๓ ปี

(๒) ผู้ประสานงานโครงการ (Account Executive) จำนวน ๑ คน ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนงาน ประสานงานกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการเป็นไปอย่างราบรื่น โดยต้องมีประสบการณ์และผลงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี

(๓) ผู้วางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ (Media Planner) จำนวนอย่างน้อย ๑ คน ทำหน้าที่วางแผนการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยต้องมีประสบการณ์และผลงานไม่น้อยกว่า ๒ ปี

(๔) ผู้สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ (Creative) จำนวนอย่างน้อย ๒ คน ทำหน้าที่ออกไอเดียสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

๔.๖ ช่วงเวลาจัดการประชุมเลขหมายสวย

สำนักงาน กสทช. จะจัดการประชุมในปี ๒๕๖๗ จำนวน ๑ วัน ณ อาคารหอประชุม สำนักงาน กสทช. ในช่วงไตรมาสที่ ๓ ปี ๒๕๖๗ หรือในไตรมาสที่ ๔ ปี ๒๕๖๗ โดยสำนักงาน กสทช. จะแจ้งกำหนดวันประชุมให้ทราบเป็นการล่วงหน้าอย่างน้อย ๓๐ วัน

ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงวันจัดการประชุมในกรณีมีเหตุอันจำเป็น โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนวันการจัดการประชุม สำนักงาน กสทช. จะจ่ายค่าใช้จ่ายตามที่เกิดขึ้นจริงให้กับผู้รับจ้าง

Dr.
MR
พลี

๔.๗ การใช้พัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์

ผู้รับจ้างจะต้องใช้พัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ ที่ต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของค่าพัสดุที่ใช้ในงานจ้าง (ถ้ามี) โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุดังกล่าวตามแบบที่กำหนดแนบท้ายขอบเขตของงานนี้ในผนวก ๒ ส่งให้ผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔ รวมระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๕.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๒ ให้แล้วเสร็จก่อนการจัดงานประมูลไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๕.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๓ โดยให้เริ่มประชาสัมพันธ์ก่อนวันจัดงานประมูลไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคา

๗. วงเงินงบประมาณ

ภายในวงเงิน ๒,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และค่าใช้จ่ายทั้งปวง โดยใช้จ่ายจากงบประมาณประจำปี ๒๕๖๗ รายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ค่าใช้จ่ายในการจัดประมูลเลขหมายโทรศัพท์สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเลขหมายสวย ณ สำนักงาน กสทช. ปี ๒๕๖๗ ของสำนักบริหารและจัดการเลขหมายโทรคมนาคม

๘. งานงวดและการจ่ายเงิน

๘.๑ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบการดำเนินงานตามขอบเขตของงานข้อ ๔. โดยแบ่งเป็น ๒ งวด ดังนี้

๘.๑.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบการดำเนินงานตามข้อ ๔.๑ ๔.๒ และ ๔.๕ พร้อมทั้งหลักฐานการดำเนินงานเป็นเอกสาร จำนวน ๑ ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๒ ชุด ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๘.๑.๒ งวดที่ ๒ ส่งมอบรายงานสรุปผลการปฏิบัติงานตามข้อ ๔.๓ และ ๔.๔ พร้อมทั้งหลักฐานการดำเนินงานเป็นเอกสาร จำนวน ๑ ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๒ ชุด ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๘.๒ สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็นจำนวน ๒ งวด เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

๘.๒.๑ งวดที่ ๑ จำนวนเงิน ร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๑.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๘.๒.๒ งวดที่ ๒ จำนวนเงิน ร้อยละ ๖๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๘.๑.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

การดำเนินงานตามขอบเขตของงานตามข้อ ๔ ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วน ถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้องและสำนักงาน กสทช. มิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างต้องยินยอมให้ปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้างตามสัญญา นับ ถัดจากวันครบกำหนดการส่งมอบจนถึงวันที่ส่งมอบครบถ้วนถูกต้อง หรือถึงวันที่บอกเลิกสัญญา ทั้งนี้ เว้นแต่ กรณีมีเหตุขัดข้อง หรือความบกพร่องของผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

๑๐. เงื่อนไขอื่นๆ

๑๐.๑ ผลงานทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายในโครงการนี้ เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ ของสำนักงาน กสทช. เท่านั้น และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีการเรียกร้องเกี่ยวกับการนำผลงานของผู้อื่น หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทนสำนักงาน กสทช.

๑๐.๒ ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานผลการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศพร้อมกับการส่งมอบงานเพื่อให้ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจสอบด้วย

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำแผนการดำเนินงานให้บรรลุความสำเร็จตาม ขอบเขตของงานภายในระยะเวลาที่กำหนดตามสัญญา โดยแสดงรายละเอียดแผนการดำเนินการและร้อยละ ของความสำเร็จของงานแต่ละเดือนส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามใน สัญญา เพื่อกำกับและติดตามความก้าวหน้าในผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานดังกล่าวสำนักงาน กสทช. ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

สำนักสื่อสารองค์กร

พฤษภาคม ๒๕๖๗

คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ
กรณีการจัดจ้าง วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ ภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอ ได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้
 - (๑) กรณีเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ
 - (๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท
 - (๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยมียอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท คิดเป็น ๑ ใน ๔ ของมูลค่าโครงการหรือรายการที่ยื่นเสนอในแต่ละครั้ง ซึ่งสำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอจนถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๔) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท คิดเป็น ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะ การจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้ง หนึ่งในวันลงนามในสัญญา

คุณสมบัติในข้อนี้ ยกเว้นกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนด ไว้ในเอกสารเชิญชวน เว้นแต่ในกรณีกิจการร่วมค้าที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้า รายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียว เป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญา มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

ทั้งนี้ กิจการร่วมค้า หมายถึง “กิจการที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าเป็นลายลักษณ์อักษร ว่าจะดำเนินการร่วมกันเป็นทางการค้าหรือหากำไรระหว่างบริษัทกับบริษัท บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือระหว่างบริษัทและ/หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคล ธรรมดา คณะบุคคลที่มีโชินิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญ นิติบุคคลอื่น หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย ของต่างประเทศ โดยข้อตกลงนั้นอาจกำหนดให้มีผู้เข้าร่วมค้าหลักก็ได้”

แบบหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ

เลขที่.....

วันที่.....

เรื่อง รับรองวงเงินสินเชื่อ

ตามที่.....(ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา).....เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร /เลขประจำตัวประชาชนเลขที่.....จะยื่นข้อเสนอในการประกวดราคา การจ้างประชาสัมพันธ์การจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ซึ่งตามประกาศและเอกสารประกวดราคาจ้างฯ กำหนดเงื่อนไขการยื่นข้อเสนอกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องขอวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่า งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอใน แต่ละครั้ง จึงมีความประสงค์ให้ธนาคาร..... (ชื่อธนาคาร).....รับรองวงเงินสินเชื่อเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย นั้น

.....(ชื่อธนาคาร).....ขอรับรองว่า.....(ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา).....มีวงเงิน ทุนหมุนเวียน ในวงเงิน ไม่ต่ำกว่า บาท (.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....) และยินดีให้วงเงินสินเชื่อ ภายในวงเงิน บาท (.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....)

ขอแสดงความนับถือ

.....

.....(ชื่อผู้ลงนาม).....

.....(ชื่อธนาคาร).....

แบบหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

เลขที่.....

วันที่.....

เรื่อง รับรองวงเงินสินเชื่อ

ตาม ที่(ชื่อ ผู้ ประกอบ การ นิติ บุคคล / บุคคล ธรรมดา).....เลข ประจำ ตัว ผู้เสียภาษีอากร/เลขประจำตัวประชาชน เลขที่.....จะยื่นข้อเสนอในการประกวดราคา การจ้างประชาสัมพันธ์การจัดประมูลเลขหมายสวยสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ซึ่งตามประกาศและเอกสารประกวดราคาจ้างฯ กำหนดเงื่อนไขการยื่นข้อเสนอกรณีที่ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการ หรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องขอวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร โดยต้องมีวงเงิน สินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอใน แต่ละครั้ง จึงมีความประสงค์ให้ธนาคาร (ชื่อธนาคาร).....รับรองวงเงินสินเชื่อ เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย นั้น

.....(ชื่อธนาคาร).....ขอรับรองว่า.....(ชื่อผู้ประกอบการนิติบุคคล/ บุคคล ธรรมดา).....มีวงเงินทุนหมุนเวียนในวงเงินไม่ต่ำกว่า.....บาท (.....จำนวน เงินเป็นอักษร.....) และยินดีให้วงเงินสินเชื่อภายในวงเงิน..... บาท (.....จำนวนเงินเป็นอักษร)

ขอแสดงความนับถือ

..... (ชื่อธนาคาร).....

** เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ **

ตารางการจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

โครงการ.....

รายการวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ

แผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ..... (คู่สัญญาฝ่ายผู้ยื่นข้อเสนอ)

()