

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)
การจ้างผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่
สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz
๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ตาม มาตรา ๒๗ (๔) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๒๗ (๒๔) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ มาตรา ๔๑ มาตรา และ๔๔/๕ แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๒ ประกอบกับ มาตรา ๑๐ แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๔๔ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงกำหนดนโยบายการบริหารและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ อันเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติสำหรับกิจการโทรคมนาคมให้เป็นไปอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยการบริหารคลื่นความถี่จะต้องคำนึงถึงควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน และสอดคล้องกับสากล ตามแนวทางการพัฒนากิจการโทรคมนาคมที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑ โดยมุ่งหมายให้เกิดการจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์คลื่นความถี่อันเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนเพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล และการประกอบกิจการสำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล (International Mobile Telecommunications - IMT) จะก่อให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมของประเทศไทยให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับวิวัฒนาการของโลก อีกทั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ

สำนักสื่อสารองค์กร (สอ.) ในฐานะที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดประมูลดังกล่าวฯ เห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดประมูลฯ ที่กำลังจะเกิดขึ้นในครั้งนี้เป็นอีกครั้งกับการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ตาม พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ มาตรา ๔๑ ได้กำหนดไว้ซึ่งนอกจากจะเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการเท่าเทียมกันในการแข่งขันและให้บริการแล้ว ประโยชน์ที่เกิดตามมาคือประชาชนคนไทยผู้ใช้บริการจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเลือกใช้บริการโทรคมนาคมที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน เนื่องจากมีคลื่นความถี่ย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz และ ๒๓๐๐ MHz ที่จะสิ้นสุดการอนุญาตในวันที่ ๓ สิงหาคม ๒๕๖๘ สำนักงาน กสทช. จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการดำเนินการจัดการ

ประมวลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวม ปริมาณการถือครองคลื่นความถี่สำหรับประเทศไทยที่จะลดลงจนส่งผลกระทบต่อการใช้บริการได้ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงต้องเร่งดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อรองรับและให้เพียงพอต่อการให้บริการของประชาชน ได้แก่ คลื่นความถี่ย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz ซึ่งมีกรอบ ระยะเวลาในการดำเนินการประมวลกำหนดไว้อยู่ในระหว่างช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม ๒๕๖๘ (ข้อมูล ณ วันที่ ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๘) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และ ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการประมวลเพื่อการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล ย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz โดยภาคประชาชน ในฐานะผู้รับบริการนั้นถือเป็นผู้ที่ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารจึงมีความจำเป็นจะต้องรับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อ ป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นได้ จากการไม่รู้และไม่เข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

ดังนั้น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการจัดการประมวลเพื่อการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับ กิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz ไปสู่ประชาชนเป็นวงกว้าง และใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ในภารกิจที่จะส่งผลกระทบต่อประชาชน เพื่อให้ประชาชนรับทราบข้อมูลข่าวสาร สร้างความเชื่อมั่นในสายตาของประชาชน ในแง่ของการกำกับดูแลที่ดี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมของประเทศที่ดีทันสมัยไม่แพ้ชาติชั้นนำอื่นใดในโลก เพื่อเตรียมความพร้อม เพื่อยกระดับ เพื่อการเข้าถึง เพื่อลดช่องว่างในแทบจะทุกภาคส่วนในแทบจะทุกช่วงอายุ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารเพื่อเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก ซึ่งมีพฤติกรรม ประสบการณ์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ความเชื่อ และความสนใจที่แตกต่างกัน จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการและจัดสรรการประชาสัมพันธ์ของแต่ละช่องทาง เป็นอย่างดี เพื่อให้สารที่ต้องการจะส่งนั้น ไปถึงผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อแจ้งผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประมวลหรือการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

๒.๒ เพื่อเผยแพร่และสื่อสารการดำเนินการหรือการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประมวลหรือการ อนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz ด้วยความโปร่งใส การกำหนดหลักเกณฑ์ที่มีความเป็นธรรม และ สามารถนำส่งเป็นรายได้ของแผ่นดิน

๓. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานที่กำหนด ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร พัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ตลอดจนแนวปฏิบัติตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้าง และการ บริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ตามที่แนบในภาคผนวก ๑

๓.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทวางแผนเผยแพร่สื่อ สื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Media planner) โดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ สำนักงาน กสทช. เชื้อถือ โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญามาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอด้วย

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และให้ข้อมูลรายละเอียดการจัดการประมูลเพื่อการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz เพื่อสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในกลุ่มต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ การกำหนดแนวคิด รูปแบบ ในการเตรียมการผลิตและเผยแพร่

ต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลิตสื่อและนำเสนอกลยุทธ์ในการสื่อสารให้สามารถเข้าถึงกลุ่มประชากรเป้าหมายได้อย่างตรงจุด และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ดังนี้

๔.๑.๑ ต้องศึกษาข้อมูล ที่มีความเกี่ยวข้องกับสำนักงาน กสทช. ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการประมูลและการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz เพื่อเตรียมการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยละเอียด สอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล

๔.๑.๒ ต้องนำเสนอและอธิบายแนวคิดหลัก (Concept) ที่ต้องการจะสื่อสาร (Key message) แผนการดำเนินงาน ศึกษาข้อมูล เพื่อออกแบบและผลิตสื่อ ทั้งในสื่อประเภทออนไลน์ และออฟไลน์ ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล และส่งเสริมภาพลักษณ์ของภารกิจประมูลและการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

๔.๑.๓ ต้องนำเสนอแผนกลยุทธ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งแจกแจงรูปแบบการดำเนินงานอย่างละเอียด มีความสอดคล้อง เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และแนวคิดหลักตามที่ได้เสนอในข้อ ๔.๑.๒ เพื่อสร้างการรับรู้และเหมาะสมให้กับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

๔.๑.๓.๑ กลุ่มประชาชนทั่วไป มีช่วงอายุตั้งแต่ ๑๕ ปีถึง ๘๐ ปี อาศัยอยู่ในประเทศไทย ใช้อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ในการติดต่อสื่อสาร โดยให้ทำการระบุลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะทางพฤติกรรม พร้อมนำเสนอช่องทางและวิธีการนำเสนอสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๑.๓.๒ กลุ่มองค์กรเอกชนเพื่อสาธารณประโยชน์ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน โดยให้นำเสนอช่องทางและวิธีการนำเสนอสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๑.๓.๓ กลุ่มเปราะบาง และผู้พิการทางการรับฟัง

๔.๑.๔ ต้องนำเสนอแผนการดำเนินการผลิตเนื้อหาและกลยุทธ์การวางแผนการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ รายการ รวมถึงข้อความตัววิ่งประชาสัมพันธ์ หน้าจอโทรทัศน์ ในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดครบถ้วนทั้งในเรื่องของประเด็น หัวข้อ โครงร่างของเนื้อหาที่จะใช้ในการสื่อสาร ตลอดจนแนวคิดและรายละเอียดในการการคัดเลือกพร้อมระบุช่องทางลำดับการเผยแพร่ ช่วงเวลา และจำนวนครั้งที่ชัดเจน อย่างละเอียด ซึ่งมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และแนวคิดหลัก เสนอให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยต้องเริ่มเผยแพร่ ออกอากาศอย่างน้อย ๑ ครั้ง ก่อนหน้าวันที่มีการจัดการประมูลคลื่นความถี่ฯ ไม่น้อยกว่า ๗ วัน

Emw
Ww
Uw

๔.๑.๕ ต้องนำเสนอแผนการดำเนินการผลิตเนื้อหาและกลยุทธ์การวางแผนการสื่อสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีเครือข่ายทั่วประเทศ จำนวน ๒ เครือข่าย ในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดครบถ้วนทั้งในเรื่องของประเด็น หัวข้อ โครงร่างของเนื้อหาที่จะใช้ในการสื่อสาร ตลอดจนแนวคิดและรายละเอียดในการการคัดเลือกพร้อมระบุช่องทาง ลำดับการเผยแพร่ ช่วงเวลา และจำนวนครั้งที่ชัดเจน อย่างละเอียด ซึ่งมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และแนวคิดหลัก เสนอให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยต้องเริ่มเผยแพร่ออกอากาศอย่างน้อย ๑ ครั้ง ก่อนหน้าวันที่มีการจัดการประชุมคลื่นความถี่ฯ ไม่น้อยกว่า ๗ วัน

๔.๑.๖ ต้องนำเสนอแผนการดำเนินการผลิตเนื้อหาและกลยุทธ์การวางแผนการเผยแพร่ Infographic จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของสำนักงาน กสทช. ในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดครบถ้วนทั้งในเรื่องของประเด็น หัวข้อ โครงร่างของเนื้อหาที่จะใช้ในการสื่อสาร ตลอดจนแนวคิดและรายละเอียดในการการคัดเลือกพร้อมระบุช่องทาง ลำดับการเผยแพร่ ช่วงเวลา และจำนวนครั้งที่ชัดเจน อย่างละเอียด ซึ่งมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และแนวคิดหลัก เสนอให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๑.๗ ต้องนำเสนอแผนการดำเนินการผลิตเนื้อหาและกลยุทธ์การวางแผนการเผยแพร่ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ทั้งประเภท Influencer Content Creator KOLs และ เว็บไซต์ ของสำนักงาน กสทช. ในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดครบถ้วนทั้งในเรื่องของประเด็น หัวข้อ โครงร่างของเนื้อหาที่จะใช้ในการสื่อสาร ตลอดจนแนวคิดและรายละเอียดในการการคัดเลือกพร้อมระบุช่องทาง ลำดับการเผยแพร่ ช่วงเวลา และจำนวนครั้งที่ชัดเจน อย่างละเอียด ซึ่งมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และแนวคิดหลัก เสนอให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๑.๘ ต้องนำเสนอผู้ประสานงานกลาง โดยต้องระบุชื่อ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล และรายละเอียดอื่นใดของผู้ที่จะทำหน้าที่ประสานงานหลักสำหรับโครงการนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการติดต่อประสานงานของสำนักงาน กสทช.

๔.๒ การผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ต้องดำเนินการผลิตสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการประมูลเพื่อการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz เช่น ความสำคัญในการประมูลคลื่นความถี่ในครั้งนี้ ทำไมถึงต้องนำคลื่นความถี่เหล่านี้มาเปิดประมูลอีกครั้ง ประโยชน์ที่จะได้รับ ข้อเสียของการไม่ประมูล สรุปผลการประมูลคลื่นความถี่ฯ วิธีการประมูลรูปแบบใหม่ และเนื้อหาอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ตามความเหมาะสม โดยอ้างอิงกลยุทธ์ในการสื่อสารตามข้อ ๔.๑ ตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ นำเสนอผ่านสื่อรายการโทรทัศน์ที่มีเสียงไซ ดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของสถานีและรายการโทรทัศน์ที่เลือกใช้

๔.๒.๑.๑ ต้องนำเสนอช่องทางสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยนำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์ประเภทเล่าข่าว หรือรายงานข่าว หรือวิเคราะห์ข่าว หรือใกล้เคียง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ รายการ โดยจะต้องเป็นรายการได้รับความนิยมอยู่ในลำดับของการจัดอันดับ ดังนี้

๑) รายการได้รับความนิยมน้อยในอันดับ ๑-๖ ของรายการประเภทข่าวช่วงเช้า (๖.๐๐-๑๐.๐๐ น) อย่างน้อย ๑ รายการ

๒) รายการได้รับความนิยมน้อยในอันดับ ๑-๖ ของรายการประเภทข่าวเที่ยง (๑๑.๐๐-๑๓.๐๐ น) อย่างน้อย ๑ รายการ

๓) รายการได้รับความนิยมน้อยในอันดับ ๑-๖ ของรายการประเภทข่าวค่ำ (๑๙.๐๐-๒๓.๐๐ น) อย่างน้อย ๑ รายการ ทั้งนี้ ต้องอ้างอิงการจัดอันดับจากสถาบันที่เชื่อถือได้ เช่น Neilson (The Nielsen Company Thailand) หรือ สมาคมโทรทัศน์ดิจิทัลแห่งประเทศไทย (ADTEB) โดยอ้างอิงผลการสำรวจค่าเฉลี่ยรวมในเดือนกุมภาพันธ์ปี ๒๕๖๘

การประชาสัมพันธ์ในช่องทางโทรทัศน์

๔.๒.๑.๒ ต้องจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในรูปแบบของการพูดประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกร (Tie-in) ความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๙๐ วินาที หรือในรูปแบบทอล์ค (Talk) หรือสัมภาษณ์หรือสื่อบุโทรทัศน์ความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่อง (เนื้อหา)

๔.๒.๑.๓ ต้องจัดให้มีข้อความประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการประมวลคลื่นความถี่ฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ข้อความ

การเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางโทรทัศน์

๔.๒.๑.๔ ต้องนำข้อ ๔.๒.๑.๒ มาดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลารายการ (ไม่ใช่ช่วงโฆษณา) จำนวน ๑๐ เนื้อหา เนื้อหาละ ๑ ครั้ง รวมจำนวนในการออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้งต่อรายการ

๔.๒.๑.๕ ต้องนำข้อ ๔.๒.๑.๓ มาดำเนินการการเผยแพร่ ข้อความละ ๒ ครั้ง ต่อ ๑ สถานี (ช่อง) รวมจำนวนทั้งหมดอย่างน้อย ๔ สถานี (ช่อง) โดยต้องเป็นช่องรายการได้รับความนิยมน้อยในอันดับ ๑-๑๐ โดยอ้างอิงผลการสำรวจค่าเฉลี่ยรวมการจัดอันดับจากสถาบันที่เชื่อถือได้ ในเดือนกุมภาพันธ์ปี ๒๕๖๘

๔.๒.๒ นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่เลือกใช้

๔.๒.๒.๑ ต้องนำเสนอผ่านทางช่องทางสื่อวิทยุกระจายเสียงระบบ FM ในกรุงเทพมหานคร ที่มีเครือข่ายการออกอากาศทั่วประเทศในระบบ FM เช่นกัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เครือข่าย

๔.๒.๒.๒ ดำเนินการเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีการออกอากาศในกรุงเทพฯ ด้วยระบบ FM เป็นแม่ข่ายและมีสถานีลูกข่ายในระบบ FM ที่มีการกระจายเสียงครอบคลุมทั่วประเทศ โดยช่องสถานีวิทยุที่เผยแพร่จะต้องได้รับความนิยมน้อยเป็นอันดับ ๑-๔ โดยอ้างอิงการจัดอันดับจากสถาบันที่เชื่อถือได้ เช่น Neilson (The Nielsen Company Thailand) ผลการสำรวจค่าเฉลี่ยรวม ปี ๒๕๖๗

การประชุมสัมพันธในช่องทางวิทยุกระจายเสียง

๔.๒.๒.๓ จัดให้มีการประชุมสัมพันธให้ความรู้ในรูปแบบของการพูดประชุมสัมพันธผ่านผู้ประกาศข่าว (Tie-in) ความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ นาที หรือในรูปแบบสปอตวิทยุความยาวครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่อง (เนื้อหา)

การเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางวิทยุกระจายเสียง

๔.๒.๒.๔ ดำเนินการเผยแพร่ออกอากาศ ทางสถานีวิทยุหลักที่ออกอากาศในกรุงเทพฯ ไม่น้อยกว่า ๑ สถานี และสถานีเครือข่ายที่มีการกระจายเสียงทั่วประเทศอีกไม่น้อยกว่า ๑๔ สถานี

๔.๒.๒.๕ ต้องดำเนินการเผยแพร่ออกอากาศในช่วงข่าวต้นชั่วโมง หรือต้นรายการ วันละไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ตั้งแต่วันจันทร์ - อาทิตย์ โดยมีจำนวนรวมตลอดระยะเวลาการดำเนินงานทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๔๕ วัน (โดยแบ่งเป็นการเผยแพร่ออกอากาศ ทางสถานีวิทยุหลักที่ออกอากาศในกรุงเทพฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๕ ครั้ง และมีการกระจายเสียงทั่วประเทศอีกจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๘๔๕ ครั้ง) รวมแล้วมีจำนวนรวมตลอดระยะเวลาการดำเนินงานทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑,๘๙๐ ครั้ง ต่อ ๑ เครือข่าย

๔.๒.๓ นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ช่องทาง Facebook กสทช. โดยมีเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

การผลิตสื่อช่องทาง Facebook กสทช.

๔.๒.๓.๑ จัดทำ Infographic ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๔๔๐ x ๑๔๔๐ pixel ความละเอียดไม่ต่ำกว่า ๙๖ dpi ๒๔ Bit depth จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน (Artwork)

การเผยแพร่สื่อช่องทาง Facebook กสทช.

๔.๒.๓.๒ ดำเนินการเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook กสทช. โดยต้องมียอดพบเห็นไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง (Impressions) / ชิ้นงาน (Artwork)

๔.๒.๔ นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดีย โดยใช้อินฟลูเอนเซอร์หรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Influencer & Content Creator) โดยมีเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของช่องทาง Tiktok ประเภท Influencer & Content Creator ที่เลือกใช้

๔.๒.๔.๑ นำเสนอผ่านช่องทาง Tiktok โดยใช้อินฟลูเอนเซอร์หรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ประเภท Tiktoker ด้านการนำเสนอข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่อง ซึ่งมีการนำเสนอข่าวสารอันเป็นประเด็นสังคม มีทักษะในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความยากให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีรูปแบบวิธีการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ

๔.๒.๔.๒ นำเสนอผ่านช่องทาง Tiktok โดยใช้อินฟลูเอนเซอร์หรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ประเภท Tiktoker ด้านวาไรตี้ทั่วไป จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่อง ซึ่งมีทักษะในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความยากให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีรูปแบบวิธีการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ

๔.๒.๔.๓ Tiktoker ที่นำเสนอ ต้องมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒,๒๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม / บัญชี Tiktok

๔.๒.๔.๔ Tiktoker ที่นำเสนอ ต้องมีผลงานความถี่ในการอัปโหลดคลิปไม่น้อยกว่า ๑๘ คลิป / บัญชี Tiktok (อ้างอิงจากค่าเฉลี่ยย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับจากวันที่กำหนดให้ยื่นข้อเสนอ)

การผลิตเนื้อหาช่องทาง Tiktok

๔.๒.๔.๕ Tiktoker ที่นำเสนอ ต้องผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์ความยาวไม่น้อยกว่า ๙๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คลิป / บัญชี Tiktok โดยต้องมีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับสำนักงาน กสทช. ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการประมูลและการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับ กิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

การเผยแพร่ผ่านช่องทาง Tiktok

๔.๒.๔.๖ เผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒.๔.๕ ผ่านช่องทาง Tiktoker ที่ใช้นำเสนอ ช่องทางละไม่น้อยกว่า ๒ คลิป โดยต้องมียอดผู้ชมไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ ครั้ง / บัญชี Tiktok

คุณสมบัติของช่องทาง Youtube ประเภท Influencer & Content creator ที่เลือกใช้

๔.๒.๔.๗ นำเสนอผ่านช่องทาง Youtube โดยใช้อินฟลูเอนเซอร์หรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ประเภท Youtuber ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่อง มีทักษะในการ นำเสนอเนื้อหาที่มีความยากให้สามารถเข้าใจได้โดยง่าย และมีรูปแบบวิธีในการนำเสนอที่มีความ น่าสนใจ

๔.๒.๔.๘ Youtuber ที่นำเสนอ ต้องมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๗๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม / บัญชี Youtube

๔.๒.๔.๙ Youtuber ที่นำเสนอ ต้องมีผลงานความถี่ในการอัปโหลดคลิปไม่น้อยกว่า ๑๖ คลิป / บัญชี Youtube (อ้างอิงจากค่าเฉลี่ยย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับจากวันที่กำหนดให้ยื่น ข้อเสนอ)

การผลิตเนื้อหาช่องทาง Youtube

๔.๒.๔.๑๐ Youtuber ที่นำเสนอ ต้องผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คลิป / บัญชี Youtube โดยต้องมีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับสำนักงาน กสทช. ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการประมูลและการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับ กิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

การเผยแพร่ผ่านช่องทาง Youtube

๔.๒.๔.๑๑ เผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒.๔.๑๐ ผ่านช่องทาง Youtuber ที่ใช้ นำเสนอ ช่องทางละ ๑ คลิป โดยต้องมียอดผู้ชมไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ ครั้ง / บัญชี Youtube

๔.๒.๕ นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ประเภทโซเชียลมีเดีย โดยใช้ Key Opinion Leaders (KOLs) โดยมี เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของช่องทาง Youtube ประเภท Key Opinion Leaders (KOLs) ที่เลือกใช้

๔.๒.๕.๑ นำเสนอช่องทาง Youtube โดยใช้ KOLs ประเภทที่มีการนำเสนอเนื้อหาประเภท วิเคราะห์ เล่าข่าว สัมภาษณ์ ให้ความรู้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่อง มีทักษะในการนำเสนอเนื้อหาที่ มีความยากให้สามารถเข้าใจได้โดยง่าย และมีรูปแบบวิธีในการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ

๔.๒.๕.๒ KOLs ที่นำเสนอ ต้องมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๕๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม / บัญชี Youtube

๔.๒.๕.๓ KOLs ที่นำเสนอ ต้องมีผลงานความถี่ในการอัปโหลดคลิปไม่น้อยกว่า ๑๔ คลิป / บัญชี Youtube (อ้างอิงจากค่าเฉลี่ยย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๓ เดือน นับจากวันที่กำหนดให้ยื่นข้อเสนอ)

การผลิตเนื้อหาช่องทาง Youtube

๔.๒.๕.๔ Youtube Channel ที่นำเสนอ ต้องผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์ความยาวไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คลิป / บัญชี Youtube โดยต้องมีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับ สำนักงาน กสทช. ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการประมูลและการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz

การเผยแพร่ช่องทาง Youtube

๔.๒.๕.๕ เผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒.๕.๔ ผ่านช่องทาง KOLs ที่ใช้นำเสนอ ช่องทางละ ๑ คลิป โดยต้องมียอดผู้ชมไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ครั้ง / บัญชี Youtube

๔.๒.๖ นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) โดยมีเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของช่องทาง Website ที่เลือกใช้

๔.๒.๖.๑ ต้องนำเสนอผ่านช่องทาง Website ประเภทข่าวสาร สำนักข่าว หรือวาไรตี้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖ Website โดยเลือกจากรายชื่อเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

๑. www.thairath.co.th - หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ออนไลน์
๒. www.khaosod.co.th - หนังสือพิมพ์ข่าวสดออนไลน์
๓. www.matichon.co.th - หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์
๔. www.mgrronline.com - ผู้จัดการออนไลน์
๕. www.bangkokbiznews.com - กรุงเทพธุรกิจ
๖. www.dailynews.co.th - เดลินิวส์ออนไลน์
๗. www.pptvhd36.com - PPTV HD๓๖
๘. www.prachachat.net - หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ
๙. www.thansettakij.com - ฐานเศรษฐกิจ
๑๐. www.komchadluek.net - คมชัดลึก
๑๑. www.ejan.co - อีจัน
๑๒. thestandard.co - THE STANDARD Thailand
๑๓. themomentum.co - The momentum
๑๔. www.longtunman.com - ลงทุนแมน
๑๕. www.marketingoops.com - Marketing Oops!
๑๖. marketeeronline.co - Marketeer
๑๗. www.brandage.com - brand age Online
๑๘. www.brandthink.me - Brandthink
๑๙. mthai.com - Mthai

๒๐. www.sanook.com – sanook

การผลิตสื่อช่องทาง Website

๔.๒.๖.๒ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ หรือ Infographic ที่เนื้อหา มีความเกี่ยวกับการประมุขหรือเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น

การเผยแพร่ช่องทาง Website

๔.๒.๖.๓ เผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒.๖.๒ ผ่านช่องทาง Website ที่ใช้นำเสนอ ในครั้งนี้ ช่องทางละ ไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่รวมกันทุกชิ้นต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๔.๓ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศที่ต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของค่าวัสดุที่ใช้ในงานจ้างนั้น โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุดังกล่าวตามแบบที่กำหนดแนบท้ายขอบเขตของงานนี้ในภาคผนวก ๒ ส่งให้ผู้ว่าจ้างภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคา

๗. วงเงินงบประมาณ

งบประมาณดำเนินการภายในวงเงิน ๒๐,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายที่ปวงไว้ด้วยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบกลาง ประจำปี ๒๕๖๘ ของสำนักงาน กสทช.

๘. งวดงานและการจ่ายเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็น ๒ งวด โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๘.๑ งวดที่ ๑ จำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบ รายงานสรุปแผนการดำเนินงานและศึกษาข้อมูลการดำเนินงานเป็นเอกสารการส่งมอบงาน ตามข้อ ๔.๑ ทั้งหมด พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน โดยแจกแจงรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ในรูปแบบของเอกสารรายงานสรุป จำนวน ๑ ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๓ ชุด ให้แก่ สำนักงาน กสทช. ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๘.๒ งวดที่ ๒ จำนวนเงินร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานผลิตและรายงานสรุปผลการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อต่างๆ เป็นเอกสารการส่งมอบงาน ตามข้อ ๔.๒ – ๔.๓ พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน โดยแจกแจงรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ในรูปแบบของเอกสารรายงานสรุปผลการดำเนินงาน รวมถึงชิ้นงานที่ผลิตขึ้น ทั้งนี้ ให้ผู้รับจ้าง บันทึก รายงานสรุปผลการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเอกสารการส่งมอบงาน ลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๓ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

๙.๑ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่วงก่อนการประมูลคลื่นความถี่ฯ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์การประมูลก่อนวันประมูลอย่างน้อย ๗ วัน หากไม่เริ่มประชาสัมพันธ์ในวันที่กำหนด จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของค่าจ้างตามสัญญา นับตั้งแต่วันที่กำหนดจนถึงวันที่เริ่มประชาสัมพันธ์ และสงวนสิทธิในการเรียกค่าเสียหายที่เกิดขึ้น (ถ้ามี)

๙.๒ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่วงหลังการประมูลคลื่นความถี่ฯ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์การประมูลให้เสร็จสิ้น ตามขอบเขตของงานภายใน ๙๐ วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา หากดำเนินการประชาสัมพันธ์การประมูลไม่เสร็จสิ้น จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของค่าจ้างตามสัญญา นับตั้งแต่วันที่สิ้นสุดสัญญาจนถึงดำเนินการประชาสัมพันธ์เสร็จสิ้น

๑๐. เงื่อนไขอื่นๆ

๑๐.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำรายละเอียดแจกแจงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามรายการหรือ หัวข้อต่างๆ ที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงาน และราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้างที่เสนอด้วย ทั้งนี้ ภายใน ๕ วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๑๐.๒ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสม และเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๕ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้าง ตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

๑๐.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่วงก่อนและหลังการประมูลคลื่นความถี่ฯ หากผู้รับจ้างไม่อาจจัดให้มีการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ได้ครบถ้วนตามที่ระบุในขอบเขตการดำเนินงาน และงบประมาณที่กำหนดด้วยเหตุประการใดก็ดี ผู้รับจ้างจะต้องยอมรับดำเนินงานจ้างและรับค่าจ้างไปตามจำนวนเงินที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการรับงานจ้างจริงเท่านั้น

๑๐.๔ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่น ๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามการจ้างนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทน สำนักงาน กสทช.

๑๐.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำแผนการดำเนินงานให้บรรลุความสำเร็จตามขอบเขตของงานภายในระยะเวลาที่กำหนดตามสัญญา โดยแสดงรายละเอียดแผนการดำเนินการและร้อยละของความสำเร็จของงานแต่ละเดือน ส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา เพื่อกำกับและติดตามความก้าวหน้าในผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานดังกล่าวสำนักงาน กสทช. ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

๑๐.๖ ในกรณีที่สำนักงาน กสทช. มีความจำเป็นไม่อาจจัดให้ผู้รับจ้างทำการผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ได้ ครบถ้วนตามที่ระบุในขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔ และงบประมาณที่กำหนดในข้อ ๗ ด้วยเหตุประการใดก็ดี ผู้รับจ้างจะต้องยอมรับดำเนินงานจ้างและรับค่าจ้างไปตามจำนวนเงินที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการรับงานจ้างจริงเท่านั้น และผู้รับจ้างยอมรับที่จะไม่เรียกร้องค่าเสียหายใดๆ เพราะเหตุดังกล่าวจาก สำนักงาน กสทช.

๑๐.๗ ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานผลการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศพร้อมรายการส่งมอบงาน เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจสอบด้วย

สำนักสื่อสารองค์กร
มีนาคม ๒๕๖๘

คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ กรณีการจัดจ้าง วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้
 - (๑) กรณีเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย/กฎหมายต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ
 - (๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย/กฎหมายต่างประเทศ ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท

(๓) กรณี...


 ๒๕
 Emu

(๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัททุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางของประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารกลางของประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน โดยต้องมียอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท คิดเป็น ๑ ใน ๔ ของมูลค่าโครงการหรือรายการที่ยื่นเสนอในแต่ละครั้ง ทั้งนี้ สำหรับธนาคารภายในประเทศหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อให้ปฏิบัติตามแบบที่กำหนด

(๔) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาถือสัญชาติไทย/บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย จะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท คิดเป็น ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก จะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา ทั้งนี้ หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากซึ่งธนาคารออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอหรือวันลงนามในสัญญา ไม่เกิน ๙๐ วัน

(๕) กรณีเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งตามกฎหมายต่างประเทศและบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ตามข้อ (๒) (๓) (๔) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนดในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารเชิญชวนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) หรือมีหนังสือเชิญชวน จนถึงวันยื่นข้อเสนอ

คุณสมบัติในข้อ (๑) - (๔) นี้ ยกเว้นกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน เอกสารเชิญชวน เว้นแต่ในกรณีกิจการร่วมค้าที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียว เป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

ทั้งนี้...

๗๗
๗๘/ ๘๓๓

ทั้งนี้ กิจกรรมร่วมค้า หมายถึง “กิจกรรมที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าเป็นลายลักษณ์อักษรว่าจะดำเนินการร่วมกันเป็นทางการค้าหรือหากำไรระหว่างบริษัทกับบริษัท บริษัทกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือระหว่างบริษัทและ/หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลกับบุคคลธรรมดา คณะบุคคล ที่มีเซนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนสามัญ นิติบุคคลอื่น หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศ โดยข้อตกลงนั้นอาจกำหนดให้มีผู้เข้าร่วมค้าหลักก็ได้”

แบบหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ

เลขที่.....

วันที่.....

เรื่อง รับรองวงเงินสินเชื่อ

ตามที่.....(ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา).....เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร / เลขประจำตัวประชาชนเลขที่.....จะยื่นข้อเสนอในการประกวดราคาการจ้างผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ซึ่งตามประกาศและเอกสารประกวดราคาจ้างฯ กำหนดเงื่อนไขการยื่นข้อเสนอกรณีที่ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องขอวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอใน แต่ละครั้งชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา.....จึงมีความประสงค์ให้ธนาคาร..... (ชื่อธนาคาร).....รับรองวงเงินสินเชื่อเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย นั้น

.....(ชื่อธนาคาร).....ขอรับรองว่า.....
 (ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/ บุคคลธรรมดา).....มีวงเงินทุนหมุนเวียนในวงเงินไม่ต่ำกว่า.....บาท(.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....) และยินดีให้วงเงินสินเชื่อภายในวงเงิน บาท (.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....)

ขอแสดงความนับถือ

.....

.....(ชื่อผู้ลงนาม).....

.....(ชื่อธนาคาร).....

แบบหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

เลขที่.....

วันที่.....

เรื่อง รับรองวงเงินสินเชื่อ

ตามที่.....(ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา).....เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร/เลขประจำตัวประชาชน เลขที่.....จะยื่นข้อเสนอในการประกวดราคาการจ้างผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน ๘๕๐ MHz ๑๕๐๐ MHz ๑๘๐๐ MHz ๒๑๐๐ MHz ๒๓๐๐ MHz และ ๒๖ GHz ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ซึ่งตามประกาศและเอกสารประกวดราคาจ้างฯ กำหนดเงื่อนไขการยื่นข้อเสนอกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องขอวงเงินสินเชื่อจากรธนาคาร โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอใน แต่ละครั้งชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา.....จึงมีความประสงค์ให้ธนาคาร..... (ชื่อธนาคาร).....รับรองวงเงินสินเชื่อเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย นั้น

.....(ชื่อธนาคาร).....ขอรับรองว่า.....(ชื่อผู้ประกอบการนิติบุคคล/บุคคลธรรมดา).....มีวงเงินทุนหมุนเวียนในวงเงินไม่ต่ำกว่า.....บาท (.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....) และยินดีให้วงเงินสินเชื่อภายในวงเงินบาท (.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....)

ขอแสดงความนับถือ

..... (ชื่อธนาคาร).....

** เอกสารฉบับนี้จัดพิมพ์โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ **

Proof



ตารางการจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ
โครงการ.....

รายการพัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ..... (คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)
()