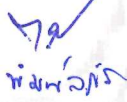




ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานการสร้างความตระหนักรู้การกิจการต่าง ๆ
ในการกำกับดูแลของ กสทช. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ในรายการประเภทต่าง ๆ
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักสื่อสารองค์กร ส่วนการผลิตสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๒,๗๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน)
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๖๙
เป็นเงิน ๒,๖๗๗,๕๐๐.๐๐ บาท (สองล้านหกแสนเจ็ดหมื่นเจ็ดพันห้าร้อยบาทถ้วน) ราคา/หน่วย (ถ้ามี) - บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 ๑. ราคาซื้อจากท้องตลาดจากใบเสนอราคา บริษัท เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
ลงวันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๖๙
 ๒. ราคาซื้อจากท้องตลาดจากใบเสนอราคา บริษัท แพนด้าเฮาส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
ลงวันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๖๙
 ๓. ราคาซื้อจากท้องตลาดจากใบเสนอราคา บริษัท ไนน์ตี้ไนน์ คอมมิวนิเคชั่น เอเจนซี่ จำกัด
ลงวันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๙
 ๔. ราคาซื้อจากท้องตลาดจากใบเสนอราคา บริษัท ซินเซีย ๘๘๘ จำกัด
ลงวันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๙
๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - ๖.๑ นายตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์ 
 - ๖.๒ นางสาวพิมพ์ลภัส ศรีนาคา 
 - ๖.๓ นางสาววรรณ เร่งสมบูรณ์สุข 

ข้อกำหนดและขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานการสร้างควมตระหนักรู้
การดำเนินงานภายใต้กิจการต่าง ๆ ในการกำกับดูแลของ กสทช.
ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ในรายการประเภทต่าง ๆ

.....

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ ประจำปี ๒๕๖๙ เพื่อรองรับการประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงสอดคล้องกับภารกิจ หน้าที่ และการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ในปี ๒๕๖๙ ทั้งนี้ ได้กำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์และประเด็นเนื้อหาสำคัญ เพื่อสร้างการรับรู้ต่อทิศทางการดำเนินงาน แผนงาน และนโยบายของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมถึงเผยแพร่ข้อมูลที่จะช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้และประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัล อันจะส่งผลให้ประชาชนผู้ใช้บริการมีความเข้าใจต่อบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. และช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน สบ. ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายภายนอกที่ต้องการสื่อสารไว้หลากหลายกลุ่ม เนื่องจากการสื่อสารเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน ทั้งในฐานะผู้ใช้บริการ ผู้รับบริการ และผู้ให้บริการเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยแต่ละกลุ่มจำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม และเพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครอบคลุม จึงมีการวางแผนกระจายการประชาสัมพันธ์ผ่านหลายช่องทาง โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลากหลาย และมีการออกอากาศครอบคลุมในวงกว้าง ทั้งยังเหมาะสำหรับการสร้างการรับรู้ การจดจำ และการระลึกถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจ้างผลิตสื่อให้ความรู้และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กสทช. ผ่านรายการในสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยเฉพาะในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ ในประเด็นต่าง ๆ จำเป็นต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อโทรทัศน์จึงยังคงเป็นช่องทางหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชน เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ทั้งภาพ เสียง และการเล่าเรื่อง ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่าย และสร้างการจดจำได้ดี นอกจากนี้ สื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ประชาชนจำนวนมากให้ความเชื่อถือ จากข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานและการสร้างการตระหนักรู้ของการดำเนินงานภายใต้กิจการต่าง ๆ ในการกำกับดูแลของ กสทช. จากข้อมูลปี ๒๕๖๗ สำนักงาน กสทช. และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ร่วมมือจัดทำผลสำรวจพฤติกรรมการใช้และการเข้าถึงโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ จากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศทั้งสิ้น ๓๑,๕๐๐ คน พบว่า การรับชมรายการโทรทัศน์ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมจากประชาชน โดยประชาชนร้อยละ ๘๕.๓ ระบุว่า การรับชมรายการโทรทัศน์ เมื่อแบ่งกลุ่มอายุผู้รับชม ประชาชนกลุ่มอายุ ๕๘ - ๗๖ ปี มีสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ในสัดส่วนสูงสุด ร้อยละ ๘๘.๗ รองลงมา คือ กลุ่มอายุ ๔๓ - ๕๗ ปี รับชมร้อยละ ๘๗.๙ กลุ่มอายุ ๒๕ - ๔๒ ปี รับชมร้อยละ ๘๓.๒ และกลุ่มอายุ ๑๘ - ๒๔ ปี รับชมร้อยละ ๗๗ และสามารถจัดอันดับการรับชมประเภทรายการ ๕ อันดับแรก ได้ดังนี้ รายการข่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๙๐.๑ ละคร/ซีรีส์ ร้อยละ ๗๑.๘ รายการวาไรตี้ ร้อยละ ๔๘ ภาพยนตร์ ร้อยละ ๓๑.๕ และรายการกีฬา ร้อยละ ๒๙.๕ ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว การเลือกประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ นอกจากการเข้าถึงประชาชนแล้ว รายการโทรทัศน์ยังมีข้อดีในด้านความหลากหลายของรูปแบบรายการ ซึ่งแต่ละรายการมีเอกลักษณ์และกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างกัน เช่น รายการข่าว รายการสนทนาเชิงข่าว รายการสาระความรู้ รายการด้านอาชีพ และรายการไลฟ์สไตล์ การนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับรูปแบบและสไตล์ของแต่ละรายการ

จะช่วยให้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์มีความกลมกลืนกับรูปแบบของรายการ ทำให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลได้อย่างเป็นธรรมชาติ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของรายการนั้น ๆ ได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะรายการข่าวประเภทเล่าข่าว หรือการสนทนาเชิงข่าว ซึ่งมีจุดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของการพูดคุย อธิบาย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ข้อมูลที่อาจมีความซับซ้อน เช่น เรื่องการเตือนภัยต่าง ๆ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบเครือข่าย หรือการให้บริการด้านเทคโนโลยี สามารถอธิบายให้เข้าใจง่ายและใกล้ตัวผู้ชมมากขึ้น ซึ่งจะแตกต่างจากการรายงานข่าวหรือสื่ूपรายงานข่าวทั่วไป ที่จะนำเสนอข้อมูลในลักษณะสั้นและเน้นเหตุการณ์เป็นหลัก การนำเสนอในรูปแบบรายการสนทนาจึงสามารถขยายประเด็น อธิบายรายละเอียด และยังสามารถยกตัวอย่างการใช้งานจริง เพื่อช่วยให้ผู้ชมเข้าใจประโยชน์ของเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเลือกช่วงเวลาในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากแต่ละช่วงเวลาจะมีกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาเช้ามักเป็นช่วงของรายการข่าวภาคเช้า ซึ่งมีผู้ชมหลักเป็นประชาชนทั่วไปและกลุ่มวัยทำงานที่ติดตามข่าวสารก่อนเริ่มต้นวันใหม่ ช่วงเวลากลางวัน มักมีผู้ชมเป็นผู้ที่อยู่ที่บ้าน เช่น ผู้สูงอายุ หรือผู้ที่ทำงานจากที่บ้าน ส่วนช่วงเย็นถึงค่ำถือเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนมาก โดยเฉพาะช่วงข่าวภาคค่ำ ซึ่งมีกลุ่มผู้ชมหลักเป็นประชาชนทั่วไปและกลุ่มวัยทำงานที่กลับจากการทำงาน ดังนั้น การเลือกเผยแพร่เนื้อหาผ่านรายการและช่วงเวลาที่หลากหลายช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้หลากหลาย อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างการรับรู้ของข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารได้ดี และตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ สื่อโทรทัศน์ยังสามารถช่วยเสริมประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมด้วยการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสปอตโทรทัศน์ (TV Spot) ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบสั้น กระชับ และสามารถนำเสนอสาระสำคัญได้อย่างชัดเจนภายในระยะเวลาจำกัด เช่น ๑๕ - ๓๐ วินาที สปอตโทรทัศน์ สามารถช่วยเน้นย้ำประเด็นสำคัญของข้อมูลที่ต้องการสื่อสารได้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย และมีความชัดเจน และสามารถออกอากาศซ้ำได้หลายช่วงเวลา ซึ่งทำให้เกิดความถี่ในการรับรู้ของผู้ชมมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนสามารถจดจำข้อมูลใจความสำคัญ ตลอดจนวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ สปอตโทรทัศน์ยังสามารถใช้ภาพ เสียง และกราฟิกประกอบเพื่อช่วยดึงความสนใจและสร้างการจับใจได้ง่ายยิ่งขึ้น และยังสามารถนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ได้อีกด้วย

ดังนั้น การให้ความรู้และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กสทช. ผ่านรายการในสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลช่องต่าง ๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายทั้งรายการข่าว รายการสนทนาเชิงข่าว รายการวาไรตี้ และการเผยแพร่ผ่านสปอตโทรทัศน์ ควบคู่กับการเลือกช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสม จะช่วยให้การสื่อสารข้อมูลสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการผลิตเนื้อหาให้สอดคล้องกับสไตล์และจุดเด่นของแต่ละรายการ ยังช่วยทำให้การนำเสนอมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย แตกต่างจากการรายงานข่าวทั่วไปได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสำนักงาน กสทช.

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานการสร้างความตระหนักรู้การดำเนินงาน ภายใต้กิจการต่าง ๆ ในการกำกับดูแลของ กสทช. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ในรายการประเภทต่าง ๆ

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานที่กำหนด ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ตลอดจนแนวปฏิบัติตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ตามที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

๓.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทรับจ้างผลิต วางแผน และเผยแพร่สื่อ โดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสามแสนบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงาน กสทช. เชื่อถือ โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงาน กรณีเป็นผลงานของหน่วยงานเอกชนต้องส่งสำเนาสัญญาเพิ่มเติมและหลักฐานการชำระภาษี มาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอด้วย

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานการสร้างความตระหนักรู้ การดำเนินงานภายใต้กิจการต่าง ๆ ในการกำกับดูแลของ กสทช. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ในรายการประเภทต่าง ๆ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้ หรือประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือเนื้อหาข้อมูลข่าวสารอื่นใดตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยต้องมีความเหมาะสมกับการนำไปใช้เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยมีรายละเอียดและข้อกำหนดดังนี้

๔.๑ ศึกษาข้อมูลและบริบทที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของสำนักงาน กสทช. โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้แก่ประชาชนในประเด็นที่มีความสำคัญ เช่น ภัยคุกคามทางไซเบอร์ หรือการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ต้องกำหนดแนวคิดหลัก รูปแบบการนำเสนอ และแนวทางการสื่อสารที่มีความชัดเจน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดทำแผนการดำเนินงานทั้งหมดอย่างละเอียด ซึ่งต้องสอดคล้อง ครอบคลุมกับเนื้อหา ระยะเวลา และทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๑.๑ วางแผนการผลิต รูปแบบแผนการดำเนินงาน จัดทำเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และลักษณะเด่นของแต่ละรายการโทรทัศน์ และมีความเหมาะสมในการเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องนำเสนอแผนดังกล่าวให้ สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการเผยแพร่จริง

๔.๑.๒ วางแผนการเผยแพร่สื่อทางสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Media Plan) โดยกำหนดช่องทาง ระยะเวลา และความถี่ในการออกอากาศให้เหมาะสมกับเนื้อหาและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ ต้องมีความชัดเจนสามารถตรวจสอบได้ โดยต้องนำเสนอแผนดังกล่าวให้สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการเผยแพร่จริง

๔.๒ การผลิต

ผลิตเนื้อหา ตามข้อ ๔.๑ ในรูปแบบสไลด์นิ่ง หรือ สไลด์พิเศษ หรือ รายการสั้น หรือ ช่วงพิเศษ ในรูปแบบ ภาพจริง ผสม Infographic ความยาวอย่างน้อย ๓ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน โดยจัดทำสคริปต์ (Script) หรือเนื้อเรื่อง (Storyboard) และรายละเอียดของแต่ละตอน ให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง และเหมาะสมกับการเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยต้องมีคุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD (๑๐๘๐P) หรือดีกว่า ในรูปแบบไฟล์วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MOV – เข้ารหัส (Codec) แบบ ProRes ๔๒๒ คุณภาพของภาพและเสียงที่เหมาะสมตามมาตรฐาน สำหรับการเผยแพร่ทางสื่อทั่วไป

Proof

๗๗ พิมพ์อักษร

๔.๒.๒ ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MP๔ – ตัวแปลงสัญญาณวิดีโอ: H.๒๖๔ หรือดีกว่า คุณภาพของภาพและเสียงที่เหมาะสมตามมาตรฐาน สำหรับการเผยแพร่ทางสื่อทั่วไป

๔.๓ การเผยแพร่เนื้อหาที่ผลิต

ดำเนินการเผยแพร่เนื้อหาที่ได้ผลิตตามข้อ ๔.๒ ในรายการทางสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล โดยต้องเผยแพร่ในรายการประเภทรายการข่าว เล่าข่าว หรือรายงานข่าว หรือวิเคราะห์ข่าว หรือใกล้เคียง จำนวน ๒ รายการ รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง โดยกำหนดช่วงเวลาออกอากาศให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการรับชมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

๔.๓.๑ ช่วงเช้า ระหว่างวันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา ๐๗.๐๐ น. - ๑๐.๐๐ น. จำนวน ๑ รายการ ออกอากาศสัปดาห์ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

๔.๓.๒ ช่วงค่ำ ระหว่างวันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา ๒๐.๐๐ น. - ๒๓.๐๐ น. จำนวน ๑ รายการ ออกอากาศสัปดาห์ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

๔.๔ การเผยแพร่สποดโฆษณาของสำนักงาน กสทช.

ดำเนินการนำสποดโฆษณาของสำนักงาน กสทช. ความยาว ๓๐ วินาที ไปใช้เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล โดยต้องมีจำนวนการเผยแพร่รวมกันไม่น้อยกว่า ๔๒ ครั้ง ซึ่งกำหนดให้มีการโฆษณาตามประเภทรายการที่ได้รับความนิยม ดังนี้

๔.๔.๑ เผยแพร่ในรายการประเภทรายการข่าว เล่าข่าว หรือรายงานข่าว หรือวิเคราะห์ข่าว หรือใกล้เคียง จำนวน ๓ รายการ ช่วงระหว่างวันจันทร์ - วันศุกร์ ออกอากาศสัปดาห์ไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง

๔.๔.๒ เผยแพร่ในรายการประเภทรายการวาไรตี้ หรือ รายการบันเทิง หรือรายการให้ความรู้ในการดำเนินชีวิต หรือใกล้เคียง จำนวน ๑ รายการ ช่วงระหว่างวันเสาร์ - วันอาทิตย์ ออกอากาศสัปดาห์ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง

๔.๕ การรายงานผลการดำเนินงาน

ต้องจัดทำรายงานผลการผลิตและเผยแพร่การประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จและส่งมอบงานตามที่สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช. กำหนด ทั้งนี้ การจัดทำรายงานถือเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้เสร็จสิ้นตามขอบเขตของงานนี้ โดยรายงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

๔.๕.๑ หลักฐานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ บท สคริปต์ (Script) หรือเนื้อเรื่อง (Storyboard) ที่ได้รับความเห็นชอบแล้ว พร้อมสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลิต

๔.๕.๒ ตัวอย่างบันทึกรายการที่มีการนำเนื้อหาการประชาสัมพันธ์หรือการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ ที่สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช. จัดส่งให้ทำการออกอากาศเผยแพร่

๔.๕.๓ หลักฐานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือหรือใบรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์ หรือรายการ ซึ่งมีเนื้อหายืนยันว่าได้มีการออกอากาศตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๕.๔ จำนวนวันที่ไม่สามารถออกอากาศได้ พร้อมเหตุขัดข้องในการที่ไม่สามารถออกอากาศพร้อมข้อเสนอในการออกอากาศชดเชย (ถ้ามี)

๔.๖ ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ที่ต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของค่าพัสดุที่ใช้งานจ้างนั้น (ถ้ามี) โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุดังกล่าวตามแบบที่กำหนดในภาคผนวก ๑ ส่งให้ผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา ๑๖๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน กรณีวันส่งมอบงานเป็นวันหยุดราชการ ให้ถือวันเปิดวันทำการวันแรกเป็นวันครบกำหนดการส่งมอบ

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนซึ่งต้องใช้เทคนิคและวิธีการดำเนินงาน โดยต้องคำนึงประสิทธิภาพ ผลงาน คุณภาพ มาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับ ชีตความสามารถและวิธีดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอ ซึ่งมีข้อเสนอเกี่ยวกับวิธีดำเนินงาน ตามขอบเขตงานที่ไม่อยู่ในฐานเดียวกันส่งผลให้เกิดปัญหาในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ จึงกำหนดให้มีการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเพื่อพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำก่อน ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.๒๕๖๐ มาตรา ๖๕ และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ ๒๕๖๐ ข้อ ๘๓(๓) และผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคแล้ว สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาด้านเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักระหว่างเกณฑ์ราคาเท่ากับร้อยละ ๒๐ และเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ ๘๐ โดยคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

๖.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน ๑ ชุด

๖.๒ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสาร หลักฐานต่าง ๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้องและพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อย หรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น

๖.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่ผ่านการพิจารณาตามข้อ ๖.๒ และทำการประเมินข้อเสนอด้านเทคนิคโดยมีสัดส่วนน้ำหนักในการให้คะแนนรวมร้อยละ ๘๐ โดยมีคะแนนและสัดส่วนน้ำหนักในการให้คะแนนแต่ละหัวข้อ ดังนี้

๖.๓.๑ การพิจารณาเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่น) (น้ำหนักร้อยละ ๘๐) หัวข้อในการพิจารณา ประกอบด้วย

๖.๓.๑.๑	กรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูล	น้ำหนักร้อยละ ๒๐
๖.๓.๑.๒	แนวคิดในการผลิตสื่อ ความคิดสร้างสรรค์ด้านการผลิตสื่อ การนำเสนอ	น้ำหนักร้อยละ ๑๖
๖.๓.๑.๓	แนวคิดในการเลือกรายการ และกลยุทธ์ในการเผยแพร่ตามที่กำหนดเอาไว้	น้ำหนักร้อยละ ๑๖

Ch

Proof

๖๖

หน้า ๖๖

๖.๓.๑.๔ สรุปขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด โดยละเอียด

น้ำหนักร้อยละ ๑๖

๖.๓.๑.๕ ทีมงาน บุคลากร และผลงานที่เกี่ยวข้อง

น้ำหนักร้อยละ ๑๒

๖.๓.๒ ในการพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่นตามหัวข้อดังกล่าวข้างต้น ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจะต้องได้รับคะแนนรวมเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้วไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ (ไม่น้อยกว่า ๖๔ คะแนน)

๖.๓.๓ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๖.๓ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ตามสัดส่วนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์ข้อเสนอด้านเทคนิคที่กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะบันทึกผลการให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่นในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๖.๔ การพิจารณาเกณฑ์ราคา (ข้อเสนอด้านราคา) (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)

ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement :e-GP) จะพิจารณาให้คะแนนเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ในระบบ โดยข้อเสนอด้านราคาของผู้ยื่นข้อเสนอ ต่ำสุด จะได้คะแนนเต็ม และข้อด้านราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดหลั่นลงตามช่วงห่างของราคาซึ่งเป็นการคำนวณคะแนนในระบบ e-GP

๖.๕ การพิจารณาข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือก

ระบบ e-GP จะรวมคะแนนข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่น (เกณฑ์อื่น) รวมกับข้อเสนอด้านราคา (เกณฑ์ราคา) ตามสัดส่วนเกณฑ์อื่นร้อยละ ๘๐ และเกณฑ์ราคาร้อยละ ๒๐ และจัดเรียงตามคะแนนไว้อย่างน้อย ๓ ลำดับ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นตามข้อ ๖.๑ ได้รับคะแนนประเมินเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่นรวมสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และสำนักงาน กสทช. โดยคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

๖.๖ การจัดทำเอกสารข้อเสนอ

เพื่อประกอบการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอตามเกณฑ์การพิจารณาดังกล่าวข้างต้น ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำข้อเสนอตามรายการและแบบกำหนดในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และยื่นเสนอในระบบ e-GP อย่างน้อย ดังนี้

๖.๖.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอ : ให้จัดทำตามรายการเอกสารหลักฐานที่กำหนดในประกาศประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และเอกสารหลักฐานผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ในข้อ ๓.๒

๖.๖.๒ เอกสารข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น : ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นเพื่อการพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ ประกอบด้วย

๖.๖.๒.๑ กรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูล จากเนื้อหาหรือหัวข้อที่กำหนด : โดยต้องอธิบายรายละเอียดที่มาของกรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเนื้อหาข้อมูลของโครงการ ความครบถ้วนของข้อมูล ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ แนวคิด แนวทางการคิดวิเคราะห์จากหัวข้อที่กำหนด ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงานข้อ ๔ โดยละเอียดอย่างครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล ที่นำเสนอในข้อเสนอด้านเทคนิค

๖.๖.๒.๒ แนวคิดในการผลิตสื่อ ความคิดสร้างสรรค์ด้านการผลิตสื่อ การนำเสนอ จากเนื้อหาหรือหัวข้อที่กำหนด : โดยต้องนำเสนอและอธิบายรายละเอียดที่มาของแนวคิดหลัก วิธีการในการผลิต การนำเสนอ เช่นรูปแบบสื่อบันทึก รูปแบบวาไรตี้ ละครสั้น การพูดคุยTalk หรือสัมภาษณ์ ที่สอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลของโครงการ ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ แนวคิด แนวทางการคิดวิเคราะห์ จากหัวข้อที่กำหนด ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงาน

๖.๖.๒.๓ แนวคิดในการเลือกรายการ และกลยุทธ์ในการเผยแพร่ตามที่กำหนด เอาไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน : โดยต้องอธิบายรายละเอียดความเหมาะสมในการเลือกใช้กลยุทธ์สร้างการรับรู้ ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงาน

๖.๖.๒.๔ สรุปขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด โดยละเอียด : โดยต้องอธิบายรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงาน โดยละเอียดอย่างครบถ้วน

๖.๖.๒.๕ ทีมงาน บุคลากร และผลงานที่เกี่ยวข้อง : โดยแจกแจงรายละเอียดของทีมงาน ทีมงาน บุคลากร และผลงานที่เกี่ยวข้อง ตามที่กำหนดไว้อย่างครบถ้วน

๖.๖.๓ ข้อเสนอด้านราคา : ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอราคาตามแบบที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่กำหนด และเสนอราคาในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ e-GP) ของกรมบัญชีกลาง โดยราคารวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว

๗. วงเงินงบประมาณ

งบประมาณดำเนินการภายในวงเงินงบประมาณ ๒,๗๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๔ ของสำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร หมวดค่าใช้จ่ายสื่อรายจ่ายในการประชาสัมพันธ์

๘. งวดงานและการจ่ายเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็น ๒ งวด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๘.๑ งวดที่ ๑ จำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบรายงานสรุปแผนการดำเนินงานและศึกษาข้อมูลการดำเนินงานเป็นเอกสารการส่งมอบงาน ตามข้อ ๔.๑ ทั้งหมด พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน โดยแจกแจงรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ในรูปแบบของเอกสารรายงานสรุป จำนวน ๑ ชุด และส่งมอบไฟล์ดิจิทัล จำนวน ๑ ชุด ให้แก่ สำนักงาน กสทช. ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๘.๒ งวดที่ ๒ จำนวนเงินร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานผลิตและรายงานสรุปผลการเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อต่าง ๆ เป็นเอกสารการส่งมอบงาน ตามข้อ ๔.๒ – ๔.๕ พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน โดยแจกแจงรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ในรูปแบบของเอกสารรายงานสรุปผลการดำเนินงาน รวมถึงชิ้นงานที่ผลิตขึ้น ทั้งนี้ ให้ผู้รับจ้าง บันทึกรายงานสรุปผลการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเอกสารการส่งมอบงาน พร้อมทั้งส่งมอบไฟล์ดิจิทัล จำนวน ๑ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. ภายใน ๑๖๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

Ch

๙. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของค่าจ้างตามสัญญา นับถัดจากวันที่กำหนดจนถึงวันที่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง

๑๐. เงื่อนไขอื่น ๆ

๑๐.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างต่อหน่วยของงานแต่ละรายการหรือแต่ละชิ้นงาน ทั้งในอัตราราคาค่าจ้างมาตรฐานทั่วไปในท้องตลาดของงานแต่ละรายการหรือชิ้นงานนั้น และอัตราค่าจ้างต่อหน่วยที่เสนอรับจ้างครั้งนี้ โดยจัดทำเสนอมาพร้อมกับการเสนอราคาต่อสำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของอัตราค่าจ้าง และหากสำนักงาน กสทช. ตกลงจ้างและทำสัญญาเรียบร้อยแล้ว จะถือเอาอัตราค่าจ้างต่อหน่วยที่ได้ตกลงกันเป็นที่สุดท้ายแล้ว มาเป็นเกณฑ์ในการคำนวณเงินค่าจ้างที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างต่อไป

๑๐.๒ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน และสำนักงาน กสทช. ให้ความเห็นชอบ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

๑๐.๓ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่นๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องที่พวงแทน สำนักงาน กสทช.

๑๐.๔ ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานผลการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศตามที่แนบในภาคผนวก ๓ พร้อมกับการส่งมอบงาน เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจสอบด้วย

๑๐.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องทำแผนการดำเนินงานให้บรรลุความสำเร็จตามขอบเขตของงานภายในระยะเวลาที่กำหนดตามสัญญา โดยแสดงรายละเอียดแผนการดำเนินการและร้อยละของความสำเร็จของงานแต่ละเดือนส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา เพื่อกำกับและติดตามความก้าวหน้าในผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานดังกล่าวสำนักงาน กสทช. ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

๑๐.๖ ผู้รับจ้างต้องปรับแก้ไขงานผลิตสื่อ ตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

๑๐.๗ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๕ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

สำนักสื่อสารองค์กร

พฤษภาคม ๒๕๖๙





ตารางการจัดทำแผนการใช้พืชผลที่ผลิตภายในประเทศ

โครงการ.....

รายการพืชหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พืชผลที่ผลิตภายในประเทศ

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

ลงชื่อ..... (คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)
()




พิมพ์ดิ

รายละเอียดหัวข้อในการให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

ระดับคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
๑. กรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูล จากเนื้อหาหรือหัวข้อที่กำหนด ตามข้อ ๖.๖.๒.๑ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)	
๕๐ คะแนน	นำเสนอและอธิบายภาพรวมความรู้ความเข้าใจในข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับภารกิจด้านการกำกับดูแลของสำนักงาน กสทช. เทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล โดยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน
๓๐ คะแนน	นำเสนอและอธิบายภาพรวมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับหน่วยงานรัฐ ที่มีความเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนและสามารถสร้างการรับรู้ได้เป็นวงกว้าง
๒๐ คะแนน	นำเสนอ อธิบาย และวิเคราะห์รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย (Target) ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน
<p>การให้คะแนนในแต่ละหัวข้อย่อยในหัวข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายรายละเอียดที่มาของกรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเนื้อหาข้อมูลของโครงการ ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ แนวคิด แนวทางการคิดวิเคราะห์ จากหัวข้อที่กำหนด ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงาน หากในหัวข้อย่อยใดไม่ชัดเจน หรือสอดคล้องกับขอบเขตของงานเพียงบางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้ไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อย่อยนั้น สำหรับในกรณีที่มีการอธิบายรายละเอียดของในแต่ละหัวข้อได้ ชัดเจน เหมาะสม มีความเป็นเหตุ เป็นผล ได้ครบถ้วน คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบ จัดลำดับตามความละเอียด หรือความโดดเด่น หรือความน่าสนใจ ในการนำเสนอใ้เรียงตามลำดับ เช่น ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐ ลำดับที่ ๓ จะได้คะแนนร้อยละ ๘๐ และลำดับที่ ๔ จะได้คะแนนร้อยละ ๗๐ เป็นต้น โดยในแต่ละลำดับสามารถมีได้มากกว่า ๑ ผู้ยื่นข้อเสนอ และในกรณีที่มีผู้ยื่นข้อเสนอเพียง ๒ ราย คณะกรรมการฯ จะมีการจัดลำดับ ๒ ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐</p>	
๒. แนวคิดในการผลิตสื่อ ความคิดสร้างสรรค์ด้านการผลิตสื่อ การนำเสนอจากเนื้อหาหรือหัวข้อที่กำหนด ตามข้อ ๖.๖.๒.๒ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ ๑๖)	
๕๐ คะแนน	นำเสนอและอธิบายรูปแบบของรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งอธิบายคอนเซ็ปต์ (Concept) แนวคิดหลักที่ต้องการจะสื่อสาร ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ โดยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน
๕๐ คะแนน	นำเสนอตัวอย่างและโครงสร้างของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน
<p>การให้คะแนนในแต่ละหัวข้อย่อยในหัวข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายรายละเอียดที่มาของกรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเนื้อหาข้อมูลของโครงการ ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ แนวคิด แนวทางการคิดวิเคราะห์ จากหัวข้อที่กำหนด ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงาน หากในหัวข้อย่อยใดไม่ชัดเจน หรือสอดคล้องกับขอบเขตของงานเพียงบางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้ไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อย่อยนั้น สำหรับในกรณีที่มีการอธิบายรายละเอียดของ</p>	

ในแต่ละหัวข้อได้ ชัดเจน เหมาะสม มีความเป็นเหตุ เป็นผล ได้ครบถ้วน คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบ จัดลำดับตามความละเอียด หรือความโดดเด่น หรือความน่าสนใจ ในการนำเสนอใ้เรียงตามลำดับ เช่น ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐ ลำดับที่ ๓ จะได้คะแนนร้อยละ ๘๐ และลำดับที่ ๔ จะได้คะแนนร้อยละ ๗๐ เป็นต้น โดยในแต่ละลำดับสามารถมีได้มากกว่า ๑ ผู้ยื่นข้อเสนอ และในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเพียง ๒ ราย คณะกรรมการฯ จะมีการจัดลำดับ ๒ ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐

๓. แนวคิดในการเลือกรายการ และกลยุทธ์ในการเผยแพร่ตามที่กำหนดเอาไว้ ตามข้อ ๖.๖.๒.๓ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ ๑๖)

๓๐ คะแนน	นำเสนอกลยุทธ์แผนดำเนินการเผยแพร่โดยนำเสนอช่องทางโทรทัศน์ รายการ และช่วงเวลาในการออกอากาศ ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งอธิบายอย่างเหมาะสม ชัดเจนและครบถ้วน
๔๐ คะแนน	นำเสนอแผนดำเนินการเผยแพร่ โดยทุกรายการที่นำเสนอ จะต้องมีการทำสัญญากับช่องโทรทัศน์ครบถ้วนทุกรายการ พร้อมทั้งแนบหลักฐานการทำสัญญาที่สามารถตรวจสอบได้อย่างเป็นรูปธรรม
๓๐ คะแนน	นำเสนอแผนดำเนินการเผยแพร่ โดยทุกรายการที่นำเสนอ จะต้องมีการมีหนังสือรับรองการเป็นผู้เช่าเวลาเผยแพร่พออกอากาศที่ได้รับจากช่องโทรทัศน์ครบถ้วนทุกรายการ พร้อมทั้งแนบหลักฐานเป็นหนังสือรับรองที่สามารถตรวจสอบได้อย่างเป็นรูปธรรม

การให้คะแนนในแต่ละหัวข้อย่อยในหัวข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายรายละเอียดที่มากของกรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเนื้อหาข้อมูลของโครงการ ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ แนวคิด แนวทางการคิดวิเคราะห์ จากหัวข้อที่กำหนด ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงาน หากในหัวข้อย่อยใดไม่ชัดเจน หรือสอดคล้องกับขอบเขตของงานเพียงบางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้ไม่ได้รับคะแนนในหัวข้อย่อยนั้น สำหรับในกรณีที่มีการอธิบายรายละเอียดของในแต่ละหัวข้อได้ ชัดเจน เหมาะสม มีความเป็นเหตุ เป็นผล ได้ครบถ้วน คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบ จัดลำดับตามความละเอียด หรือความโดดเด่น หรือความน่าสนใจ ในการนำเสนอใ้เรียงตามลำดับ เช่น ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐ ลำดับที่ ๓ จะได้คะแนนร้อยละ ๘๐ และลำดับที่ ๔ จะได้คะแนนร้อยละ ๗๐ เป็นต้น โดยในแต่ละลำดับสามารถมีได้มากกว่า ๑ ผู้ยื่นข้อเสนอ และในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเพียง ๒ ราย คณะกรรมการฯ จะมีการจัดลำดับ ๒ ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐

๔. สรุปขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด โดยละเอียด ตามข้อ ๖.๖.๒.๔ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ ๑๖)



๓๐ คะแนน	นำเสนอแผนการดำเนินงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง เอกสารพิจารณาผลฯและมีแผนการส่งมอบงาน ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบระยะเวลาการดำเนินงาน และขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน
๔๐ คะแนน	นำเสนอแผนการผลิตสื่อโฆษณาและมีแผนการส่งมอบงาน ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบระยะเวลาการดำเนินงาน และขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน
๓๐ คะแนน	นำเสนอแผนการเผยแพร่สื่อโฆษณาผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ และมีแผนการส่งมอบงาน ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบระยะเวลาการดำเนินงานและขอบเขตของงานได้อย่าง เหมาะสม ชัดเจน และครบถ้วน

การให้คะแนนในแต่ละหัวข้อย่อยในหัวข้อนี้ จะพิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่อธิบายรายละเอียดที่มาของกรอบแนวคิดหลัก ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเนื้อหาข้อมูลของโครงการ ตลอดจนความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดแนวทางการคิดวิเคราะห์ จากหัวข้อที่กำหนด ได้ครอบคลุมครบถ้วนตามขอบเขตของงาน หากในหัวข้อย่อยใดไม่ชัดเจน หรือสอดคล้องกับขอบเขตของงานเพียงบางส่วน จะได้คะแนนครึ่งหนึ่งของหัวข้อนั้น และกรณีไม่อธิบายหัวข้อใดก็จะได้คะแนนในหัวข้อย่อยนั้น สำหรับในกรณีที่มีการอธิบายรายละเอียดของในแต่ละหัวข้อได้ ชัดเจน เหมาะสม มีความเป็นเหตุ เป็นผล ได้ครบถ้วน คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบ จัดลำดับตามความละเอียด และสอดคล้องกับการดำเนินงานในการนำเสนอไล่เรียงตามลำดับ เช่น ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐ ลำดับที่ ๓ จะได้คะแนนร้อยละ ๘๐ และลำดับที่ ๔ จะได้คะแนนร้อยละ ๗๐ เป็นต้น โดยในแต่ละลำดับสามารถมีได้มากกว่า ๑ ผู้ยื่นข้อเสนอ และในกรณีที่มีผู้ยื่นข้อเสนอเพียง ๒ ราย คณะกรรมการฯ จะมีการจัดลำดับ ๒ ลำดับ ดังนี้ ลำดับที่ ๑ จะได้คะแนนร้อยละ ๑๐๐ ลำดับที่ ๒ จะได้คะแนนร้อยละ ๙๐

๕. ทีมงาน บุคลากร และผลงานที่เกี่ยวข้อง ตามข้อ ๖.๖.๒.๕ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนักร้อยละ ๑๒)

๐ คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ
๖๐ คะแนน	มีการนำเสนอรายชื่อทีมงานบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่
๗๐ คะแนน	มีการนำเสนอรายชื่อทีมงานบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่อย่างครบถ้วนทั้งเจ้าหน้าที่ ทั้งผู้ประสานงานกลาง ผู้จัดการโครงการ <u>Media Planner Strategic Planner</u>
๘๐ คะแนน	มีการนำเสนอรายชื่อทีมงานบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่อย่างครบถ้วนทั้งเจ้าหน้าที่ ทั้งผู้ประสานงานกลาง ผู้จัดการโครงการ <u>Media Planner Strategic Planner</u> รวมถึงมีผลงานประเภทงานวางแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การสร้างความรู้ รวมทั้งการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ โดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ไม่น้อยกว่า ๓ ผลงาน ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปีย้อนหลัง (๒๕๖๙ - ๒๕๖๖)
๙๐ คะแนน	มีการนำเสนอรายชื่อทีมงานบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่อย่างครบถ้วนทั้งเจ้าหน้าที่ ทั้งผู้ประสานงานกลาง ผู้จัดการโครงการ <u>Media Planner Strategic Planner</u> รวมถึงมีผลงานประเภทงานวางแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การสร้างความรู้ รวมทั้งการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ โดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท ไม่น้อยกว่า ๓ ผลงาน ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปีย้อนหลัง (๒๕๖๙ - ๒๕๖๖)
๑๐๐ คะแนน	มีการนำเสนอรายชื่อทีมงานบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่อย่างครบถ้วนทั้งเจ้าหน้าที่ ทั้งผู้ประสานงานกลาง ผู้จัดการโครงการ <u>Media Planner Strategic Planner</u> รวมถึงมีผลงานประเภทงานวางแผนกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การสร้างความรู้ รวมทั้งการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เฉพาะผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ โดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ไม่น้อยกว่า ๓ ผลงาน ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปีย้อนหลัง (๒๕๖๙ - ๒๕๖๖)

หมายเหตุ : ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจะต้องได้รับคะแนนรวมเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้วไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

ตารางรายงานผลการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

การใช้วัสดุทั้งโครงการ

รายการวัสดุทั้งโครงการ

xxx

รายการ

มูลค่าวัสดุทั้งโครงการ

xxx

บาท

มูลค่าการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

รายการ	หน่วย (บาท)	จำนวนเงิน	อัตรา (ร้อยละ)
มูลค่าวัสดุที่ผลิตภายในประเทศ			
มูลค่าวัสดุที่ผลิตจากต่างประเทศ			

ปริมาณการใช้เหล็กทั้งโครงการ

ปริมาณการใช้เหล็กทั้งโครงการ

xxx

ตัน

มูลค่าเหล็กทั้งโครงการ

xxx

บาท

รายการ	หน่วย (ตัน)	จำนวน (ตัน)	อัตรา (ร้อยละ)
ปริมาณการใช้เหล็ก			

สรุป

- เป็นไปตามกฎกระทรวงกำหนดวัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๖๓
- ร้อยละ ๖๐ วัสดุทั่วไป (มูลค่า)
- ร้อยละ ๘๐ เหล็ก (ปริมาณ)
- ไม่เป็นไปตามกฎกระทรวงกำหนดวัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๖๓

เหตุผล/ความจำเป็นที่ไม่สามารถดำเนินการได้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....(ประธานกรรมการตรวจรับพัสดุ)

()



