

ขอบเขตการดำเนินงาน (Term of Reference)

การจ้างประชาสัมพันธ์การลงทะเบียนรักษาสิทธิผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (แอปพลิเคชัน ๓ ชั้น) ปี ๒๕๖๓

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วย สำนักงาน กสทช. ได้พัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน ๓ ชั้น “ตรวจ แจ้ง ล็อก” แอปพลิเคชัน ๓ ชั้นสามารถ ตรวจสอบได้ว่าเลขบัตรประชาชนของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกลงทะเบียนไว้ที่เบอร์ แจ้งเบอร์แปลกปลอมและเบอร์ที่ขาดหายไป ล็อกและปลดล็อกการเปิดเบอร์โทรศัพท์มือถือใหม่ได้ด้วยตนเอง โดยปัจจุบันมีการพัฒนาและปรับปรุงระบบให้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถลงทะเบียนเปิดใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง รวมทั้งมีการรองรับการแสดงผลภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มช่องทางการสมัครใช้งาน และรองรับการใช้งานของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นชาวต่างชาติ ทำให้การใช้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำนักงาน กสทช. เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการสนับสนุนให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชันดังกล่าวเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นรวมถึงสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทราบว่ามีความสามารถเพิ่มความปลอดภัยในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ด้วยตนเอง โดยที่ผ่านมาได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ซึ่งช่องทางของสื่อแต่ละประเภทนั้นมีคุณลักษณะในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจุบันสำนักงาน กสทช. เล็งเห็นว่าพฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อของประชาชนได้มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากขึ้นในชีวิตประจำวัน เพราะความสะดวก รวดเร็วและการเข้าถึงง่าย ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็ว จากที่สำนักงาน กสทช. ได้เคยดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์พบว่าผลของการเผยแพร่ข้อมูลได้รับการตอบรับและประชาชนได้รับรู้ได้เป็นอย่างดีดังนั้นสื่อสังคมออนไลน์จึงเหมาะกับการที่สำนักงาน กสทช. จะใช้เป็นช่องทางในการ ประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ การจ้างประชาสัมพันธ์การลงทะเบียนรักษาสิทธิผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (แอปพลิเคชัน ๓ ชั้น)

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าใจการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. สร้างความรู้ ความเข้าใจและวิธีการใช้งานระบบแอปพลิเคชัน ๓ ชั้นรูปแบบใหม่ ผ่านช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึงง่าย ทัวถึง สะดวก รวดเร็ว และสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนส่งเสริมให้มีส่วนร่วมและมีเครื่องมือในการปกป้องและรักษาสิทธิของตนจากการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และมีการใช้งานแอปพลิเคชัน ๓ ชั้น อย่างต่อเนื่อง

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e – GP) ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอยังมีได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลง

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานประเภทผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ที่สำนักงาน กสทช. เชื่อถือ โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางช่องทางประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ โดยดำเนินการจัดหาช่องทางที่เหมาะสม เสนอให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๔.๑ การจัดทำแผนการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางประเภทสื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนงานการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยช่องทาง Facebook Youtube และ Website โดยแผนงานดังกล่าวจะต้องประกอบด้วยรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

๔.๑.๑ กำหนดการและระยะเวลาในการดำเนินงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งแนวคิดสร้างสรรค์และตัวอย่างชิ้นงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตงานที่สำนักงาน กสทช. กำหนด

๔.๑.๒ กำหนดการและระยะเวลาในการดำเนินงานเผยแพร่พร้อมทั้งแนวคิดสร้างสรรค์และตัวอย่างชิ้นงานที่สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ที่สำนักงาน กสทช. กำหนด

๔.๑.๓ กลยุทธ์และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จำเป็น

ทั้งนี้ให้เสนอแผนและรายละเอียดต่าง ๆ ให้สำนักงาน กสทช. ให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินการ ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ตามความเหมาะสม

๔.๒ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๔.๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องศึกษารายละเอียดการประชาสัมพันธ์ตามที่สำนักงานกำหนดเพื่อสร้างความเข้าใจในการออกแบบ จัดทำเนื้อหา และผลิตชิ้นงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะอินโฟกราฟฟิก (ภาพนิ่ง) ๘ ชุด สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ โดยจะต้องนำเสนอชิ้นงานให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนดำเนินการเผยแพร่

(๑) ดำเนินการผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ แล้วนำไปใช้ออกแบบ ผลิต และจัดทำ Infographic ทุกชนิด ทุกชิ้นงาน อย่างสร้างสรรค์และทันสมัย มีความสวยงาม ถูกต้อง เหมาะสมและตรงประเด็น พร้อมคำอธิบายประกอบการเผยแพร่ที่สามารถทำให้ผู้อ่านเข้าใจ Infographic ได้มากขึ้น และสามารถแก้ไขตามคำแนะนำของสำนักงาน กสทช. ได้ ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต/จัดทำ อย่างน้อย จำนวน ๘ ชิ้นงาน

(๒) ดำเนินการออกแบบกราฟฟิก/ลายเส้นกราฟฟิก และทำ Key Visual ที่มีความสวยงามเหมาะสม และปรับแก้ไขก่อนนำไปใช้ประกอบการออกแบบ Infographic ทั้งนี้ ต้องจัดทำขึ้นใหม่โดยไม่ใช้วัตถุดิบเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.

(๓) ดำเนินการจัดทำ/จัดทำภาพประกอบ หรือ Vector สำเร็จรูปในการออกแบบ Infographic หากมีลิขสิทธิ์ หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

(๔) ดำเนินการจัดทำ ตัวอักษร (Font) สำหรับใช้ในงาน Infographic โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเนื้อหา หากมีลิขสิทธิ์ หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

(๕) ผลิตสื่อ Infographic ด้วยรูปแบบของไฟล์ต้นฉบับชนิด .Ai ที่สำนักงาน กสทช. สามารถนำไปใช้ปรับขนาดและความละเอียดได้เหมาะสมกับงานอื่นๆ

(๖) ผลิตสื่อ Infographic ด้วยรูปแบบของไฟล์ชนิด .Jpeg ความละเอียดสี Bit Depth ๒๔ Bit ความละเอียดภาพไม่น้อยกว่า ๓๐๐ Dpi ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๔.๒.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัลวิดีโอ (Viral Video) จำนวน ๑ เรื่อง ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓ นาทีต้องผลิตด้วยคุณภาพความคมชัดระดับ Full HD (๑๐๘๐i) ขึ้นไป โดยภาพและเสียงจะต้องมีความเหมาะสมกับการเป็นภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล สปอต (Viral Spot) ที่สามารถนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆได้โดยต้องมีการจัดทำทั้งในรูปแบบภาพปกติ และรูปแบบพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ (Sub Title) เป็นภาษาไทย โดยจะต้องนำเสนอชิ้นงานให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการเผยแพร่ โดยดำเนินการผลิตสื่อภาพยนตร์สั้น (Viral Video) โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

(๑) รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย ปกติ ไม่ต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ

(๒) รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมมีคำบรรยายใต้ภาพ (Sub-Title) ภาษาไทย

(๓) คุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD ๑๐๘๐p (๑๙๒๐x๑๐๘๐) หรือดีกว่า ในรูปแบบไฟล์วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MOV - เข้ารหัส(Codec) แบบ ProRes ๔๒๒
- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MP๔

(๔) ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานสื่อภาพยนตร์สั้น (Viral Video) ตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

(๕) ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการ จัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้ ต้องตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งสิ้น หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๔.๓ การเผยแพร่สื่อให้ความรู้ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๔.๓.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิก (ภาพนิ่ง) ตามข้อ ๔.๒ ในสื่อสังคมออนไลน์ตามแผนดำเนินงานข้อ ๔.๑ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ใน Youtube โดยสื่อประชาสัมพันธ์ต้องปรากฏอยู่ในตำแหน่ง Display Ads (Banners) โดยมีระยะเวลาอย่างน้อยอย่างละ ๑๒๐ วันต่อเนื่อง

(๒) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ใน Facebook Page กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยตลอดระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ต้องมียอดการเข้าถึงของผู้ชมในช่องทางดังกล่าวรวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

(๓) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบ Banner ใน Website ที่เป็น เว็บท่า (Web Portal) และเว็บข่าวชั้นนำ รวมกันจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เว็บไซต์และแต่ละเว็บไซต์ต้องมีระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์อย่างน้อย ๖๐ วันต่อเนื่อง โดยตำแหน่งของสื่อประชาสัมพันธ์ต้องอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจนในหน้าแรกของ Website นั้นๆ

๔.๓.๒ การสร้างกลยุทธ์และทำการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral)

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓ นาที ตามข้อ ๔.๒.๒ มาเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้ (ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์อื่นๆ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม)

(๑) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบ Trueview in-stream Pre-roll Ads บน Youtube ใน กลุ่ม ผู้ชม และ Channel ที่เหมาะสม ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ต้องมีจำนวนครั้งที่แสดงอย่างน้อย ๑,๐๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

(๒) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ใน Facebook Page กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยตลอดระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ต้องมียอดการเข้าถึงของผู้ชมในช่องทางดังกล่าวรวมขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

(ก) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer และ/หรือ KOL ที่เหมาะสมและมีชื่อเสียง ไม่น้อยกว่า ๔ แฟนเพจหรือบัญชี โดยมียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คนหรือบัญชี

(ข) ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์อื่นๆ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ต้องมียอดจำนวนการรับชมสื่อภาพยนตร์สั้น (Viral Video) รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางออนไลน์ที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ รวมกันไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง (View)

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. ระยะเวลาส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมหลักฐานการดำเนินงาน ดังนี้

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบรายละเอียดข้อมูลต่างๆ รวมถึงแผนงานและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ตามข้อ ๔.๑. โดยต้องจัดเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และบันทึกลง Flash drive ในรูปแบบ Digital File จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๓๐วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖.๒ งวดที่ ๒ ส่งมอบรายงานสรุปชิ้นงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๒ และ ข้อ ๔.๓ ตามที่ได้ดำเนินการตามแผนงานที่ผ่านการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. เรียบร้อยแล้ว โดยต้องจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และบันทึกลง Flash drive ในรูปแบบ Digital File จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๑๒๐วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖.๓ งวดที่ ๓ ส่งมอบรายงานสรุปรายละเอียดผลการดำเนินงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ตามข้อ ๔.๓ ตามที่ได้ดำเนินการตามแผนงานที่ผ่านการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. เรียบร้อยแล้วพร้อมเอกสารอ้างอิงเพื่อยืนยันการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ เอกสารการซื้อสื่อ โดยต้องจัดทำเป็นรูปเล่ม จำนวน ๓ ชุด และบันทึกลง Flash drive ในรูปแบบ Digital File จำนวน ๓ ชุด ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๗. วงเงินเพื่อใช้ในการจัดหา

จำนวนเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่ส่งไปเรียบร้อยแล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๓ หมวดรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายอื่นๆของสำนักบริหารและจัดการเลขหมายโทรคมนาคม (จท.)

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดชำระเงิน โดยได้แบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

๘.๑ งวดงานที่ ๑ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบและรับมอบงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๘.๒ งบประมาณที่ ๒ กำหนดจ่ายเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบผลงานตามข้อ ๖.๒ ของผลงานที่ต้องส่งมอบตามที่กำหนดในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบและรับมอบงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๘.๓ งบประมาณที่ ๓ กำหนดจ่ายเงินร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการส่งมอบผลงานตามข้อ ๖.๓ ครบถ้วนตามผลงานที่กำหนดไว้ในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบและรับมอบงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๙. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนของผู้ยื่นข้อเสนอในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอตามคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ข้อ ๓.

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินการในข้อ ๔. ประกอบด้วย

๙.๒.๑ นำเสนอแนวความคิดในการรณรงค์ในการผลิตสื่อและเผยแพร่รณรงค์ประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องสอดคล้องกับหลักการ เหตุผล และวัตถุประสงค์ของโครงการ การวางแผน กลยุทธ์ในการรณรงค์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ตลอดจนแนวความคิดในการสร้างเนื้อหาสำหรับการประชาสัมพันธ์โดยละเอียดครบถ้วนอ้างอิงได้ตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน

๙.๒.๒ วิธีการ แผนงาน กำหนดระยะเวลาการทำงาน และการเสนอรายงานของผู้ยื่นข้อเสนอในการดำเนินการตามขอบเขตของงานนี้ เพื่อให้การดำเนินงานโดยรอบคอบ รัดกุม มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ของงาน

๙.๒.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอประวัติและผลงานการทำงานที่ผ่านมาในด้านที่เกี่ยวข้องขององค์กรและขอบเขตของงานที่จ้างในครั้งนี้

๙.๒.๔ ข้อเสนออื่น ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช.

๙.๓ ข้อเสนอด้านราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอราคาตามแบบที่กำหนดในเอกสารประกวดราคา พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างต่อหน่วยของงานแต่ละรายการหรือแต่ละชิ้นงาน ทั้งในอัตราราคาค่าจ้างมาตรฐานทั่วไปในท้องตลาดของงานแต่ละรายการหรือชิ้นงานนั้น และอัตราราคาค่าจ้างต่อหน่วยที่เสนอรับจ้างดำเนินงานตามโครงการนี้ (โดยราคารวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่ปวงด้วยแล้ว) ให้ครบถ้วนชัดเจน

๑๐. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนด้านเทคนิค ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ ทั้งรูปแบบ เนื้อหาและเทคนิคอื่นๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดออกแบบและผู้ยื่นข้อเสนอมีคุณสมบัติที่ไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน จำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

(e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) มีน้ำหนักของเกณฑ์ราคา ร้อยละ ๓๐ และเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ ๗๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ตามลำดับ ดังนี้

๑๐.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้เสนอราคาทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน ๑ ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น

๑๐.๒ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่าง ๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติหรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินข้อเสนอตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

๑๐.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นการประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๐.๒ โดยจะพิจารณา ดังนี้

ลำดับ	หลักเกณฑ์การคัดเลือก	คะแนน
๑	ความคิดสร้างสรรค์และวิธีดำเนินงานผลิตภาพยนตร์สั้น	๓๐
	เนื้อเรื่องมีเนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ ที่เหมาะสม	๑๐
	มีวิธีการถ่ายทอดเนื้อหาน่าสนใจ	๑๐
	เนื้อเรื่องมีแนวทางการพัฒนาตรงตามวัตถุประสงค์	๑๐
๒	การออกแบบ รูปแบบ และแนวความคิดในการออกแบบอินโฟกราฟฟิก	๑๕
	ความสวยงาม ความคิดสร้างสรรค์และน่าสนใจ	๑๐
	แนวคิดที่จะนำชิ้นงานนั้นไปใช้ได้จริง	๕
๓	กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ วิธีการ และช่องทางในการประชาสัมพันธ์	๔๐
	๓.๑ ด้านวิธีการ ความเหมาะสม <ul style="list-style-type: none"> • มีรายละเอียดกลยุทธ์ในการเผยแพร่ชัดเจน • กลยุทธ์และวิธีการในการเผยแพร่มีความเหมาะสมอ้างอิงได้ ๓.๒ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ <ul style="list-style-type: none"> • กลยุทธ์ในการเผยแพร่มีความครบถ้วนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตของงาน 	๑๕

ลำดับ	หลักเกณฑ์การคัดเลือก	คะแนน
	<ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์ในการเผยแพร่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและแนวความคิดสร้างสรรค์ที่ได้นำเสนอ ๓.๓ เทคนิคในการเผยแพร่ที่น่าสนใจ <ul style="list-style-type: none"> ● เทคนิคในการคัดเลือกสื่อที่เผยแพร่มีเหตุผลและมีที่มาที่ไป ● สามารถดำเนินการได้จริง 	๑๐
๔	แผนงาน กำหนดระยะเวลาการทำงาน	๕
	ความสมบูรณ์และความละเอียดครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน การนำขอบเขตของงานที่กำหนดไว้มาจัดทำแผนและวิธีการดำเนินงานทั้งหมดที่สอดคล้องกับระยะเวลาดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ได้ชัดเจนและสามารถดำเนินการได้จริง	
๕	ผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง	๕
	ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาผลงานในเชิงคุณภาพ โดยพิจารณาจากลักษณะของผลงานที่มีขอบเขตและวิธีการนำเสนอที่สอดคล้องหรือใกล้เคียงกับลักษณะงานตามขอบเขตของงานและวัตถุประสงค์มากที่สุด	
๖	ข้อเสนออื่นๆ	๕
	ในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนจากข้อเสนออื่น ๆ เพิ่มเติมขึ้นมาจากขอบเขตการดำเนินงานที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. ในการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์มากที่สุด	
		รวม ๑๐๐

ทั้งนี้ ในการพิจารณาให้คะแนนตามหัวข้อต่าง ๆ ข้างต้น คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์และอื่นๆ ตามข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนในหัวข้อนั้น ๆ มากที่สุด ข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดทอนลงไปตามความเหมาะสมหรือสัดส่วน โดยมีคะแนนรวมของการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค จำนวน ๑๐๐ คะแนน ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จะต้องได้รับคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๐.๔ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๑๐.๓ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามสัดส่วนน้ำหนักเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ที่กำหนด และจัดลำดับเรียงตามคะแนนไว้ ๓ ลำดับ ข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเจรจาต่อราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

๑๐.๕ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวน เพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๑. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนลิขสิทธิ์

๑๑.๑ ผู้รับจ้างที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำรายละเอียดแจกแจงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามรายการหรือหัวข้อต่าง ๆ ที่กำหนดในรายละเอียดของงานที่จ้างและราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) เสนอให้คณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการเพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้างที่เสนอด้วย

๑๑.๒ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานเสร็จสิ้นตามกำหนดแล้ว หากสำนักงาน กสทช. พบว่า ผู้รับจ้างมิได้ดำเนินงานให้ครบถ้วนตามรายการหรือจำนวนหน่วยที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาหักลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ตกลงกันไว้ เว้นแต่รายการที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการไว้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดซึ่งสำนักงาน กสทช. มิได้แจ้งเปลี่ยนแปลงภายในเวลาที่กำหนดและไม่อาจเรียกคืนจากผู้เกี่ยวข้องได้แล้ว เช่น ค่าเช่าที่พัก ค่าพาหนะเดินทาง เป็นต้น

๑๑.๓ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบของภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ และอื่น ๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้ว ให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการนำชิ้นงานของผู้อื่นหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากลิขสิทธิ์เรียกร้องทั้งปวงแทนสำนักงาน กสทช.

๑๑.๔ ลิขสิทธิ์ของชิ้นงานออกแบบและงานผลิตในรูปแบบของภาพนิ่งที่จัดทำขึ้นภายใต้โครงการนี้ทั้งหมดเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติแต่เพียงผู้เดียว

๑๑.๕ หากมีเหตุขัดข้องซึ่งเป็นเหตุให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแต่ละงวดไม่เป็นไปตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

๑๑.๕.๑ ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยแต่อย่างใด หรือ

๑๑.๕.๒ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดให้ประชาสัมพันธ์ในแต่ละงวด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖. ของแต่ละงวด หรือ

๑๑.๕.๓ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาออกไปตามที่ผู้รับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้รับทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เห็นสมควรต่อไป

สำนักบริหารและจัดการเลขหมายโทรคมนาคม

กรกฎาคม ๒๕๖๓