

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference)
การจ้างผลิตและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่สื่อสุขภาพ
ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๑. หลักการและเหตุผล

ด้วยคณะทำงานขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและการปฏิรูปประเทศ มีหน้าที่ดำเนินการเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศให้สำเร็จผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีสำนักงาน กสทช. เข้าร่วมเป็นคณะทำงาน โดยที่สำนักงาน กสทช. ได้รับผิดชอบในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ แผนปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุข ประเด็นปฏิรูปที่ ๘ ความรอบรู้ด้านสุขภาพ หัวข้อที่ ๑ การพัฒนาระบบสื่อสารสุขภาพ หัวข้อย่อยที่ ๑.๒ การเพิ่มช่องทางสื่อสารมวลชนสาธารณะทางสุขภาพและแนวทางเขียนเพื่อสุขภาพ โดยมีระยะเวลาการดำเนินงานระหว่างปี ๒๕๖๒ – ๒๕๖๕

สำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ในฐานะได้รับมอบหมายให้เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินกิจกรรม/โครงการเพื่อรองรับกิจกรรมภายใต้แผนปฏิรูปประเทศดังกล่าวข้างต้น ได้ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ในฐานะผู้รับผิดชอบด้านเนื้อหา เพื่อหารือแนวทางการดำเนินงานเบื้องต้น และได้จัดทำแผนแนวทางการเพิ่มช่องทางสื่อสารมวลชนสาธารณะทางสุขภาพและแนวทางเขียนเพื่อสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารมวลชนสาธารณะทางสุขภาพ และเผยแพร่เนื้อหาด้านการสื่อสารสุขภาพที่จำเป็นไปสู่ประชาชนทั่วไปเพื่อสร้างการรับรู้ รับทราบ รวมถึงสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ โดยการกระจายเป็นวงกว้างผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนแขนงต่างๆ ทั้งสื่อกระแสหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อกระแสรอง ได้แก่ สื่อออนไลน์ รวมถึงสื่อด้านอื่นๆ ด้วย โดยกำหนดแผนการดำเนินงานเป็นกรอบระยะยาวระหว่างปี ๒๕๖๒ – ๒๕๖๕ โดยในปี ๒๕๖๒ จะเป็นการประสานหารือแนวทางและข้อสรุปต่างๆ และในปี ๒๕๖๓ นี้ จะเป็นการเริ่มต้นโครงการโดยจะเน้นการผลิตเนื้อหา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่สื่อสุขภาพในช่องทางสื่อสารมวลชนแขนงต่างๆ หลากหลายคละกัตามความเหมาะสมของเนื้อหา และกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเน้นการกระจายเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารที่สามารถกระจายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นวงกว้าง ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อออนไลน์ และสื่ออื่นๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนและ ส่งเสริมให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทจะมีคุณลักษณะในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน โดยให้มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และสอดคล้องแต่ละกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสอดแทรกในประเด็นที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ในฐานะหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ กำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศไปพร้อมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับประชาชนกลุ่มต่างๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบข้อมูล ที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของตนเอง และเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุข และแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กสทช. ที่ได้กำหนดไว้ จึงเห็นว่าเนื้อหาและรูปแบบของการสื่อสารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ รับทราบ และเข้าใจ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันของตนเองได้

ในสังคมยุคการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รวดเร็ว และสะดวกสบายนี้ ช่วยให้การแชร์ข่าวสาร ส่งต่อข้อมูลถึงกันได้สะดวกรวดเร็วขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับด้านสุขภาพ ทั้งเรื่องการออกกำลังกาย การวิ่ง การบริโภคอาหาร ยารักษาโรค มลภาวะ ฝุ่นพิษ หรือ


MN 

แม้กระทั่งโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น นั้นล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องราวในอันดับต้นที่สังคมออนไลน์ให้ความสนใจไม่ว่าจะเป็นทั้งการโพสต์ กดไลค์ และแชร์ข้อความ ซึ่งล้วนแต่มีให้เห็นกันอยู่ตลอดเวลา สำนักงาน กสทช. จึงเล็งเห็นถึงความน่าสนใจในเรื่องการเลือกช่องทางสื่อสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีจุดเด่นคือ ไม่ต้องถูกจำกัดเวลาในการนำเสนอ เหมือนดังเช่นสปอตโฆษณาโทรทัศน์ ทำให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่น่าสนใจตามที่ต้องการได้อย่างครบถ้วน ง่ายต่อการทำให้เกิดความสนใจและจดจำ นำไปสู่การเปิดพฤติกรรมที่เปิดรับและส่งต่อข่าวสารทางด้านสุขภาพผ่านสื่อโซเชียลอย่างเหมาะสมได้ในที่สุด และเพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในลักษณะการสร้างกระแสสังคมให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง และเกิดการส่งต่อเผยแพร่กันในโลกออนไลน์ สำนักงาน กสทช. จึงเล็งเห็นว่าการเผยแพร่วิดีโอข้างต้น โดยใช้กลยุทธ์การแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่นและวัยทำงาน ได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์การปลูกจิตสำนึกและจริยธรรมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่อโซเชียล ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ช่องทางออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นวงกว้าง และสามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก และการเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์นั้น เป็นรูปแบบของประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ หรือ สื่อใหม่ (New Media) ซึ่งปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาท และมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ จะหันมานิยมการรับชมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มคนอายุน้อยและกลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มในการรับสารและแชร์เผยแพร่ให้แก่ผู้อื่นสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญในแง่ของการรณรงค์ที่ใช้สื่อออนไลน์นอกจากจะมีช่องทางในการที่สามารถแพร่กระจายสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็วแล้วยังจะสามารถจำเพาะเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างถูกต้องแม่นยำได้อีกด้วย ในขณะที่ใช้งบประมาณไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับการใช้ช่องทางสื่อสารชนิดอื่นๆ นอกจากนี้การผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ในรูปแบบไวรัลยังเหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และดึงดูดผู้ชมให้เกิดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ในรูปแบบไวรัลนั้น มีทั้งภาพ และเสียง มีระยะเวลาในการเล่าเรื่องจึงสามารถใช้อธิบายสร้างความเข้าใจได้ อย่างไรก็ตามสื่อกระแสหลัก กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์ ก็ยังคงมีความสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้นการผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ในรูปแบบไวรัล และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์จึงเข้ามามีส่วนสนับสนุนการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจากสื่อกระแสหลักให้มีความหลากหลายกลุ่มเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยจะเน้นให้ความสำคัญในส่วนของคุณภาพของงานผลิตเป็นเรื่องหลัก นอกจากนี้สื่อที่ได้ผลิตดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่นๆ ตามเหมาะสมในโอกาสต่างๆ ได้อีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อจ้างผลิตและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่สื่อสุขภาพผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๒.๒ เพื่อให้เนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ถูกต้องสามารถสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

๒.๓ เพื่อให้เกิดการใช้ช่องทางออนไลน์ในการแพร่กระจายเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๔ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ยอมรับ และสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ในแง่ของการเสริมสร้าง และรณรงค์การใช้สื่อออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นเสนอ.

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๓.๑๐ ต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรณีผู้เสนอราคายังมิได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลง
- ๓.๑๑ ต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้าง โดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ที่สำนักงาน กสทช. เชื้อถือ โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น และสำเนาสัญญา หรือใบสั่งจ้าง หรือขอบเขตของงาน ที่สามารถยืนยันว่าเป็นงานผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างครั้งนี้

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสร้างสรรค์ และผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) รวมถึง สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตลอดจนดำเนินการสร้างกลยุทธ์เผยแพร่สื่อดังกล่าวที่เหมาะสมพร้อมนำชิ้นงานดังกล่าวเผยแพร่สู่สื่อออนไลน์ โดยหัวข้อและเนื้อหาที่นำเสนอต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของข้อมูลสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน หรือ นโยบายด้านสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข ในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ต้องผ่านการพิจารณาและได้รับการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. ก่อนดำเนินการผลิตและเผยแพร่สู่สื่อออนไลน์ โดยมีรายละเอียดและข้อกำหนด ดังนี้

๓๖ ๕๐๖ ๕

การจัดทำแผนการดำเนินการผลิตสื่อและเนื้อหาให้ความรู้ ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๔.๑ การจัดทำแผนการดำเนินงาน รวมถึงแผนดำเนินการผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) รวมถึง สื่อInfographicให้ความรู้ (Artwork)

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินการผลิตสื่อให้ความรู้ทั้งสามประเภทข้างต้นเสนอให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อให้สามารถรับทราบถึงความชัดเจนในเรื่องของระยะเวลาและขั้นตอนในการผลิตสื่อในแต่ละประเภท และแต่ละเรื่อง/ตอน ได้พิจารณาอย่างครบถ้วนและชัดเจน

การผลิตสื่อให้ความรู้ ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๔.๒ การผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๔.๒.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษาข้อมูลและนำเสนอรูปแบบ แนวทาง หรือเทคนิคที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) โดยมีรูปแบบใช้คนแสดง ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์โดยละเอียด โดยสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ดังกล่าว ต้องมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่สื่อสุขภาพผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือในเรื่องอื่นใดที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล โดยใช้ตัวแสดง มีโครงเรื่อง เนื้อเรื่อง ตัวละครดำเนินเรื่อง และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน ของสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ที่นำเสนอในข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนอื่นๆในขั้นตอนที่จำเป็นต่อการผลิต/ถ่ายทำ ต่อไป

๔.๒.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) โดยมีรูปแบบใช้คนแสดงตามรูปแบบเนื้อเรื่องที่ได้รับการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. ตามข้อ ๔.๒.๑ โดยมีข้อกำหนดอย่างน้อย ดังนี้

- ดำเนินการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และ โครงร่างการผลิต (Storyboard) ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต อย่างน้อย จำนวน ๘ เรื่อง/ตอน ความยาวในแต่ละเรื่อง/ตอน ไม่น้อยกว่า ๑๘๐ วินาที

- ดำเนินการจัดหานักแสดง/ตัวแสดง ที่เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ
- ดำเนินการจัดหา/จัดทำภาพประกอบที่เหมาะสมที่ทำให้เกิดความสนใจและติดตามทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ต้องถ่ายทำใหม่โดยไม่ใช้วัตถุดิบเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.

- ดำเนินการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง หากเป็นเพลงที่คัดลอกมาจะต้องมีหนังสือยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้ว่าจ้างสามารถนำผลงานไปใช้ได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์

๔.๒.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำข้อ ๔.๒.๒ มาผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ดังนี้

- ผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) จำนวน ๘ เรื่อง/ตอน ความยาวในแต่ละเรื่อง/ตอนไม่น้อยกว่า ๑๘๐ วินาที โดยมีคุณภาพของภาพและเสียงจะต้องมีความเหมาะสมกับการเป็นสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ที่สามารถนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆได้

๓๗ ๕/๓๗ ๕/๓๗

๔.๒.๔ ดำเนินการผลิตสื่อคลิปวีดิโอให้ความรู้ (Viral Clip) ในรูปแบบดังต่อไปนี้

- รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย ปกติ ไม่ต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ
- รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมมีคำบรรยายใต้ภาพ (Sub-Title)

ภาษาไทย

• คุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD ๑๐๘๐i (๑๙๒๐x๑๐๘๐i) หรือดีกว่า
ในรูปแบบไฟล์วีดิโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

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

๔.๒.๕ ทั้งนี้อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกภาพและถ่ายทำต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงานผลิต
อุปกรณ์ต้องมีความสามารถหรือฟังก์ชันรองรับการบันทึกความละเอียดสูงสุดที่ระดับ ๔K (๔K Recording) ได้
เป็นอย่างน้อย

๔.๒.๖ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานสื่อคลิปวีดิโอให้ความรู้ (Viral Clip) ตามที่ได้รับ
ข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๒.๗ ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการ จัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้ ต้องตก
เป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งนี้ หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการ
ดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๔.๓ การผลิตสื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อ
ออนไลน์

๔.๓.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษาข้อมูลและนำเสนอรูปแบบ แนวทาง หรือเทคนิคที่จะใช้ในการ
ดำเนินการผลิตสื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์โดย
สื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ดังกล่าว ต้องมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง
เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่สื่อสุขภาพผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือในเรื่องอื่นใดที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้อง ซึ่ง
สอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล ด้วยรูปแบบ Animation มีโครงเรื่อง เนื้อเรื่อง การดำเนินเรื่อง
และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน ของสื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ที่เหมาะสม
กับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ที่นำเสนอในข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาความ
เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนอื่นๆในขั้นตอนที่จำเป็นต่อการ
ผลิต/จัดทำ ต่อไป

๔.๓.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ตามรูปแบบเนื้อเรื่อง
ที่ได้รับการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. ตามข้อ ๔.๓.๑ โดยมีข้อกำหนดอย่างน้อย ดังนี้

- ดำเนินการออกแบบบทเนื้อเรื่อง (Script) และ โครงร่างการผลิต (Storyboard) ให้
สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต อย่างน้อย จำนวน ๑๕ เรื่อง/ตอน ความยาวในแต่ละเรื่อง/ตอนไม่
น้อยกว่า ๖๐ วินาที

- ดำเนินการออกแบบกราฟิก/ลายเส้นกราฟิก ที่มีความเหมาะสมกับการจัดทำ
Motion Graphic ให้ความรู้ ที่มีเหมาะสม ทำให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม ทั้งนี้ต้องจัดทำขึ้นใหม่โดยไม่ใช้
วัตถุดิบเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.

กช
สช
ชช

- ดำเนินการจัดหา/จัดทำภาพประกอบที่เหมาะสมที่ทำให้เกิดความสนใจและติดตามทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ต้องจัดทำขึ้นใหม่โดยไม่ใช้วัตถุเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.

- ดำเนินการจัดหาเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบสื่อวีดิโอกราฟฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อเรื่อง หากเป็นเพลงที่คัดลอกมาจะต้องมีหนังสือยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้ว่าจ้างสามารถนำผลงานไปใช้ได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์

๔.๓.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำข้อ ๔.๓.๒ มาผลิตสื่อวีดิโอกราฟฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ดังนี้

- ผลิตวีดิโอกราฟฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) จำนวน ๑๕ เรื่อง/ตอน ความยาวในแต่ละเรื่อง/ตอนไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาที โดยมีคุณภาพของภาพและเสียงจะต้องมีความเหมาะสมกับการเป็นวีดิโอกราฟฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ที่สามารถนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆได้

๔.๓.๔ ดำเนินการผลิตวีดิโอกราฟฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ในรูปแบบดังต่อไปนี้

- รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย ปกติ ไม่ต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ
- รูปแบบภาพและเสียงพากย์ภาษาไทย พร้อมมีคำบรรยายใต้ภาพ (Sub-Title) ภาษาไทย

- คุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD ๑๐๘๐i (๑๙๒๐x๑๐๘๐ pixel) หรือดีกว่าในรูปแบบไฟล์วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

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

- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล (File Format) .MP๔

๔.๓.๕ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานวีดิโอกราฟฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๓.๖ ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการ จัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้ ต้องตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งสิ้น หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๔.๔ การผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork ภาพนิ่ง) ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๔.๔.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษารวบรวมข้อมูล กำหนดวิธีการเล่าเรื่อง จัดลำดับโครงสร้างข้อมูล ออกแบบ หรือเทคนิคที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ดังกล่าว ต้องมีข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่สื่อสุขภาพผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือในเรื่องอื่นใดที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน ของสื่อ Infographic ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ที่นำเสนอในข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนอื่นๆในขั้นตอนที่จำเป็นต่อการผลิต/จัดทำ ต่อไป

๔.๔.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตามรูปแบบเนื้อเรื่องที่ได้รับ การเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. ตามข้อ ๔.๔.๑ โดยมีข้อกำหนดอย่างน้อย ดังนี้

- ดำเนินการสรุปย่อ เรียบเรียง ข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปใช้ออกแบบ ผลิต และจัดทำ Infographic ทุกชนิด ทุกชิ้นงาน อย่างสร้างสรรค์และทันสมัย มีความสวยงาม ถูกต้อง เหมาะสม

๓๖ ✓ ๓๓๖ ✓ ๓/๓

และตรงประเด็น พร้อมคำอธิบายประกอบการเผยแพร่ที่สามารถทำให้ผู้อ่านเข้าใจ Infographic ได้มากขึ้น โดยใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษอย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และสามารถแก้ไขตามคำแนะนำของสำนักงาน กสทช. ได้ ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต/จัดทำ อย่างน้อย จำนวน ๘ ชิ้นงาน

- ดำเนินการออกแบบกราฟิก/ลายเส้นกราฟิก และทำ Key Visual ที่มีความสวยงามเหมาะสม และปรับแก้ไขก่อนนำไปใช้ประกอบการออกแบบ Infographic ทั้งนี้ ต้องจัดทำขึ้นใหม่โดยไม่ใช้วัตถุดิบเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.

- ดำเนินการจัดหา/จัดทำภาพประกอบ หรือ Vector สำเร็จรูปในการออกแบบ Infographic หากมีลิขสิทธิ์ หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

- ดำเนินการจัดหา ตัวอักษร (Font) สำหรับใช้ในงาน Infographic โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเนื้อหา หากมีลิขสิทธิ์ หรือค่าใช้จ่ายจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบของผู้รับจ้าง

๔.๔.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำข้อ ๔.๔.๒ มาผลิตสื่อ Infographic (Artwork) ให้ความรู้ ดังนี้

- ผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ชนิด Square Size หรือ Advertorial หรือ Long Size (Poster) จำนวน ๘ ชิ้นงาน โดยมีคุณภาพความเหมาะสมกับการนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้

๔.๔.๔ ดำเนินการผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ในรูปแบบและคุณภาพดังต่อไปนี้

- รูปแบบของไฟล์ต้นฉบับชนิด .Ai ที่สำนักงาน กสทช. สามารถนำไปใช้ปรับขนาดและความละเอียดได้เหมาะสมกับงานอื่นๆ

- รูปแบบของไฟล์ชนิด .Jpeg ความละเอียดสี Bit Depth ๒๔ Bit ความละเอียดภาพไม่น้อยกว่า ๓๐๐ Dpi ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๔.๔.๕ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๔.๖ ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการ จัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้ ต้องตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งสิ้น หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

การเผยแพร่สื่อให้ความรู้ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๔.๕ การจัดทำแผนการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) รวมถึง สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อให้ความรู้ทั้งสามประเภทข้างต้นเสนอให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อให้สามารถรับทราบถึงความชัดเจนในเรื่องของระยะเวลา ช่วงเวลา ช่องทาง และขั้นตอนในการเผยแพร่สื่อในแต่ละประเภท และแต่ละเรื่อง/ตอน ได้พิจารณาอย่างครบถ้วนและชัดเจน

๔.๖ การเผยแพร่สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) จำนวน ๘ เรื่อง/ตอน ตามข้อ ๔.๑ มาเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

M ✓ 5/2/21 ✓

๔.๖.๑ นำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมกับการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) สำหรับสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ทั้ง ๘ เรื่อง/ตอน โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์

๔.๖.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ทั้ง ๘ เรื่อง/ตอน ผ่านช่องทาง Facebook Page กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยจะต้องมียอดการเข้าถึงขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๔๐,๐๐๐ Impressions ต่อ เรื่อง/ตอน และตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดการเข้าถึง รวมทุกเรื่อง/ตอน รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๓๒๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๖.๓ ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ทั้ง ๘ เรื่อง/ตอน ผ่านช่องทาง YouTube Channel กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยจะต้องมียอดผู้ชม (Views) ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๒๕,๐๐๐ views ต่อ เรื่อง/ตอน และตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดผู้ชม (Views) รวมทุกเรื่อง/ตอน รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ Views (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๖.๔ สร้างกระแสการรับรู้สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ผ่าน Influencer/KOL ทั้งบุคคลหรือเพจดังที่มีอิทธิพล ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๔ แพนเพจหรือบัญชี ที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแพนเพจ หรือบัญชีไม่น้อยกว่า ๔๐,๐๐๐ คน/บัญชี และจะต้องมียอดการเข้าถึงขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๗๐,๐๐๐ Impressions ต่อ เรื่อง/ตอน ในแต่ละแพนเพจหรือบัญชีที่เลือกใช้นำเสนอในข้อนี้

๔.๖.๕ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์อื่นๆเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดจำนวนการรับชมสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ทั้ง ๘ เรื่อง/ตอน รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ (ข้อ ๔.๖.๑ - ๔.๖.๕) รวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Impressions

๔.๗ การเผยแพร่สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำสื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) จำนวน ๑๕ เรื่อง/ตอน ตามข้อ ๔.๒ มาเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

๔.๗.๑ นำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมกับการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) สำหรับสื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ทั้ง ๑๕ เรื่อง/ตอน โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์

๔.๗.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ทั้ง ๑๕ เรื่อง/ตอน ผ่านช่องทาง Facebook Page กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยจะต้องมียอดการเข้าถึงขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๔๐,๐๐๐ Impressions ต่อ เรื่อง/ตอน และตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดการเข้าถึง รวมทุกเรื่อง/ตอน รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๖๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๗.๓ ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ทั้ง ๑๕ เรื่อง/ตอน ผ่านช่องทาง Youtube Channel กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยจะต้องมียอดผู้ชม (Views) ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ View ต่อ เรื่อง/ตอน และตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดผู้ชม (Views) รวมทุกเรื่อง/ตอน รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ View (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๗.๔ สร้างกระแสการรับรู้สื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ผ่าน Influencer/KOL ทั้งบุคคลหรือเพจดังที่มีอิทธิพล ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๔ แฟนเพจหรือบัญชี ที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจ หรือบัญชีไม่น้อยกว่า ๔๐,๐๐๐ คน/บัญชี และจะต้องมียอดการเข้าถึงขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๘๐,๐๐๐ Impressions ต่อ เรื่อง/ตอน ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีที่เลือกให้นำเสนอในข้อนี้

๔.๗.๕ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์อื่นๆเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดจำนวนการรับชมสื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ทั้ง ๑๕ เรื่อง/ตอน รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ (ข้อ ๔.๗.๑ - ๔.๗.๕) รวมกันไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ Impressions

๔.๘ การเผยแพร่สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) จำนวน ๘ ชิ้นงาน ตามข้อ ๔.๓ มาเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

๔.๘.๑ นำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมกับการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์สำหรับสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ทั้ง ๘ ชิ้นงาน โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์

๔.๘.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเผยแพร่สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ทั้ง ๘ ชิ้นงาน ผ่านช่องทาง Facebook Page กสทช. หรือตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยจะต้องมียอดการเข้าถึงขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ Impressions ต่อ เรื่อง/ตอน และตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดการเข้าถึง รวมทุกเรื่อง/ตอน รวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๒๔๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๔.๘.๓ สร้างกระแสการรับรู้สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ทั้ง ๘ ชิ้นงาน ผ่าน Influencer/KOL ทั้งบุคคลหรือเพจดังที่มีอิทธิพล ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๔ แฟนเพจหรือบัญชี ที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจ หรือบัญชีไม่น้อยกว่า ๔๐,๐๐๐ คน/บัญชี และจะต้องมียอดการเข้าถึงขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ Impressions ต่อ เรื่อง/ตอน ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีที่เลือกให้นำเสนอในข้อนี้

๔.๘.๔ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์อื่นๆเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ ต้องมียอดจำนวนการรับชมสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ทั้ง ๘ ชิ้นงาน รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ (ข้อ ๔.๘.๑ - ๔.๘.๔) รวมกันไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ Impressions (หรือหน่วยวัดอื่นใดที่มีค่าเทียบเคียงกันได้)

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายในระยะเวลา ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานทันตามกำหนดระยะเวลา จำนวน ๔ งวด ดำเนินการตามขอบเขตของงานตามข้อ ๔. ประกอบด้วย

๖.๑ งวดที่ ๑ เมื่อได้ดำเนินงานครบถ้วน ดังต่อไปนี้

- แผนการดำเนินงาน แผนการผลิตและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑ และ ๔.๕

รวมถึงได้ดำเนินการผลิตสื่อให้ความรู้ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ครบถ้วนตามที่กำหนด ดังนี้

๓๗ ๕๐๗ ๕/๗

- สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ตามข้อ ๔.๒ ในเรื่อง/ตอนที่ ๑-๒
- สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ตามข้อ ๔.๓ ในเรื่อง/ตอนที่ ๑-๔
- สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตามข้อ ๔.๔ ในชิ้นงานที่ ๑-๒

โดยให้ดำเนินการส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินงาน หลักฐานการดำเนินการผลิตเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตทั้งหมดในงวดนี้ โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๗๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖.๒ งวดที่ ๒ เมื่อได้ดำเนินการผลิตสื่อให้ความรู้ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ครบถ้วน ตามที่กำหนด ดังนี้

- สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ตามข้อ ๔.๒ ในเรื่อง/ตอนที่ ๓-๔
- สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ตามข้อ ๔.๓ ในเรื่อง/ตอนที่ ๕-๘
- สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตามข้อ ๔.๔ ในชิ้นงานที่ ๓-๔

โดยให้ดำเนินการส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินงาน หลักฐานการดำเนินการผลิตเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตทั้งหมดในงวดนี้ โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๑๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖.๓ งวดที่ ๓ เมื่อได้ดำเนินการผลิตสื่อให้ความรู้ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ครบถ้วน ตามที่กำหนด ดังนี้

- สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ตามข้อ ๔.๒ ในเรื่อง/ตอนที่ ๕-๖
- สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ตามข้อ ๔.๓ ในเรื่อง/ตอนที่ ๗-๑๒
- สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตามข้อ ๔.๔ ในชิ้นงานที่ ๕-๖

โดยให้ดำเนินการส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินงาน หลักฐานการดำเนินการผลิตเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตทั้งหมดในงวดนี้ โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๒๐๕ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖.๔ งวดที่ ๔ เมื่อได้ดำเนินการผลิตสื่อให้ความรู้ที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ครบถ้วน ตามที่กำหนด ดังนี้

- สื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ตามข้อ ๔.๒ ในเรื่อง/ตอนที่ ๗-๘
- สื่อวิดีโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ตามข้อ ๔.๓ ในเรื่อง/ตอนที่ ๑๓-๑๕
- สื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ตามข้อ ๔.๔ ในชิ้นงานที่ ๗-๘
- พร้อมทั้งได้ดำเนินการเผยแพร่สื่อให้ความรู้ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ครบถ้วน

รวมถึงหลักฐานการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ทั้งหมด ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖-๔.๘ ครบถ้วนทั้งหมดแล้ว

โดยให้ดำเนินการส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินงาน หลักฐานการดำเนินการผลิตเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่ผลิตทั้งหมดในงวดนี้ โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

MW STW RA

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๘,๔๕๑,๐๐๐.- บาท (แปดล้านสี่แสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายที่ส่งไปไว้แล้ว โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๓ สำนักสื่อสารองค์กร รายจ่ายอื่น หมวดค่าใช้จ่ายอื่นๆ รายการที่ ๕ ค่าใช้จ่ายเพื่อรองรับการเพิ่มช่องทางสื่อสารมวลชนสาธารณะทางสุขภาพ และแนวทางการเขียนสื่อสุขภาพ

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็น ๔ งวด ตามข้อ ๖. เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานแล้ว เสร็จครบถ้วน และส่งมอบให้แก่สำนักงาน กสทช. ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยดังนี้

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๑ จำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๒ จำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๓ จำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๔ จำนวนเงินร้อยละ ๔๐ ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๔ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. การยื่นข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนของผู้เสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอดังนี้

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้เสนอราคา ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ข้อ ๓.

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินการในข้อ ๔. ประกอบด้วย

๑) นำเสนอความคิดสร้างสรรค์และวิธีดำเนินการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โครงสร้างของงานผลิตทั้งหมดที่นำเสนอที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงาน

๒) นำเสนอกยุทธ์ วิธีการสร้างการรับรู้ แนวคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่สื่อให้ความรู้ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ที่สอดคล้องตรงกับความต้องการที่ระบุเอาไว้ ในวัตถุประสงค์ขอบเขตของงาน

๓) นำเสนอแผนการดำเนินงาน แผนการผลิตสื่อเนื้อหาให้ความรู้และแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ โดยละเอียด

๔) ให้นำเสนอตัวอย่าง Storyboard สื่อคลิปวิดีโอ (Viral Clip) ตัวอย่างสื่อกราฟิก (Motion Graphic) และตัวอย่างสื่อ Infographic (Artwork) อย่างน้อยอย่างละ ๑ ตัวอย่าง

๙.๓ ข้อเสนอด้านราคา ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ตามแบบและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

MAV 5000 ๙2

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณา

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ ทั้งรูปแบบ เนื้อเรื่องและวิธีการดำเนินงานตามรายละเอียดของงานที่จ้าง ซึ่งผู้เสนอราคามีคุณสมบัติแตกต่างกันทั้งด้านประสบการณ์ ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการจัดจ้าง โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่น ข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ และหลักเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักของข้อเสนอด้านราคาร้อยละ ๓๐ และข้อเสนอด้านเทคนิคร้อยละ ๗๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ตามลำดับ ดังนี้

๑๐.๑ จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้เสนอราคาทุกรายจากระบบการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคา) จำนวน ๑ ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น

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

๑๐.๓ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดหลงเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๐.๒ โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

(๑) ความคิดสร้างสรรค์และวิธีดำเนินการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

● ความคิดสร้างสรรค์ด้านการผลิตสื่อคลิปวิดีโอให้ความรู้ (Viral Clip) ๑๕ คะแนน โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

- เนื้อเรื่องมีวิธีการ ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิต ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
- การออกแบบ วิธีการเล่าเรื่องมีความคิดสร้างสรรค์ ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
- เทคนิคการนำเสนอเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อเรื่องที่ต้องการนำเสนอ
- มีความเหมาะสม เนื้อเรื่องตรงตามวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินการได้จริง

● ความคิดสร้างสรรค์ด้านการผลิตสื่อวีดิโอกราฟิกให้ความรู้ (Motion Graphic) ๑๕ คะแนน

โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

- เนื้อเรื่องมีวิธีการ ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิต ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
- การออกแบบ วิธีการเล่าเรื่องมีความคิดสร้างสรรค์ ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
- เทคนิคการนำเสนอเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อเรื่องที่ต้องการนำเสนอ
- มีความเหมาะสม เนื้อเรื่องตรงตามวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินการได้จริง

● ความคิดสร้างสรรค์ด้านการผลิตสื่อ Infographic ให้ความรู้ (Artwork) ๑๕ คะแนน โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

๗๗ ๕๐๗ ๙๒

- เนื้อหาวิธีการ ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิต ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
 - การออกแบบ วิธีการเล่าเรื่องมีความคิดสร้างสรรค์ ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
 - เทคนิคการนำเสนอเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อเรื่องที่ต้องการนำเสนอ
 - มีความเหมาะสม เนื้อเรื่องตรงตามวัตถุประสงค์ สามารถดำเนินการได้จริง
- (๒) กลยุทธ์สร้างการรับรู้ แนวคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่สื่อให้ความรู้ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์
- ด้านวิธีการ ความเหมาะสม ๑๕ คะแนน
โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้
 - มีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ชัดเจน
 - กลยุทธ์และวิธีการในการเผยแพร่มีความเหมาะสม
 - ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ๑๕ คะแนน
โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้
 - กลยุทธ์ในการเผยแพร่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
 - กลยุทธ์ในการเผยแพร่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและแนวความคิด
 - สร้างสรรค์ที่ได้นำเสนอเทคนิคในการเผยแพร่ที่น่าสนใจ ๑๕ คะแนน
โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้
 - เทคนิคในการคัดเลือกสื่อที่เผยแพร่มีเหตุผลและมีที่มาที่ไป
 - สามารถดำเนินการได้จริง
- (๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ ๕ คะแนน
โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้
 - ข้อเสนอเพิ่มเติมที่สนับสนุนการดำเนินการผลิต/การเผยแพร่ ที่อยู่นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ สามารถใช้งานหรือดำเนินการได้จริง
- (๔) แผนการดำเนินงาน แผนการผลิตสื่อเนื้อหาให้ความรู้และแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ โดยละเอียด ๕ คะแนน
โดยมีแนวทางการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้
 - ความสมบูรณ์และความละเอียดครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน แผนการผลิต และแผนการเผยแพร่ที่ได้นำเสนอ และสามารถดำเนินการได้จริง

ทั้งนี้ ในการพิจารณาให้คะแนนตามหัวข้อต่าง ๆ ข้างต้น คณะกรรมการฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน รวมทั้งคณะกรรมการฯ จะเชิญผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอแนวคิด ความคิดสร้างสรรค์และอื่นๆ ตามข้อเสนอด้านเทคนิค เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนในหัวข้อนั้น ๆ มากที่สุด ข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นจะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามความเหมาะสมหรือสัดส่วน โดยมีคะแนนรวมของการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค จำนวน ๑๐๐ คะแนน ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จะต้องได้รับคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

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

๓๗ ๕๐๖ ๙

๑๐.๕ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๑. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ

๑๑.๑ ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องจัดทำรายละเอียดแจกแจงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามรายการหรือ หัวข้อต่างๆ ที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงาน และราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้างที่เสนอด้วย ทั้งนี้ภายใน ๕ วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

๑๑.๒ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๕ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

๑๑.๓ เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานเสร็จสิ้นตามกำหนดแล้ว หากสำนักงาน กสทช. พบว่า ผู้รับจ้างมิได้ดำเนินงานให้ครบถ้วนตามรายการหรือจำนวนหน่วยที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาหักลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ตกลงกันไว้ เว้นแต่รายการที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการไว้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดซึ่งสำนักงาน กสทช. มิได้แจ้งเปลี่ยนแปลงภายในเวลาที่กำหนดและไม่อาจเรียกคืนจากผู้เกี่ยวข้องได้แล้ว

๑๑.๔ หากมีเหตุขัดข้องเป็นเหตุให้การดำเนินงานตามขอบเขตของงานไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมขอเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมขอเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอดำเนินงาน หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เห็นสมควรต่อไป

๑๑.๕ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่นๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทนสำนักงาน กสทช.

สำนักงาน กสทช.

เมษายน ๒๕๖๓

ทท/ สธท/ สท