

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference: TOR)

การผลิตสื่อโฆษณาข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานและการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ ประเภทยาโฆษณาบนทางเดิน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ได้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ประจำปี ๒๕๖๕ เพื่อรองรับการประชาสัมพันธ์องค์กร โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับภารกิจ หน้าที่ และการดำเนินงานของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ในปี ๒๕๖๕ และได้กำหนดทิศทาง การประชาสัมพันธ์ และประเด็นเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้ถึงทิศทางการดำเนินงาน แนวนโยบายของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สร้างความตระหนักรู้จากการใช้งาน และประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนผู้ใช้บริการเข้าใจถึงการดำเนินงานและการกำกับดูแลของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่ยอมรับแก่สาธารณชนได้

สบ. ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายภายนอกที่ต้องการจะสื่อสารในประเด็นต่างๆ ตามแผนประชาสัมพันธ์ไว้หลากหลายกลุ่มคละกัน เนื่องจากเห็นว่าการสื่อสารเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะในฐานะผู้ใช้บริการ ผู้รับบริการ หรือ ผู้ให้บริการเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทต่างๆ ทั้งด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึงกิจการดาวเทียม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เหล่านี้มีความจำเป็นจะต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตกับตัวเอง และในสังคมได้ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายนี้ จะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนหลากหลายแขนงคละกันตามความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ และกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังการรับรู้ในแต่ละช่องทางการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทจะมีคุณลักษณะในการเข้าถึง และมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยการกระจายการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลายนี้จะเป็นการสนับสนุน และส่งเสริมให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เป็นไปอย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น จึงได้วางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Out of home) เนื่องจากเห็นว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงตามกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภท สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารโดยจำแนกตามพื้นที่ได้ จึงเหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงที่ใช้สื่ออื่นๆ สามารถใช้เป็นช่องทางเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากสื่อหลักอื่นๆ ได้ จะทำให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้มีความหลากหลายกลุ่มมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ทางสื่อประเภทนี้ให้กระจายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้ผลสูงที่สุดนั้น จำเป็นต้องพิจารณาคัดเลือก โดยกระจายคัดเลือกจากช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ คละกัน เนื่องจากแต่ละช่องทาง จะมีกลุ่มเป้าหมายของตนเองแตกต่างกันออกไป ซึ่งเมื่อนำมารวมกันแล้ว จะมีความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย สามารถกระจายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นได้ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์เฉพาะเจาะจงประเภทหรือช่องทางของสื่อออนไลน์ จึงเป็นการสนับสนุนการเข้าถึงข่าวสารของประชาชนเฉพาะในหลายๆ กลุ่ม ให้มากที่สุด และได้ประโยชน์มากกว่าการประชาสัมพันธ์แบบกว้างโดยไม่กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

สบ. ได้วางแผนการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ โดยคัดเลือกช่องทางจากกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกัน คัดเลือกให้เหมาะสมกับพื้นที่หรือสถานที่ และนำมากำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์ รวมถึงประเด็นที่จะสื่อสารในเรื่องที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเนื้อหาจะเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนส่วนรวม รวมถึงข่าวสารที่เกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ อย่างถูกต้อง และเหมาะสม ซึ่งถือเป็นภารกิจประการหนึ่งของ กสทช. และ

วิมล
K. ทัศน

สำนักงาน กสทช. และโดยที่พิจารณาแล้วเห็นว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายโฆษณาบนทางเดินภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี นั้นมีจุดเด่นด้านการสร้างจุดสนใจ และดึงดูดผู้รับชม เนื่องจากมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัด ตั้งอยู่บริเวณทางเดินผ่าน จึงสามารถสร้างจุดสนใจให้หยุดมอง และสามารถสร้างการรับรู้รับทราบในประเด็นที่ต้องการจะสื่อสารให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น สามารถกำหนดพื้นที่การประชาสัมพันธ์ได้ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นทางภูมิศาสตร์ จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายทั้งเพศ อายุ อาชีพ รายได้ จากผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งหากเป็นสถานีบริการน้ำมันที่เป็นขนาดใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จะมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เมื่อวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอเนื้อหาแล้ว ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สามารถคาดหวังการรับรู้ได้ อีกทั้งเนื้อหาที่จะนำเสนอ นั้น ถือว่ามีความสำคัญ และสอดคล้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายของช่องทางนี้ ซึ่งส่วนใหญ่จะสนใจในเทคโนโลยีการสื่อสารอยู่แล้ว ดังนั้นการสร้างการรับรู้รับทราบกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้จึงมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถือเป็นผู้ใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร และมีความจำเป็นต้องรับรู้รับทราบถึงสิทธิของตนเอง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทยิวโฆษณาบนทางเดิน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี จึงเป็นการอาศัยช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่เฉพาะ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ซึ่งผู้จัดหรือเจ้าของช่องทางประชาสัมพันธ์เป็นผู้ผลิต หรือเผยแพร่ที่มีฝีมือโดยเฉพาะหรือมีความชำนาญเป็นพิเศษเฉพาะด้านในการผลิตและเผยแพร่สื่อของตน ซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการช่องทางในการประชาสัมพันธ์ตามแนวทาง และทิศทางการดำเนินงานที่สำคัญในปี ๒๕๖๕ ของสำนักงาน กสทช.

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อจ้างผลิตสื่อโฆษณาที่มีเนื้อหาข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานและการสร้างความตระหนักรู้การใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร และเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ ประเภทยิวโฆษณาบนทางเดิน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่จ้างดังกล่าว
- ๓.๘ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการจัดจ้างครั้งนี้

๖๕

Sum
Ka

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้จัดหรือผู้ผลิตหรือเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้จัดหรือผู้ผลิตหรือเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถจัดจำหน่ายการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ในช่องทางการประชาสัมพันธ์นั้นได้

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออกบ้าน (Out of Home) ประเภทป้ายโฆษณาบริเวณทางเดิน (Muppy) ภายในบริเวณสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี โดยมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

๔.๑ การผลิต

๔.๑.๑ ออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายโฆษณาบริเวณทางเดิน (Muppy) ขนาด ๑๐๐x๑๕๐ เซนติเมตร จำนวน ๒ แบบ มีเนื้อหาเกี่ยวกับภารกิจองค์กร หรือการดำเนินงาน หรือเรื่องอื่นๆ ตามที่สำนักงาน กสทช. กำหนดโดยจะต้องนำเสนอแบบให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต

๔.๑.๒ ผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๔.๑.๑ จำนวน ๓๐ ป้าย (ป้ายละ ๒ แบบ หน้า-หลัง) โดยจะต้องนำเสนอแบบก่อนการผลิตจริง พร้อมการตรวจสอบการพิมพ์สี ให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต พร้อมเสนอจุดติดตั้งให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาก่อนการผลิต โดยสถานที่จะต้องครอบคลุมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน ๓๐ สถานีบริการ

๔.๑.๓ ติดตั้งสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ได้ผลิตแล้ว ตามข้อ ๔.๑.๒ จำนวน ๓๐ ป้าย (ป้ายละ ๒ แบบ หน้า-หลัง) ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล จำนวน ๓๐ สถานีบริการ

๔.๒ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

๔.๒.๑ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อโฆษณา ที่ได้ผลิต และติดตั้ง ตามข้อ ๔.๑ ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล จำนวน ๓๐ สถานีบริการ มีระยะเวลา ๖๐ วัน ทั้งนี้ให้เริ่มดำเนินการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

๔.๓ การรายงานผลการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานผลการผลิตและการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ และส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ การจัดทำรายงานถือเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้เสร็จสิ้นตามขอบเขตของงานนี้ โดยรายงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

๔.๓.๑ หลักฐานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หลักฐานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ อาร์ทเวิร์คที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักสื่อสารองค์กร และภาพถ่ายการติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี ทุกสถานีบริการ พร้อมระบุวัน เวลา สถานที่

๔.๓.๒ หลักฐานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือหรือใบรับรองการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากเจ้าของช่องทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเนื้อหายืนยันว่าได้มีการประชาสัมพันธ์ตามที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน และตัวอย่างภาพถ่ายสื่อประชาสัมพันธ์ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จีพีพี ทุกสถานีบริการ

5/3

5/3
16/

๔.๓.๓ จำนวนวันที่ไม่สามารถประชาสัมพันธ์ได้ พร้อมเหตุขัดข้องในการที่ไม่สามารถออกอากาศพร้อมข้อเสนอในการออกอากาศชดเชย (ถ้ามี)

ทั้งนี้หลักฐานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในส่วนของอาร์ทเวิร์ค และภาพถ่ายการติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๓.๑ และหลักฐานในการโฆษณาในส่วนของตัวอย่างภาพถ่ายสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๓.๒ ให้บรรจุลงใน Flash Drive จำนวน ๑ ชิ้น

๔.๔ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ ที่ต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานนี้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของค่าวัสดุที่ใช้งานจ้างนั้น โดยต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุดังกล่าวตามแบบที่กำหนดแนบท้ายขอบเขตของงานนี้ ในผนวก ๑. ส่งให้ผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนับถัดจากวันลงนามใน จนแล้วเสร็จและส่งมอบงานภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ ทั้งนี้ ระยะเวลาดำเนินงานดังกล่าว ได้รวมระยะเวลาในการผลิตตามข้อ ๔.๑ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๔.๒ และระยะเวลาในการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานตามข้อ ๔.๓ เรียบร้อยแล้ว

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบการประชาสัมพันธ์ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานและหลักฐานที่เกี่ยวข้องตามที่กำหนด เพียงงวดเดียว โดยส่งผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่พึงพอใจแล้ว โดยจ่ายจากเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๕ รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร หมวดค่าใช้สอย รายการรายจ่ายในการประชาสัมพันธ์ สำนักสื่อสารองค์กร

๘. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคา

๙. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเพียงงวดเดียว เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานตามข้อ ๖. และคณะกรรมการตรวจรับวัสดุได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๑๐. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

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

วิมล
๒๕

วิมล

๑๐.๒ หากมีเหตุขัดข้องซึ่งเป็นเหตุให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

๑๐.๒.๑ ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยแต่อย่างใด หรือ

๑๐.๒.๒ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการในสัญญา หรือ

๑๐.๒.๓ ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญาออกไปตามที่ผู้รับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เหมาะสมต่อไป

๑๐.๓ การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามวันเวลาที่กำหนดในข้อ ๔.๑ และต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินงานพร้อมหลักฐานตามข้อ ๔.๒ ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ระยะเวลาส่งมอบที่กำหนดตามข้อ ๕ และข้อ ๖ ได้กำหนดไว้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการดำเนินงานของผู้รับจ้างแล้ว หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้างตามสัญญาจ้าง ทั้งนี้ เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

๑๐.๔ ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานผลการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศพร้อมกับการส่งมอบงานเพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจสอบด้วย

สำนักงาน กสทช.

ชค


ชค

ตารางการจัดทำแผนการใช้พืชผลที่ผลิตภายในประเทศ

โครงการ.....

รายการพืชหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการ
แผนการใช้พืชผลที่ผลิตภายในประเทศ

ลำดับ	รายการ	หน่วย	ปริมาณ	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	เป็นเงิน (รวม)	พืช ในประเทศ	พืช ต่างประเทศ
๑							
๒							
๓							
๔							
๕							
รวม					XXX	XXX	XXX
อัตรา (ร้อยละ)					๑๐๐	๗๐	๓๐

ลงชื่อ..... (คู่สัญญาฝ่ายผู้รับจ้าง)

()