

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ การผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์ และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักสื่อสารองค์กร สำนักงาน กสทช.
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๒
เป็นเงิน ๔,๙๘๔,๐๒๔.๓๐ บาท
ราคา/หน่วย (ถ้ามี) - บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - ๕.๑ ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์ และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ของ บริษัท เดอซัน จำกัด ลงวันที่ ๑๘ เมษายน ๒๕๖๒
 - ๕.๒ ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์ และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ของ บริษัท ไอเอ็มซี แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด ลงวันที่ ๑๘ เมษายน ๒๕๖๒
 - ๕.๓ ข้อมูลประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์ และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ของ บริษัท ไฮยีน่า เดอะ แอดเวอร์ไทซิง เอเจนซี จำกัด ลงวันที่ ๑๗ เมษายน ๒๕๖๒
๖. รายชื่อคณะกรรมการกำหนดราคากลาง
 - ๕.๑ นายตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์
 - ๕.๒ นายกนิษฐ์ วัสโสทก ๑๗/๔/๒๕๖๒
 - ๕.๓ นายณัฐกิจ จำนงค์

**ตารางประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์
และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์**

ลำดับ	รายการ	บริษัท เดอซัน จำกัด	บริษัท ไอเอ็มซี แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด	บริษัท ไฮยีน่า เดอะ แอดเวอร์ไทซิง เอเจนซี จำกัด	ราคาเฉลี่ย (บาท)
การผลิตภาพยนตร์สั้นที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์					
๑	ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-production)	๒๑๕,๐๐๐	๒๐๐,๐๐๐	๒๖๐,๐๐๐	๒๒๕,๐๐๐.๐๐
	เช่น ค่าพัฒนาแนวคิด สตอรี่บอร์ด, ค่าบท, ค่าทีมงานจัดหาโลเคชั่น, ค่านักแสดง, ค่าประสานงาน, อื่นๆ ฯลฯ				
๒	ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production)	๑,๓๕๘,๐๐๐	๙๕๓,๐๐๐	๑,๔๗๕,๐๐๐	๑,๒๖๒,๐๐๐.๐๐
	เช่น ค่าผู้กำกับ, ค่าทีมงาน, ค่าขนส่งเดินทาง, ค่าอุปกรณ์, อื่นๆ ฯลฯ				
๓	ขั้นตอนหลังถ่ายทำ (Post-Production)	๗๙๒,๕๐๐	๘๐๕,๐๐๐	๘๙๕,๐๐๐	๘๓๐,๘๓๓.๓๓
	เช่น ค่าตัดต่อ, ค่าห้อง/ช่างตัดต่อ (Editing), ค่าจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก, ค่าสกอว์เพลง หรือค่าลิขสิทธิ์เพลง, ค่าห้อง/ช่างอัดและมิกซ์เสียง, โฆษกภาษาไทย, ค่าลงคำบรรยายภาษาไทย อื่นๆ ฯลฯ				
๔	วัสดุส่งมอบงาน	๑๕,๕๐๐	๑๗,๐๐๐	๒๕,๐๐๐	๕๗,๕๐๐.๐๐
	Release ดิจิตอลไฟล์ ต้นฉบับ, ค่าแปลงไฟล์ ดิจิตอลบรรจุลง flashdrive				

	การสร้างกลยุทธ์และทำการ เผยแพร่ภาพยนตร์สั้น ในรูปแบบ การแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว สู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) ยอดการรับชมรวมไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ วิว				
๕	เผยแพร่ภาพยนตร์สั้น ในรูปแบบ True View In-Stream Ads บน YouTube โดยต้องมี ยอดจำนวนการเข้าถึง/ พบเห็นภาพยนตร์สั้นใน ช่องทางดังกล่าวขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ Impressions	๖๐๐,๐๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐	๕๐๐,๐๐๐	๘๖๖,๖๖๖.๖๖
๖	เผยแพร่ภาพยนตร์สั้น บน Facebook ในเพจ และ/หรือแฟนเพจที่ เหมาะสม ไม่น้อยกว่า ๒ แฟนเพจหรือบัญชี โดย มี ยอด ผู้ ตี ต ตาม (Follower) ในแต่ละ แฟนเพจหรือบัญชีขั้นต่ำ ไม่ น อ ย ก ว า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คนหรือ บัญชี	๕๕๐,๐๐๐	๕๓๐,๐๐๐	๕๓๐,๐๐๐	๕๓๖,๖๖๖.๖๖
๗	เผยแพร่ภาพยนตร์สั้น ผ่าน Influencer ทั้ง บุคคลหรือเพจดังที่มี อิทธิพล ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒ แฟนเพจ หรือบัญชี ที่มียอด ผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจ หรือ บัญชี ไม น อ ย ก ว า ๓๐๐,๐๐๐ คน/บัญชี	๓๑๘,๐๐๐	๔๘๐,๐๐๐	๕๒๐,๐๐๐	๔๓๙,๓๓๓.๓๓
๘	สื่อสารและสร้างการ รับรู้ผ่าน Website และ/หรือ Web board และ/หรือ Blogger ที่	๑๔๙,๐๐๐	๑๘๔,๐๐๐	๒๕๐,๐๐๐	๑๘๔,๓๓๓.๓๓

	ได้รับความนิยสูง ไม่น้อยกว่า ๑ URL/Webpage				
๙	เผยแพร่ผ่านอื่นๆ ที่ เหมาะสมและน่าสนใจ (ถ้ามี)	๕๒๐,๐๐๐	-	๒๑๖,๙๐๐	๒๔๕,๖๓๓.๓๓
รวม					๔,๖๕๗,๙๖๖.๖๔
Vat ๗%					๓๒๖,๐๕๗.๖๖
รวมทั้งสิ้น					๔,๙๘๔,๐๒๔.๓๐



ขอบเขตของงาน (Terms of Reference)
การผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์
และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

.....

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ มีหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ของประเทศ ซึ่งหนึ่งในหน้าที่สำคัญ คือการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยการรณรงค์สร้างจิตสำนึกการใช้สื่อโซเชียลอย่างมีสติ เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบไม่ดีต่อตนเอง ครอบครัว และสังคม ตลอดจนทำให้สังคมโซเชียลเป็นพื้นที่สร้างสรรค์และปลอดภัย นับเป็นแนวทางการดำเนินงานคุ้มครองและปกป้องสิทธิของประชาชนผู้ใช้บริการคลื่นความถี่ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งจัดสรรโดยสำนักงาน กสทช.

สำนักงาน กสทช. เห็นว่าการสร้างความเชื่อมั่น และการยอมรับนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรับทราบถึงการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงภารกิจในการคุ้มครองผู้บริโภค ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จากการศึกษาที่ประชาชนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ง่าย ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลที่ไม่เหมาะสมมีมาก และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งแม้จะมีการกำกับดูแล โดยการใช้กฎหมาย พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ แต่การกำกับดูแลที่ดีที่สุด คือการสร้างจิตสำนึกให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมาย ให้ใช้วิจารณญาณในการใช้สื่อโซเชียลเช่นเดียวกับการรับและเสพสื่ออื่นๆ สำนักสื่อสารองค์กรจึงมีแนวคิดในการผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัส วิดีโอ (Viral Video) ขึ้น โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกการใช้สื่อโซเชียลอย่างมีสติและมีจริยธรรม โดยสำนักงาน กสทช. พิจารณาเห็นว่าภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัส วิดีโอ (Viral Video) เป็นสื่อที่มีจุดเด่นคือ ไม่ต้องถูกจำกัดด้วยเวลาเพียง ๓๐ วินาที หรือ ๑ นาที เหมือนดังเช่นสปอตโฆษณาโทรทัศน์ ทำให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่น่าสนใจได้อย่างครบถ้วน มีภาพและเสียงที่กระตุ้นอารมณ์ให้เกิดความสนใจและจดจำ นำไปสู่การปรับพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลอย่างเหมาะสมได้ในที่สุด

ในสังคมยุคการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รวดเร็ว และสะดวกสบายนี้ การใช้สื่อโซเชียลโดยขาดวิจารณญาณ ก็เนื่องมาจากส่วนหนึ่งประชาชนเสพติดความรวดเร็ว และมองว่าการโพสต์กดไลค์ และแชร์ข้อความ ยิ่งเร็วยิ่งดี ทำให้ขาดการไตร่ตรอง หรือบางส่วนก็มองว่าการโพสต์ ไลค์ แชร์ข้อความที่ไม่เหมาะสมเป็นเรื่องปกติ หรือทำด้วยความสนุก คึกคะนอง โดยคิดว่าสื่อโซเชียลเป็นพื้นที่อิสระ และมีลักษณะเป็นนิรนาม คนบนโลกออนไลน์ไม่รู้จักกัน ไม่ต้องคิดมาก ประชาชนขาดความตระหนักถึงผลเสียที่อาจเกิดขึ้นกับตนเอง ครอบครัว และสังคม ไม่ตระหนักแม้กระทั่งว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรุนแรง ดังนั้นการรณรงค์สร้างจิตสำนึกการใช้สื่อโซเชียลอย่างมีสติ จะช่วยลดทอนความรุนแรง และผลกระทบจากความรุนแรงในสังคมโซเชียลและโลกออนไลน์

อนึ่ง เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในลักษณะการสร้างสรรค์สังคมให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง และเกิดการส่งต่อเผยแพร่กันในโลกออนไลน์ สำนักงาน กสทช. จึงเล็งเห็นว่าการเผยแพร่วิดีโอข้างต้น โดยใช้กลยุทธ์การแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่นและวัยทำงาน ได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์การปลูกจิตสำนึกและจริยธรรมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และสื่อโซเชียล ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด และเห็นว่าการผลิตภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัส

๓๗ ๐๕ ๑๖๗

(Viral Video) เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นวงกว้าง และสามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก และการเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นรูปแบบของประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ หรือ สื่อใหม่ (New Media) ซึ่งปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาท และมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ จะหันมานิยมการรับชมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในแง่ของการรณรงค์ที่การใช้สื่อออนไลน์นอกจากจะมีช่องทางในการที่สามารถแพร่กระจายสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็วแล้วยังสามารถจำเพาะเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างถูกต้องแม่นยำได้อีกด้วย ในขณะที่ใช้งบประมาณไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับการใช้ช่องทางสื่อสารชนิดอื่นๆ นอกจากนี้การผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัลยังเหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และดึงดูดผู้ชมให้เกิดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัลนั้นมีทั้งภาพ และเสียง มีระยะเวลาในการเล่าเรื่องจึงสามารถใช้อธิบายสร้างความเข้าใจได้อย่างไรก็ตามสื่อกระแสหลัก กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์ ก็ยังคงมีความสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้นการผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัล และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์จึงเข้ามามีส่วนสนับสนุนการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจากสื่อกระแสหลักให้มีความหลากหลายกลุ่มเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยจะเน้นให้ความสำคัญในส่วนของคุณภาพของงานผลิตเป็นเรื่องหลัก นอกจากนี้สื่อที่ได้ผลิตดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่นๆ ตามเหมาะสมในโอกาสต่างๆ ได้อีกด้วย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัล (Viral Video) เพื่อสำนักงาน กสทช. จะได้เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมรณรงค์ในการส่งเสริมและสร้างสรรค์เรื่องราวที่ดีให้แก่สังคม เพื่อสังคมโลกออนไลน์ที่ยั่งยืนของทุกคน

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อจ้างผลิตภาพยนตร์สั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างจิตสำนึกการใช้สื่อโซเชียลอย่างมีสติและมีจริยธรรม
- ๒.๒ เพื่อรณรงค์ปลูกจิตสำนึกในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและเหมาะสม
- ๒.๓ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความตระหนักรู้ในการแสดงความคิดเห็น และส่งต่อข้อมูลในโลกโซเชียลมีเดีย
- ๒.๔ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ยอมรับ และสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ในแง่ของการเสริมสร้าง และรณรงค์การใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓๖ ๐๓ ๓๓

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้เสนอราคาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e – GP) ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรณีผู้เสนอราคายังมิได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลง

๓.๑๑ ผู้เสนอราคาต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้าง โดยในแต่ละชิ้นงาน (สัญญา) ต้องมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียว ภายในระยะเวลาย้อนหลังไม่เกิน ๒ ปี นับจากวันที่ส่งมอบงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสารเสนอราคา และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ที่สำนักงาน กสทช. เชื้อถือ ในรูปแบบของสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสร้างสรรค์ และผลิตภาพยนตร์สั้น ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์ สำหรับเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน ๑ เรื่อง โดยมีความยาวไม่ต่ำกว่า ๓ นาที ตลอดจนดำเนินการสร้างกลยุทธ์และทำการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นดังกล่าวที่เหมาะสมกับรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) หรือตามที่ สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยมีรายละเอียดและข้อกำหนด ดังนี้

๔.๑ การผลิตภาพยนตร์สั้นที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์

๔.๑.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษาข้อมูลและนำเสนอรูปแบบ แนวทาง หรือเทคนิคที่จะใช้ในการดำเนินการผลิตภาพยนตร์สั้นที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์โดยละเอียด (Detail Design) โดยภาพยนตร์สั้นดังกล่าว ต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับสร้างการตระหนักรู้การใช้สื่อออนไลน์ หรือเกี่ยวกับบรรณรังค์สร้างจิตสำนึกในการใช้สื่อโซเชียลอย่างมีสติและมีจริยธรรม หรือในเรื่องอื่นใดที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักการและเหตุผล (Concept Design) โครงเรื่อง เนื้อหา ตัวละครดำเนินเรื่อง และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน ของภาพยนตร์สั้นที่เหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ที่นำเสนอในข้อเสนอด้านเทคนิค อย่างน้อย ๒ เรื่อง/แนวทาง เพื่อให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง ก่อนนำไปใช้ดำเนินการพัฒนาเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนอื่นๆในขั้นตอนที่จำเป็นต่อการผลิต/ถ่ายทำต่อไป

๔.๑.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตภาพยนตร์สั้น ตามรูปแบบเนื้อหาที่ได้รับการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. ตามข้อ ๔.๑.๑ โดยมีข้อกำหนดอย่างน้อย ดังนี้

• ดำเนินการออกแบบบทเนื้อหา (Script) และ โครงร่างการผลิต (Storyboard) ให้สำนักงาน กสทช. เห็นชอบก่อนการผลิต อย่างน้อย จำนวน ๑ เรื่อง

๐๗

๐๗

๐๗

- ดำเนินการจัดทำ/จัดทำภาพประกอบที่เหมาะสมที่ทำให้เกิดความสนใจและติดตามทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ต้องถ่ายทำใหม่โดยไม่ใช้วัตถุเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน กสทช.

- ดำเนินการจัดทำเพลงประกอบที่นำมาใช้ประกอบภาพยนตร์สั้น โดยต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา หากเป็นเพลงที่คัดลอกมาจะต้องมีหนังสือยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้ว่าจ้างสามารถนำผลงานไปใช้ได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์

๔.๑.๓ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำข้อ ๔.๑.๒ มาผลิตสื่อภาพยนตร์สั้น ดังนี้

- ผลิตภาพยนตร์สั้น จำนวน ๑ เรื่อง ความยาวไม่ต่ำกว่า ๓ นาที โดยมีคุณภาพของภาพและเสียงจะต้องมีความเหมาะสมกับการเป็นภาพยนตร์สั้น ที่สามารถนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆได้

๔.๑.๔ ดำเนินการผลิตภาพยนตร์สั้น ในรูปแบบดังต่อไปนี้

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

- คุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD ๑๐๘๐i (๑๙๒๐x๑๐๘๐i) หรือดีกว่า ในรูปแบบไฟล์วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

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

๔.๑.๕ ทั้งนี้อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกภาพและถ่ายทำต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงานผลิต อุปกรณ์ต้องมีความสามารถหรือฟังก์ชันรองรับการบันทึกความละเอียดสูงสุดที่ระดับ ๔K (4K Recording) ได้ เป็นอย่างน้อย

๔.๑.๖ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานภาพยนตร์โฆษณา ตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๑.๗ ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการ จัดการ การผลิต ภายใต้โครงการนี้ ต้องตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. ทั้งสิ้น หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๔.๒ การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว สู่อินเทอร์เน็ต (Viral)

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำภาพยนตร์สั้น ตามข้อ ๔.๑ มาเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่อินเทอร์เน็ตต่างๆ (Viral) โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ นำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมกับการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่อินเทอร์เน็ต (Viral) สำหรับภาพยนตร์สั้น โดยต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

๔.๒.๒ เผยแพร่ภาพยนตร์สั้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบ True View In-Stream Ads บน YouTube ในกลุ่มผู้ชมและ/หรือChannelที่เหมาะสม โดยต้องมียอดจำนวนการเข้าถึง /พบเห็นภาพยนตร์สั้นในช่องทางดังกล่าวขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๔๐๐,๐๐๐ Impressions

๔.๒.๓ เผยแพร่ภาพยนตร์สั้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ บน Facebook ในเพจและ/หรือแฟนเพจที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า ๒ แฟนเพจหรือบัญชี โดยมียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คนหรือบัญชี

๔.๒.๔ สร้างกระแสการรับรู้ภาพยนตร์สั้น ผ่าน Influencer ทั้งบุคคลหรือเพจดังที่มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒ แฟนเพจหรือบัญชี ที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจ หรือบัญชีไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ คน/บัญชี (ทั้งนี้ไม่รวมกับข้อ ๔.๒.๓)

๔.๒.๕ สื่อสารและสร้างการรับรู้ผ่าน Website และ/หรือ Web board และ/หรือ Blogger ที่ได้รับความนิยมสูง ไม่น้อยกว่า ๑ URL/Webpage

๔.๒.๖ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์อื่นๆเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ต้องมียอดจำนวนการรับชมภาพยนตร์สั้น รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ รวมกันไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ View

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายในระยะเวลา ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานทันตามกำหนดระยะเวลา จำนวน ๒ งวด ดำเนินการตามขอบเขตของงานตามข้อ ๔. ประกอบด้วย

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินการผลิตภาพยนตร์สั้นตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน ตามข้อ ๔.๑ รวมถึงหลักฐานการดำเนินงาน ในส่วนของการผลิตทั้งหมด จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับภาพยนตร์สั้นทั้งหมด โดยบรรจุลงในรูปแบบ Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจรับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖.๒ งวดที่ ๒ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินการ การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) ตามข้อ ๔.๒ พร้อมทั้งส่งหลักฐานการดำเนินงาน ในส่วนของการเผยแพร่ จำนวน ๒ ชุด รวมทั้งสำเนาของรายงานและหลักฐานทั้งหมดในรูปแบบ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุลงใน Flash drive (USB ๓.๐) จำนวน ๕ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจ รับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

งบประมาณดำเนินการภายในวงเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่พึงปวงไว้ด้วยแล้ว โดยจ่ายจากเงินงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒ สำนักสื่อสารองค์กร รายจ่ายเกี่ยวกับการจัดการและบริหารองค์กร หมวดค่าใช้จ่าย รายจ่ายในการประชาสัมพันธ์

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็น ๒ งวด ตามข้อ ๖. เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานแล้ว เสร็จครบถ้วน และส่งมอบให้แก่สำนักงาน กสทช. ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยดังนี้

กช

คชท

๐๒

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๑ จำนวนเงินร้อยละ ๔๐% ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๒ จำนวนเงินร้อยละ ๖๐% ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. การยื่นข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ดังนี้

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้เสนอราคา ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ข้อ ๓.

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔. ประกอบด้วย

๑) ข้อเสนอแนวความคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านเนื้อเรื่องและเนื้อหา รวมไปถึงความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบวิธีการเล่าเรื่องราว และรูปแบบวิธีการดำเนินการการผลิต พร้อมทั้งเทคนิคในการนำเสนอที่น่าสนใจ ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการผลิตภาพยนตร์สั้น ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงาน

๒) กลยุทธ์สร้างการรับรู้ ข้อเสนอแนวความคิดหลัก ความเข้าใจด้านเนื้อหา และความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์ และขอบเขตของงาน

๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ

๔) ข้อเสนอแผนการดำเนินงานผลิตและการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นโดยละเอียด

๙.๓ ข้อเสนอด้านราคา ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาตามแบบที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาที่ได้รับจ้างดำเนินงานตามโครงการนี้ (โดยราคารวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว) ให้ครบถ้วนชัดเจน

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณา

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนด้านเทคนิคซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ ทั้งรูปแบบ เนื้อหาและเทคนิคอื่นๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการจัดจ้าง โดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) จะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่น ข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ และหลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักของข้อเสนอด้านเทคนิค น้ำหนักร้อยละ ๗๐ และข้อเสนอ ด้านราคา น้ำหนักร้อยละ ๓๐ โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุด ระยะเวลาการเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ตามลำดับ ดังนี้

๑๐.๑ ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่างๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง คณะกรรมการฯ จะไม่ทำการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น

๓๗

๐๕

๓๗

๑๐.๒ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ยื่นข้อเสนอจะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ยื่นข้อเสนอจะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดหลงเพียง เล็กน้อย หรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่ใช้สาระสำคัญ เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ จะเชิญให้ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ ๑๐.๑ นำเสนอแนวคิด ความคิดสร้างสรรค์และอื่นตามข้อเสนอด้านเทคนิค โดยจะพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

- | | |
|--|----------|
| (๑) ความคิดสร้างสรรค์และวิธีดำเนินงานผลิตภาพยนตร์สั้น | |
| - ความคิดสร้างสรรค์ด้านเนื้อเรื่องและเนื้อหา | ๒๐ คะแนน |
| - ความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบวิธีการเล่าเรื่องและการผลิต | ๑๕ คะแนน |
| - เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ | ๑๕ คะแนน |
| (๒) กลยุทธ์สร้างการรับรู้ แนวคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้น | |
| - ด้านวิธีการ ความเหมาะสม | ๑๕ คะแนน |
| - ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ | ๑๐ คะแนน |
| - เทคนิคในการเผยแพร่ที่น่าสนใจ | ๑๐ คะแนน |
| (๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ | ๑๐ คะแนน |
| (๔) แผนการดำเนินงานและการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นโดยละเอียด | ๕ คะแนน |

รวม ๑๐๐ คะแนน ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ต้องได้รับคะแนนการประเมินด้านคุณภาพ (Performance) ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๑๐.๓ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ ๑๐.๒ จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามสัดส่วนข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนอด้านราคาที่กำหนด ข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของสำนักงาน กสทช. ต่อไป

๑๐.๔ กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด สำนักงาน กสทช. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิก การประกาศเชิญชวนเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑๑. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

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

๑๑.๒ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๐ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

๑๑.๓ หากมีเหตุขัดข้องเป็นเหตุให้การดำเนินงานตามขอบเขตของงานไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน

๓๗
๐๒
กนย

ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างไม่แจ้งเหตุขัดข้องพร้อมข้อเสนอ หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ให้สำนักงาน กสทช. ทราบ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น สำนักงาน กสทช. จะถือว่าผู้รับจ้างไม่ประสงค์จะขอดำเนินงาน หรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา โดยสำนักงาน กสทช. จะพิจารณาดำเนินการตามที่เหมาะสมต่อไป

๑๑.๔ การดำเนินงานตามขอบเขตของงาน และการจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องทำการผลิต เผยแพร่และต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินงานพร้อมหลักฐานตามข้อ ๔. ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ระยะเวลาส่งมอบที่กำหนดตามข้อ ๕. และข้อ ๖. ได้กำหนดไว้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการดำเนินงานของผู้รับจ้างแล้ว หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของค่าจ้าง เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้รับจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

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

สำนักงาน กสทช.
มีนาคม ๒๕๖๒

MM
Q2
กมล