

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference)

การจ้างผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัส (Viral Video) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการจัดสรรคลื่นความถี่ หลังการจัดประมูลคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคม ผ่านสื่อออนไลน์

.....

๑. หลักการและเหตุผล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และสำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีหน้าที่บริหารจัดการสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่อันเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น โดยที่ผ่านมา การกิจการบริหารจัดการสรรคลื่นความถี่นั้น ถือเป็นภารกิจที่สำคัญยิ่งที่ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ดำเนินการ ตามที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างต่อเนื่องและเคร่งครัด ทั้งนี้เพื่อบริหารและจัดสรรทรัพยากรคลื่นความถี่ของ ประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต่อประชาชน และประเทศตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ได้กำหนดไว้

โดยในปี ๒๕๖๑ สำนักงาน กสทช. ได้มีการจัดประมูลคลื่นความถี่โทรคมนาคมทั้งในย่าน ๑๘๐๐ และ ๙๐๐ MHz ทั้งหมดในช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการจัดสรรคลื่นความถี่ให้ มีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และรายได้ที่เกิดขึ้นจากประมูลจะนำส่งเข้ารัฐเพื่อพัฒนาประเทศต่อไป นอกจากนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในหลายๆ ด้านจากการที่มีคลื่นความถี่ให้ใช้งานด้านโทรคมนาคมมากยิ่งขึ้น ทั้งช่วยเสริมในด้านของการให้บริการ การรองรับปริมาณผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น รองรับการใช้งานได้ดียิ่งขึ้นทั้ง ในแง่ของปริมาณการใช้งานด้านเสียงและข้อมูล โครงข่ายและสัญญาณการให้บริการที่ครอบคลุมได้มากยิ่งขึ้น อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงที่ดียิ่งขึ้น ทั้งเป็นการเตรียมการรองรับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ใหม่ๆ ของประเทศไม่ว่าจะเป็น ๔จี ๕จี Internet of things อันจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศตามแนวนโยบายประเทศไทย ๔.๐ รวมถึงทิศทางการขับเคลื่อนทางด้านอื่นๆ ที่สำนักงาน กสทช. กำหนดเอาไว้ในปี ๒๕๖๒ อันต้องการโครงสร้างพื้นฐาน ทางด้านการสื่อสารที่ครอบคลุมและเทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัลที่ทันสมัยมาได้อย่างครบถ้วน ซึ่งที่ ผ่านมาพบว่าประชาชนอาจยังไม่เข้าใจ และรับรู้ถึงความจำเป็นของการจัดสรรคลื่นความถี่ รวมถึงประโยชน์ที่ จะเกิดขึ้นกับตนเองและประเทศ รวมถึงการนำคลื่นความถี่โทรคมนาคมไปใช้สร้างประโยชน์สร้างโอกาสให้ ตนเองหรือผู้อื่นได้ ความสำคัญของระบบการสื่อสาร ที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพดีขึ้น ไม่ติดขัด รวมถึงให้เห็นถึง ความสำคัญของคลื่นความถี่ หรือการจัดสรรคลื่นความถี่ที่เป็นทรัพยากรสื่อสารสำคัญของประเทศ ดังนั้นจึงมี ความจำเป็นที่จะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องหรือคุณประโยชน์ที่สืบเนื่องจากการจัดสรรคลื่นความถี่ ด้วยวิธีการประมูลให้ประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบข้อมูล สามารถนำข่าวสารข้อมูลไปใช้ประโยชน์กับ ตัวเอง และสังคมได้ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่น และเกิดการยอมรับจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อันจะเป็น ประโยชน์ต่อการสนับสนุนการประมูลคลื่นความถี่ในครั้งต่อไปได้อีกด้วย

สำนักสื่อสารองค์กร (สบ.) ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายหลังการ ประมูลคลื่นความถี่ย่าน ๑๘๐๐ MHz และ ๙๐๐ MHz โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดรายได้ส่งรัฐเพื่อพัฒนาประเทศแล้ว ยังมีประโยชน์ในด้านเชิงพัฒนาสังคม ต่างๆ รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดรับเทคโนโลยีต่างๆ ที่อาจถูก นำมาใช้ภายใต้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมในย่านดังกล่าว ให้แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยที่ สบ. ได้มีการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ด้วยการ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยมีระยะเวลาประมาณ ๓ เดือน โดยได้กำหนดประเด็นการ สื่อสารเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดสรรคลื่นความถี่ด้วยวิธีการประมูลทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และ

58๗

๗๖

๗๗

สังคม รวมถึงภาคส่วนต่างๆ จนถึงระดับประเทศ และจะเป็นการประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่กำหนดไว้ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนหลากหลายแขนงคละกันตามความเหมาะสมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังการรับรู้ได้ เพื่อเป็นการสนับสนุนและ ส่งเสริมให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทจะมีคุณลักษณะในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน และเห็นว่าการผลิตภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล (Viral Video) เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นวงกว้าง และสามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก และการเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นรูปแบบของประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ หรือสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาท และมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานซึ่งเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ จะหันมานิยมการรับชมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในแง่ของการรณรงค์ที่การใช้สื่อออนไลน์นอกจากจะมีช่องทางในการที่สามารถแพร่กระจายสู่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและรวดเร็วแล้วยังสามารถจำเพาะเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างถูกต้องแม่นยำได้อีกด้วย ในขณะที่ใช้งบประมาณไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับการใช้ช่องทางสื่อสารชนิดอื่นๆ นอกจากนี้การผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัลยังเหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่คาดหวังการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และดึงดูดผู้ชมให้เกิดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัลนั้น มีทั้งภาพ และเสียง มีระยะเวลาในการเล่าเรื่องจึงสามารถใช้อธิบายสร้างความเข้าใจได้อย่างไร้ตามสื่อกระแสหลัก กล่าวคือ สื่อโทรทัศน์ ก็ยังคงมีความสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้นการผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัล และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์จึงเข้ามามีส่วนสนับสนุนการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจากสื่อกระแสหลักให้มีความหลากหลายกลุ่มเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยจะเน้นให้ความสำคัญในส่วนของคุณภาพของงานผลิตเป็นเรื่องหลัก นอกจากนี้สื่อที่ได้ผลิตดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่นๆ ตามเหมาะสมในโอกาสต่างๆ ได้อีกด้วย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัล (Viral Video) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้จากการจัดสรรคลื่นความถี่ หลังการจัดประมูลคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคม ทั้งในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องหรือประโยชน์ที่สืบเนื่องจากการประมูล ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ในครั้งนี้

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการประมูลคลื่นความถี่
- ๒.๒ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจถึงการมีคลื่นความถี่ที่หลากหลาย
- ๒.๓ เพื่อผลิตภาพยนตร์สั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์ รูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video)
- ๒.๔ เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการให้ข้อมูล ความรู้และ เนื้อหาดังกล่าว ที่เหมาะสมกับรูปแบบ การแพร่กระจาย อย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) และมุ่งตรงสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างได้ผล

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- ๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
 - ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
 - ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
 - ๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว
- เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

วิเศษ

Ma

นาม

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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๓.๑๓ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้าง โดยในแต่ละชิ้นงาน (สัญญา) ต้องมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียว ภายในระยะเวลาย้อนหลังไม่เกิน ๓ ปี นับจากวันที่ส่งมอบงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสารเสนอราคา และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ที่สำนักงาน กสทช. เชื้อถือ ในรูปแบบของสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้นๆ

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการสร้างสรรค์ และผลิตภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของประโยชน์ของการจัดสรรคลื่นความถี่อันเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญ การมีความถี่ที่หลากหลายให้ใช้งาน การบริหารจัดการคลื่นความถี่เป็นสิ่งสำคัญเพื่อการสื่อสารเกิดประโยชน์ กับประชาชนและประเทศชาติมากที่สุด อันสืบเนื่องมาหลังจากการจัดประมูลคลื่นความถี่โดย กสทช. จำนวน ๓ เรื่อง โดยมีความยาวเรื่องละไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที ตลอดจนดำเนินการสร้างกลยุทธ์และทำการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นดังกล่าวที่เหมาะสมกับรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) หรือตามที่ สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยมีรายละเอียดและข้อกำหนด ดังนี้

๔.๑ การผลิตภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) จำนวน ๓ เรื่อง

๔.๑.๑ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอโครงเรื่อง และเนื้อหา (Script) Storyline Storyboard ตัวละคร ดำเนินเรื่อง และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน ของภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ทั้ง ๓ เรื่อง/แนวทาง ให้สำนักงาน กสทช. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการผลิต ทั้งนี้ หากผลการออกแบบมีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามที่สำนักงาน กสทช. ให้ความเห็น และไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม โดยภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ทั้ง ๓ เรื่อง ต้องมีเนื้อหาหลักใน

รับ

๓๔ กม

การนำเสนอที่เกี่ยวกับการสร้างความรู้ความเข้าใจ ทั้งในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องหรือประโยชน์ที่ได้อันสืบเนื่องมาหลังจากการจัดประมูลคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคม อันเป็นการจัดสรรคลื่นความถี่ให้มีการใช้งานได้อย่างพอเพียง เพื่อรองรับความต้องการใช้งานที่เพิ่มขึ้น และเทคโนโลยีการสื่อสารถัดไป หรือในเรื่องอื่นใดที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้อง

๔.๑.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ตามรูปแบบเนื้อหาที่ได้รับการเห็นชอบจาก สำนักงาน กสทช. ตามข้อ ๔.๑.๑ โดยมีข้อกำหนดอย่างน้อย ดังนี้

(๑) ภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) จำนวน ๓ เรื่อง ความยาวเรื่องละไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที ต้องผลิตด้วยคุณภาพความคมชัดระดับ Full HD (๑๐๘๐i) ขึ้นไป โดยภาพและเสียงจะต้องมีความเหมาะสม กับการเป็นภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล สปอต (Viral Spot) ที่สามารถนำไปใช้เผยแพร่ผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้ โดยต้องมีการจัดทำทั้งในรูปแบบภาพปกติ และรูปแบบพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ (Sub Title) ภาษาไทย

(๒) หากมีเพลงที่นำมาใช้ประกอบภาพยนตร์สั้นจะต้องเป็นเพลงที่แต่งขึ้นใหม่ หรือหาก เป็นเพลงที่คัดลอกมา หรือนำมาใช้จะต้องมีหนังสือยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือมีหลักฐาน รับรองการอนุญาตใช้ สิทธิได้ โดยผู้ว่าจ้างสามารถนำผลงานไปใช้ได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ หากเกิดปัญหา เกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สิน ทางปัญญาจากการดำเนินงานตามกิจกรรมนี้ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบ แต่เพียงผู้เดียว

๔.๑.๓ ผู้รับจ้างต้องมีภาพประกอบที่เหมาะสมทำให้เกิดความสนใจและเป็นที่น่าสนใจ ทั้ง ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ต้องถ่ายทำใหม่โดยไม่ใช้วัสดุดิบเดิมจากสำนักงาน กสทช. เว้นแต่ได้รับ อนุญาตจาก สำนักงาน กสทช. เท่านั้น

๔.๑.๔ ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานภาพยนตร์สั้นตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักงาน กสทช. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

๔.๑.๕ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบต้นฉบับภาพยนตร์สั้นดังกล่าว ในรูปแบบไฟล์วิดีโอแบบ ดิจิตอล ซึ่งมีคุณภาพและความคมชัดในระดับ FULL HD ๑๐๘๐i (๑๙๒๐x๑๐๘๐) หรือดีกว่า ในรูปแบบไฟล์ วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล(File Format) .MOV (จำนวน ๒ ไฟล์)
 - เข้ารหัส(Codec) แบบ ProRes ๔๒๒
 - เข้ารหัส(Codec) แบบ XDCAM HD๔๒๒
- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล(File Format) .MP๔

๔.๒ การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นในรูปแบบการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ (Viral)

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการนำภาพยนตร์สั้นรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ทั้ง ๓ เรื่อง ความ ยาวเรื่องละไม่ต่ำกว่า ๙๐ วินาที ตามข้อ ๔.๑ มาเผยแพร่ในรูปแบบการแพร่กระจาย อย่างรวดเร็วสู่ สื่อสังคม ออนไลน์ต่างๆ (Viral) โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำ ดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ นำเสนอกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ที่เหมาะสมกับการ แพร่กระจายอย่างรวดเร็วสู่สื่อสังคมออนไลน์ (Viral) สำหรับภาพยนตร์สั้นทั้ง ๓ เรื่อง โดยต้องสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ ของการประชาสัมพันธ์

๔.๒.๒ เผยแพร่ภาพยนตร์สั้นทั้ง ๓ เรื่อง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบ True View In-Stream Ads บน YouTube ในกลุ่มผู้ชมและ/หรือChannelที่เหมาะสม โดยต้องมียอดจำนวนการเข้าถึง /พบเห็นภาพยนตร์สั้นในช่องทางดังกล่าวขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๑๒๐,๐๐๐ Impressions ต่อ ๑ เรื่อง

สพ

ma
กม

๔.๒.๓ เผยแพร่ภาพยนตร์สั้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ บน Facebook ในเพจและ/หรือแฟนเพจที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า ๓ แฟนเพจหรือบัญชี โดยมียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจหรือบัญชีขั้นต่ำไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ คนหรือบัญชี

๔.๒.๔ เผยแพร่ภาพยนตร์สั้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านช่องทางบุคคลที่มีอิทธิพล ทางสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๒ แฟนเพจหรือบัญชี ที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) ในแต่ละแฟนเพจ หรือบัญชีไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ คน/บัญชี (ทั้งนี้ไม่รวมกับข้อ ๔.๒.๓)

๔.๒.๕ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างสามารถเสนอช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์อื่นๆ เพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม โดยตลอดระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ต้องมียอดจำนวนการรับชมภาพยนตร์สั้นรวมทั้ง ๓ คลิป รวมทั้งสิ้นในทุกช่องทางที่เสนอใช้เผยแพร่ในโครงการนี้ รวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ View

๕. ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงาน พร้อมรายงานผลการดำเนินงาน และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน กรณีวันส่งมอบงานเป็นวันหยุดราชการ ให้ถือวันเปิดวันทำการวันแรกเป็นวันครบกำหนดการส่งมอบ

๖. ระยะเวลาการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานทันตามกำหนดระยะเวลา จำนวน ๒ งวด ดำเนินการตามขอบเขตของงานตามข้อ ๔. ประกอบด้วย

๖.๑ งวดที่ ๑ ส่งมอบรูปเล่มรายงานสรุปผลการดำเนินการผลิตภาพยนตร์สั้นตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในขอบเขตการดำเนินงาน ตามข้อ ๔.๑ รวมถึงหลักฐานการดำเนินงาน ในส่วนของการผลิตทั้งหมด จำนวน ๒ ชุด พร้อมส่งมอบต้นฉบับภาพยนตร์โฆษณาทั้งหมด 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 ๒ ชุด ให้แก่สำนักงาน กสทช. เพื่อประกอบการตรวจ รับงานจ้างให้ครบถ้วน ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๗. วงเงินที่ใช้ในการจัดหา

งบประมาณดำเนินการภายในวงเงิน ๔,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว โดยขออนุมัติเบิกจ่ายจากเงินรายได้จากการจัดประมูลคลื่นความถี่ย่าน ๙๐๐ MHz

๘. เงื่อนไขการชำระเงิน

สำนักงาน กสทช. กำหนดจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างเป็น ๒ งวด ตามข้อ ๗. เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานแล้ว เสร็จครบถ้วน และส่งมอบให้แก่สำนักงาน กสทช. ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยดังนี้

ชำระเงินค่าจ้าง งวดที่ ๑ จำนวนเงินร้อยละ ๔๐% ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

5/๗

๗/๗

ชำระเงินค่าจ้างงวดที่ ๒ จำนวนเงินร้อยละ ๖๐% ของค่าจ้างตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานตามข้อ ๖.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. การยื่นข้อเสนอ

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

๙.๑ เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้เสนอราคา ตามคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ข้อ ๓.

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ตามขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔. ประกอบด้วย

๑) ข้อเสนอแนวความคิดหลัก ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านเนื้อหาและเนื้อหา รวมไปถึงความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบวิธีการเล่าเรื่องราว และรูปแบบวิธีการดำเนินการการผลิต พร้อมทั้งเทคนิคในการนำเสนอที่น่าสนใจ ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบไวรัล วิดีโอ (Viral Video) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของงาน

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

๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เหมาะสมและน่าสนใจ

๔) ข้อเสนอแผนการดำเนินงานผลิตและการเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นโดยละเอียด

๙.๓ ข้อเสนอด้านราคา ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอราคาตามแบบที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาที่เสนอรับจ้างดำเนินงานตามโครงการนี้ (โดยราคารวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว) ให้ครบถ้วนชัดเจน

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณา

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนด้านเทคนิคซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ 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 หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดพลาดไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. เท่านั้น

5/5/25

๖/

กมว

๑๐.๒ พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้รับจ้างทุกราย หากผู้ยื่นข้อเสนอจะเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ จะไม่รับพิจารณาราคาของผู้ยื่นข้อเสนอจะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดหลงเพียง เล็กน้อย หรือผิดแยกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญ 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 ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำรายละเอียดแจกแจงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานตามรายการหรือหัวข้อต่างๆ ที่กำหนดในขอบเขตการดำเนินงาน และราคาต่อหน่วย (ถ้ามี) เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของค่าจ้างที่เสนอด้วย

๑๑.๒ สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสมและเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๐ วัน ก่อนวันกำหนด และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลกระทบต่อค่าจ้างให้ถือเอาอัตราค่าจ้างตามรายละเอียดที่ตกลงไว้ในการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง

๑๑.๓ หากมีเหตุขัดข้องซึ่งเป็นเหตุให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแต่ละงวดไม่เป็นตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงาน กสทช. ทราบ พร้อมข้อเสนอทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยหรือขอขยายระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันได้ทราบเหตุขัดข้องนั้น โดยสำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิ์ในการดำเนินการอย่างไรอย่างหนึ่ง ดังนี้

500 72 กน

(๑) ให้ถือเอาจำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผู้รับจ้างดำเนินงาน ได้จริง และปรับลดค่าจ้างลงตามส่วนตามอัตราที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชยแต่อย่างใด หรือ

(๒) ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มจำนวนครั้งในวันใดวันหนึ่งหลายวัน เพื่อให้จำนวนครั้งหรือระยะเวลารวมในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด และส่งมอบพร้อมกับระยะเวลาการดำเนินงานตามข้อ ๖ ก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการในสัญญา หรือ

(๓) ให้ผู้รับจ้างทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ชดเชย โดยเพิ่มระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา ออกไปตามที่ผู้รับจ้างเสนอและสำนักงาน กสทช. พิจารณาความเหมาะสมและเห็นชอบด้วยแล้ว

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

๑๑.๔ การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการจัดส่งรายงานผลการดำเนินงาน ถือเป็นหน้าที่ที่ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานให้ครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้รับจ้างต้องทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามวันเวลาที่กำหนดในข้อ ๔.๑ และต้องจัดทำรายงานผลการดำเนินงานพร้อมหลักฐานตามข้อ ๔.๒ ส่งมอบให้สำนักงาน กสทช. ภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ระยะเวลาส่งมอบแต่ละงวดที่กำหนดตามข้อ ๕ และข้อ ๖ ได้กำหนดไว้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับการดำเนินงานของผู้รับจ้างแต่ละงวดแล้ว หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินงานให้แล้วเสร็จครบถ้วนถูกต้อง สำนักงาน กสทช. จะทำการปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๒๐ ของค่าจ้างแต่ละงวด ทั้งนี้ เว้นแต่กรณีมีเหตุขัดข้องหรือความบกพร่องของผู้ว่าจ้าง หรือเหตุสุดวิสัย

๑๑.๕ บรรดาชิ้นงานที่ออกแบบและผลิตในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ และอื่น ๆ ที่กำหนดให้จัดทำตามขอบเขตการดำเนินงาน และต้องส่งมอบให้ สำนักงาน กสทช. เมื่อดำเนินงานเสร็จสิ้นแล้วให้ตกเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน กสทช. และหากปรากฏข้อเท็จจริงหรือมีข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการนำชิ้นงานของผู้อื่นหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าเสียหายจากสิทธิเรียกร้องทั้งปวงแทน สำนักงาน กสทช.

๑๑.๖ หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

สำนักงาน กสทช.

ธันวาคม ๒๕๖๑

5609

MD
กทช