



ประกาศองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)

เรื่อง ประกวดราคาจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาค้างครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๔๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านสี่แสนบาทถ้วน)

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
๑๑. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
๑๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงิน

แต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๘ เมษายน ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.thaipbs.or.th หรือ www.gprocurement.go.th หรือ สอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๗๙๐-๒๓๘๒ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายัง องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) ผ่านทางอีเมล sumaleep@thaipbs.or.th หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๑ โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thaipbs.or.th และ www.gprocurement.go.th ในวันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๑

ประกาศ ณ วันที่ ๑๓ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๑



(นายพิภพ ปานิชภักดิ์)

รองผู้อำนวยการ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสนอราคา (เอกสารส่วนที่ ๑ และเอกสารส่วนที่ ๒) ในระบบ e-GP ได้ตั้งแต่วันที่ขอรับเอกสารจนถึงวันเสนอราคา



เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ ๐๒๑๙/๖๖

การจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีริส

ตามประกาศ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)

ลงวันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๑

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "สำนักงาน" มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีริส ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ณ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังต่อไปนี้

๑. เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

- ๑.๑ รายละเอียดและขอบเขตของงาน
- ๑.๒ แบบใบเสนอราคาที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๓ สัญญามาตรฐานหน่วยงาน
- ๑.๔ แบบหนังสือค้ำประกัน
 - (๑) หลักประกันสัญญา
- ๑.๕ บทนิยาม
 - (๑) ผู้ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน
 - (๒) การขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ๑.๖ แบบบัญชีเอกสารที่กำหนดไว้ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์
 - (๑) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑
 - (๒) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๒.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๒.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๒.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๒.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๒.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๓. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกเป็น ๒ ส่วน คือ

๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๓) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๔.๑) หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล/สำเนาบัตรประชาชนและทะเบียนบ้านกรณีบุคคลธรรมดา

(๔.๒) หนังสือบริคณห์สนธิ

(๔.๓) บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม และบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และประทับตรา

(๔.๔) ใบกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมทะเบียนพาณิชย์

(๔.๕) ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. ๒๐)

(๔.๖) ใบลงทะเบียนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP)

(๔.๗) สำเนาบัตรประชาชน, สำเนาทะเบียนบ้านกรมการบริษัท

(๔.๘) สำเนาบัตรประชาชนของผู้ร่วมค้า กรณีผู้เสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาพร้อม

กัน

(๔.๙) หนังสือมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย (จำนวน ๑๐ บาท กรณีมอบอำนาจครั้งเดียว จำนวน ๓๐ บาท กรณีมอบอำนาจตลอดการดำเนินงาน) (ถ้ามี)

(๔.๑๐) หนังสือแสดงฐานะทางการเงิน (ถ้ามี) เช่น งบดุลบริษัท เป็นต้น (ถ้ามี)

(๕) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๑) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๑ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(๑) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบบัญชีมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) สำเนาหนังสือรับรองผลงานจ้างพร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง (ให้ใช้ในกรณีที่มีการกำหนดผลงานตามข้อ ๒.๑๑ เท่านั้น)

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๔.๑) สัญญารับจ้างผลิตแผนกสื่อสารการตลาด รายการ ละคร หรือโฆษณา มูลค่าไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ บาท ต่อหนึ่งสัญญา

(๓) บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ทั้งหมดที่ได้ยื่นพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) โดยไม่ต้องแนบในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

ทั้งนี้ เมื่อผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการแนบไฟล์เอกสารตามบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ครบถ้วน ถูกต้องแล้ว ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์จะสร้างบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ตามแบบในข้อ ๑.๖ (๒) ให้โดยผู้ยื่นข้อเสนอไม่ต้องแนบบัญชีเอกสารส่วนที่ ๒ ดังกล่าวในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔. การเสนอราคา

๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้อง ทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๕ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน ๓๐๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งจาก สำนักงาน ให้เริ่มทำงาน

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญา แบบรูป และรายละเอียด ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นเสนอราคาตามเงื่อนไข ในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๑๘ เมษายน ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอและเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่สำนักงานผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่

มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นข้อเสนอรายใดกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และสำนักงานจะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ที่งานเว้นแต่สำนักงานจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมีใจเป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของสำนักงาน

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (๑) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่นๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ส่งไปเรียบร้อยแล้ว
- (๓) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องลงทะเบียนเพื่อเข้าสู่กระบวนการเสนอราคา ตามวัน เวลา ที่กำหนด
- (๔) ผู้ยื่นข้อเสนอจะถอนการเสนอราคาที่เสนอแล้วไม่ได้
- (๕) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องศึกษาและทำความเข้าใจในระบบและวิธีการเสนอราคาด้วยวิธี

ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ www.gprocurement.go.th

๕. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

๕.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สำนักงานจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา

๕.๒ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ ส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๕.๒.๑ รายการพิจารณา คือ ผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด

- (๑) ราคาที่เสนอราคา (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐
- (๒) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (ตัวแปรหลัก)

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

๕.๓ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ ๒ หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วนตามข้อ ๓ หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้องตามข้อ ๔ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น เว้นแต่ ผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเสนอเอกสารทางเทคนิคหรือรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้างไม่ครบถ้วน หรือเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่สำนักงานกำหนดไว้ในประกาศและเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนที่มีสาระสำคัญและความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อย คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาผ่อนปรนการตัดสินผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๕.๔ สำนักงานสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มี การผ่อนผัน ในกรณี

ดังต่อไปนี้

- (๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงาน

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วย

อิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงาน มีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ สำนักงานมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ สำนักงานทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่า การตัดสินของสำนักงานเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งสำนักงานจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่า การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อนมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงาน จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ สำนักงาน มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงาน

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญาสำนักงาน อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

๖. การทำสัญญาจ้าง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะต้องทำสัญญาจ้างตามแบบสัญญา ดังระบุในข้อ ๑.๓ หรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือกับสำนักงาน ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง และจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ ๕ ของราคาค่าจ้างที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้สำนักงานยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็ครหัสโทรศัพท์ที่ธนาคารส่งจ่ายให้แก่สำนักงาน โดยเป็นเช็คลงวันที่ที่ทำสัญญา หรือ ก่อนหน้านั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการของทางราชการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตาม รายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของ ธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคา อิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งสำนักงาน ได้รับมอบไว้ แล้ว

๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

สำนักงานจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน การดำเนินงานตาม Marcom Phase ๑ ส่งมอบงาน ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๖๑ ให้แล้วเสร็จภายใน ๒๘ วัน

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน การดำเนินงานตาม Marcom Phase ๒ ส่งมอบงาน ๒๗ สิงหาคม ๒๕๖๑ ให้แล้วเสร็จภายใน ๙๒ วัน

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน การดำเนินงานตาม Marcom Phase ๓ ส่งมอบงาน ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๑ ให้แล้วเสร็จภายใน ๗๒ วัน

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้ แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และสำนักงาน ได้ตรวจรับ มอบงานจ้าง

๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้าง เป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงาน จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๑๐.๐๐ ของราคาค่าจ้าง

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง ตามแบบ
 ดังระบุในข้อ ๑.๓ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อย
 กว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิม
 ภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อเสนอสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑

การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ สำนักงานได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบ
 งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อสำนักงานได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตาม
 ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ
 และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการ
 กระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมกา
 รพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจ้งการส่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗
 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศ
 ยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย
 จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีไชเรือ
 ไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม
 ประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่มิปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วย
 การส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งสำนักงานได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงภายในเวลา
 ที่ทางราชการกำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ สำนักงานจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกธำนาจจากผู้ออกหนังสือค้ำ
 ประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกธำนาจให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทิ้ง
 งานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ สำนักงานสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไป
 ตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน
 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของสำนักงาน คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิ
 เรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ สำนักงาน อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียก
 ร้องค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงานไม่ได้

(๑) ไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรรแต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งนี้ต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่สำนักงาน หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

(๔) กรณีอื่นในทำนองเดียวกับ (๑) (๒) หรือ (๓) ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

สำนักงาน สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับสำนักงาน ไว้ชั่วคราว

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)

๑๓ มีนาคม ๒๕๖๑

เอกสารข้อกำหนดเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้าง
โครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า ส.ส.ท. มีความประสงค์จะเปิดจ้าง “ผู้รับจ้างผลิตโครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561” เพื่อเป็นการขยายผลสัมฤทธิ์และการสื่อสารการตลาดของละครมินิซีรีส์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นให้เกิดการสร้างสรรค์แผนและกิจกรรมทางการตลาดทั้งทาง On Air, Online, และ On Ground ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. หลักการและเหตุผล

แผนบริหารกิจการ พ.ศ.2560 ของ ส.ส.ท. ในส่วนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์รายการ มีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม ด้วยการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ให้พื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวที่ดึงมาสร้างสรรค์สังคม สร้างการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพพลเมือง พัฒนาความคิด จิตสาธารณะ เคารพสิทธิมนุษยชน และพัฒนาประชาธิปไตย เพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์หลักขององค์กร ส.ส.ท. จึงจัดสร้างเนื้อหาที่จะเข้าถึงสังคมหมุมมาก นำพาหลักการและความคิดแฝงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ง่ายต่อการรับรู้และคล้อยตาม โดยผลิตเป็นเนื้อหาละครมินิซีรีส์ที่สามารถสะท้อนสถานการณ์ความเป็นไปและบริบทของสังคม เป้าหมายเพื่อให้จินตนาการของละครเป็นแรงบันดาลใจให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม (Civic Citizen)

ดังนั้นเพื่อให้ตัวละครมินิซีรีส์ได้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมในวงกว้าง รวมถึงบุกเข้าหากกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ในตลาด จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนสื่อสารการตลาดที่จะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและนำพาสารหรือละครไปให้ถึงผู้ชมมากที่สุดทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีความสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของสื่อสาธารณะ สร้างการจดจำและพูดถึงบอกต่อ ทั้งเนื้อหาเพื่อการออกอากาศทางโทรทัศน์ (On Air) เนื้อหาแวลลุ่มเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Online) รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ณ พื้นที่กลุ่มเป้าหมาย(On Ground) เพื่อให้เป็นไปและบรรลุวัตถุประสงค์ของละครมินิซีรีส์เรื่องนี้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1. เพื่อสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดสนับสนุนละครมินิซีรีส์
- 2.2. เพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์ทางการตลาด รองรับการสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น
- 2.3. เพื่อสร้างการรับรู้และพูดถึงบอกต่อ เพิ่มยอดผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ
- 2.4. เพื่อผลิตเนื้อหาตามกลยุทธ์ของแผนสื่อสารการตลาด
- 2.5. เพื่อผลิตเนื้อหาส่งเสริมละครเผยแพร่ทุกช่องทาง
- 2.6. เพื่อผลิตเนื้อหาแวลลุ่มเผยแพร่ทางออนไลน์
- 2.7. เพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
- 2.8. เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเนื้อหาละครมินิซีรีส์

กิมฮง ๐๖/๒๕๖๑
S. Tho

3. รายละเอียดและขอบเขตของแผนสื่อสารการตลาด

3.1. ผู้รับจ้างต้องดำเนินงาน ตามรายละเอียดดังนี้

3.1.1. สร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดเพื่อสนับสนุนละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 1 แผน ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดของแผนงาน รวมถึงชิ้นงานหรือกิจกรรมตามแผนฯที่จะสามารถเผยแพร่ได้ทั้งทาง On Air, Online และ On Ground โดยแบ่งช่วงของแผนออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

- 1) Marcom Phase1: Make Buzz การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 1 เพื่อสร้างการรับรู้เบื้องต้น สร้างกระแสให้เกิดการพูดถึงและสร้างฐานแฟนที่สนใจ โดยใช้ Key Word “ไอตอล อาชีวะ” สร้างสรรค์ชิ้นงานเพื่อการสื่อสาร โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆที่เหมาะสม โดดเด่นและน่าสนใจ โดยมีระยะเวลาประมาณ 6 เดือนก่อนวันออกอากาศละครมินิซีรีส์
- 2) Marcom Phase2: Countdown การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 2 เน้นไปที่การสร้างสรรคแผนงานการตลาดที่มุ่งเป้าไปที่การประชาสัมพันธ์ซีรีส์ การสร้างให้เกิดข่าวสารความคืบหน้าของการผลิต คุณค่าและกระแสตอบรับ รวมถึงสร้างการอยากติดตามและนับถอยหลังรอชมเชื่อมโยงได้ถึงการสื่อสารช่วงแรก โดยผนวก Key Word “ไอตอล อาชีวะ” เข้าไปใช้ในแผนสื่อสารด้วย โดยมีระยะเวลาประมาณ 3 เดือนก่อนวันออกอากาศละครมินิซีรีส์
- 3) Marcom Phase3: Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 3 มุ่งเน้นไปที่สนับสนุนตัวละครซีรีส์ให้เกิดกระแสตอบรับและพูดถึง สร้างการรับรู้และสนใจให้เกิดในกลุ่มผู้ชม ทั้งฐานผู้ชมเดิมรวมไปถึงบุกเข้าหากลุ่มผู้ชมใหม่ที่อยู่ในสื่ออื่น เช่น Online โดยสร้างสรรค์แผนกลยุทธ์ทางการตลาดใช้เครื่องมือหลักคือเนื้อหาในซีรีส์ ผลิตชิ้นงานที่ทำให้เกิดกระแสบอกต่อและยอดกลับมาดูทั้งทาง On Air และ Online รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างกลุ่มฐานแฟนที่ชื่นชอบในตัวละครและนักแสดงที่เล่นเป็นตัวละครนั้นๆ โดยมีระยะเวลาประมาณ 2 เดือน ช่วงเดียวกับการออกอากาศละครมินิซีรีส์
- 4) Marcom Phase4: Post Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 4 เป็นการตอกย้ำถึงคุณค่าของละครมินิซีรีส์และกระแสการตอบรับของผู้ชม โดยการสร้างแผนการสื่อสารการตลาดที่มีกลยุทธ์น่าสนใจและตรงเป้าหมาย เชื่อมต่อและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นฐานแฟนโดยเฉพาะ ส่งต่อคุณค่าและความประทับใจของตัวละครมินิซีรีส์ ต่อยอดจาก Key Word “ไอตอล อาชีวะ” โดยผลิตเป็นชิ้นงานเพื่อรวบรวมคุณค่าความประทับใจจากตัวละครมินิซีรีส์ พร้อมทั้งชวนให้บอกต่อและรอสนับสนุนต่อไป รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้ชมและนักแสดง โดยมีระยะเวลาภายใน 1 เดือน หลังจากออกอากาศละครมินิซีรีส์

3.2. ผู้รับจ้างต้องมีการวางแผนสื่อสารการตลาดที่ชัดเจน และสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดตามความต้องการของสถานี

3.3. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาด รวมถึงแผนการจัดกิจกรรม, แผนการผลิตและส่งมอบชิ้นงานตามเงื่อนไขของสัญญาจ้าง ตามเอกสารส่งมอบที่เป็นเอกสารแนบ ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมตามแผนออกอากาศ, แผน Online และแผนกิจกรรม ของสถานี

3.4. ข้อกำหนดทางด้านอุปกรณ์การผลิต

3.4.1. ใช้อุปกรณ์การผลิตทั้งขั้นตอนการถ่ายทำและตัดต่อในระบบ High Definition (HD) ทั้งระบบ อัตราส่วนภาพ 16:9

Signature

Signature
อ. ช. ช.

3.4.2.ส่งมอบงานเป็นไฟล์ออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ คือ

Format File : MFX

Video Codec : XDCAM

Data Rate : 50 Mbps

ความละเอียดภาพ : 1920 x 1080i _ 25 fps

ระดับเสียงเฉลี่ย : -14 dBfs ถึง -18 dBfs

3.4.3.ส่งมอบงานเป็นไฟล์ออกอากาศทาง Online

Format File : MP4

ความละเอียดภาพ : 1920 x 1080i _ 25 fps

ระดับเสียงเฉลี่ย : -14 dBfs ถึง -18 dBfs



3.4.4.ผลิตชิ้นงาน โดยมีระบบเสียง 4 ช่องเสียง

3.4.5.มีระบบแสง ระบบเสียงครบถ้วน และมีจำนวนที่เหมาะสมกับการผลิตรายการ

- 3.5. พิธีกรและนักแสดง ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าลิขสิทธิ์ต่างๆ ค่าสัมภาระ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าวัสดุบันทึก รายการ ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการผลิตชิ้นงานเพื่อสนับสนุนแผนสื่อสารการตลาดทั้งหมด อาทิ ค่าจ้างทีมงานผลิตทุกส่วนงาน ค่าตอบแทนค่าเครื่องมือเครื่องใช้ที่ปวงด้วยแล้ว ตลอดจน ค่าใช้จ่ายต่างๆทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการผลิตชิ้นงาน รวมถึงการประกันความเสียหายอันเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างหรือทีมงานของผู้รับจ้าง และค่าดำเนินงานต่างๆที่เกิดขึ้น


4. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องดำเนินการเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 4.1. ข้อเสนอเนื้อหาและรูปแบบรายการ (Proposal) รายละเอียดดังนี้
- 4.1.1. แผนสื่อสารการตลาด ที่มีกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งทาง On Air, Online และ On Ground
- 4.1.2. กำหนดช่วงของแผนสื่อสารการตลาดและรายละเอียด
- 4.1.3. Creative Concept รูปแบบและวิธีนำเสนอในแต่ละช่วงของแผน ระบุชิ้นงานและสื่อที่จะใช้ (On Air, Online และ On Ground) โดยคิดสร้างสรรค์จากแนวคิดตามเอกสารแนบ
- 4.1.4. ระบุปัจจัยความสำเร็จของแผน
- 4.1.5. แผนงานตามช่วงเวลา (Timeline) ที่มีรายละเอียดของชิ้นงาน กิจกรรม และช่องทางการเผยแพร่
- 4.2. งบประมาณในการดำเนินงานตามแผนสื่อสารการตลาดโดยละเอียด
- 4.3. แผนการใช้อุปกรณ์ถ่ายทำและตัดต่อ ด้วยระบบ Hi-Definition (HD) ให้ได้มาตรฐาน และส่งมอบไฟล์หรือ วัสดุบันทึกรายการเป็น File Data ที่มีคุณสมบัติทางเทคนิคตามที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสกำหนด ด้วยคุณภาพที่ดีในมาตรฐานระดับสถานีโทรทัศน์ (Broadcasting)
- 4.4. ประวัติผลงานที่ผ่านมา รายละเอียดของทีมงาน โดยแสดงเป็นเอกสารหลักฐานข้อมูลหรือสิ่งอื่นใด ทั้งนี้ หากคณะกรรมการจัดการรายการตรวจสอบพบภายหลังว่าข้อมูลที่นำเสนอไม่เป็นไปตามจริง จะถือว่าผิดเงื่อนไข โดยคณะกรรมการจัดการสามารถตัดสิทธิ์การยื่นเสนอราคา หรือบอกยกเลิกสัญญาการจ้างได้ เมื่อมีการจ้าง ดำเนินการแล้ว
- 4.5. ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา



 16 มกราคม 2565

- 4.6. การจัดจ้าง การส่งมอบงาน และการตรวจรับงาน ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องของ ส.ส.ท. โดยมีคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้ดำเนินการ
- 4.7. คณะกรรมการจัดหาขอสงวนสิทธิ์ที่จะไม่พิจารณาข้อเสนอจากราคาต่ำสุดเป็นเกณฑ์ แต่จะพิจารณาองค์ประกอบโดยรวมในด้านศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก
- 4.8. ผู้ยื่นเสนอราคาเป็นผู้รับจ้างที่ได้รับการคัดเลือก จะต้องผลิตแผนสื่อสารการตลาดตามรูปแบบ ภายใต้กรอบข้อกำหนด หรือข้อตกลงที่ทาง ส.ส.ท. กำหนดไว้
- 4.9. ผู้ยื่นเสนอราคาเป็นผู้รับจ้างที่ได้รับการคัดเลือก จะต้องทำสัญญาจ้างกับ ส.ส.ท. นับจากวันที่ได้รับแจ้งและจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงินเท่ากับร้อยละ 5 (ห้า) ของราคาจ้างผลิตของมูลค่าสัญญา ให้ ส.ส.ท. ยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้
- 4.9.1. เงินสด
- 4.9.2. เช็คที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คลงวันที่ที่ใช้เช็คนั้นชำระต่อ ส.ส.ท. หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน 3 วันทำการของทางราชการ
- 4.9.3. หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ
- 4.9.4. หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย
- 4.9.5. พันธบัตรรัฐบาลไทย
5. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณาราคา
- 5.1. ในการยื่นเสนอราคานี้ ส.ส.ท. จะพิจารณาตัดสินด้วยความถูกต้องของข้อกำหนดในเอกสารยื่นเสนอราคาและข้อเสนออื่นๆ ที่จะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อ ส.ส.ท. มาประกอบการพิจารณาตัดสิน นอกเหนือจากราคาที่ผู้ยื่นเสนอราคาได้ยื่นขอเสนอไว้แล้ว โดยคณะกรรมการจัดหาจะเปิดซองใบเสนอราคาในรายชื่อเสนอด้านความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจของแผนสื่อสารการตลาด โดยจะต้องเป็นแผนที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ รวมทั้งมีคุณภาพทีมงานที่ดีที่สุด โดยต้องได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่า 80 คะแนน และจะเจรจาต่อรองกับรายที่ได้คะแนนสูงสุด ให้ได้ราคาที่เหมาะสมก่อนเป็นรายแรก หากเจรจาไม่ได้ผลจะเปิดซองข้อเสนอด้านราคาของผู้ยื่นเสนอราคาที่มีข้อเสนอด้านเทคนิคที่ดีที่สุดรายถัดไป
- 5.2. หากผู้ยื่นเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ 6 หรือยื่นเอกสารเสนอราคาไม่ถูกต้องหรือครบถ้วนตามข้อ 7 คณะกรรมการจัดหารายการจะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาดหรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อย หรือผิดพลาดไปจากเงื่อนไขของเอกสารคัดสรรราคาในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญ ทั้งนี้ เฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อ ส.ส.ท. เท่านั้น
- 5.3. ส.ส.ท. ขอสงวนสิทธิ์ไม่พิจารณาราคาของผู้ยื่นเสนอราคา โดยไม่มีการผ่อนผันในกรณีดังต่อไปนี้
- 5.3.1. เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารเสนอราคาที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นเสนอราคารายอื่น
- 5.3.2. เสนอราคาที่มีการขูดลบ เติม แก้ไข เปลี่ยนแปลง โดยผู้เสนอราคามีได้ลงลายมือชื่อพร้อมประทับตรา (ถ้ามี) กำกับไว้


อน ๒๖๓๗



โกมล ๖. ๒๖๓๗

- 5.4. ในการตัดสินผลการยื่นเสนอราคา คณะกรรมการจัดการรายการมีสิทธิ์ให้ผู้ยื่นเสนอราคาชี้แจงข้อเท็จจริงสภาพฐานะ หรือข้อเท็จจริงอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับผู้ยื่นเสนอราคาได้ ส.ส.ท. มีสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาหรือไม่ทำสัญญา หากหลักฐานดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้องสุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของ ส.ส.ท. เป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของคณะกรรมการจัดการรายการเป็นที่สิ้นสุด
- 5.5. ส.ส.ท. ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ หรืออาจจะยกเลิกการยื่นเสนอราคาโดยไม่พิจารณาจัดซื้อเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของ ส.ส.ท. เป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของ ส.ส.ท. เป็นที่สิ้นสุด ผู้ยื่นเสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ มิได้ รวมทั้ง ส.ส.ท. จะพิจารณายกเลิกการยื่นเสนอราคาด้วยวิธีการของ ส.ส.ท. และลงโทษผู้ยื่นเสนอราคาเป็นพนักงาน หากปรากฏภายหลังว่า มีผู้ยื่นเสนอราคาที่มีสิทธิ์ได้รับการคัดเลือกนั้น เป็นผู้ยื่นเสนอราคา โดยมีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอราคารายอื่น ณ วันที่ประกาศผลยื่นเสนอราคา หรือผู้ยื่นเสนอราคารายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นเสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม และถ้ามีเหตุผลที่เชื่อได้ว่าการเสนอราคากระทำโดยทุจริต ส.ส.ท. จะดำเนินการให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับการเสนอราคาต่อหน่วยงานของรัฐ พ.ศ.2542
- 5.6. ในกรณีที่ผู้ยื่นเสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่า ไม่อาจดำเนินการตามสัญญาได้ คณะกรรมการจัดหาหรือ ส.ส.ท. จะให้ผู้ยื่นเสนอราคารายอื่นชี้แจง และแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นเสนอราคารายอื่นสามารถดำเนินการผลิตได้ตามกำหนดการส่งมอบงานตามข้อกำหนด หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ ส.ส.ท. มีสิทธิ์ที่จะไม่รับเสนอราคารายนั้น และสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาราคากับผู้ยื่นเสนอราคาที่มีข้อกำหนดคุณลักษณะถูกต้องและได้รับคะแนนด้านเทคนิคที่ดีที่สุดในลำดับถัดไป
6. คุณสมบัติของผู้ยื่นเสนอราคาเป็นผู้รับจ้าง
- 6.1. ผู้ยื่นเสนอราคา ประเภทคณะบุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล
- 6.1.1. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องจดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพเป็นผู้วางแผนสื่อสารการตลาด ผลิตรายการ ละคร โฆษณา หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น
- 6.1.2. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้มีทักษะประสบการณ์ในการบริหารจัดการและสร้างสรรค์งานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ ละครหรือโฆษณา หรือเป็นบริษัทที่ทำการสื่อสารการตลาด
- 6.1.3. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องแสดงเอกสารการรับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาด, รายการ, ละครหรือโฆษณา มูลค่าไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (แปดแสนบาทถ้วน) ต่อหนึ่งสัญญา ซึ่งเป็นคู่สัญญากับทางราชการ หรือภาคเอกชนที่ ส.ส.ท. เชื่อถือ เช่น สัญญาการรับจ้างงาน หรือหนังสือรับรองการรับจ้างงาน เป็นต้น
- 6.1.4. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องลงทะเบียนเป็นผู้ค้ากับภาครัฐ โดยยื่นแบบแสดงการลงทะเบียนในระบบ e-GP สำหรับผู้ประกอบการที่จะทำธุรกรรมกับภาครัฐ
- 6.1.5. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกแจ้งเวียนชื่อ เป็นผู้ทำงานของทางราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคล หรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ หรือห้ามเข้าเสนอราคากับ ส.ส.ท.
- 6.1.6. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันที่ประกาศผลเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

6/๓๑/๖๗



๖.๓๖

- 6.1.7. ผู้ยื่นเสนอราคาที่จะเข้าเป็นผู้สัญญา ต้องไม่อยู่ในฐานะซึ่งได้มีการระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อว่าเป็นผู้สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ในทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)
- 6.1.8. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องไม่มีพนักงานของ ส.ส.ท. หรือคู่สมรส หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของพนักงานของ ส.ส.ท. เข้าไปมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ
- 6.2. ผู้ยื่นเสนอราคา ประเภทบุคคลธรรมดา หรือคณะบุคคลที่มีชนิตบุคคล
- 6.2.1. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องจดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพเป็นผู้วางแผนสื่อสารการตลาด ผลิตรายการ ละคร โฆษณา หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น
- 6.2.2. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้มีทักษะประสบการณ์ในการบริหารจัดการและสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด ผลิตรายการ ละคร หรือ โฆษณา
- 6.2.3. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องแสดงเอกสารการรับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาด, รายการ, ละครหรือโฆษณา มูลค่าไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (แปดแสนบาทถ้วน) ต่อหนึ่งสัญญา ซึ่งเป็นสัญญากับทางราชการ หรือภาคเอกชนที่ ส.ส.ท. เชื้อถือ เช่น สัญญาการรับจ้างงาน หรือหนังสือรับรองการรับจ้างงาน เป็นต้น
- 6.2.4. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องลงทะเบียนเป็นผู้ค้ากับภาครัฐ โดยยื่นแบบแสดงการลงทะเบียนในระบบ e-GP สำหรับผู้ประกอบการที่จะทำธุรกรรมกับภาครัฐ
- 6.2.5. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกแจ้งเวียนชื่อ เป็นผู้ทำงานของทางราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ ไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคล หรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ หรือ ห้ามเข้าเสนอราคากับ ส.ส.ท.
- 6.2.6. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันที่ประกาศผลเสนอรคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 6.2.7. ผู้ยื่นเสนอราคาที่จะเข้าเป็นผู้สัญญา ต้องไม่อยู่ในฐานะซึ่งได้มีการระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อว่าเป็นผู้สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ในทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)
- 6.2.8. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องไม่มีพนักงานของ ส.ส.ท. หรือคู่สมรส หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของพนักงานของ ส.ส.ท. เข้าไปมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ


7. หลักฐานและรายละเอียดการเสนอรคา

ผู้ยื่นเสนอราคา จะต้องนำส่งเอกสารประกอบการยื่นเสนอราคา ที่องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) อาคารสำนักงาน (อาคาร A) ชั้น 3 ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ สำนักบริหาร เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ในเวลา 10.00-17.00 น. ตามวันที่กำหนด โดยแบ่งเป็น 2 ของ ดังนี้




- 7.1. ของที่ 1 เขียนหน้าซองว่า “ข้อเสนอด้านเทคนิคและใบเสนอรคา” จำนวน 4 ชุด โดยข้อเสนอด้านเทคนิคมีรายละเอียดตามข้อ 4.1. (รับรองสำเนาถูกต้อง พร้อมประทับตราบริษัท) และใบเสนอรคา (รับรองสำเนาถูกต้อง พร้อมประทับตราบริษัท) ต้องแสดงค่าใช้จ่ายตามแผนงานโดยละเอียด รวมจำนวนเงินทั้งหมดตามจำนวนแผน ชิ้นงานหรือกิจกรรม (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยมีรายละเอียดแยกประเภทของค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้


 วัฒนา วัฒนา
 วัฒนา วัฒนา


- 7.1.1. ค่าจ้างบุคลากร เช่น ค่าผู้ควบคุมการผลิต(Producer) ค่าผู้กำกับ(Director) ค่าผู้เขียนบท(Script Writer) ค่าพิธีกรหรือนักแสดง ค่าผู้บรรยาย ค่าวิทยากร ค่าที่ปรึกษา ค่าช่างแต่งหน้า-ทำผม ค่าผู้จัดหาเสื้อผ้า ฯลฯ
- 7.1.2. ค่าจัดหาหรือเช่าอุปกรณ์ เช่น อุปกรณ์การถ่ายทำ ค่าตัดต่อ ค่าบันทึกเสียง ค่าอุปกรณ์ประกอบฉาก ค่าเช่าสตูดิโอ ค่าสถานที่ ค่าจัดสร้างฉาก ค่าจัดทำไตเติ้ล ค่าจัดทำเพลงประกอบ ฯลฯ
- 7.1.3. ค่าดำเนินงานตามแผนOnline เช่น ค่าผลิตชิ้นงาน Online ค่าผู้ดูแลและดำเนินงานทาง Online ฯลฯ
- 7.1.4. ค่าจัดงานกิจกรรม เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าโปรดักชั่นแสง เสียง ค่าดำเนินการ ค่าอาหาร ทีมงาน ฯลฯ
- 7.1.5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าลิขสิทธิ์ ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าตอบแทนผู้ให้ข้อมูล ค่าดำเนินการต่างๆ ฯลฯ
- 7.1.6. รายละเอียดของอุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น อุปกรณ์และระบบถ่ายทำ อุปกรณ์และระบบตัดต่อ อุปกรณ์พิเศษอื่นๆ ฯลฯ
- 7.2. ช่องที่ 2 เขียนหน้าซองว่า “เอกสารคุณสมบัติ” จำนวน 4 ชุด (รับรองสำเนาถูกต้อง พร้อมประทับตราบริษัท) ดังนี้
- 7.2.1. ผู้ยื่นเสนอราคา ประเภทคณะบุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล
- 7.2.1.1. ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล / ไม่เกิน 6 เดือน
- 7.2.1.2. หนังสือบริคณห์สนธิ
- 7.2.1.3. บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม และบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น รายใหญ่ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และประทับตรา (ถ้ามี) / ไม่เกิน 6 เดือน
- 7.2.1.4. ใบกรมพัฒนาธุรกิจการค้า , กรมทะเบียนพาณิชย์
- 7.2.1.5. ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. 20)
- 7.2.1.6. ยื่นแบบแสดงการลงทะเบียนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ e-GP ตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)
- 7.2.1.7. ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านกรรมการบริษัท , สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน(ถ้ามี) , สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และประทับตรา(ถ้ามี)
- 7.2.1.8. ในกรณีที่ผู้เสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของผู้ร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือถ้าผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นเอกสารสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม และบัญชีรายชื่อ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และประทับตรา(ถ้ามี)
- 7.2.1.9. สัญญารับจ้างผลิตแผนสื่อสารการตลาด รายการ ละคร หรือโฆษณามูลค่าไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (แปดแสนบาทถ้วน) ต่อหนึ่งสัญญา
- 7.2.1.10. หนังสือแสดงฐานะทางการเงิน (ถ้ามี) เช่น งบดุลบริษัท เป็นต้น
- 7.2.1.11. หนังสือมอบอำนาจ ซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย จำนวน 10 บาท (กรณีมอบอำนาจครั้งเดียว) / จำนวน 30 บาท (ในกรณีมอบอำนาจตลอดการดำเนินงาน) ในกรณีที่ผู้ยื่นเสนอไม่สามารถเข้ามายื่นเอกสารตัวเอง หรือผู้ยื่นเสนอราคามอบอำนาจให้บุคคลอื่นเป็นตัวแทนในการยื่นเสนอราคารายการนั้นๆ


 ๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๕
 นางสาว อ. วิชา

- 7.2.2. ผู้ยื่นเสนอราคา ประเภทบุคคลธรรมดา หรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล
- 7.2.2.1. ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านผู้ยื่นเสนอราคา , สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และประทับตรา(ถ้ามี)
- 7.2.2.2. ประวัติผลงานที่ผ่านมา
- 7.2.2.3. หนังสือรับรองมูลค่าชิ้นงานไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (แปดแสนบาทถ้วน) ต่อหนึ่งชิ้นงาน
- 7.2.2.4. หนังสือแสดงฐานะทางการเงิน
- 7.2.2.5. หนังสือมอบอำนาจ ซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย จำนวน 10 บาท (กรณีมอบอำนาจครึ่งเดียว) / จำนวน 30 บาท (ในกรณีมอบอำนาจตลอดการดำเนินงาน) ในกรณีที่ผู้ยื่นเสนอไม่สามารถเข้ามายื่นเอกสารตัวเอง หรือผู้ยื่นเสนอราคามอบอำนาจให้บุคคลอื่นเป็นตัวแทนในการยื่นเสนอราคารายการนั้นๆ
- 7.3. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องยื่นเสนอราคา ตามแบบที่กำหนดไว้ในเอกสารนี้ โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่อของผู้เสนอราคาให้ชัดเจนทุกชุด จำนวนเงินที่เสนอจะต้องระบุตรงกันทั้งตัวเลข และตัวอักษร โดยไม่มีการขีดลบ หรือแก้ไข หากมีการขีดลบ แต่งเติม แก้ไขเปลี่ยนแปลง จะต้องลงลายมือชื่อผู้เสนอราคากำกับไว้ด้วยทุกแห่ง
8. ข้อตกลงที่เป็นสาระสำคัญสำหรับผู้ยื่นเสนอราคาเป็นผู้รับจ้าง
- 8.1. ผู้ยื่นเสนอราคาพึงยอมรับว่า การคัดเลือกผู้ดำเนินการรับจ้าง เป็นการกระทำโดยเปิดเผย ต่อคณะกรรมการหรือเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผู้รับจ้างดำเนินการ ลิขสิทธิ์ทางปัญญาที่ปรากฏในข้อเสนอแผนสื่อสารการตลาดบางส่วนหรือทั้งหมด ย่อมได้รับการเปิดเผยต่อคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอย่างไรก็ตาม ส.ส.ท. ให้การปกป้อง และการปกปิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาไว้เป็นความลับจากบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในขั้นตอนของกระบวนการคัดเลือก
- 8.2. ผู้ยื่นเสนอราคา หากมิได้เป็นเจ้าของหรือได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์บางส่วน หรือทั้งหมดตามที่ระบุในข้อเสนอแผนสื่อสารการตลาด ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องแสดงเอกสาร แสดงการได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์บางส่วน หรือทั้งหมดก่อนทำสัญญาจ้างผลิต โดยผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย เพื่อขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์บางส่วน หรือทั้งหมดตามที่ระบุไว้ในข้อเสนอดังกล่าว
- 8.3. หากคณะกรรมการจัดหาแผนสื่อสารการตลาดตรวจสอบพบว่า ผู้ยื่นเสนอราคารายใดมีผลประโยชน์ร่วมกัน คณะกรรมการจะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอราคาดังกล่าวทุกรายออกจากการเป็นผู้ยื่นเสนอราคานั้น พร้อมทั้งแจ้งให้ผู้ยื่นเสนอราคาดังกล่าวทราบโดยพลัน โดยผู้ยื่นเสนอราคาที่ถูกตัดรายชื่อออก อาจอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการบริหารภายใน 3 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้ง พร้อมทั้งแสดงเหตุผลของการอุทธรณ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องมาด้วย
- 8.4. การทำสัญญาจัดจ้าง ส.ส.ท. จะดำเนินการทำสัญญาจ้างผู้ดำเนินการผลิตแผนสื่อสารการตลาดตามแบบสัญญา ภายใต้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 และระเบียบที่เกี่ยวข้องของ ส.ส.ท.
- 8.5. เงื่อนไขการชำระค่าจ้าง จะแบ่งชำระเป็นรายครึ่งและหรือราย Phase เมื่อ ส.ส.ท. ได้ตรวจรับมอบงาน และหรือตรวจรับมอบวัสดุ และผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจรับแผนสื่อสารการตลาดแล้วในแต่ละ Phase


  (๖๓๓๑๗

- 8.6. อัตราค่าปรับในกรณีเป็นผู้รับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาดและดำเนินการผลิตตามแผน ไม่สามารถส่งมอบได้ตามสัญญา โดยค่าปรับให้คิดในอัตราร้อยละ 10 ของค่าจ้างต่อวันที่ยังไม่ได้รับมอบ
- 8.7. ผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องเข้ามาทำข้อตกลงการจ้างในรูปแบบของ ส.ส.ท. ตามกำหนดเวลาที่กำหนด และขอสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไขหรือข้อกำหนดให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงได้ ทั้งนี้ ให้ผู้ได้รับการคัดเลือกวางหลักประกันสัญญามูลค่าร้อยละ 5 ของมูลค่าสัญญา
- 8.8. ผู้รับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาดต้องยอมรับกระบวนการในการพัฒนาแผนฯร่วมกับเครือข่าย และหน่วยงานร่วมจัดกับ ส.ส.ท. เช่น การปรับเปลี่ยนแผนตามช่วงเวลา ไอเดียความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบและเทคนิควิธีการนำเสนอ ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการที่ทาง ส.ส.ท. กำหนด สามารถกระทำได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งหรือฝ่ายงานที่รับผิดชอบ
- 8.9. การรับประกันความไม่สมบูรณ์ของการวางแผนสื่อสารการตลาดและดำเนินการผลิตขึ้นงานตามแผนฯ ผู้รับจ้างวางแผนฯซึ่งได้ทำสัญญาจ้างจะต้องรับประกันความไม่สมบูรณ์ของงานวางแผนฯและดำเนินการผลิตขึ้นงานตามแผนฯ โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบการแก้ไข ปรับเปลี่ยน หรือดำเนินการใดๆ ให้งานวางแผนฯและดำเนินการผลิตขึ้นงานตามแผนฯมีความสมบูรณ์พร้อมต่อการนำออกตามสื่อได้ภายใน 3 วัน นับถัดจากที่ได้รับแจ้งความไม่สมบูรณ์นั้น ทั้งนี้หากมีเหตุจำเป็นในการส่งมอบงานที่ล่าช้าหรือการแก้ไขที่ไม่เป็นไปตามกำหนดระยะเวลาโดยมีเหตุอันควร คณะกรรมการจัดหาที่ได้รับการแต่งตั้งจะพิจารณาตามความเหมาะสมเป็นกรณีไป
- 8.10. ผู้รับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาด มีหน้าที่ดำเนินการผลิตขึ้นงานตามแผนฯและเป็นผู้รับผิดชอบค่าดำเนินการผลิตภายใต้การควบคุมดูแลของ ส.ส.ท. ตามรูปแบบที่ ส.ส.ท. กำหนด ซึ่งได้รวมค่าแรงงาน ค่าตอบแทน ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสัมภาระ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าเครื่องมือเครื่องใช้ที่ปวงด้วยแล้ว ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการวางแผนฯ การดำเนินการผลิตขึ้นงานตามแผนฯ การโปรโมท รวมถึงการประกันความเสียหายอันเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างหรือทีมงานของผู้รับจ้าง
- 8.11. แผนสื่อสารการตลาดและขึ้นงานตามแผนฯที่เสร็จสมบูรณ์ และได้รับการตรวจรับมอบแผนฯแล้ว ส.ส.ท. สงวนสิทธิ์ที่จะดำเนินการใดๆ ตามสิทธิประโยชน์ขององค์การ โดยถือเป็นทรัพย์สินและเป็นลิขสิทธิ์ของ ส.ส.ท. แต่เพียงผู้เดียว
- 8.12. ผู้รับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาดต้องส่งมอบวัสดุที่สมบูรณ์ทั้งหมดทุกชิ้น ตามกำหนดส่งมอบ โดยนำส่งตามเอกสารแนบท้ายสัญญาข้อ 7 โดยผู้ผลิตจะต้องดำเนินการขอลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย (ออกอากาศจริงและออกอากาศซ้ำแบบไม่จำกัดจำนวนครั้งทางสื่อโทรทัศน์ และการนำไปใช้เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์) และจัดทำเอกสารมอบส่งมอบลิขสิทธิ์ โดยอยู่ในเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกันระหว่าง เจ้าของสิทธิ์ผู้ผลิตขึ้นงาน และ ส.ส.ท. ให้แก่ ส.ส.ท.ไว้เป็นหลักฐาน
- 8.13. กำหนดการออกอากาศ และช่องทางออกอากาศ ส.ส.ท. เป็นผู้กำหนด
9. การส่งเอกสารหลักฐานการเสนอราคา (ซองที่ 1 และ 2)
- 9.1. ให้ผู้ยื่นเสนอราคายื่นเอกสารหลักฐานการเสนอราคา (ซองที่ 1 และ 2) ตามวันและเวลาในกำหนดการ โดยส่งด้วยตัวเองหรือโดยผู้ได้รับมอบอำนาจ ที่มีต้นฉบับหนังสือมอบอำนาจ ให้กระทำการยื่นของเอกสารเสนอราคาพร้อมติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย และสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรอื่นใดที่มีรูป ซึ่งออกให้โดยราชการและยังไม่หมดอายุของผู้มีอำนาจและของผู้รับมอบอำนาจที่ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) อาคารสำนักงาน (อาคาร A) ชั้น 3 ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ


 ส.ส.ท. ๒๖.๒๕๖

สำนักบริหาร เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10120 ในเวลา 10.00-17.00 น. ตามวันที่กำหนด (สอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณสุมาลี ประสพศักดิ์ โทร 02-790-2382)

10. เอกสารแนบท้าย


การจัดจ้างครั้งนี้ต้องเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับนโยบายของ ส.ส.ท. และมีคุณลักษณะเฉพาะตรงตามที่กำหนดไว้ในเอกสารข้อกำหนดเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างฉบับนี้ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังนี้

- 10.1. คุณลักษณะ,ขอบเขตแผนสื่อสารการตลาด,เนื้อหาและรูปแบบชิ้นงานหรือกิจกรรม และกำหนดส่งมอบแผนฯ
- 10.2. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก
- 10.3. กำหนดการ

11. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ยื่นเสนอราคาต้องยอมรับผลการพิจารณาคัดเลือกของคณะกรรมการจัดหารายการ และหากมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ให้ถือว่าผลการพิจารณาของคณะกรรมการจัดหารายการถือเป็นที่สุด ตามภารกิจและความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจาก ส.ส.ท.

ส.ส.ท. สงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไข เพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไปตามนโยบาย หรือระเบียบของ ส.ส.ท.


อ.สุมาลี อ.ท.ช.

เกณฑ์การคัดเลือกผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561

การคัดเลือกผู้ผลิต พิจารณาโดยใช้เกณฑ์คุณภาพด้านรูปแบบกลยุทธ์แผน, ความคิดสร้างสรรค์, ความแตกต่างและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้านเทคนิคและคุณภาพชิ้นงานผลิตทุกช่องทางที่ดีที่สุด โดยต้องได้รับคะแนนรวมเกณฑ์คุณภาพและเกณฑ์ราคา ต้องไม่ต่ำกว่า 80 คะแนน โดยจะเรียงลำดับผู้ได้คะแนนสูงสุดไม่เกิน 3 ราย คณะกรรมการฯ พิจารณาและเจรจาต่อรองกับผู้เสนอฯ ที่ได้รับคะแนนสูงสุดให้ได้ราคาที่เหมาะสม การพิจารณาแบ่งเป็นสัดส่วนคะแนนดังนี้

รายละเอียดที่พิจารณา	เกณฑ์คุณภาพ
1.ความพร้อมของเอกสาร	ผ่าน/ไม่ผ่าน
2.คุณสมบัติผู้เสนอราคา	
3.รูปแบบแผนกลยุทธ์และความคิดสร้างสรรค์ <ul style="list-style-type: none"> ● รูปแบบกลยุทธ์แผนสื่อสารการตลาดมีความน่าสนใจ ● มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแตกต่าง ● มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างการจดจำและบอกต่อได้ ● มีกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย / ขยายกลุ่มเป้าหมายได้ ● มีกลยุทธ์ครบทุกช่องทาง ทั้ง On Air, Online และ On Ground ● ความเป็นไปได้ของแผน สมเหตุสมผล ● มีจุดมุ่งหมายและเป้าหมายชัดเจน ● มีการวิเคราะห์ตลาด เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ● มีแผนบริหารกลยุทธ์การสื่อสาร และการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินการตามแผนให้ทันกับระยะเวลาที่ ส.ส.ท. กำหนด ● ภาพรวมการนำเสนอไม่ขัดต่อระเบียบข้อบังคับของ ส.ส.ท. สอดคล้องกับแนวนโยบายของ ส.ส.ท. (ไม่มีโฆษณาแฝง, ประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจ, เนื้อหาส่งเสริมเชิงพาณิชย์, ประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์กรเกินจริง) 	60 คะแนน
4.ด้านเทคนิคและคุณภาพชิ้นงานผลิตทุกช่องทาง <ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพ,ผลงาน และประสิทธิภาพของทีมงาน ● คุณภาพของอุปกรณ์การผลิตชิ้นงาน ● ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ สามารถควบคุมการผลิตภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ ส.ส.ท. 	20 คะแนน
5.ด้านราคา	20 คะแนน
คะแนนรวม	100 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนด้านราคา

- | | |
|---|----------------|
| - กรณีเสนอราคาเท่ากับงบประมาณ | 10 คะแนน |
| - กรณีเสนอราคาต่ำกว่างบประมาณ 5 - 10% | 15 คะแนน |
| - กรณีเสนอราคาต่ำกว่างบประมาณ มากกว่า 10% | 20 คะแนน |
| - กรณีเสนอราคาเกินกว่างบประมาณ | ไม่ได้รับคะแนน |



กำหนดการ

โครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561
(Marketing Communication)

- 13 มี.ค. 2561 ประกาศข้อกำหนดเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้าง (TOR)
- 21 มี.ค. 2561 ชี้แจงรายละเอียดคุณลักษณะและขอบเขตการดำเนินงาน
เวลา 14.00-16.00 น. ณ Briefing Room ชั้น 1 อาคาร A ส.ส.ท. สำนักงานใหญ่
**ผู้เสนอราคาที่ไม่ได้เข้ารับฟังการชี้แจง มีสิทธิ์ยื่นเสนอราคาได้
- 18 เม.ย. 2561 รับซองข้อเสนอราคา
เวลา 10.00-17.00 น. ณ อาคาร A ชั้น 3 ฝ่ายพัสดุและจัดหารายการ
ส.ส.ท. สำนักงานใหญ่
**เพียงวันเดียวเท่านั้น
- 24 – 25 เม.ย. 2561 ผู้เสนอราคาที่ผ่านมาคุณสมบัตินำเสนอแผนงานต่อคณะกรรมการจัดทำ
**ผู้เสนอราคาที่ยื่นเอกสารไม่ครบตาม TOR จะถูกตัดสิทธิ์ในการพิจารณา
- 30 เม.ย 2561 ประกาศผลผู้ผ่านการคัดเลือก

S. ชว
รองอธิบดี

รองอธิบดี

คุณลักษณะและขอบเขตแผนสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561

หลักการและเหตุผล

แผนบริหารกิจการ พ.ศ.2560 ของ ส.ส.ท. ในส่วนยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์รายการ มีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม ด้วยการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ให้พื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวที่ดีงาม สร้างสรรค์สังคม สร้างการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพพลเมือง พัฒนาความคิด จิตสาธารณะ เคารพสิทธิมนุษยชน และพัฒนาประชาธิปไตย เพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์หลักขององค์กร ส.ส.ท.จึงจัดสร้างเนื้อหาที่จะเข้าถึงสังคมหม่มาก นำพาหลักการและความคิดแฝงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ง่ายต่อการรับรู้และคล้อยตาม โดยผลิตเป็นเนื้อหาละครมินิซีรีส์ที่สามารถสะท้อนสถานการณ์ความเป็นไปและบริบทของสังคม เป้าหมายเพื่อให้จินตนาการของละครเป็นแรงบันดาลใจให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม(Civic Citizen)

ดังนั้นเพื่อให้ตัวละครมินิซีรีส์ได้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมในวงกว้าง รวมถึงบุกเข้าหากกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆในตลาด จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนสื่อสารการตลาดที่จะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและนำพาสารหรือละครไปให้ถึงผู้ชมมากที่สุด ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีความสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของสื่อสารสาธารณะ สร้างการจดจำและพูดถึงบอกต่อ ทั้งเนื้อหาเพื่อการออกอากาศทางโทรทัศน์(On Air) เนื้อหาแวดล้อมเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์(Online) รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ณ พื้นที่กลุ่มเป้าหมาย(On Ground) เพื่อให้เป็นไปและบรรลุวัตถุประสงค์ของละครมินิซีรีส์เรื่องนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดสนับสนุนละครมินิซีรีส์
2. เพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์ทางการตลาด รองรับการผลิตสื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น
3. เพื่อสร้างการรับรู้และพูดถึงบอกต่อ เพิ่มยอดผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ
4. เพื่อผลิตเนื้อหาตามกลยุทธ์ของแผนสื่อสารการตลาด
5. เพื่อผลิตเนื้อหาส่งเสริมละคร เผยแพร่ทุกช่องทาง
6. เพื่อผลิตเนื้อหาแวดล้อมเผยแพร่ทางออนไลน์
7. เพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
8. เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเนื้อหาละครมินิซีรีส์

กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มหลัก ประชาชนทั่วไป / ครอบครัว
2. กลุ่มนักเรียน นักศึกษา

วัน-เวลาตามแผนสื่อสารการตลาด

พฤษภาคม 2561 – กุมภาพันธ์ 2562


เนื้อหาและรูปแบบ

สร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดเพื่อสนับสนุนละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 1 แผน ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดของแผนงาน รวมถึงชิ้นงานหรือกิจกรรมตามแผนฯที่จะสามารถเผยแพร่ได้ทั้งทาง On Air, Online และ On Ground โดยแบ่งช่วงของแผนออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

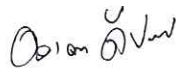
- 1) Marcom Phase1: Make Buzz การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 1 เพื่อสร้างการรับรู้เบื้องต้น สร้างกระแสให้เกิดการพูดถึงและสร้างฐานแฟนที่สนใจ โดยใช้ Key Word “ไอตอล อาชีวะ” สร้างสรรค์ชิ้นงานเพื่อการสื่อสาร โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆที่เหมาะสม โดดเด่นและน่าสนใจ โดยมีระยะเวลา 6 เดือนก่อนวันออกอากาศละครมินิซีรีส์ (ประมาณเดือนพฤษภาคม)
- 2) Marcom Phase2: Countdown การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 2 เน้นไปที่การสร้างสรรค์แผนงานการตลาดที่มุ่งเป้าไปที่การประชาสัมพันธ์ซีรีส์ การสร้างให้เกิดข่าวสารความคืบหน้าของการผลิต คุณค่าและกระแสตอบรับ รวมถึงสร้างการอยากติดตาม นับถอยหลังรอชม และรอสนับสนุนผลงาน ทั้งทาง On Air, Online และ On Ground เชื่อมโยงได้ถึงการสื่อสารช่วงแรก โดยผนวก Key Word “ไอตอล อาชีวะ” เข้าไปใช้ในแผนสื่อสารด้วย สร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีเอกลักษณ์และสะท้อนคุณค่าของซีรีส์ได้อย่างชัดเจน เป็นที่ชื่นชอบและพูดถึง มีแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้อย่างมีชั้นเชิงและโดดเด่น โดยมีระยะเวลา 3 เดือนก่อนวันออกอากาศละครมินิซีรีส์ (ประมาณเดือนสิงหาคม)
- 3) Marcom Phase3: Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 3 มุ่งเน้นไปที่สนับสนุนตัวละครซีรีส์ให้เกิดกระแสตอบรับและพูดถึง สร้างการรับรู้และสนใจให้เกิดในกลุ่มผู้ชม ทั้งฐานผู้ชมเดิมรวมไปถึงบุกเข้าหากกลุ่มผู้ชมใหม่ที่อยู่ในสื่ออื่น เช่น online โดยสร้างสรรค์แผนกลยุทธ์ทางการตลาดใช้เครื่องมือหลักคือเนื้อหาในซีรีส์ ผลิตชิ้นงานที่ทำให้เกิดกระแสบอกต่อและยอดกลับมาดูทั้งทาง On Air และ Online รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างกลุ่มฐานแฟนที่ชื่นชอบในตัวละครและนักแสดงที่เล่นเป็นตัวละครนั้นๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจและตามติดเพื่อสนับสนุนผลงานที่ออกมา โดยมีระยะเวลา 2 เดือน ช่วงเดียวกับการออกอากาศละครมินิซีรีส์ (ประมาณเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม)
- 4) Marcom Phase4: Post Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 4 เป็นการต่อยอดถึงคุณค่าของละครมินิซีรีส์และกระแสการตอบรับของผู้ชม โดยการสร้างแผนการสื่อสารการตลาดที่มีกลยุทธ์น่าสนใจและตรงเป้าหมาย เชื่อมต่อและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นฐานแฟนโดยเฉพาะ ส่งต่อคุณค่าและความประทับใจของตัวละครมินิซีรีส์ ต่อยอดจาก Key Word “ไอตอล อาชีวะ” โดยผลิตเป็นชิ้นงานเพื่อรวบรวมคุณค่าความประทับใจจากตัวละครมินิซีรีส์ พร้อมทั้งชวนให้บอกต่อและรอสนับสนุนต่อไป รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้ชมและนักแสดง โดยมีระยะเวลาภายใน 1 เดือน หลังจากออกอากาศละครมินิซีรีส์ (ประมาณเดือนกุมภาพันธ์)

กำหนดส่งมอบรายการ

Phase	วันส่งมอบแผนฯ+ชิ้นงาน
1	28 พฤษภาคม 2561
	25 มิถุนายน 2561
	30 กรกฎาคม 2561
2	27 สิงหาคม 2561
	24 กันยายน 2561
	29 ตุลาคม 2561
3	12 พฤศจิกายน 2561
	19 พฤศจิกายน 2561
	26 พฤศจิกายน 2561
	3 ธันวาคม 2561
	10 ธันวาคม 2561
	17 ธันวาคม 2561
	24 ธันวาคม 2561
	7 มกราคม 2562
	14 มกราคม 2562
	4



(นิสิต คุณผล)
ประธาน กก.กำหนดคุณลักษณะ



(ดวงตา ดีปราศัย)
กก.กำหนดคุณลักษณะ



(ชัยยุทธ์ เคहनันท์)
กก.กำหนดคุณลักษณะ



แผนแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

1. ชื่อโครงการ โครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักวิทยการ
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 2,340,000.00 บาท (สองล้านสามแสนสี่หมื่นบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561
 - 4.1 ผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ จำนวน 1 ผู้ผลิต
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

แหล่งที่มาราคากลาง TPBS-Legal(G) 095/2560 สัญญาจ้างดำเนินการจัดงาน ครอบคลุม 10 ปี ไทยพีบีเอส
6. ผู้กำหนดราคากลาง(ราคาอ้างอิง)

.....

(ปภาภรณ์ เฉลิมวนิชย์)

ผู้จัดการฝ่ายยุทธศาสตร์รายการ

สำนักวิทยการ