

ประกาศองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)  
เรื่อง ประกวดราคาจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ ๒๕๖๑ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ ๒๕๖๑ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ราคาของงานจ้างในการประกวดราคาครั้งนี้เป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๓๔๐,๐๐๐.๐๐ บาท (สองล้านสามแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)

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 เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น.

ผู้สนใจสามารถขอรับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยดาวน์โหลดเอกสารผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่วันที่ประกาศจนถึงก่อนวันเสนอราคา

ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.thaipbs.or.th](http://www.thaipbs.or.th) หรือ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข ๐-๒๗๙๐-๒๓๘๒ ในวันและเวลาราชการ

ผู้สนใจต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและขอบเขตของงาน โปรดสอบถามมายังองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) ผ่านทางอีเมล [sumaleep@thaipbs.or.th](mailto:sumaleep@thaipbs.or.th) หรือช่องทางตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดภายในวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๑ โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)จะชี้แจงรายละเอียดดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ [www.thaipbs.or.th](http://www.thaipbs.or.th) และ [www.gprocurement.go.th](http://www.gprocurement.go.th) ในวันที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๑

ประกาศ ณ วันที่ ๒๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๑



(นายพิภพ ปานิชภักดิ์)

รองผู้อำนวยการ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

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

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

เลขที่ .....๐๓๓๖/๖๖

การจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ ๒๕๖๑

ตามประกาศ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)

ลงวันที่ ๒๗ เมษายน ๒๕๖๑

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "สำนักงาน" มีความประสงค์จะ ประกวดราคาจ้างผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ ๒๕๖๑ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ณ ๑๔๕ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๑๐ 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
- ๑.๗ เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก
- ๑.๘ กำหนดการ

๒. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- ๒.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๒.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๒.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๒.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้

ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๒.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๒.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๒.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๒.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน 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 ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจด

ทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีโชินิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

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

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๔.๑) ใบเสนอราคา พร้อมลายเซ็นของผู้มีอำนาจ

(๔.๒) รายละเอียดข้อเสนอด้านเทคนิค

(๔.๓) บัญชีรายชื่อหุ้นส่วน/ผู้มีอำนาจ พร้อมสำเนาบัตรประชาชน/ทะเบียนบ้าน

พร้อมรับรองสำเนา

(๔.๔) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. ๒๐) พร้อมรับรองสำเนา

(๔.๕) หนังสือบริคณห์สนธิ

(๔.๖) ใบกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมทะเบียนพาณิชย์

(๔.๗) แบบลงทะเบียน e-GP

(๔.๘) หนังสือแสดงฐานะทางการเงิน เช่น งบดุลบริษัท (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) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(๒) สำเนาหนังสือรับรองผลงานจ้างพร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง (ให้ใช้ในกรณีที่มีการกำหนดผลงานตามข้อ ๒.๑๑ เท่านั้น)

(๔) เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

(๔.๑) สัญญารับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาด, รายการ, ละครหรือโฆษณา

(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 พร้อมทั้งหลักฐานแสดงตัวตนและทำการยืนยันตัวตนของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่ต้องแนบใบเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format)

๔.๒ ในการเสนอราคาให้เสนอราคาเป็นเงินบาทและเสนอราคาได้เพียงครั้งเดียวและราคาเดียวโดยเสนอราคารวม และหรือราคาต่อหน่วย และหรือต่อรายการ ตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ท้ายใบเสนอราคาให้ถูกต้องทั้งนี้ ราคารวมที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ โดยคิดราคารวมทั้งสิ้นซึ่งรวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวงไว้แล้ว

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน ตั้งแต่วันเสนอราคาโดยภายในกำหนดยื่นราคา ผู้ยื่นข้อเสนอต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จไม่เกิน ๓๐๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งจาก สำนักงาน ให้เริ่มทำงาน

๔.๔ ก่อนเสนอราคา ผู้ยื่นข้อเสนอควรตรวจสอบร่างสัญญา แบบรูป และรายละเอียด ฯลฯ ให้ถี่ถ้วนและเข้าใจเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดเสียก่อนที่จะตกลงยื่นเสนอราคาตามเงื่อนไขในเอกสารประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์

๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นข้อเสนอและเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ในวันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๑ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ น. ถึง ๑๖.๓๐ น. และเวลาในการเสนอราคาให้ถือตามเวลาของระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์

เมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นข้อเสนอและเสนอราคาแล้ว จะไม่รับเอกสารการยื่นข้อเสนอและเสนอราคาใดๆ โดยเด็ดขาด

๔.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารสำหรับใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสาร

ประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยืนยันการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่สำนักงานผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔.๗ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอแต่ละรายว่า เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่นตามข้อ ๑.๕ (๑) หรือไม่ หากปรากฏว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอรายอื่น คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นข้อเสนอที่มีผลประโยชน์ร่วมกันนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ

หากปรากฏต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ว่า ก่อนหรือในขณะที่มีการพิจารณาข้อเสนอ มีผู้ยื่นข้อเสนอรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมตามข้อ ๑.๕ (๒) และคณะกรรมการฯ เชื่อว่ามีการกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการฯ จะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอรายนั้นออกจากการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ และสำนักงานจะพิจารณาลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวเป็นผู้ทำงาน เว้นแต่สำนักงานจะพิจารณาเห็นว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นมิใช่เป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำความดังกล่าวและได้ให้ความร่วมมือเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของสำนักงาน

๔.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติ ดังนี้

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

ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ของกรมบัญชีกลางที่แสดงไว้ในเว็บไซต์ [www.gprocurement.go.th](http://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 (Marketing Communication) ละครมินิซีรี้ส์ ๒๕๖๑

(๑) ราคาที่เสนอราคา (ตัวแปรหลัก) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐

(๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

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

๕.๔ สำนักงานสงวนสิทธิไม่พิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอโดยไม่มีการผ่อนผัน ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ไม่ปรากฏชื่อผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นในบัญชีผู้รับเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัญชีรายชื่อผู้ซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ทางระบบการจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงาน

(๒) ไม่กรอกชื่อผู้ยื่นข้อเสนอในการเสนอราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างด้วยอิเล็กทรอนิกส์

(๓) เสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสาระสำคัญ หรือมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบแก่ผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น

๕.๕ ในการตัดสินการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือในการทำสัญญา คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงานมีสิทธิให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้ สำนักงานมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ ไม่รับราคา หรือไม่ทำสัญญา หากข้อเท็จจริงดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง

๕.๖ สำนักงานทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของสำนักงานเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งสำนักงานจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนิน



งานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงาน จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ สำนักงาน มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงาน

๕.๗ ก่อนลงนามในสัญญาสำนักงาน อาจประกาศยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หากปรากฏว่ามีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการประกวดราคาหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือถือว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

## ๖. การทำสัญญาจ้าง

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

### ๖.๑ เงินสด

๖.๒ เช็คหรือตราพท์ที่ธนาคารสั่งจ่ายให้แก่สำนักงาน โดยเป็นเช็คลงวันที่ที่ทำสัญญา หรือก่อนหน้านั้น ไม่เกิน ๓ วัน ทำการของทางราชการ

๖.๓ หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามแบบหนังสือค้ำประกัน ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒) หรือจะเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

๖.๔ หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ดังระบุในข้อ ๑.๔ (๒)

### ๖.๕ พันธบัตรรัฐบาลไทย

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ยภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันที่ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้รับจ้าง) พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาจ้างแล้ว

หลักประกันนี้จะคืนให้ โดยไม่มีดอกเบี้ย ตามอัตราส่วนของงานจ้างซึ่งสำนักงาน ได้รับมอบไว้แล้ว

## ๗. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

สำนักงานจะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนภาษีอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายที่พึงแล้ว

โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์ และกำหนดการจ่ายเงินเป็น จำนวน ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ส่งมอบงาน Marcom Phase ๑ วันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๑ ให้แล้วเสร็จภายใน ๖๐ วัน

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ส่งมอบงาน Marcom Phase ๒ วันที่ ๒๙ ตุลาคม ๒๕๖๑ ให้แล้วเสร็จภายใน ๑๕๐ วัน

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน ส่งมอบงาน Marcom Phase ๓ วันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๑ ให้แล้วเสร็จภายใน ๒๒๕ วัน

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือ และสำนักงาน ได้ตรวจรับมอบงานจ้าง

#### ๘. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามแบบสัญญาจ้างแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ หรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๘.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐.๐๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๘.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้างนอกเหนือจากข้อ ๘.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๑๐.๐๐ ของราคาค่าจ้าง

#### ๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้ทำข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือทำสัญญาจ้าง ตามแบบดังระบุในข้อ ๑.๓ แล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้ได้ดังเดิมภายใน ๓ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

#### ๑๐. ข้อสงวนสิทธิในการยื่นข้อเสนอและอื่น ๆ

๑๐.๑ เงินค่าจ้างสำหรับงานจ้างครั้งนี้ ได้มาจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ การลงนามในสัญญาจะกระทำต่อเมื่อ สำนักงานได้รับอนุมัติเงินค่าจ้างจากเงินงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ แล้วเท่านั้น

๑๐.๒ เมื่อสำนักงานได้คัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอรายใด ให้เป็นผู้รับจ้าง และได้ตกลงจ้างตามประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ถ้าผู้รับจ้างจะต้องส่งหรือนำสิ่งของมาเพื่องานจ้างดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ และของนั้นต้องนำเข้ามาโดยทางเรือในเส้นทางที่มีเรือไทยเดินอยู่ และสามารถให้บริการรับขนได้ตามที่รัฐมนตรีว่าการ

กระทรวงคมนาคมประกาศกำหนด ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี ดังนี้

(๑) แจกการสั่งหรือนำสิ่งของดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศ ต่อกรมเจ้าท่า ภายใน ๗ วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างส่งหรือซื้อของจากต่างประเทศ เว้นแต่เป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่นได้

(๒) จัดการให้สิ่งของดังกล่าวบรรทุกโดยเรือไทย หรือเรือที่มีสิทธิเช่นเดียวกับเรือไทย จากต่างประเทศมายังประเทศไทย เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า ให้บรรทุกสิ่งของนั้น โดยเรืออื่นที่มีใช้เรือไทย ซึ่งจะต้องได้รับอนุญาตเช่นนั้นก่อนบรรทุกของลงเรืออื่น หรือเป็นของที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมประกาศยกเว้นให้บรรทุกโดยเรืออื่น

(๓) ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตาม (๑) หรือ (๒) ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการพาณิชย์นาวี

๑๐.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งสำนักงานได้คัดเลือกแล้ว ไม่ไปทำสัญญา หรือข้อตกลงภายในเวลาที่ทางราชการกำหนดดังระบุไว้ในข้อ ๗ สำนักงานจะริบหลักประกันการยื่นข้อเสนอ หรือเรียกธำนาจจากผู้ออกหนังสือค้ำประกันการยื่นข้อเสนอทันที และอาจพิจารณาเรียกธำนาจให้ชดใช้ความเสียหายอื่น (ถ้ามี) รวมทั้งจะพิจารณาให้เป็นผู้ทำงานตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

๑๐.๔ สำนักงานสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไข หรือข้อกำหนดในแบบสัญญาให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานอัยการสูงสุด (ถ้ามี)

๑๐.๕ ในกรณีที่เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ มีความขัดหรือแย้งกัน ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของสำนักงาน คำวินิจฉัยดังกล่าวให้ถือเป็นที่สุด และผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม

๑๐.๖ สำนักงาน อาจประกาศยกเลิกการจัดจ้างในกรณีต่อไปนี้ได้ โดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงานไม่ได้

(๑) ไม่ได้รับการจัดสรรเงินที่จะใช้ในการจัดจ้างหรือได้รับจัดสรรแต่ไม่เพียงพอที่จะทำการจัดจ้างครั้งต่อไป

(๒) มีการกระทำที่เข้าลักษณะผู้ยื่นข้อเสนอที่ชนะการจัดจ้างหรือที่ได้รับการคัดเลือกมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีส่วนได้เสียกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม หรือสมยอมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น หรือเจ้าหน้าที่ในการเสนอราคา หรือสื่อว่ากระทำการทุจริตอื่นใดในการเสนอราคา

(๓) การทำการจัดจ้างครั้งต่อไปอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่สำนักงาน หรือกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

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

ตามความในกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

**๑๑. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ**

ในระหว่างระยะเวลาการจ้าง ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและระเบียบได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัด

**๑๒. การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ**

สำนักงาน สามารถนำผลการปฏิบัติงานแล้วเสร็จตามสัญญาของผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้างเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับสำนักงาน ไว้ชั่วคราว

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.)

๒๓) เมษายน ๒๕๖๑

เอกสารข้อกำหนดเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้าง  
โครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า ส.ส.ท. มีความประสงค์จะเปิดจ้าง “ผู้รับจ้างผลิตโครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561” เพื่อเป็นการขยายผลสัมฤทธิ์และการสื่อสารการตลาดของละครมินิซีรีส์ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย 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 ให้พื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวที่ดั่งามสร้างสรรค์สังคม สร้างการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพพลเมือง พัฒนาความคิด จิตสาธารณะ เคารพสิทธิมนุษยชน และพัฒนาประชาธิปไตย เพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์หลักขององค์กร ส.ส.ท. จึงจัดสร้างเนื้อหาที่จะเข้าถึงสังคมหมุ่มมาก นำพาหลักการและความคิดแผ่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ง่ายต่อการรับรู้และคล้อยตาม โดยผลิตเป็นเนื้อหาละครมินิซีรีส์ที่สามารถสะท้อนสถานการณ์ความเป็นไปและบริบทของสังคม เป้าหมายเพื่อให้จินตนาการของละครเป็นแรงบันดาลใจให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม (Civic Citizen)

ดังนั้นเพื่อให้ตัวละครมินิซีรีส์ได้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมในวงกว้าง รวมถึงบุกเข้าหากกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ในตลาด จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนสื่อสารการตลาดที่จะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและนำพาสารหรือละครไปถึงผู้ชมมากที่สุด ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีความสร้างสรรค์แผนสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของสื่อสารณะสร้างการจดจำและพูดถึงบอกต่อ ทั้งเนื้อหาเพื่อการออกอากาศทางโทรทัศน์ (On Air) เนื้อหาแวล้อมเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ (Online) รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ณ พื้นที่กลุ่มเป้าหมาย (On Ground) เพื่อให้เป็นไปและบรรลุวัตถุประสงค์ของละครมินิซีรีส์เรื่องนี้

2. วัตถุประสงค์

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



โชติภรณ์  
อ. ชะ

### 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 “ไอดอล อาชีวะ” สร้างสรรค์ชิ้นงานเพื่อการสื่อสาร โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆที่เหมาะสม โดดเด่นและน่าสนใจ โดยมีระยะเวลาประมาณ 6 เดือนก่อนวันออกอากาศละครมินิซีรีส์
- 2) Marcom Phase2: Countdown การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 2 เน้นไปที่การสร้างสรรคแผนงานการตลาดที่มุ่งเป้าไปที่การประชาสัมพันธ์ซีรีส์ การสร้างให้เกิดข่าวสารความคืบหน้าของการผลิต คุณค่าและกระแสตอบรับ รวมถึงสร้างการอยากติดตามและนับถอยหลังรอชม เชื่อมโยงได้ถึงการสื่อสารช่วงแรก โดยผนวก Key Word “ไอดอล อาชีวะ” เข้าไปใช้ในแผนสื่อสารด้วย โดยมีระยะเวลาประมาณ 3 เดือนก่อนวันออกอากาศละครมินิซีรีส์
- 3) Marcom Phase3: Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 3 มุ่งเน้นไปที่สนับสนุนตัวละครซีรีส์ ให้เกิดกระแสตอบรับและพูดถึง สร้างการรับรู้และสนใจให้เกิดในกลุ่มผู้ชม ทั้งฐานผู้ชมเดิมรวมไปถึงบุกเข้าหากกลุ่มผู้ชมใหม่ที่อยู่ในสื่ออื่น เช่น Online โดยสร้างสรรค์แผนกลยุทธ์ทางการตลาดใช้เครื่องมือหลักคือเนื้อหาในซีรีส์ ผลิตชิ้นงานที่ทำให้เกิดกระแสบอกต่อและยอดกลับมาดูทั้งทาง On Air และ Online รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างกลุ่มฐานแฟนที่ชื่นชอบในตัวละครและนักแสดงที่เล่นเป็นตัวละครนั้นๆ โดยมีระยะเวลาประมาณ 2 เดือน ช่วงเดียวกับการออกอากาศละครมินิซีรีส์
- 4) Marcom Phase4: Post Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 4 เป็นการต่อยอดถึงคุณค่าของละครมินิซีรีส์และกระแสการตอบรับของผู้ชม โดยการสร้างแผนการสื่อสารการตลาดที่มีกลยุทธ์น่าสนใจและตรงเป้าหมาย เชื่อมต่อและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นฐานแฟนโดยเฉพาะ ส่งต่อคุณค่าและความประทับใจของตัวละครมินิซีรีส์ ต่อยอดจาก Key Word “ไอดอล 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) ทั้งระบบอัตราส่วนภาพ 16:9



โกมลทิพย์

อ. ปก

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 ค่าตอบแทนค่าเครื่องมือเครื่องใช้ทั้งปวงด้วยแล้ว 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 หากคณะกรรมการจัดการรายการตรวจสอบพบภายหลังว่าข้อมูลที่นำเสนอไม่นั้นไม่เป็นไปตามจริง จะถือว่าผิดเงื่อนไข โดยคณะกรรมการจัดการสามารถตัดสิทธิ์การยื่นเสนอราคา หรือบอกยกเลิกสัญญาการจ้างได้ เมื่อมีการจ้าง ดำเนินการแล้ว
- 4.5. ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา



โสมจินดา

จ. ชะ

- 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. เช็กระงับการเซ็นสัญญา 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 โดยคณะกรรมการจัดหาจะเปิดซองใบเสนอราคาในรายที่มีข้อเสนอด้านความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจของแผนสื่อสารการตลาด โดยจะต้องเป็นแผนที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ รวมทั้งมีคุณภาพทีมงานที่ดีที่สุด โดยต้องได้รับคะแนนไม่ต่ำกว่า 80 คะแนน และจะเจรจาต่อรองกับรายที่ได้คะแนนสูงที่สุด ให้ได้ราคาที่เหมาะสมก่อนเป็นรายแรก หากเจรจาไม่ได้ผลจะเปิดซองข้อเสนอด้านราคาของผู้ยื่นเสนอราคาที่มีข้อเสนอด้านเทคนิคที่ดีที่สุดรายถัดไป
- 5.2. หากผู้ยื่นเสนอราคารายใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้องตามข้อ 6 หรือยื่นเอกสารเสนอราคาไม่ถูกต้องหรือครบถ้วนตามข้อ 7 คณะกรรมการจัดหารายการจะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ยื่นเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาดหรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อย หรือผิดพลาดไปจากเงื่อนไขของเอกสารคัดสรรราคาในส่วนที่ไม่มีสาระสำคัญ 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



สมศักดิ์

อ. ชู



- 5.4. ในการตัดสินผลการยื่นเสนอราคา คณะกรรมการจัดการรายการมีสิทธิให้ผู้ยื่นเสนอราคาชี้แจงข้อเท็จจริงสภาพฐานะ หรือข้อเท็จจริงอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับผู้ยื่นเสนอราคาได้ ส.ส.ท. มีสิทธิที่จะไม่รับราคาหรือไม่ทำสัญญา หากหลักฐานดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมหรือไม่ถูกต้องสุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของ ส.ส.ท. เป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินของคณะกรรมการจัดการรายการเป็นที่สิ้นสุด
- 5.5. ส.ส.ท. ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด 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. และลงโทษผู้ยื่นเสนอราคาเป็นผู้ทำงาน หากปรากฏภายหลังว่า มีผู้ยื่นเสนอราคาที่มีสิทธิได้รับการคัดเลือกนั้น เป็นผู้ยื่นเสนอราคา โดยมีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นเสนอการรายอื่น ณ วันที่ประกาศผลยื่นเสนอราคา หรือผู้ยื่นเสนอการรายใดกระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นเสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม และถ้ามีเหตุผลที่เชื่อได้ว่าการเสนอราคากระทำโดยทุจริต ส.ส.ท. จะดำเนินการให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับการเสนอราคาต่อหน่วยงานของรัฐ พ.ศ.2542
- 5.6. ในกรณีที่ผู้ยื่นเสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่า ไม่อาจดำเนินการตามสัญญาได้ คณะกรรมการจัดหาหรือ ส.ส.ท. จะให้ผู้ยื่นเสนอราคานั้นชี้แจง และแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นเสนอราคานั้นสามารถดำเนินการผลิตได้ตามกำหนดการส่งมอบงานตามข้อกำหนด หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ ส.ส.ท. มีสิทธิที่จะไม่รับเสนอการรายนั้น และสงวนสิทธิที่จะพิจารณาราคากับผู้ที่ยื่นเสนอราคาที่มีข้อกำหนดคุณลักษณะถูกต้องและได้รับคะแนนด้านเทคนิคที่ดีที่สุดในตลาดไป
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 ซึ่งเป็นคู่สัญญากับทางราชการหรือภาคเอกชนที่ 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 หรือห้ามเข้าเสนอรากับ ส.ส.ท.
- 6.1.6. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอการรายอื่น ณ วันที่ประกาศผลเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม



6๓ ๖๓๖

๖.๖๓

- 6.1.7. ผู้ยื่นเสนอราคาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญา ต้องไม่อยู่ในฐานะซึ่งได้มีการระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อว่าเป็นคู่สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ในทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)
- 6.1.8. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องไม่มีพนักงานของ ส.ส.ท. หรือคู่สมรส หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของพนักงานของ ส.ส.ท. เข้าไปมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ

## 6.2. ผู้ยื่นเสนอราคา ประเภทบุคคลธรรมดา หรือคณะบุคคลที่มีโชินิติบุคคล

- 6.2.1. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้มีทักษะประสบการณ์ในการบริหารจัดการและสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด ผลิตรายการ ละคร หรือ โฆษณา
- 6.2.2. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องแสดงเอกสารการรับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาด, รายการ, ละครหรือโฆษณา มูลค่าไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (แปดแสนบาทถ้วน) ต่อหนึ่งสัญญา ซึ่งเป็นคู่สัญญากับทางราชการ หรือภาคเอกชนที่ ส.ส.ท. เชื้อถือ เช่น สัญญาการรับจ้างงาน หรือหนังสือรับรองการรับจ้างงาน เป็นต้น
- 6.2.3. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องลงทะเบียนเป็นผู้ค้ากับภาครัฐ โดยยื่นแบบแสดงการลงทะเบียนในระบบ e-GP สำหรับผู้ประกอบการที่จะทำธุรกรรมกับภาครัฐ
- 6.2.4. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกแจ้งเวียนชื่อ เป็นผู้ทำงานของทางราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ ไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคล หรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ หรือ ห้ามเข้าเสนอราคากับ ส.ส.ท.
- 6.2.5. ผู้ยื่นเสนอราคา ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันที่ประกาศผลเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 6.2.6. ผู้ยื่นเสนอราคาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญา ต้องไม่อยู่ในฐานะซึ่งได้มีการระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อว่าเป็นคู่สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ในทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)
- 6.2.7. ผู้ยื่นเสนอราคาต้องไม่มีพนักงานของ ส.ส.ท. หรือคู่สมรส หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของพนักงานของ ส.ส.ท. เข้าไปมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ

## 7. หลักฐานและรายละเอียดการเสนอราคา


ผู้ยื่นเสนอราคาจำเป็นต้องยื่นข้อเสนอและราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์นี้ และหากประสงค์จะนำส่งเอกสารประกอบการยื่นเสนอราคาสามารถส่งได้ที่ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) อาคารสำนักงาน (อาคาร A) ชั้น 3 ฝายพัสดุและ จัดหารายการ สำนักบริหาร เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ในเวลา 10.00-17.00 น. ตามวันที่กำหนดยื่นข้อเสนอและราคา (สอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณสุมาลี ประสพศักดิ์ โทร 02-790-2382) โดยส่งด้วยตัวเองหรือโดยผู้ได้รับมอบอำนาจ ที่มีต้นฉบับหนังสือมอบอำนาจ ให้กระทำการยื่นของเอกสารประกอบการยื่นเสนอราคา พร้อมติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย และสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรอื่นใดที่มีรูป ซึ่งออกให้โดยราชการและยังไม่หมดอายุของผู้มีอำนาจและของผู้รับมอบอำนาจ โดยแบ่งเป็น 2 ซอง ดังนี้



ไมทติ้ง

อ. ชอ

- 7.1. ขอบที่ 1 เขียนหน้าซองว่า “ข้อเสนอด้านเทคนิคและใบเสนอราคา” จำนวน 3 ชุด โดยข้อเสนอด้านเทคนิคมีรายละเอียดตามข้อ 4.1. (รับรองสำเนาถูกต้อง พร้อมประทับตราบริษัท) และใบเสนอราคา (รับรองสำเนาถูกต้อง พร้อมประทับตราบริษัท) ต้องแสดงค่าใช้จ่ายตามแผนงานโดยละเอียด รวมจำนวนเงินทั้งหมดตามจำนวนแผน ชิ้นงานหรือกิจกรรม (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยมีรายละเอียดแยกประเภทของค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้
- 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. ค่าจ้างงานกิจกรรม 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. ขอบที่ 2 เขียนหน้าซองว่า “เอกสารคุณสมบัติ” จำนวน 3 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 และบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง 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 (ปป.ช.)
- 7.2.1.7. ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านกรมการบริษัท , สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน(ถ้ามี) , สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วนพร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง และประทับตรา(ถ้ามี)
- 7.2.1.8. ในกรณีผู้เสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาาร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า 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) ในกรณีที่ผู้ยื่นเสนอไม่

 ไททิจิทัล  
อ. ช่าง

สามารถเข้ามายื่นเอกสารตัวตนเอง หรือผู้ยื่นเสนอราคามอบอำนาจให้บุคคลอื่นเป็นตัวแทนในการยื่นเสนอราคารายการนั้นๆ

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 (กรณีมอบอำนาจครั้งเดียว) / จำนวน 30 บาท (ในกรณีมอบอำนาจตลอดการดำเนินงาน) ในกรณีที่ผู้ยื่นเสนอไม่สามารถเข้ามายื่นเอกสารตัวตนเอง 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 ย่อมได้รับการเปิดเผยต่อคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ส.ส.ท. ให้การปกป้อง และการปกปิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาไว้เป็นความลับจากบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในขั้นตอนของกระบวนการคัดเลือก

8.2. ผู้ยื่นเสนอราคา หากมิได้เป็นเจ้าของหรือได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์บางส่วน หรือทั้งหมดตามที่ระบุในข้อเสนอแผนสื่อสารการตลาด ผู้ยื่นเสนอราคาจะต้องแสดงเอกสาร แสดงการได้รับอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์บางส่วน หรือทั้งหมดก่อนทำสัญญาจ้างผลิต โดยผู้ยื่นเสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย เพื่อขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์บางส่วน หรือทั้งหมดตามที่ระบุไว้ในข้อเสนอดังกล่าว

8.3. หากคณะกรรมการจัดหาแผนสื่อสารการตลาดตรวจสอบพบว่า ผู้ยื่นเสนอราคารายใดมีผลประโยชน์ร่วมกัน คณะกรรมการจะตัดรายชื่อผู้ยื่นเสนอราคาดังกล่าวทุกรายออกจากการเป็นผู้ยื่นเสนอราคารั้งนั้น 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.

  
ศิริทิพย์  
S. The

- 8.5. เงื่อนไขการชำระค่าจ้าง จะแบ่งชำระเป็นรายครึ่งและหรือราย Phase เมื่อ ส.ส.ท. ได้ตรวจรับมอบงาน และหรือตรวจรับมอบวัสดุ และผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจรับแผนสื่อสารการตลาดแล้วในแต่ละ Phase
- 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. การรับประกันความไม่สมบูรณ์ของการวางแผนสื่อสารการตลาดและดำเนินการผลิตชิ้นงานตามแผนฯ ผู้รับจ้างวางแผนฯซึ่งได้ทำสัญญาจ้างจะต้องรับประกันความไม่สมบูรณ์ของงานวางแผนฯและดำเนินการผลิตชิ้นงานตามแผนฯ โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการแก้ไข ปรับเปลี่ยน หรือดำเนินการใดๆ ให้งานวางแผนฯและดำเนินการผลิตชิ้นงานตามแผนฯมีความสมบูรณ์พร้อมต่อการนำออกตามสื่อได้ภายใน 3 วัน นับถัดจากที่ได้รับแจ้งความไม่สมบูรณ์นั้น ทั้งนี้หากมีเหตุจำเป็นในการส่งมอบงานที่ล่าช้าหรือการแก้ไขที่ไม่เป็นไปตามกำหนดระยะเวลาโดยมีเหตุอันควร คณะกรรมการจัดหาที่ได้รับการแต่งตั้งจะพิจารณาตามความเหมาะสมเป็นกรณีไป
- 8.10. ผู้รับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาด มีหน้าที่ดำเนินการผลิตชิ้นงานตามแผนฯและเป็นผู้รับผิดชอบค่าดำเนินการผลิตภายใต้การควบคุมดูแลของ ส.ส.ท. ตามรูปแบบที่ ส.ส.ท. กำหนด ซึ่งได้รวมค่าแรงงาน ค่าตอบแทน ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสัมภาระ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าเครื่องมือเครื่องใช้ที่ปวงด้วยแล้ว ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการวางแผนฯ การดำเนินการผลิตชิ้นงานตามแผนฯ การโปรโมท รวมถึงการรับประกันความเสียหายอันเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้างหรือทีมงานของผู้รับจ้าง
- 8.11. แผนสื่อสารการตลาดและชิ้นงานตามแผนฯที่เสร็จสมบูรณ์ และได้รับการตรวจรับมอบแผนฯแล้ว ส.ส.ท. สงวนสิทธิ์ที่จะดำเนินการใดๆ ตามสิทธิประโยชน์ขององค์การ โดยถือเป็นทรัพย์สินและเป็นลิขสิทธิ์ของ ส.ส.ท. แต่เพียงผู้เดียว
- 8.12. ผู้รับจ้างวางแผนสื่อสารการตลาดต้องส่งมอบวัสดุที่สมบูรณ์ทั้งหมดทุกชิ้น ตามกำหนดส่งมอบ โดยนำส่งตามเอกสารแนบท้ายสัญญาข้อ 7 โดยผู้ผลิตจะต้องดำเนินการขอลิขสิทธิ์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย (ออกอากาศจริงและออกอากาศซ้ำแบบไม่จำกัดจำนวนครั้งทางสื่อโทรทัศน์ และการนำไปใช้เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์) และจัดทำเอกสารมอบส่งมอบลิขสิทธิ์ โดยอยู่ในเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกันระหว่าง เจ้าของสิทธิ์ผู้ผลิตชิ้นงาน และ ส.ส.ท. ให้แก่ ส.ส.ท.ไว้เป็นหลักฐาน
- 8.13. กำหนดการออกอากาศ และช่องทางออกอากาศ ส.ส.ท. เป็นผู้กำหนด

## 9. เอกสารแนบท้าย

การจัดจ้างครั้งนี้ต้องเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับนโยบายของ ส.ส.ท. และมีคุณลักษณะเฉพาะตรงตามที่กำหนดไว้ในเอกสารข้อกำหนดเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างฉบับนี้ โดยมีข้อแนะนำและข้อกำหนดดังนี้

  
 ๑. ๒๕

- 9.1. คุณลักษณะ,ขอบเขตแผนสื่อสารการตลาด,เนื้อหาและรูปแบบชิ้นงานหรือกิจกรรม และกำหนดส่งมอบแผนฯ
- 9.2. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก
- 9.3. กำหนดการ

#### 10. ข้อสงวนสิทธิ์

ผู้ยื่นเสนอราคาต้องยอมรับผลการพิจารณาคัดเลือกของคณะกรรมการจัดหารายการ และหากมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ให้ถือว่าผลการพิจารณาของคณะกรรมการจัดหารายการถือเป็นที่สุด ตามภารกิจและความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจาก ส.ส.ท.

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

  
สมชาย  
ส.ท.

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. จึงจัดสร้างเนื้อหาที่จะเข้าถึงสังคมหมู่มาก นำพาหลักการและความคิดแง่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ง่ายต่อการรับรู้และคล้อยตาม โดยผลิตเป็นเนื้อหาละครมินิซีรีส์ที่สามารถสะท้อนสถานการณ์ความเป็นไปและบริบทของสังคม เป้าหมายเพื่อให้จินตนาการของละครเป็นแรงบันดาลใจให้คนในสังคมตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นพลเมืองของสังคม(Civic Citizen)

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

### วัตถุประสงค์

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

### กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มหลัก ประชาชนทั่วไป / ครอบครัว
2. กลุ่มนักเรียน นักศึกษา

### วัน-เวลาตามแผนสื่อสารการตลาด

พฤษภาคม 2561 – กุมภาพันธ์ 2562

## เนื้อหาและรูปแบบ

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

- 1) Marcom Phase1: Make Buzz การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 1 เพื่อสร้างการรับรู้เบื้องต้น สร้างกระแสให้เกิดการพูดถึงและสร้างฐานแฟนที่สนใจ โดยใช้ Key Word “ไอดอล 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 “ไอดอล 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 รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างฐานฐานแฟนที่ชื่นชอบในตัวละครและนักแสดงที่เล่นเป็นตัวละครนั้นๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจและตามติดเพื่อสนับสนุนผลงานที่ออกมา โดยมีระยะเวลา 2 เดือน ช่วงเดียวกับการออกอากาศละครมินิซีรีส์ (ประมาณเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม)
- 4) Marcom Phase4: Post Launch การสื่อสารการตลาดช่วงที่ 4 เป็นการต่อยอดถึงคุณค่าของละครมินิซีรีส์และกระแสการตอบรับของผู้ชม โดยการสร้างแผนการสื่อสารการตลาดที่มีกลยุทธ์น่าสนใจและตรงเป้าหมาย เชื่อมต่อและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นฐานแฟนโดยเฉพาะ ส่งต่อคุณค่าและความประทับใจของตัวละครมินิซีรีส์ ต่อยอดจาก Key Word “ไอดอล อาชีวะ” โดยผลิตเป็นชิ้นงานเพื่อรวบรวมคุณค่าความประทับใจจากตัวละครมินิซีรีส์ พร้อมทั้งชวนให้บอกต่อและรอสนับสนุนต่อไป รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้ชมและนักแสดง โดยมีระยะเวลาภายใน 1 เดือน หลังจากออกอากาศละครมินิซีรีส์ (ประมาณเดือนกุมภาพันธ์)



กำหนดส่งมอบรายการ

Phase	วันส่งมอบแผนฯ + ขึ้นงาน
1	1 มิถุนายน 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 2561
	14 มกราคม 2561
	15 กุมภาพันธ์ 2562

คณะกรรมการกำหนดคุณลักษณะ



(นิสิต คุณผล)

ประธานกรรมการกำหนดคุณลักษณะ



(ดวงตา ดีปราสัย)

กรรมการกำหนดคุณลักษณะ



(ชัยยุทธ์ เคहनันท์)

กรรมการกำหนดคุณลักษณะ



เกณฑ์การคัดเลือกผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561


การคัดเลือกผู้ผลิตพิจารณาโดยใช้เกณฑ์คุณภาพด้านรูปแบบกลยุทธ์แผน, ความคิดสร้างสรรค์, ความแตกต่าง และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้านเทคนิคและคุณภาพชิ้นงานผลิตทุกช่องทางที่ดีที่สุด โดยต้องได้รับคะแนนรวมเกณฑ์คุณภาพและเกณฑ์ราคา ต้องไม่ต่ำกว่า 80 คะแนน โดยจะเรียงลำดับผู้ได้คะแนนสูงสุดไม่เกิน 3 ราย คณะกรรมการฯ พิจารณาและเจรจาต่อรองกับผู้เสนอฯ ที่ได้รับคะแนนสูงสุดให้ได้ราคาที่เหมาะสม การพิจารณาแบ่งเป็นสัดส่วนคะแนน ดังนี้

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

  
 5. ๒๕๖

เกณฑ์การให้คะแนนด้านราคา

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



สมชาย  
S. Cho



กำหนดการ

โครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561  
(Marketing Communication)

- |               |   |
|---------------|---|
| 27 เม.ย. 2561 | ประกาศข้อกำหนดเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้าง (TOR)   |
| 9 พ.ค. 2561   | ยื่นข้อเสนอและราคาทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ |
| 15 พ.ค. 2561  | ผู้ยื่นข้อเสนอและราคาที่ผ่านมาคุณสมบัตินำเสนอแผนงานต่อคณะกรรมการจัดหารายการ                                   |
| 18 พ.ค. 2561  | ประกาศผลผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ  |

  
สมนึก /  
ฉ.ชว



แผนแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

1. ชื่อโครงการ โครงการจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ (อาชีวะ) 2561
2. หน่วยงานเจ้าของโครงการ สำนักวิทยากร
3. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 2,340,000 บาท (สองล้านสามแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)  
รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
4. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561
  - 4.1 ผู้จัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) ละครมินิซีรีส์ จำนวน 1 ราย
5. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) TPBS-Legal (G)095/2560  
สัญญาจ้างดำเนินการจัดงาน ครบรอบ 10 ปี ไทยพีบีเอส  
หมายเหตุ เนื่องจากราคากลางมีราคาสูงกว่าวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรเล็กน้อย จึงขอกำหนดราคากลางให้เท่ากับวงเงินงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร
6. ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)

(ปภาภรณ์ เฉลิมาณีชัย)

ผู้จัดการฝ่ายยุทธศาสตร์รายการ

สำนักวิทยากร