

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

โครงการประชาสัมพันธ์กฎหมายการแข่งขันทางการค้าและบทบาทภารกิจองค์กร

๑. ความเป็นมา

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าจะดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์กฎหมายการแข่งขันทางการค้าและบทบาทภารกิจองค์กร โดยมีแผนที่จะประชาสัมพันธ์กฎหมายการแข่งขันทางการค้าและบทบาทภารกิจของสำนักงาน กคค. ให้เป็นที่รับรู้ และมีความพยายามที่จะจัดทำช่องทางประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ เพื่อขยายการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อาจไม่เคยได้รับรู้หรือรู้จักกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและบทบาทภารกิจของสำนักงาน กคค. เนื่องจากในปัจจุบันนี้ช่องทางสื่อสารมีรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายให้เลือกใช้ ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ก่อให้เกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบและช่องทางใหม่ ๆ ที่จะตอบโจทย์และช่วยให้สาร (Message) ที่ส่งออกไป มีความน่าสนใจดึงดูดใจเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งหนึ่งในวิธีการประชาสัมพันธ์ใหม่ที่ได้รับคามนิยมแพร่หลายจากนักประชาสัมพันธ์ ณ ขณะนี้ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์แฝง

การประชาสัมพันธ์แฝง หรือโฆษณาแฝง คือ เทคนิคด้านการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาหรือคอนเทนต์ (Content) แบบต่าง ๆ เข้ากับสินค้าหรือตราสินค้า เพื่อสร้างให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมและเกิดความรู้สึกสนใจ โดยการสอดแทรกตัวสินค้าหรือลักษณะสินค้าเข้าไปในส่วนที่ไม่ใช่เนื้อหาของโฆษณา เพื่ออธิบายสินค้าให้ซึมซาบและรับเข้าอย่างแนบเนียนที่สุด

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีโฆษณาแฝง ที่สพอดโฆษณาหรือวิธีการอื่นไม่สามารถทำได้ คือ การสร้างความรู้สึกเกี่ยวข้อง (Brand Relevancy) ระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับผลิตภัณฑ์ให้มีความรู้สึกรวมไปกับสินค้านั้นเอง เนื่องจากเป็นวิธีการที่ผสมผสานสินค้า เข้ากับรายการนั้น ๆ ทำให้เกิดความแนบเนียน ผู้ชมไม่รู้สึกว่าถูกยัดเยียดให้ต้องชม ทำให้ผู้ชมรู้สึกถูกคุกคามน้อยลง ซึ่งแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ปกติที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากกดข้ามหรือเปลี่ยนไปดูสิ่งอื่นแทน การประชาสัมพันธ์แฝง จึงเป็นการบังคับให้ดูโฆษณาในอีกรูปแบบหนึ่ง ทั้งผู้ชมรู้ตัวและไม่รู้ตัวด้วยการทำให้การประชาสัมพันธ์กลมกลืนไปกับเนื้อหา และไม่สร้างความรู้สึกเบื่อหน่าย จนเกิดเป็นความสนใจในตัวสินค้าหรืออยากทดลองใช้สินค้า ซึ่งหนึ่งในวิธีการประชาสัมพันธ์แฝงที่นิยมใช้กันแพร่หลายนั้น ได้แก่ การนำตราสินค้านั้นหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหารายการ (Brand integration)

ฝ่ายสื่อสารองค์กรจึงเห็นความสำคัญและประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์แฝง (Branded Content) เนื่องจากเป็นวิธีการใหม่ที่สำนักงาน กคค. ยังไม่เคยดำเนินการมาก่อน และเป็นวิธีที่จะช่วยสร้างการจดจำ (Brand recognition) สร้างความรู้สึกเกี่ยวข้อง (Brand Relevancy) กับผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยเปรียบกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นตัวสินค้า (Product) และสำนักงาน กคค. เป็นตราสินค้า (Brand) ที่ฝ่าย สอ. จะต้องเลือกสรรกลวิธีในการนำเสนอให้เป็นที่รู้จักมากที่สุด พร้อมทั้งสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นหรือยิ่งไปกว่านั้น หากกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและสำนักงาน กคค. ถูกให้ความสำคัญในระดับนโยบายของประเทศ ก็จะช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยให้เกิดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กคค. ในยุทธศาสตร์ที่ ๒ คือ เสริมสร้างความเชื่อมั่นและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันทางการค้า และกลยุทธ์ที่ ๒.๕.๑ สร้างการรับรู้และสื่อสารสาธารณะด้านการแข่งขันทางการค้า

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อผลิตและเผยแพร่สื่อเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและบทบาทหน้าที่ของสำนักงาน กคค.
- ๒.๒ เพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในวงกว้าง
- ๒.๓ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการดำเนินงานของสำนักงาน กคค. ให้แก่ประชาชน

๓. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐ ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ ภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานตามขอบเขตของงานนี้

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานคณะกรรมการ การแข่งขันทางการค้า ณ วันเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มี คำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่ายหรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้อง ครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๓.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่ การจ่ายเงินแต่ละ ครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

**** ๓.๑๔ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่า สุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจ รับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

**** ๓.๑๕ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ต้องแสดงหลักฐานหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อน วันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือ รายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดง หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔. ขอบเขตของงาน

๔.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการร่วมกับผู้ผลิตคอนเทนต์ (Content Creator) ประเภท Influencer ที่ผลิตคอนเทนต์บนช่องทาง YouTube (YouTuber) โดยต้องไม่ใช่ช่อง YouTube ของสำนักข่าวโทรทัศน์ หรือวิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ เพื่อผลิตและเผยแพร่ “วิดีโอคอนเทนต์” หรือ “วิดีโอไทร์อิน” (Tie-In Video) ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ผ่านช่องทาง YouTube ของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (๑) ผลิตและเผยแพร่คอนเทนต์ทางช่อง YouTube จำนวน ๓ ช่อง โดยผลิตช่องละ ๑ คลิปวิดีโอ ซึ่งแต่ละช่องจะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Subscriber) อยู่ในช่วง ๔๐๐,๐๐๐ – ๕,๐๐๐,๐๐๐ Subscriber
- (๒) ประเภทของช่อง YouTube มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายของกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เช่น ด้านธุรกิจ หรือ ด้านการตลาด หรือ ด้านการเงิน การลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย หรือ ประเภทของคอนเทนต์ทั่วไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้ว่าจ้าง และเงื่อนไขของผู้ผลิตคอนเทนต์ในแต่ละช่อง
- (๓) รูปแบบการนำเสนอเป็นการแฝงข้อมูลเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของคอนเทนต์ของช่อง YouTube ดังกล่าวอย่างกลมกลืน โดยผู้ผลิตคอนเทนต์จะต้องร่วมนำเสนอโอเดียในการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ หรืออาจเป็นในรูปแบบที่ผู้ว่าจ้างจัดเตรียมสคริปท์ให้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กัดุลพินิจของผู้ว่าจ้าง และเงื่อนไขของผู้ผลิตคอนเทนต์ในแต่ละช่อง

๔.๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการร่วมกับผู้ผลิตคอนเทนต์ (Content Creator) ประเภท Influencer เพื่อผลิตและเผยแพร่ Instagram Reels โดยต้องไม่ใช่แอคเคาท์ของของสำนักข่าวโทรทัศน์ หรือวิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ผ่านช่องทาง Instagram Reels ของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ๆ

- (๑) ผลิตและเผยแพร่คอนเทนต์ผ่าน Instagram Reels จำนวน ๓ แอคเคาท์ โดยผลิตแอคเคาท์ละ ๑ วิดีโอ ซึ่งแต่ละแอคเคาท์จะต้องมีจำนวนผู้ติดตาม (Follower) อยู่ในช่วง ๑๐๐,๐๐๐ – ๑,๐๐๐,๐๐๐ Follower
- (๒) วินาทีของ Reels ที่ผลิตและเผยแพร่จะต้องถึงความยาวสูงสุด (Maximum Time) ตามที่ Instagram กำหนด
- (๓) ประเภทของแอคเคาท์มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายของกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เช่น ด้านธุรกิจ หรือ ด้านการตลาด หรือ ด้านการเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย หรือ ประเภทของคอนเทนต์ทั่วไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้ว่าจ้าง และเงื่อนไขของผู้ผลิตคอนเทนต์ในแต่ละช่อง
- (๔) รูปแบบการนำเสนอเป็นการแฝงข้อมูลเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ Instagram Reels ดังกล่าวอย่างกลมกลืน โดยผู้ผลิตคอนเทนต์จะต้องร่วมนำเสนอโอเดียในการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ หรืออาจเป็นในรูปแบบที่ผู้ว่าจ้างจัดเตรียมสคริปท์ให้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กัดุลพินิจของผู้ว่าจ้าง และเงื่อนไขของผู้ผลิตคอนเทนต์ในแต่ละแอคเคาท์

๔.๓ เงื่อนไขอื่น ๆ

- (๑) การดำเนินการใด ๆ ที่อยู่ภายใต้โครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนการดำเนินการทุกครั้ง
- (๒) ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ สำหรับประสานงานหรือขอความร่วมมือในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงการ โดยต้องสามารถติดต่อได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ในวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์

๕. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

งวดที่ ๑ ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

งวดที่ ๒ ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณาโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ซึ่งกำหนดให้มีคะแนนรวมทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์และน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

(๑) เกณฑ์ราคา กำหนดน้ำหนักร้อยละ ๓๐

(๒) เกณฑ์อื่น กำหนดน้ำหนักร้อยละ ๗๐

(๒.๑) ข้อเสนอด้านเทคนิค

(๒.๒) ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

(๒.๓) ข้อเสนออื่นที่นอกเหนือจากที่กำหนดในรายละเอียดขอบเขตของงาน

ในการพิจารณาการให้คะแนนเกณฑ์อื่น มีรายละเอียด ดังนี้

(๒.๑) ข้อเสนอด้านเทคนิค (๘๕ คะแนน)

เกณฑ์การพิจารณา		คะแนน
๒.๑.๑	นำเสนอ <u>ไอเดียการผลิต “วิดีโอคอนเทนต์” หรือ “วิดีโอไทรอิน”</u> บนช่อง YouTube ของผู้ผลิตคอนเทนต์ (Content Creator) ช่องใดช่องหนึ่งที่มีอยู่จริงในปัจจุบัน พร้อมทั้ง <u>ตัวอย่างสคริปต์</u> จำนวน ๑ ชิ้น ความยาวมากกว่าหรือเท่ากับ ๑๐ นาที หัวข้อ “แนะนำกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจง่ายที่สุด” โดยสามารถศึกษาข้อมูลได้จากสื่อช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงาน	
	การให้คะแนนแนวคิดหรือธีมการผลิตและสคริปต์วิดีโอ	๒๕ คะแนน
	(๑) ไอเดียการผลิต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แปลกใหม่	
	ไอเดียการผลิต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แปลกใหม่ อย่างโดดเด่นชัดเจน	๕
	ไอเดียการผลิต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แปลกใหม่	๓
	มีการนำเสนอไอเดียการผลิต แต่ <u>ไม่</u> มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่แปลกใหม่	๑
	(๒) ไอเดียการผลิตมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และเหมาะสมกับการนำเสนอความรู้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า	
	ไอเดียการผลิตมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และเหมาะสมกับการนำเสนอความรู้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า มากที่สุด	๕
	ไอเดียการผลิตมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และเหมาะสมกับการนำเสนอความรู้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า	๓
	มีการนำเสนอไอเดียการผลิต แต่ <u>ไม่</u> สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และ <u>ไม่</u> เหมาะสมกับการนำเสนอความรู้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า	๑

(๓) ผู้ยื่นข้อเสนอมีความรู้ความเข้าใจ <u>ที่ถูกต้อง</u> เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า		
มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ครบถ้วนทุกประเด็น		๕
มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ครบถ้วนบางประเด็น		๓
มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ไม่ครบถ้วนหลายประเด็น		๑
(๔) ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถนำเสนอไอเดียและนำเนื้อหาความรู้มาเรียบเรียงเป็นสคริปท์ เพื่อถ่ายทอดให้คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย		
สามารถนำเสนอไอเดียและนำเนื้อหาความรู้มาเรียบเรียงเป็นสคริปท์ เพื่อถ่ายทอดให้คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย มากที่สุด		๕
สามารถนำเสนอไอเดียและนำเนื้อหาความรู้มาเรียบเรียงเป็นสคริปท์ เพื่อถ่ายทอดให้คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย		๓
ยังไม่สามารถนำเสนอไอเดียและความรู้มาเรียบเรียงเป็นสคริปท์ ให้เข้าใจได้ง่าย		๑
(๕) ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถเลือกใช้ช่อง YouTube ได้เหมาะสมกับไอเดียการผลิต		
เลือกใช้ช่อง YouTube ได้เหมาะสมกับไอเดียการผลิต มากที่สุด		๕
เลือกใช้ช่อง YouTube ได้เหมาะสมกับไอเดียการผลิต		๓
เลือกใช้ช่อง YouTube ไม่เหมาะสมกับไอเดียการผลิต		๑

เกณฑ์การพิจารณา		คะแนน
๒.๑.๒	นำเสนอช่อง YouTube ที่จะใช้ดำเนินงานจริงตาม TOR จำนวน ๓ ช่อง	๓๐ คะแนน
	(๑) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Subscriber) ของช่อง YouTube ที่นำเสนอ (จำนวนยอดผู้ติดตาม ณ วันที่เสนอเอกสารประกวดราคาในระบบ e-GP)	(๑๕ คะแนน)
	(๑.๑) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Subscriber) ของช่อง YouTube ช่องที่ ๑	
	๑,๐๐๐,๐๐๐ – ๕,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	๕
	๗๐๐,๐๐๐ – ๙๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๓
	๔๐๐,๐๐๐ – ๖๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๑
	(๑.๒) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Subscriber) ของช่อง YouTube ช่องที่ ๒	
	๑,๐๐๐,๐๐๐ – ๕,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	๕
	๗๐๐,๐๐๐ – ๙๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๓
	๔๐๐,๐๐๐ – ๖๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๑

(๑.๓) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Subscriber) ของช่อง YouTube ช่องที่ ๓	
๑,๐๐๐,๐๐๐ - ๕,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	๕
๗๐๐,๐๐๐ - ๙๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๓
๔๐๐,๐๐๐ - ๖๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๑
(๒) ประเภทช่อง YouTube ที่นำเสนอ มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของ กฎหมายการแข่งขันทางการค้า (ไม่ใช่ช่องสำนักข่าวโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์)	
(๒.๑) ประเภทช่อง YouTube ช่องที่ ๑	
ช่อง YouTube ด้านธุรกิจ หรือ ด้านการตลาด หรือ ด้านการเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย	๕
ช่อง YouTube ประเภทคอนเทนต์ทั่วไป	๓
(๒.๒) ประเภทช่อง YouTube ช่องที่ ๒	
ช่อง YouTube ด้านธุรกิจ หรือ ด้านการตลาด หรือ ด้านการเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย	๕
ช่อง YouTube ประเภทคอนเทนต์ทั่วไป	๓
(๒.๓) ประเภทช่อง YouTube ช่องที่ ๓	
ช่อง YouTube ด้านธุรกิจ หรือ ด้านการตลาด หรือ ด้านการเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย	๕
ช่อง YouTube ประเภทคอนเทนต์ทั่วไป	๓

เกณฑ์การพิจารณา		คะแนน
๒.๑.๓	นำเสนอแอคเคาท์ Instagram ที่จะใช้ดำเนินงานจริงตาม TOR จำนวน ๓ แอคเคาท์	๓๐ คะแนน
(๑) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Follower) ของแอคเคาท์ Instagram ที่นำเสนอ (จำนวนยอดผู้ติดตาม ณ วันที่เสนอเอกสารประกวดราคาในระบบ e-GP)		(๑๕ คะแนน)
(๑.๑) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Follower) ของ Instagram แอคเคาท์ที่ ๑		
๗๐๐,๐๐๐ - ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม		๕
๔๐๐,๐๐๐ - ๖๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม		๓
๑๐๐,๐๐๐ - ๓๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม		๑
(๑.๒) จำนวนยอดผู้ติดตาม (Follower) ของ Instagram แอคเคาท์ที่ ๒		
๗๐๐,๐๐๐ - ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม		๕
๔๐๐,๐๐๐ - ๖๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม		๓
๑๐๐,๐๐๐ - ๓๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม		๑

	(๑.๓) จำนวนผู้ติดตาม (Follower) ของ Instagram แอคเคาท์ที่ ๓	
	๗๐๐,๐๐๐ - ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม	๕
	๔๐๐,๐๐๐ - ๖๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๓
	๑๐๐,๐๐๐ - ๓๙๙,๙๙๙ ผู้ติดตาม	๑
	(๒) ประเภทแอคเคาท์ Instagram ที่นำเสนอ มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของ กฎหมายการแข่งขันทางการค้า (ไม่ใช่ช่องสำนักข่าวโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์)	
	(๒.๑) ประเภท Instagram แอคเคาท์ที่ ๑	
	แอคเคาท์ Instagram ด้านธุรกิจ หรือ การตลาด หรือ การเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย	๕
	แอคเคาท์ Instagram ประเภทคอนเทนต์ทั่วไป	๓
	(๒.๒) ประเภท Instagram แอคเคาท์ที่ ๒	
	แอคเคาท์ Instagram ด้านธุรกิจ หรือ การตลาด หรือ การเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย	๕
	แอคเคาท์ Instagram ประเภทคอนเทนต์ทั่วไป	๓
	(๒.๓) ประเภท Instagram แอคเคาท์ที่ ๓	
	แอคเคาท์ Instagram ด้านธุรกิจ หรือ การตลาด หรือ การเงินการลงทุน หรือ ด้านกฎหมาย	๕
	แอคเคาท์ Instagram ประเภทคอนเทนต์ทั่วไป	๓

(๒.๒) ประสบการณ์ทำงานของผู้เสนอราคา (๑๐ คะแนน)

เกณฑ์การพิจารณา		คะแนน
๒.๒.๑	เสนอเอกสารโครงการที่มีวงเงินสัญญาไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๕๐ ของวงเงินงบประมาณในโครงการนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> เป็นสัญญาจ้างที่มีลักษณะผลิตและเผยแพร่สื่อออนไลน์ (กิจกรรมผลิตและเผยแพร่สื่อออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งในเนื้อหาทั้งหมด) เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานรัฐหรือเอกชนที่น่าเชื่อถือ ที่ส่งมอบและตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว ทุกงวด และดำเนินงานภายในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ - ๒๕๖๖ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่น (๑) หนังสือรับรองผลงาน ที่ออกโดยหน่วยงานนั้น ๆ (๒) สัญญาจ้าง ของโครงการนั้น ๆ 	
	(๑) จำนวนสัญญา	๕ คะแนน
	จำนวน ๕ สัญญา หรือมากกว่า	๕
	จำนวน ๓ - ๔ สัญญา	๓
	จำนวน ๑ - ๒ สัญญา	๑

(๒) มูลค่าสัญญา (จะพิจารณาจากสัญญาที่มีมูลค่าสูงที่สุดเพียงสัญญาเดียว)	๕ คะแนน
มีวงเงินสัญญา ร้อยละ ๑๐๐ หรือมากกว่า วงเงินงบประมาณในครั้งนี้	๕
มีวงเงินสัญญา ร้อยละ ๗๐ หรือมากกว่า วงเงินงบประมาณในครั้งนี้	๓
มีวงเงินสัญญา ร้อยละ ๕๐ หรือมากกว่า วงเงินงบประมาณในครั้งนี้	๑

(๒.๓) ข้อเสนออื่นที่นอกเหนือจากที่กำหนดในรายละเอียดขอบเขตของงาน (๕ คะแนน)

เกณฑ์การพิจารณา		คะแนน
๒.๓.๑	ข้อเสนออื่นที่นอกเหนือจากที่กำหนดในรายละเอียดขอบเขตของงาน	๕ คะแนน
	มีข้อเสนออื่น ที่เป็นประโยชน์ มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน ๒ ข้อ หรือมากกว่า	๕
	มีข้อเสนออื่น ที่เป็นประโยชน์ มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน ๑ ข้อ	๓
	มีการยื่นข้อเสนอ แต่ไม่สอดคล้องและไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๑

หมายเหตุ

๑) คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ ตามข้อ ๓ เป็นอันดับแรก หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น

๒) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องได้คะแนนรวมในเกณฑ์อื่น ไม่น้อยกว่า ๖๐ คะแนน จึงจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป

๓) ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ชนะ จะพิจารณาจากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนจากการประเมินเกณฑ์ราคา ประกอบเกณฑ์อื่น **ที่รวมกันแล้วได้คะแนนสูงสุด**

๔) รูปแบบการพิจารณา ผู้ยื่นข้อเสนอจะนำเสนอข้อมูลตามเอกสารแนบประกอบการเสนอราคา เฉพาะในส่วนของเกณฑ์อื่น แต่หากผู้เสนอราคานำเสนอข้อมูลที่นอกเหนือไปจากที่ระบุในเอกสารคุณสมบัติขั้นต่ำ หรือเอกสารแนบประกอบการเสนอราคา ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งในข้อตกลง

๕) หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดที่ได้รับการคัดเลือก เมื่อได้ลงนามในสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือแล้ว การดำเนินงานตามกิจกรรม/แผนงาน หรือรายละเอียดตามที่ได้นำเสนอมานั้นสามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามดุลพินิจของผู้ว่าจ้าง เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้เป็นประโยชน์สูงสุดต่อสำนักงาน

๗. วงเงินงบประมาณ

๘๖๒,๐๐๐ บาท (แปดแสนหกหมื่นสองพันบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๘. งานและการจ่ายเงิน

๘.๑ **งวดที่ ๑ ภายใน ๙๐ วัน** นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยจะ**ชำระเงินค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้างทั้งหมด** โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน ดังต่อไปนี้

๑. ส่งมอบหลักฐานการเผยแพร่คลิปวิดีโอ “วิดีโอคอนเทนต์” หรือ “วิดีโอไทรอิน” ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ทางช่อง YouTube ของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ๆ แบบเปิดสาธารณะ (Public) ๑ ช่อง จำนวน ๒ ชุด

๒. ส่งมอบไฟล์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ทางช่อง YouTube ในนามสกุลใดนามสกุลหนึ่งดังต่อไปนี้ .MOV .MP๔ .AVI ๑ ชิ้น จำนวน ๒ ชุด

ลงชื่อ.....*นภกร*.....ประธาน

ลงชื่อ.....*ปริญ*.....กรรมการ

ลงชื่อ.....*พชร* *วรวิทย์*.....กรรมการ

๓. ส่งมอบหลักฐานการเผยแพร่ Instagram Reels ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ผ่านช่องทาง Instagram Reels ของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ๆ แบบเปิดสาธารณะ (Public) ๑ แอคเคาท์ จำนวน ๒ ชุด

๔. ส่งมอบไฟล์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ทางช่อง Instagram Reels ในนามสกุลใดนามสกุลหนึ่งดังต่อไปนี้ .MOV .MP๔ .AVI ๑ ชิ้น จำนวน ๒ ชุด

๘.๒ งวดที่ ๒ ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยจะชำระเงินค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้างทั้งหมด โดยผู้รับจ้างต้องดำเนินการส่งมอบงาน ดังต่อไปนี้

๑. ส่งมอบหลักฐานการเผยแพร่คลิปวิดีโอ “วิดีโอคอนเทนต์” หรือ “วิดีโอไทรอิน” ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ทางช่อง YouTube ของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ๆ แบบเปิดสาธารณะ (Public) ๒ ช่อง จำนวน ๒ ชุด

๒. ส่งมอบไฟล์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ทางช่อง YouTube ในนามสกุลใดนามสกุลหนึ่งดังต่อไปนี้ .MOV .MP๔ .AVI ๒ ชิ้น จำนวน ๒ ชุด

๓. ส่งมอบหลักฐานการเผยแพร่ Instagram Reels ที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าและสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ผ่านช่องทาง Instagram Reels ของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ๆ แบบเปิดสาธารณะ (Public) ๒ แอคเคาท์ จำนวน ๒ ชุด

๔. ส่งมอบไฟล์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ทางช่อง Instagram Reels ในนามสกุลใดนามสกุลหนึ่งดังต่อไปนี้ .MOV .MP๔ .AVI ๒ ชิ้น จำนวน ๒ ชุด

๙. อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนดหรือไม่ถูกต้องครบถ้วนตามที่ระบุในขอบเขตงาน หรือสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างจะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๐๑ (ศูนย์จุดศูนย์หนึ่ง) ของราคางานจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จถึงวันที่ส่งมอบงานอย่างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามที่ระบุในขอบเขตงาน หรือสัญญาจ้าง หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานนี้ ผู้รับจ้างมีสิทธิปฏิเสธการรับมอบดังกล่าวและหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ผู้รับจ้างปฏิเสธนั้น นอกจากการปรับได้อีกด้วย

๑๐. สถานที่ส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานที่สมบูรณ์ ถูกต้อง ครบถ้วน ณ สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า อาคารจอร์จ ๕ ชั้น (BC) ชั้น ๕ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา เลขที่ ๑๒๐ ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ๑๐๒๑๐

๑๑. สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานโดยสร้างสรรค์งานตามวัตถุประสงค์ของการจ้าง ด้วยความคิดและความสามารถของผู้รับจ้างเอง ไม่ทำการคัดลอก หรือไม่ละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น หากผู้รับจ้างฝ่าฝืน หรือมีเหตุให้ผู้ว่าจ้างเชื่อหรือควรเชื่อได้ว่าผู้รับจ้างฝ่าฝืนข้อสัญญานี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะไม่รับเอางานทั้งหมด หรือแค่บางส่วน ตามแต่ผู้ว่าจ้างจะเห็นสมควร และบอกเลิกสัญญาได้ทันที

ลงชื่อ.....*นภัสว*.....ประธาน

ลงชื่อ.....*ปณิ*.....กรรมการ

ลงชื่อ.....*นภัสว นภัสว*.....กรรมการ

กรรมสิทธิ์และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของข้อมูล เอกสาร รายงาน และงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้น ตามสัญญานี้ให้ตกเป็นของผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างต้องไม่นำข้อมูล เอกสาร รายงาน และงานทั้งหมดที่ผู้ว่าจ้างได้จัดทำ ขึ้นตามสัญญานี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ไปใช้หรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับความยินยอมล่วงหน้าเป็นหนังสือจาก ผู้ว่าจ้างก่อน และผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบบรรดาข้อมูล เอกสาร รายงาน และงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเกี่ยวกับ สัญญานี้ให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อสิ้นสุดสัญญาไม่ว่าอยู่ในรูปแบบใด ๆ เช่น รูปแบบเอกสาร รูปแบบซีดี หรือแฟลชไดรฟ์

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หรือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา หรือสิทธิอื่นใดของบุคคลอื่น อันเกิดจากการที่ผู้รับจ้าง ตัวแทน หรือลูกจ้างของผู้รับจ้างนำมาใช้ในการดำเนินงานตาม สัญญานี้ ตลอดจนรับผิดชอบในค่าเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการนี้

ทั้งนี้ หากบุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใด ๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร สิทธิใน ทรัพย์สินทางปัญญาใด ๆ หรือสิทธิอื่นใดเกี่ยวกับข้อมูล เอกสาร รายงาน งาน หรือผลงานตามสัญญานี้ ผู้รับจ้างต้อง ดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไปโดยเร็ว หากผู้รับจ้างมีอำนาจกระทำได้และ ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายต่อบุคคลภายนอกอันเนื่องมาจากผลแห่งการละเมิดสิทธิดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องเป็น ผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าปรับ และค่าใช้จ่าย รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียมและค่าทนายความแทนผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ผู้ว่าจ้างจะแจ้ง ให้ผู้รับจ้างทราบเป็นหนังสือ เมื่อผู้ว่าจ้างได้รับการกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวโดยไม่ชักช้า

๑๒. ผู้รับผิดชอบโครงการ

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

สิงหาคม ๒๕๖๖