

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ จ้างการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในธุรกิจตลาดแบบตรง
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ...สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.....
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร๔,๔๐๐,๐๐๐.... บาท (สี่ล้านสี่แสนบาทถ้วน).....
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ๒๖ พ.ค. ๒๕๖๘ เป็นเงิน ๔,๕๘๘,๑๒๐ บาท
(สี่ล้านห้าแสนแปดหมื่นแปดพันหนึ่งร้อยยี่สิบบาทถ้วน)
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)โดยสืบราคาจากท้องตลาด.....
 ๑. บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด
 ๒. บริษัท ซัมมัม โบนัม จำกัด
 ๓. บริษัท ทเวนตีไฟว์ เซคคันด์ ครีเอทีฟ จำกัด
 ๔. บริษัท 88 พลัส แอ็ดเวอไทซิง เอเยนซี จำกัด
๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
 ๑. นายจิตติภัทร์ บุญสม
 ๒. นายชนะเดช ทัพประพันธ์
 ๓. นางสาวพรรณริน ชัยมัติ
 ๔. นายประภักดิ์พงศ์ ชาญชิต
 ๕. นายภาสวิชญ์ แก้วกัลยา

รายละเอียดและข้อกำหนด (Terms of Reference- TOR)

จ้างการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในธุรกิจตลาดแบบตรง

1. หลักการและเหตุผล

การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ (E-commerce) เป็นส่วนสำคัญในเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อย่างไรก็ตาม การซื้อขายออนไลน์ยังคงมีข้อจำกัดบางประการ เช่น การไม่สามารถตรวจสอบสินค้าหรือบริการได้โดยตรงก่อนการตัดสินใจซื้อ และความเสี่ยงที่ผู้บริโภคอาจได้รับสินค้าหรือบริการที่ไม่ตรงตามที่โฆษณาหรือไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ ซึ่งสามารถก่อให้เกิดความเสียหายและปัญหาต่อผู้บริโภค รวมถึงความเสี่ยงจากการถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพที่อาจใช้ช่องทางออนไลน์ในการดำเนินการหลอกลวง

รัฐบาลเห็นความสำคัญของปัญหานี้ และได้ตรากฎหมายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อจัดระเบียบการประกอบธุรกิจในลักษณะดังกล่าว โดยมุ่งหวังให้มีการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และยกระดับมาตรฐานในการให้บริการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ กฎหมายดังกล่าวกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ในลักษณะธุรกิจตลาดแบบตรงต้องได้รับการอนุญาตจากนายทะเบียนก่อนที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้พัฒนาระบบจดทะเบียนผู้ประกอบการขายตรงและตลาดแบบตรง (OCPB DIRECT) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการยื่นขอจดทะเบียน โดยไม่มีค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายใด ๆ ทว่า จากสถิติในอดีตถึงปัจจุบัน พบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เพียง 924 ราย สาเหตุหลักมาจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับข้อกำหนดทางกฎหมายและอุปสรรคในการจดทะเบียน รวมถึงการขาดข้อมูลการยื่นจดทะเบียนที่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายและส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว สคบ. จึงมีความจำเป็นที่จะจัดทำกิจกรรม “สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในธุรกิจตลาดแบบตรง” ภายใต้โครงการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงที่ถูกต้องตามกฎหมาย ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกระบวนการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการและส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจออนไลน์อย่างยั่งยืน

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจเข้าใจกระบวนการยื่นจดทะเบียนตลาดแบบตรง ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติมอย่างถูกต้อง โดยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อออนไลน์

2.2 เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถยื่นจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงผ่านระบบออนไลน์ (OCPB DIRECT) ได้อย่างถูกต้อง

2.3 เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นว่าสามารถตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการจดทะเบียนที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และได้รับความคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนทั่วไป

3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ

4. ประเภทสื่อและรูปแบบ

4.1 ประเภท : สื่อโทรทัศน์/ สื่อสิ่งพิมพ์/ สื่อกลางแจ้ง/ สื่อออนไลน์

4.2 รูปแบบ : ผลิตและเผยแพร่เกี่ยวกับเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

5. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

5.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

5.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

5.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

5.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

5.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจกรรมของนิติบุคคลนั้นด้วย

5.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

5.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างที่เสนอราคาดังกล่าว

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นเสนอให้แก่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ณ วันที่ได้รับประกาศเชิญชวนหรือหนังสือให้เข้ามายื่นข้อเสนอจากหน่วยงานของรัฐ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการเสนอราคาครั้งนี้

5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมดขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของที่ปรึกษาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

5.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า 1,500,000.00 บาท (หนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เชื่อถือ

6. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในธุรกิจตลาดแบบตรง หรือเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เห็นชอบ โดยเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 เสนอกยุทธ์ แผนการดำเนินงาน (Action Plans) พร้อมทั้งแนวความคิด (Theme) เนื้อหาการสื่อสาร (Key Messages) แผนการเผยแพร่สื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง และสื่อออนไลน์ ในภาพรวม ตลอดจนช่องทางที่นำสื่อทุกชิ้นงานที่ผลิตไปออกอากาศ โดยมุ่งเน้นให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารเสนอแก่ สคบ. เห็นชอบ

6.2 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์

6.2.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตสื่อบทความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที ที่มีเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้วจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่

6.2.2 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ตามข้อ 6.2.1 ผ่านรายการโทรทัศน์ (ทีวีดิจิทัล) ในช่วงเช้า (ระหว่าง 06.00 – 09.00 น.) หรือช่วงเที่ยง (ระหว่าง เวลา 11.00 – 13.00 น.) หรือ ช่วงเย็น (ระหว่างเวลา 15.00 - 17.00 น.) เป็นรายการข่าว หรือรายการอื่น ๆ โดยต้องเป็นรายการที่ได้รับความนิยมและมีเรตติ้งทีวีดิจิทัล ในลำดับที่ 1-10 (อ้างอิงรายงานผลการวัดความนิยมทางโทรทัศน์ข้ามแพลตฟอร์ม ประจำเดือนเมษายน 2568 จากสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย)) อย่างน้อยต้องมีการเผยแพร่ครบทั้ง 3 ช่วงเวลา ตามที่ สคบ. เห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สถานี และรวมจำนวนครั้งในการออกอากาศแล้วไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง นอกจากนี้ ต้องจัดเตรียมเอกสารรับรองหรือหนังสือยืนยันจากสถานีโทรทัศน์ว่าได้มีการออกอากาศจริง โดยเลือกเผยแพร่

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

ทางสถานี ได้แก่ (1) ช่อง 3HD (2) ช่อง 7HD (3) ช่อง ONE31 (4) ThairathTV32HD (5) ช่อง MONO29 (6) ช่อง Amarin34HD (7) ช่อง Workpoint (8) ช่อง8 (9) ช่อง True4u และ(10) ช่อง PPTV HD36 ทั้งนี้ สคบ. ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงสื่อ ช่วงระยะเวลา หรือรายการที่ออกอากาศได้ตามที่ สคบ. เห็นสมควร

6.2.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตบทพูดประชาสัมพันธ์ที่เนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 พร้อมสื่อประกอบบทพูด เช่น อินโฟกราฟิก ภาพประกอบ วิดีโอกราฟิก หรือภาพเคลื่อนไหวอื่นๆ โดยสื่อประกอบดังกล่าวต้องมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในบทพูดและถูกต้องตามกฎหมายในรายการข่าว ความยาวไม่ต่ำกว่า 30 วินาที ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้วจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่

6.2.4 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ตามข้อ 6.2.3 ในรายการข่าวผ่านรายการโทรทัศน์ (ทีวีดิจิทัล) ในช่วงเช้า (ระหว่าง 06.00 – 09.00 น.) หรือช่วงเที่ยง (ระหว่าง เวลา 11.00 – 13.00 น.) หรือ ช่วงเย็น (ระหว่างเวลา 15.00 - 17.00 น.) เป็นรายการข่าว โดยต้องเป็นรายการที่ได้รับความนิยมเรตติ้งทีวีดิจิทัล ในลำดับที่ 1-10 (อ้างอิงรายงานผลการวัดความนิยมทางโทรทัศน์ข้ามแพลตฟอร์ม ประจำเดือนเมษายน 2568 จากสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย)) อย่างน้อยต้องมีการเผยแพร่ครบทั้ง 3 ช่วงเวลา ตามที่ สคบ. เห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สถานี และรวมจำนวนครั้งในการออกอากาศแล้วไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง นอกจากนี้ ต้องจัดเตรียมเอกสารรับรองหรือหนังสือยืนยันจากสถานีโทรทัศน์ว่าได้มีการออกอากาศจริง โดยเลือกเผยแพร่ทางสถานี ได้แก่ (1) ช่อง 3HD (2) ช่อง 7HD (3) ช่อง ONE31 (4) ThairathTV32HD (5) ช่อง MONO29 (6) ช่อง Amarin34HD (7) ช่อง Workpoint (8) ช่อง8 (9) ช่อง True4u และ(10) ช่อง PPTV HD36 ทั้งนี้ สคบ. ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงสื่อ ช่วงระยะเวลา หรือรายการที่ออกอากาศได้ตามที่ สคบ. เห็นสมควร

6.3 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์

6.3.1 ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านบทความหรือสื่อบทความที่มีเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ชิ้นงาน มีขนาดไม่น้อยกว่า 6x5 คอลัมน์นิ้ว และเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์รายวัน ที่มีผู้อ่านจำนวนมากและได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วไป ได้แก่ (1) ไทยรัฐ (2) เดลินิวส์ (3) กรุงเทพธุรกิจ (4) มติชน (5) ข่าวสด (6) ฐานเศรษฐกิจ (7) ผู้จัดการ และ (8) ประชาชาติธุรกิจ วิทยุหนึ่งรายใดหรือหลายราย และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวด้วย

6.3.2 ผู้รับจ้างต้องส่งบทความหรือสื่อบทความตามข้อ 6.3.1 ให้กับ สคบ. พิจารณาล่วงหน้า ก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง หากผลการจัดทำมีคุณภาพ เนื้อหา ไม่ดีหรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนด ผู้รับจ้างต้องแก้ไขใหม่ให้ถูกต้องโดยไม่มีข้อโต้แย้ง โดยเนื้อหาที่เผยแพร่ต้องได้รับความเห็นชอบจาก สคบ. ก่อนทุกครั้ง

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

6.3.3 ผู้รับจ้างต้องออกแบบและผลิตแผ่นพับ ที่มีเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ขนาด A4 (210 x 297 มม.) พับ 2/3 ตอน 4 สี 2 หน้า กระดาษอาร์ตมัน 115 แกรม จำนวน 10,000 แผ่น โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบแก้ไขก่อนนำไปผลิต

6.4 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อกลางแจ้ง

6.4.1 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตสื่อโฆษณาในรูปแบบ แอนิเมชัน (Animation) ที่มีเนื้อหาให้ความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ความยาวของสื่อไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวน 1 ชิ้นงาน โดยต้องจัดส่งให้ สคบ. พิจารณาและเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนดำเนินการผลิตจริง และเมื่อผลิตเสร็จแล้ว จะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและให้ความเห็นชอบ ก่อนนำไปเผยแพร่ หลังจากได้รับอนุมัติจาก สคบ. แล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่ สื่อโฆษณาดังกล่าว บนป้ายโฆษณาดิจิทัล (LED Billboard) ขนาดไม่น้อยกว่า 5 X 7 เมตร โดยมีเงื่อนไข ดังนี้ (1) ต้องเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า 800 ครั้ง ตลอดระยะเวลา 15 วัน (2) ต้องเผยแพร่ในพื้นที่ เขตกรุงเทพมหานคร หรือปริมณฑล ที่มีการจราจรหนาแน่น (3) ต้องมีการเผยแพร่สื่อโฆษณาจำนวนไม่น้อยกว่า 3 จุด โดยแต่ละจุดจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สคบ. (4) ป้ายโฆษณาดิจิทัลที่ใช้ต้องมีลักษณะ สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ไม่มีสิ่งปลูกสร้างบดบัง และอยู่ในทำเลที่เหมาะสม

6.5 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์

6.5.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิต Infographic ที่มีเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวน ไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นงาน และเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ สคบ. ได้แก่ Facebook Instagram และ X (Twitter) โดยมีรูปแบบที่สร้างสรรค์ สวยงาม มีความน่าสนใจ และสามารถสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ ได้ง่าย โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้วจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณา และอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่ ทั้งนี้การเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ สคบ. รวมทุกช่องทาง ต้องมีผู้ชม ไม่น้อยกว่า 5,000 คน ต่อ 1 ชิ้นงาน

6.5.2 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิต Viral Clip หรือสื่ออัลติมีเดีย ที่มีเนื้อหาการจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงานความยาวไม่น้อยกว่า 1.30 นาที โดยใช้รูปแบบ Animation พร้อมเสียงบรรยายและคำบรรยายใต้ภาพภาษาไทย เพื่อกระตุ้นการรับรู้และสร้างความเข้าใจ โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่ และเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของ สคบ. ทั้งนี้ การเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ สคบ. ต้องมีผู้ชม ไม่น้อยกว่า 5,000 คน ต่อ 1 ชิ้นงาน

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

6.6 สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินฟลูเอนเซอร์

6.6.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดหาผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) หรือ Key Opinion Leaders (KOLs) ในด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมายและสิทธิ ด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน ในระดับ Macro Influencer ผู้ติดตาม 100,000-1,000,000 คน ได้แก่ (1) TikTok Influencers จำนวน 4 คน (2) Facebook Influencers จำนวน 4 คน

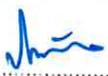
6.6.2 TikTok Influencers ตามข้อ 6.6.1 จะต้องดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอในรูปแบบ Viral Clip สำหรับเผยแพร่ทาง TikTok โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยคลิปวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีลักษณะ สร้างสรรค์ สวยงาม น่าสนใจ และสามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย ความยาวของแต่ละคลิปต้อง ไม่น้อยกว่า 1 นาที และต้องจัดทำ จำนวนไม่น้อยกว่า 8 ชิ้นงาน (กำหนดให้ Influencer แต่ละคนผลิตคลิป จำนวน 2 ชิ้นงาน) คลิปวิดีโอทั้งหมดจะต้องเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของ Influencer แต่ละราย โดยคลิปแต่ละชิ้นจะต้องมี ยอดผู้เข้าชม ไม่น้อยกว่า 20,000 คน ทั้งนี้ เนื้อหาของคลิปจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาแก้ไขก่อนดำเนินการผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้ว จะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติอีกครั้งก่อนเผยแพร่

6.6.3 Facebook Influencers ตามข้อ 6.6.1 ต้องดำเนินการผลิต Content โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดย Content ดังกล่าวจะต้องมีลักษณะ สร้างสรรค์ สวยงาม น่าสนใจ และสามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายจำนวนไม่น้อยกว่า 8 ชิ้นงาน (กำหนดให้ Influencer แต่ละคนผลิต Content จำนวน 2 ชิ้นงาน) Content ทั้งหมดจะต้องเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook ของ Influencer แต่ละราย โดย Content แต่ละชิ้นจะต้องมียอดผู้เข้าชม ไม่น้อยกว่า 20,000 คน ทั้งนี้ เนื้อหาที่ผลิตต้องส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้วจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่

6.6.4 การเผยแพร่ชิ้นงานทั้งหมดในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ สคบ. และสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) หรือ Key Opinion Leaders (KOLs) จะต้องใช้ #แฮชแท็ก (Hashtag) ตามที่ สคบ. เห็นสมควร เพื่อช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง

6.6.5 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการโฆษณาสนับสนุน (Boost Post & Ads) ของแต่ละชิ้นงานของอินฟลูเอนเซอร์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมตามตามที่ระบุในขอบเขตงานข้อ 6.5.1, 6.5.2, 6.6.2 และ 6.6.3 ทั้งนี้ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการโฆษณาสนับสนุน (Boost Post & Ads) แต่เพียงผู้เดียว และไม่สามารถเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าชดเชยใด ๆ จากผู้ว่าจ้างได้

6.6.6 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับภารกิจ อำนาจหน้าที่ และบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ตามเนื้อหาและแนวทางที่ได้รับ ความเห็นชอบจาก สคบ. โดยต้องเผยแพร่ชิ้นงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน ผ่านช่องทางของสำนักข่าวออนไลน์ ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับความนิยมในสังคม โดยมียอดจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์เฉลี่ยต่อวัน

ประธานกรรมการ.....  กรรมการ.....  กรรมการ..... 
กรรมการ.....  กรรมการและเลขานุการ..... 

ไม่น้อยกว่า 50,000 จำนวนไม่น้อยกว่า 5 แห่ง ทั้งนี้ สำนักข่าวที่เลือกใช้จะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สคบ. ก่อนเริ่มดำเนินการ

6.6.7 งานทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้างที่ถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ว่าจ้างสามารถ นำภาพหรือภาพเคลื่อนไหวไปใช้ซ้ำสำหรับผลิตงานภายในหน่วยงานได้ ห้ามผู้รับจ้างนำส่วนหนึ่งส่วนใด หรือทั้งหมดไปทำซ้ำ เผยแพร่ ไม่ว่าจะการกระทำดังกล่าวจะเป็นการหาประโยชน์หรือไม่ก็ตาม หากผู้ว่าจ้างพบว่า มีการกระทำดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องชดเชยค่าเสียหายเป็นเงินไม่น้อยกว่าราคาจัดจ้างทั้งหมดที่กำหนดไว้ในสัญญา ทั้งนี้ การชดเชยดังกล่าวไม่ทำให้ผู้รับจ้างพ้นจากความผิดทางอาญา

6.6.8 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่ จำนวนอย่างน้อย 1 คน วุฒิปริญญาตรี ที่มีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมพื้นฐาน เช่น Microsoft Office มีทักษะในการประสานงาน การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี เพื่อทำหน้าที่ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการ จัดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ภายใต้ระบบ OCPB DIRECT รวมถึงประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเจ้าหน้าที่ดังกล่าวจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตลอดระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา ณ สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามวันและเวลาราชการ หรือตามที่ สคบ. กำหนด ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้อง รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดเจ้าหน้าที่ รวมถึงเงินเดือน สวัสดิการ ค่าพาหนะ ค่าอุปกรณ์ และ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงาน และผู้รับจ้างไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมหรือค่าชดเชยใด ๆ จากผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะกรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

7. วงเงินในการจัดซื้อจัดจ้าง

ภายในวงเงิน 4,400,000 บาท (สี่ล้านสี่แสนบาทถ้วน) โดยงบประมาณนี้รวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ครอบคลุมรายละเอียดการจ้างเหมาตามขอบเขตของงานทั้งหมดแล้ว

8. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา 75 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

9. เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

พิจารณาโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ

10. เกณฑ์ในการพิจารณา

10.1 การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณสมบัติถูกต้อง และหลักฐานเอกสารถูกต้อง

10.2 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พิจารณาคัดสินผู้ชนะจากการยื่นข้อเสนอ โดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ พิจารณาจากคะแนนรวมโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนัก เกณฑ์ที่กำหนดเท่ากับร้อยละ 100 ผู้ที่ได้รับการคัดเลือก คือ ผู้ที่ได้รับคะแนนสูงสุด (ผลรวมคะแนนเกณฑ์ราคา และคะแนนเกณฑ์คุณภาพ) ดังนี้

1 เกณฑ์การพิจารณาราคายื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20

2 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนด น้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

10.3 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นรายการแสดงการเปรียบเทียบรายละเอียดขอบเขตของงาน ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

10.4 จัดทำเอกสารข้อเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นเข้ามาให้อยู่ในรูปแบบไฟล์ PDF โดยเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่น่าสนใจ เหมาะสมกับการพิจารณา

ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลการคัดเลือกและพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพตามสัดส่วน 100 คะแนน ดังนี้

| ลำดับ | เกณฑ์การให้คะแนน | น้ำหนักร้อยละ |
|-------|---|----------------------|
| 1 | แนวคิดหลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 1.1 ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงาน 1.2 ความชัดเจนของแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 1.3 แผนการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ | 30 10 10 10 |
| 2 | รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 2.1 รูปแบบและวิธีดำเนินการเสนอ มีความแปลกใหม่ ใช้เทคนิคหลากหลาย มีความน่าสนใจ 2.2 รูปแบบข้อมูล เนื้อหา มีความถูกต้อง พร้อมความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น มีการเชื่อมโยงเนื้อหาอย่างเป็นระบบ 2.3 รูปแบบการเลือกใช้ช่องทางเผยแพร่สื่อ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเอกสารอ้างอิงค่าคะแนนความนิยมของสื่อที่น่าเชื่อถือ | 60 20 20 20 |
| 3 | ตัวอย่างผลงานและประสบการณ์ 3.1 ตัวอย่างผลงานวิดิทัศน์ และ Infographic ของบริษัทฯ 3.2 ประสบการณ์ของบริษัทฯ | 10 5 5 |

10.4 ตัวอย่างการให้คะแนน

(1) แนวคิดหลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ 30 พิจารณาหลักเกณฑ์จากความสัมพันธ์กับขอบเขตงานและวัตถุประสงค์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1.1 ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงาน กำหนดน้ำหนักร้อยละ 10

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|---|-------|
| มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของงานชัดเจน ครบถ้วน มีการอธิบายถึงความเชื่อมโยงกับแนวทางประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน | 100 |
| มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของงานชัดเจนพอสมควร มีความคลุมเครือหรือขาดการเชื่อมโยงกับแนวทางประชาสัมพันธ์ | 50 |
| มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของงานผิดพลาด หรืออธิบายได้ไม่ชัดเจน ไม่มีความเชื่อมโยงกับแนวทางประชาสัมพันธ์ | 0 |

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

1.2 ความชัดเจนของแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 10

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|---|-------|
| มีแนวคิดและกลยุทธ์มีความชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง | 100 |
| มีแนวคิดและกลยุทธ์มีความชัดเจนพอสมควร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์พอสมควร และยากต่อการนำไปใช้จริงพอสมควร | 50 |
| มีแนวคิดและกลยุทธ์ไม่มีความชัดเจน ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ยากต่อการนำไปใช้จริง | 0 |

1.3 แผนการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 10

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|---|-------|
| มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ครบถ้วน ครอบคลุมทุกช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ระบุระยะเวลาได้ชัดเจน | 100 |
| มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนพอสมควร ช่องทางการสื่อสารไม่ครบถ้วน หรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ระบุระยะเวลาไม่ชัดเจน | 50 |
| มีแผนการดำเนินงานที่จำกัด ไม่มีความชัดเจนในช่องทาง ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ไม่มีการระบุระยะเวลา | 0 |

(2) รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ 60 พิจารณาหลักเกณฑ์จากความสำเร็จของงานและวัตถุประสงค์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

2.1 รูปแบบและวิธีดำเนินการเสนอ มีความแปลกใหม่ ใช้เทคนิคหลากหลาย มีความน่าสนใจ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 20

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|---|-------|
| การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น และชัดเจน | 100 |
| การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น แต่ไม่ชัดเจน | 80 |
| การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น แต่ชัดเจน | 60 |
| การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น และไม่ชัดเจน | 40 |
| การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ | 0 |

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
 กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

2.2 รูปแบบข้อมูล เนื้อหา มีความถูกต้อง พร้อมความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น มีการเชื่อมโยงเนื้อหา
 อย่างเป็นระบบ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 20

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|---|-------|
| ข้อมูลที่เสนอมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น และชัดเจน | 100 |
| ข้อมูลที่เสนอมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น แต่ไม่ชัดเจน | 80 |
| ข้อมูลที่เสนอมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น แต่ชัดเจน | 60 |
| ข้อมูลที่เสนอมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น และไม่ชัดเจน | 40 |
| ข้อมูลที่เสนอมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิง เนื้อหาที่น่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ | 0 |

2.3 รูปแบบการเลือกใช้ช่องทางเผยแพร่สื่อ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 โดยมีเอกสารอ้างอิงค่าคะแนนความนิยมของสื่อที่น่าเชื่อถือ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 20

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|---|-------|
| เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจาก แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น และ ชัดเจน | 100 |
| เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจาก แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น แต่ไม่ ชัดเจน | 80 |
| เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจาก แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น แต่ชัดเจน | 60 |
| เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจาก แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น และไม่ชัดเจน | 40 |
| เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจาก แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ | 0 |

ประธานกรรมการ..... กรรมการ..... กรรมการ.....
 กรรมการ..... กรรมการและเลขานุการ.....

(3) ตัวอย่างผลงานและประสบการณ์ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ 10 พิจารณาหลักเกณฑ์ จากความสอดคล้องกับขอบเขตงานและวัตถุประสงค์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

3.1 ตัวอย่างผลงานวิดิทัศน์ และ Infographic ของบริษัทฯ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 5

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|--|-------|
| มากกว่าหรือเท่ากับ 5 ชิ้น ทั้งวิดิทัศน์และ Infographic | 100 |
| 4 ทั้งวิดิทัศน์และ Infographic | 80 |
| 3 ทั้งวิดิทัศน์และ Infographic | 60 |
| 2 ทั้งวิดิทัศน์และ Infographic | 40 |
| 1 ทั้งวิดิทัศน์และ Infographic | 20 |
| ไม่มีทั้งวิดิทัศน์และ Infographic | 0 |

3.2 ประสบการณ์ของบริษัทฯ กำหนดน้ำหนักร้อยละ 5

| เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน | คะแนน |
|--|-------|
| ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน มากกว่าหรือเท่ากับ 5 ชิ้น | 100 |
| ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน 4 ชิ้น | 80 |
| ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน 3 ชิ้น | 60 |
| ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน มากกว่าหรือเท่ากับ 2 ชิ้น | 40 |
| ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน มากกว่าหรือเท่ากับ 1 ชิ้น | 20 |

ประธานกรรมการ..... *วิภา - N* กรรมการ..... *ชพร.* กรรมการ..... *จพ*
 กรรมการ..... *ชพร.* กรรมการและเลขานุการ..... *ฉวี*

| | |
|--|---|
| ไม่มีประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565-2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน | 0 |
|--|---|

11. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะจ่ายเงินให้ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานโครงการในแต่ละกิจกรรมแล้วเสร็จ แบ่งเป็น 3 งวด ได้แก่

11.1 งวดที่ 1 กำหนดจ่ายเป็นจำนวนร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการแล้วเสร็จและส่งมอบงานตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6.1 ครบถ้วนสมบูรณ์ถูกต้อง ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยจัดทำเอกสารรายงานเป็นรูปแบบเล่มพิมพ์สี จำนวน 5 เล่ม และFlash Drive จำนวน 2 ชุด

11.2 งวดที่ 2 กำหนดจ่ายเป็นจำนวนร้อยละ 20 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการแล้วเสร็จและส่งมอบงานตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามขอบเขตงาน ตามข้อ 6.2 – 6.4 ครบถ้วนสมบูรณ์ถูกต้อง ภายใน 45 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยจัดทำเอกสารรายงานเป็นรูปแบบเล่มพิมพ์สี จำนวน 5 เล่ม และFlash Drive จำนวน 2 ชุด

11.3 งวดที่ 3 กำหนดจ่ายเป็นจำนวนร้อยละ 60 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการแล้วเสร็จและส่งมอบงานตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามขอบเขตงานตามข้อ 6.5 – 6.6 ครบถ้วนสมบูรณ์ถูกต้อง ภายใน 75 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) จัดทำโดยจัดทำเอกสารรายงานเป็นรูปแบบเล่มพิมพ์สี จำนวน 5 เล่ม และ Flash Drive จำนวน 2 ชุด

(2) ส่งมอบไฟล์งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ที่เผยแพร่เรียบร้อยแล้ว ใส่ข้อมูลทั้งหมดใน External Hard Disk จำนวน 2 ชุด

โดยส่งมอบ ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เลขที่ 120 อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

12. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด ผู้รับจ้างต้องยินยอมให้ผู้ว่าจ้างคิดค่าปรับในส่วนที่เกินกำหนดเป็นรายวัน เศษของวันให้นับเป็น 1 วัน โดยคำนวณจากร้อยละ 0.1 ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

ประธานกรรมการ..... *ชิต-ก* กรรมการ..... *ชว* กรรมการ..... *ชช*
 กรรมการ..... *ชช* กรรมการและเลขานุการ..... *ชช*

13. ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และการรักษาความลับทางราชการ

13.1 ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ตลอดจนกรรมสิทธิ์คู่มือหรือเอกสารต่าง ๆ อันเป็นผลงานที่มีลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรตามกฎหมาย ให้ตกเป็นสิทธิ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

13.2 ในกรณีที่บุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใด ๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไป

13.3 ผู้รับจ้างต้องเก็บรักษาข้อมูลทางราชการเป็นความลับ และไม่เปิดเผยข้อมูลให้กับบุคคลที่สามได้ล่วงรู้โดยมิได้รับความยินยอมเป็นลักษณะอักษรจากผู้ว่าจ้าง และผู้รับจ้างตกลงจะไม่ใช้ข้อมูลดังกล่าวในทางที่จะทำให้เจ้าของข้อมูลหรือผู้ว่าจ้างได้รับความเสียหาย ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม และผู้รับจ้างตกลงจะดำเนินการตามขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อหลีกเลี่ยงมิให้ข้อมูลอันเป็นความลับถูกเปิดเผยและใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่ง เพื่อป้องกันบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าถึงข้อมูลอันเป็นความลับนั้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องรักษาความลับโดยปฏิบัติตามระเบียบการรักษาความลับทางราชการ พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารทางราชการ พ.ศ. 2540 และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

14. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประธานกรรมการ..... *วิภา - ก.* กรรมการ..... *ช.น.* กรรมการ..... *จ.น.*
กรรมการ..... *จ.น.* กรรมการและเลขานุการ..... *ด.จ.*