

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย  
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใ้ใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ โครงการยกระดับเสริมสร้างองค์ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ ...สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.....
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ....๒,๐๗๗,๔๐๐ บาท (สองล้านเจ็ดหมื่นเจ็ดพันเก้าร้อยบาทถ้วน)....
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ ..... ๒๑ ต.ก. ๒๕๖๘ .....เป็นเงิน ๒,๐๗๗,๔๐๐ บาท  
(สองล้านเจ็ดหมื่นเจ็ดพันเก้าร้อยบาทถ้วน)
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) .....โดยสืบราคาจากท้องตลาด.....
  ๑. บริษัท ไอทีเอ็นจีเนียริง เทคโนโลยี จำกัด
  ๒. บริษัท เอส.เอส.อาร์ แอดไวส์ จำกัด
  ๓. บริษัท อนัญญา โซลูชั่น จำกัด
๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
  ๑. นายกิตติ อังมณีภรณ์
  ๒. นายประภัทรพงศ์ ชาญชิต
  ๓. นางสาวพรรณริน ชัยมัติ

รายละเอียดและข้อกำหนด (Terms of Reference : TOR)  
จ้างโครงการยกระดับการเสริมสร้างองค์ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

1. หลักการและเหตุผล

ในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคนิยมในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์อย่างแพร่หลาย โดยมีความต้องการเข้าถึงสินค้าและบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และได้รับข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะผ่านช่องทางออนไลน์ที่ต้องสามารถตรวจสอบสินค้าด้วยตนเองได้ หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น ไม่แจ้งสิทธิในการคืนสินค้า หรือให้ข้อมูลไม่โปร่งใส อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและกระบวนการขอคืนเงิน นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ประกอบการบางรายมีการโฆษณาเกินจริง หรือดำเนินกิจกรรมในลักษณะชักชวนเข้าสู่ระบบเครือข่าย (Network Marketing) โดยอ้างผลตอบแทนจากการชักชวนผู้อื่น ซึ่งเข้าข่ายความผิดตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม อันอาจนำไปสู่การประกอบธุรกิจที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และผู้บริโภคอาจตกเป็นเหยื่อได้

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จึงเห็นถึงความจำเป็นในการจัดโครงการยกระดับการเสริมสร้างองค์ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของตน อาทิ สิทธิในการได้รับข้อมูลที่ชัดเจน สิทธิในการรับประกันสินค้า และสิทธิในการคืนเงิน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เมื่อผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจ ก็จะสามารถเลือกสนับสนุนธุรกิจที่ดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย พร้อมทั้งส่งเสริมให้ภาคผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญของการจดทะเบียนกับ สคบ. ผ่านระบบจดทะเบียนผู้ประกอบการขายตรงและตลาดแบบตรง (OCPB DIRECT) และปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านการให้ข้อมูล การโฆษณา การรับประกัน และการคืนสินค้า ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้อย่างครบถ้วน

ทั้งนี้ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคภายใต้โครงการดังกล่าวผ่านสื่อที่หลากหลาย ทั้งโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ จะเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญ ที่ช่วยให้ข้อมูลเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง ทันสมัย และถูกต้อง ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีภูมิคุ้มกันทางข้อมูล ขณะเดียวกันก็เป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล ลดการละเมิดสิทธิ และสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจโดยรวม โครงการนี้จึงเป็นภารกิจสำคัญของ สคบ. ที่มุ่งคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งส่งเสริมให้ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเติบโตอย่างถูกต้องและยั่งยืน ภายใต้กรอบของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติมอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และความเข้าใจของผู้บริโภค เกี่ยวกับสิทธิผู้บริโภค และแนวทางการร้องเรียนเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรม ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

2.2 เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการในกระบวนการยื่นขอจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ผ่านช่องทางการสื่อสาร ทั้งสื่อสิ่งโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

ประธานกรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการและเลขานุการ.....

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนทั่วไป

3.2 ผู้ประกอบธุรกิจ

### 4. ประเภทสื่อและรูปแบบ

4.1 ประเภท : สื่อโทรทัศน์/ สื่อสิ่งพิมพ์/ สื่อออนไลน์

4.2 รูปแบบ : ผลิตและเผยแพร่เกี่ยวกับเนื้อหาการจดทะเบียน 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

5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นเสนอให้แก่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ณ วันที่ได้รับประกาศเชิญชวนหรือหนังสือให้เข้ามายื่นข้อเสนอจากหน่วยงานของรัฐ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการเสนอราคาครั้งนี้

5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยกขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของที่ปรึกษาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

5.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้าง ในวงเงินไม่น้อยกว่า 1,000,000.00 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เชื่อถือ

### 6. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเนื้อหาการจดทะเบียน และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เห็นชอบ โดยเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 เสนอกยุทธ์ แผนการดำเนินงาน (Action Plans) พร้อมทั้งแนวความคิด (Theme) เนื้อหาการสื่อสาร (Key Messages) แผนการเผยแพร่สื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

ประธานกรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการและเลขานุการ.....

ในภาพรวม ตลอดจนช่องทางที่นำสื่อทุกชิ้นงานที่ผลิตไปออกอากาศ โดยมุ่งเน้นให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสาร  
เสนอแก่ สคบ. เห็นชอบ

## 6.2 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์

6.2.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตสื่อบทความยาวไม่ต่ำกว่า 2 นาที ที่มีเนื้อหาการ  
จดทะเบียน และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวน  
ไม่น้อยกว่า 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 ประจำเดือนมิถุนายน 2568  
จากสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ตามที่ สคบ. เห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สถานี และรวมจำนวน  
ครั้งในการออกอากาศแล้วไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง นอกจากนี้ ต้องจัดเตรียมเอกสารรับรองหรือหนังสือยืนยันจาก  
สถานีโทรทัศน์ว่าได้มีการออกอากาศจริง โดยเลือกเผยแพร่ทางสถานี ได้แก่ (1) ช่อง 3HD หรือ (2) ช่อง 7HD  
หรือ (3) ช่อง ONE31 หรือ (4) ThairathTV32HD หรือ (5) ช่อง MONO29 หรือ (6) ช่องAmarin34HD หรือ (7) ช่อง  
Workpoint หรือ (8) ช่อง8 หรือ (9) ช่อง True4u หรือ (10) ช่อง PPTV HD36 ทั้งนี้ สคบ. ขอสงวนสิทธิ์ในการ  
เปลี่ยนแปลงสื่อ ช่วงระยะเวลา หรือรายการที่ออกอากาศได้ตามที่ สคบ. เห็นสมควร

## 6.3 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์

6.3.1 ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านบทความหรือสื่อบทความที่มีเนื้อหาการ  
จดทะเบียน และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวน  
ไม่น้อยกว่า 12 ชิ้นงาน มีขนาดไม่น้อยกว่า 6x5 คอลัมน์นิ้ว และเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์รายวันที่มีผู้อ่านจำนวนมาก  
และได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วไป ได้แก่ (1) ไทยรัฐ หรือ (2) เดลินิวส์ หรือ (3) กรุงเทพธุรกิจ หรือ (4) มติชน (5)  
ข่าวสด หรือ (6) ฐานเศรษฐกิจ หรือ (7) ผู้จัดการ หรือ (8) ประชาชาติธุรกิจ รายหนึ่งรายใดหรือหลายรายและเผยแพร่  
ผ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวด้วย

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

## 6.4 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์

6.4.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิต Infographic ที่มีเนื้อหาการจดทะเบียน และ  
สิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน  
และเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ สคบ. ได้แก่ Facebook Instagram และ X (Twitter)  
โดยมีรูปแบบที่สร้างสรรค์ สวยงาม มีความน่าสนใจ และสามารถสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย  
โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้วจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและ  
อนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่ ทั้งนี้การเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ สคบ. รวมทุกช่องทาง ต้องมีผู้ชม  
ไม่น้อยกว่า 5,000 คน ต่อ 1 ชิ้นงาน

6.4.2 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิต Viral Clip หรือสื่อมัลติมีเดีย ที่มีเนื้อหา  
การจดทะเบียน และสิทธิของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จำนวน  
ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงานความยาวไม่น้อยกว่า 1.30 นาที โดยใช้รูปแบบ Animation พร้อมเสียงบรรยายและคำ

ประธานกรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการและเลขานุการ.....

บรรยายได้ภาพภาษาไทย เพื่อกระตุ้นการรับรู้และสร้างความเข้าใจ โดยส่งให้ สคบ. ตรวจสอบพิจารณาแก้ไขก่อนนำไปผลิต และเมื่อผลิตเสร็จจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่ และเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของ สคบ. ทั้งนี้ การเผยแพร่ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ สคบ. ต้องมีผู้ชมไม่น้อยกว่า 5,000 คน ต่อ 1 ชิ้นงาน

#### 6.5 สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินฟลูเอนเซอร์

6.5.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดหา Social Media Influencer หรือ Key Opinion Leaders (KOLs) บนแพลตฟอร์ม TikTok ในด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมายและสิทธิ ด้านเทคโนโลยี และดิจิทัล และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ นักแสดง บล็อกเกอร์ ผู้มีชื่อเสียงทางสังคม จำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน ในระดับ Macro Influencer ผู้ติดตาม (Followers) 100,000-1,000,000 คน หรือมากกว่า โดยต้องรวบรวมรายชื่อ Social Media Influencer หรือ Key Opinion Leaders (KOLs) บนแพลตฟอร์ม TikTok ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของโครงการ โดยพิจารณาจากเกณฑ์เบื้องต้น เช่น ฐานผู้ติดตาม (Follower base)

อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) และความเหมาะสมของคอนเทนต์กับแคมเปญ ทั้งนี้ ให้เสนอ สคบ. เห็นชอบก่อนดำเนินการ

6.5.2 Social Media Influencer หรือ Key Opinion Leaders (KOLs) บนแพลตฟอร์ม TikTok ตามข้อ 6.6.1 ต้องดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยคลิปวิดีโอดังกล่าวจะต้องมีลักษณะ สร้างสรรค์ สวยงาม น่าสนใจ และสามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย ความยาวของแต่ละคลิปต้อง ไม่น้อยกว่า 1 นาที และต้องจัดทำจำนวนไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นงาน (กำหนดให้ Influencer แต่ละคนผลิตคลิป จำนวน 2 ชิ้นงาน) คลิปวิดีโอทั้งหมดจะต้องเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของ Influencer แต่ละราย โดยคลิปแต่ละชิ้นจะต้องมียอดผู้เข้าชม ไม่น้อยกว่า 20,000 คน ทั้งนี้ เนื้อหาของคลิปจะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณา ก่อนดำเนินการผลิต และเมื่อผลิตเสร็จแล้ว จะต้องส่งให้ สคบ. พิจารณาและอนุมัติอีกครั้งก่อนเผยแพร่

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

6.5.4 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการโฆษณาสนับสนุน (Boost Post & Ads) ของแต่ละชิ้นงานของอินฟลูเอนเซอร์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมตามที่ระบุในขอบเขตงานข้อ 6.4.1, 6.4.2 และ 6.5.2 ทั้งนี้ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการโฆษณาสนับสนุน (Boost Post & Ads) แต่เพียงผู้เดียว และไม่สามารถเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าชดเชยใด ๆ จากผู้ว่าจ้างได้

6.5.5 งานทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้างที่ถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ว่าจ้างสามารถนำภาพหรือภาพเคลื่อนไหวไปใช้ซ้ำสำหรับผลิตงานภายในหน่วยงานได้ ห้ามผู้รับจ้างนำส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดไปทำซ้ำ เผยแพร่ ไม่ว่าจะการกระทำดังกล่าวจะเป็นการหาประโยชน์หรือไม่ก็ตาม หากผู้ว่าจ้างพบว่ามีกรกระทำดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องชดใช้ค่าเสียหายเป็นเงินไม่น้อยกว่าราคาจัดจ้างทั้งหมดที่กำหนดไว้ในสัญญา ทั้งนี้ การชดใช้ดังกล่าวไม่ทำให้ผู้รับจ้างพ้นจากความผิดทางอาญา

#### 6.6 การสำรวจและวิเคราะห์ผล

6.6.1 ผู้รับจ้างต้องสำรวจผลการรับรู้และความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 1 ครั้ง พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำเป็นรายงานในรูปแบบสถิติส่งให้ สคบ.

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

กรรมการและเลขานุการ..... 

## 7. วงเงินในการจัดซื้อจัดจ้าง

ภายในวงเงิน 2,077,900 บาท (สองล้านเจ็ดหมื่นเจ็ดพันเก้าร้อยบาทถ้วน) โดยงบประมาณนี้รวมค่าภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ครอบคลุมรายละเอียดการจ้างเหมาตามขอบเขตของงานทั้งหมดแล้ว

## 8. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

## 9. เกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

พิจารณาโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ

## 10. เกณฑ์ในการพิจารณา

10.1 การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณสมบัติถูกต้อง และหลักฐานเอกสารถูกต้อง

10.2 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พิจารณาตัดสินผู้ชนะจากการยื่นข้อเสนอโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ พิจารณาจากคะแนนรวมโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักเกณฑ์ที่กำหนดเท่ากับร้อยละ 100 ผู้ที่ได้รับการคัดเลือก คือ ผู้ที่ได้รับคะแนนสูงสุด (ผลรวมคะแนนเกณฑ์ราคาและคะแนนเกณฑ์คุณภาพ) ดังนี้

1 เกณฑ์การพิจารณาราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20

2 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80

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

ประธานกรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการและเลขานุการ.....

10.4 ตัวอย่างการให้คะแนน

(1) แนวคิดหลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กำหนดให้นำหนักร้อยละ 30 พิจารณาหลักเกณฑ์จากความสำเร็จของงานและวัตถุประสงค์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1.1 ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของงาน กำหนดให้นำหนักร้อยละ 10

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

1.2 ความชัดเจนของแนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กำหนดให้นำหนักร้อยละ 10

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

1.3 แผนการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กำหนดให้นำหนักร้อยละ 10

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

(2) รูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กำหนดให้นำหนักร้อยละ 60 พิจารณาหลักเกณฑ์จากความสำเร็จของงานและวัตถุประสงค์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

2.1 รูปแบบและวิธีดำเนินการเสนอ มีความแปลกใหม่ ใช้เทคนิคหลากหลาย มีความน่าสนใจ กำหนดให้นำหนักร้อยละ 20

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น และชัดเจน	100
การเสนอ รูปแบบสื่อ การออกแบบ การผลิต น่าสนใจ และใช้เทคนิคที่โดดเด่นเหมาะสมกับเนื้อหา ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น แต่ไม่ชัดเจน	80

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

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

2.2 รูปแบบข้อมูล เนื้อหา มีความถูกต้อง พร้อมความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น มีการเชื่อมโยงเนื้อหาอย่างเป็นระบบ 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 รวมถึงอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น และชัดเจน	100
เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดดเด่น แต่ไม่ชัดเจน	80
เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น แต่ชัดเจน	60
เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ไม่มีความโดดเด่น และไม่ชัดเจน	40
เลือกช่องทางการเผยแพร่ได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวิเคราะห์ รวมถึงอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือสถิติที่รองรับ ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	0

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

(3) ตัวอย่างผลงานและประสบการณ์ กำหนดให้นำหน้าร้อยละ 10 พิจารณาหลักเกณฑ์ จากความสอดคล้องกับขอบเขตงานและวัตถุประสงค์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

3.1 ตัวอย่างผลงานวิดิทัศน์ และ Infographic ของบริษัทฯ กำหนดให้นำหน้าร้อยละ 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 กำหนดให้นำหน้าร้อยละ 5

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน มากกว่าหรือเท่ากับ 5 ชิ้น	100
ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน 4 ชิ้น	80
ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน 3 ชิ้น	60
ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน มากกว่าหรือเท่ากับ 2 ชิ้น	40
ประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565 -2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน มากกว่าหรือเท่ากับ 1 ชิ้น	20
ไม่มีประสบการณ์ของบริษัทฯ ที่เสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับภายใน 3 ปีล่าสุด (พ.ศ. 2565-2567) ที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่เป็นผู้สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน	0

11. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะจ่ายเงินให้ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงาน โครงการในแต่ละกิจกรรมแล้วเสร็จ แบ่งเป็น 3 งวด ได้แก่

ประธานกรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการและเลขานุการ.....

11.1 งวดที่ 1 กำหนดจ่ายเป็นจำนวนร้อยละ 15 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการ จัดทำกลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน (Action Plans) พร้อมทั้งแนวความคิด (Theme) เนื้อหาการสื่อสาร (Key Messages) แผนการเผยแพร่สื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ในภาพรวม ตลอดจนช่องทางที่นำสื่อทุกชิ้นงานที่ผลิตไปออกอากาศ (ตามข้อ 6.1) แล้วเสร็จและส่งมอบงานตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามขอบเขตงาน ครบถ้วนสมบูรณ์ถูกต้อง ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยจัดทำเอกสารรายงานเป็นรูปแบบเล่มพิมพ์สี่สี จำนวน 5 เล่ม และFlash Drive จำนวน 2 ชุด

11.2 งวดที่ 2 กำหนดจ่ายเป็นจำนวนร้อยละ 25 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการแล้วเสร็จและส่งมอบงานตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามขอบเขตงานตามข้อ 6.2.1 และ 6.3 ครบถ้วนสมบูรณ์ถูกต้อง ภายใน 40 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยจัดทำเอกสารรายงานเป็นรูปแบบเล่มพิมพ์สี่สี จำนวน 5 เล่ม และFlash Drive จำนวน 2 ชุด

11.3 งวดที่ 3 กำหนดจ่ายเป็นจำนวนร้อยละ 60 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการแล้วเสร็จและส่งมอบงานตามเงื่อนไขการส่งมอบงานตามขอบเขตงานตามข้อ 6.2 ข้อ 6.4 ข้อ 6.5 และข้อ 6.6 ครบถ้วนสมบูรณ์ถูกต้อง ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

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

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

## 12. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด ผู้รับจ้างต้องยินยอมให้ผู้ว่าจ้าง คิดค่าปรับในส่วนที่เกินกำหนดเป็นรายวัน เศษของวันให้นับเป็น 1 วัน โดยคำนวณจากร้อยละ 0.1 ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท

## 13. ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และการรักษาความลับทางราชการ

13.1 ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ตลอดจนกรรมสิทธิ์คู่มือหรือเอกสารต่าง ๆ อันเป็นผลงานที่มีลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรตามกฎหมาย ให้ตกเป็นสิทธิ์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

13.2 ในกรณีที่บุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใด ๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไป

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

ประธานกรรมการ..... กรรมการ.....

กรรมการและเลขานุการ.....

14. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภครและสื่อสารองค์กร สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

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