

ขอบเขตของงานจ้าง
ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard กองทุนเงินทดแทน

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานประกันสังคม โดยสำนักงานกองทุนเงินทดแทน มีภารกิจบริหารงานของกองทุนเงินทดแทนที่ให้ความคุ้มครองในการจ่ายเงินทดแทนให้แก่ลูกจ้างแทนนายจ้าง ในกรณีประสบอันตราย เจ็บป่วย ทุพพลภาพ สูญหาย และเสียชีวิตอันเนื่องมาจากการทำงาน รวมถึงภารกิจส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้างในสถานประกอบการ โดยจะต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้เกี่ยวกับงานกองทุนเงินทดแทน รวมถึงข้อปฏิบัติ กฎระเบียบและขั้นตอนการขอรับเงินทดแทนให้กับนายจ้าง ลูกจ้างรับทราบและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์แขนงต่างๆ สำหรับภารกิจในการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของกองทุนเงินทดแทนไปสู่ นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไป ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่มีความหลากหลาย ซึ่งในปัจจุบันสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล

ดังนั้น สำนักงานประกันสังคมจึงเล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล จึงนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมการสื่อสารในรูปแบบของระบบจอประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อ Digital billboard มาใช้ ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในหลายหน่วยงาน สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เป็นการสร้างการรับรู้ข่าวสารให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการ ลดความผิดพลาดหรือความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนจากการสื่อสารได้ และป้องกันการปลอมแปลง บิดเบือน ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่นายจ้าง ลูกจ้าง นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้ทันสมัย และช่วยยกระดับหน่วยงานให้เข้าสู่ยุคดิจิทัลอีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ของกองทุนเงินทดแทน ให้กับนายจ้าง ลูกจ้างได้รับทราบ และลดความผิดพลาดหรือความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการสื่อสาร

๒.๒ เพื่อเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบอย่างรวดเร็ว

๒.๓ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อระบบกองทุนเงินทดแทนให้กับนายจ้าง ลูกจ้าง

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ นายจ้าง ลูกจ้าง

๓.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไป

๔. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอมหรือทำสัญญากับหน่วยงานรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง กำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานราชการในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานประกันสังคม วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงานสิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

๔.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๔.๑๒.๑ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

๔.๑๒.๒ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

(๑) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างไม่เกิน ๑ ล้านบาท ไม่ต้องกำหนดทุนจดทะเบียน

(๒) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

(๔) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

(๕) มูลค่า...

- (๕) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๒๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๖๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๘ ล้านบาท
- (๖) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๖๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๕๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๒๐ ล้านบาท
- (๗) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๕๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๓๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๖๐ ล้านบาท
- (๘) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๓๐๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ล้านบาท
- (๙) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕๐๐ ล้านบาทขึ้นไป ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า
๒๐๐ ล้านบาท

๔.๑๒.๓ สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอ
เป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝาก
คงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง
และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่า
ดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔.๑๒.๔ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่น
ข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือ
รายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์
ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคาร
แห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวม
ของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่)
ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

๔.๑๒.๕ กรณีตามข้อ ๔.๑๒.๑ - ๔.๑๒.๔ ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

- (๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ
- (๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติ

ล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

(๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว
และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว
ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลบังคับใช้

๔.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นผลงานประเภทเดียวกันหรืองานที่เกี่ยวข้อง
กับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงาน
ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน หรือธนาคาร หรือองค์กรขนาดใหญ่
ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกัน
ผลงานย้อนหลังไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Digital billboard รายละเอียดดังนี้

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอแนวคิด ประเด็นเรื่องราว ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ความรู้งานกองทุนเงินทดแทน โดยต้องออกแบบประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจ สร้างสรรค์ ทันสมัย เหมาะสมกับข่าวของหน่วยงานราชการและสถานการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานประกันสังคม

๕.๑ การออกแบบ

ผู้รับจ้างต้องออกแบบบอร์ดเว็รคสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้งในรูปแบบภาพนิ่ง จำนวน ๑ เรื่อง ไม่น้อยกว่า ๓ รูปแบบ

ทั้งนี้ เนื้อหาจะต้องออกแบบบอร์ดเว็รคให้มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ ที่สื่อให้เห็นถึงความน่าสนใจ สอดแทรกแนวความคิดที่ทันสมัย สะกดสายตาผู้ที่พบเห็นและสัญจรไปมาบนถนนหลักที่ติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและตามหัวข้อเรื่องที่สำนักงานประกันสังคมกำหนด โดยจะต้องให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณา ก่อนดำเนินการผลิต

๕.๒ การผลิตและจัดหาสื่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๕.๒.๑ สื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง

(๑) ผู้รับจ้างต้องผลิตและติดตั้งชิ้นงานตามข้อ ๕.๑ ผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๕๐ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ป้าย และขนาดไม่น้อยกว่า ๒๓๐ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ป้าย บริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปริมาณจราจรหนาแน่น บนถนนสายสำคัญ หรือบนทางพิเศษสายต่างๆ ทั้งขาเข้าและขาออก

(๒) ผู้รับจ้างต้องผลิตและติดตั้งชิ้นงานตามข้อ ๕.๑ ผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง ขนาดไม่น้อยกว่า ๑๕ ตารางเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ป้าย บริเวณพื้นที่ต่างจังหวัด แยกถนนสายสำคัญ หรือแหล่งชุมชน โดยครอบคลุมพื้นที่ภูมิภาคไม่น้อยกว่า ๔ ภูมิภาคทั่วประเทศ

(๓) ผู้รับจ้างต้องระบุรายละเอียดสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้งที่นำเสนอ ได้แก่ ชื่อหรือสถานที่ติดตั้ง ตำแหน่งจุดติดตั้ง ขนาดสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง ตลอดจนปริมาณการมองเห็นสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง

(๔) ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา ค่าประกันภัย ค่าไฟฟ้าส่องสว่าง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี) ทั้งนี้โครงสร้างของป้ายที่ดำเนินการติดตั้งต้องมีความมั่นคง แข็งแรง เป็นไปตามมาตรฐาน

๕.๒.๒ สื่อจอดิจิทัล Digital billboard

(๑) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานกองทุนเงินทดแทนผ่านสื่อจอดิจิทัล Digital billboard ที่ติดตั้งบริเวณทางเข้าและทางออกภายในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๘ สถานี รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๑๒ จอภาพ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๘ ครั้งต่อชั่วโมง เผยแพร่รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๙๐๓,๐๔๐ ครั้ง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. (๑๘ ชั่วโมงต่อวัน)

(๒) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานกองทุนเงินทดแทนผ่านสื่อจอดิจิทัล Digital billboard ที่ติดตั้งบริเวณภายในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๘ สถานี รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๔๓ จอภาพ เผยแพร่ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๘ ครั้งต่อ ๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รวม ๒๔ นาที/จอ/วัน เผยแพร่รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๙,๓๘๓,๐๔๐ ครั้ง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. (๑๘ ชั่วโมงต่อวัน)

(๓) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานกองทุนเงินทดแทนผ่านสื่อจอดิจิทัล Digital billboard ที่ติดตั้งบริเวณภายในขบวนรถไฟฟ้ามหานคร MRT ไม่น้อยกว่า ๕๔ ขบวน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๖๔๘ จอภาพ เผยแพร่ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๘ ครั้งต่อ ๑ ชั่วโมง ๓๐ นาที โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รวม ๒๔ นาที/จอ/วัน เผยแพร่รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๑,๑๙๗,๔๕๐ ครั้ง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. (๑๘ ชั่วโมงต่อวัน)

(๔) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานกองทุนเงินทดแทนผ่านสื่อจอดิจิทัล Digital billboard ที่ติดตั้งบริเวณภายในร้านสะดวกซื้อ ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ สาขา มีจอรวมกันไม่น้อยกว่า ๔,๘๐๐ จอ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๔ ครั้งต่อชั่วโมง เผยแพร่รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๖๙,๑๒๐,๐๐๐ ครั้ง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๕.๐๐ - ๐๑.๐๐ น. (๒๐ ชั่วโมงต่อวัน)

(๕) ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานกองทุนเงินทดแทนผ่านสื่อจอดิจิทัล Digital billboard ที่ติดตั้งบริเวณต่างจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๘ จังหวัด ครอบคลุมพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๔ ภูมิภาคทั่วประเทศ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๑๓ จอภาพ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๖ ครั้งต่อชั่วโมง เผยแพร่รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๘๓๐,๖๐๐ ครั้ง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๗.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. (๑๕ ชั่วโมงต่อวัน)

(๖) ผู้รับจ้างต้องระบุรายละเอียดสื่อจอดิจิทัล Digital billboard ที่นำเสนอ ได้แก่ ชื่อหรือสถานที่ติดตั้ง ตำแหน่งจุดติดตั้ง ขนาดของจอภาพ โดยให้ระบุรอบความถี่การเผยแพร่ ตลอดจนปริมาณการมองเห็นสื่อจอดิจิทัล Digital billboard

(๗) ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา ค่าประกันภัย ค่าไฟฟ้าส่องสว่าง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี) ทั้งนี้โครงสร้างของป้ายที่ดำเนินการติดตั้งต้องมีความมั่นคง แข็งแรง เป็นไปตามมาตรฐาน

๕.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๕.๓.๑ สื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้งรายละเอียดตามข้อ ๕.๒.๑ เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน

๕.๓.๒ สื่อจอดิจิทัล Digital billboard

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อจอดิจิทัล Digital billboard รายละเอียดตามข้อ ๕.๒.๒ เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน

๖. รายละเอียดการดำเนินงาน

๖.๑ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีการเข้า สัญญาที่มีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือสัญญาที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๖.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และระยะเวลาในการดำเนินการประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard โดยจัดทีมงานหรือบุคลากรเข้าประสานงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมตามภารกิจ แผนงาน การดำเนินโครงการสำคัญของงานกองทุนเงินทดแทน สำนักงานประกันสังคม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ข่าวสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

ทั้งนี้ สำนักงานประกันสังคมขอสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงแผนประชาสัมพันธ์ในระหว่างดำเนินโครงการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์หรือกรณีมีเหตุจำเป็น โดยจะต้องแจ้งให้ผู้รับจ้างรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ผู้รับจ้างดำเนินการปรับแผนประชาสัมพันธ์

๖.๓ ผู้รับจ้างต้องศึกษารายละเอียดงาน กิจกรรม โครงการให้เข้าใจ พร้อมทั้งเตรียมทีมงานที่มีความสามารถ และประสบการณ์ในภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อทำหน้าที่หาข้อมูลและติดต่อประสานงานในขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้โดยตรงตลอดการดำเนินงานตามสัญญา

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ เช่น การเขียนบทความ ตัดต่อภาพ ลำดับภาพ Infographic โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุก่อนการนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้ง

๖.๕ รูปแบบของผลงานที่ผลิตและเผยแพร่ต้องมีเนื้อหาสอดคล้องกับภารกิจของกองทุนเงินทดแทนสำนักงานประกันสังคม มีความชัดเจนในเนื้อหาที่น่าสนใจ สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

๖.๖ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในกรณีนำเสนอเนื้อหาที่ผิดพลาด และจะต้องดำเนินการชี้แจงหรือแก้ไขให้ถูกต้องโดยด่วน และการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นนั้นจะไม่นำมานับรวมเป็นชิ้นงาน

๖.๗ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในเรื่องภาพ หรือข้อความที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ในกรณีที่ต้องใช้ภาพหรือข้อความที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายก่อนที่จะดำเนินการเผยแพร่ หากมีการฟ้องร้องผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๖.๘ ผลงานที่ผู้รับจ้างจัดทำและผลิต เมื่อเผยแพร่แล้วให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมายของผู้ว่าจ้างที่สามารถนำไปเผยแพร่ซ้ำได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

๖.๙ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการออกตรวจสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามที่สำนักงานประกันสังคมกำหนด

๖.๑๐ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานพร้อมวิเคราะห์ผลการรับรู้และการเข้าถึงสื่อที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ รวมทั้งเสนอแนะช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการรับรู้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อราชการในการดำเนินการวางแผนงานต่อไป

๖.๑๑ ในกรณีที่ผู้รับจ้างดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานต่อสำนักงานประกันสังคมพร้อมแสดงหลักฐานต่างๆ เช่น หลักฐานการเผยแพร่ลงสื่อประชาสัมพันธ์ และรายงานผลงานอย่างละเอียดเป็นภาษาไทย โดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ผลงานต้นฉบับและไฟล์เล่มรายงานลง External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด เสนอต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๖.๑๒ ในกรณีที่ผู้รับจ้างกำหนดที่จะเผยแพร่ตามแผนประชาสัมพันธ์ และลงในสัญญาเรียบร้อยแล้ว ผู้รับจ้างจะเปลี่ยนแปลงรายการประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard ที่เสนอไม่ได้ ยกเว้นประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard นั้นถูกระงับหรือยกเลิกหรือกรณีเป็นเหตุสุดวิสัยหรือมีเหตุจำเป็นอื่นต้องปรับเปลี่ยน ต้องแจ้งสำนักงานประกันสังคมทราบเป็นลายลักษณ์อักษรและต้องหาสื่อประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard อื่นที่มีความนิยมของสื่อเท่ากับหรือมากกว่าเดิมทดแทน โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ทั้งนี้ เหตุที่เกิดขึ้นนั้นต้องไม่เป็นความผิดของผู้รับจ้าง สำหรับกรณีเกิดข้อผิดพลาดและหากไม่เป็นไปตามสัญญาจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้างแต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าจะได้เผยแพร่ชัดเจน

๖.๑๓ สื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นที่ผลิตขึ้น ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ผลิตเองโดยไม่คัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลงแก้ไขมาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น และถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งสำนักงานประกันสังคมสามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานประกันสังคมเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน และเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานต้นฉบับพร้อมสำเนาแก่สำนักงานประกันสังคมทุกชิ้น

๗. เอกสารประกอบการพิจารณาคุณสมบัติผู้เสนอราคา

๗.๑ หนังสือรับรองผลงานและผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นผลงานประเภทเดียวกันหรืองานที่เกี่ยวข้องกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน หรือธนาคาร หรือองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกัน ย้อนหลังไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๗.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการวางแผนกิจกรรม การดำเนินงาน แนวคิด รูปแบบ วิธีการผลิต ผู้ยื่นข้อเสนอต้องออกแบบและนำเสนอตัวอย่างประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard กำหนดระยะเวลาในการผลิตและติดตั้งและกำหนดระยะเวลาในการใช้งานได้จริง (จำนวนครั้ง/ชั่วโมง) มีเนื้อหาในการสร้างการรับรู้ แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และเนื้อหาตอบสนองงานกองทุนเงินทดแทน รวมทั้งรูปแบบการผลิต วิธีการนำเสนอ ประเด็นเนื้อหา และรายละเอียดอื่นๆ เช่น วันและเวลาการติดตั้ง โดยแนบเอกสารในวันยื่นเสนอราคา

๗.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีหนังสือยืนยันหรือหลักฐานการเข้าป้ายประชาสัมพันธ์ โดยแนบเอกสารในวันยื่นเสนอราคา

๗.๔ เอกสารแสดงรายละเอียดปริมาณการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลจากสำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานครและกรมทางหลวง เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยแนบเอกสารในวันยื่นเสนอราคา

๗.๕ เอกสารแสดงรายละเอียดปริมาณจำนวนผู้ใช้บริการบริเวณสถานีรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร MRT ที่นำเสนอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยแนบเอกสารในวันยื่นเสนอราคา

๗.๖ เอกสารแสดงรายละเอียดปริมาณจำนวนผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่นำเสนอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยแนบเอกสารในวันยื่นเสนอราคา

๗.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องออกแบบและผลิตตัวอย่างภาพนิ่งสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง โดยกำหนดเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุนเงินทดแทน ในประเด็น “ลูกจ้างประสบอันตรายจากการทำงาน” จำนวน ๑ ตัวอย่าง เพื่อประกอบการพิจารณา จัดส่งรูปในแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๗.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งตัวอย่างผลงานหรืองานที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง จัดส่งในรูปแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๗.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งประวัติรายชื่อทีมงานและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลงานที่ผ่านมา พร้อมสำเนาหนังสือรับรองผลงาน ทั้งนี้ ให้สรุปผลงานที่ผ่านมาโดยใช้ตารางตามภาคผนวก ๑ และจัดทำเป็นรูปเล่ม ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๘. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สำนักงานประกันสังคมใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดแบ่งเป็นร้อยละ ดังนี้

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| ๑) ราคาที่เสนอ | กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๐ |
| ๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ | กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๖๐ |

โดยกำหนดน้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

รายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

ทั้งนี้วิธีการประเมินปรากฏตามเอกสารในภาคผนวก ๒

ข้อพิจารณา...

ข้อพิจารณา	น้ำหนักร้อยละ
๑. แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard และรูปแบบการนำเสนอ โดยพิจารณาการให้คะแนนข้อเสนอด้านแผนการดำเนินงานที่สามารถแสดงความสมบูรณ์และความละเอียดครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน แผนการผลิตและเผยแพร่ที่สามารถดำเนินการได้จริง	๔๕
๑.๑ แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard รูปแบบการนำเสนอ และการจัดทำแผนการผลิต	๕
๑.๒ กลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	๕
๑.๓ แผนการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ๑.๓.๑ จำนวนรูปแบบอาร์ตเวิร์คภาพนิ่ง ในการผลิตสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง (น้ำหนักร้อยละ ๕) ๑.๓.๒ จำนวนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (น้ำหนักร้อยละ ๓๐)	๓๕
๒. ตัวอย่างการนำเสนอสื่อ Digital billboard งานกองทุนเงินทดแทน	๒๐
๒.๑ ตัวอย่างภาพนิ่งสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุนเงินทดแทน	๑๕
๒.๒ ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา	๕
๓. ประสิทธิภาพของสื่อในการเผยแพร่ การเข้าถึงและความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาให้คะแนนจากปริมาณการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลจากสำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานครและกรมทางหลวง ปริมาณจำนวนผู้ใช้บริการบริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT และปริมาณจำนวนผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์	๓๐
๔. ประวัติผลงานและทีมงาน ประวัติของบริษัท ความพร้อมของบุคลากร และผลงานที่ผ่านมา โดยพิจารณาให้คะแนนจากประวัติผลงานที่ผ่านมาประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง รวมถึงความพร้อมของบุคลากรในการดำเนินงาน โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ ทั้งนี้ต้องมีความเหมาะสมกับงานที่จ้างได้อย่างถูกต้องมากที่สุด	๕
รวม	๑๐๐

สำนักงานทวงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของสำนักงานเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งสำนักงานจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตามหากมีเหตุที่เชื่อได้ว่า การยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อน หรือนิตินิตบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำที่สุด จนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงานจะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจง และแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นรับฟังได้ สำนักงานมีสิทธิ์ที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิ์เรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงาน

๙. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

สำนักงานประกันสังคมกำหนดให้ผู้รับจ้างมีการส่งมอบงานให้กับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ดังนี้

๑) ผู้รับจ้างต้องจัดส่งแผนประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ ชุด

๒) ผู้รับจ้างจัดทำอาร์ตเวิร์ค ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณาเห็นชอบก่อนการผลิตและเผยแพร่

๓) จัดส่งหลักฐานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔) จัดส่งหลักฐานรายงานผลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องส่งสื่อประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard บันทึกเป็นไฟล์ MOV, AVI, MP4 พร้อมไฟล์ภาพที่มีความละเอียดสูง บันทึกข้อมูลลง External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด

๕) หนังสือยืนยันและหลักฐานการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมภาพถ่ายและคลิปวิดีโอสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่เรียบร้อยแล้ว ณ สถานที่จริง

๖) ผู้รับจ้างต้องวิเคราะห์และวัดผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารงานกองทุนทดแทน ให้สำนักงานประกันสังคมเมืองงานเสร็จสิ้นแล้ว โดยจัดทำเป็นรูปเล่มจำนวน ๒ ชุด

๗) ใบแจ้งหนี้

สื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นที่ผลิตขึ้น ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ผลิตเอง โดยไม่คัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลงแก้ไข มาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น และถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งสำนักงานประกันสังคมสามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานประกันสังคมเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน และเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานต้นฉบับพร้อมสำเนาแก่สำนักงานประกันสังคมทุกชิ้นรวมถึงผลการวิเคราะห์และวัดผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารงานกองทุนทดแทน และบันทึกไฟล์ต้นฉบับต่างๆ ลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด เพื่อมอบให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานตามข้อ ๑๐ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงาน หากเกินระยะเวลาที่กำหนดจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคางานจ้าง แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๑. การจ่ายเงิน

สำนักงานประกันสังคมจะชำระเงินค่าจ้างทั้งหมดให้แก่ผู้รับจ้างหลังจากที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขตของงานจ้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว

๑๒. วงเงินในการจัดหา

จำนวน ๒๙,๖๘๔,๘๖๒ บาท (ยี่สิบเก้าล้านหกแสนแปดหมื่นสี่พันแปดร้อยหกสิบสองบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๑๓. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือบางส่วนไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากสำนักงานประกันสังคม การที่ผู้รับจ้างได้จ้างช่วงงานไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธหน้าที่ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืน ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่สำนักงานประกันสังคมเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วง

๑๔. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้ทำสัญญาจ้างตามแบบหรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้ได้ติดตั้งเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง และหากคลิปวิดีโอที่อยู่ระหว่างดำเนินการเผยแพร่ เกิดชำรุดหรือบกพร่อง จะต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้ได้ติดตั้งเดิมภายใน ๔ ชั่วโมง นับถัดจากเวลาที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่องดังกล่าว

๑๕. ผู้รับผิดชอบโครงการ

ฝ่ายข่าว ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน

โทรศัพท์ ๐ ๒๙๕๖ ๒๕๓๓ - ๔ โทรสาร ๐ ๒๕๒๕ ๒๘๘๗

E-mail: sso.news66@gmail.com

ภาคผนวก ๒

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน

๑. แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard และรูปแบบการนำเสนอ (น้ำหนักร้อยละ ๔๕)

๑.๑ แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard รูปแบบการนำเสนอ และการจัดทำแผนการผลิต (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard และรูปแบบการนำเสนอที่มีประเด็น เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ ตรงตามประเด็น และวัตถุประสงค์ที่กำหนด	- มีการนำเสนอ แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard แต่ยังไม่ครบถ้วน - แผนกลยุทธ์ขาด การวิเคราะห์ข้อมูล ภาพรวมในการใช้สื่อ ขาดการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความ ต่อเนื่องของการ เผยแพร่	- มีการนำเสนอ แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard สามารถนำไปใช้ได้จริง ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - แต่แผนกลยุทธ์ยัง ขาดการวิเคราะห์ ข้อมูลภาพรวมในการ ใช้สื่อ ขาดการ วิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความ ต่อเนื่องของการ เผยแพร่	- มีการนำเสนอ แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard สามารถนำไปใช้ได้จริง ตามวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ได้ - มีการวิเคราะห์ ข้อมูลภาพรวม ในการใช้สื่อ - แต่แผนกลยุทธ์ ยังขาดการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ และขาดความ ต่อเนื่องของการ เผยแพร่	- มีการนำเสนอ แผนกลยุทธ์สื่อ Digital billboard สามารถนำไปใช้ได้จริง ตามวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ได้ - มีการวิเคราะห์ ข้อมูลภาพรวม ในการใช้สื่อ - มีการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ - มีความต่อเนื่อง ของการเผยแพร่ และมีเมื่อน่าสนใจ

๑.๒ กลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
กลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - ขาดการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ไม่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อ Digital billboard ในการเผยแพร่ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ชัดเจน - มีการประเมินผลวิเคราะห์ และวัดประสิทธิภาพการรับรู้ของสื่อ Digital billboard

๑.๓ แผนการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (น้ำหนักร้อยละ ๓๕)

๑.๓.๑ จำนวนรูปแบบอาร์ตเวิร์คภาพนิ่ง ในการผลิตสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
จำนวนรูปแบบอาร์ตเวิร์คภาพนิ่ง ในการผลิตสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง	คำนวณจากจำนวนรูปแบบอาร์ตเวิร์คภาพนิ่ง ในการผลิตสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนรูปแบบอาร์ตเวิร์คภาพนิ่ง ในการผลิตสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมามากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน

๑.๓.๒ จำนวนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (น้ำหนักร้อยละ ๓๐)

๑.๓.๒.๑ จำนวนป้ายประชาสัมพันธ์สื่อกลางแจ้ง (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
จำนวนป้ายประชาสัมพันธ์สื่อกลางแจ้ง	คำนวณจากจำนวนป้ายประชาสัมพันธ์สื่อกลางแจ้ง ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนป้ายประชาสัมพันธ์สื่อกลางแจ้ง ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมา มากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน

๑.๓.๒.๒ จำนวนจอประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
จำนวนจอประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard	คำนวณจากจำนวนจอประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนจอประชาสัมพันธ์สื่อ Digital billboard ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมา มากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน

๒. ตัวอย่างการนำเสนอสื่อ Digital billboard งานกองทุนเงินทดแทน (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)

๒.๑ ตัวอย่างภาพนิ่งสื่อป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุนเงินทดแทน (น้ำหนักร้อยละ ๑๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
ตัวอย่างภาพนิ่งสื่อป้าย ประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุน เงินทดแทน	- การเรียงลำดับ เนื้อหายังไม่มีความ ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน เท่าที่ควร	- การเรียงลำดับ เนื้อหา มีความ ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - การนำเสนอยังไม่ น่าสนใจ	- การเรียงลำดับ เนื้อหา มีความ ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงและ เรียงลำดับให้สามารถ ถ่ายทอดความคิด เนื้อหา เรียงราว อย่างมีระบบ - มีเทคนิคในการ นำเสนอที่น่าสนใจ	- การเรียงลำดับ เนื้อหา มีความ ต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยง และเรียงลำดับให้ สามารถถ่ายทอด ความคิดเนื้อหา เรียงราวอย่างมี ระบบ และครบถ้วน - มีเทคนิคในการ นำเสนอที่น่าสนใจ - ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ การนำเสนอ มีความโดดเด่น น่าสนใจ กระตุ้น ชวนให้ติดตาม

๒.๒ ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
เนื้อหาเกี่ยวข้อง มีความถูกต้องของข้อมูล ความน่าสนใจ การลำดับเรื่อง ความชัดเจนของเนื้อหา และกระชับเข้าใจง่าย	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพยังไม่เหมาะสมในแต่ละซีน - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องสั้นไปหรือยาวไป 	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - แต่การนำเสนอในแต่ละซีน ยังไม่กลมกลืนไม่น่าสนใจและไม่น่าจดจำ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละซีนกลมกลืน น่าสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละซีนกลมกลืน น่าสนใจ และน่าจดจำ - มีเทคนิคการเล่าเรื่อง น่าสนใจ ผู้ชมดูแล้วรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับงานที่นำเสนอ (เช่น สนุก ตลก เศร้า สงสาร ฯลฯ)

๓. ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ การเข้าถึงและความครอบคลุมเป้าหมาย (น้ำหนักร้อยละ ๓๐)

โดยพิจารณาให้คะแนนจากปริมาณการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลจากสำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานครและกรมทางหลวง ปริมาณจำนวนผู้ใช้บริการบริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT และปริมาณจำนวนผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
๑. จำนวนปริมาณการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์	คำนวณจากจำนวนปริมาณการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนปริมาณการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมาดีที่สุดในได้ ๑๐๐ คะแนน
๒. จำนวนปริมาณผู้ใช้บริการบริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT ที่นำเสนอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์	คำนวณจากจำนวนปริมาณผู้ใช้บริการบริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT ที่นำเสนอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนปริมาณผู้ใช้บริการบริเวณสถานีรถไฟฟ้ามหานคร MRT ที่นำเสนอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมาดีที่สุดในได้ ๑๐๐ คะแนน
๓. จำนวนปริมาณผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์	คำนวณจากจำนวนปริมาณผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนปริมาณผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่นำเสนอเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมาดีที่สุดในได้ ๑๐๐ คะแนน

หมายเหตุ : คะแนนของข้อ ๓ คือ การนำคะแนนของทุกข้อมารวมกัน แล้วหารหาค่าเฉลี่ย

๔. ประวัติผลงานและทีมงาน (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
๑. ประวัติผลงานของบริษัท (อ้างอิงจากตารางภาคผนวก ๑)	เสนอตัวอย่าง ผลงาน แต่ไม่ เกี่ยวข้อง หรือไม่ สามารถเชื่อมโยง กับโครงการ	เสนอตัวอย่าง ผลงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ ต่อโครงการ จำนวน ๑ เรื่อง	เสนอตัวอย่าง ผลงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ ต่อโครงการ จำนวน ๒ เรื่อง	เสนอตัวอย่าง ผลงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ ต่อโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เรื่อง
๒. ประวัติของทีมงานที่เสนอมา มีความรู้ความสามารถและ ประสบการณ์ในการทำงาน	ระหว่าง ๑ - ๓ ปี	มากกว่า ๓ ปี แต่ไม่เกิน ๕ ปี	มากกว่า ๕ ปี ไม่เกิน ๓ คน	มากกว่า ๕ ปี ตั้งแต่ ๔ คนขึ้นไป

หมายเหตุ : คะแนนของข้อ ๔ คือ การนำคะแนนของทุกข้อมารวมกัน แล้วหารหาค่าเฉลี่ย