

ขอบเขตของงานจ้างผลิตและออกอากาศสื่อโทรทัศน์ : สปอตโทรทัศน์

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานประกันสังคมภายใต้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และนโยบายที่สำคัญของรัฐบาล มีภารกิจหลักในการให้ความคุ้มครองผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. ๒๕๓๓ ในกรณีประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยทุพพลภาพตาย คลอดบุตร สงเคราะห์บุตร ชราภาพ และว่างงาน นอกจากนี้สำนักงานประกันสังคมได้มีการพัฒนาระบบการให้บริการต่างๆ และการเพิ่มสิทธิประโยชน์ของกองทุนประกันสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่นสิทธิประโยชน์ในการตรวจสุขภาพของผู้ประกันตน การเพิ่มช่องทางการจ่ายเงินสมทบ และการรับสิทธิประโยชน์ผลการบริหารการลงทุน การให้บริการข้อมูลข่าวสาร รวมถึงมีการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายความคุ้มครองให้กับผู้ประกันตน ครอบคลุมแรงงานในระบบและแรงงานนอกระบบ จึงมีความจำเป็นต้องสื่อสารและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนในการปฏิบัติตามกฎหมาย และการใช้สิทธิประโยชน์ที่พึงรับได้อย่างครบถ้วน โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนในทุกระดับและทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

การประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อในปัจจุบันนั้น สื่อกระแสหลักยังคงมีความสำคัญโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนได้จำนวนมาก เข้าถึงในทุกพื้นที่ และการสื่อภาพและเสียงที่น่าสนใจจะทำให้เป็นที่จดจำได้ง่าย เกิดการสร้างการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานประกันสังคม

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจในสิทธิประโยชน์ของประกันสังคม รวมถึงข้อกฎหมาย และแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง

๒.๒ เพื่อส่งเสริมให้ นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ประกันตน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนทั่วไปเกิดความตระหนักถึงความสำคัญและทัศนคติที่ดีต่อระบบประกันสังคม

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ประกันตน

๓.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนทั่วไป

๔. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานประกันสังคม ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนหรือธนาคารหรือองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกันผลงานย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันยื่นเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องผลิตสปอตโฆษณาและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ รายละเอียดดังนี้

๕.๑ ผู้รับจ้างต้องผลิตสปอตโฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานประกันสังคมตามหัวข้อที่สำนักงานประกันสังคมกำหนดข้อ ๗.๔ โดยสื่อที่ผลิตต้องมีการกำกับภาพและเสียง รวมถึงการดำเนินเนื้อเรื่องโดยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในสื่อโฆษณา มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ มีแนวความคิดสร้างสรรค์ เป็นที่น่าจดจำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

๕.๒ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สปอตโฆษณาทางรายการที่ได้รับความนิยม เช่น รายการข่าว รายการวาไรตี้ หรือช่วงละครหลังข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและได้รับความนิยม เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 33 HD, 7HD, One, MONO 29, ThairathTV, Workpoint หรือ Amarin TV จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี แต่ไม่เกิน ๔ สถานี (มี Rating อยู่ในวงลำดับที่ ๑ - ๗ จากผลสำรวจการจัดอันดับความนิยมของผู้ชมเพศชาย และหญิงทั่วประเทศ อายุ ๑๕ ปีขึ้นไป จากการสำรวจของ AC Nielsen ประจำเดือนมกราคม ๒๕๖๕) ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง (๑ เรื่อง ไม่น้อยกว่า ๒ ช่อง) โดยกำหนดวันจันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๐๙.๐๐ น. หรือ ๑๑.๓๐ - ๑๓.๓๐ หรือ ๑๗.๐๐ - ๒๒.๓๐ น. และวันเสาร์ - อาทิตย์ ช่วงเวลา ๑๑.๓๐ - ๑๓.๓๐ น. หรือ ๑๙.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. ทั้งนี้ จะต้องออกอากาศอย่างน้อยวันละหนึ่งช่วงเวลา รายละเอียดดังนี้

๕.๒.๑ รายการมีระดับความนิยมของผู้ชม (Rating) ไม่น้อยกว่า ๒.๐ ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง

๕.๒.๒ รายการมีระดับความนิยมของผู้ชม (Rating) ไม่น้อยกว่า ๑.๐ ออกอากาศไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง

๕.๓ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สปอตโฆษณาทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ช่องทาง ต่อ ๑ ครั้ง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง เพื่อให้ นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ประกันตน และประชาชนทั่วไปเข้าถึงข่าวสารงานประกันสังคมมากขึ้น โดยตัวอย่างสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) เช่น YouTube, Blogger, Instagram, Twitter, Line, Tiktok หรือ Social Media ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในกระแสสังคม

๖. รายละเอียดการดำเนินงาน

๖.๑ ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนประชาสัมพันธ์ทั้งหมด (๑) แผนการผลิตและออกอากาศเสนอประเด็นเนื้อหาของประกันสังคมที่น่าสนใจ และกิจกรรมต่างๆ (๒) ค่าโครงการที่จะดำเนินการผลิต และรูปแบบในการนำเสนอ (๓) การประเมินผลสร้างการรับรู้ โดยให้สำนักงานประกันสังคมพิจารณาพร้อมหลักฐานที่ยืนยันได้ว่าผู้เสนอราคาสามารถออกอากาศได้ภายในวันและเวลาที่กำหนด

ทั้งนี้ สำนักงานประกันสังคมขอสงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงแผนประชาสัมพันธ์ในระหว่างดำเนินโครงการเพื่อความเหมาะสมต่อสถานการณ์หรือกรณีมีเหตุจำเป็น โดยจะแจ้งให้ผู้รับจ้างรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ผู้รับจ้างดำเนินการปรับแผนประชาสัมพันธ์

๖.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทีมงานหรือบุคลากร เข้าประสานงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ และตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาในการผลิตให้มีความถูกต้องครบถ้วนกับสำนักงานประกันสังคมอย่างสม่ำเสมอ ตลอดระยะเวลาของการดำเนินงาน

๖.๓ ผู้รับจ้างต้องจัดทำบทโทรทัศน์และ Story board สปอตโฆษณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณาเห็นชอบก่อนการผลิต ทั้งนี้ เนื้อหาของชิ้นงานสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน และได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานประกันสังคมก่อนผลิต

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องทำการผลิตสปอตโฆษณา ตัดต่อภาพ ลำดับภาพ บันทึกเสียงด้วยเทคนิคที่น่าสนใจ คมชัด สวยงาม ถูกต้องสมบูรณ์ และให้สำนักงานประกันสังคมพิจารณาเห็นชอบก่อนการออกอากาศ

๖.๕ การผลิตสปอตโฆษณาเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์หรือดิจิทัล ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาทุกอย่างที่เกิดขึ้นจากการผลิตทั้งหมด และลิขสิทธิ์ของผลงานทุกชิ้นงานที่ผู้รับจ้างจัดทำขึ้นทั้งหมดเป็นของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งจะนำไปออกอากาศหรือเผยแพร่ซ้ำอีกเมื่อใดก็ได้

๖.๖ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานพร้อมวิเคราะห์ผลการรับรู้และการเข้าถึงสื่อที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ออกอากาศ รวมทั้งเสนอแนะช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการรับรู้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อราชการในการดำเนินการวางแผนงานต่อไป

๖.๗ ในกรณีที่ผู้รับจ้างกำหนดการออกอากาศสื่อโทรทัศน์เรียบร้อยแล้ว หากต่อมาภายหลังผู้รับจ้างขอเปลี่ยนแปลงกำหนดการ สำนักงานประกันสังคมจะอนุมัติให้มีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะกรณีที่มีรายการถ่ายทอดสดหรือการถ่ายทอดรายการพิเศษของทางสถานี หรือกรณีเป็นเหตุสุดวิสัย หรือมีเหตุจำเป็นอื่นต้องปรับเปลี่ยน ต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรโดยระบุสาเหตุพร้อมแนบหลักฐานหรือหนังสือแจ้งการงดออกอากาศของสถานีด้วยทุกครั้ง ให้สำนักงานประกันสังคมเห็นชอบ ทั้งนี้ เหตุที่เกิดขึ้นนั้นต้องไม่เป็นความผิดของผู้รับจ้าง

๖.๘ การเปลี่ยนแปลงการออกอากาศ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการออกอากาศสื่อโทรทัศน์ชัดเจนครบถ้วนทางสถานีและรายการที่เสนอไว้ตามแผน หรือทางรายการอื่นใดที่มีอัตราค่าโฆษณาเทียบเท่าหรือไม่น้อยกว่ารายการเดิม โดยผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานประกันสังคมก่อนการเปลี่ยนแปลงการออกอากาศชัดเจน

๖.๙ ในกรณีที่ผู้รับจ้างกำหนดที่จะเผยแพร่ตามแผนประชาสัมพันธ์ และลงในสัญญาเรียบร้อยแล้ว ผู้รับจ้างจะเปลี่ยนแปลงรายการเผยแพร่สารคดีข่าวที่เสนอไม่ได้ ยกเว้นรายการสื่อโทรทัศน์นั้นถูกระงับหรือยกเลิกหรือกรณีเป็นเหตุสุดวิสัยหรือมีเหตุจำเป็นอื่นต้องปรับเปลี่ยน ต้องแจ้งสำนักงานประกันสังคมทราบเป็นลายลักษณ์อักษร และต้องหาสื่อโทรทัศน์อื่นที่มีความนิยมของสื่อเท่ากับหรือมากกว่าเดิมทดแทน โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ทั้งนี้ เหตุที่เกิดขึ้นนั้นต้องไม่เป็นความผิดของผู้รับจ้าง สำหรับกรณีเกิดข้อผิดพลาดและหากไม่เป็นไปตามสัญญาจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้างแต่ละงวด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าจะได้เผยแพร่ชัดเจน

๖.๑๐ ผู้รับจ้าง...

๖.๑๐ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในเรื่องภาพ เสียง หรือข้อความที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ในกรณีที่ต้องใช้ภาพ เสียง หรือข้อความที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย ก่อนดำเนินการเผยแพร่ หากมีการฟ้องร้องผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๖.๑๑ สื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นที่ผลิตขึ้น ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ผลิตเองโดยไม่คัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลงแก้ไขมาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น และถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ประกันสังคม ซึ่งสำนักงานประกันสังคมสามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานประกันสังคม เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน และเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานต้นฉบับพร้อมสำเนา แก่สำนักงานประกันสังคมทุกชิ้น

๗. เอกสารประกอบการพิจารณาคุณสมบัติผู้เสนอราคา

๗.๑ หนังสือรับรองผลงานและผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน หรือธนาคาร หรือองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกัน ย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันยื่นเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงาน และสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๗.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งแผนการออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์ เพื่อแสดงกำหนดเวลาช่องทางการเผยแพร่ที่แน่นอน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม โดยแผนการออกอากาศที่เสนอ ถือเป็นแผนการดำเนินงานจริง ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงรายการที่เสนอได้ ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแผนเพื่อความเหมาะสม ต้องผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานประกันสังคม โดยแนบเอกสาร ในวันยื่นเสนอราคา

๗.๓ หลักฐานการจัดอันดับความนิยมของผู้ชม (Rating) ของรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์ จากผลสำรวจการจัดอันดับความนิยมของผู้ชมเพศชายและหญิงทั่วประเทศ อายุ ๑๕ ปีขึ้นไป จากการสำรวจของ AC Nielsen ประจำเดือนมกราคม ๒๕๖๕ โดยแนบเอกสารในวันยื่นเสนอราคา

๗.๔ ตัวอย่าง Story board สปอตโฆษณา งานประกันสังคม ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง พร้อมคลิปอธิบาย Story board จัดส่งในรูปแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา โดยกำหนดเนื้อหาเกี่ยวกับงานประกันสังคม โดยเลือกเนื้อหาจากประเด็นดังนี้

- สิทธิประโยชน์ประกันสังคมของผู้ประกันตนตามมาตรา ๓๓ มาตรา ๓๔ และมาตรา ๔๐
- ประชาสัมพันธ์ช่องทาง e-Service และช่องทางการชำระเงินสมทบของผู้ประกันตนตามมาตรา ๓๓ มาตรา ๓๔ และมาตรา ๔๐

๗.๕ ตัวอย่าง Demo สปอตโฆษณา งานประกันสังคม ที่มีการตัดต่อภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง จัดส่งในรูปแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๗.๖ ตัวอย่างผลงานสปอตโฆษณาที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอที่มีการตัดต่อภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ตัวอย่าง จัดส่งในรูปแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๗.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งประวัติรายชื่อทีมงานและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลงานที่ผ่านมาพร้อมสำเนา หนังสือรับรองผลงาน ทั้งนี้ ให้สรุปผลงานที่ผ่านมาโดยใช้ตารางตามภาคผนวก ๑ และจัดทำเป็นรูปเล่ม ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๘. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สำนักงานประกันสังคม ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดแบ่งเป็นร้อยละ ดังนี้

๑) ราคาที่เสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๐

๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๖๐

โดยกำหนดน้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐

รายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

ทั้งนี้วิธีการประเมินปรากฏตามเอกสารในภาคผนวก ๒

| ข้อพิจารณา | น้ำหนักร้อยละ |
|--|---------------|
| ๑. แผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์และรูปแบบการนำเสนอรายการ โดยพิจารณาการให้คะแนนข้อเสนอด้านแผนการดำเนินงานที่สามารถแสดงความสมบูรณ์และความละเอียดครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน แผนการผลิตและเผยแพร่ที่สามารถดำเนินการได้จริง | ๔๐ |
| ๑.๑ แผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์และรูปแบบการนำเสนอรายการ การจัดทำแผนการผลิตสื่อโทรทัศน์รูปแบบสปอตโฆษณา | ๕ |
| ๑.๒ กลยุทธ์ในการเลือกสื่อโทรทัศน์ในการออกอากาศให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงประเด็น ผ่านทางรายการที่ได้รับความนิยมของสถานีโทรทัศน์ | ๕ |
| ๑.๓ แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ | ๓๐ |
| ๑.๓.๑ จำนวนครั้งในการเผยแพร่ออกอากาศสื่อโทรทัศน์ (น้ำหนักร้อยละ ๒๕) | |
| ๑.๓.๒ จำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ (น้ำหนักร้อยละ ๕) | |
| ๒. ตัวอย่างการนำเสนอสปอตโฆษณางานประกันสังคม | ๓๐ |
| ๒.๑ ตัวอย่าง Story board สปอตโฆษณางานประกันสังคม พร้อมคลิปอธิบาย Story board | ๑๐ |
| ๒.๒ ตัวอย่าง Demo สปอตโฆษณางานประกันสังคม ที่มีการตัดต่อภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ | ๑๕ |
| ๒.๓ ตัวอย่างผลงานสปอตโฆษณาที่ผ่านมา ที่มีการตัดต่อภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ | ๕ |
| ๓. ประสิทธิภาพของสื่อในการเผยแพร่ การเข้าถึงและความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาให้คะแนนจากอันดับเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และเรตติ้งของรายการที่เผยแพร่ออกอากาศทางโทรทัศน์ | ๒๕ |
| ๓.๑ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ออกอากาศ | ๑๐ |
| ๓.๒ เรตติ้งของรายการที่เผยแพร่ออกอากาศ (โทรทัศน์) | ๑๕ |
| ๔. ประวัติผลงานและทีมงาน ประวัติของบริษัท ความพร้อมของบุคลากร และผลงานที่ผ่านมา โดยพิจารณาให้คะแนนจากประวัติผลงานที่ผ่านมาประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง รวมถึงความพร้อมของบุคลากรในการดำเนินงาน โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ ทั้งนี้ต้องมีความเหมาะสมกับงานที่จ้างได้อย่างถูกต้องมากที่สุด | ๕ |
| รวม | ๑๐๐ |

สำนักงานทรวงไวซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เหมาะสมที่สุดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของสำนักงานเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งสำนักงานจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการ โดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลคลาดเคลื่อนหรือนิตินัยบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด จนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงาน จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่ยอมรับได้ สำนักงานมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ หรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงาน

๙. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๐. การส่งมอบงาน

สำนักงานประกันสังคมกำหนดให้ผู้รับจ้างส่งมอบงานให้กับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุจำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

๑) จัดส่งแผนประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ ชุด

๒) จัดส่งสโปตโฆษณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง พร้อมหนังสือยืนยันการส่งเทปตรวจ (ใบเซ็นเซอร์) เผยแพร่สโปตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง และเผยแพร่สโปตโฆษณา ทางสื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

๓) ต้นฉบับสโปตโฆษณา และบรรจุลง USB Flash Drives จำนวน ๒ ชุด

๔) จัดส่งหลักฐานแสดงการเผยแพร่ เช่น ใบมอนิเตอร์หรือหนังสือรับรองการออกอากาศ จากสถานีโทรทัศน์โดยใช้เอกสารตัวจริงที่สามารถตรวจสอบได้โดยระบุสถานี วันและเวลาที่ออกอากาศ จัดทำเป็น รูปเล่มให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด

๕) จัดส่งหลักฐานการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน ๒ ชุด

๖) ใบแจ้งหนี้ งวดที่ ๑

งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

๑) ดำเนินการเผยแพร่สโปตโฆษณาครบถ้วนตามแผนประชาสัมพันธ์

๒) จัดส่งหลักฐานแสดงการเผยแพร่ เช่น ใบมอนิเตอร์หรือหนังสือรับรองการออกอากาศ จากสถานีโทรทัศน์ โดยใช้เอกสารตัวจริงที่สามารถตรวจสอบได้โดยระบุสถานี วันและเวลาที่ออกอากาศ จัดทำเป็น รูปเล่มให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด

๓) จัดส่งหลักฐานการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน ๒ ชุด

๔) จัดทำรายงานสรุปผลการสร้างการรับรู้และการเข้าถึงสื่อที่ออกอากาศ จัดทำเป็นรูปเล่ม ให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด

๕) จัดทำไฟล์การส่งมอบงานทั้งหมดบรรจุลง USB Flash Drives จำนวน ๒ ชุด

๖) ใบแจ้งหนี้ งวดที่ ๒

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานตามข้อ ๑๐ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในแต่ละงวด หากเกินระยะเวลาที่กำหนดจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคางานจ้างแต่ละงวด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท และเมื่อเสร็จสิ้นโครงการให้บันทึกไฟล์ต้นฉบับลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด เพื่อมอบให้กับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๑๑. การจ่ายเงิน

สำนักงานประกันสังคมจะชำระเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง แบ่งออกเป็น ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ สำนักงานประกันสังคมจะจ่ายค่าจ้าง ๕๐% ตามที่ผู้รับจ้างส่งมอบงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานนั้นเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ สำนักงานประกันสังคมจะจ่ายค่าจ้าง ๕๐% ตามที่ผู้รับจ้างส่งมอบงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานครบถ้วนตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว

๑๒. วงเงินในการจัดหา

จำนวน ๑๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบสามล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๑๓. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือบางส่วนไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากสำนักงานประกันสังคม การที่ผู้รับจ้างได้จ้างช่วงงานไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพ้นหน้าที่ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืน ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่สำนักงานประกันสังคมเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วง

๑๔. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการเสนอราคาหรือผู้ได้รับการคัดเลือก ซึ่งได้ทำสัญญาจ้าง หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่สำนักงานประกันสังคมได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้ได้ติดตั้งเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๕. ผู้รับผิดชอบโครงการ

ฝ่ายข่าว ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน

โทรศัพท์ ๐ ๒๕๕๖ ๒๕๓๓ - ๔ โทรสาร ๐ ๒๕๒๕ ๒๘๘๗

E-mail : sso.news@hotmail.com

ภาคผนวก ๒

เกณฑ์พิจารณาให้คะแนน

๑. แผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์และรูปแบบการนำเสนอรายการ (น้ำหนักร้อยละ ๔๐) โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

๑.๑ แผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์และรูปแบบการนำเสนอรายการ การจัดทำแผนการผลิตสื่อโทรทัศน์ รูปแบบสποดโฆษณา (น้ำหนักร้อยละ ๕)

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|--|--|---|--|---|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| แผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์และรูปแบบการนำเสนอรายการที่มีประเด็น เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอตรงตามประเด็นและวัตถุประสงค์ที่กำหนด | <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์แต่ยังไม่ครบถ้วน - ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - แผนกลยุทธ์ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อ ขาดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความต่อเนื่องของการเผยแพร่ | <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - แต่แผนกลยุทธ์ยังขาดการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อ ขาดการวิเคราะห์ - กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความต่อเนื่องของการเผยแพร่ | <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - มีการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อ - แต่แผนกลยุทธ์ยังขาดการวิเคราะห์ - กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ และขาดความต่อเนื่องของการเผยแพร่ | <ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อโทรทัศน์สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - มีการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อ - มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ - มีความต่อเนื่องของการเผยแพร่ และมีความน่าสนใจ |

๑.๒ กลยุทธ์...

๑.๒ กลยุทธ์ในการเลือกสื่อโทรทัศน์ในการออกอากาศให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงประเด็น ผ่านทางรายการ ที่ได้รับความนิยมของสถานีโทรทัศน์ (น้ำหนักร้อยละ ๕) ดังนี้

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|--|---|--|--|--|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| กลยุทธ์ในการเลือกสื่อโทรทัศน์ในการออกอากาศให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงประเด็น ผ่านรายการ ที่ได้รับความนิยมทาง สถานีโทรทัศน์ | - มีการนำเสนอ กลยุทธ์ในการเลือก สื่อโทรทัศน์ในการ ออกอากาศให้ตรง กลุ่มเป้าหมาย - ขาดการวิเคราะห์ สถานการณ์ และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ไม่ชัดเจน ไม่สามารถปฏิบัติ ได้จริง | - มีการนำเสนอ กลยุทธ์ในการเลือก สื่อโทรทัศน์ในการ ออกอากาศให้ตรง กลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์ สถานการณ์ และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ไม่ชัดเจน ไม่สามารถปฏิบัติ ได้จริง | - มีการนำเสนอ กลยุทธ์ในการเลือก สื่อโทรทัศน์ในการ ออกอากาศให้ตรง กลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์ สถานการณ์ และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ชัดเจน สามารถปฏิบัติ ได้จริง | - มีการนำเสนอ กลยุทธ์ในการเลือก สื่อโทรทัศน์ในการ ออกอากาศให้ตรง กลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์ สถานการณ์ และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ชัดเจน สามารถปฏิบัติ ได้จริง - มีการประเมินผล วิเคราะห์ และวัด ประสิทธิภาพการรับรู้ ของสื่อโทรทัศน์ |

๑.๓ แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (น้ำหนักร้อยละ ๓๐) ดังนี้

๑.๓.๑ จำนวนครั้งในการเผยแพร่ออกอากาศสื่อโทรทัศน์ (น้ำหนักร้อยละ ๒๕)

| ประเด็น | คะแนน | |
|---|---|--|
| | ๑ - ๙๙.๙๙ | ๑๐๐ |
| จำนวนครั้งในการเผยแพร่ ออกอากาศสื่อโทรทัศน์ | คำนวณจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่ ออกอากาศสื่อโทรทัศน์ในลำดับ รองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์ | คำนวณจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่ ออกอากาศสื่อโทรทัศน์ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมามากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน |

๑.๓.๒ จำนวนครั้งในการเผยแพร่สื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ (น้ำหนักร้อยละ ๕)

| ประเด็น | คะแนน | |
|--|--|---|
| | ๑ - ๙๙.๙๙ | ๑๐๐ |
| จำนวนครั้งในการเผยแพร่ สื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ | คำนวณจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่ สื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนน ตามสัดส่วนโดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์ | คำนวณจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่ สื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมามากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน |

๒. ตัวอย่างการนำเสนอสปอตโฆษณางานประกันสังคม (น้ำหนักร้อยละ ๓๐) พิจารณาดังนี้
 ๒.๑ ตัวอย่าง Story board สปอตโฆษณางานประกันสังคม (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|--|--|--|---|---|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| ๑. ส่วนประกอบของ Story board | - จัดทำ Story board น้อยกว่าหรือเท่ากับ๗ชิ้น | - จัดทำ Story board ๘ ชิ้น | - จัดทำ Story board ระหว่าง ๙ – ๑๐ ชิ้น | - จัดทำ Story board ตั้งแต่ ๑๑ ชิ้นขึ้นไป |
| ๒. มีเนื้อหาสาระถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กำหนด | - Story board มีจำนวนชิ้นที่มีเนื้อหาถูกต้องน้อยกว่าร้อยละ ๖๐.๐๐ ของจำนวนชิ้นทั้งหมด | - Story board มีจำนวนชิ้นที่มีเนื้อหาถูกต้องร้อยละ ๖๐.๐๐ – ๗๙.๙๙ ของจำนวนชิ้นทั้งหมด | - Story board มีจำนวนชิ้นที่มีเนื้อหาถูกต้องร้อยละ ๘๐.๐๐ – ๙๙.๙๙ ของจำนวนชิ้นทั้งหมด | - Story board มีจำนวนชิ้นที่มีเนื้อหาถูกต้อง ร้อยละ ๑๐๐ ของจำนวนชิ้นทั้งหมด |
| ๓. การเรียงลำดับเนื้อหา | - การเรียงลำดับ เนื้อหายังไม่มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กันเท่าที่ควร | - การเรียงลำดับ เนื้อหา มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน | - การเรียงลำดับ เนื้อหา มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงภาพ และเรียงลำดับภาพ แต่ละชิ้นให้สามารถถ่ายทอดความคิด เนื้อหา เรื่องราว อย่างมีระบบ | - การเรียงลำดับ เนื้อหา มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงภาพ และเรียงลำดับภาพ แต่ละชิ้น ให้สามารถถ่ายทอดความคิด เนื้อหา เรื่องราวอย่างมีระบบ และครบถ้วน - การนำเสนอ มีความโดดเด่น น่าสนใจ กระตุ้นชวนให้ติดตาม |
| ๔. การใช้ภาษาและภาพประกอบ | - มีการใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ยังไม่ถูกต้อง เท่าที่ควร | - มีการใช้ภาษา และภาพประกอบ ในการสื่อความหมาย ถูกต้อง เหมาะสม | - การใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหาตาม ประเด็นที่เลือก | การใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหาตามประเด็นที่เลือก - มีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นที่น่าจดจำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย |

หมายเหตุ : คะแนนของข้อ ๒.๑ คือ การนำคะแนนของทุกข้อมารวมกัน แล้วหารหาค่าเฉลี่ย

๒.๒ ตัวอย่าง Demo สปอตโฆษณางานประกันสังคม (น้ำหนักร้อยละ ๑๕)

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|---------------------------|---|--|--|--|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| ๑. การเรียงลำดับเนื้อหา | - การเรียงลำดับเนื้อหา ยังไม่มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กันเท่าที่ควร | - การเรียงลำดับเนื้อหา มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน | - การเรียงลำดับเนื้อหา มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงภาพและเรียงลำดับภาพแต่ละช็อตให้สามารถถ่ายทอดความคิด เนื้อหาเรื่องราวอย่างมีระบบและครบถ้วน | - การเรียงลำดับเนื้อหา มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงภาพและเรียงลำดับภาพแต่ละช็อตให้สามารถถ่ายทอดความคิด เนื้อหา เรื่องราวอย่างมีระบบและครบถ้วน - การนำเสนอมีความโดดเด่น น่าสนใจกระตุ้นชวนให้ติดตาม |
| ๒. การใช้ภาษาและภาพประกอบ | - มีการใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ยังไม่ถูกต้องเท่าที่ควร | - การใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ถูกต้องเหมาะสม | - การใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหาตามประเด็นที่เลือก | - การใช้ภาษาและภาพประกอบในการสื่อความหมาย ถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหาตามประเด็นที่เลือก - มีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ เป็นที่น่าจดจำ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย |

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|-----------------------------|--|---|---|--|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| ๓. การใช้เทคนิคการตัดต่อภาพ | - การวางจำนวนเฟรมภาพ และเสียงยังไม่เหมาะสมในแต่ละซีน - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องสั้นไปหรือยาวเกินไป ทำให้ไม่น่าสนใจ | - มีการวางจำนวนเฟรมภาพ และเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - แต่การนำเสนอในแต่ละซีน ยังไม่เกิดความกลมกลืน ยังไม่น่าสนใจและไม่น่าจดจำ | - มีการวางจำนวนเฟรมภาพ และเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละซีน มีความกลมกลืน น่าสนใจ | - มีการวางจำนวนเฟรมภาพ และเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละซีน มีความกลมกลืน น่าสนใจ และน่าจดจำ - ผู้ชมดูแล้วรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับงานที่นำเสนอ (เช่น สนุก ตลก เศร้า สงสาร ฯลฯ) |

หมายเหตุ : คะแนนของข้อ ๒.๒ คือ การนำคะแนนของทุกข้อมารวมกัน แล้วหารหาค่าเฉลี่ย

๒.๓ ตัวอย่างผลงานสปอตโฆษณาที่ผ่านมา (น้ำหนักร้อยละ ๕)

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|--|--|---|---|--|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| เนื้อหาเกี่ยวข้อง มีความถูกต้องของข้อมูล ความน่าสนใจ การลำดับเรื่อง ความชัดเจนของเนื้อหา และกระชับเข้าใจง่าย | - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียง ยังไม่เหมาะสมในแต่ละซีน - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องสั้นไป หรือยาวไป | - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียง เหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - แต่การนำเสนอในแต่ละซีน ยังไม่กลมกลืน ไม่น่าสนใจและไม่น่าจดจำ | - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละซีน กลมกลืน น่าสนใจ | - ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียง เหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละซีนกลมกลืน - การดำเนินเรื่อง น่าสนใจ และน่าจดจำ - มีเทคนิคการเล่าเรื่อง น่าสนใจ ผู้ชมดูแล้วรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับงานที่นำเสนอ (เช่น สนุก ตลก เศร้า สงสาร ฯลฯ) |

๓. ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ การเข้าถึงและความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย (น้ำหนักร้อยละ ๒๕)

๓.๑ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ออกอากาศ (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)

| ประเด็น | คะแนน | |
|---|---|--|
| | ๑ - ๙๙.๙๙ | ๑๐๐ |
| เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ออกอากาศ | คำนวณเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ออกอากาศในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์ | คำนวณเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ออกอากาศที่ผู้ยื่นข้อเสนอมาดีที่สุดได้ ๑๐๐ คะแนน |

๓.๒ เรตติ้งของรายการที่เผยแพร่ ออกอากาศ (โทรทัศน์) (น้ำหนักร้อยละ ๑๕)

| ประเด็น | คะแนน | |
|--|---|---|
| | ๑ - ๙๙.๙๙ | ๑๐๐ |
| เรตติ้งของรายการที่เผยแพร่ ออกอากาศ (โทรทัศน์) | คำนวณเรตติ้งของรายการที่เผยแพร่ ออกอากาศในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วน โดยใช้หลักบัญญัติไตรยางศ์ | คำนวณเรตติ้งของรายการที่เผยแพร่ ออกอากาศที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมา ดีที่สุดได้ ๑๐๐ คะแนน |

๔. ประวัติผลงานและทีมงาน (น้ำหนักร้อยละ ๕)

| ประเด็น | คะแนน | | | |
|---|---|---|---|--|
| | ๒๕ | ๕๐ | ๗๕ | ๑๐๐ |
| ๑. ประวัติผลงานของบริษัท (อ้างอิงจากรายการภาคผนวก ๑) | เสนอตัวอย่างผลงาน แต่ไม่เกี่ยวข้อง หรือไม่สามารถ เชื่อมโยงกับ โครงการ | เสนอตัวอย่างผลงาน ที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ ต่อโครงการ จำนวน ๑ เรื่อง | เสนอตัวอย่างผลงาน ที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ ต่อโครงการ จำนวน ๒ เรื่อง | เสนอตัวอย่างผลงาน ที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ ต่อโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เรื่อง |
| ๒. ประวัติของทีมงานที่เสนอมา มีความรู้ความสามารถและ ประสบการณ์ในการทำงาน ด้านสื่อโทรทัศน์ | 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
