

ขอบเขตของงานจ้างผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอ ชุดความรู้งานกองทุนเงินทดแทน

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานประกันสังคม โดยสำนักงานกองทุนเงินทดแทน มีภารกิจบริหารงานของกองทุนเงินทดแทน ที่ให้ความคุ้มครองในการจ่ายเงินทดแทนให้แก่ลูกจ้างแทนนายจ้างในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย ทุพพลภาพ ตายหรือสูญหาย สูญเสียอวัยวะหรือสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานของร่างกาย อันเนื่องมาจากการทำงาน ให้แก่นายจ้าง รวมถึงภารกิจส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้างในสถานประกอบการ สาเหตุที่ประสบอันตราย อันเกิดจากเครื่องมือ เครื่องจักร และพฤติกรรมของลูกจ้างถือเป็นส่วนสำคัญในการปฏิบัติงานของลูกจ้างที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุ เครื่องจักรที่มีอายุการใช้งานนานขาดการบำรุงที่ได้อย่างเพียงพอ หรือการไม่มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายหรือมีแต่ไม่มีคุณภาพ ประกอบกับพฤติกรรมของลูกจ้างที่ขาดความรู้และการเอาใจใส่ด้วยความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้ง การบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบการที่ดี ล้วนเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดอุบัติเหตุจากการทำงานทั้งสิ้น รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม และการอบรมขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อความปลอดภัย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน หรือโรคจากการทำงานได้ พร้อมทั้งสำนักงานได้ดำเนินการปฏิรูปกองทุนเงินทดแทน แก้อไข ปรับปรุงระเบียบ แนวปฏิบัติ และข้อกำหนดต่างๆ เพื่อสวัสดิการและคุณภาพชีวิตของแรงงาน ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ ในปัจจุบัน

เพื่อให้การดำเนินการภารกิจของสำนักงานกองทุนเงินทดแทนเกิดประสิทธิภาพ รวมถึงเพื่อประโยชน์ แก่นายจ้าง ลูกจ้าง และประชาชนทั่วไป ให้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ทดแทนที่พึงได้รับ และข้อปฏิบัติตามกฎหมายต่างๆ จึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีส่วนสำคัญอย่างมากในการสื่อสาร แก่ประชาชน ซึ่งในปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทางสื่อสารธารณะ โดยทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) เป็นเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์กองทุนเงินทดแทน ที่สามารถเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร สู่ประชาชนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ สำนักงานประกันสังคมอีกด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ให้นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนทั่วไป มีความรู้ความเข้าใจ ในสิทธิที่พึงได้รับ และรวมถึงมีความเข้าใจในขั้นตอนการขึ้นทะเบียน การนำส่งเงินสมทบ การขอรับเงินทดแทน และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นสาระสำคัญของงานกองทุนเงินทดแทน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตามขั้นตอน และตามข้อบังคับทางกฎหมายได้อย่างถูกต้อง

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บทบาท ภารกิจงานกองทุนเงินทดแทน สะท้อนคุณค่าเข้าถึงประชาชน และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานประกันสังคม

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ นายจ้าง ลูกจ้าง

๓.๒ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนทั่วไป

๔. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง กำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐ ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ ภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ประกันสังคม ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคา อย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอ ได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงานสิ่งของ หรือมูลค่า ตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า

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

๔.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๔.๑๒.๑ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว 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 ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท
- (๓) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท
- (๔) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท
- (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 ต้องมีทุน
จดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๖๐ ล้านบาท
- (๘) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๓๐๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุน
จดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ล้านบาท
- (๙) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕๐๐ ล้านบาทขึ้นไป ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า
๒๐๐ ล้านบาท

๔.๑๒.๓ สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา โดยพิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔.๑๒.๔ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

๔.๑๒.๕ กรณี...

๔.๑๒.๕ กรณีตามข้อ ๔.๑๒.๑ - ๔.๑๒.๔ ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

(๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลบังคับใช้

๔.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่เป็นผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนหรือธนาคาร หรือองค์กรขนาดใหญ่ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกัน ผลงานย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวันยื่นเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๕. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องผลิตคลิปวิดีโอ ชุดความรู้งานกองทุนเงินทดแทน และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยสื่อสารได้ชัดเจน มีรูปแบบที่สร้างสรรค์ สวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ รายละเอียดดังนี้

๕.๑ ผู้รับจ้างต้องผลิตคลิปวิดีโอ ชุดความรู้งานกองทุนเงินทดแทน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ เรื่อง และเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานกองทุนเงินทดแทน หรือหัวข้อที่สำนักงานประกันสังคมกำหนด

๕.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำคลิปวิดีโอ ชุดความรู้งานกองทุนเงินทดแทน ๒ รูปแบบ ได้แก่ วิดีโอแบบแนวตั้ง และวิดีโอแบบแนวนอน

๕.๓ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คลิปวิดีโอ ชุดความรู้งานกองทุนเงินทดแทนผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ของสำนักงานประกันสังคม เช่น YouTube Instagram Facebook Twitter หรือ Tiktok เป็นต้น โดย ๑ คลิปการผลิต ต้องเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒ แพลตฟอร์ม โดยต้องมีอย่างน้อย ๑ แพลตฟอร์มที่ผู้รับจ้างเลือกดำเนินการเผยแพร่ ต้องมีจำนวนผู้เข้าชมคลิปวิดีโอ ชุดความรู้งานกองทุนเงินทดแทน ไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ การเข้าชม (View) ต่อ ๑ คลิปที่ผลิต (การนับจำนวนผู้เข้าชม (View) ต้องไม่นำจำนวนผู้เข้าชม (View) แต่ละแพลตฟอร์มมานับรวมกัน) เพื่อเพิ่มโอกาสการมองเห็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานกองทุนเงินทดแทน ให้กับนายจ้าง ลูกจ้าง และประชาชนทั่วไปที่เพิ่มมากขึ้น

๖. รายละเอียดการดำเนินงาน

๖.๑ หน่วยงานของรัฐต้องให้คู่สัญญาจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงาน ตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีการเข้าสัญญาที่มีอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือสัญญาที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๖.๒ ผู้รับจ้าง...

๖.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการผลิตและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) โดยจัดทีมงานหรือบุคลากรเข้าประสานงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมตามภารกิจ แผนงาน การดำเนินโครงการสำคัญของสำนักงานประกันสังคม เพื่อประสิทธิภาพการรับรู้ข่าวสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ภายใน ๑๕ วันทำการ หลังจากการลงนามในสัญญาจ้างเรียบร้อยแล้ว

๖.๓ ผู้รับจ้างต้องศึกษารายละเอียดงาน กิจกรรม โครงการให้เข้าใจ พร้อมทั้งเตรียมทีมงานที่มีความสามารถและประสบการณ์ในภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อทำหน้าที่หาข้อมูลและติดต่อประสานงานในขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้โดยตรงตลอดโครงการตามสัญญา

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์ เช่น การเขียนบทหรือการผลิตคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ก่อนการนำไปเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในแต่ละครั้งได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๖.๕ ผู้รับจ้างต้องทำคลิปวิดีโอขึ้นใหม่ โดยใช้ข้อมูลกราฟิก เทคนิคการสร้างภาพ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ มีการนำเสนอที่สร้างสรรค์เหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ เรื่องราว สถานที่ได้อย่างครอบคลุม ชัดเจน ครบถ้วน เกิดความน่าสนใจของภาพ หากต้องใช้ฟุตเทจที่ถ่ายทอดหรือทำไว้อยู่แล้ว ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สามารถใช้ได้เฉพาะกรณีจำเป็น และจะต้องมีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่เสนอ ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ก่อนทุกครั้ง

๖.๖ รูปแบบของผลงานที่ผลิตและเผยแพร่ต้องมีเนื้อหาสอดคล้องกับภารกิจของกองทุนเงินทดแทนมีความชัดเจน ในเนื้อหาที่นำเสนอ สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

๖.๗ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในกรณีนำเสนอเนื้อหาที่ผิดพลาด และจะต้องดำเนินการชี้แจงหรือแก้ไขให้ถูกต้องโดยด่วน และการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นนั้นจะไม่นำมานับรวมเป็นชิ้นงาน

๖.๘ ผลงานที่ผู้รับจ้างจัดทำและผลิต เมื่อเผยแพร่แล้วให้อือเป็นลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องตามกฎหมายของผู้ว่าจ้างที่สามารถนำไปเผยแพร่ซ้ำได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

๖.๙ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน โดยจัดทำแบบสำรวจพร้อมวิเคราะห์ผลการรับรู้ และวิเคราะห์การเข้าถึงสื่อที่ได้ดำเนินการเผยแพร่ รวมทั้งเสนอแนะช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการรับรู้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อราชการในการดำเนินการวางแผนงานต่อไป

๖.๑๐ ในกรณีที่ผู้รับจ้างดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา ผู้รับจ้างส่งมอบงานต่อสำนักงานประกันสังคม พร้อมแสดงหลักฐานต่างๆ เช่น หลักฐานการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) และรายงานผลอย่างละเอียดเป็นภาษาไทย จัดทำเป็นรูปเล่มรายงานให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด พร้อมรวบรวมไฟล์ผลงานต้นฉบับและไฟล์เล่มรายงานลง External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด เสนอต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๖.๑๑ ในกรณีที่ผู้รับจ้างกำหนดที่จะเผยแพร่ตามแผนประชาสัมพันธ์ และลงนามในสัญญาเรียบร้อยแล้ว ผู้รับจ้างจะเปลี่ยนแปลงรายการสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่เสนอไม่ได้ ยกเว้นสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) นั้นถูกระงับหรือยกเลิก หรือกรณีเป็นเหตุสุดวิสัย หรือมีเหตุจำเป็นอื่นต้องปรับเปลี่ยน ต้องแจ้งสำนักงานประกันสังคมทราบเป็นลายลักษณ์อักษรและต้องหาสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) อื่นที่มีความนิยมของสื่อเท่ากับหรือมากกว่าเดิมทดแทน

โดยผ่านความ...

โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ทั้งนี้ เหตุที่เกิดขึ้นนั้นต้องไม่เป็นความผิดของผู้รับจ้าง สำหรับกรณีเกิดข้อผิดพลาดและหากไม่เป็นไปตามสัญญาจะต้องถูกปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้างแต่ละงวด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท จนกว่าจะได้เผยแพร่ชดเชย

๖.๑๒ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในเรื่องภาพ เสียง หรือข้อความที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ในกรณีที่ต้องใช้ภาพ เสียง หรือข้อความที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย ก่อนดำเนินการเผยแพร่ หากมีการฟ้องร้อง ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๗. เอกสารประกอบการพิจารณาคูสมบัตินำเสนอราคา

๗.๑ หนังสือรับรองผลงานและผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) เป็นผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน หรือธนาคาร หรือองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกัน ย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี นับถึงวัน ยื่นเสนอราคา โดยแนบหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๗.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ประกอบด้วยรายชื่อสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่เผยแพร่ จำนวนผู้ติดตามสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่เสนอ ความน่าสนใจของสื่อที่เผยแพร่ จำนวนครั้งของการเผยแพร่ของแต่ละสื่อ โดยแผนประชาสัมพันธ์ที่เสนอมามีเป็นแผนการดำเนินงานจริง ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงรายการที่เสนอได้ เว้นแต่จะเป็นความเห็นชอบจากสำนักงานประกันสังคมในการปรับปรุงแผน เพื่อความเหมาะสม โดยแนบเอกสารในวันที่ยื่นเสนอราคา

๗.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผลิตตัวอย่างคลิปปิดิโอประชาสัมพันธ์ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับงานกองทุนเงินทดแทน ในประเด็น “ความคุ้มครองกรณีลูกจ้างประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานและวิธีการแจ้งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Compensate)” จำนวน ๑ ตัวอย่าง เพื่อประกอบการพิจารณาและจัดส่ง ในรูปแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๗.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งตัวอย่างผลงานคลิปปิดิโอประชาสัมพันธ์ หรืองานที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาที่มีการติดต่อภาพ และเนื้อหาที่น่าสนใจ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ ตัวอย่าง จัดส่งในรูปแบบ USB Flash Drive ให้คณะกรรมการพิจารณา ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา โดยจะต้องแสดงเอกสารหลักฐานการจัดทำ หรือร่วมจัดทำผลงานที่น่าเสนอด้วย

๗.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งประวัติรายชื่อทีมงานและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลงานที่ผ่านมา พร้อมสำเนา หนังสือรับรองผลงาน ทั้งนี้ ให้สรุปผลงานที่ผ่านมาโดยใช้ตารางตามภาคผนวก ๑ และจัดทำเป็นรูปเล่ม ภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันที่เสนอราคา

๘. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สำนักงานประกันสังคม ใช้หลักเกณฑ์การประเมินราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดแบ่งเป็นร้อยละ ดังนี้

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

โดยกำหนดน้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับ ร้อยละ ๑๐๐

รายละเอียด...

รายละเอียดของเกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

ทั้งนี้ วิธีการประเมินปรากฏตามเอกสารในภาคผนวก ๒

ข้อพิจารณา	น้ำหนักร้อยละ
๑. แผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) และรูปแบบการนำเสนอรายการ โดยพิจารณาการให้คะแนนข้อเสนอด้านแผนการดำเนินงานที่สามารถแสดงความสมบูรณ์และความละเอียด ครบถ้วนของแผนการดำเนินงาน แผนการผลิตและเผยแพร่ที่สามารถดำเนินการได้จริง	๖๐
๑.๑ แผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) และรูปแบบการนำเสนอรายการ การจัดทำแผนการผลิต	๕
๑.๒ กลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตรงประเด็นผ่านสื่อที่ได้รับความนิยม	๕
๑.๓ แผนการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ๑.๓.๑ จำนวนการผลิต โดยพิจารณาจากจำนวนการผลิตคลิปวิดีโอ (น้ำหนักร้อยละ ๑๐) ๑.๓.๒ จำนวนครั้งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) โดยพิจารณาจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คลิปวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) (น้ำหนักร้อยละ ๒๐) ๑.๓.๓ การจัดลำดับเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) โดยพิจารณาให้คะแนนจากจำนวนผู้ติดตามของสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)	๕๐
๒. ตัวอย่างการนำเสนองานที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย)	๓๕
๒.๑ ตัวอย่างคลิปวิดีโอ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับงานกองทุนเงินทดแทน	๒๐
๒.๒ ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา โดยส่งตัวอย่างผลงานคลิปประชาสัมพันธ์หรืองานที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมา ที่มีการติดต่อภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ	๑๕
๓. ประวัติผลงานและทีมงาน ประวัติของบริษัท ความพร้อมของบุคลากร และผลงานที่ผ่านมา โดยพิจารณาให้คะแนนจากประวัติผลงานที่ผ่านมาประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง รวมถึงความพร้อมของบุคลากรในการดำเนินงาน โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ ทั้งนี้ต้องมีความเหมาะสมกับงานที่จ้างได้อย่างถูกต้องมากที่สุด	๕
รวม	๑๐๐

สำนักงานทรวงไวซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของสำนักงานเป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งสำนักงานจะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และลงโทษผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตามหากมีเหตุที่เชื่อถือว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ชื่อบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำที่สุด จนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงานจะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ สำนักงานมีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากสำนักงาน

๙. ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินงาน ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๑๐. การส่งมอบงาน

สำนักงานประกันสังคมกำหนดให้ผู้รับจ้างส่งมอบงานให้กับคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ จำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

๑) จัดส่งแผนการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ ชุด

๒) ผู้รับจ้างต้องผลิตวิดีโอและเผยแพร่สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ เรื่อง และเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง

๓) จัดส่งสคริปต์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) พร้อมระบุชื่อเรื่อง วันเวลา จัดทำรูปเล่มให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด

๔) จัดส่งต้นฉบับและสำเนาหลักฐานการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ทั้งหมดที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด

๕) จัดส่งหนังสือส่งมอบงาน/ใบแจ้งหนี้ งวดที่ ๑

งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการ ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ดังนี้

๑) ผู้รับจ้างต้องผลิตวิดีโอและเผยแพร่สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ เรื่อง และเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ครั้ง

๒) จัดส่งสคริปต์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) พร้อมระบุชื่อเรื่อง วันเวลา จัดทำรูปเล่มให้เรียบร้อย จำนวน ๒ ชุด

๓) จัดส่งต้นฉบับและสำเนาหลักฐานการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ทั้งหมดที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด

๔) ผู้รับจ้างต้องวิเคราะห์และวัดผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารงานกองทุนทดแทนให้สำนักงานประกันสังคม เมื่องานเสร็จสิ้นแล้วลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด

๕) จัดส่งหนังสือส่งมอบงาน/ใบแจ้งหนี้ งวดที่ ๒

สื่อประชาสัมพันธ์...

สื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นที่ผลิตขึ้น บริษัทฯ ต้องเป็นผู้ผลิตเองโดยไม่คัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลง แก้ไขมาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น และถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานประกันสังคม ซึ่งสำนักงานประกันสังคมสามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ในกรณีที่บริษัทฯ มีความประสงค์จะนำไปใช้ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานประกันสังคม เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน และเมื่อสิ้นสุดการดำเนินการบริษัทฯ จะต้องส่งมอบงานต้นฉบับพร้อมสำเนาแก่สำนักงานประกันสังคมทุกชิ้น และบันทึกไฟล์ต้นฉบับลงใน External Hard Disk จำนวน ๒ ชุด เพื่อมอบให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดส่งเอกสารหลักฐานตามข้อ ๑๐ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในแต่ละงวด หากเกินระยะเวลาที่กำหนดจะต้องถูกปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคางานจ้างแต่ละงวด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๑. การจ่ายเงิน

สำนักงานประกันสังคมจะชำระเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง แบ่งออกเป็น ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ สำนักงานประกันสังคมจะจ่ายค่าจ้าง ๕๐% ตามที่ผู้รับจ้างส่งมอบงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานนั้นเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ สำนักงานประกันสังคมจะจ่ายค่าจ้าง ๕๐% ตามที่ผู้รับจ้างส่งมอบงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานครบถ้วนตามสัญญาเรียบร้อยแล้ว

๑๒. วงเงินในการจัดหา

จำนวน ๒,๒๕๐,๐๐๐ บาท (สองล้านสองแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๑๓. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือบางส่วนไปจ้างช่วงอีกทอดหนึ่ง เว้นแต่การจ้างได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากสำนักงานประกันสังคม การที่ผู้รับจ้างได้จ้างช่วงงานไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือพันธะหน้าที่ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงทุกประการ กรณีผู้รับจ้างไปจ้างช่วงงานแต่บางส่วนโดยฝ่าฝืน ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่สำนักงานประกันสังคมเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วง

๑๔. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้ชนะการเสนอราคาหรือผู้ได้รับการคัดเลือก ซึ่งได้ทำสัญญาจ้าง หรือทำข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานจ้างที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี นับถัดจากวันที่สำนักงานประกันสังคมได้รับมอบงาน โดยต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้ได้ดังเดิมภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับความชำรุดบกพร่อง

๑๕. ผู้รับผิดชอบโครงการ

ฝ่ายนิเทศ ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน

โทรศัพท์ ๐ ๒๙๕๖ ๒๕๓๖ - ๗ โทรสาร ๐ ๒๕๒๕ ๔๒๓๗

E-mail : nited.sso@gmail.com

ภาคผนวก ๒

รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน

๑. แผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) และรูปแบบการนำเสนอรายการ (น้ำหนักร้อยละ ๖๐)

๑.๑ แผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) และรูปแบบการนำเสนอรายการ การจัดทำแผนการผลิต (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
แผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) และรูปแบบการนำเสนอรายการที่มีประเด็นเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอตรงตามประเด็นและวัตถุประสงค์ที่กำหนด	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) แต่ยังไม่ครบถ้วน ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - แผนกลยุทธ์ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อขาดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความต่อเนื่องของการเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - แต่แผนกลยุทธ์ยังขาดการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อขาดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความต่อเนื่องของการเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - มีการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อ - แต่แผนกลยุทธ์ยังขาดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ ตลอดจนขาดความต่อเนื่องของการเผยแพร่ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) สามารถนำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ - มีการวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมในการใช้สื่อ - มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น พฤติกรรมการรับสื่อ การเลือกใช้สื่อ - มีความต่อเนื่องของการเผยแพร่ และมีความน่าสนใจ

๑.๒ กลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ตรงประเด็นผ่านสื่อที่ได้รับความนิยม (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
กลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงประเด็น	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - ขาดการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ไม่ชัดเจน ไม่สามารถปฏิบัติได้จริง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ไม่ชัดเจน ไม่สามารถปฏิบัติได้จริง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย - กลยุทธ์ชัดเจน สามารถปฏิบัติได้จริง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอกลยุทธ์ในการเลือกสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย - มีการวิเคราะห์และวัดประสิทธิภาพการรับรู้ของสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย)

๑.๓ แผนการผลิต...

๑.๓ แผนการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) (น้ำหนักร้อยละ ๕๐)

๑.๓.๑ จำนวนการผลิต (น้ำหนักร้อยละ ๑๐)

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
จำนวนการผลิต	คำนวณจากจำนวนการผลิตคลิปวิดีโอในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วนโดยใช้หลักบัญชีไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนการผลิตคลิปวิดีโอที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมามากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน

๑.๓.๒ จำนวนครั้งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
จำนวนครั้งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คลิปวิดีโอ ผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย)	คำนวณจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วนโดยใช้หลักบัญชีไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนครั้งในการเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมามากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน

๑.๓.๓ การจัดลำดับเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)

ประเด็น	คะแนน	
	๑ - ๙๙.๙๙	๑๐๐
จำนวนผู้ติดตามสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	คำนวณจากจำนวนผู้ติดตามสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ในลำดับรองลงมา ซึ่งจะได้คะแนนตามสัดส่วนโดยใช้หลักบัญชีไตรยางศ์	คำนวณจากจำนวนผู้ติดตามสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ที่ผู้ยื่นข้อเสนอเสนอมามากที่สุด ได้ ๑๐๐ คะแนน

๒.ตัวอย่าง...

๒. ตัวอย่างการนำเสนองานที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) (น้ำหนักร้อยละ ๓๕) โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

๒.๑ ตัวอย่างคลิปวิดีโอ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับงานกองทุนเงินทดแทน (น้ำหนักร้อยละ ๒๐)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
๑. การเรียงลำดับเนื้อหา	- การเรียงลำดับเนื้อหายังไม่มีความสัมพันธ์กันเท่าที่ควร	- การเรียงลำดับเนื้อหามีความสัมพันธ์กัน	- การเรียงลำดับเนื้อหามีความสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงและเรียงลำดับให้สามารถถ่ายทอดความคิดเนื้อหาเรื่องราวอย่างมีระบบ - มีเทคนิคในการนำเสนอที่น่าสนใจ	- การเรียงลำดับเนื้อหามีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน - มีการเชื่อมโยงและเรียงลำดับให้สามารถถ่ายทอดความคิดเนื้อหาเรื่องราวอย่างมีระบบและครบถ้วน - มีเทคนิคในการนำเสนอที่น่าสนใจ - ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การนำเสนอมีความโดดเด่น น่าสนใจ กระตุ้นชวนให้ติดตาม
๒. การใช้เทคนิคการติดต่อเสียง	- การวางเสียงยังไม่เหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องสั้นไปหรือยาวเกินไปทำให้ไม่น่าสนใจ	- มีการวางเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - แต่การนำเสนอในแต่ละช่วง ยังไม่เกิดความกลมกลืนยังไม่ น่าสนใจและไม่ น่าจดจำ	- มีการวางเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละช่วง มีความกลมกลืน น่าสนใจ - การดำเนินเรื่อง น่าสนใจ	- มีการวางเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละช่วง มีความกลมกลืน น่าสนใจ และน่าจดจำ - มีเทคนิคในการนำเสนอที่น่าสนใจ - ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การนำเสนอมีความโดดเด่น น่าสนใจ กระตุ้นชวนให้ติดตาม - ผู้ชมดูแล้วรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับงานที่นำเสนอ (เช่น สนุก ตลก เศร้า สงสาร ฯลฯ)

หมายเหตุ : คะแนนของข้อ ๒.๑ คือ การนำคะแนนของทุกข้อมารวมกัน แล้วหารหาค่าเฉลี่ย

๒.๒ ตัวอย่าง ...

๒.๒ ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา (น้ำหนักร้อยละ ๑๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
เนื้อหาเกี่ยวข้อง มีความถูกต้องของข้อมูล น่าสนใจ การลำดับเรื่อง ความชัดเจนของเนื้อหา และ กระชับเข้าใจง่าย	- ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียง ยังไม่เหมาะสมในแต่ละชั้น - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องสั้นไปหรือยาวไป	- ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - แต่การนำเสนอในแต่ละชั้น ยังไม่กลมกลืน ไม่น่าสนใจและไม่น่าจดจำ	- ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละชั้น กลมกลืน น่าสนใจ	- ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมา มีการวางจำนวนเฟรมภาพและเสียงเหมาะสม - การนำเสนอใช้ระยะเวลาในการดำเนินเรื่องเหมาะสม - การนำเสนอในแต่ละชั้น กลมกลืน น่าสนใจ และน่าจดจำ - มีเทคนิคการเล่าเรื่องน่าสนใจ ผู้ชมดูแล้วรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับงานที่นำเสนอ (เช่น สนุก ตลก เศร้า สงสาร ฯลฯ)

๓. ประวัติผลงานและทีมงาน (น้ำหนักร้อยละ ๕)

ประเด็น	คะแนน			
	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐
๑. ประวัติผลงานของบริษัท (อ้างอิงจากตารางภาคผนวก ๑)	เสนอตัวอย่างผลงานแต่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่สามารถเชื่อมโยงกับโครงการ	เสนอตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อโครงการ จำนวน ๑ เรื่อง	เสนอตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อโครงการ จำนวน ๒ เรื่อง	เสนอตัวอย่างผลงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เรื่อง
๒. ประวัติของทีมงานที่เสนอมามีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์) หรือสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย)	ระหว่าง ๑ - ๓ ปี	มากกว่า ๓ ปี แต่ไม่เกิน ๕ ปี	มากกว่า ๕ ปี ไม่เกิน ๓ คน	มากกว่า ๕ ปี ตั้งแต่ ๔ คนขึ้นไป

หมายเหตุ : คะแนนของข้อ ๓ คือ การนำคะแนนของทุกข้อมารวมกัน แล้วหารหาค่าเฉลี่ย

.....