

ขอบเขตของงานและรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์
และสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์

๑. หลักการและเหตุผล

กรมการจัดหางาน มีภารกิจในการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว โดยมีหน้าที่ดูแล ตรวจสอบ และควบคุมการทำงานของคนต่างด้าวในประเทศไทยให้เป็นไปตามพระราชกำหนดการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. ๒๕๖๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๑ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ ขั้นตอนการอนุญาตทำงาน และการนำเข้าแรงงานต่างด้าวอย่างถูกต้อง ตามกฎหมาย เช่น การขอใบอนุญาตทำงาน การต่ออายุใบอนุญาตทำงาน การแจ้งเข้า – ออกจากงานของคนต่างด้าว การกำหนดงานในอาชีพและวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ บทกำหนดโทษ รวมทั้งการป้องกัน ปราบปราม การลักลอบทำงาน และแก้ไขปัญหาการละเมิดสิทธิแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย เช่น การถูกเอาเปรียบเรื่องค่าจ้าง สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ รวมถึงกำหนดนโยบายเร่งด่วนในการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว รวมทั้งได้เปลี่ยนแปลงระบบการให้บริการจากรูปแบบเดิมให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ โดยเน้นหลักการในการให้บริการที่ง่าย สะดวก ปลอดภัย โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ ความเข้าใจ และการยอมรับจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ประกอบการ นายจ้างแรงงานต่างด้าว รวมถึงภาคประชาสังคม การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ลดแรงต้าน และกระตุ้นให้เกิดการใช้งานระบบใหม่อย่างแท้จริง รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกรมการจัดหางาน

ดังนั้น เพื่อให้การบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ กรมการจัดหางานจึงมีความจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ด้านการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เข้าใจง่าย ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในรูปแบบสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์ เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้แก่ นายจ้าง/สถานประกอบการ ประชาชนทั่วไป และแรงงานต่างด้าว ซึ่งจะช่วยให้แรงงานต่างด้าวเข้าสู่ระบบการจ้างงานที่ถูกต้อง และประชาชนทั่วไป เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการจ้างแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในตำแหน่งงานที่คนไทยไม่นิยมทำ ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และส่งเสริมให้นายจ้าง/สถานประกอบการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และเศรษฐกิจของประเทศเกิดการขับเคลื่อน

๒. วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อให้นายจ้าง/สถานประกอบการ ประชาชน และแรงงานต่างด้าว ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าวอย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมถึงมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆ อีกทั้งยังเกิดทัศนคติที่ดีต่อการจ้างแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

๓. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว รวมถึงสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนต่าง ๆ และเข้าสู่ระบบการจ้างงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

๔. กลุ่มเป้าหมาย

นายจ้าง สถานประกอบการ ประชาชนทั่วไป และแรงงานต่างด้าว

๕. คุณสมบัติผู้ประสงค์จะเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

๕.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๕.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๕.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๕.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๕.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๕.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๕.๗ เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพประกอบกิจการที่เกี่ยวข้อง หรืองานด้านการสื่อสารมวลชน หรืองานอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกับลักษณะงานประชาสัมพันธ์

๕.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการจัดหางาน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอในครั้งนี้

๕.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งสละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๕.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๕.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านประชาสัมพันธ์ที่เป็นผลงานประเภทเดียวกันหรืองานที่เกี่ยวข้องกับงานที่ประกวดราคาจ้าง โดยผลงานต้องไม่น้อยกว่า ๗,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านบาทถ้วน) และต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน หรือธนาคาร หรือองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบงาน และตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) โดยแนบหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาในวันยื่นเสนอราคา

๕.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอไม่ต่ำกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน)

(๓) กรณี...

(๓) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียนหรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๔) กรณีตาม (๑) - (๓) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๔.๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๔.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๖. การยื่นเอกสารเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอราคาจะต้องทำตารางเปรียบเทียบรายละเอียดของข้อกำหนด โครงการประชาสัมพันธ์ที่เป็นข้อเสนอดังข้อ ๗ ถึงข้อสุดท้าย โดยใช้ตัวอย่างแบบฟอร์มการเปรียบเทียบที่กำหนด

ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติข้อกำหนดทางเทคนิค

อ้างอิงข้อ	ข้อกำหนดที่ต้องการ	ข้อกำหนดที่เสนอ	เอกสารอ้างอิง
ระบุหัวข้อให้ตรงกับที่ระบุในเอกสาร	ให้คัดลอกคุณลักษณะเฉพาะที่ผู้ว่าจ้างกำหนด	ให้ระบุคุณลักษณะเฉพาะที่ผู้รับจ้างเสนอ	ระบุหมายเลขหน้าของเอกสารอ้างอิงผู้ยื่นข้อเสนอ

๗. คุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดทางเทคนิคของสื่อประชาสัมพันธ์

๗.๑ สื่อโทรทัศน์

ขอบเขตการดำเนินงาน

๗.๑.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอรายการที่จะทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องวางแผนและรูปแบบการนำเสนอโดยละเอียด เพื่อประกอบการพิจารณา

๗.๑.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องผลิตสื่อบริการ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง พร้อมเผยแพร่ในช่วงข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมเรตติ้งรายการ ๐.๗ ขึ้นไป มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน คณะกรรมการนโยบายการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว และมติคณะรัฐมนตรีที่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาได้ ตามที่กรมการจัดหางานกำหนด โดยผู้รับจ้างต้องแนบเอกสารการจัดอันดับความนิยมเรตติ้งรายการ ย้อนหลังไม่เกิน ๓ เดือนนับจากวันยื่นข้อเสนอ จากหน่วยงานที่มีมาตรฐาน นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ในวันยื่นข้อเสนอเพื่อประกอบการพิจารณา

ทั้งนี้ ก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๗.๑.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ทางสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมเรตติ้ง ๑ - ๑๐ โดยผู้รับจ้างต้องวางแผนและรูปแบบการนำเสนอโดยละเอียด พร้อมแนบเอกสารการจัดอันดับความนิยมเรตติ้งสถานีโทรทัศน์ ย้อนหลังไม่เกิน ๓ เดือนนับจากวันยื่นข้อเสนอ จากหน่วยงานที่มีมาตรฐาน นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ในวันยื่นข้อเสนอเพื่อประกอบการพิจารณา

๗.๒ สื่อวิทยุ

ขอบเขตการดำเนินงาน

๗.๒.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ และคลื่นวิทยุที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยสถานีวิทยุที่มีเครือข่ายทั้งกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

๗.๒.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดหาสถานีวิทยุที่เป็นที่นิยมของผู้ฟังที่มีเรตติ้ง ไม่น้อยกว่า ๐.๓ พร้อมแนบเอกสารการจัดอันดับความนิยมเรตติ้งสถานีวิทยุ ย้อนหลังไม่เกิน ๓ เดือนนับจากวันยื่นข้อเสนอ จากหน่วยงานที่มีมาตรฐาน น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ในวันยื่นข้อเสนอเพื่อประกอบการพิจารณา

๗.๒.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำรายละเอียดและแผนการเผยแพร่สโตนวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที เผยแพร่ระหว่างวันจันทร์-วันอาทิตย์ ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๐๙.๐๐ น. ๑๑.๐๐ - ๑๔.๐๐ น. และเวลา ๑๖.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. โดยยื่นเอกสารหลักฐานในวันเสนอราคา

๗.๒.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดหาผู้อ่านลงเสียงที่มีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ โดยให้เสนอรายละเอียดของผู้ลงเสียงสโตนวิทยุ ประสบการณ์ และผลงานหรือรางวัลที่ได้รับซึ่งแสดงถึงความสามารถในการอ่าน การใช้เสียงเพื่อสื่อสารสาธารณะ ให้คณะกรรมการพิจารณาด้วย

๗.๒.๕ จัดทำต้นฉบับสโตนวิทยุ โดยนำข้อความ สคลิปสโตนไปอ่านลงเสียง และบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียงที่มีคุณภาพเสียงดี มีความชัดเจน ใสดนตรีประกอบตามความเหมาะสม

๗.๒.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผลิตสโตนวิทยุ ที่มีเนื้อหาถูกต้อง กระชับ สื่อสารได้เข้าใจชัดเจน รูปแบบมีความเหมาะสม มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน คณะกรรมการนโยบายการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว และมติคณะรัฐมนตรีที่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาได้ ตามที่กรมการจัดหางานกำหนด ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๑๐ สโตน

๗.๒.๗ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกอากาศผ่านทางคลื่นวิทยุระบบ FM ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ครั้ง เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกอากาศผ่านทางวิทยุส่วนภูมิภาค จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ครั้ง

ทั้งนี้ ก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สโตนวิทยุ ต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

๗.๓ สื่อออนไลน์

ขอบเขตการดำเนินงาน

๗.๓.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอรูปแบบ ผลิตคลิปวิดีโอ เนื้อหาองค์ประกอบที่น่าสนใจ ทันสมัย อาทิ การตัดต่อ การลำดับภาพ เสียงบรรยาย ดนตรีประกอบ ระบบเสียงสเตอริโอ พร้อมเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการเผยแพร่ ตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook Youtube Tiktok โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน คณะกรรมการนโยบายการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว และมติคณะรัฐมนตรีที่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาได้ ตามที่กรมการจัดหางานกำหนด ความยาวไม่น้อยกว่า ๕๐ วินาที จำนวน ๑๐ ชิ้นงาน

๗.๓.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องดำเนินการผลิตสื่อภาพ/บทความ/ข่าว/ข้อความรูปแบบ Print Ad มีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน คณะกรรมการนโยบายการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว และมติคณะรัฐมนตรีที่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาได้ ตามที่กรมการจัดหางานกำหนด รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ เรื่อง

๗.๓.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๗.๓.๑ -๗.๓.๒

ให้กลุ่ม...

ให้กลุ่มเป้าหมาย คือ นายจ้าง สถานประกอบการ ประชาชนทั่วไป และแรงงานต่างด้าว ได้รับทราบผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ได้รับความนิยม แพลตฟอร์มละไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐ ครั้ง โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

- Facebook ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน
- Youtube ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน
- Tiktok ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน
- Website ผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คนต่อวัน

โดยเผยแพร่ผ่านสื่อ Facebook , Youtube ,Tiktok ,Website อื่นๆ ที่ไม่ใช่ของกรมการจัดหางาน ต้องมีผู้เข้าถึงรวมไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ Reach

๗.๓.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตามข้อ ๗.๓.๑ - ๗.๓.๒ ผ่านสื่อของกรมการจัดหางาน Facebook , Youtube ,Tiktok ,Website ต้องมีผู้เข้าถึงรวมไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ Reach

๗.๓.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดหา Influencer ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน ประชาสัมพันธ์จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

๗.๓.๖ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ว่าจ้างสามารถแจ้งผู้ยื่นข้อเสนอ หรือหากผู้ยื่นข้อเสนอ จะต้องนำทีมถ่ายทำนอกสถานที่ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

๗.๓.๗ หากมีการแก้ไข ผู้ยื่นข้อเสนอต้องพร้อมรับดำเนินการแก้ไขทันทีและส่งกลับตามวันที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขตามความเหมาะสม

๗.๓.๘ การผลิตวีดิโอผู้รับจ้างจะต้องใช้อุปกรณ์การถ่ายทำ การตัดต่อ การบันทึกเสียงที่มีความทันสมัยมีประสิทธิภาพไม่น้อยกว่าในระบบ Full HD

๗.๓.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องใช้เทคนิคพิเศษในการตัดต่อภาพและใช้กราฟิกประกอบ เพื่อให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ

๗.๓.๑๐ สื่อที่ผลิตให้ผู้ว่าจ้าง ถือเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง

ทั้งนี้ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ก่อนทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๗.๔ สื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์

ขอบเขตการดำเนินงาน

๗.๔.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ ยื่นเสนอพร้อมการยื่นเอกสารเสนอราคา

๗.๔.๒ ออกแบบ และผลิตสโปตโฆษณา โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน คณะกรรมการนโยบายการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว และมติคณะรัฐมนตรีที่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาได้ ตามที่กรมการจัดหางานกำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ อาร์ตเวิร์ก ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที

๗.๔.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สโปตโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โรงภาพยนตร์ ครอบคลุมรวมกันทั้งหมดไม่น้อยกว่า ๑๒,๔๐๐ รอบ ระยะเวลาการเผยแพร่ ๔ เดือน

๗.๔.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สโปตโฆษณาผ่านจอดิจิทัล บริเวณจุดจำหน่ายบัตร E-Ticket หน้าโรงภาพยนตร์ ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ จอภาพ โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที รอบการฉาย ไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ รอบฉาย

๗.๔.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สโปตโฆษณาผ่าน LED Billboard หน้าศูนย์การค้า ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ จอภาพ รอบการฉายไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ รอบฉาย

๗.๔.๖ ระยะเวลา...

๗.๔.๖ ระยะเวลาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๗.๔.๑ - ๗.๔.๕ ไม่น้อยกว่า ๔ เดือน โดยเป็นไปตามที่กรมการจัดหางานกำหนด

ทั้งนี้ ก่อนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ขึ้นงาน ต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจรับจ้าง ก่อนเผยแพร่

๗.๕ หากมีการนำภาพ/เสียง หรือดนตรีประกอบมาใช้ในการผลิต ผู้รับจ้างต้องยืนยันได้ว่า ภาพ/เสียง และดนตรี เหล่านี้มีคุณภาพในทางเทคนิค จะต้องไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ในกรณีจำเป็นต้องใช้ ภาพ/พร้อมท์/เสียงบรรยาย/เพลงประกอบ/สัญลักษณ์ หรือสื่ออื่นใดที่ปรากฏในสื่อที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างจะต้อง ดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายก่อนที่จะมีการส่งมอบ หากมีการฟ้องร้อง ผู้รับจ้างต้อง รับผิดชอบค่าใช้จ่ายหรือค่าลิขสิทธิ์ทั้งหมด

๗.๖ หากเกิดเหตุสุดวิสัย โดยเหตุดังกล่าวไม่ได้เกิดจากผู้ว่าจ้าง อาทิ เหตุบ้านการเมืองภัยพิบัติต่างๆ จนเป็น เหตุให้ไม่สามารถออกอากาศได้ตามกำหนดการเดิมได้ สามารถงดออกอากาศตามกำหนดการเดิม และทางผู้รับจ้างจะต้องทำการจัดหาวันออกอากาศให้กับผู้ว่าจ้างครบตามกำหนดโดยต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้าง ทราบล่วงหน้า

๗.๗ ในการดำเนินการทุกขั้นตอน ต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับจ้าง ทั้งนี้ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด และผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อความเสียหาย ทุกประการที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ ตลอดระยะเวลาดำเนินการ รวมทั้งผลสืบเนื่องทั้งก่อนและหลังการ ดำเนินการ

๗.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องการดำเนินการสำรวจการรับรู้สื่อโฆษณาของกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องมีกลุ่ม ตัวอย่าง เป็นจำนวนอย่างน้อย ๑,๐๐๐ ตัวอย่าง และครอบคลุมทั่วทุกภาคของประเทศ รวมทั้งใช้หลักการ ทางวิชาการที่ถูกต้องเป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือได้ ทั้งนี้ กำหนดให้ดำเนินการสำรวจโดยสถาบันหรือองค์การ ที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยต้องเป็นการสำรวจทั้ง Offline และ Online ผสมผสานกัน ในสัดส่วน ที่เหมาะสมเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง โดยกำหนดส่งพร้อมการส่งมอบงานงวดที่ ๒

๘. ระยะเวลาการดำเนินการ

ภายในระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๙. วงเงินงบประมาณ

เงินกองทุนเพื่อการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จำนวน ๒๓,๗๒๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบสามล้านเจ็ดแสนสองหมื่นบาทถ้วน)

๑๐. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจาก วันลงนามในสัญญา โดยแบ่งการส่งมอบงานและเบิกจ่ายเงินเป็น ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบ งานภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ทำการตรวจรับงาน ครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบสื่อโทรทัศน์

๑) ผลิตสื่ूपักข่าวเพื่อเผยแพร่ทางรายการที่มี Rating ๐.๗ ขึ้นไป โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการ บริหารจัดการแรงงานต่างด้าวทั้งระบบ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ ครั้ง

๒) สัมภาษณ์ผู้บริหาร ทางโทรทัศน์ที่มี Rating อันดับ ๑-๑๐ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการ บริหารจัดการแรงงานต่างด้าวทั้งระบบ ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวน ๓ ครั้ง

๒. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบสื่อวิทยุ

- ๑) ผลิตสพตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๓ สพต
- ๒) เผยแพร่สพตวิทยุในส่วนกลาง จำนวน ๓๐๐ ครั้ง
- ๓) เผยแพร่ทางวิทยุในส่วนภูมิภาค จำนวน ๓,๐๐๐ ครั้ง

๓. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบสื่อออนไลน์

- ๑) ผลิตคลิปวิดีโอ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว ความยาวไม่น้อยกว่า ๙๐ วินาที จำนวน ๓ ชิ้นงาน
- ๒) ผลิตสื่อภาพ/ข้อความรูปแบบ Print Ad/แบนเนอร์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว จำนวน ๒๐ เรื่อง
- ๓) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook , YouTube TikTok , เว็บไซต์ ที่มีผู้ติดตามไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน มียอดการการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง
- ๔) เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook , YouTube TikTok , เว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน ยอดการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ ครั้ง
- ๕) ประชาสัมพันธ์โดย Influencer ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวน ๕ ครั้ง

๔. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบโรงภาพยนตร์

- ๑) ผลิตสพตโฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สพตโฆษณาในโรงภาพยนตร์ จำนวน ๑๐๐ โรง รอบฉายไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐ รอบฉาย
- ๒) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สพตโฆษณา บริเวณจุดจำหน่ายบัตร E-Ticket ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ วินาที รอบฉายไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ รอบฉาย
- ๓) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สพตโฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ผ่านจอ LED Billboard บริเวณหน้าศูนย์การค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ จอภาพ รอบการฉายไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ รอบฉาย

สิ่งที่ส่งมอบ

จัดทำสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมด ในลักษณะรูปเล่ม จำนวน ๒ เล่ม พร้อมส่งมอบไฟล์งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ที่เผยแพร่เรียบร้อยแล้ว ใส่ข้อมูลทั้งหมดใน Flash Drive จำนวน ๒ ชุด พร้อมหนังสือรับรองหรือหลักฐานการออกอากาศ หรือหนังสือยืนยันการออกอากาศ ที่แสดงว่ามีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ชุด

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ทำการตรวจรับงานครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบสื่อโทรทัศน์

- ๑) ผลิตสื่อกู๊ปข่าวเพื่อเผยแพร่ทางรายการที่มี Rating ๐.๗ ขึ้นไป โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวทั้งระบบ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ ครั้ง
- ๒) สัมภาษณ์ผู้บริหาร ทางโทรทัศน์ที่มี Rating อันดับ ๑-๑๐ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวทั้งระบบ ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวน ๗ ครั้ง

๒. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบสื่อวิทยุ

- ๑) ผลิตสพตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวน ๗ สพต

๒) เผยแพร่สปอตวิทยุในส่วนกลาง จำนวน ๗๐๐ ครั้ง

๓) เผยแพร่ทางวิทยุในส่วนภูมิภาค จำนวน ๗,๐๐๐ ครั้ง

๓. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบสื่อออนไลน์

๑) ผลิตคลิปวิดีโอ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างดาว ความยาวไม่น้อยกว่า ๙๐ วินาที จำนวน ๗ ชิ้นงาน

๒) ผลิตสื่อภาพ/ข้อความรูปแบบ Print Ad/แบนเนอร์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างดาว จำนวน ๓๐ เรื่อง

๓) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook , YouTube , TikTok , เว็บไซต์ ที่มีผู้ติดตามไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน มียอดการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๗,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๔) เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook , YouTube TikTok , เว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน ยอดการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๓,๕๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๕) ประชาสัมพันธ์โดย Influencer ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวน ๑๕ ครั้ง

๔. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบโรงภาพยนตร์

๑) ผลิตสปอตโฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สปอตโฆษณาในโรงภาพยนตร์ จำนวน ๑๐๐ โรง รอบฉายไม่น้อยกว่า ๘,๕๐๐ รอบฉาย

๒) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สปอตโฆษณา บริเวณจุดจำหน่ายบัตร E-Ticket ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที รอบฉายไม่น้อยกว่า ๓๕๐,๐๐๐ รอบฉาย

๓) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สปอตโฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านจอ LED Billboard บริเวณหน้าศูนย์การค้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ จอภาพ รอบการฉายไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ รอบฉาย

สิ่งที่ส่งมอบ

๑. จัดทำสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมด ในลักษณะรูปเล่ม จำนวน ๒ เล่ม พร้อมส่งมอบไฟล์งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงานที่เผยแพร่เรียบร้อยแล้ว ใส่ข้อมูลทั้งหมดใน External HardDisk จำนวน ๒ ชุด พร้อมหนังสือรับรอง หรือหลักฐานการออกอากาศ หรือหนังสือยืนยันการออกอากาศ ที่แสดงว่ามีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ชุด

๒. ผลการดำเนินการสำรวจการรับรู้สื่อโฆษณาของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๒ ชุด

๑๑. หลักเกณฑ์การพิจารณาและคัดเลือกข้อเสนอ

พิจารณาจากเกณฑ์ราคา

๑๒. อัตราค่าปรับ

กรณีส่งมอบเกินกำหนด คิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาค่าจ้างทั้งสัญญาแต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐.๐๐ บาท

๑๓. สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูล และส่งข้อเสนอแนะ วิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็น

สถานที่แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ วิจารณ์ เกี่ยวกับร่างขอบเขตของงานนี้ได้

ระหว่างวันที่ ๒๑ พ.ค. ๒๕๖๕ ถึงวันที่ ๒๖ พ.ค. ๒๕๖๕

โดยเปิดเผยชื่อและที่อยู่ของผู้ให้ข้อเสนอแนะและวิจารณ์หรือมีความคิดเห็นด้วย ส่งมาที่

กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมการจัดหางาน ถนนมิตรไมตรี แขวงดินแดง
เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร ๑๐๔๐๐

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๗ ๙๔๒๓

E-mail : prdoe1111@gmail.com

๑๔. ราคากลาง

จำนวนเงิน ๒๓,๗๒๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบสามล้านเจ็ดแสนสองหมื่นบาทถ้วน)

ราคาที่เคยซื้อหรือจ้างครั้งล่าสุดภายในระยะเวลา ๒ ปีงบประมาณ

สืบราคาจากท้องตลาด

(ลงชื่อ).....*วิมลรัตน์*.....ประธานกรรมการ

(ลงชื่อ).....*[Signature]*.....กรรมการ

(ลงชื่อ).....*[Signature]*.....กรรมการ