

ร่างขอบเขตงาน (Terms of Reference : TOR)

ชื่อ/จ้าง/เช่า.....สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม

ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

โครงการ :สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม

โดยสำนัก/ฝ่าย : สนับสนุนการควบคุมปัจจัยเสี่ยงหลัก (สำนัก 1)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ

1.	ความเป็นมา
	สำนักสนับสนุนการควบคุมปัจจัยเสี่ยงหลัก (สำนัก 1) สสส. สนับสนุนการดำเนินงานควบคุมยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสิ่งเสพติดร่วมกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ-เอกชนและภาคประชาสังคมอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะบุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งถือว่าเป็นสินค้ากระแสนิยมและมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น โดยช่องทางการจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้าโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์และกลยุทธ์ทางการตลาดของบุหรี่ไฟฟ้ามักมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นซึ่งมุ่งเป้าไปที่กลุ่มเด็กเยาวชนและผู้หญิงเป็นสำคัญ ขณะที่อิทธิพลของโฆษณาหรือการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความพยายามทำให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะนักดื่มเยาวชนและนักดื่มหญิง ด้วยการโฆษณาและทำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดึงดูดความสนใจของเยาวชนและผู้หญิง เช่น เครื่องดื่มผสมพร้อมดื่ม (ready to drink; RTD) น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์หรือเครื่องดื่มที่นิยมดื่มกันในภาพยนตร์ต่างประเทศ และบรรจุภัณฑ์มีสีสวยงานน่าลิ้มลอง เป็นต้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบันก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งในด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีความอ่อนไหวทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง และการขยายตัวของสังคมเมือง ที่กระทบต่อทิศทางการสร้างเสริมสุขภาพซึ่งจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวการดำเนินงานและการสื่อสารรณรงค์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความเชื่อของประชาชน โดยเฉพาะการสื่อสารในแพลตฟอร์มออนไลน์และการสื่อสารของกลุ่มคนที่ผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของตนเอง (User-Generated Content : UGC) อีกทั้งสื่อหลักก็มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำงานและนำเสนอเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ให้แตกต่างไปจากเดิมเช่นกัน ประกอบกับพฤติกรรมของผู้รับสื่อก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จึงทำให้การรับข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย ซึ่งมีทั้งข้อมูลที่ต้องเป็นประโยชน์และข้อมูลที่เป็นเท็จ บิดเบือน และกลยุทธ์การล่อลวง-หลอกลวงที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุหรี่ไฟฟ้า ยาเสพติด และพนันออนไลน์ที่มาในรูปแบบของสื่อ ข่าว โฆษณาในหลายรูปแบบ นำไปสู่ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเสี่ยงในอนาคต สสส. โดยสำนักสนับสนุนการควบคุมปัจจัยเสี่ยงหลัก (สำนัก 1) ได้เห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้กำหนดเป้าหมายหลักในการดำเนินงานเพื่อป้องกันและลดอัตราการบริโภคยาสูบและลดอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสิ่งเสพติด ซึ่งหนึ่งในจุดเน้นนั้นคือการสร้างความรอบรู้ทางสุขภาพด้านการควบคุมยาสูบ (Tobacco Control Literacy) และการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Control Literacy) เพื่อให้ประชาชนมีความตระหนักและเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเสี่ยง อาทิ เด็กเยาวชน ผู้ใช้แรงงาน และผู้หญิง เป็นต้น ดังนั้นการบริหารจัดการเนื้อหาสร้างสรรค์เชิงประเด็น (Content Co-Creation) และ สื่อสาร รณรงค์ ประชาสัมพันธ์ประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลัก (บุหรี่/ บุหรี่ไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด) และปัจจัยเสี่ยงทางสังคม (อุบัติเหตุ พนัน) จึงถือว่า

	ความสำคัญและจำเป็นต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง และสร้างความรอบรู้ทางสุขภาพในประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์และออนไลน์ให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเด็กเยาวชน ผู้ใช้แรงงาน และผู้หญิง พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีต่อการดำเนินงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
2.	วัตถุประสงค์
	2.1 พัฒนากลไกการสื่อสารและบริหารการนำเสนอประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลัก (บุหรื/บุหรืไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด) ปัจจัยเสี่ยงทางสังคม (อุบัติเหตุ พนัน) โดยสอดแทรกเป็นเนื้อหาผ่านรายการโทรทัศน์ รายการสาระบันเทิง และรายการอื่นๆ เพื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ลด ละ เลิกปัจจัยเสี่ยง 2.2 สร้างความร่วมมือและบูรณาการทำงานร่วมกับเครือข่ายสื่อโทรทัศน์ เพื่อสนับสนุนช่องทางในการเผยแพร่ สื่อสาร รณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล/ข้อเท็จจริงในประเด็นบุหรื/บุหรืไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ การพนัน และปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและทันต่อสถานการณ์ 2.3 สร้างการเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพผ่านรายการโทรทัศน์/สาระบันเทิงที่มีการสอดแทรกเนื้อหาประเด็นปัจจัยเสี่ยง (บุหรื/บุหรืไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ การพนัน) ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์
3.	กลุ่มเป้าหมาย
	3.1 ประชาชน 3.2 เยาวชน 3.3 สื่อมวลชน 3.4 ภาคิเครือข่าย สสส.
4.	คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ
	4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย 4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย 4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ 4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง 4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย 4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา 4.7 เป็นนิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดา ผู้มีอาชีพขายพัสดุ หรือรับจ้าง งานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว 4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ 4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

4.11 ต้องการให้ผู้เสนอราคาต้องผ่านการคัดเลือกผู้มีคุณสมบัติเบื้องต้นในการจัดซื้อจัดจ้างของสำนักงานหรือไม่
☐ ต้องการ ☒ ไม่ต้องการ

4.12 ☐ **ต้องการให้ผู้เสนอราคามีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะประกวดราคาซื้อ/จ้าง จำนวน 1 ผลงาน โดยผลงานมีวงเงินไม่น้อยกว่า.....บาท เสร็จเรียบร้อยมาแล้วไม่เกิน....ปี นับตั้งแต่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นข้อเสนอโดยผลงานจะต้องเป็นผลงานที่ดี เป็นผลงานที่ปฏิบัติถูกต้องตามเงื่อนไขแห่งสัญญานั้นทุกประการ และ และเป็นผลงานที่ผู้เสนอราคาเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เชื้อถือ โดยให้ส่งหลักฐานเป็นเอกสารสำเนาสัญญาพร้อมขอบเขตของงาน (TOR)
☒ ไม่ต้องการ

4.13 ☒ **ต้องการให้ผู้เสนอราคามีสำเนานหนังสือรับรองผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จะประกวดราคาซื้อ/จ้าง จำนวน 1 ผลงาน โดยผลงานมีวงเงินไม่น้อยกว่า.....7,500,000.....บาทเสร็จเรียบร้อยมาแล้วไม่เกิน...4....ปี นับตั้งแต่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นข้อเสนอโดยผลงานจะต้องเป็นผลงานที่ดี เป็นผลงานที่ปฏิบัติถูกต้องตามเงื่อนไขแห่งสัญญานั้นทุกประการ และ และเป็นผลงานที่ผู้เสนอราคาเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพเชื้อถือ
☐ ไม่ต้องการ

4.14 ต้องการกำหนดคุณสมบัติอื่นๆ นอกเหนือจากตัวอย่างเอกสารกำหนดหรือไม่

☒ ต้องการ ☐ ไม่ต้องการ

ถ้าต้องการ ให้กำหนดคุณสมบัติอื่นๆ

**4.14.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ เป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ) ที่ 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 ดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี

ต้องระบุ	มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้าง	การกำหนดทุนจดทะเบียน
☐	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	ไม่ต้องกำหนดทุนจดทะเบียน
☐	เกิน 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
☐	เกิน 5 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท
☒	เกิน 10 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 3 ล้านบาท
☐	เกิน 20 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 8 ล้านบาท
☐	เกิน 60 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 150 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท
☐	เกิน 150 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 300 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาท
☐	เกิน 300 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท
☐	เกิน 500 ล้านบาทขึ้นไป	ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 200 ล้านบาท

ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิ หักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปี สิ้นสุดก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียนโดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันยื่นเสนอ ดังนี้

	(3) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 500,000 บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอโดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา (4) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในครั้งนั้น (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน ทั้งนี้หนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อให้เป็นไปตามแบบที่กรมบัญชีกลางกำหนด (5) กรณีตาม (1)-(4) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้ (5.1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานรัฐ (5.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2561 (5.2) งานก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ
5.	รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุ หรือขอบเขตของงานจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตเนื้อหาและสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม โดยมีรายละเอียดขอบเขตงานดังต่อไปนี้ 5.1 จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารในประเด็นบุรี/บุรีไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ การพนัน และ แผนประชาสัมพันธ์ ผลิต เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดทั้งโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 5.1.1 จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นปัจจัยเสี่ยง (บุรี/บุรีไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ พนัน) ประกอบด้วย - สถานการณ์ปัจจัยเสี่ยง - วัตถุประสงค์ - กลุ่มเป้าหมาย - ข้อความ/ประเด็นการสื่อสารหลักของปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม - กลยุทธ์การสื่อสาร และ รูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออฟไลน์และออนไลน์ - ตารางปฏิบัติงาน งบประมาณ และแผนการวัดผลของสื่อลดปัจจัยเสี่ยง ตลอดทั้งโครงการ 5.1.2 จัดทำแผนการผลิตเนื้อหา (Content Co-Creation) ประเด็นปัจจัยเสี่ยง ประกอบด้วย - ชื่อเรื่อง และ เรื่องย่อ - ความยาวในแต่ละตอน - แนวคิดในการนำเสนอประเด็นปัจจัยเสี่ยง - นักแสดงนำ เช่น ศิลปิน ดารานักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) เป็นต้น

- ร่างบท/กิจกรรมของเนื้อหาประเด็นปัจจัยเสี่ยงที่ต้องการสื่อสาร/เผยแพร่ พร้อมระบุช่วงระยะเวลาเผยแพร่ทั้งในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

5.1.3 นำเสนอแผนตาม 5.1.1 และ 5.1.2 ให้ สสส. พิจารณาให้ความเห็นชอบ ในรูปแบบเอกสาร รูปเล่มรายงาน ไฟล์นำเสนอในรูปแบบ PowerPoint และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บรรจุใน Thumb Drive

5.2 ผลิตเนื้อหา รายการโทรทัศน์ สารบันเทิงในการประชาสัมพันธ์และรณรงค์สร้างกระแส โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 ผลิตเนื้อหา หรือ ผลิตเนื้อหาและสอดแทรกเนื้อหาประเด็นบุหรี่/บุหรี่ไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ การพนัน ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ รายการโทรทัศน์ สารบันเทิง ในรายการโทรทัศน์ ละคร ซิตคอม ซีรีส์ รายการอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 1 ประเด็นในแต่ละตอนของการผลิตเนื้อหา ปัจจัยเสี่ยง โดยคัดเลือกศิลปิน ดารา นักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders - KOLs) ถ่ายทำและตัดต่อด้วยระบบที่มีความคมชัดสูง จัดทำเสียงเอฟเฟ็คต์/ดนตรีประกอบ และจัดหาอุปกรณ์เสริมตามความเหมาะสม

5.2.2 ตัดต่อสื่อประเด็นปัจจัยเสี่ยงที่ดำเนินการผลิตจากข้อ 5.2.1 ให้อยู่ในรูปแบบคลิปสั้น/คลิปไวรัล ความยาวไม่เกิน 1 นาทีต่อตอน เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์

5.2.3 จัดทำสื่อสะกิดใจ คลิปสั้น ข้อความเชิญชวนรณรงค์ลดปัจจัยเสี่ยงไว้อย่างสื่อที่ออกอากาศทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อรณรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายลด ละ เลิกปัจจัยเสี่ยง (บุหรี่/บุหรี่ไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด การพนัน)

5.2.4 สสส. นำส่งข้อมูลสถิติหรือผลวิจัยประเด็นปัจจัยเสี่ยง (บุหรี่/บุหรี่ไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ การพนัน) ให้แก่ผู้รับจ้างเพื่อนำไปดำเนินการสอดแทรกเนื้อหาประเด็นบุหรี่/บุหรี่ไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ และการพนัน และเสนอประเด็นวิเคราะห์พูดคุย-สนทนา กรณีผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคมในรายการข่าว หรือรายการอื่นๆ ที่เหมาะสม ทั้งที่ออกอากาศทางสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง

5.2.5 นำเสนอสื่อตาม 5.2.2-5.2.4 ให้ สสส. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่

5.3 สื่อสารและประชาสัมพันธ์ปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 นำเนื้อหาที่ผลิตจากข้อ 5.2 มาเผยแพร่และสื่อสารลดปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคมผ่านศิลปิน ดารา นักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) ในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์

5.3.2 สื่อสารรณรงค์สร้างกระแสและประชาสัมพันธ์ลดปัจจัยเสี่ยง ผ่านศิลปิน ดารา นักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) ในวันสำคัญ กิจกรรมทางศาสนา และเทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นปัจจัยเสี่ยง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- a. สวมเสื้อรณรงค์ลดปัจจัยเสี่ยงตามแคมเปญในช่วงวันสำคัญต่างๆ วันสำคัญ/กิจกรรมทางศาสนา และเทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นปัจจัยเสี่ยง ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรมหรือเทศกาล อย่างน้อย 3 วันต่อกิจกรรมหรือเทศกาล ในรายการข่าว และ/หรือ รายการทอล์คโชว์ และ/หรือ รายการวาไรตี้ ตามความเหมาะสม
- b. คัดเลือกศิลปิน ดารา นักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) ที่เหมาะสมเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ปัจจัยเสี่ยง ที่ สสส. และ/หรือ ภาครัฐหรือข่ายดำเนินการ ไม่น้อยกว่า 2 คนต่อ

	กิจกรรม 1 ครั้ง และต้องเข้าร่วมกิจกรรมหรือเทศกาล ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรมหรือเทศกาล เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ในวงกว้าง โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและประชาชนทั่วไป c. คัดเลือกศิลปิน/ดารานักแสดง/ผู้ประกาศข่าว/พิธีกร/บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) ที่เหมาะสมเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ปัจจัยเสี่ยง โพสต์กิจกรรม/ข้อความที่เกี่ยวกับงานรณรงค์ปัจจัยเสี่ยง กิจกรรมหรือเทศกาลละ 5 คน โดยโพสต์กิจกรรม/ข้อความที่เกี่ยวกับงานรณรงค์ปัจจัยเสี่ยงคนละ 1 ครั้ง 5.3.3 สสส. จัดส่งสื่อรณรงค์ลดปัจจัยเสี่ยง (บุหรื/บุหรืไฟฟ้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ การพนัน) ความยาวไม่เกิน 30 วินาที ให้แก่ผู้รับจ้างเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ (ออฟไลน์) ไม่น้อยกว่า 80 ครั้ง และผ่านสื่อออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า 120 ครั้ง 5.3.4 สื่อที่ผลิตจะต้องใส่เครดิตท้ายผลงาน (end credits) และวางโลโก้ของ สสส. ในเนื้อหาประเด็นปัจจัยเสี่ยงตามความเหมาะสม 5.3.5 นำเสนอผลการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ตาม 5.3.1-5.3.4 ให้ สสส. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่ 5.4 การจัดทำรายงานและสรุปผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้ 5.4.1 จัดทำรายงานวิเคราะห์การรับชมและพฤติกรรมการรับชมคอนเทนต์ต่างๆของผู้ชมแต่ละแพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ได้จากการเผยแพร่คอนเทนต์ที่ออกอากาศทั้งในสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ของสถานีโทรทัศน์ 5.4.2. สรุปผลการดำเนินงาน ติดตามผล และบทวิเคราะห์ผลการสื่อสารประเด็นปัจจัยเสี่ยงตามแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ ข้อเสนอแนะ/อุปสรรค และแนวทางการขยายผลการสื่อสารในระยะต่อไป 5.4.3 นำเสนอรายงานและสรุปผลการดำเนินงานตาม 5.4.1-5.4.2 และสื่อที่ผลิตทั้งโครงการให้ สสส. พิจารณาให้ความเห็นชอบ หมายเหตุ - ผู้รับจ้างจะต้องคัดเลือกศิลปิน/ดารานักแสดง/ผู้ประกาศข่าว/พิธีกร/บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) ที่เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องมียอดผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดียไม่น้อยกว่า 300,000 followers และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สสส. - ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอความก้าวหน้าการดำเนินงานให้สำนักฯ รับทราบเป็นระยะตลอดจนเสร็จสิ้นระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยจัดทำเอกสารรายงานความก้าวหน้าและรายงานฉบับสมบูรณ์ รวมถึงสื่อที่ผลิตทั้งหมดจะต้องนำเสนอให้ สสส. ในรูปแบบเล่มรายงาน ไฟล์นำเสนอในรูปแบบ PowerPoint และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บรรจุใน External Hard Drive โดยจำแนกตามหมวดหมู่/หัวข้อ อีกทั้งก่อนการผลิต ผู้รับจ้างจะต้องได้รับการเห็นชอบจาก สสส.
6.	กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ
	กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุภายใน...10...เดือน ☒ นับถัดจากวันที่ลงนามในใบสั่งซื้อสั่งจ้าง หรือสัญญา ผู้เสนอราคาสามารถเสนอไม่เต็มระยะเวลาตามที่ระบุได้ โดยเสนองานที่ถือประโยชน์ของ สสส. ☐ นับถัดจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งให้เริ่มทำงาน ☐ นับถัดจากวันที่.....
7.	งวดงานและการจ่ายเงิน

- ☐ (1) เป็นการส่งมอบเป็นคราวๆ ไป โดยมีราคาต่อหน่วยคงที่ ไม่จำกัดปริมาณ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา และจ่ายได้ไม่เกินวงเงินที่กำหนดในสัญญา
- ☐ (2) เป็นการส่งมอบเป็นคราวๆ ไป โดยมีราคาต่อหน่วยไม่คงที่ ไม่จำกัดปริมาณ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในสัญญา และจ่ายได้ไม่เกินวงเงินที่กำหนดในสัญญา
- ☒ (3) แบ่งการส่งมอบ และแบ่งการชำระเงิน ออกเป็นงวด จำนวน...3...งวด ดังนี้

งวดที่	งาน/พัสดุ ที่ต้องส่งมอบ	จำนวน	หน่วยนับ	ส่งมอบภายใน (วัน)	งวดเงิน
1	1. แผนกลยุทธ์การสื่อสารประเด็นปัจจัยเสี่ยง (บุหรื/บุหรืไฟฟ้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สิ่งเสพติด อุบัติเหตุ พนัน) ประกอบด้วย - สถานการณ์ปัจจัยเสี่ยงและภาพรวมภูมิทัศน์สื่อ - วัตถุประสงค์ - กลุ่มเป้าหมาย - ข้อความสื่อสาร หรือประเด็นการสื่อสารหลัก หรือแนวทางการบริหารเนื้อหาและสอดแทรกประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม - กลยุทธ์การสื่อสาร และ รูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออฟไลน์และออนไลน์ - ตารางปฏิบัติงาน งบประมาณ และแผนการวัดผล (Rating) ตลอดทั้งโครงการ 2. จัดทำแผนการผลิตเนื้อหา (Content Co-Creation) ประเด็นปัจจัยเสี่ยง ประกอบด้วย - ชื่อเรื่อง และ เรื่องย่อ - ความยาวในแต่ละตอน - แนวคิดในการนำเสนอประเด็นปัจจัยเสี่ยง - นักแสดงนำ เช่น ศิลปิน ดารานักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders – KOLs) เป็นต้น - โครงร่างบท/กิจกรรมของเนื้อหาประเด็นปัจจัยเสี่ยงที่ต้องการสื่อสาร/เผยแพร่ พร้อมระบุช่วงระยะเวลาเผยแพร่ทั้งในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ 3. หนังสือส่งมอบงาน ใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษี และใบเสร็จรับเงินงวดที่ 1 โดยระบุอยู่ในรูปเล่มเอกสารรายงานจำนวน 5 ฉบับ และไฟล์งานอิเล็กทรอนิกส์บรรจุใน Thumb Drive	5	ชุด	ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 35 ของราคาจ้างทั้งหมดตามสัญญา
2	1. รายงานความก้าวหน้าตามขอบเขตงานข้อที่ 5.2-5.4 โดยประกอบด้วย - ภาพถ่าย/คลิปวิดีโอ/ชิ้นงานสื่อรูปแบบการณรงค์ที่ได้ออกอากาศ จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้นงาน เสร็จสมบูรณ์พร้อมเผยแพร่ ความละเอียดไม่น้อยกว่า 1080p ตามขอบเขตงานข้อ 5.2 - รายงานการรับชมและพฤติกรรมการรับชมคอนเทนต์ต่างๆของผู้ชม ในแต่ละแพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่ได้จากการเผยแพร่	5	ชุด	ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 45 ของราคาจ้างทั้งหมดตามสัญญา

		คอนเทนต์ที่ออกอากาศทั้งในสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ หลังจากที่ได้มีการเผยแพร่สื่อรณรงค์ ตามขอบเขตงานข้อที่ 5.3-5.4 2. หนังสือส่งมอบงาน ใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษี และใบเสร็จรับเงินงวดที่ 2 โดยระบุอยู่ในรูปเล่มเอกสารรายงานจำนวน 5 ฉบับและไฟล์งานอิเล็กทรอนิกส์บรรจุใน External Hard Drive โดยจำแนกตามหมวดหมู่/หัวข้อ				
3	1. รายงานสรุปผลการดำเนินงานและติดตามผลการดำเนินงาน หลังจากที่ได้มีการเผยแพร่สื่อรณรงค์ลดปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม ประกอบด้วย - รายงานภาพรวมการรับชมและพฤติกรรมกรรมการรับชมคอนเทนต์ต่างๆของผู้ชม ในแต่ละแพลตฟอร์มต่างๆ - รายงานการผลลัพธ์ที่ได้จากการเผยแพร่คอนเทนต์ที่ออกอากาศทั้งในสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ - รายงานวิเคราะห์ผลการสื่อสารประเด็นปัจจัยเสี่ยงตามแผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ ข้อเสนอแนะ/อุปสรรคและแนวทางการขยายผลการสื่อสารในระยะต่อไป - ชิ้นงานที่มียอดรับชมและติดตามสูงที่สุดใน 3 อันดับในสื่อ/รายการแต่ละประเภททั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ - ภาพถ่าย/คลิปวิดีโอ/ชิ้นงานสื่อรูปแบบการรณรงค์ที่ได้ออกอากาศทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์จำนวน 200 ชิ้นงาน เสร็จสมบูรณ์พร้อมเผยแพร่ความละเอียดไม่น้อยกว่า 1080p - หนังสือรับรองการออกอากาศจากสถานีโทรทัศน์สำหรับสื่อออฟไลน์ 2. หนังสือส่งมอบงาน ใบแจ้งหนี้/ใบกำกับภาษี และใบเสร็จรับเงินงวดที่ 3 โดยระบุอยู่ในรูปเล่มเอกสารรายงานจำนวน 5 ฉบับและไฟล์งานอิเล็กทรอนิกส์บรรจุใน External Hard Drive โดยจำแนกตามหมวดหมู่/หัวข้อ	5	ชุด	ภายใน 300 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา	ร้อยละ 20 ของราคาจ้างทั้งหมดตามสัญญา	
8.	อัตราค่าปรับ					
	☒ งานจ้าง สงวนสิทธิ์ค่าปรับกรณีส่งมอบเกินกำหนด โดยคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคางานจ้าง แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท ☐ งานซื้อ/เช่า สงวนสิทธิ์ค่าปรับกรณีส่งมอบเกินกำหนดโดยคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.20 ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้รับมอบ					
9.	ต้องการระบุสถานที่ให้ผู้รับจ้างดำเนินงานหรือไม่					
	☒ ไม่ระบุ ☐ ระบุสถานที่.....					
10.	สถานที่ส่งมอบพัสดุ					
	☒ ฝ่าย/สำนัก.....สนับสนุนการควบคุมปัจจัยเสี่ยงหลัก.....ชั้น...5...อาคารศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ เลขที่ 99/8 ซอยงามดูพลี แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 ☐ ที่อยู่อื่น โปรดระบุ.....					
11.	**การจ่ายเงินล่วงหน้า					

	☐ มี ☒ ไม่มี		
12.	การหักเงินประกันผลงาน (ยกเว้นการจ้างที่ปรึกษาต้องหักเงินประกันผลงานทุกงวด)		
	☐ มี ☒ ไม่มี		
13.	การรับประกันความชำรุดบกพร่อง		
	☒ ไม่มีการรับประกันความชำรุดบกพร่อง (เพราะไม่ใช่ครุภัณฑ์) ☐ มีการรับประกันความชำรุดบกพร่องไม่น้อยกว่า.....ปี.....เดือน.....วัน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบพัสดุ ระยะเวลาซ่อมแซมให้ติดตั้งเดิมภายใน.....วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง		
14.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร		
	งบประมาณที่ได้รับจัดสรรสำหรับงานนี้จำนวน.....15,000,000.....บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)		
15.	ราคากลางในการจัดซื้อจัดจ้าง		
	บาท รายละเอียดการคำนวณราคากลางตามเอกสารแนบ		
16.	**หลักเกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอ		
	☐ (1) ใช้เกณฑ์ราคาต่ำสุด ☒ (2) ใช้เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) จะต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่า70.....คะแนน โดยมีเกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้		
	เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา	น้ำหนัก	คะแนนเต็ม 100 คะแนน
	1. ราคาที่เสนอ	20	100
	2. ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น	80	100
	2.1 เช่น แผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์		
	2.2 เช่น การนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ ช่องทางการสื่อสาร		
	ฯลฯ		
	รวมคะแนน	100	100
	** เกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) จะแสดงรายละเอียดในเอกสารแนบท้าย 1**		
17.	การวิจารณ์ร่างเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์		
	กรณีงบประมาณไม่เกิน 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาท)		
	☒ ต้องการให้มีการวิจารณ์หรือเสนอแนะ ☐ ไม่ต้องการให้มีการวิจารณ์หรือเสนอแนะ		
18.	**วิธีการขอรับเอกสาร		
	☐ จำหน่ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ชุดละ.....บาท ☒ ให้เอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย		
19.	ระยะเวลาเผยแพร่ประกาศและเอกสารการซื้อ/จ้าง หรือระยะเวลาการเชิญชวนให้เสนอราคา		
	วงเงินงบประมาณ ในการขอซื้อ/จ้าง	ระยะเวลาในการเผยแพร่เอกสารการซื้อ/จ้าง	
	เกิน 5 แสนบาท	☐ 5 วันทำการ	
	แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท	☐ ต้องการเผยแพร่มากกว่า 5 วันทำการ ระบุจำนวน.....วันทำการ	
	เกิน 5 ล้านบาท	☐ 10 วันทำการ	
	แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท	☐ ต้องการเผยแพร่มากกว่า 10 วันทำการ ระบุจำนวน.....วันทำการ	
	เกิน 10 ล้านบาท	☒ 12 วันทำการ	
	แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	☐ ต้องการเผยแพร่มากกว่า 12 วันทำการ ระบุจำนวน.....วันทำการ	
	เกิน 50 ล้านบาท ขึ้นไป	☐ 20 วันทำการ	

	☐ ต้องการเผยแพร่มากกว่า 20 วันทำการ ระบุจำนวน.....วันทำการ	
20.	วิธีการเสนอราคา	
	☒ แบบทั่วไป (เสนอราคาพร้อมข้อเสนอเทคนิคพร้อมกัน) พิจารณาเทคนิคและราคาพร้อมกัน ☐ แบบ 2 ช่อง (เสนอราคา และข้อเสนอเทคนิค แยกซองกัน) พิจารณาเทคนิคก่อน	
21.	**วิธีการพิจารณา	
	☒ ราคารวม ☐ ราคาต่อรายการ ☐ ราคาต่อหน่วย	
22.	กรณีพิจารณาราคาต่อรายการ ระบุจำนวนรายการพร้อมจำนวนงบประมาณต่อรายการ	
	จำนวน.....รายการ โดยมีรายละเอียดดังนี้	
	ข้อมูลรายการ	งบประมาณต่อรายการ (บาท)
	รายการที่ 1	
	รายการที่ 2	
	ฯลฯ	
23.	ต้องการให้ผู้เสนอราคาที่ผ่านมาเสนอผลงานต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ภายหลังจากวันสิ้นสุดการเสนอราคาหรือไม่	
	☐ ไม่ต้องการ ☒ ต้องการ (กำหนดการจะแจ้งให้ทราบในภายหลัง) รายละเอียดดังนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องนำเสนอข้อเสนอด้านคุณภาพ ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวนหรือหนังสือเชิญชวน โดยเอกสารรายละเอียดข้อเสนอด้านคุณภาพทั้งหมด ต้องจัดทำเอกสารสำหรับที่ใช้ในการเสนอราคาในรูปแบบ Power Point กำหนดเวลาให้นำเสนอได้รายละเอียดไม่เกิน 20 นาที โดยมีหัวข้อการนำเสนอ ดังนี้ - แผนกลยุทธ์การสื่อสารทั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ โดยออกแบบและผลิตสื่อสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งแนวความคิดในการกำหนดเนื้อหา (content) และประเด็นการสื่อสารของประเด็นปัจจัยเสี่ยงหลักและปัจจัยเสี่ยงทางสังคม - แผนโครงสร้างการผลิตเนื้อหา แผนการดำเนินงานตลอดโครงการอย่างละเอียด - ช่องทางการสื่อสารและแผนการวัดผล (Rating) ทั้งในสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ - ตัวอย่างสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ที่จะมาใช้กิจกรรมและสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสาร - นำเสนอแนวทาง/ตัวอย่างการจัดทำเนื้อหา ภาพ สื่อ ที่ใกล้เคียงกับงานที่จะผลิตจริง และตัวอย่างศิลปิน ดารานักแสดง ผู้ประกาศข่าว พิธีกร บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย (Influencers, Key Opinion Leaders - KOLs) ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ	
24.	เงื่อนไขการเสนอราคา	
	ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาที่ยรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวง ไว้ด้วยแล้ว ยกเว้นในกรณีที่ผู้เสนอราคาเป็นผู้ประกอบกิจการที่ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมาย สามารถเสนอราคาที่ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มได้	
25.	หลักประกันการเสนอราคา (เฉพาะวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีวงเงินงบประมาณในการซื้อหรือจ้างครั้งหนึ่ง เกินกว่า 5,000,000 บาท)	
	เพื่อประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เสนอราคา หรือผู้ให้บริการไม่ปฏิบัติตามกระบวนการซื้อหรือจ้าง สำนักงานจึงกำหนดหลักประกันการเสนอราคา สำหรับการซื้อหรือจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีวงเงินงบประมาณในการซื้อหรือจ้างครั้งหนึ่ง เกินกว่า 5,000,000 บาท ในอัตราร้อยละห้าของวงเงินงบประมาณที่จัดซื้อจัดจ้าง-ใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ (1) แคชเชียร์เช็ค ซึ่งลงวันที่ที่แคชเชียร์เช็คนั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน 3 วันทำการ (2) หนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด	

	(3) พันธบัตรรัฐบาลไทย (4) หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้เสนอราคานำหลักประกันการเสนอราคาตาม (1) (3) หรือ (4) ให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้เสนอราคาส่งหลักประกันการเสนอราคาในรูปแบบ PDF File (Portable Document Format) ในวันเสนอราคา และให้หน่วยงานของรัฐกำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอหรือผู้เสนอราคาส่งต้นฉบับเอกสารดังกล่าวมาให้ สสส. ตรวจสอบความถูกต้อง ตามวันและเวลาที่กำหนด ตามที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาฯ
26.	กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า
	☐ 30 วัน ☐ 45 วัน ☐ 60 วัน ☒150.....วัน
27.	กำหนดวันทำสัญญา นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งให้มาทำสัญญา
	☒ 7 วัน ☐ 15 วัน ☐วัน
28.	สถานที่ติดต่อสอบถามข้อมูล และส่งข้อเสนอแนะ วิจัยาณ์ หรือแสดงความคิดเห็น
	สามารถส่งข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ วิจัยาณ์ เกี่ยวกับร่างขอบเขตงานนี้ได้ที่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง ฝ่ายอำนวยการ 99/8 ซอยงามดูพลี แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 e-mail : purchase@thaihealth.or.th สาธารณะชนต้องการเสนอแนะ วิจัยาณ์ หรือมีความเห็น ต้องเปิดเผยชื่อและที่อยู่ของผู้ให้ข้อเสนอแนะ วิจัยาณ์หรือมีความเห็นด้วย
29.	การดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
	ผู้รับจ้างและลูกจ้างของผู้รับจ้าง ต้องเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากการทำงานด้วยความระมัดระวัง และผู้รับจ้างจะปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 รวมถึงกฎ ระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และผู้รับจ้างรับทราบถึงประกาศเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) ของผู้เข้าร่วมกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ รายละเอียดตาม Link (http://lln.me/0kdiz3z) และ QR Code นี้ 