

สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ข้อบังคับว่าด้วยการเสนองานวางแผนและข้อสื่อโฆษณา (Media Proposal Fee)

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน มีการเรียกให้บริษัทมีเดียเอเยนซีเสนองานแข่งกันจำนวนมาก และบ่อยครั้งขึ้นจนทำให้เป็นภาระด้านเวลา และค่าใช้จ่ายของมีเดียเอเยนซีที่จะต้องเตรียมงานเสนอแก่ลูกค้า โดยไม่มีความแน่นอนว่าจะได้ธุรกิจจากลูกค้ารายนั้น ๆ มาชดเชยค่าชั่วโมงการทำงาน และค่าใช้จ่ายในการเตรียมงานเสนอแก่ลูกค้า

จากการที่สมาคมฯ ได้เริ่มดำเนินการโครงการ Pitching Fee มาตั้งแต่ต้นปี 2553 แล้วนั้นก็ได้นำปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการบางประการ สมาคมฯ จึงจำเป็นต้องทำการปรับปรุง แก้ไขข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาและอุดช่องโหว่บางประการ เพื่อให้การดำเนินโครงการในระยะต่อจากนี้ไปเกิดปัญหาน้อยที่สุด

หลักสำคัญของการปรับปรุงข้อบังคับครั้งนี้อยู่ที่ การเรียกเก็บ “ค่าเสนองาน” จากลูกค้าในทุกกรณี ไม่ว่าจะมีการแข่งขันกันเสนองานหรือไม่ เพื่อเป็นหลักประกันว่า หากลูกค้าเรียกเสนองานแล้ว ในเวลาต่อมาไม่ได้ว่าจ้าง หรือทำสัญญาต่อกัน มีเดียเอเยนซีจะได้รับการชดเชยค่าเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเตรียมงานนั้น ๆ ซึ่งรวมถึงเอเจนซีปัจจุบัน ซึ่งมีโอกาสที่จะไม่ได้ให้บริการกับลูกค้าต่อด้วย

อย่างไรก็ดี หลังจากลูกค้าได้พิจารณาว่าจ้างหรือทำสัญญากับบริษัทมีเดียเอเยนซีรายใดรายหนึ่งแล้ว ก็ย่อมถือว่า มีเดียเอเยนซีนั้น ๆ ได้ธุรกิจจากลูกค้ารายนั้นไป ซึ่งถือเป็น การลงทุนเบื้องต้นของมีเดียเอเยนซี เพื่อให้ได้ธุรกิจจากลูกค้ารายนั้น จึงไม่สมควรจะเรียกเก็บ “ค่าเสนองาน” กรณีเช่นนี้ “ค่าเสนองาน” ของมีเดียเอเยนซีรายนั้น ๆ ก็จะได้รับยกเว้น ไม่ต้องเรียกเก็บ หรือหากเรียกเก็บไปแล้ว ลูกค้าก็จะได้รับคืนเต็มจำนวน

คำนิยาม

การเสนองาน หมายถึง การเสนองานวางแผนสื่อโฆษณา งานซื้อสื่อโฆษณา หรืองานอื่นใดนอกเหนือจากการนำเสนอข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริษัท (Credential Presentation) ของบริษัทมีเดียเอเจนซี ไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากความต้องการของลูกค้า (Advertiser) หรือไม่ก็ตาม

ค่าเสนองาน (Proposal Fee) หมายถึง ค่าธรรมเนียมที่สมาคมฯ เรียกเก็บจากลูกค้าเพื่อเป็นค่าตอบแทนบริษัทมีเดียเอเจนซีที่มีการเสนองานตามขอบเขตและอัตราค่าเสนองานในข้อบังคับนี้

สัญญาใช้บริการมีเดียเอเจนซี หมายถึง สัญญาใด ๆ ที่ก่อให้เกิดนิติสัมพันธ์ระหว่างบริษัทมีเดียเอเจนซีและลูกค้า ไม่ว่าจะชื่อเรียกสัญญาวางอย่างใดก็ตาม

เอเจนซีปัจจุบัน หมายถึง บริษัทมีเดียเอเจนซีที่ลูกค้ามีสัญญาใช้บริการอยู่โดยมิได้มีการบอกเลิกสัญญา ไม่ว่าจะโดยนิตินัยหรือพฤตินัย

เอเจนซีใหม่ หมายถึง บริษัทมีเดียเอเจนซีที่ลูกค้าได้ลงนามในสัญญาใช้บริการฯ อันเป็นผลสืบเนื่องจากการพิจารณา “การเสนองาน” ตามข้อบังคับนี้

เอเจนซีที่เข้าร่วมเสนองาน หมายถึง บริษัทมีเดียเอเจนซีทุกแห่งที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเสนองาน และได้อบรมรับที่จะเข้าร่วมเสนองานแก่ลูกค้านั้น ๆ แล้ว และให้หมายความรวมถึงเอเจนซีปัจจุบันของลูกค้ารายนั้นด้วย

ลูกค้าใหม่ หมายถึงลูกค้าที่ยังมิได้ลงนามในสัญญาใช้บริการมีเดียเอเจนซีนั้น ๆ

สัญญาตอบรับค่าเสนองาน หมายถึง สัญญาระหว่างลูกค้าและสมาคมฯ เพื่อยืนยันการยอมรับเงื่อนไขและค่าเสนองานตามข้อบังคับนี้

ระเบียบวิธีการเสนองานของ บริษัท มีเดียเอเยนซี

1. เมื่อบริษัทมีเดียเอเยนซีได้รับการติดต่อจากลูกค้าใหม่ให้ส่งข้อเสนอ หรือ นำเสนองานใด ๆ อันนอกเหนือจากการนำเสนอ Credential ตามปกติแล้ว บริษัทมีเดียเอเยนซีมีหน้าที่แจ้งให้ลูกค้าใหม่ ทราบว่า มีการเรียกเก็บค่าเสนองานตามข้อบังคับนี้ ไม่ว่าจะมีการแข่งขันบริษัทมีเดียเอเยนซีอื่นหรือไม่ ก็ตาม
2. หากบริษัทมีเดียเอเยนซีตอบรับที่จะเสนองานของลูกค้าแล้ว บริษัทมีเดียเอเยนซีนั้น มีหน้าที่แจ้งให้ สมาคมฯ ทราบถึงการเสนองานนั้นภายใน 24 ชั่วโมง
3. สมาคมฯ ติดต่อลูกค้าเพื่อส่งใบตอบรับและอนุมัติเรื่อง “การเรียกเก็บค่าเสนองาน” (Media Proposal Fee) หลังจากสมาคมฯ ได้รับเอกสารตอบรับจากลูกค้า จะดำเนินการส่งใบแจ้งหนี้และเรียกเก็บค่าเสนองานเต็มจำนวนก่อนวันเสนองาน
4. ในกรณีวันที่เสนองานห่างจากวันที่ส่งใบแจ้งหนี้ไม่ถึง 3 วัน และลูกค้าไม่สามารถดำเนินการชำระเงินได้ ก่อนวันเสนองาน สมาคมฯ อาจพิจารณาอนุมัติใบตอบรับอนุมัติ “การเรียกเก็บค่าเสนองาน” (Media Proposal Fee) แทนการชำระเงินค่าเสนองานตามข้อ 3 ทั้งนี้ลูกค้าจะต้องชำระค่าเสนองานให้เสร็จสิ้น ภายใน 7 วันนับแต่วันที่ได้รับใบแจ้งหนี้ค่าเสนองานจากสมาคมฯ
5. สมาคมฯ สงวนสิทธิในการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการเรียกเสนองานของลูกค้าจากบริษัทมีเดียเอเยนซี ที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด และเป็นหน้าที่ของสมาคมฯ ที่จะต้องแจ้งและตรวจสอบกับเอเยนซีปัจจุบัน ของลูกค้าเกี่ยวกับการเรียกเสนองานของเอเยนซีใหม่ เพื่อเป็นธรรมเนียมในการเรียกเก็บค่าเสนองานของ บริษัทมีเดียเอเยนซีทุกแห่งที่เกี่ยวข้องจากบริษัทมีเดียเอเยนซี
6. บริษัทมีเดียเอเยนซี จะไม่เสนองานแก่ลูกค้าใหม่ทุกกรณีหากลูกค้าใหม่นั้นปฏิเสธที่จะชำระค่าเสนองาน ตามข้อบังคับ
7. ลูกค้าที่ชำระค่าเสนองานแล้ว จะได้รับใบเสร็จจากสมาคมฯ และสมาคมฯ จะแจ้งให้บริษัทมีเดียเอเยนซี ที่เข้าร่วมเสนองานได้ทราบทันที เพื่อให้ดำเนินงานต่อไป
8. เงินค่าเสนองานนี้ สมาคมฯ จะเก็บรักษาไว้เพื่อสงวนลูกค้า และจัดสรรให้แก่บริษัทมีเดียเอเยนซีตาม ข้อกำหนดเรื่องการคืนและจัดสรรค่าเสนองานในข้อบังคับนี้
9. บริษัทมีเดียเอเยนซีสามารถถอนตัวจากการเสนองานภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากการรับโจทย์ได้ บริษัท มีเดียเอเยนซีไม่สามารถถอนตัวจากการเสนองานภายหลังลูกค้าได้ชำระค่าเสนองานเสร็จสิ้นแล้ว
10. กรณีลูกค้ามีปัญหาหรือเหตุขัดข้องในการชำระค่าธรรมเนียม แต่ยังไม่ปฏิเสธการชำระค่าธรรมเนียม สมาคมฯ จะแจ้งให้บริษัทมีเดียเอเยนซีที่เข้าร่วมเสนองานนั้น ๆ ทราบ เพื่อติดต่อกับลูกค้า ในกรณี เช่นนี้ หากบริษัทมีเดียเอเยนซีตัดสินใจถอนตัวจากการแข่งขัน ต้องแจ้งให้สมาคมฯ ทราบทันที
11. กรณีลูกค้ามีปัญหาหรือเหตุขัดข้องใด ๆ เกี่ยวกับการเรียกเก็บและชำระค่าเสนองานนี้ บริษัทมีเดีย

เอเจนซีที่ได้รับเชิญให้เสนองานทั้งหลาย จะต้องระงับการเสนองานไว้ก่อน จนกว่าลูกค้าจะชำระค่าเสนองานเสร็จสิ้น หรือได้ลงนามสัญญาตอบรับ/อนุมัติค่าเสนองานแล้วตามข้อ 4

12. กรณีลูกค้าปฏิเสธการชำระค่าเสนองานบางส่วน (บางเอเจนซี) เอเจนซีที่ถูกลูกค้าปฏิเสธการชำระค่าเสนองาน ต้องไม่เข้าร่วมเสนองานในครั้งนั้น เช่นเดียวกับกรณีตามข้อ 6
13. บริษัทมีเดียเอเจนซีที่เข้าเสนองาน มีหน้าที่แจ้งให้สมาคมฯ ทราบถึงผลหรือข้อยุติของการเสนองาน เพื่อดำเนินการคืนค่าเสนองานให้ลูกค้า หรือจัดสรรค่าเสนองานให้แก่บริษัทมีเดียเอเจนซีที่เกี่ยวข้อง
14. กรณีมีข้อขัดแย้ง หรือปัญหาที่ไม่อาจบรรลุข้อตกลงร่วมกันในระหว่างบริษัทมีเดียเอเจนซีที่เข้าร่วมเสนองานครั้งใดครั้งหนึ่งแล้ว บริษัทมีเดียเอเจนซีเหล่านั้นตกลงที่จะระงับการเสนองานไว้ก่อนจนกว่าจะมีข้อยุติ หรือข้อตกลงอันเป็นที่ยอมรับของทุกบริษัทที่เข้าร่วมเสนองานครั้งนั้น

ขอบเขตและอัตราค่าเสนองาน

1. ลูกค้าต้องชำระ “ค่าเสนองาน” (เป็นเงินบาท) สำหรับ “เอเจนซีที่เข้าร่วมเสนอ” ทั้งหมดรวมถึง “เอเจนซีปัจจุบัน” ตามอัตราที่กำหนดไว้ให้แก่สมาคมฯ ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้
2. เมื่อลูกค้าไม่ว่าจะมีเอเจนซีปัจจุบันอยู่แล้วหรือไม่ก็ตาม ประสงค์จะเรียกให้บริษัทมีเดียเอเจนซีเพียงแห่งเดียวหรือหลายแห่งเสนองานด้านสื่อโฆษณา ไม่ว่าจะป็นงานวางแผนสื่อโฆษณา หรืองานซื้อสื่อโฆษณา หรืองานวางแผนและซื้อสื่อโฆษณารวมกัน ให้คิดอัตราค่าเสนองาน 100,000 บาท ต่อหนึ่งบริษัทมีเดียเอเจนซี
3. กรณีการเสนองานเป็นส่วนหนึ่งของการเสนอแผนงานโฆษณาโดยรวมของบริษัทตัวแทนโฆษณาอื่น (Advertising Agency หรือ Creative Agency) ให้คิดอัตราค่าเสนองานตามเอกสารแนบท้าย “ข้อบังคับว่าด้วยการเสนองานวางแผนและซื้อสื่อโฆษณา” โดยแยกต่างหากจากค่าธรรมเนียมของ Advertising Agency หรือ Creative Agency ตามข้อบังคับเรื่อง Pitch Fee ของ สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย (The Advertising Association of Thailand – AAT)
4. “ค่าเสนองาน” ตามข้อบังคับนี้เป็นกรเรียกเก็บจากลูกค้าเพื่อชดเชยค่าเสียเวลาและค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าเรียกมีเดียเอเจนซีให้เสนองานด้านสื่อโฆษณา และต่อมาภายหลังมิได้ตกลงว่าจ้างมีเดียเอเจนซีนั้น ๆ ดังนั้นหลังจากลูกค้าตัดสินใจลงนามใน “สัญญาใช้บริการเอเจนซี” กับบริษัทมีเดียเอเจนซีใดแล้ว ให้ถือว่าบริษัทมีเดียเอเจนซีนั้น ไม่มีสิทธิได้รับ “ค่าเสนองาน” และให้คืนค่าเสนองานนั้นแก่ลูกค้าต่อไป

การคืนและจัดสรรค่าเสนองาน

1. ค่าเสนองานของบริษัทมีเดียเอเจนซีที่มีการลงนามในสัญญาฯ แล้ว จะคืนให้กับลูกค้าทั้งจำนวน (100%) หลังจากวันที่ได้รับแจ้งการลงนามในสัญญาฯ แล้ว
2. ค่าเสนองานของบริษัทมีเดียเอเจนซีที่ไม่ได้รับการว่าจ้างหรือลงนามในสัญญาฯ จะจัดสรรให้ทุกบริษัทในอัตราร้อยละแปดสิบ (80%) หลังจากวันที่ได้รับการยืนยันว่าลูกค้าได้ลงนามในสัญญาฯ กับบริษัทมีเดียเอเจนซีแห่งใดแห่งหนึ่ง หรือหลายแห่งอย่างถูกต้องแล้ว
3. ค่าเสนองานของบริษัทมีเดียเอเจนซีตามข้อ 2 ส่วนที่เหลือ ร้อยละยี่สิบ (20%) ให้จัดสรรเป็นรายได้ของสมาคมฯ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามข้อบังคับนี้

ข้อยกเว้นเรียกเก็บค่าธรรมเนียม

1. ยกเว้นไม่เรียกเก็บค่าเสนองานในกรณีลูกค้าคัดเลือกบริษัทฯ ด้วยการพิจารณาเพียงคุณสมบัติ (Company Profile) และผลงานของบริษัท จากการนำเสนอ Credential Presentation ของบริษัทต่าง ๆ
2. หน่วยงานราชการ องค์กรการมหาชนที่เป็นหน่วยงานของรัฐ 100% รัฐวิสาหกิจ หรือ รัฐวิสาหกิจที่มีสภาพเป็นบริษัทมหาชนแต่ยังมีได้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

บทลงโทษ

สมาชิกที่ฝ่าฝืนข้อบังคับนี้ เช่น เข้าร่วมแข่งขันโดยไม่แจ้งให้สมาคมฯ ทราบ หรือมีเจตนาช่วยลูกค้าหลบเลี่ยงการชำระค่าธรรมเนียม ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม หรือเสนองานเกินขอบเขตที่ลูกค้าประกาศไว้ จะถูกพิจารณาลงโทษเป็นลำดับขั้นดังนี้

1. ได้รับหนังสือว่ากล่าวตักเตือนจากสมาคมฯ
2. ถูกจำกัดสิทธิประโยชน์บางประการของสมาชิก
3. ถูกขับออกจากสมาชิกสมาคมฯ

การวินิจฉัยข้อโต้แย้ง

การวินิจฉัยข้อโต้แย้งใด ๆ ให้กระทำโดยกรรมการบริหารสมาคมฯ ไม่น้อยกว่า 5 คน โดยอาจเชิญสมาชิกที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมให้ความเห็นด้วย และให้ถือมติของที่ประชุมดังกล่าวนี้เป็นที่สิ้นสุด

บริษัทสมาชิกภายใต้ข้อบังคับนี้

(Update : July 20th, 2022)

1. AMEX
2. BPN (IPG Mediabrands)
3. Carat (Dentsu International)
4. Dentsu X (Dentsu International)
5. Havas
6. Initiative (IPG Mediabrands)
7. iProspect (Dentsu International)
8. L&R
9. MediaCom (Group M)
10. Media Intelligence Group
11. Mindshare (Group M)
12. OMD (Omnicom)
13. Phd (Omnicom)
14. Prakit
15. Starcom (Publicis)
16. UM (IPG Mediabrands)
17. Wavemaker (Group M)
18. Zenith (Publicis)

เอกสารแนบท้าย “ข้อบังคับว่าด้วยการเสนองานวางแผนและซื้อสื่อโฆษณา”
กรณีเสนองานเป็นส่วนหนึ่งของการเสนอแผนงานโฆษณา
โดยรวมของบริษัทตัวแทนโฆษณาคือ (Advertising Agency หรือ Creative Agency)

1. การแข่งขันด้วยการเสนองานสื่อโฆษณาตาม ขอบเขตและอัตราค่าเสนองาน ในลักษณะแผนงาน มีเดีย “ไม่เต็มรูปแบบ” โดย Media Agency มีขอบเขตงาน ดังนี้

- Strategic Media Approach (Media Strategy) จาก insight & behavior ของ Target ที่ได้จาก Strategic Team ของ Brand/Creative Agency
- Media Selection, Budget Allocation (media prioritization)

กรณีนี้สมาคมฯ จะคิดค่านำเสนองานเพิ่มเติมเป็นค่า Media Proposal Fee 50,000 บาท

2. การแข่งขันด้วยการเสนองานสื่อโฆษณาตาม ขอบเขตและอัตราค่าเสนองาน ในลักษณะแผนงาน มีเดีย “เต็มรูปแบบ” โดย Media Agency ในเชิงลึกอย่างเต็มรูปแบบ ดังตัวอย่างข้อใดข้อหนึ่งหรือทั้งหมดต่อไปนี้

- การทำ Target Analysis, และหรือ Segmentations, และหรือ Journey โดย Media Agency
- Media Activation Platform และ Media Big Idea ของ Media executions ต่างๆ
- Request for Costing ในระดับ Template หรือ RFP
- Committed KPIs เชิงลึก

กรณีนี้สมาคมฯ จะคิดค่านำเสนองานเพิ่มเติมเป็นค่า Media Proposal Fee 100,000 บาท

หมายเหตุ: กรณีการแข่งขันใดที่มีการนำเสนองานตามข้อ 1 หรือ ข้อ 2 Media Agency ที่จะเข้าร่วมเสนองาน มีหน้าที่แจ้งให้สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย รับทราบทุกครั้ง พร้อมกับระบุขอบเขตการนำเสนอว่า เป็นการนำเสนอตามข้อ 1 หรือ ข้อ 2 เพื่อให้สมาคมมีเดียเอเยนซีฯ ดำเนินการประสานงานกับลูกค้าผู้เรียกเสนองาน โดยสมาคมมีเดียเอเยนซีฯ จะดำเนินการจัดเก็บค่า Media Proposal Fee จากลูกค้าผู้เรียกเสนองานโดยตรงต่อไป

ข้อบังคับฉบับปรับปรุงนี้มีผลบังคับใช้ วันที่ 29 กรกฎาคม 2565 เป็นต้นไป
สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย