

---

2025년 공익광고 주제선정 및 효과평가 조사 용역

# 제 안 요 청 서

---

2025. 3.



제안요청 관련 문의	
입찰 및 계약 관련	김석현 과장 (02-731-7153)
과업내용 및 제안서 작성 관련	김유정 대리 (02-731-7481)

## 목 차

<b>I. 용역 개요</b> .....	<b>1</b>
1. 용역명	
2. 조사목적	
3. 용역기간	
4. 용역예산	
<b>II. 과업 내용</b> .....	<b>2</b>
1. 조사내용	
2. 조사대상 및 조사방법	
3. 결과물 제출	
<b>III. 제안 안내</b> .....	<b>6</b>
1. 제안서 수록 내용	
2. 제안서 목차	
3. 제안서 작성 지침	
4. 입찰참가 자격	
5. 제출 서류	
6. 기타 사항	
<b>IV. 사업자 선정 관련 사항</b> .....	<b>10</b>
1. 입찰방식	
2. 평가방법	
3. 평가기준 및 배점	
4. 기술협상	
5. 기타	
<b>붙임 서식</b> .....	<b>14</b>

# I

## 용역 개요

1. 용역명 : 2025년 공익광고 주제선정 및 효과평가 조사 용역

### 2. 조사목적

- 공익광고 주제선정 조사
  - 방송공익광고 주제선정을 위한 기초 자료로 활용
  - 국민 선호주제와 온라인 여론 조사 등을 종합하여 사회적 현안 및 중요도 등을 반영한 공익광고 적정 주제 선정
- 공익광고 효과평가 조사
  - 공익광고 제작물에 대한 광고 효과 평가
  - 공익광고 캠페인 효과 제고를 위한 질적 향상 방안 도출

### 3. 용역기간

- 계약 체결일로부터 2026년 4월 30일까지
- ※ 계약 종료 시점은 상황에 따라 변동 가능

### 4. 용역예산

- 소요예산 : 85,000,000 원 (부가세 포함)
  - 주제선정 조사 : 45,000,000 원 / 효과평가 조사 : 40,000,000 원

## II

## 과업 내용

### 1. 조사내용

#### 가. 공익광고 주제선정 조사

- 2025년 국민 여론을 시의성 있게 반영할 수 있는 분석기법 적용
  - 사회적 이슈에 대한 온라인 버즈량(빅데이터) 분석(인터넷, 모바일, SNS 등) 및 오피니언 키워드 분석(사설, 칼럼 등)
  - 키워드 추출을 통한 공익광고 분야별 카테고리 도출 및 이슈별 국민 선호도, 관심도 조사

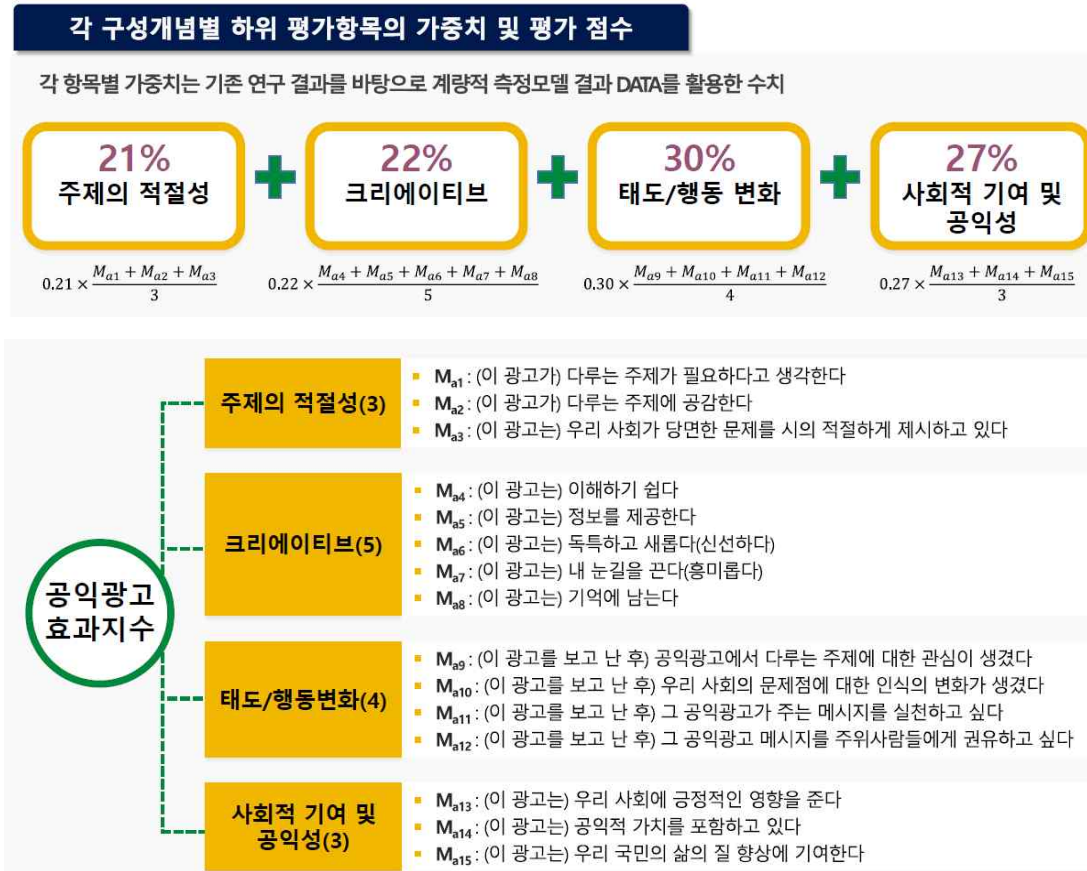
※ 공익광고 분야(대분류) 구분 : 아래 표 참조

대분류	분류 기준
경제·산업	국가·민간·가계 경제활동 및 산업 관련 주제 포괄
인권·노동·복지	자연법 상 인간으로서의 권리 및 의식주 등을 포함한 사회적 복지 관련 주제, 인권·복지와 연계된 이슈가 많은 노동 관련 주제 포괄
가정·아동·청소년	가족 구성원 및 가정과 관련한 주제, 아동·청소년의 육성 및 보호에 관한 주제 포괄
사회적 약자 및 소수자 보호	신체적·사회적 약자 및 사회적 소수자(동성애, 다문화 가정) 관련 주제 포괄
공동체 의식·상생	생활양식, 사고 등 사회구성원으로서의 공동체 및 다원주의 관련 의식적 주제 포괄
공중예절·에티켓	일상생활 및 사회관계 속에서 지켜야 하는 예절 관련 행동적 주제 포괄
환경·에너지	환경 보호, 자연 자원의 이용 및 에너지 등과 관련된 주제 포괄
범죄예방	민형사상의 범죄 및 부정부패 등 사회질서를 위반하는 행위 관련 주제 포괄
보건·안전	국민들의 건강 및 안전을 통한 생명 지키기에 연관된 주제 포괄
문화·예술·관광	국민들이 향유하는 문화·여가·예술·관광 등과 관련된 주제 포괄
과학기술	과학·기술·방송·통신 등에 관련된 주제 포괄
국가 의식	대한민국 국민으로서의 국가 의식(외교, 통일, 역사)에 관련된 주제 포괄

## 나. 공익광고 효과평가조사

- 2025년 제작 및 송출된 개별 방송공익 광고물(총 7편)에 대한 평가
  - 방송 공익광고의 효과를 종합적으로 평가할 수 있는 항목 조사분석
    - 광고효과지수\*, 호감도, 인지도, 인지경로, 수용도 등

### \* 광고효과지수 산출 산식 및 세부항목 구성



- 유사 공익광고(3편) 대비 공익광고 효과 비교 분석
  - 동일 기간 내 노출된 타 공공캠페인과 동일 항목으로 조사·비교
- 광고효과지수 및 인지도 측정 등 공통 문항 이외에 다양한 효과 측정을 위하여 개별 광고물의 주제 특성을 고려한 설문 문항 및 분석단위 구성 방안 제안 등
  - 25년 공익광고 선정주제 : 「저출생 극복」, 「디지털범죄예방」, 「광복80년-공동체의식」, (나머지 주제는 추후 확정)
- 기타 조사 효율화 및 활용도 강화를 위한 개선안 제시

#### 다. 기타

- 공익광고 사전·사후 인식태도 변화 조사(7회, 500명 이상)
  - 방송공익광고 7편에 대한 송출 전후 국민 인식 및 태도변화 조사(10문항 내외)
- 그 외 사회여론을 시의성 있게 반영한 공익광고 주제선정 및 효과평가 관련 유의미한 데이터를 산출·반영할 수 있는 조사 방법 제안
- 조사 간 통합, 추가조사 실시 등 다양한 조사 운용 제안 가능

## 2. 조사대상 및 조사방법

#### 가. 조사대상

- 공익광고 주제선정 조사
  - 전국 17개 시도 만 15~64세 이하 남녀 9,000명 이상
  - 용역기간 내 총 3차에 걸쳐서 실시(각 3천 명 이상)하되, 실사 시기는 주제선정 시점을 고려하여 공사와 협의 후 결정
    - (예정) 1차 : '25년 4월 / 2차 : '25년 8월 / 3차 : '25년 12월
- 공익광고 효과평가 조사
  - 전국 7대 도시(서울, 부산, 대구, 광주, 대전, 인천, 울산) 만 15~64세 이하 남녀 7천 명 이상
  - '25년 공익광고 제작물(7편) 대상 조사(각 1천명 이상)
    - 해당 공익광고의 방송 송출 종료 후 조사 착수
- 공익광고 사전·사후 인식태도 변화 조사
  - 전국 만 15~64세 이하 남녀 500명(사후 조사 완료 기준)
  - '25년 공익광고 제작물(7편) 대상 조사(각 500명 이상)

#### 나. 조사방법

- 공익광고 주제선정 조사
  - 빅데이터(버즈데이터)를 활용한 주요 사회 이슈 키워드 분석(내용 분석) 및 카테고리 분류
  - 일반 국민 대상 웹 설문조사 등

- 공익광고 효과평가 조사
  - 일반 국민 대상 웹 설문조사
- 공익광고 사전·사후 인식태도 변화 조사
  - 일반 국민 대상 웹 설문 추적 조사

### 3. 결과물 제출

- 데이터 처리(코딩 및 자료입력)
  - 응답된 데이터를 통계프로그램이나 엑셀에서 분석 가능한 형태로 입력(데이터 파일과 기본분석 명령 파일 제공)
- 성과물 제출
  - Raw Data : 엑셀(\*.xls) 파일 (Data 코딩, Table, Index 등 포함)
  - 보고서 : PPT 파일, PDF 파일 (각 회차별 별도 제출)
- 인쇄보고서(컬러)
  - 과업 종료 후 설문지, 결과보고서(결과보고 요약 포함) 10부 제출 (조사별 별도 제출)
  - 설문지 및 결과보고서(결과보고 요약서) 작성 시 구체적인 내용과 형식은 공사와 협의하여 결정
  - ※ 결과물 제출 관련 자세한 사항은 추후 공사와 협의 후 결정

## III

## 제안 안내

### 1. 제안서 수록 내용

#### 가. 공익광고 주제선정 조사

- 국민 희망 주제 선정 및 미래지향적 주제 발굴을 위한 조사 방법론 제시
  - 적정 규모의 조사 지역 및 샘플 선정 관리·운영 방안
  - 사회적 이슈 키워드 도출 방안
    - 현재의 사회적 문제 해결 및 공동체의 지향점을 반영한 시의성 있는 이슈 키워드를 도출할 수 있는 방안 구체적으로 명기
    - 이슈 키워드의 시의성과 정확성 제고를 위한 데이터 추출 및 분석 방법 등

- 도출된 이슈 키워드의 효율적 활용을 위한 직관적인 데이터 시각화 방안 등
- 시의적절한 주제 선정을 위한 국민여론조사 시행 방안
  - 조사 설계, 설문 구성 방식, 분석 단위 설정 등
- 시의성 및 정확성을 제고할 수 있는 조사기법 도입
  - 버즈데이터 분석, 빅데이터 분석 등

#### 나. 공익광고 효과평가 조사

- o 공익광고 효과평가 조사 설계 및 수행 방안
  - 적정 규모의 조사 지역 및 샘플 선정 관리·운영 방안
  - 공익광고 효과를 종합적으로 평가할 수 있는 조사 설계 방안
  - 공익광고 인지도 측정 및 국민 매체 이용·선호도 조사 방안
  - 기타 광고효과 측정 및 활용도 강화를 위한 개선안 등

#### 다. 공익광고 사전·사후 인식태도 변화 조사

- o 조사 설계 및 효과적 조사 수행 방안
  - 조사항목, 설문 구성, 결과 활용 방안 등 고려

※ 이외에 ‘II. 과업내용’에 제시된 사항이 제안서 내에 수록되어야 함

## 2. 제안서 목차

### 가. 제안 업체 일반사항 (별지의 공통서식 사용)

- o 연혁
- o 조직 구성도 및 인원(전문연구원 수 명기)
- o 본 조사 투입연구인력 수 및 이력

### 나. 조사 설계 및 실시 방안

- o 조사 설계 방안
  - 주제선정 및 효과평가 조사 관련 자사 노하우 및 제안사항
- o 조사 신뢰도 및 타당성 제고 방안
- o 조사 데이터(사회 이슈 키워드 등) 추출의 정확성 제고 방안



- 표본 추출 방법, 조사 패널 구축 및 응답률 제고 방안
- 그밖의 조사 효율화, 고도화 방안 등

#### 다. 조사결과의 제공 및 활용, 조사 발전 방안

- 조사 및 분석 결과의 제공 및 활용방안 등
- 독창성 및 창의력 있는 추가 제안사항 등

#### 라. 추진 일정

- 연간 조사 추진계획 및 세부 추진 일정

### 3. 제안서 작성지침

- 제안서 구성은 목차를 준수하고 제안요청서를 참조하여 작성
- 제안서는 명확한 용어를 사용하여 표현하여야 하며, ‘~을 할 수 있다’ 혹은 ‘~이 가능하다’ 등의 모호한 표현은 ‘할 수 없다’ 로 평가
- 원본 외의 제안서 및 제안요약서 표지에는 다음 표만 기재

용역명	2025년 공익광고 주제선정 및 효과평가 조사 제안(요약)서
번호	(총 7부 제출에 대한 1에서 7까지의 순번을 기재)

- 제안서에 기술된 모든 사항을 객관적으로 입증할 수 있어야 하며, 내용이 허구이거나 제안서평가위원회의 입증요구에 응하지 못할 경우 평가대상에서 제외함
- 복수 선택의 제안도 가능하나, 이 경우 장단점을 비교하여 제안사의 추천안을 명시하고 그 추천 사유를 함께 기술하여야 함.
- 사용 용어는 약어 사용의 경우 Full Length 용어를 포함한 용어 해설을 별도 주석으로 기재해야 함.
- 제안내용에 대해 공사가 입증서류를 요구 시 이를 제시해야 함.
- 제안서는 80페이지 한도 내에서 작성 요망
- 기타 필요하다고 판단되는 보조 자료는 별도 제출할 수 있음.

#### 4. 입찰 참가 자격

- 국가전자조달시스템(G2B)에 입찰참가자격 등록을 한 업체
- 「중소기업기본법」 제2조에 따른 소기업자 및 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제2조에 따른 소상공인으로서 「중소기업 범위 및 확인에 관한 규정」에 따라 발급된 <소기업·소상공인 확인서>를 소지한 자

#### 5. 제출 서류

- 제출기한 : 2025년 3월 24일(월) 16:00까지
- 제출방법 : 전자조달시스템을 활용하여 나라장터 온라인 제출
  - ※ 제안서 및 제안요약서 : 전자조달시스템을 활용하여 나라장터 온라인 제출 후, 원본 1부 및 사본 7부는 우편으로 별도 제출
    - 1) 우편 제출 시 : (주소) 한국방송광고진흥공사 공익광고팀 ☎ 02-731-7481  
서울 중구 세종대로 124 한국프레스센터 14층
  - ※ 제안서 사본에는 일체의 회사명이나 로고 등을 표시하지 말 것
    - 제안서 8부(원본 1부, 사본 7부)
      - \* A4지 바인더, 원본 표지에만 제출 회사명 표기
    - 요약제안서 8부(원본 1부, 사본 7부)
      - \* A4지 바인더, 원본 표지에만 제출 회사명 표기
- 제출서류 <나라장터 제출서류 항목>
  - ① 제안서 <정성, 정량> 및 제안요약서 <제안요약서>
  - ② 소기업 또는 소상공인 확인서 1부 <기타문서>
  - ③ 사업자등록증 사본 1부 <기타문서>
  - ④ 2025년 공익광고 조사 참여(예정) 인력 관련사항(소정양식) 각 1부 <기타문서>
  - ⑤ 퇴직자 영입현황 확인서 1부(소정양식) <기타문서>
  - ⑥ 청렴계약이행서약서 1부(소정양식) <기타문서>
  - ⑦ 개인정보 수집·이용·제공 동의서(소정양식) <기타문서>
  - ※ 신청 서류 중 사본의 경우는 사본에 “원본과 같음” 이라고 명기하고, 인감증명서 상의 인감으로 날인하여 제출
  - ※ 제출된 제반 서류는 일체 반환하지 않음

※ 제안서 문의 : 한국방송광고진흥공사 공익사업국 공익광고팀  
(Tel : 02-731-7481)

o 제안서 제출관련 유의사항

- 가격 산출내역서 작성 시 원가계산에 의한 예정가격 작성준칙 (기재부 계약예규 예정가격 작성기준)을 참고하여 구체적으로 기입하여야 함

※ 사업수행 종료 후 용역비 사용내역에 대한 외부 회계기관의 감사보고서를 정산내역과 함께 제출해야 하며, 용역예산에서 외부 회계기관 정산 수수료를 사용할 경우, 산출내역서에 해당 항목이 포함되어야 함

- 제안서는 허위로 작성하지 않아야 하며, 계약 이후에도 허위로 작성된 사실이 발견되거나 제안 내용과 상이하게 시행될 경우 일방적 계약 해지 및 배상청구가 가능함
- 제안서에 제시된 내용은 계약서에 명시하지 않아도 계약서와 동일한 효력을 가지며, 계약서에 명기한 사항은 계약서의 내용이 우선함
- 본 제안을 수행함에 따라 발생하는 저작권, 사용권 등의 문제에 대한 일체의 책임은 제안사에 있음
- 입찰에 필요한 일체의 사항을 숙지하지 못한 책임은 제안사에 있음.
- 조사에 따라 산출된 모든 결과물들의 소유권은 당 공사에 있으며, 공사의 허가 없이 유출할 수 없음

6. 기타사항

- o 제안요청서에 기재된 사업추진 내용 등은 계획 사항이며, 공사의 사정으로 일부 변경될 수 있음
- o 사업 수행 완료 후 결과가 불량할 경우 향후 공사에서 실시하는 사업 참여에 제한을 받을 수 있음
- o 제안서 평가 결과는 나라장터에 공개하며, 제안사는 어떠한 이의도 제기할 수 없음
- o 본 용역의 입찰 및 계약은 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률, 정부 계약 예규를 준용하여 시행함

## IV

## 사업자 선정 관련 사항

### 1. 입찰방식 : 제한(총액) 협상에 의한 계약

- 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제4조(구매 증대) 및 동법 시행령 2조의2(중소기업자와의 우선조달계약)에 의한 소기업자 또는 소상공인 간 제한경쟁 입찰

### 2. 평가방법

- 제안서 평가위원회 구성 및 운영
  - 공사는 접수된 제안서에 대한 평가를 위해 5인 이상의 평가 위원회를 구성, 선정기준에 따라 평가를 실시함
  - 제안설명회(경쟁 PT) 평가 : 제안내용 평가(PT평가, 90점)의 85%(76.5점) 이상인 자를 협상적격자로 선정
- 제안설명회 개최
  - 심사 대상업체, 일정 및 시간은 공사에서 별도로 정하여 통보함
  - 제안설명회 및 평가 일시(안) : 2025년 3월 26일(수) 15시~, 서울 중구 세종대로 124 한국프레스센터 17층 PT룸
    - ※ 상기 제안설명회 일정 및 장소는 상황에 따라 변동 가능
  - 본 조사 수행시 가장 중추적 역할을 담당할 분이 직접 제안 사항을 설명하도록 하며, 질의응답도 설명자 중심으로 답변
  - 제안서 설명과 질의 응답은 각 30분으로 제한(예정)
  - 설명회 순서 : 가격입찰서 제출 순서
  - 제안심사에 참석치 않을 경우 선정대상에서 제외함
  - 제안발표는 불가피한 경우 외에는 별도 자료를 사용할 수 없으며 제안서 외의 자료가 제안서 내용과 상이하게 기술된 항목은 평가 시 감점 처리
  - 제안 설명회 장소에 모니터 및 노트북(1대)가 설치되어 있으나 기타 장비류(노트북 등) 필요 시에는 제안사가 준비 및 설치

### 3. 평가 기준 및 배점

- 협상순서는 협상적격자의 기술평가점수와 가격평가점수를 합산

하여 고득점 순위별로 우선순위 협상대상자를 선정 후 협상을 통해 최종 낙찰자 선정

- 종합점수가 동일한 경우 기술평가 점수 순서에 따름

○ 평가기준(기술평가 90점, 가격평가 10점)

구 분		부문별 평가 항목	배점	총점
기술 평가	사업수행능력	조사 투입 인력의 전문성 및 인력수	10	10
	조사방법 및 설계	조사 목적 및 내용 이해도	10	60
		제안내용의 구체성 및 체계성	10	
		조사 설계의 타당성 및 합리성	10	
		조사 데이터 추출의 정확성	10	
		패널 구성/관리/필터링 등 분석 결과 도출의 적정성	10	
		실사 진행 및 결과 분석 등 조사 프로세스 전반에 대한 관리 효율성	10	
	추가 제안 및 조사 보고서	추가 제안 사항의 독창성 및 실용성	10	20
		조사 결과 및 분석 내용 제시의 체계성	10	
가격 평가	제안 가격 평가(산식에 의해 결정)		10	10

○ 평가 및 협상 결과의 통보

- 나라장터 개찰 결과 조회, 유선 및 문자 등으로 개별 통보함

#### 4. 기술협상

- 공사는 제안서의 내용 전반에 대한 검토와 협상 대상자의 추가 제안사항에 대하여 이행 및 실현 가능성 등을 확인함
- 협상대상자가 제안한 이행 과업내용, 이행일정, 제안가격 등의 제안서 내용을 대상으로 협상을 하며, 협상대상자와의 협상을 통해 그 내용 일부를 조정할 수 있음
- 우선순위 협상 대상자가 협상 내용에 대해 합의한 경우 다른 협상 적격자와의 협상을 실시하지 않음
- 우선순위 협상 대상자와의 협상이 성립되지 않으면 동일한 기준과 절차에 따라 순차적으로 차순위 협상 적격자와 협상을 실시함
- 모든 협상 적격자와의 협상이 결렬될 경우 재공고 입찰에 부칠 수 있음

## 5. 기타

- 중요한 질문 사항은 문서 질의를 원칙으로 하고, 전화 또는 구두 질의는 가능하나 전화 또는 구두 질의·응답 사항은 법적효력을 갖지 못함

### ※ 입찰가격 평점산식

가) 입찰가격을 추정가격의 100분의 80이상으로 입찰한 자에 대한 평가

$$\cdot \text{평점} = \text{입찰가격평가 배점 한도} \times \left( \frac{\text{최저입찰가격}}{\text{해당입찰가격}} \right)$$

- \* 최저입찰가격 : 유효한 입찰자중 최저입찰가격으로 하되, 입찰가격이 추정가격의 100분의 70미만일 경우에는 100분의 70으로 계산
- \* 해당입찰가격 : 해당 평가대상자의 입찰가격
- \* 입찰가격 평가시 사업예산으로 하는 경우에는 추정가격에 부가가치세를 포함하여 적용하고, 예정가격을 작성한 경우에는 추정가격을 예정가격으로 적용

나) 입찰가격을 추정가격의 100분의 80 미만인 입찰한 자에 대한 평가

$$\cdot \text{평점} = \text{입찰가격평가 배점 한도} \times \left( \frac{\text{최저입찰가격}}{\text{추정가격의 80\%상당가격}} \right) + \left[ 2 \times \left( \frac{\text{추정가격의 80\%상당가격} - \text{해당입찰가격}}{\text{추정가격의 80\%상당가격} - \text{추정가격의 70\%상당가격}} \right) \right]$$

- \* 최저입찰가격 : 유효한 입찰자중 최저입찰가격으로 하되, 입찰가격이 추정가격의 100분의 70미만일 경우에는 100분의 70으로 계산
  - \* 해당입찰가격 : 해당평가대상자의 입찰가격으로 하되, 입찰가격이 추정가격의 100분의 70미만일 경우에는 배점한도의 30%에 해당하는 평점을 부여
  - \* 입찰가격 평가시 사업예산으로 하는 경우에는 추정가격에 부가가치세를 포함하여 적용하고, 예정가격을 작성한 경우에는 추정가격을 예정가격으로 적용
- 다) 입찰가격 평점산식에 의한 계산결과 소수점이하의 숫자가 있는 경우에는 소수점 다섯째자리에서 반올림함

( 별지 제 1호 서식 )

일반현황 및 연혁

회 사 명		대 표 자							
사 업 분 야									
주 소									
전 화 번 호									
회 사 설 립 년 도	년 월								
해당부문 종사기간	년 월 ~ 년 월 ( 년 개월)								
인원현황 (단위 : 명)									
구 분	합계	정규직	임시직	임원	연구원 이상	연구 보조원	지원 업무	일반 사무직	기타
석사 이상									
4년제대졸									
전문대졸									
고졸 이하									
주요연혁									

( 별지 제 2호 서식 )

2025년도 공익광고 관련 조사 참여 인력

□ 회사명 : ○○조사회사

성명	직급	공익광고 관련 조사 수행시 담당할 업무(구체적으로)	담당업무 경력(년)	비고

※ 면접 실사인원 제외

□ PT 발표자 : ○○○○ ← 상기의 표에 성함이 들어가 있는 분이어야하며, 공익광고 관련 조사 수행 시 가장 중추적인 역할을 하실 것으로 예정되어있는 분

공익광고 관련 조사 수행시 투입할 인력이 상기와 같음을 확인함

확인자 : ○○회사 대표 ○ ○ ○ (인)



( 별지 제 2-1호 서식 )

참여인력 이력사항 (개인정보이용동의서 징구서 필요)

성명		소속		직책		연령	세
학력	대학교		전공	해당분야 근무경력		년	개월
	대학교		전공	자 격 증			
본사업참여임무			사업참여기간			참여율	%

※ 참여율(사업기간내) : 본사업 참여 업무시간 ÷ 본인 총 업무시간 × 100

경 력				
사 업 명	참여기간 (년월 ~ 년월)	담당업무	발 주 처	비 고

( 별지 제 3호 서식 )

## 퇴직자 영입현황 확인서

1. 공고번호 : 한국방송광고진흥공사 입찰공고 제20 - 호

2. 입찰건명 :

상기 입찰건과 관련하여 당사는 한국방송광고진흥공사 퇴직자(퇴직 후 2년 이내) 영입(근무)현황을 아래와 같이 제출합니다.

성명	직급 (간부·보직자 직급)	입사일 (20XX.XX.XX)	근무기간 (단위:개월)	비고

※ 퇴직자 영입현황이 없을 경우 ‘해당없음’으로 기재하여 제출

상기와 같은 한국방송광고진흥공사 퇴직자의 근무현황이 있을 경우(퇴직후 2년 이내)에는 입찰참가자격 제한 방침을 따르겠습니다.

상기 입찰 및 계약을 수행함에 있어 위에 언급한 내용대로 이행할 것이며, 만일 이의 사실과 다를 경우(축소, 누락포함) 평가대상자에서 제외, 계약해지 또는 해제 및 부정당업자로 입찰참가자격제한조치 등 불이익 처분을 받더라도 일체의 이의를 제기 하지 아니할 것을 약속하고 이에 확인서를 제출합니다.

20 . . .

신고자 회사명 :

대표자 :

(인)

( 별지 제 4호 서식 )

## 청렴계약 이행서약서

당사는 부패 없는 투명한 기업경영과 공정한 행정이 사회발전과 국가 경쟁력에 중요한 관건이 됨을 깊이 인식하며, 청렴계약제 시행 취지에 적극 호응하여 한국방송광고진흥공사에서 시행하는 2025년 공익광고 주제선정 및 효과평가 조사 용역 입찰에 참여함에 있어 당사 및 하도급 업체의 임직원과 대리인은

1. 입찰가격의 유지나 특정인의 낙찰을 위한 담합을 하거나 다른 업체와 협정, 결의, 합의하여 입찰의 자유경쟁을 부당하게 저해하는 일체의 불공정한 행위를 않겠습니다.  
이를 위반하여 경쟁입찰에 있어서 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 주도한 것이 사실로 드러날 경우, 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며, 경쟁입찰에 있어서 입찰자간에 서로 상의하여 미리 입찰가격을 협정하거나 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 한 사실이 드러날 경우, 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 1년 동안 참여하지 않고, 위와 같이 담합 등 불공정행위를 한 사실이 드러날 경우, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 따라 공정거래위원회에 발주관서가 고발하여 과징금 등을 부과하도록 하는 데 이의를 제기하지 않겠습니다.
2. 입찰, 계약체결 및 계약이행 과정에서 관계직원에게 직·간접적으로 금품·향응 등의 뇌물이나 부당한 이익을 제공하지 않겠습니다.  
이를 위반하여 입찰, 계약의 체결 또는 계약이행과 관련하여 관계직원에게 뇌물을 제공함으로써 입찰에 유리하게 되어 계약이 체결되었거나 시공 중 편의를 받아 부실하게 시공한 사실이 드러날 경우, 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며 입찰 및 계약조건이 입찰자 및 낙찰자에게 유리하게 되도록 하거나, 계약목적물의 이행을 부실하게 할 목적으로 관계직원에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우, 한국방송광고진흥공사에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받는 날로부터 1년 동안 참가하지 않겠습니다.
3. 입찰, 계약체결 및 계약이행과 관련하여 관계직원에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우, 계약체결 이전의 경우에는 낙찰자결정 취소, 공사 착공 전에는 계약 취소, 공사착공이후에는 발주처에서 전체 또는 일부계약을 해지하여도 감수하고 민·형사상 이의를 제기하지 않겠습니다.
4. 회사 임직원이 관계직원에게 뇌물을 제공하거나 담합 등 불공정 행위를 하지 않도록 하는 회사윤리강령과 내부비리 제보자에 대해서도 일체의 불이익처분을 하지 않는 사규를 제정토록 노력하겠습니다.
5. 본건 관련 하도급계약체결 및 이행에 있어서 하도급자로부터 금품을 수수하거나 부당 또는 불공정한 행위를 하지 않겠습니다.

위 청렴계약이행서약은 상호신뢰를 바탕으로 한 약속으로서 반드시 지킬 것이며, 낙찰자로 결정될 시, 본 서약내용을 그대로 계약특수조건으로 계약하여 이행하고, 입찰참가자격제한, 계약해지 등 한국방송광고진흥공사의 조치와 관련하여 당사가 한국방송광고진흥공사를 상대로 손해배상을 청구하거나 당사를 배제하는 입찰에 관하여 민·형사상 이의를 제기하지 않을 것을 서약합니다.

20 . . .  
서약자 : 대표 (인)

( 별지 제 5호 서식 )

## 개인정보 수집 · 이용 · 제공 동의서

한국방송광고진흥공사에서는 고객님의 개인정보를 중요시하며, 「개인정보보호법」 제15조, 제17조, 제22조 및 제24조에 따라 아래와 같이 동의를 얻고자 합니다. 아래 사항에 대해 충분히 읽어 보신 후, 동의 여부를 체크 · 서명하여 주시기 바랍니다.

### 개인정보 수집 및 이용에 대한 동의

○ 개인정보 수집 · 이용 목적

- 제안서평가, 사업관리 및 정산

○ 수집하는 개인정보 항목

- 성명, 전화번호, 주소, 학력, 경력, 소속 등

○ 개인정보 보유 · 이용 기간

- 사내 개인정보보호지침 개인정보파일 보유기간 책정기준표에 의거 3년

※ 유의 사항 : 귀하는 상기 동의를 거부할 수 있습니다. 해당 수집 항목은 시청점유율 조사용역 수행에 필요한 사항으로 이에 대한 동의를 하지 않을 경우에는 시청점유율 조사용역 관련 활동에 제한을 받을 수 있습니다.

☐ 동의함

☐ 동의하지 않음

### 개인정보의 제3자 제공에 대한 동의

○ 개인정보의 제3자 제공 목적

- 사업자 선정·관리 및 용역비 집행 관련 감사

○ 개인정보를 제공받는 자 : 내/외부 감사시 해당기관

○ 제공하는 개인정보 항목 : 성명, 주소, 연락처, 학력, 경력, 급여원천징수내역 등

○ 개인정보를 제공 받는자의 개인정보 보유 · 이용 기간 : 이용목적 달성 시

※ 유의 사항 : 귀하는 상기 동의를 거부할 수 있습니다. 해당 수집 항목은 시청점유율 조사용역에 수행에 필요한 사항으로 이에 대한 동의를 하지 않을 경우에는 시청점유율 조사용역 관련 활동에 제한을 받을 수 있습니다.

☐ 동의함

☐ 동의하지 않음

본인은 본 "개인정보 수집 및 이용", "개인정보의 제3자 제공" 내용을 읽고 명확히 이해하였으며 이에 동의합니다.

2025 년 월 일

생년월일 : .....

한국방송광고진흥공사 귀중 본 인 : ..... (서명 또는 인)