

## รายละเอียดและขอบเขตงาน (Term of Reference)

โครงการจ้างประชาสัมพันธ์และสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สู่บทบาทใหม่ของ กนอ. ปีงบประมาณ 2568

### 1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน กนอ. กำลังก้าวเข้าสู่บทบาทใหม่ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ทันสมัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรองรับเทคโนโลยีแห่งอนาคต เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล การปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบทบาทใหม่นี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว กนอ. จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินโครงการจ้างประชาสัมพันธ์และสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบทบาทใหม่ของ กนอ. ให้แก่ประชาชน นักลงทุน และภาคอุตสาหกรรมได้รับทราบอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อสถานการณ์ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของ กนอ. ในฐานะองค์กรที่ขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยไปสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืนโครงการดังกล่าวจะใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายผ่านช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้ กนอ. สามารถสื่อสารบทบาทใหม่ขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชน

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 สร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทใหม่ของ กนอ. สื่อสารแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน เทคโนโลยีดิจิทัล และนโยบายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรม นักลงทุน และประชาชนเข้าใจถึงทิศทางการดำเนินงานของ กนอ.

2.2 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร สื่อสารจุดยืนและคุณค่าของ กนอ. ในฐานะองค์กรที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยให้ทันสมัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.3 เพื่อสื่อสารบทบาท ภารกิจ และผลการดำเนินการของ กนอ. ในด้านต่างๆ ให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่าง กนอ. กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อันจะนำไปสู่การยอมรับและอยู่ร่วมกันอย่างสมดุลและยั่งยืนในอนาคต

2.4 ดึงดูดการลงทุนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ศักยภาพของนิคมอุตสาหกรรมไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล

### 3. คุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๑๑, ๒๒๕  
๑๑

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่าย สารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ ก.น.อ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

3.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ อย่างน้อยจำนวน 1 โครงการ ในวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) โดยต้องเป็นผลงานสัญญาเดี่ยวย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับจากวันทำงานแล้วเสร็จจนถึงวันที่ยื่นเอกสาร ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่ ก.น.อ. เชื้อถือ โดยจะต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาจ้างพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอ

3.12 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(1) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(2) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการ ร่วมค่านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอสำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อ 3.1-3.11

### 3.13 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย/กฎหมายต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ของ 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก

(2) กรณีผู้เสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย/กฎหมายต่างประเทศ ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้น ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท (มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน 5 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท)

(3) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางของประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารกลางของประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อจากธนาคารไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง ทั้งนี้ สำหรับธนาคารภายในประเทศหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อให้เป็นไปตามแบบที่กำหนด

(4) กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศและบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ตามข้อ 3.13 (2) และ (3) มูลค่าจะต้องเป็นตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนดในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารเชิญชวนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) หรือมีหนังสือเชิญชวน จนถึงวันเสนอราคา

20, 20/11  


#### 4. ขอบเขตการดำเนินงาน

การจัดจ้างสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สู่บทบาทใหม่ของ กนอ. มุ่งเน้นการการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กนอ. ให้เกิดการรับรู้ (Perception) ในวงกว้าง มีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ กนอ. โดยการสื่อสารผ่านรูปแบบการนำเสนอและช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน 6 ส่วนสำคัญ ได้แก่

- 1) การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์
- 2) การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ สำหรับเผยแพร่ทางสื่อโซเชียลมีเดีย
- 3) การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์
- 4) การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อวิทยุ
- 5) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการตุ๋นสัญลักษณ์ (Mascot)
- 6) การจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ต่างๆ

โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

##### 4.1 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

4.1.1 ผลิตและเผยแพร่สื่อในรูปแบบภาพยนตร์โฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที จำนวน 2 ชิ้นงาน ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 4.1.1.1 แนวคิดและภาพลักษณ์ของสื่อ

- 1) สื่อโฆษณาต้องมีความทันสมัย น่าสนใจ และสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของ กนอ. ในฐานะองค์กรที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- 2) ต้องสื่อสารถึงบทบาทของ กนอ. ในการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Smart & Green Industrial Estate)
- 3) วิดีโอต้องมีความน่าเชื่อถือ และสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักลงทุน ตลอดจน Stakeholder และประชาชนทั่วไป

##### 4.1.1.2 คุณภาพของงานผลิต

- 1) ต้องนำเสนอการใช้สตูดิโอโพสต์โปรดักชั่น และสตูดิโอบันทึกเสียงชั้นนำที่ได้มาตรฐาน จัดตั้งขึ้นในนามของบริษัทที่ประกอบอาชีพเฉพาะทางหรือเทียบเท่า โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำดังต่อไปนี้
  - มีระบบตัดต่อภาพและการสร้างภาพคอมพิวเตอร์ กราฟฟิกที่มีคุณภาพ สามารถรองรับระบบภาพได้ถึงระดับ 4K พร้อมช่างตัดต่อวิดีโอ /กราฟฟิกดีไซน์เนอร์ หรือเทียบเท่า ที่มีประสบการณ์และผลงานที่น่าเชื่อถือ
  - สตูดิโอบันทึกเสียง ประกอบด้วยห้องคอนโทรลและห้องสำหรับบันทึกเสียงที่ออกแบบเพื่อตัดต่อเสียงรบกวน ติดตั้งอุปกรณ์ ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์

๑๑, ๒๒/๕

*ms*



เช่น มิกเซอร์ โปรเซสเซอร์ ลำโพงมอนิเตอร์ เครื่องบันทึกเสียง คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็น และควบคุมโดยชาวดีเอ็นเอเจเนียร์ที่มีประสบการณ์

- ไม่ใช่อุปกรณ์ประเภท Smartphone ในการใช้เป็นอุปกรณ์บันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือใช้บันทึกเสียงใดๆ ในโครงการนี้

2) ต้องนำเสนอผู้กำกับ (Director) ช่างตัดต่อวิดีโอ (Video Editor) และโปรดิวเซอร์ ผู้ควบคุมงาน (Producer) โดยมีข้อกำหนดขั้นต่ำดังต่อไปนี้

- ผู้กำกับ (Director) จะต้องมียุทธศาสตร์การควบคุมการถ่ายทำงานผลิตชิ้นงาน ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน
- ช่างตัดต่อวิดีโอ (Video Editor) หรือเทียบเท่า มีผลงานการตัดต่อชิ้นงาน ประเภทสื่อวีดิทัศน์หรือภาพยนตร์อื่นใด ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังรวมกัน ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน
- โปรดิวเซอร์ผู้ควบคุมงาน (Producer) มีผลงานการควบคุมงานผลิตชิ้นงานสื่อ วีดิทัศน์ หรือภาพยนตร์อื่นใด ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังรวมกันไม่น้อย กว่า 10 ชิ้นงาน

3) คุณภาพความคมชัดระดับ FULL HD 1080p (1920x1080) หรือดีกว่า ในรูปแบบ ไฟล์วิดีโอต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล(File Format) .MOV - เซอร์หัส(Codec) แบบ ProRes 422
- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล(File Format) .MOV - เซอร์หัส(Codec) แบบ XDCAM 422
- ไฟล์วิดีโอ นามสกุล(File Format) .MP4

#### 4.1.1.3 เนื้อหา

- 1) ความยาวของโฆษณา ไม่เกิน 2 นาที (หรือกำหนดตามแพลตฟอร์มที่เผยแพร่)
- 2) เนื้อหาต้องกระชับ เข้าใจง่าย และสามารถสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายรวมทั้งมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจุดเด่นของ กนอ. เช่น ความสำเร็จในการพัฒนานวัตกรรม นวัตกรรมที่ช่วยขับเคลื่อน เศรษฐกิจความยั่งยืนและการดูแลสิ่งแวดล้อม

#### 4.1.1.4 กระบวนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพ

- 1) ผู้รับจ้างต้องส่ง Storyboard หรือ Concept Draft ให้ กนอ. อนุมัติก่อน ดำเนินการถ่ายทำ และต้องมีร่างตัวอย่างวิดีโอ First Cut ให้ตรวจสอบก่อน Final Cut
- 2) ผู้รับจ้างต้องส่งแผนงานและ Timeline ของกระบวนการผลิตให้ กนอ. พิจารณา กำหนดส่งมอบงานภายในเวลาที่ตกลงกัน

20, 2019  
us

#### 4.1.1.5 ช่องทางเผยแพร่

1) เผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบสปอต ความยาว 30 วินาที ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สถานีใด สถานีหนึ่ง และ หรือหลายสถานี ผ่านทางรายการโทรทัศน์ (ทีวีดิจิทัล) ในรายการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของ กนอ. หรือเป็นรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม ออกอากาศในช่วงระหว่างเวลา 07.00 – 24.00 น. จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง ทางสถานีโทรทัศน์ที่ภาพลักษณ์ทันสมัย โดยเลือกเผยแพร่ทางช่องต่างๆ ในกลุ่มต่อไปนี้ ได้แก่

- |              |                   |               |           |
|--------------|-------------------|---------------|-----------|
| 1) 3HD       | 2) 7HD            | 3) ONE31      | 4) MONO29 |
| 5) Workpoint | 6) ThairathTV32HD | 7) Amarin34HD | 8) ช่อง 8 |

ทั้งหมดนับเป็นช่องที่ได้รับความนิยมและมีเรตติ้งทีวีดิจิทัลในลำดับที่ 1-8 (อ้างอิงจากรเรตติ้งทีวีดิจิทัลข้ามแพลตฟอร์ม Cross Platform Rating โดย กสทช, ADTEB, Nielsen ประจำเดือนมกราคม 2568)

2) สื่อภาพยนตร์โฆษณาที่ผลิตจะต้องสามารถปรับใช้กับแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่นๆได้ เช่น YouTube, Facebook และ TikTok

4.1.1.6 หากมีความจำเป็นผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งภาพยนตร์โฆษณา ให้กับกองพิจารณาภาพยนตร์โฆษณาแต่ละช่องทีวี หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่มีหน้าที่ในการตรวจพิจารณา และอนุมัติ จนกระทั่งชิ้นงานสื่อดังกล่าวอยู่ในสถานะที่พร้อมได้รับการอนุญาตให้เผยแพร่ได้อย่างถูกต้อง

4.1.1.7 ผู้รับจ้างจะต้องปรับแก้ไขงานเนื้อหาตามที่ได้รับข้อเสนอแนะจาก กนอ. จนกว่าจะเป็นที่พอใจและตกลงร่วมกัน

4.1.1.8 ผลงานทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินการจัดการ การผลิตภายใต้โครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ กนอ. ทั้งหมด หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากการดำเนินงานตามโครงการนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

4.1.2 ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว/สื่อบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร โดยเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร บทบาทหน้าที่ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ กนอ. โดยนำเสนอประเด็นที่ กนอ.ให้ความเห็นชอบแล้ว ผ่านทางรายการโทรทัศน์ (ทีวีดิจิทัล) ที่เป็นรายการข่าว หรือรายการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการอุตสาหกรรมในประเทศไทยหรือด้านเศรษฐกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.2 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์/ สื่อโซเชียลมีเดียของ กนอ. ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.2.1 จัดทำกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ของ กนอ.

1) ผู้รับจ้างจะต้องนำ Data ที่ กนอ. มีอยู่และใช้เครื่องมือ Social Listening และข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์สถานการณ์ Branding ด้าน MarCom และ CSR ของ กนอ. ในปัจจุบันของ กนอ. พร้อมทั้ง ออกแบบและจัดทำกลยุทธ์แนวทางการสื่อสารแบรนด์ ของ กนอ. ให้กับประชาชนให้เป็นที่รู้จัก

20, 2018  
ms

#### 4.2.2 จัดทำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของ กนอ.

1) ผู้รับจ้างต้องดำเนินการวิเคราะห์สถานการณ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันของ กนอ. พร้อมทั้งออกแบบและจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ทางช่องทาง Facebook, YouTube, TikTok, Google ads SEM ของ กนอ. ให้กับประชาชนให้เป็นที่รู้จัก โดยใช้ข้อมูล DATA มาวิเคราะห์

4.2.3 ผลิตอาร์ตเวิร์ค รูปแบบ Banner หรือ Cover Page ของ กนอ. เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของโครงการ โดยเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ กนอ. [www.ieat.go.th](http://www.ieat.go.th) และ Facebook Fanpage I-EA-T จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.2.4 ผลิตสื่อในรูปแบบ Infographic สื่อสารแบรนด์ กนอ. ในรูปแบบที่น่าสนใจ ทันสมัย จำนวน 7 เรื่อง (เนื้อหาไม่ซ้ำกัน) 2 Version ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง Social Media ทุกช่องทางที่ กนอ. มี อาทิเช่น Facebook, Instagram, X, YouTube, TikTok จำนวนอย่างน้อย 7 ครั้ง โดยจะต้องมีการเข้าถึงรวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 500,000 Reach ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.2.5 ผลิตและเผยแพร่วิดีโอ Content ประเภท Viral Video โดยเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร บทบาทหน้าที่ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ กนอ. ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที จำนวน 1 คลิป เผยแพร่ผ่านช่องทาง อาทิเช่น Facebook, Instagram, X, YouTube, TikTok ฯลฯ

4.2.6 ผลิต Online Clip Production 1 ชุด โดยแบ่งออกเป็น คลิปความยาว 2 นาที 1 คลิป / คลิปความยาว 30 วินาที 1 คลิป / คลิปความยาว 15 วินาที 1 คลิป / คลิปความยาว 6 วินาที 1 คลิป ในแต่ละขนาดจะต้องเหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มที่ใช้เผยแพร่ โดยนำเสนอผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

4.2.6.1 นำเสนอผ่านเพจสื่อออนไลน์ทาง Facebook หรือ YouTube หรือ TikTok ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ที่มีชื่อเสียงที่มียอดผู้ติดตาม (Follower) จำนวนไม่น้อยกว่า 500,000 ผู้ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง

4.2.6.2 นำเสนอผ่าน ช่องทาง Facebook Video Ad. ของ กนอ. จำนวน 1 ครั้ง โดยจะต้องมีการเข้าถึงรวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 500,000 Views ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.2.6.3 นำเสนอผ่านช่องทาง YouTube ของ กนอ. โดยจะต้องมีการเข้าถึงรวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า 500,000 View และการแสดงให้เห็น (Imps) จำนวนไม่น้อยกว่า 500,000 Imps ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.2.6.5 นำเสนอผ่านช่องทาง TikTok ของ กนอ. In-Feed Ad. Video 6 Sec. โดยจะต้องมีการแสดงให้เห็น (Imps) จำนวนไม่น้อยกว่า 300,000 Imps ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.2.6.6 ช่องทาง Google Ads ผู้รับจ้างต้องเพิ่มจำนวนผู้เข้าถึงรวมช่องทาง SEM หรือ GDN จำนวนไม่น้อยกว่า 4,000 คลิก และจำนวนไม่น้อยกว่า 500,000 Imps

๒๑ ๒๒/๕  


4.2.7 ผลิตและเผยแพร่ Content โดยเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร บทบาทหน้าที่ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ กนอ.ในรูปแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิ Advertorial, Photo Album, Photo Tie in หรือ Video อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร โดยนำเสนอ กนอ.ให้มีความเห็นชอบ ผ่านสื่อและ Influencer ดังต่อไปนี้

4.2.7.1 Influencer KOL หรือ สื่อออนไลน์ ผ่านช่องทาง Facebook หรือ YouTube หรือ TikTok ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง จำนวนสื่อไม่น้อยกว่า 5 คน โดยจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 100,000 Follower

4.2.7.2 Influencer Nano หรือ สื่อออนไลน์ ผ่านช่องทาง Facebook หรือ YouTube หรือ TikTok ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง จำนวนสื่อไม่น้อยกว่า 10 คน ช่องทางโดยจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 5,000 Follower

4.2.7.3 สำนักข่าวสื่อออนไลน์ 2 ภาษา (ไทย-จีน) จำนวน 1 ช่อง ที่มียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 100,000 follower เผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง จำนวนเข้าถึงไม่น้อยกว่า 100,000 Reach และลิขสิทธิ์สามารถให้ทาง กนอ. นำไปใช้เผยแพร่ช่องทางอื่นได้

4.3 การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 ผลิตและเผยแพร่บทความ โดยเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร บทบาทหน้าที่ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ กนอ. ผ่านสื่อบนหน้า 1 หนังสือพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ โดยเลือกเผยแพร่ผ่านเรตติ้งหนังสือพิมพ์ ดังนี้

- |                 |                    |                |              |
|-----------------|--------------------|----------------|--------------|
| 1) ไทยรัฐ       | 2) ประชาชาติ มติชน | 3) สยามกีฬา    | 4) เดลินิวส์ |
| 5) Bangkok Post | 6) ข่าวสด          | 7) ฐานเศรษฐกิจ | 8) ไทยโพสต์  |

(อ้างอิงจากการจัดอันดับรายได้สื่อสิ่งพิมพ์ 2565 ข้อมูลโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)

4.3.2 ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว/สื่อบนหน้า/บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร โดยนำเสนอประเด็นที่ กนอ.ให้ความเห็นชอบแล้ว ผ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ/เดลินิวส์/ข่าวสด/มติชน/แนวหน้า/สยามรัฐ/ผู้จัดการรายวัน/ไทยโพสต์/ฐานเศรษฐกิจ/ประชาชาติธุรกิจ/กรุงเทพธุรกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ชิ้นข่าว โดยมีการเผยแพร่รวมไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นข่าว ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

4.4 การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 สัมภาษณ์ผู้บริหาร โดยเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์ของ กนอ. บทบาทหน้าที่ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ กนอ.ผ่านสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย หรือสถานีวิทยุที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวสารบ้านเมือง ความยาวไม่น้อยกว่า 3 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ

๒๑, ๒๒/๕  


4.5 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) กนอ. ที่เป็นตัวแทนสื่อสารภาพลักษณ์ของ กนอ. เพื่อแสดงถึงนิคมอุตสาหกรรมที่ล้ำสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งเสริมสร้าง Brand Awareness ให้ประชาชนเข้าถึง กนอ. ได้ง่ายขึ้น และสามารถนำไปใช้ในสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ งานอีเวนต์ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.5.1 การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ของ กนอ. เพื่อสื่อสาร กนอ. ให้เป็นที่รู้จัก โดยรูปแบบของการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) โดยมีองค์ประกอบของการออกแบบ ดังนี้

#### 4.5.1.1 แนวคิดและอัตลักษณ์ของตัวละคร

- 1) เป็นตัวละครที่เป็นมิตร ทันสมัย และเข้าถึงง่าย
- 2) มีบุคลิกที่สื่อถึง เทคโนโลยี นวัตกรรม ความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3) รูปลักษณ์สามารถเป็นสิ่งมีชีวิต (เช่น มนุษย์ หุ่นยนต์ หรือสัตว์) หรือวัตถุที่มีชีวิต (เช่น พลังงาน ต้นไม้ เครื่องจักร ฯลฯ) แต่ต้องมีความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากมาสคอตของหน่วยงานอื่น

#### 4.5.1.2 องค์ประกอบของการออกแบบ

- 1) โทนสีหลักควรอิงกับ CI (Corporate Identity) ของ กนอ.
- 2) ออกแบบให้สามารถ ใช้ได้ทั้งแบบ 2D และ 3D
- 3) สามารถนำไปใช้ในหลายรูปแบบ เช่น ภาพนิ่ง แอนิเมชัน ฟิกเกอร์ และของที่ระลึก
- 4) สามารถปรับแต่งท่าทาง สีหน้า และเครื่องแต่งกายเพื่อใช้ในโอกาสต่างๆ ได้


#### 4.5.1.3 รูปแบบและองค์ประกอบของงานที่ต้องส่งมอบ

- 1) ชุดไฟล์ต้นฉบับ (Source Files) ในรูปแบบ AI, PSD, PNG และ SVG
- 2) คาแรกเตอร์ชีต (Character Sheet) ได้แก่
  - 2.1) ภาพด้านหน้า ด้านข้าง ด้านหลัง และมุมมองต่างๆ
  - 2.2) การแสดงอารมณ์ต่างๆ เช่น ดีใจ, มุ่งมั่น, สงสัย, กระตือรือร้น
  - 2.3) ท่าทางต่างๆ ที่สามารถใช้ในการสื่อสาร (เช่น ชี้นิ้ว ยกมือไหว้ เดิน วิ่ง)
- 3) แอนิเมชันสั้น (Motion Graphic) หรือ GIF สำหรับใช้งานบนแพลตฟอร์มออนไลน์
- 4) ชุด Guidelines สำหรับการนำมาสคอตไปใช้ในสื่อต่างๆ เช่น โฆษณา สินค้าส่งเสริม

การขาย และอีเวนต์

#### 4.5.1.4 ออกแบบและผลิตชุดของการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) กนอ. ดังนี้

- 1) สามารถถอดออกมาทำความสะอาดได้
- 2) การ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) มีขนาดสูงไม่น้อยกว่า 160 เซนติเมตร

๒๑ ๒๒๕  




3) ส่วนหัวจะต้องผลิตด้วยวัสดุไฟเบอร์กลาส พร้อมติดทั้งพัดลมระบายอากาศ

4) ส่วนลำตัว แขน ขา เท้า ต้องใช้วัสดุที่มีความคงทน เหมาะสม

4.5.1.5 ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของการตุ๋นสัญลักษณ์ (Mascot) เป็นระยะเวลา 30 วัน นับจากวันที่ส่งมอบให้ กนอ. โดยผู้รับจ้างจะต้องมีเอกสารส่งมอบ Mascot เป็นลายลักษณ์อักษร และหากมีการซ่อมแซม จะต้องดำเนินการแก้ไขให้ใช้การได้ภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

4.5.1.6 ผู้รับจ้างจะต้องบรรจุการตุ๋นสัญลักษณ์ (Mascot) และชุด ลงในบรรจุภัณฑ์ที่คงทน และขนย้ายสะดวก

4.5.1.7 การจัดงานเปิดตัว Mascot กนอ.

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีงานเปิดตัว Mascot กนอ. เพื่อแนะนำ Mascot ของ กนอ. อย่างเป็นทางการ เพื่อให้ Mascot ของ กนอ. เป็นที่รู้จักและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กนอ. โดยมีรายละเอียดการจัดงาน ดังนี้

(1) สถานที่จัดงาน : กนอ. สำนักงานใหญ่

(2) พิธีกรหลักในงาน (พิธีกรมืออาชีพ)

(3) การเปิดตัว Mascot กนอ. โดยจัดให้มี Grimmick เช่น แสง สี เสียง หรือ เครื่องยิงควัน ฯลฯ

(4) กิจกรรมภายในงาน

(4.1) แจกของที่ระลึกสำหรับผู้ร่วมงาน เช่น พวงกุญแจ Mascot กนอ. จำนวน ไม่น้อยกว่า 700 ชิ้น

(4.2) เล่นเกมส์ตอบคำถามชิงของรางวัล โดยแจกเป็นตุ๊กตา Mascot กนอ. จำนวนไม่น้อยกว่า 60 ชิ้น

(5) การแถลงข่าวและสัมภาษณ์ ให้สื่อมวลชนเข้าร่วม

(6) จัดให้มีบูธกิจกรรม แสดงที่มาของ Mascot

(7) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานเปิดตัว Mascot ผ่านช่องทาง Social Media ของ กนอ.

4.5.3 การผลิตและตรวจสอบคุณภาพ

1) ผู้รับจ้างต้อง นำเสนอแบบร่าง (Sketch) ขั้นต้น เพื่อขออนุมัติแนวคิดจาก กนอ. ก่อนดำเนินการออกแบบจริง

2) ต้องมี Prototype หรือ Mockup ให้ตรวจสอบก่อนเริ่มการผลิตจริง

3) กนอ. สามารถเสนอข้อแก้ไขได้ไม่เกิน 3 รอบ เพื่อให้มั่นใจว่าออกแบบตรงกับแนวคิดองค์กร

4) ไฟล์งานที่ส่งมอบต้องเป็น ความละเอียดสูงและปรับใช้ได้กับทุกแพลตฟอร์ม

24 มิ.ย.  
yy

4.5.4 ผู้รับจ้างต้องจัดหาของชำร่วยในการทำกิจกรรมการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) กนอ.จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชิ้น โดยเสนอให้ กนอ.พิจารณา

#### 4.6 การจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ต่างๆ

4.6.1 จัดกิจกรรมสื่อสารบทบาทผู้นำองค์กร ในการเป็น Brand Ambassador ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ ผู้พัฒนานักมวย ผู้ประกอบการในนิคมฯ สื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม อย่างน้อย 50 คน ระยะเวลา 1 วัน จำนวน 1 ครั้ง

4.6.1.1 จัดหาและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าวิทยากร ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการเป็นผู้นำองค์กร 1 ท่าน ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในแวดวงธุรกิจอุตสาหกรรม มีประสบการณ์ในการบรรยายในงานสัมมนามาก่อน โดยต้องนำเสนอวิทยากรให้กับ กนอ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน

4.6.1.2 จัดหาและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าพิธีกร ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในแวดวงธุรกิจ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ในการเป็นพิธีกรในงานสัมมนามาก่อน จำนวน 1 คน โดยต้องนำเสนอพิธีกรให้กับ กนอ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน

4.6.1.3 จัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และรับผิดชอบค่าสถานที่และค่าอื่นๆ ในการใช้สถานที่ โดยนำเสนอให้ กนอ.เป็นผู้พิจารณา

4.6.1.4 จัดหาเครื่องดื่มและอาหารว่าง จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

4.6.1.5 จัดหาอาหารกลางวัน จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชุด

4.6.2 จัดกิจกรรมสัมมนา Change Management สำหรับผู้บริหาร และพนักงานของ กนอ. เพื่อจัดทำกลยุทธ์แบรนด์ของ กนอ. โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม อย่างน้อย 100 คน ระยะเวลา 1 วัน จำนวน 1 ครั้ง

4.6.2.1 จัดหาวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในหัวข้อ Change Management 1 ท่าน และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าวิทยากร

4.6.2.2 จัดหาพิธีกรที่มีประสบการณ์จำนวน 1 คน และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าพิธีกร

4.6.2.3 จัดหาสถานที่ในการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และรับผิดชอบค่าสถานที่และค่าอื่นๆ ในการใช้สถานที่ โดยนำเสนอให้ กนอ.เป็นผู้พิจารณา

4.6.2.4 จัดหาเครื่องดื่มและอาหารว่าง จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชุด

4.6.2.5 จัดหาอาหารกลางวัน จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

4.6.3 จัดกิจกรรมประกวดเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงทางบ้านในหัวข้อ “กนอ. สร้างงาน สร้างเงิน สร้างความยั่งยืนแก่ฉัน” โดยนำเสนอประสบการณ์ชีวิตจริงที่เกี่ยวข้องกับนิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศ เพื่อนำมาสร้างภาพยนตร์โฆษณา

4.6.3.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่เข้าประกวดเป็นผู้ที่ทำงานหรือเกี่ยวข้องกับนิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศเพื่อชิงเงินรางวัลและเกียรติบัตร ทั้งนี้ผลงานทุกชิ้นที่ส่งเข้าประกวดถือเป็นกรรมสิทธิ์ของ กนอ. ในการปรับปรุงแก้ไขและจัดพิมพ์เผยแพร่หรือผลิตเป็นสื่อสารสนเทศทุกชนิด เพื่อเป็นประโยชน์แก่ทาง กนอ.

4.6.3.2 ดำเนินการกำหนดกฎ กติกา การประกวด พร้อมทั้งผลิตสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ประกาศเชิญชวน ในรูปแบบต่างๆ โดยสื่อสารผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อ Social Media ต่างๆ หรือสื่อวิทยุ โดยต้องเสนอให้กับ กนอ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน

4.6.3.3 จัดหาและประชุมคณะกรรมการตัดสินการประกวดอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 5 ท่าน ซึ่งคณะกรรมการต้องได้รับความเห็นชอบจาก กนอ. ให้เข้าเป็นคณะกรรมการ โดยผู้รับจ้างต้องจัดให้มีอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งอาหารว่าง สำหรับการประชุมคณะกรรมการดังกล่าว

4.6.3.4 ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าตอบแทนในการประชุมต่อครั้งในอัตรา ประธานกรรมการ 1,500 บาท และคณะกรรมการ 1,200 บาท และค่าพาหนะในการเดินทางตามที่จ่ายจริงหรือตามความเหมาะสมสำหรับคณะกรรมการที่เข้าประชุมในแต่ละครั้ง

4.6.3.5 ผู้รับจ้างจัดให้มีเงินรางวัล ดังต่อไปนี้

รางวัลชนะเลิศ	20,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
รางวัลรองชนะเลิศ	10,000 บาท จำนวน 1 รางวัล
รางวัลชมเชย	5,000 บาท จำนวน 2 รางวัล

4.6.3.6 ผู้รับจ้างออกแบบและจัดทำเกียรติบัตรขนาด A4 พร้อมกรอบ เพื่อมอบให้แก่ผู้ที่ได้รับรางวัลในแต่ละรางวัล

4.6.3.7 ผู้รับจ้างจัดเตรียมค่าพาหนะ และค่าที่พัก (ถ้ามี) สำหรับผู้รับรางวัล ในกรณีที่ไม่สามารถมารับรางวัลผู้รับจ้างต้องดำเนินการประสานงานและจัดส่งให้กับผู้รับรางวัลทุกท่าน

4.6.3.8 จัดให้มีพิธีมอบรางวัลแก่ผู้ชนะโดยผู้บริหาร กนอ. โดยผู้รับจ้างต้องจัดให้มีอาหาร, เครื่องดื่มและอาหารว่าง สำหรับพิธีมอบรางวัลดังกล่าว

4.6.3.9 ผู้รับจ้างต้องนำบทความของผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ มาจัดทำเป็นวิดีโอ ความยาวไม่เกิน 2 นาที เพื่อใช้สื่อสาร หรือในกิจกรรมอื่นๆ ของ กนอ.

๓๑ ๒๕๖๓  


4.6.4 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประเมิน Brand Awareness ที่มีต่อการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมทั้งนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และจัดทำแผนเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของ กนอ.

4.6.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนงานการบริหารจัดการกรณีเกิดข่าว Crisis ข่าวอันเป็นเท็จ หรือข่าวใดๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อ กนอ. พร้อมจัดทีมงานทำหน้าที่แก้ไขสถานการณ์ดังกล่าวโดยทันทีตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ และดำเนินการบริหารจัดการ ดังนี้

4.6.5.1 การวิเคราะห์ความเสี่ยงของข่าวเชิงลบของ กนอ. เช่น ข่าวเท็จ (Fake News) ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์, ข่าวที่บิดเบือนข้อเท็จจริง, ข่าวเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม, ข่าวด้านการบริหารงานที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน

4.6.5.2 วิเคราะห์จากแหล่งข่าว เช่น สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์), โซเชียลมีเดีย (Facebook, X, TikTok, YouTube) เป็นต้น

4.6.5.3 ตรวจสอบและประเมินสถานการณ์

(1) ตั้งทีมเฝ้าระวังข่าว (Social Media Monitoring) เพื่อตรวจสอบข่าวสารอย่างต่อเนื่อง โดยต้องมีช่องทางการติดต่อสื่อสารให้ กนอ. ไว้ติดต่อในกรณีฉุกเฉินได้สะดวกรวดเร็ว

(2) ประเมินระดับความรุนแรงของข่าว และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมรายงานต่อ กนอ. เป็นลายลักษณ์อักษร

4.6.5.4 การตอบสนองต่อข่าวที่เกิดขึ้น

(1) ชี้แจงข้อเท็จจริงผ่านสื่อที่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ กนอ., Facebook, X เป็นต้น

(2) ดำเนินการขอให้สื่อที่เผยแพร่ข่าวเท็จแก้ไขข้อมูลหรือถอดข่าวออก

(3) การดำเนินการตามที่ระบุข้างต้น ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ทันต่อเหตุการณ์ โดยไม่ให้เกิดความล่าช้า ซึ่งอาจนำมาซึ่งความเสียหายต่อ กนอ. ได้

4.6.5.5 กรณีข่าวมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

(1) ออกแถลงการณ์หรือจัดแถลงข่าวโดยผู้บริหาร หรือผู้แทนของ กนอ.

(2) ส่งข้อมูลชี้แจงแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น นักลงทุน พนักงาน และประชาชน

4.7 การบริหารงานประชาสัมพันธ์อื่นๆ

ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่มีคุณสมบัติ ความรู้ ประสบการณ์ และ คุณสมบัติเฉพาะของตำแหน่งอย่างน้อย ดังนี้

4.7.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการประชาสัมพันธ์/การตลาด/เศรษฐศาสตร์/โฆษณา ต้องเป็นคนที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารสื่อมวลชน และ การใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลอย่างเชี่ยวชาญ และจะต้องมีความสามารถในการใช้เครื่องมือที่จะ ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค พร้อมทั้งความสามารถในการคิดวิเคราะห์เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการวาง กลยุทธ์ แผนโฆษณา รวมไปถึงกำหนดงบประมาณและจัดการค่าใช้จ่ายที่จะใช้ไปในสื่อดิจิทัลทั้งหลายให้เป็นไปตาม แผนและสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ กนอ. ตั้งเป้าไว้ มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 10 ปี นับถึงวันที่ยื่น ข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 1 ตำแหน่ง


4.7.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้าน การสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด ที่มีความรู้ความสามารถ ด้านการวิเคราะห์ การวาง กลยุทธ์ทางด้านแบรนด์ และมี ประสบการณ์ด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หรือการบริหารสื่อมวลชน อย่างน้อย 10 ปี จำนวน 1 คน สามารถ เข้าปฏิบัติงานตามหมายงานกิจกรรมที่ได้รับแจ้งจาก กนอ. ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ รวมทั้งสามารถ ปฏิบัติงาน กรณีที่มีเหตุการณ์จำเป็นเร่งด่วน

4.7.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาด สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด ที่มีความรู้ความสามารถ ด้านการวิเคราะห์ การวาง กลยุทธ์ทางด้านการตลาด และมีประสบการณ์ด้านการบริหารงานด้านการตลาด อย่างน้อย 8 ปี จำนวน 1 คน สามารถเข้าปฏิบัติงานตามหมาย งานกิจกรรมที่ได้รับแจ้งจาก กนอ. ตลอดระยะเวลาสัญญาโครงการ รวมทั้งสามารถปฏิบัติงาน กรณีที่มีเหตุการณ์ จำเป็นเร่งด่วน

4.7.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Specialist) สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำ าระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการตลาด มีประสบการณ์ความรู้เชิงลึกในการใช้ เครื่องมือทางการตลาดของแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Google AdWords, Facebook Ads, Instagram, YouTube, Blogger, Influencer ไปจนถึงรู้จักพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย สามารถวางแผนกลยุทธ์และจัดทำ แคมเปญออนไลน์ได้ มีประสบการณ์ในตำแหน่งที่ระบุไม่น้อยกว่า 6 ปี นับถึงวันที่ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเป็นทางการ จำนวนอย่างน้อย 1 ตำแหน่ง

ทั้งนี้ กนอ. มีสิทธิในการขอปรับเปลี่ยนบุคลากรที่ทำหน้าที่ปฏิบัติงาน หากเห็นว่าการปฏิบัติงาน ดังกล่าว ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งผู้รับจ้างจะนำมาเป็นเหตุผลในความล่าช้าและความเสียหายมิได้

4.7.5 ผู้รับจ้างต้องจัดทีมงานร่วมหารือ/วางแผนจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่มีความรู้ ความสามารถ ด้านการวิเคราะห์ การวางกลยุทธ์ทางด้านประชาสัมพันธ์หรือการตลาด และมีประสบการณ์ด้าน การบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือการตลาด พร้อมทั้งเก็บข้อมูลผลลัพธ์ ทำรายงานข้อมูลต่าง ๆ ทำสัญญา ติดต่อลูกค้าและประสานงานต่าง ๆ มีประสบการณ์อย่างน้อย 3 ปี จำนวน 4 คน โดยมีการติดตาม ประเมินผลและ วิเคราะห์สถานการณ์ข่าวต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือที่อาจกระทบต่อ กนอ. อย่างน้อยเดือนละ 2 ครั้ง

๒๑ ๒๒๕  




ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเสนอรายชื่อบุคคลที่จะรับผิดชอบดำเนินการโครงการดังกล่าว ในครั้งนี้พร้อมแนบรายละเอียดของแต่ละท่านในการยื่นข้อเสนอ ดังนี้

- 1) ประวัติการศึกษาและประสบการณ์ที่ผ่านมา
- 2) ผลงานที่ผ่านมาในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- 3) หน้าที่และความรับผิดชอบในงาน

บุคลากรที่ผู้รับจ้างระบุต้องเป็นผู้ดำเนินงานจริง

#### 4.8 การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

4.8.1 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์รายงวดที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ทุกช่องทาง ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media)

4.8.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำสรุปผลการจัดกิจกรรม เพื่อวิเคราะห์และจัดทำแผนการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร โดยเสนอแนะกลยุทธ์แบรนด์ของ กนอ. และช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ กนอ. สามารถรักษาภาพลักษณ์ที่ดีได้อย่างต่อเนื่องและทันทุกสถานการณ์

4.8.3 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการสรุปผลการประเมิน Brand Awareness ที่มีต่อการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ของ กนอ.

4.9 ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนี้ โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุภายในประเทศตามที่แนบท้ายขอบเขตของงานนี้ เสนอให้ กนอ. ภายใน 60 วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

#### 5. กำหนดเวลาส่งมอบงาน

ระยะเวลาเนิ่นการ 210 วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา

#### 6. เอกสารการยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นบัญชีเอกสารในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น และจะต้องกรอกข้อความให้ถูกต้องครบถ้วน ลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือหลักฐานแสดงตัวตนในรูปแบบ Portable Document Format (PDF File) โดยจำแนกเอกสารที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

##### 6.1 เอกสารแสดงคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ประกอบด้วย

###### 6.1.1 หลักฐานนิติบุคคล

๒๑, ๒๒/๕  


(1) กรณีเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน ซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุมพร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) กรณีเป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลซึ่งนายทะเบียนออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ก่อนวันเสนอราคา พร้อมหนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุมและบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง

6.1.2 สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.20) หรือ ภพ.01 หรือ ภพ.09 ของกรมสรรพากร โดยได้รับการรับรองความถูกต้องของเอกสารจากผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคลของผู้ยื่นข้อเสนอ

6.1.3 หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนในการเสนอราคาหรือยื่นเอกสารเสนอราคาในกรณีที่ผู้ที่มีอำนาจไม่สามารถทำการยื่นเอกสารด้วยตนเอง พร้อมสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรอื่นใดที่มีรูปซึ่งออกให้โดยทางราชการและยังไม่หมดอายุของทั้งผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ

6.1.4 สำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาซึ่งแสดงถึงควมมีคุณสมบัติด้านผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนด

6.1.5 เอกสารหลักฐานอื่น ๆ แสดงถึงควมมีคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอตามที่กำหนด และเอกสารอื่น ๆ ที่กำหนดในเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

6.1.6 กรณีเป็นการยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า (Joint Venture) หรือกิจการค้าร่วม (Consortium) นอกจากยื่นหลักฐานตาม 6.1.1 - 6.1.5 แล้ว ให้ยื่นสำเนาหนังสือข้อตกลงหรือสัญญาร่วมค้าหรือค้าร่วมนั้น พร้อมลงนามรับรองสำเนาถูกต้อง เว้นแต่หลักฐานเกี่ยวกับผลงาน กรณีเป็นกิจการร่วมค้า (Joint Venture) ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ให้ใช้ผลงานของผู้ค้าร่วมเป็นผลงานของกิจการค้าร่วม และกรณีเป็นกิจการค้าร่วม (Joint Venture) ที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ ผู้ร่วมค้าจะต้องมีคุณสมบัติด้านผลงานตามที่กำหนด เว้นแต่สัญญาหรือข้อตกลงร่วมค้า กำหนดให้รายใดรายหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินโครงการที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) นี้ ให้ใช้ผลงานของผู้รับผิดชอบหลักเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าได้ ทั้งนี้ กรณีเป็นการค้าร่วม (Consortium) ให้ใช้เช่นเดียวกัน

## 6.2 เอกสารข้อเสนอทางเทคนิค ประกอบด้วย

6.2.1 ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอกยุทธ์ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อช่องทางต่างๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ เป็นรายเดือน พร้อมทั้งกำหนด Content การสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร ช่องทางรูปแบบและระยะเวลาการสื่อสารที่เหมาะสมตามข้อ 4 ที่ กนอ. กำหนด

๒๑ ธ.ค.  
๒๕๖๓

6.2.2 เอกสารแสดงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ยื่นข้อเสนอตามข้อ 3

6.2.3 เอกสารแสดงประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ

6.2.4 เอกสารแสดงคุณสมบัติและประสบการณ์ของบุคลากรของผู้ยื่นข้อเสนอตาม ข้อ 4.1.2.3, ข้อ 4.6.1 , 4.6.2 และข้อ 4.7

6.2.5 แผนและวิธีการดำเนินงานสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

6.2.6 ข้อเสนอพิเศษอื่นๆ

**6.3 ข้อเสนอด้านราคา** ให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอราคาในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางตามแบบและเงื่อนไขที่กำหนดในเอกสารการจ้างประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

## 7. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่มีความซับซ้อนซึ่งต้องใช้เทคนิคและวิธีการดำเนินงาน โดยต้องคำนึงถึงประสบการณ์ ผลงาน คุณภาพ มาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับ ชีตความสามารถและวิธีดำเนินงานของผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งมีข้อเสนอเกี่ยวกับวิธีดำเนินงาน ตามขอบเขตงานที่ไม่อยู่ในฐานเดียวกันส่งผลให้เกิดปัญหาในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ จึงกำหนดให้มีการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคเพื่อพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิคผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำก่อน ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 มาตรา 65 และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ 2560 ข้อ 83 (3) และผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคแล้ว กนอ. จะพิจารณาด้านเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีสัดส่วนน้ำหนักระหว่างเกณฑ์ราคาเท่ากับร้อยละ 20 และเกณฑ์อื่นๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ 80 โดยคณะกรรมการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการเสนอในระบบอิเล็กทรอนิกส์แล้วตามลำดับ ดังนี้

7.1 จัดพิมพ์เอกสารข้อเสนอทั้งหมดของผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายจากระบบการการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Electronic Government Procurement : e-GP) จำนวน 1 ชุด และลงลายมือชื่อกำกับไว้ทุกแผ่น ยกเว้นเอกสารข้อเสนอด้านราคาในระบบ e-GP จะเก็บรักษาและให้คะแนนในระบบ

7.2 ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสาร หลักฐานต่างๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีเอกสารและหลักฐานต่างๆ ครบถ้วนถูกต้องและพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติหรือยื่นเอกสารหลักฐานต่างๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน หรือยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง คณะกรรมการฯจะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นเสนอรายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาด หรือผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกไปจากเงื่อนไขของเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อ กนอ. เท่านั้น

7.3 หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค มีคะแนนรวม 300 คะแนน คิดเป็นน้ำหนักร้อยละ 80 โดยผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการประเมินด้านเทคนิค ต้องมีคะแนนรวมไม่ต่ำกว่า 240 คะแนน โดยมีคะแนนและสัดส่วนน้ำหนักในการให้คะแนนแต่ละหัวข้อ ดังนี้

7.3.1 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูล และภารกิจหน้าที่ของ กนอ. ตลอดจน ความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดด้านเนื้อเรื่องจากเนื้อหาหรือหัวข้อที่กำหนด (100 คะแนน) (น้ำหนัก 15)

7.3.2 การสื่อสารผ่านรูปแบบการนำเสนอและช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน 6 ส่วนสำคัญ จำนวน 100 คะแนน (น้ำหนัก 50)

7.3.3 ประสบการณ์ด้านบุคลากร (100 คะแนน) (น้ำหนัก 15)

## 8. งบประมาณ

วงเงิน 10,000,000.- บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

## 9. การส่งมอบงาน

งวดที่	รายละเอียดการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบงาน
1	<p>ส่งมอบรายงานสรุปในรูปแบบของเอกสารรายงาน จำนวน 2 ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB 3.0) จำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แผนการดำเนินงานโครงการ (Master plan)</li> <li>- รายงานแนวคิดการออกแบบและสื่อสารภาพลักษณ์ของสื่อ ตามข้อ 4.1.1.1, 4.1.1.3, 4.1.1.4</li> <li>- รายงานแผนงานและ Timeline ของกระบวนการผลิต ตามข้อ 4.1.1</li> <li>- รายงานแผนการเผยแพร่สื่อ การจองช่องออกอากาศ ตามข้อ 4.1.1.5</li> <li>- รายงานแผนการผลิตและเผยแพร่สื่อบทสัมภาษณ์ ตามข้อ 4.1.2</li> <li>- แผนการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ทางช่องทาง Facebook, YouTube, TikTok, Google ads SEM ของ กนอ.</li> <li>- กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ของ กนอ. ตามข้อ 4.2.1 (2)</li> <li>- กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ตามข้อ 4.2.2 (1)</li> <li>- ผลการผลิตอาร์ตเวิร์ค รูปแบบ Banner หรือ Cover Page ของ กนอ. ตามข้อ 4.2.1 จำนวน 1 ชิ้นงาน</li> <li>- รายงานแนวคิดการออกแบบการผลิตสื่อ Online Clip Production ตามข้อ 4.2.4</li> <li>- รายงานแผนการเผยแพร่สื่อ Online Clip Production ตามข้อ 4.2.4.1, 4.2.4.2, 4.2.4.3, 4.2.4.5, 4.2.4.6</li> <li>- รายงานแนวคิด แผนการผลิต และแผนการเผยแพร่ สื่อ Content ผ่าน Influencer ตามข้อ 4.2.5</li> </ul>	<p>ภายในระยะเวลา 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา (แผนการดำเนินงานโครงการ (Master Plan) ส่งมอบภายใน 10 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา)</p>

๒๑ ๒๒๕  




งวดที่	รายละเอียดการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ร่างบทความการสื่อสารภาพลักษณ์ของ กนอ. ผ่านสกรู๊ปหน้า 1 หนังสือพิมพ์ ตามข้อ. 4.3.1 เสนอให้ กนอ. พิจารณา</li> <li>- รายงานแผนการผลิตสื่อสัมภาษณ์ผู้บริหาร ตามข้อ 4.4.1 ได้แก่ เนื้อหา บทความ, สคริปต์ผู้บริหาร, สคริปต์พิธีกร, รูปแบบการจัดงาน, Main Script การจัดงาน</li> <li>- รายงานแผนการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และการจองสถานีวิทยุสำหรับ ออกอากาศ ตามข้อ 4.4.1</li> <li>- รายงานแนวคิดการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ของ กนอ. ตาม ข้อ 4.5.1</li> <li>- รายงานแผนปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมสื่อสารบทบาทผู้นำองค์กร ตาม ข้อ 4.6.1</li> <li>- รายงานแผนปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมสัมมนา Change Management สำหรับผู้บริหาร และพนักงานของ กนอ. ตามข้อ 4.6.2</li> <li>- รายงานแผนปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมประกวดเรื่องเล่าจาก ประสบการณ์จริงทางบ้านในหัวข้อ “กนอ. สร้างงาน สร้างเงิน สร้างความยั่งยืนแก่ ฉันทัน” ตามข้อ 4.6.3</li> <li>- รายงานแผนงานการบริหารจัดการกรณีเกิดข่าว Crisis ข่าวอันเป็นเท็จ หรือข่าวใดๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อ กนอ. ตามข้อ 4.6.5</li> </ul>	
2	<p>ส่งมอบรายงานสรุปในรูปแบบของเอกสารรายงาน จำนวน 2 ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB 3.0) จำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 2 ชิ้นงาน ตามข้อ 4.1.1.1, 4.1.1.3, 4.1.1.4</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณา ตามข้อ 4.1.1.5</li> <li>- รายงานผลการผลิตสกรู๊ปข่าว/บทสัมภาษณ์ ตามข้อ 4.1.2</li> <li>- รายงานผลการวิเคราะห์สถานการณ์ Branding ของ กนอ. ด้าน MarCom และ CSR</li> <li>- ผลการผลิตอาร์ตเวิร์ค รูปแบบ Banner หรือ Cover Page ของ กนอ. ตามข้อ 4.2.3 จำนวน 3 ชิ้นงาน</li> <li>- ผลการผลิตและเผยแพร่ สื่อในรูปแบบ Infographic สื่อสารแบรนด์ กนอ. ช่องทาง Social Media ตามข้อ 4.2.4 จำนวน 3 เรื่อง</li> <li>- ผลการผลิตและเผยแพร่ Content Viral Video จำนวน 1 คลิป ตามข้อ 4.2.5</li> <li>- ผลการผลิต Online Clip Production ตามข้อ 4.2.6</li> <li>- ผลการเผยแพร่ Online Clip Production ตามข้อ 4.2.6.1 จำนวน 2 ช่องทาง</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ Online Clip Production ตามข้อ 4.2.6.2, 4.2.6.3, 4.2.6.5, 4.2.6.6</li> </ul>	<p>ภายในระยะเวลา 90 วัน นับถัดจากวันลงนามใน สัญญา</p>



งวดที่	รายละเอียดการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการผลิต Content Influencer ตามข้อ 4.2.7</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ Content Influencer ตามข้อ 4.2.7.1 จำนวน 2 คน</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ Content Influencer ตามข้อ 4.2.7.2 จำนวน 5 คน</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ข่าวสื่อออนไลน์ 2 ภาษา ตามข้อ 4.2.7.3 จำนวน 1 ครั้ง</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่บทความการสื่อสารภาพลักษณ์ของ กนอ. ผ่านสื่อบทบาท 1 หนังสือพิมพ์ ตามข้อ 4.3.1</li> <li>- รายงานผลการผลิตและเผยแพร่ข่าว/สื่อบทบาท/บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ของ กนอ. ตามข้อ 4.3.2 จำนวน 6 ชิ้นข่าว</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่การสัมภาษณ์ผู้บริหาร และการจองสถานีวิทยุ สำหรับออกอากาศ ตามข้อ 4.4.1</li> <li>- รายงานผลการผลิตการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ของ กนอ. ตามข้อ 4.5.1</li> <li>- รายงานความคืบหน้าการจัดกิจกรรมสื่อสารบทบาทผู้นำองค์กร ตามข้อ 4.6.1</li> <li>- รายงานความคืบหน้าการจัดกิจกรรมสัมมนา Change Management สำหรับผู้บริหาร และพนักงานของ กนอ. ตามข้อ 4.6.2</li> <li>- รายงานความคืบหน้าการจัดกิจกรรมประกวดเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงทาง บ้านในหัวข้อ “กนอ. สร้างงาน สร้างเงิน สร้างความยั่งยืนแก่ฉัน” ตามข้อ 4.6.3</li> <li>- รายงานผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงของข่าวเชิงลบของ กนอ.</li> </ul>	
3	<p>ส่งมอบรายงานสรุปในรูปแบบของเอกสารรายงาน จำนวน 2 ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB 3.0) จำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการเผยแพร่สื่อภาพยนตร์โฆษณา ตามข้อ 4.1.1.5</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่สื่อบทบาท/บทสัมภาษณ์ ตามข้อ 4.1.2 จำนวน 2 ครั้ง</li> <li>- ผลการผลิตอาร์ตเวิร์ค รูปแบบ Banner หรือ Cover Page ของ กนอ. ตามข้อ 4.2.1 จำนวน 3 ชิ้นงาน</li> <li>- ผลการผลิตและเผยแพร่ สื่อในรูปแบบ Infographic สื่อสารแบรนด์ กนอ. ช่องทาง Social Media ตามข้อ 4.2.2 จำนวน 3 เรื่อง</li> <li>- ผลการผลิต Online Clip Production ตามข้อ 4.2.6</li> <li>- ผลการเผยแพร่ Online Clip Production ตามข้อ 4.2.6.1 จำนวน 2 ช่องทาง</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ Online Clip Production ตามข้อ 4.2.6.2, 4.2.6.3, 4.2.6.5, 4.2.6.6</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ Content Influencer ตามข้อ 4.2.7.1 จำนวน 3 คน</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ Content Influencer ตามข้อ 4.2.7.2 จำนวน 5 คน</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่ข่าวสื่อออนไลน์ 2 ภาษา ตามข้อ 4.2.7.3 จำนวน 1 ครั้ง</li> </ul>	<p>ภายในระยะเวลา 180 วัน นับถัดจากวันลงนามใน สัญญา</p>

งวดที่	รายละเอียดการส่งมอบงาน	กำหนดวันส่งมอบงาน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานผลการผลิตและเผยแพร่ข่าว/สื่อบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ของ กนอ. ตามข้อ 4.3.2 จำนวน 6 ชิ้นข่าว</li> <li>- รายงานผลการเผยแพร่สื่อออกอากาศ การสัมภาษณ์ผู้บริหาร สถานีวิทยุ ตามข้อ 4.4.1 จำนวน 1 ครั้ง</li> <li>- รายงานผลการจัดกิจกรรมสื่อสารบทบาทผู้นำองค์กร ตามข้อ 4.6.1</li> <li>- รายงานผลการจัดกิจกรรมสัมมนา Change Management สำหรับผู้บริหาร และพนักงานของ กนอ. ตามข้อ 4.6.2</li> <li>- รายงานผลการจัดกิจกรรมประกวดเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงทางบ้าน ในหัวข้อ “กนอ. สร้างงาน สร้างเงิน สร้างความยั่งยืนแก่ฉัน” ตามข้อ 4.6.3</li> <li>- รายงานผลการดำเนินงานการบริหารจัดการกรณีเกิดข่าว Crisis ของ กนอ. ตามข้อ 4.6.5</li> </ul>	
4	<p>ส่งมอบรายงานสรุปในรูปแบบของเอกสารรายงาน จำนวน 2 ชุด และบันทึกลงใน Flash drive (USB 3.0) จำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานสรุปผลการเข้าถึงทุกสื่อ ทุกช่วงเวลา ที่เผยแพร่ โดยแจกแจงมาเป็นชิ้นงาน พร้อมยอดผู้เข้าชมทั้งหมด ตามข้อ 4</li> <li>- รายงานสรุปผลการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในช่องทาง Social Media ตามข้อ 4.2 ทั้งหมด</li> <li>- รายงานสรุปผลการประเมิน Brand Awareness ที่มีต่อการสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ของ กนอ. ตามข้อ 4.8.3</li> <li>- ผลการผลิตอาร์ตเวิร์ค รูปแบบ Banner หรือ Cover Page ของ กนอ. ตามข้อ 4.2.1 จำนวน 1 ชิ้นงาน</li> <li>- รายงานสรุปผลการประกวด ตามข้อ 4.6.3 และส่งมอบวิดีโอของผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ ความยาวไม่เกิน 2 นาที เพื่อใช้สื่อสาร หรือในกิจกรรมอื่นๆ ของ กนอ.</li> <li>- ผลการผลิตและเผยแพร่ สื่อในรูปแบบ Infographic สื่อสารแบรนด์ กนอ. ช่องทาง Social Media ตามข้อ 4.2.4 จำนวน 1 เรื่อง</li> <li>- รายงานสรุปผลการดำเนินงานกรณีเกิดข่าว Crisis ของ กนอ. ทั้งหมด ตามข้อ 4.6.5</li> </ul>	<p>ภายในระยะเวลา 210 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา</p>

## 10. การจ่ายค่าจ้าง

กนอ. จะชำระเงินค่าจ้างเป็นงวด เมื่อผู้รับจ้างปฏิบัติงานแล้วเสร็จครบถ้วนตามรายละเอียดและขอบเขตของงานที่กำหนด โดยผู้รับจ้างจะต้องแจ้งขอส่งมอบงานที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จ ให้แก่ กนอ. เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจสอบพิจารณาให้ความเห็นชอบและใช้เป็นหลักฐานในการเบิก

๒๕ ๒๕๖๕  


จ่ายเงินค่าจ้าง โดยจะจ่ายเงินค่าจ้างหลังจากตรวจรับงานในแต่ละงวดเรียบร้อยแล้ว โดยแบ่งจ่ายเงินค่าจ้างออกเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 20 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 1 ให้แก่ ก.นอ.

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 2 ให้แก่ ก.นอ.

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 3 ให้แก่ ก.นอ.

งวดที่ 4 เป็นจำนวนเงินร้อยละ 20 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 4 ให้แก่ ก.นอ.

## 11. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้ากว่าวันแล้วเสร็จตามกำหนด ก.นอ. จะปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.2 ของค่าจ้างแต่ละงวดตามสัญญา และเรียกชดเชยค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้า (ถ้ามี)

## 12. เงื่อนไขอื่นๆ

12.1 ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีการนำไฟล์ไปปรับเปลี่ยนแปลงต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง

12.2 ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยที่ ก.นอ. จะไม่รับผิดชอบใดๆ หากเกิดค่าใช้จ่าย

12.3 ผู้รับจ้างจะต้องกลับกรองข้อมูลและถ่ายถอดข้อมูลออกมาให้เข้าใจง่ายก่อนนำเสนอให้ ก.นอ. พิจารณาทุกครั้ง

12.4 ผู้รับจ้างจะต้องบันทึกต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเสร็จแล้วทั้งหมดลงใน Hard disk ในรูปแบบไฟล์ PDF File, JPEG File, Art Work File (a) และ Movie Clip คุณภาพไฟล์ระดับ HD ขึ้นไปหรือประเภทไฟล์ที่เหมาะสมที่สามารถเปิดได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป (Window/ Macintosh) หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกับชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ ก.นอ. เห็นสมควร จำนวน 2 ชุด และส่งมอบให้ ก.นอ. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ต่อไป


12.5 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และหรือเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลทั้งหมด บนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ รวมทั้งรับผิดชอบต่อกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว

12.6 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด เป็นเวลาอย่างน้อย 6 เดือน หลังจากสิ้นสุดสัญญาจ้าง

12.7 ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดในโครงการนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์และกรรมสิทธิ์ของ ก.นอ. แต่เพียงผู้เดียว

## 13. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามสัญญาอย่างเคร่งครัด และในระยะเวลาการดำเนินงาน ผู้รับจ้างพึงปฏิบัติตามหลักมาตรการที่กฎหมายและระเบียบกำหนดไว้โดยเคร่งครัด

๗๘ ๘๒๙  


**ภาคผนวก**  
**เกณฑ์การให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค**

คะแนน	หัวข้อในการให้คะแนน
<b>1. ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 100 คะแนน (น้ำหนัก 15)</b>	
<b>1.1 ผลงานเชิงคุณภาพ ตามคุณสมบัติข้อ 3.11 (80 คะแนน)</b>	
50 คะแนน	ผลงานด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 ผลงาน
60 คะแนน	ผลงานด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 2 ผลงาน หรือผลงานที่มีมูลค่ามากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไป
70 คะแนน	ผลงานด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 3 ผลงาน หรือผลงานที่มีมูลค่ามากกว่า 15 ล้านบาทขึ้นไป
80 คะแนน	ผลงานด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ วงเงินตามข้อกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 4 ผลงาน ขึ้นไป หรือผลงานที่มีมูลค่ามากกว่า 20 ล้านบาทขึ้นไป
<b>1.2 ผลงานเชิงปริมาณ (20 คะแนน)</b>	
20 คะแนน	จำนวนผลงานด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ ที่ผ่านมาทุกวงเงิน ย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ ถือเป็นผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (Company Profile) โดยคะแนนลดหลั่นตามสัดส่วนตามจำนวนผลงาน โดยเปรียบเทียบกับผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน
<b>2. การสื่อสารผ่านรูปแบบการนำเสนอและช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน 6 ส่วนสำคัญ จำนวน 100 คะแนน (น้ำหนัก 50)</b>	
20 คะแนน	การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยต้องนำเสนอแนวคิด พร้อมภาพประกอบ และคำอธิบายที่ชัดเจน ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความคิดสร้างสรรค์และการวางโครงเรื่อง (Concept &amp; Storyboard)</li> <li>- นำเสนอคุณภาพการผลิต ตามข้อ 4.1.1.2 ข้อ (1)</li> <li>- ข้อเสนอช่องทางการเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ ตามข้อ 4.1.1.5 โดยยื่นข้อเสนอช่องที่ได้รับความนิยมและมีเรตติ้งที่วีดิทัศน์ในลำดับที่ 1-8 (อ้างอิงจาก เรตติ้งที่วีดิทัศน์ข้ามแพลตฟอร์ม Cross Platform Rating โดย กสทช, ADTEB, Nielsen</li> </ul>



คะแนน	หัวข้อในการให้คะแนน
	<p>ประจำเดือนมกราคม 2568) ที่เหมาะสม ทันสมัย และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงาน</p> <p><u>การให้คะแนนในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอ ดังนี้</u></p> <p>จะให้คะแนนโดยวัดจากเรตติ้งที่วิดิจิทัล ตามข้อ 4.1.1.5 (1) โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนเต็มหรือตามความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน</p>
20 คะแนน	<p>การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) โดยต้องนำเสนอ Influencer ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอ Influencer KOL จำนวน 5 คน ตามข้อ 4.2.5.1</li> <li>- นำเสนอ Influencer Nano จำนวน 10 คน ตามข้อ 4.2.5.2</li> </ul> <p><u>การให้คะแนนในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอ ดังนี้</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Influencer KOL จำนวน 5 คน โดยวัดจากยอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 100,000 follower ขึ้นไป โดยผู้ยื่นเสนอ Influencer ที่มียอดผู้ติดตามรวมกันมากที่สุดจะได้คะแนนเต็ม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน</li> <li>2) Influencer Nano จำนวน 10 คน โดยวัดจากยอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 5,000 follower ขึ้นไป โดยผู้ยื่นเสนอ Influencer ที่มียอดผู้ติดตามรวมกันมากที่สุดจะได้คะแนนเต็ม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน</li> </ol>
10 คะแนน	<p>การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ โดยต้องนำเสนอตัวอย่างบทความพร้อมสื่อภาพประกอบ ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความชัดเจนของข้อความและสื่อภาพ</li> <li>- ความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของ กนอ.</li> <li>- การออกแบบที่ดึงดูดมีความน่าสนใจ</li> <li>- การนำเสนอช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อบทหน้า 1 หนังสือพิมพ์ ตามข้อ 4.3.1 โดยนำเสนอช่องทางการเผยแพร่ผ่านหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมและมีเรตติ้ง (อ้างอิง</li> </ul>

๒๖ ๒๕๖๘





คะแนน	หัวข้อในการให้คะแนน
	<p>จากการจัดอันดับรายได้สื่อสิ่งพิมพ์ 2565 ข้อมูลโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)</p> <p><u>การให้คะแนนในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอ ดังนี้</u></p> <p>จะให้คะแนนโดยวัดจากเรตติ้งการจัดอันดับรายได้สื่อสิ่งพิมพ์ 2565 ตามข้อ 4.3.1 โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนเต็มหรือตามความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดทอนลงไปตามสัดส่วน</p>
10 คะแนน	<p>การผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ตามข้อ 4.4 โดยต้องนำเสนอตัวอย่างเสียงการจัดรายการ ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณภาพเสียงและการออกแบบสคริปต์</li> <li>- ความชัดเจนและความน่าสนใจในการสื่อสารข้อความ</li> </ul>
20 คะแนน	<p>การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการตูนสัญลักษณ์ (Mascot) โดยต้องนำเสนอตัวอย่างการออกแบบตัว การตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ในรูปแบบต่างๆ ตามข้อ 4.5.1 ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความคิดสร้างสรรค์และความโดดเด่นของการออกแบบ</li> <li>- ความสอดคล้องกับบุคลิกและภาพลักษณ์ของ กนอ.</li> <li>- แนวคิดการจัดงานเปิดตัว Mascot กนอ. และ Grimmick การเปิดตัว</li> </ul>
20 คะแนน	<p>การจัดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ต่างๆ โดยนำเสนอข้อเสนอ ดังนี้</p> <p>ข้อ 4.6.1 กิจกรรมสื่อสารบทบาทผู้นำองค์กร Brand Ambassador</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอวิทยากร 1 คน คุณสมบัติตามข้อ 4.6.1.1</li> <li>- นำเสนอพิธีกร 1 คน คุณสมบัติตามข้อ 4.6.1.2</li> </ul> <p><u>การให้คะแนนในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอ ดังนี้</u></p> <p>วิทยากร และพิธีกร จะให้คะแนนโดยวัดจากจำนวนประสบการณ์การเป็นวิทยากร และพิธีกรตามคุณสมบัติตามข้อ 4.6.1.1, 4.6.1.2 โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนเต็มหรือตามความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดทอนลงไปตามสัดส่วน</p> <p>ข้อ 4.6.2 กิจกรรมสัมมนา Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอวิทยากร 1 คน คุณสมบัติตามข้อ 4.6.2.1</li> </ul>

คะแนน	หัวข้อในการให้คะแนน
	- นำเสนอพิธีกร 1 คน คุณสมบัติตามข้อ 4.6.2.2 การให้คะแนนในหัวข้อนี้ จะพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอ ดังนี้ วิทยากร และพิธีกร จะให้คะแนนโดยวัดจากจำนวนประสบการณ์การเป็นวิทยากร และพิธีกรตามคุณสมบัติตามข้อ 4.6.2.1, 4.6.2.2 โดยเปรียบเทียบระหว่างข้อเสนอ ของผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน ข้อเสนอที่ดีที่สุดจะได้คะแนนเต็มหรือตามความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอของผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ๆ จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปตามสัดส่วน
<b>3. ประสบการณ์บุคลากร จำนวน 100 คะแนน (น้ำหนัก 15)</b>	
<b>3.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) คุณสมบัติตามข้อ 4.7.1 คะแนน 20 คะแนน</b>	
8 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.1 มีประสบการณ์ 10 ปี
10 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.1 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี
20 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.1 มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี
<b>3.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติตามข้อ 4.7.2 จำนวน 20 คะแนน</b>	
8 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.2 มีประสบการณ์ 10 ปี
10 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.2 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี
20 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.2 มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี
<b>3.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาด คุณสมบัติตามข้อ 4.7.3 จำนวน 20 คะแนน</b>	
8 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.3 มีประสบการณ์ 8 ปี
10 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.3 มีประสบการณ์มากกว่า 8 ปี
20 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.3 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี
<b>3.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คุณสมบัติตามข้อ 4.7.4 จำนวน 10 คะแนน</b>	
6 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.4 มีประสบการณ์ 6 ปี
8 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.4 มีประสบการณ์มากกว่า 6 ปี
10 คะแนน	มีคุณสมบัติครบตามที่ระบุไว้ในข้อ 4.7.4 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี
<b>3.5 นำเสนอผู้กำกับ (Director) ช่างตัดต่อวิดีโอ (Video Editor) และโปรดิวเซอร์ ผู้ควบคุมงาน (Producer) ตามข้อ 4.1.1.2 ดังต่อไปนี้</b>	
<b>3.5.1 ผู้กำกับ (Director) คุณสมบัติตามข้อ 4.1.1.2 (2) จำนวน 10 คะแนน</b>	

คะแนน	หัวข้อในการให้คะแนน
6 คะแนน	ผลงานการควบคุมการถ่ายทำงานผลิตชิ้นงาน ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน
8 คะแนน	ผลงานการควบคุมการถ่ายทำงานผลิตชิ้นงาน ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน
10 คะแนน	ผลงานการควบคุมการถ่ายทำงานผลิตชิ้นงาน ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังจำนวน 8 ชิ้นงานขึ้นไป
<b>3.5.2 ช่างตัดต่อวิดีโอ (Video Editor) คุณสมบัติตามข้อ 4.1.1.2 (2) จำนวน 10 คะแนน</b>	
6 คะแนน	มีผลงานการตัดต่อชิ้นงานประเภทสื่อวีดิทัศน์หรือภาพยนตร์ ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังรวมกันไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน
8 คะแนน	มีผลงานการตัดต่อชิ้นงานประเภทสื่อวีดิทัศน์หรือภาพยนตร์ ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังรวมกันไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน
10 คะแนน	มีผลงานการตัดต่อชิ้นงานประเภทสื่อวีดิทัศน์หรือภาพยนตร์ ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังจำนวน 20 ชิ้นงานขึ้นไป
<b>3.5.3 โปรดิวเซอร์ผู้ควบคุมงาน (Producer) คุณสมบัติตามข้อ 4.1.1.2 (2) จำนวน 10 คะแนน</b>	
6 คะแนน	มีผลงานการควบคุมงานผลิตชิ้นงานสื่อวีดิทัศน์ หรือภาพยนตร์อื่นใด ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังรวมกันไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน
8 คะแนน	มีผลงานการควบคุมงานผลิตชิ้นงานสื่อวีดิทัศน์ หรือภาพยนตร์อื่นใด ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังรวมกันไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน
10 คะแนน	มีผลงานการควบคุมงานผลิตชิ้นงานสื่อวีดิทัศน์ หรือภาพยนตร์อื่นใด ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ย้อนหลังจำนวน 20 ชิ้นงานขึ้นไป

29, 22A  
