

ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)

งานประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้บทบาทขององค์กร

๑. ความเป็นมา

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกำหนดการบินพลเรือน พ.ศ.๒๕๕๘ มีหน้าที่กำกับ ดูแล ควบคุม ส่งเสริม และพัฒนากิจการการบินพลเรือน ให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานสากล นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางในการให้บริการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบินพลเรือน โดยในปี ๒๕๖๕ เป็นต้นมา หนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของ กพท. คือ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สร้างองค์กรอัจฉริยะที่มีธรรมาภิบาล (SMART Organization) ตามแนวทางการยั่งยืน (ESG) โดยบริหารและพัฒนา “คน” ให้เป็นหัวใจของการขับเคลื่อนและนวัตกรรมระบบงานทุกด้าน มุ่งสู่ความเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่ยั่งยืน พัฒนาองค์กรให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีค่านิยม วัฒนธรรม ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และเป็นองค์กรที่บุคลากรคุณภาพเลือกเข้ามาร่วมงาน เทียบได้กับองค์กรชั้นนำในประเทศ (Creating a Workplace of Choice) ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวต้องอาศัยการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อบุคลากรภายในและบุคคลภายนอกองค์กร

ปัจจุบันปรากฏการณ์เทคโนโลยีพลิกโฉม (Technology Disruptive) ส่งผลให้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์มีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี อีกทั้งพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคได้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีอิทธิพลไม่แพ้สื่อกระแสหลักอย่างสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารผ่านผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ผ่าน สื่อออนไลน์ยังมีผลต่อพฤติกรรมกรับสื่อของผู้คนในปัจจุบันด้วย แต่การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่รวดเร็ว อาจทำให้เกิดการสร้างข่าวลวง (Fake News) ข่าวลือ (Rumors) ให้แพร่หลายในสังคมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการกำกับกิจการการบินพลเรือนของ กพท.

จากปัจจัยความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงเป็นความท้าทายในการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการบริหารภาพลักษณ์องค์กร ดังนั้น กพท. จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินโครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กร และประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสนับสนุนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างมีแบบแผน ตลอดจนสื่อสารให้ความรู้ความเข้าใจด้านการบินพลเรือนที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของ กพท. แก่ประชาชน โดยใช้รูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย มีความทันสมัย ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ลดการบิดเบือนข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ และบูรณาการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนวางกลไกหรือเครื่องมือในการติดตาม เฝ้าระวัง วิเคราะห์ประเด็นเพื่อการบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตได้อย่างรวดเร็ว โดยมุ่งหวังให้เกิดการยอมรับสร้างความเชื่อมั่นต่อการกำกับและการให้บริการของ กพท. ขยายผลการรับรู้ต่อองค์กรและภาพลักษณ์เชิงบวก เพื่อนำไปสู่การให้ความร่วมมือกับ กพท. พัฒนาอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทยให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

๒. วัตถุประสงค์


๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาท ภารกิจ และการดำเนินงานของ กพท. ที่กำกับ ดูแล พัฒนา และส่งเสริมกิจการการบินพลเรือนของไทย ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณัฐธิ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพัทธมณีย์ กาญจนพันธ์)

กรรมการ

๒.๒ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรม รวมถึงดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุก และสร้างช่องทางการสื่อสารประจำให้มีข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในรูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายมีความทันสมัยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดการส่งต่อข้อมูลหรือการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ ทัวถึง ลดการบิดเบือนข้อมูลในช่องทางที่ไม่เป็นทางการ

๒.๓ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงช่องทางการสื่อสารขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนในปัจจุบัน ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และมาตรฐานการกำกับดูแล และใกล้ชิดกับประชาชนในยุคดิจิทัล

๒.๔ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและความเข้าใจของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของ กพท. ในการเป็นองค์กรกำกับดูแลกิจการสายการบินและปกป้องผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ ทั้งอัตราค่าบริการและคุณภาพการให้บริการ ตลอดจนคุ้มครองผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากผู้ประกอบกิจการ

๒.๕ เพื่อให้มีเครื่องมือที่สามารถรวบรวม จัดเก็บ เฝ้าระวังและติดตามบทสนทนาสาธารณะ ข้อคิดเห็นสาธารณะในสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ กพท. และนำมาวิเคราะห์ประเด็นเพื่อการบริหารจัดการประเด็นในสภาวะวิกฤตได้อย่างรวดเร็ว ลดความสับสนและป้องกันผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กร นอกจากนี้ ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เก็บรวบรวมอย่างเป็นระบบ สามารถนำกลับมาใช้เพื่อเตรียมวางกลยุทธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยในอนาคตได้

๒.๖ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กพท. ในการเป็นองค์กรกำกับ ดูแล พัฒนา และส่งเสริมกิจการการบินพลเรือนไทย

๒.๗ เพื่อสร้างและพัฒนากระบวนการสื่อสารภายในองค์กรระหว่างบุคลากรและผู้บริหาร โดยมีเป้าหมายในการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้กับบุคลากร สนับสนุนการทำงานระหว่าง ฝ่าย สำนัก ศูนย์ มีทัศนคติที่ดีในการร่วมกันสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

๒.๘ เพื่อให้พนักงานของ กพท. มีความเชื่อมั่น เข้าใจบทบาทหน้าที่และภาคภูมิใจในองค์กร

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม (หมายถึง ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง)


๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙ (หมายถึง ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย)


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพิชฌมณีย์ กาญจนพันธ์)

กรรมการ

๓.๖ คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๓.๑๐.๑ การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

๓.๑๐.๒ งานซื้อหรือจ้าง และงานก่อสร้าง

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

๓.๑๐.๓ การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

(๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ ๓.๑๐.๓ ดำเนินการซื้อและดาวน์โหลดเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารจ้างจึงจะมีสิทธิในการเข้ายื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้าได้

๓.๑๑ ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๓.๑๒.๑ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงิน


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพิชฌมณีย์ กาญจนพันธ์)

กรรมการ

กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๓.๑๒.๒ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีกรรารายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีกรรารายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

๓.๑๒.๓ สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง หรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๓.๑๒.๔ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการ หรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือ ที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอ ไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

๓.๑๒.๕ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๓.๑๒.๒, ๓.๑๒.๓ และ ๓.๑๒.๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพิชทมณีย์ กาญจนพันธ์)

กรรมการ

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติมกำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๓.๑๓ กรณีตามข้อ ๓.๑๒.๑ - ๓.๑๒.๕ ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

๓.๑๓.๑ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

๓.๑๓.๒ นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๘๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

๓.๑๓.๓ งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงาน ก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้าง ที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

๓.๑๓.๔ การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

๓.๑๓.๕ การซื้ออสังหาริมทรัพย์และการเช่าอสังหาริมทรัพย์

๓.๑๓.๖ กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

๔. ขอบเขตของงาน

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการตามขอบเขตงานและต้องนำเสนอสัดส่วนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายแต่ละขอบเขตงาน ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	ผลผลิต	ขอบเขตงาน
๑.	จัดทำแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์และแนวทางการบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์กร	ผู้รับจ้างต้องศึกษาแผนปฏิบัติการ ประจำปีของ กพท., แผนยุทธศาสตร์ กพท.ระยะ ๕ ปี, แผนการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Brand Strategic Roadmap) และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามที่ กพท. กำหนด เพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานโครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กรและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ๒๕๖๙
๒.	แผนการบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ	๒.๑ ติดตาม เฝ้าระวังข่าวสาร วิเคราะห์ประเด็นจากสื่อต่าง ๆ เฝ้าระวังภาพลักษณ์ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคจากบทสนทนาบนโซเชียลมีเดียที่พูดถึง กพท. ในหลากหลายแง่มุม เพื่อให้รับรู้ความคิดเห็น ความรู้สึก และการตอบสนองของผู้บริโภคในเชิงลึก โดยใช้เครื่องมือในการติดตาม Social Listening tool ที่มีมาตรฐาน มีความถูกต้องของข้อมูล และสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาและผลการวิเคราะห์ได้


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพัทธมณีย์ กาญจนพันธ์)

กรรมการ


		<p>ซึ่งข้อมูลที่ได้จาก Social Listening Tool สามารถแจ้งเตือนผ่านช่องทาง line หรือช่องทางอื่นได้อย่างทันสถานการณ์ และต้องติดตามเฝ้าระวังข้อมูลทุกวัน ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ออกแบบการรายงานประเด็นข่าวและรายงานให้ กพท. ทราบเป็นรายวัน จัดทำสรุปผลการติดตามเป็นรายสัปดาห์และรายเดือน พร้อมวิเคราะห์ สรุปทิศทางการนำเสนอข่าว รวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อ กพท. ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย โดยนำเสนอต่อ กพท. ๑ ครั้ง ต่อเดือน</p> <p>๒.๒ ดำเนินการบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) อย่างเป็นระบบ ซึ่งต้องมีแผนการบริหารจัดการทั้งเชิงรุกและเชิงรับเพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาไว้ล่วงหน้า รวมทั้งนำเสนอแนวทางการสื่อสารหรือคู่มือการสื่อสารให้ผู้บริหารรับมือกับภาวะวิกฤต</p> <p>๒.๓ ดำเนินการบริหารประเด็นข่าว (Issue Management) ทั้งเชิงบวกและเชิงลบของ กพท. จัดเตรียมเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม ตามระดับสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น โดยเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก เช่น เพจสำนักข่าวที่มีชื่อเสียง, เว็บไซต์สำนักข่าวออนไลน์, รายการโทรทัศน์ และผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจบนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ</p> <p>๒.๔ จัดงานแถลงข่าวในประเด็นที่ กพท. เห็นสมควร และเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าวไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ ในแต่ละการแถลงข่าว</p> <p>๒.๕ ผู้รับจ้างต้องจัดทำ Clipping News รายวัน ในลักษณะการรวบรวมข่าวหรือประเด็นที่น่าสนใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการรับทราบของผู้บริหาร ทั้งนี้ Clipping News รายวันควรประกอบด้วยข่าว บทความ หรือประเด็นในโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับ กพท. และ/หรืออุตสาหกรรมการบิน สรุปสาระสำคัญโดยย่อ เพื่อให้อ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย ระบุแหล่งที่มาและวันที่เผยแพร่ และจัดส่งให้ กพท. ผ่านช่องทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นประจำทุกวัน</p>
๓.	<p>การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์</p>	<p>๓.๑ ออกแบบและจัดทำสื่อประเภทภาพกราฟิก เช่น infographic, Logo, Banner, Poster สำหรับสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน หากต้องผลิตทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ให้นำรวมเป็น ๑ ชิ้นงาน ภาพกราฟิกต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้อง</p> <p>๓.๒ ผลิตสื่อวีดิทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที ไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน ตลอดโครงการ เช่น วิดีโอผลงาน กพท. วิดีโอแผนขนส่งกระทรวงคมนาคม วิดีโอให้ความรู้การขึ้นทะเบียนโดรน และวิธีการใช้งานที่ถูกกฎหมาย โดยอาจมีการรับรู้ได้ทั้ง ๒ ภาษา (เช่น เสียงภาษาไทย คำบรรยายภาษาอังกฤษ) การออกแบบและการจัดทำ</p>


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ น่วมศิริ)

กรรมการ



(นางสาวพัทธมณีย์ กาญจนพันธ์)

กรรมการ

		<p>เนื้อหาต่าง ๆ ควรคำนึงถึงการสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมและความถูกต้องของเนื้อหาและไวยากรณ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การถ่ายทำวิดีโอหรือการจัดทำภาพวิดีโอต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้อง</p> <p>๓.๓ ผลิตตศิลป์วิดีโอสั้น ความยาวไม่ต่ำกว่า ๑ นาที เช่น คลิป TikTok/ Reels/ YouTube short จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาโครงการ หากต้องจัดทำวิดีโอให้รับรู้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้นับรวมเป็น ๑ ชิ้นงาน</p> <p>๓.๔ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ กพท. ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจบนสื่อสังคมออนไลน์ (Key Opinion Leader : KOL / Influencer) โดยมีรายละเอียดดังนี้</p> <p>ผู้รับจ้างต้องนำเนื้อหา ข้อมูล หรือสาระสำคัญของ กพท. กำหนดหรือให้ความเห็นชอบแล้ว ไปจัดทำและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ KOL/Influencer ทั้งนี้ รูปแบบการนำเสนอ ภาษา และสื่อที่ใช้ต้องเหมาะสมกับลักษณะของแต่ละแพลตฟอร์ม และต้องได้รับความเห็นชอบจาก กพท. ก่อนการเผยแพร่ทุกชิ้นงาน</p> <p>โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ต้องมียอดการเข้าชมรวมทุกแพลตฟอร์ม ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้งต่อชิ้นงาน และต้องดำเนินการตามรายการต่อไปนี้</p> <p>๓.๔.๑ เผยแพร่อสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Key Opinion Leader (KOL) ที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน</p> <p>๓.๔.๒ เผยแพร่อสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Macro Influencer ที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย ๕๐๐,๐๐๐-๑,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้นงาน</p> <p>๓.๔.๓ เผยแพร่อสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Micro Influencer ที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย ๕๐,๐๐๐-๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน</p> <p>๓.๕ ผลิตตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของ กพท. หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามสถานการณ์ และเผยแพร่ผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ ดังนี้</p> <p>๓.๕.๑ สื่อโทรทัศน์ เผยแพร่ภารกิจ ผลการดำเนินงาน หรือประเด็นที่ กพท. เห็นชอบ ทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีค่าความนิยม (เรตติ้ง) จากกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๐.๑ (อ้างอิงผลสำรวจจากเอจิปี นีลเส็น ประเทศไทย) เช่น รายการข่าว รายการสนทนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง</p>
--	--	--


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพิชฌมณัฐ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

		<p>๓.๕.๒ สื่อออนไลน์ เผยแพร่ภารกิจ ผลการดำเนินงาน หรือ ประเด็นที่ กพท. เห็นชอบ ผ่านสื่อออนไลน์ ดังนี้</p> <p>๓.๕.๒.๑ จัดหารายการออนไลน์ที่มีผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube, Facebook, Instagram ไม่ต่ำกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน เพื่อเผยแพร่การสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร กพท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง และมียอดการเข้าชม (Views) ในทุกแพลตฟอร์มรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๕๐,๐๐๐ ครั้งต่อชิ้นงาน โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง และติดตาม วิเคราะห์สถิติการรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท.</p> <p>๓.๕.๒.๒ จัดหาสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๕๐,๐๐๐ คน เพื่อผลิตเนื้อหาและเผยแพร่เป็นบทความ บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ พนักงาน กพท. ในประเด็นภารกิจ กพท. หรือ ประเด็นอื่น ๆ ที่ กพท. เห็นชอบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง และมียอดการเข้าชม (Views) ในทุกแพลตฟอร์มรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้งต่อชิ้นงาน โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง และติดตาม วิเคราะห์สถิติการรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท.</p> <p>๓.๕.๒.๓ คัดเลือกและนำเสนอผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer) ด้านการท่องเที่ยว เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสม ที่มีผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube, Facebook, Instagram ไม่ต่ำกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน เพื่อร่วมกับ กพท. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบคลิปวิดีโอ ความยาวไม่ต่ำกว่า ๕ นาที จำนวน ๒ ชิ้นงาน เน้นเนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ กพท. และมียอดการเข้าชมทุกแพลตฟอร์มรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้งต่อชิ้นงาน โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง และติดตาม วิเคราะห์สถิติการรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท.</p> <p>๓.๖ ออกแบบและจัดทำ หรือจัดหาของที่ระลึกในนาม กพท. เพื่อใช้มอบให้แก่บุคคลสำคัญ อาทิ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้แทนจากต่างประเทศ เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ทั้งนี้ รูปแบบแนวคิด และรายละเอียดของของที่ระลึกต้องมีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์ขององค์กร โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำแบบร่างหรือแนวคิด (Concept) เพื่อเสนอขอความเห็นชอบจาก กพท. ก่อนการดำเนินการผลิตหรือจัดหา โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๓.๖.๑ จัดหาหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐ บาท ต่อ ๑ ชุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด พร้อมกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่มีโลโก้ CAAT</p>
--	--	--

Bp
(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ

ชญภัทร ชวนศิริ
(นายณฤทธิ น่วมศิริ)

กรรมการ

พัชรมณีย์ กัญจนพันธ์
(นางสาวพัชรมณีย์ กัญจนพันธ์)

กรรมการ

		<p>๓.๖.๒ จัดหาหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ๑ ชุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด พร้อมกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่มีโลโก้ CAAT</p> <p>๓.๖.๓ จัดหาหรือผลิตของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕๐๐ บาท ต่อ ๑ ชุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชิ้น</p> <p>๓.๗ ผลิตอุปกรณ์ออกบูธแบบพกพาเพื่อใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร เช่น Roll Up, Backdrop</p>
๔.	<p>จัดกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ กพท.</p>	<p>๔.๑ จัดกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร อย่างน้อย ๕ ครั้ง เช่น งาน Town Hall วันสถาปนา กพท. กิจกรรมการสื่อสารกับบุคลากรของ กพท. ฯลฯ ในช่วงเวลาที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสม โดยมีผู้ร่วมงานเป็นกลุ่มเป้าหมายตามที่ กพท. เห็นสมควร เช่น บุคลากรของ กพท. หน่วยงานด้านการบิน สื่อมวลชน ฯลฯ ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กพท. ก่อนจัดงาน</p> <p>การจัดกิจกรรมต้องครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. จัดหาสถานที่สำหรับจัดงานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของ กพท. ๒. ออกแบบและตกแต่งสถานที่ เวทีเปิดงาน จุดลงทะเบียน จุดต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน และบริเวณโดยรอบของการจัดงานให้เรียบร้อย สวยงาม ๓. จัดทำนิทรรศการ หรือจอ Digital Signage แสดงผลงาน/เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม (ถ้ามี) ๔. จัดทำของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมงาน ตามที่ กพท.เห็นสมควร ๕. จัดทำกำหนดการ เตรียมคำกล่าวให้ผู้กล่าวรายงานและประธานในพิธีเปิดงาน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) ๖. จัดทำวีดีทัศน์ เช่น Introduce VTR, VDO Presentation ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) ๗. จัดเตรียมจอ LED Full Color Display ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๔ เมตร หรือจอโทรทัศน์ (หากเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้จอแสดงผลภาพ ตามที่ กพท.เห็นชอบ) และติดตั้งระบบแสง สี เสียง ในงาน ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาการจัดงาน ๘. จัดหาเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง อย่างน้อย ๑ คน และบันทึกภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศภายในงาน อย่างน้อย ๑ คน พร้อมผู้ติดต่อวีดีโอ อย่างน้อย ๑ คน ๙. จัดหาพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตามที่ กพท.เห็นสมควร ๑๐. จัดหาอาหารว่างหรืออาหาร และเครื่องดื่มเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานและบุคลากรของ กพท.

B1

(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ

นายณัฐริ น่วมศิริ

(นายณัฐริ น่วมศิริ)

กรรมการ

พัทธมณีย์ กายูจนพันธ์ุ

(นางสาวพัทธมณีย์ กายูจนพันธ์ุ)

กรรมการ

		<p>๑๑. จัดทำข่าวแจกหรือเอกสารประกอบการจัดงาน (ตามที่ กพท. เห็นสมควร) ในกรณีมีผู้ร่วมงานหรือสื่อมวลชนต่างชาติให้จัดทำเป็นภาษาอังกฤษควบคู่ด้วย</p> <p>๑๒. การจัดงานในต่างจังหวัดต้องรับรองค่าเดินทาง เช่น ค่าเช่ารถตู้ ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน และรับรองค่าที่พักให้กับผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท. โดยค่าบัตรโดยสารเครื่องบินและค่าที่พักสำหรับบุคลากร กพท. ต้องเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกำกับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน พ.ศ.๒๕๖๖</p> <p>๑๓. เชิญสื่อมวลชน หรือ Influencer มาร่วมงาน ตาม กพท. เห็นสมควร (หากเป็นกิจกรรมที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์)</p> <p>๑๔. นำส่งคลิปวิดีโอ ความยาวไม่เกิน ๕ นาที ที่สื่อถึงความสำเร็จและภาพบรรยากาศในการจัดงาน</p> <p>๑๕. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานและสรุปเป็นรายงานส่งให้ กพท. ภายใน ๗ วันหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน</p> <p>๑๖. ถ่ายทอดสดผ่านระบบ live streaming production (หากเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การถ่ายทอดสด)</p> <p>๑๗. กรณีเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานข่าวตัด (News Clipping) ส่งให้ กพท. ภายใน ๒ วันหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน</p> <p>๑๘. กรณีการเดินทางต่างจังหวัด ผู้รับจ้างต้องจัดทำประกันอุบัติเหตุให้แก่ผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท.</p> <p>๑๙. อื่น ๆ (ถ้ามี)</p>
๕.	<p>การบริหารและพัฒนาสัมพันธ์ภาพสื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้เสีย</p>	<p>๕.๑ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ในประเทศอย่างน้อย ๑ ครั้ง ในช่วงเวลาที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสม โดยมีผู้ร่วมงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อมวลชน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง และเจ้าหน้าที่ กพท. ร่วมงานไม่น้อยกว่า ๓๐ คน โดยมีรายละเอียดการจัดงานที่ต่างจังหวัด หรือตามที่ กพท. เห็นเหมาะสม ระยะเวลาจัดงานไม่น้อยกว่า ๒ วัน ๑ คืน ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจาก กพท. ก่อนจัดงาน</p> <p>๕.๒ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ ผู้บริหารและบุคลากรพบปะสื่อมวลชนประจำปี เพื่อพัฒนาต่อยอดสัมพันธ์ภาพกับสื่อมวลชนได้อย่างสม่ำเสมอ เช่น กิจกรรม Thank Press กิจกรรม Dinner Talk โดยเชิญสื่อมวลชน ผู้เกี่ยวข้อง ผู้บริหารและพนักงาน กพท. เข้าร่วมงาน จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน อย่างน้อย ๑ ครั้ง</p> <p>การจัดงานเพื่อบริหารและพัฒนาสัมพันธ์ภาพสื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๑. จัดหาสถานที่สำหรับจัดงานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของ กพท.</p>

(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ

(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ

(นางสาวพัทธมณัฐ กาญจนพันธุ์)


กรรมการ

		<p>๒. ออกแบบและตกแต่งสถานที่ เวทีเปิดงาน จุดลงทะเบียน จุดต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน และบริเวณโดยรอบของการจัดงาน ให้เรียบร้อย สวยงาม</p> <p>๓. จัดทำนิทรรศการ หรือจอ Digital Signage แสดงผลงาน/เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม (ถ้ามี)</p> <p>๔. จัดทำของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนที่ร่วมงาน</p> <p>๕. จัดทำกำหนดการ เตรียมคำกล่าวให้ผู้กล่าวรายงานและประธาน ในพิธีเปิดงาน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี)</p> <p>๖. จัดแสดงความบันเทิงบนเวที</p> <p>๗. จัดทำวีดิทัศน์ เช่น Introduce VTR, VDO Presentation ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตามที่ กพท.เห็นชอบ (ถ้ามี)</p> <p>๘. จัดเตรียมจอ LED Full Color Display ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๔ เมตร หรือจอโทรทัศน์ (หากเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้จอแสดงภาพ ตามที่ กพท.เห็นชอบ) และติดตั้งระบบแสง สี เสียง ในงาน ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาการจัดงาน</p> <p>๙ จัดหาเจ้าหน้าที่ในการบันทึกภาพอย่างน้อย ๑ คนและ บันทึกภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศภายในงาน อย่างน้อย ๑ คน พร้อมผู้ตัดต่อวิดีโอ อย่างน้อย ๑ คน</p> <p>๑๐. จัดหาพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตามที่ กพท.เห็นสมควร</p> <p>๑๑. จัดหาอาหารว่างและเครื่องดื่มเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน</p> <p>๑๒. จัดทำข่าวแจก/เอกสารประกอบการจัดงานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้กับสื่อมวลชนและแขกที่มาร่วมงาน</p> <p>๑๓. จัดอาหารและเครื่องดื่มรองรับผู้เข้าร่วมงาน</p> <p>๑๔. กรณีจัดงานในต่างจังหวัด ต้องรับรองค่าเดินทาง เช่น ค่าเช่ารถตู้ ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน และรับรองค่าที่พักให้กับผู้ร่วมงาน และบุคลากรของ กพท. โดยค่าบัตรโดยสารเครื่องบินและค่าที่พักสำหรับบุคลากร กพท. ต้องเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกำกับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน พ.ศ.๒๕๖๖</p> <p>๑๕. เชิญสื่อมวลชน หรือ Influencer มาร่วมงาน</p> <p>๑๖. นำส่งคลิปวิดีโอ ความยาวไม่เกิน ๕ นาที ที่สื่อถึงความสำเร็จและภาพบรรยากาศในการจัดงาน</p> <p>๑๗. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานและสรุปเป็นรายงานส่งให้ กพท. ภายใน ๗ วันหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน</p> <p>๑๘. กรณีเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานข่าวตัด (News Clipping) ส่งให้ กพท. ภายใน ๒ วันหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน</p>
--	--	--



(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ



(นายณัฐ น่วมศิริ)

กรรมการ



(นางสาวพัทธมณัฐ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

		<p>๑๙. กรณีการเดินทางในต่างจังหวัดและในต่างประเทศ ผู้รับจ้าง ต้องจัดทำประกันอุบัติเหตุให้แก่ผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท.</p> <p>๒๐. อื่น ๆ (ถ้ามี)</p>
๖.	บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์	<p>จัดหาผู้ช่วยสนับสนุนงานโครงการฯ อย่างน้อยจำนวน ๑ คน เพื่อทำหน้าที่ประสานงาน สนับสนุนการบริหารจัดการงาน เตรียมการ และร่วมจัดกิจกรรมสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย หรืองานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตรวจสอบ ติดตาม รวบรวม ข้อมูลการเผยแพร่ข่าวจากทุกสื่อ หรือข้อมูลสนับสนุนอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรายงานผลการปฏิบัติงานแต่ละกิจกรรมตามที่ กพท. กำหนด โดยรายงานผลการปฏิบัติงานและนำเสนอต่อ กพท. ณ สำนักงาน กพท. หรือช่องทางอื่นที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสมอย่างน้อย ๑ ครั้งต่อเดือน</p>
๗.	จัดทำรายงานสรุปผลโครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กรและประชาสัมพันธ์เชิงรุก	<p>๗.๑ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กรและประชาสัมพันธ์เชิงรุก พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานอ้างอิงผลงานประกอบเล่มรายงาน</p> <p>๗.๒ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ กพท. ในปีต่อ ๆ ไป</p> <p>๗.๓ นำเสนอผลการดำเนินงานของโครงการต่อผู้บริหาร และกองสื่อสารองค์กร กพท. พร้อมสรุปบทเรียนที่ได้รับ (Lessons Learned) และข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาในการดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กพท. ในอนาคต ทั้งนี้ ผู้รับจ้าง ต้องรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจาก กพท. เพื่อประกอบการบันทึกและจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการ โดยไม่ก่อให้เกิดภาระผูกพันในการดำเนินงานเพิ่มเติมนอกเหนือจากขอบเขตสัญญา</p>

๕. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ภายใน ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กพท. จะพิจารณาคัดเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยมีรายละเอียดการพิจารณา ดังนี้

๖.๑ ข้อเสนอทางด้านราคา น้ำหนักร้อยละ ๒๐

๖.๒ ข้อเสนอทางด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ ๘๐

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่า ๖๐ คะแนน โดย กพท. จะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนรวมด้านราคาและคุณภาพสูงสุด เกณฑ์คุณภาพประกอบด้วย


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ



(นายณัฐสิทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ



(นางสาวพัทธมณีย์ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

หลักเกณฑ์และเงื่อนไข	คะแนน (น้ำหนัก ร้อยละ)	เกณฑ์การให้คะแนน
<p>๑. แนวคิด แผนงาน และกลยุทธ์การสื่อสารและบริหารภาพลักษณ์องค์กร</p>	<p>๒๐ (ร้อยละ ๑๖)</p>	<p>๒๐ คะแนน :</p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) ข้อเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย มีกลยุทธ์การใช้สื่อที่ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ในยุคดิจิทัล มีตัวอย่างและแหล่งอ้างอิงให้เห็นถึงผลสำเร็จของข้อเสนอ</p> <p>(๓) เลือกใช้ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพ มีข้อมูลสนับสนุนเหตุผลในการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท</p> <p>(๔) มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และกรอบแนวคิด Key Message ในการส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ที่โดดเด่น แตกต่าง เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด และสอดคล้องกับบทบาท ภารกิจของ กพท.</p> <p>(๕) มีตัวชี้วัด KPIs เพื่อการันตีประสิทธิภาพของแผนงาน</p> <p>(๖) มีแผนงานเสริมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน</p> <p>๑๐ คะแนน :</p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) ข้อเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ มีกลยุทธ์การใช้สื่อที่ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ในยุคดิจิทัล แต่ไม่มีตัวอย่างและแหล่งอ้างอิงให้เห็นถึงผลสำเร็จของข้อเสนอ</p> <p>(๓) เลือกใช้ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพ</p> <p>(๔) มีกรอบแนวคิด Key Message ในการส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของ กพท.</p> <p>๕ คะแนน :</p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p>




(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ



(นายอนุสิทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ



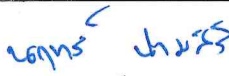
(นางสาวพัทธมณูส์ กาญจนพันธ์ุ)

กรรมการ

		(๒) แผนงานไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบางประเด็น หรือ แผนงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงาน ของ กพท. ในบางประเด็น
๒. ระบบเฝ้าระวังสื่อออนไลน์ (Social Listening) และแผนบริหารจัดการ ประเด็นและภาวะวิกฤต	๒๐ (ร้อยละ ๑๖)	<p>๒๐ คะแนน :</p> <p>(๑) เสนอเครื่องมือ Social Listening ที่มีมาตรฐาน มีความถูกต้องของข้อมูล สามารถเฝ้าระวัง วิเคราะห์ และจำแนกข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ อย่างเป็นระบบ พร้อมระบบแจ้งเตือน สถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรได้ อย่างทันท่วงที โดยมีตัวอย่างหรือแหล่งอ้างอิง หน่วยงานที่นำไปใช้งานจริง</p> <p>(๒) กำหนดกระบวนการเฝ้าระวัง วิเคราะห์ และ รายงานข้อมูลอย่างชัดเจน ครอบคลุมการติดตาม ประเด็น ข่าวสาร และกระแสสังคมทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ</p> <p>(๓) เสนอรูปแบบรายงานผลรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน พร้อมการวิเคราะห์ แนวโน้ม และข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุน การตัดสินใจของผู้บริหาร</p> <p>(๔) แสดงความพร้อมของทีมงานในการติดตาม และตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ</p> <p>๑๐ คะแนน:</p> <p>(๑) เสนอเครื่องมือ Social Listening ที่สามารถติดตาม และรวบรวมข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ แต่ยังไม่ แสดงรายละเอียดด้านการแจ้งเตือนหรือการ วิเคราะห์เชิงลึกอย่างชัดเจน ไม่มีตัวอย่างหรือ แหล่งอ้างอิงหน่วยงานที่นำไปใช้งานจริง</p> <p>(๒) มีแนวทางการเฝ้าระวังและรายงานประเด็นข่าวสาร หรือกระแสสังคมในภาพรวม แต่กระบวนการ ดำเนินงานหรือการเชื่อมโยงข้อมูลยังไม่ชัดเจนใน บางส่วน</p> <p>(๓) เสนอรูปแบบรายงานผลเป็นรายสัปดาห์ และรายเดือน แต่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ หรือข้อเสนอแนะเชิงลึก</p> <p>(๔) ทีมงานมีความพร้อมในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่แสดง ความชัดเจนด้านการรับมือสถานการณ์อย่าง ต่อเนื่อง</p>


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ น่วมศิริ)


กรรมการ



(นางสาวพัทธมณัฐ กาญจนพันธ์)

กรรมการ

		<p>๕ คะแนน :</p> <p>(๑) กล่าวถึงการใช้เครื่องมือ Social Listening ในลักษณะกว้าง ๆ โดยไม่แสดงรายละเอียดด้านความสามารถของระบบหรือความน่าเชื่อถือ</p> <p>(๒) ไม่มีหรือมีรายละเอียดจำกัดเกี่ยวกับกระบวนการเฝ้าระวัง วิเคราะห์ และรายงานข้อมูล</p> <p>(๓) แผนบริหารจัดการประเด็นหรือภาวะวิกฤตยังอยู่ในระดับแนวคิด ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง</p> <p>(๔) รูปแบบรายงานผลไม่ชัดเจน หรือไม่สอดคล้องกับการนำไปใช้ในการตัดสินใจ</p> <p>(๕) ไม่แสดงความพร้อมของทีมงานในการตอบสนองต่อสถานการณ์อย่างเหมาะสม</p>
<p>๓. ความสามารถในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพงานสร้างสรรค์</p>	<p>๓๐ (ร้อยละ ๒๔)</p>	<p>๓๐ คะแนน :</p> <p>(๑) เสนอแนวคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่น ชัดเจน เหมาะสมกับบทบาท ภารกิจ และภาพลักษณ์ขององค์กรภาครัฐด้านการกำกับดูแลการบินพลเรือน</p> <p>(๒) แสดงศักยภาพและประสบการณ์ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ครบถ้วนตามขอบเขตงาน อาทิ สื่อกราฟิก สื่อวิดีโอความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที และสื่อวีดิโอรูปแบบสั้น โดยมีผลงานตัวอย่างที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับงานที่เสนอ ครอบคลุมครบทุกประเภทของสื่อ และเป็นผลงานที่ได้รับการเผยแพร่จริง</p> <p>(๓) มีแนวทางการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ภาพ เสียง เพลง หรือสื่อประกอบอื่น ๆ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และสามารถส่งมอบผลงานพร้อมไฟล์ต้นฉบับได้ตามที่กำหนด</p> <p>๒๐ คะแนน :</p> <p>(๑) เสนอแนวคิดและรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมในภาพรวม แต่ยังขาดความโดดเด่นหรือความชัดเจนในบางส่วน</p> <p>(๒) มีผลงานหรือประสบการณ์ด้านการผลิตสื่อที่สอดคล้องกับขอบเขตงาน มีตัวอย่างผลงาน แต่ยังไม่ครอบคลุมครบทุกประเภทของสื่อ และไม่ได้รับการเผยแพร่จริง</p> <p>๑๐ คะแนน:</p>


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)
ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ น่วมศิริ)
กรรมการ


(นางสาวพัทธมณูส์ กาญจนพันธ์ุ)
กรรมการ

		<p>(๑) แนวคิดสร้างสรรค์หรือรูปแบบการนำเสนอไม่ชัดเจน หรือไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์องค์กร</p> <p>(๒) ผลงานหรือประสบการณ์ที่นำเสนอมีจำกัด หรือไม่สอดคล้องกับขอบเขตงานที่กำหนด ไม่มีตัวอย่างผลงาน</p>
<p>๔. แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ และแผนการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/KOL) พร้อมการบริหารผลลัพธ์</p>	<p>๒๐ (ร้อยละ ๑๖)</p>	<p>๒๐ คะแนน :</p> <p>(๑) เสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์อย่างเป็นระบบ บูรณาการสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ โดยมีเหตุผลในการเลือกช่องทางและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมทั้งมีตัวอย่างผลงานของสื่อต่าง ๆ</p> <p>(๒) กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก แนวคิด เนื้อหา และประเด็นการนำเสนอที่สอดคล้องกับบทบาทภารกิจ และภาพลักษณ์ขององค์กร</p> <p>(๓) เสนอแผนการใช้ Influencer/KOL ที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์องค์กร มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจน พร้อมแนวทางควบคุมเนื้อหาและการบริหารสิทธิในการใช้ผลงาน</p> <p>(๔) แสดงแนวทางการบริหารผลลัพธ์และการรับประกันหรือควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมายการเข้าถึง การรับชม หรือการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้อย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>(๕) เสนอระบบการติดตาม ประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ พร้อมการวิเคราะห์ผลลัพธ์และข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อการปรับปรุงการดำเนินงาน</p> <p>๑๐ คะแนน :</p> <p>(๑) มีแผนการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ในภาพรวม แต่การบูรณาการสื่อหรือเหตุผลในการเลือกช่องทางยังไม่ชัดเจนในบางส่วน ไม่มีตัวอย่างผลงานของสื่อต่าง ๆ</p> <p>(๒) แนวคิดและประเด็นการสื่อสารสอดคล้องกับภาพลักษณ์องค์กรในระดับหนึ่ง แต่ยังขาดความชัดเจนหรือความต่อเนื่องของกลยุทธ์</p> <p>(๓) เสนอแผนการใช้ Influencer/KOL แต่ยังไม่แสดงหลักเกณฑ์การคัดเลือกหรือแนวทางควบคุมเนื้อหาอย่างครบถ้วน</p>


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ


(นายณฤทธิ น่วมศิริ)

กรรมการ


(นางสาวพิชตมณูส์ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

		<p>(๔) มีการกำหนดตัวชี้วัดหรือเป้าหมายผลลัพธ์ แต่ยังไม่แสดงกลไกหรือแนวทางในการบริหารให้บรรลุผลอย่างชัดเจน</p> <p>๕ คะแนน :</p> <p>(๑) แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ไม่ชัดเจน หรือเสนอในลักษณะกว้าง ๆ</p> <p>(๒) แนวคิดหรือประเด็นการสื่อสารไม่สอดคล้องหรือไม่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์และบทบาทขององค์กรอย่างชัดเจน</p> <p>(๓) การใช้ Influencer/KOL ยังเป็นเพียงแนวคิดทั่วไป ไม่มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกหรือการควบคุมเนื้อหาที่ชัดเจน</p> <p>(๔) ไม่แสดงแนวทางการบริหารผลลัพธ์ หรือไม่สามารถแสดงความเป็นไปได้ในการบรรลุเป้าหมายที่กำหนด</p> <p>(๕) การติดตามและรายงานผลไม่ชัดเจนหรือไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้ประเมินผล</p>
๕. มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๑๐ (ร้อยละ ๘)	<p>๑๐ คะแนน : มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒ ผลงานขึ้นไป</p> <p>๕ คะแนน : มีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ ผลงาน</p>

๗. วงเงินงบประมาณ

งบประมาณเงินรวม ๑๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบสองล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่พึงปวงไว้แล้ว โดยใช้งบประมาณประจำปี ๒๕๖๙ จำนวน ๙,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เก้าล้านบาทถ้วน) และผูกพันงบประมาณประจำปี ๒๕๗๐ จำนวน ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน)

๘. งานและการจ่ายเงิน

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวด ๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

(๑) นำเสนอและส่งมอบแผนงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๑

(๒) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑ ข้อ ๒.๒ ข้อ ๒.๓ ข้อ ๒.๔ และข้อ ๖

(๓) นำเสนอรูปแบบของที่ระลึกตามขอบเขตงานข้อ ๓.๖

(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ

(นายณฤทธิ น่วมศิริ)

กรรมการ

(นางสาวพัทธมณูส์ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

- (๑) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๑ จำนวน ๗ ชิ้นงาน
- (๒) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๓ จำนวน ๕ ชิ้นงาน
- (๓) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๔.๒ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๔) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๔.๓ จำนวน ๒ ชิ้นงาน
- (๕) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๕.๒.๓ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๖) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๖
- (๗) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๗
- (๘) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๔.๑ จำนวน ๒ ชิ้นงาน

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๕ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๒๗๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

- (๑) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๒ จำนวน ๒ ชิ้นงาน
- (๒) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๓ จำนวน ๕ ชิ้นงาน
- (๓) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๔.๑ จำนวน ๒ ชิ้นงาน
- (๔) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๔.๒ จำนวน ๒ ชิ้นงาน
- (๕) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๔.๓ จำนวน ๓ ชิ้นงาน
- (๖) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๕.๑ จำนวน ๒ ชิ้นงาน
- (๗) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๕.๒.๑ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๘) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๕.๒.๒ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๙) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๕.๒.๓ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๑๐) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๔.๑ จำนวน ๒ ชิ้นงาน
- (๑๑) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๕.๑ จำนวน ๑ ชิ้นงาน

งวดที่ ๔ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๓๖๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

- (๑) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๔
- (๒) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๑ จำนวน ๘ ชิ้นงาน
- (๓) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๒ จำนวน ๓ ชิ้นงาน
- (๔) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๔.๑ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๕) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้นงาน
- (๖) ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ ๗


(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ



(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ



(นางสาวพัทธมณีย์ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาจ้าง หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน นับถัดจากวันที่สำนักงาน ได้รับมอบงาน โดยต้องรีบจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

๑๐. ข้อตกลงห้ามเปิดเผยข้อมูล

ข้อมูล เอกสาร หรือสัญญาที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ทั้งหมดที่ กพท. จัดหาให้ หรือผู้รับจ้างดำเนินการ และจัดทำให้ กพท. ถือเป็นความลับ และเป็นสมบัติของ กพท. ผู้รับจ้างต้องไม่เปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินการให้แก่ผู้ใด ยกเว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก กพท. เป็นลายลักษณ์อักษร หากผู้รับจ้างละเมิดโดยมีการนำไปเผยแพร่ และเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาต กพท. มีสิทธิ์ฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายและดำเนินการตามกฎหมายได้

๑๑. ความคุ้มครองเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

ในกรณีที่บุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใด ๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับงานจ้าง ตามสัญญานี้ โดย กพท. มิได้แก้ไขตัดแปลงไปจากเดิม ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้การกล่าวอ้าง หรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไปโดยเร็ว เพื่อให้ กพท. สามารถใช้งานจ้างนั้นต่อไปได้ หากผู้รับจ้าง มีอาชญากรรมได้และ กพท. ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่อบุคคลภายนอก เนื่องจากผลแห่งการละเมิด ลิขสิทธิ์ดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าปรับและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งค่าธรรมเนียม และค่าทนายความ ทั้งนี้ กพท. จะแจ้งผู้รับจ้างทราบเป็นลายลักษณ์อักษรในเมื่อได้มีการกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิ เรียกร้องดังกล่าว โดยไม่ชักช้า

๑๒. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๑๒.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๒.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้าง นอกเหนือจากข้อ ๑๒.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวัน เป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคางานจ้าง

๑๓. เงื่อนไขอื่น ๆ

๑๓.๑ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยต้องใช้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุที่จะใช้ ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา

๑๓.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๑๓.๓ ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายคุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคล และประมวลแนวทางปฏิบัติและกรอบมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ กพท. รวมถึงนโยบาย คำสั่งและขั้นตอนปฏิบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ



(นายอนุสิทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ



(นางสาวพัทธมณีย์ กาญจนพันธุ์)

กรรมการ

๑๔. ผู้รับผิดชอบโครงการ

สำนักกรรมการและผู้อำนวยการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย
๒๒๒ ซอยวิภาวดีรังสิต ๒๘ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐
โทร. ๐๒-๕๖๘-๘๘๐๓ E-mail sco_cm@caat.or.th



(นางสาวบุษราคัม พรหมชัย)

ประธานกรรมการ



(นายณฤทธิ์ น่วมศิริ)

กรรมการ



(นางสาวพิชชญ์กาญจน์ กัญจนพันธุ์)

กรรมการ