

**ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)**  
**โครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กรและประชาสัมพันธ์เชิงรุก**

**๑. ความเป็นมา**

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกำหนดการบินพลเรือน มีหน้าที่กำกับ ดูแล ควบคุม ส่งเสริม และพัฒนากิจการการบินพลเรือนให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานสากล นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางในการให้บริการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบินพลเรือน โดยในปี ๒๕๖๕ เป็นต้นมา หนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของ กพท. คือ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ บริหารและพัฒนา “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) ผ่านสื่อออนไลน์ยังมีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่อของผู้คนในปัจจุบันด้วย แต่การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่รวดเร็ว อาจทำให้เกิดการสร้างข่าวลวง (Fake News) ข่าวลือ (Rumors) ให้แพร่หลายในสังคมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการกำกับกิจการการบินพลเรือนของ กพท.

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

**๒. วัตถุประสงค์**

๒.๑ เพื่อกำหนดกลยุทธ์และแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงแนวทางการบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์กรที่เหมาะสมกับบทบาทการดำเนินงานของ กพท.



(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ โตรัตน์)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคชนาการเศรษฐ์)  
กรรมการ

๒.๒ เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรู้และความเข้าใจในการกิจของ กพท. ที่กำกับ ดูแล พัฒนา และส่งเสริมกิจการการบินพลเรือนของไทย และนำเสนอผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ เพื่อขับเคลื่อนและยกระดับมาตรฐานการบินพลเรือนของไทย

๒.๓ เพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบ และช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย มีความทันสมัย ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดการส่งต่อข้อมูล หรือการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ ทัวถึง ลดการบิดเบือนข้อมูล

๒.๔ เพื่อใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (social media) เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการสื่อสาร ตลอดจนเป็นช่องทางการสื่อสารที่ตอบสนองยุทธศาสตร์องค์กร และยุทธศาสตร์ชาติ

๒.๕ เพื่อให้มีเครื่องมือที่สามารถรวบรวม จัดเก็บ เฝ้าระวังและติดตามบทสนทนาสาธารณะ ข้อคิดเห็นสาธารณะในสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ กพท. และนำมาวิเคราะห์ประเด็นเพื่อการบริหารจัดการ ประเด็นในสภาวะวิกฤตได้อย่างรวดเร็ว ลดความสับสนและป้องกันผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กร นอกจากนี้ ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เก็บรวบรวมอย่างเป็นระบบ สามารถนำกลับมาใช้เพื่อเตรียมวางกลยุทธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยในอนาคตได้

๒.๖ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กพท. ในการเป็นองค์กรกำกับ ดูแล พัฒนา และส่งเสริมกิจการการบินพลเรือนไทย

๒.๗ เพื่อสร้างและพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรระหว่างบุคลากรและผู้บริหาร 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 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น



(นายชจรพัฒน์ มากลีน)

ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)

กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)

กรรมการ



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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ เป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว ๑๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการ หรือรายการยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้าง หรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มูลค่าดังกล่าวอีกครั้งในวันลงนามในสัญญา

(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการ หรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการ หรือรายการที่ยื่นเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ที่ได้รับอนุญาตในประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นเสนอนับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๕) กรณีตามข้อ (๑) - (๔) ยกเว้นสำหรับกรณีดังต่อไปนี้

(๕.๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๕.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย

(ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงานเชื่อถือ

๓.๑๒.๑ หากเป็นผลงานกับหน่วยงานของรัฐ จะต้องแนบหนังสือรับรองผลงาน และสำเนาสัญญาจ้าง พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอ

๓.๑๒.๒ หากเป็นผลงานกับหน่วยงานของเอกชน จะต้องแนบหนังสือรับรองผลงาน และสำเนาสัญญาจ้าง และใบกำกับภาษี พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องมาพร้อมกันในวันยื่นข้อเสนอ

๓.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอราคาในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของหรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย



(นายจรพัฒน์ มากลิน)

ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)

กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)

กรรมการ

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมคำหลักกิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมคำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมคำที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมคำหลัก ผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำกำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมคำ การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมคำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมคำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมคำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมคำ

#### ๔. ขอบเขตของงาน

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการตามขอบเขตงานและต้องนำเสนอสัดส่วนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายแต่ละขอบเขตงาน ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	ผลผลิต	ขอบเขตงาน
๑.	แผนบริหารจัดการด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Branding)	<p>๑.๑ ผู้รับจ้างต้องศึกษาแผนปฏิบัติการ กพท. ประจำปี ๒๕๖๗, แผนยุทธศาสตร์ กพท. ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๗-๒๕๗๑, Corporate Identity และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำแผนการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Branding) ให้สอดคล้องกับบทบาท/ภารกิจของ กพท.</p> <p>๑.๒ ผู้รับจ้างต้องศึกษา ทบทวนอัตลักษณ์แบรนด์ กพท. โดยการจัดทำการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประเมินคุณค่าการรับรู้ในตัวแบรนด์ (Brand Health Check) ของ กพท. เช่น จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กร คุณค่าหลักขององค์กร เรื่องราว (Story) ที่ควรนำเสนอ สิ่งที่ต้องคัดสรรควรงไว้ สิ่งที่ต้องคัดสรรหลีกเลี่ยง สิ่งที่ต้องคัดสรรปรับปรุง เป็นต้นโดยศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของ กพท. และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่</p> <p>๑.๒.๑ สัมภาษณ์ผู้บริหาร ระดับผู้จัดการขึ้นไป จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน</p> <p>๑.๒.๒ สัมภาษณ์พนักงาน ระดับหัวหน้า จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ คน</p> <p>โดยนำผลมาวิเคราะห์ จัดทำเป็นรายงานเพื่อเสนอให้ กพท. เห็นชอบและพิจารณาเป็นแนวทางการจัดทำแผนกลยุทธ์การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Branding) ที่ช่วยแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์องค์กรได้อย่างตรงจุด มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง</p> <p>๑.๓ จัดทำแผนบริหารจัดการด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Branding) ในระยะเวลา ๒ ปี (Brand Strategic Roadmap) และกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กร เพื่อเสนอให้</p>



(นายจรพัฒน์ มากลีน)

ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)

กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)

กรรมการ



		<p>กพท. เห็นชอบ โดยแผนฯ ต้องกำหนดองค์ประกอบพื้นฐานของแบรนด์ (Brand Foundation) เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>๑.๓.๑ กำหนดเป้าหมายของแบรนด์ (Brand Purpose)</li> <li>๑.๓.๒ วางตำแหน่งของแบรนด์ (Positioning)</li> <li>๑.๓.๓ สร้างความแตกต่างให้แบรนด์ (Brand Differentiation)</li> <li>๑.๓.๔ สร้างตัวตนของแบรนด์ (Brand Identity)</li> <li>๑.๓.๕ สร้างความเชื่อมั่นให้กับแบรนด์ (Brand Trust)</li> <li>๑.๓.๖ การกำหนดประโยชน์ของแบรนด์ (Brand Beneficence)</li> <li>๑.๓.๗ การสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ (Brand Communications Strategy)</li> <li>๑.๓.๘ การสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications Program)</li> </ul> <p>๑.๔ ออกแบบเอกสารและอุปกรณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีตามอัตลักษณ์แบรนด์ของ กพท. (Corporate Identity) ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>๑.๔.๑ Template นามบัตร</li> <li>๑.๔.๒ PowerPoint Template Presentation</li> <li>๑.๔.๓ กระดาษหัวจดหมาย ซองจดหมาย ซองเอกสาร</li> <li>๑.๔.๔ บัตรประจำตัวพนักงาน</li> <li>๑.๔.๕ สายคล้องบัตรประจำตัวพนักงาน</li> <li>๑.๔.๖ Uniform เช่น เสื้อโปโล</li> <li>๑.๔.๗ Roll up</li> <li>๑.๔.๘ Brochure</li> <li>๑.๔.๙ Backdrop</li> <li>๑.๔.๑๐ โฆษณารูปแบบสิ่งพิมพ์ (Print Ads)</li> <li>๑.๔.๑๑ ของที่ระลึก</li> <li>๑.๔.๑๒ ขวดน้ำพลาสติก</li> <li>๑.๔.๑๓ อื่น ๆ (ถ้ามี)</li> </ul> <p>๑.๕ จัดทำคู่มือการใช้งาน Brand Identity ของ กพท. เป็นไฟล์ดิจิทัล และผลิตเป็นรูปเล่ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ เล่ม</p> <p>๑.๖ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร (Branding) ของ กพท. ในรูปแบบภาพยนตร์โฆษณา ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนอย่างน้อย ๒ เรื่อง ทั้งนี้ คุณภาพของระบบเสียงและภาพต้องมีความละเอียดสูง ไม่น้อยกว่าระดับ Full HD รองรับ การส่งสัญญาณภาพและเสียงในระบบโทรทัศน์ดิจิทัลและสื่อออนไลน์ และจัดหาช่องทางเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Paid Media, Owned Media และ Earned Media อย่างน้อยสื่อละ ๒ ครั้ง เพื่อสร้างการรับรู้ Corporate Identity ของ กพท.</p>
--	--	---

(นายขจรพัฒน์ มากกลิ่น)  
ประธานกรรมการ

(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ

(นายณัฐพัชร์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

		<p>๑.๗ ออกแบบและผลิตชิ้นงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร (Branding) ของ กพท. อย่างน้อย ๒ ชิ้นและนำไปเผยแพร่ผ่าน Digital Screen จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ จอ ภายในสนามบินดอนเมือง และสนามบินสุวรรณภูมิ ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๒๐ วัน ตลอดระยะเวลาโครงการ</p> <p>๑.๘ จัดอบรม สัมมนา หรือทำ Workshop ร่วมกับผู้บริหารและพนักงาน กพท. อย่างน้อย ๒ ครั้ง ตามที่ กพท.เห็นชอบ เพื่อให้บุคลากรของ กพท. เข้าใจตรงกันเรื่องแผนกลยุทธ์การสื่อสารและการสร้างภาพลักษณ์ และผู้รับจ้างต้องจัดทำกำหนดการและเชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ ในด้านที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย ๑ คน มาให้ความรู้ในงาน</p>
๒.	แผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	<p>๒.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก ทั้งการสื่อสารภายใน และภายนอกองค์กร พร้อมนำเสนอกลยุทธ์ แนวทางการสื่อสาร และแผนปฏิบัติที่สอดคล้องกับภารกิจของ กพท. และส่งแผนงานให้ กพท. พิจารณาเห็นชอบ</p> <p>๒.๑.๑ จัดทำข่าวและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ บทบาทและภารกิจของ กพท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ข่าว ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สำนักข่าวออนไลน์ เว็บไซต์ หรือ Page Facebook รวมกันจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อต่อครั้ง โดยพิจารณาสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หรือตามที่ กพท. เห็นชอบ พร้อมส่งรายงานข่าวตัด (News Clipping) หลังดำเนินการเผยแพร่ข่าว เสร็จสิ้น ภายใน ๒ วัน</p> <p>๒.๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและภารกิจของ กพท. หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามสถานการณ์ และเผยแพร่ผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ ดังนี้</p> <p>๒.๑.๒.๑ สื่อโทรทัศน์ เผยแพร่ภารกิจ ผลการดำเนินงาน หรือประเด็นที่ กพท. เห็นชอบ ผ่านสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่มี ค่าความนิยม (เรตติ้ง) จากกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๐.๑ (อ้างอิงผลสำรวจจากเอจีบี นีลเส็น ประเทศไทย) เช่น รายการข่าว รายการสนทนา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอ ประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง</p> <p>๒.๑.๒.๒ สื่อสิ่งพิมพ์ เผยแพร่ภารกิจ ผลการดำเนินงาน หรือประเด็นที่ กพท. เห็นชอบ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือจดหมายข่าว ที่ได้รับความนิยม ในรูปแบบบทความ คอลัมน์ข่าว บทสัมภาษณ์ หรือ Infographic จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง โดยผู้รับจ้าง ต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง พร้อมส่ง รายงานข่าวตัด (News Clipping) หลังดำเนินการเผยแพร่ข่าวเสร็จสิ้น ภายใน ๒ วัน</p>

(นายขจรพัฒน์ มากลีน)  
ประธานกรรมการ

(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ

(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ



๒.๑.๒.๓ สื่อออนไลน์ เผยแพร่ภารกิจ ผลการดำเนินงาน หรือประเด็นที่ กพท. เห็นชอบ ผ่านสื่อออนไลน์ ดังนี้

๒.๑.๒.๓. (๑) ผู้รับจ้างต้องคัดเลือกและนำเสนอผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ด้านการบิน การท่องเที่ยว เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสม จำนวน ๒ คน ที่มีผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube Facebook ไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน เพื่อร่วมกับ กพท. ผลิตและเผยแพร่สื่อรูปแบบคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวน ๒ คลิป เน้นเนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ กพท. และมียอดการเข้าชมทุกแพลตฟอร์มรวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้ง ต่อชิ้นงาน โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง และติดตาม วิเคราะห์สถิติ การรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท.

๒.๑.๒.๓. (๒) จัดหารายการออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ YouTube Facebook ที่มีผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ คน เพื่อเผยแพร่การสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร กพท. จำนวน ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง และมียอดการเข้าชมในแพลตฟอร์มรวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้ง ต่อชิ้นงาน โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอประเด็นหรือหัวข้อให้ กพท. เห็นชอบก่อนทุกครั้ง และติดตาม วิเคราะห์สถิติ การรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท.

๒.๑.๒.๓. (๓) ผลิตเนื้อหาและเผยแพร่บทความ บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร/พนักงาน กพท. หรือ Infographic เผยแพร่ทาง สื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง และมียอดการเข้าชมในแพลตฟอร์มรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้งต่อชิ้นงาน และติดตาม วิเคราะห์สถิติการรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท.

๒.๑.๒.๓. (๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบคลิปวิดีโอ หรือรูปแบบสื่ออื่น ๆ ตามที่ กพท. เห็นชอบ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ กพท. ผ่านช่องทางสื่อของผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ ของผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์ที่ กพท. เห็นชอบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง และมียอดการเข้าชมทุกแพลตฟอร์มรวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ครั้งต่อชิ้นงาน พร้อมทั้งติดตาม วิเคราะห์สถิติการรับชม การเข้าถึงสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ สรุปเป็นรายงานให้แก่ กพท. ดังนี้

๒.๑.๒.๓. (๔.๑) จัดทำและเผยแพร่สื่อ ประชาสัมพันธ์ผ่าน Key Opinion Leader (KOL) ที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย

๒.๑.๒.๓. (๔.๒) จัดทำและเผยแพร่สื่อ ประชาสัมพันธ์ผ่าน Macro Influencer ที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย ๕๐๐,๐๐๐-๑,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย



(นายจรพัฒน์ มากกลิ่น)  
ประธานกรรมการ




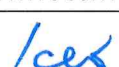
(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ

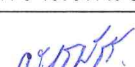


(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

		<p>๒.๑.๒.๓. (๔.๓) จัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Micro Influencer ที่มีผู้ติดตามอย่างน้อย ๕๐,๐๐๐-๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย</p> <p>๒.๒ ผู้รับจ้างต้องวางแผนการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรในรูปแบบการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลที่ได้รับความนิยมและคำนึงกลุ่มเป้าหมาย (Boost Post, Youtube Ads, TikTok Ads) เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของ กพท. ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ พร้อมสรุปรายงานการเผยแพร่ จำนวนการเข้าถึง หรือข้อมูล Data Analytic อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้แผนการเผยแพร่โฆษณาต้องได้รับความเห็นชอบจาก กพท. ก่อนเผยแพร่</p> <p>๒.๓ ออกแบบและจัดทำสื่อประเภทภาพกราฟิก เช่น infographic, Logo, Banner, Poster จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้น ตลอดระยะเวลาโครงการ หากต้องผลิตภาพกราฟิกทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้นำรวมเป็น ๑ ชิ้นงาน และภาพกราฟิกที่ใช้ต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้อง</p> <p>๒.๔ ผลิตวิดีโอความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที เช่น วิดีโอผลงาน กพท. วิดีโอผลงานครบรอบกระทรวงคมนาคม วิดีโอแนะนำองค์กร กพท. หรือวิดีโอให้ความรู้การขึ้นทะเบียนโดรน จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาโครงการ หากต้องจัดทำวิดีโอให้รับรู้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้นำรวมเป็น ๑ ชิ้นงาน</p> <p>๒.๕ ผลิตคลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที เช่น คลิป Tiktok/Reels/Youtube short จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน ตลอดระยะเวลาโครงการ หากต้องจัดทำคลิปวิดีโอให้รับรู้ได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้นำรวมเป็น ๑ ชิ้นงาน</p> <p>๒.๖ ผลิตสื่อแผ่นพับ ขนาด A๕ สีสี่ หรือตามความเหมาะสม โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้เสนอแนวคิด ออกแบบ แปลภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) และกำหนดเนื้อหาพร้อมกับ กพท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ แผ่น</p> <p>๒.๗ ผลิตอุปกรณ์ออกบูธแบบพกพาเพื่อใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ดังต่อไปนี้</p> <p>๒.๗.๑ Backdrop ผ้า ขนาดไม่น้อยกว่า ๓.๕x๒.๓ เมตร พร้อมกระเป๋าล้อลาก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชุด</p> <p>๒.๗.๒ Counter ขนาดไม่น้อยกว่า ๔x๓x๑๒๐x๘๔ ซม. พร้อมกระเป๋าล้อลาก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด</p> <p>๒.๗.๓ Roll up ขนาดไม่น้อยกว่า ๘๐x๒๐๐ ซม. พร้อมกระเป๋าล้อลาก จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชุด</p>
๓.	จัดกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ กพท.	<p>๓.๑ จัดกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กร อย่างน้อย ๘ ครั้ง ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยมีผู้ร่วมงานเป็นกลุ่มเป้าหมายตามที่ กพท. เห็นสมควร เช่น สื่อมวลชน บุคลากรของ กพท. หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบ จาก กพท.</p>

  
(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ

  
(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ

  
(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ



		<p>ก่อนจัดงาน ตัวอย่างกิจกรรม เช่น งานวันสถาปนา กพท. กิจกรรม Town Hall กิจกรรม CSR (จัดกิจกรรมต่างจังหวัด) งานสัมมนา งานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การลงนาม MOU เป็นต้น</p> <p>การจัดกิจกรรมต้องครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. จัดหาสถานที่สำหรับจัดงานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของ กพท.</li> <li>๒. ออกแบบและตกแต่งสถานที่ เวทีเปิดงาน จุดลงทะเบียน จุดต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน และบริเวณโดยรอบของการจัดงานให้เรียบร้อย สวยงาม</li> <li>๓. จัดทำนิทรรศการ หรือจอ Digital Signage แสดงผลงาน/เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม</li> <li>๔. จัดทำของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมงาน</li> <li>๕. จัดทำกำหนดการ เตรียมคำกล่าวให้ผู้กล่าวรายงานและประธานในพิธีเปิดงาน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี)</li> <li>๖. จัดทำวิดีโอ เช่น Introduce VTR, VDO Presentation ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี)</li> <li>๗. จัดเตรียมจอ LED Full Color Display ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๔ เมตร หรือจอโทรทัศน์ และติดตั้งระบบแสง สี เสียง ในงาน ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาการจัดงาน</li> <li>๘. จัดหาเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง อย่างน้อย ๑ คน และบันทึกภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศภายในงาน อย่างน้อย ๑ คน พร้อมผู้ตัดต่อวิดีโอ อย่างน้อย ๑ คน</li> <li>๙. จัดหาพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ</li> <li>๑๐. จัดหาอาหารว่างและเครื่องดื่มเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน</li> <li>๑๑. จัดทำข่าวแจก/เอกสารประกอบการจัดงาน ในกรณีมีผู้ร่วมงานหรือสื่อมวลชนต่างชาติให้จัดทำเป็นภาษาอังกฤษควบคู่ด้วย</li> <li>๑๒. จัดอาหารและเครื่องดื่มรองรับผู้เข้าร่วมงานและบุคลากรของ กพท.</li> <li>๑๓. การจัดงานในต่างจังหวัดต้องรับรองค่าเดินทาง เช่น ค่าเช่ารถตู้ ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน และรับรองค่าที่พักให้กับผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท. โดยค่าบัตรโดยสารเครื่องบินและค่าที่พักสำหรับบุคลากร กพท. ต้องเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกำกับสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย ว่าด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน พ.ศ.๒๕๖๖</li> <li>๑๔. เชิญสื่อมวลชน หรือ Influencer มาร่วมงาน ตาม กพท. เห็นสมควร</li> <li>๑๕. นำส่งคลิปวิดีโอ ความยาวไม่เกิน ๕ นาที ที่สื่อถึงความสำเร็จและภาพบรรยากาศในการจัดงาน</li> <li>๑๖. จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานและสรุปเป็นรายงานส่งให้ กพท. ภายใน ๗ วันหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน</li> </ol>
--	--	--



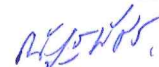
(นายจรพัฒน์ มากลิน)

ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)

กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)

กรรมการ

		<p>๑๗. ถ่ายทอดสดผ่านระบบ live streaming (หากเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การถ่ายทอดสด)</p> <p>๑๘. กรณีเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน ผู้รับจ้างต้องส่งรายงานข่าวตัด (News Clipping) ส่งให้ กพท. ภายใน ๒ วันหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน</p> <p>๑๙. กรณีการเดินทางต่างจังหวัด ผู้รับจ้างต้องจัดทำประกันอุบัติเหตุให้แก่ผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท.</p> <p>๒๐. อื่น ๆ (ถ้ามี)</p>
๔.	<p>แผนการบริหารประเด็น (Issue Management) ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ</p>	<p>๔.๑ ดำเนินการบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) อย่างเป็นระบบ โดยผู้รับจ้างต้องศึกษาและทบทวนแผนการติดต่อสื่อสารและการแจ้งเตือน (Communication Plan) ในแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan (BCP) ของ กพท. เพื่อร่างคู่มือการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต</p> <p>๔.๒ ติดตาม เฝ้าระวังข่าวสาร วิเคราะห์ประเด็นจากสื่อต่าง ๆ เฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบที่มีต่อ กพท. ทางสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้เครื่องมือ Social Listening tool ที่น่าเชื่อถือ โดยระบบที่ใช้เก็บข้อมูลจะต้องมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๔.๒.๑ มีระบบ Web services ให้บริการและบุคลากรของ กพท. สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลได้</p> <p>๔.๒.๒ มีการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลแบบคลาวด์ที่มีมาตรฐานในการปกป้องความปลอดภัยของข้อมูล</p> <p>๔.๒.๓ ระบบได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการ (Project Management) และการบริหารจัดการข้อมูล (Software Implementation) ISO/IEC ๒๙๑๑๐-๐๐๐๙ หรือเทียบเท่า</p> <p>๔.๒.๔ ระบบสามารถใช้คำค้นหา (Keyword) หรือข้อความได้ไม่จำกัดจำนวนในการค้นหา กำหนดคำค้นหาได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จัดหมวดหมู่ของคำค้นหาไม่จำกัดหมวดหมู่ รวมทั้งระบุเงื่อนไขในแต่ละคำค้นหาได้ไม่จำกัด โดยประมวลผลข้อมูลจาก Facebook, X (Twitter) , Instagram, YouTube, Pantip, Blog, TikTok และเว็บไซต์ข่าว โดยระบบต้องประมวลผลจากสื่อออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ข้อความต่อเดือน</p> <p>๔.๒.๕ ระบบสามารถตรวจจับข้อความที่กำหนดไว้ในภาพที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ (OCR technology)</p> <p>๔.๒.๖ ระบบสามารถตรวจจับวัตถุที่กำหนดไว้ในภาพที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ (Object detection)</p> <p>๔.๒.๗ ระบบสามารถตรวจจับโลโก้แบรนด์ที่กำหนดไว้ในภาพบนสื่อสังคมออนไลน์ได้ (Logo detection)</p> <p>ซึ่งข้อมูลที่ได้จาก Social Listening tool สามารถแจ้งเตือนข้อมูลผ่านช่องทาง line หรือ ช่องทางอื่นได้อย่างทันสถานการณ์ ออกแบบ</p>



(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ



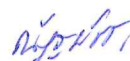
		<p>การรายงานประเด็นข่าวและรายงานให้ กพท. ทราบเป็นรายวัน รวมทั้งจัดทำสรุปผลการติดตามเป็นรายสัปดาห์และรายเดือน พร้อมวิเคราะห์สรุปทิศทางการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อ กพท. ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และต้องรายงานการติดตาม เฝ้าระวังข่าวสารต่อ กพท. ณ สำนักงาน กพท. หรือช่องทางอื่นที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสมอย่างน้อย ๑ ครั้ง ต่อเดือน</p> <p>๔.๓ จัดทำคู่มือการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต ที่ระบุแนวทางและแนวปฏิบัติในการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤตอย่างละเอียด เช่น โครงสร้างคณะทำงานจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต หน้าที่และขั้นตอนดำเนินการของคณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต จัดทำแบบประเมินสถานการณ์และผลกระทบจากวิกฤต ขั้นตอนการจัดการด้านการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุวิกฤต แบบรายงานวิกฤตการณ์ ตัวอย่างร่างแถลงการณ์ ตัวอย่างข้อความในการสื่อสาร หรือวิธีการดูแลและบริหารจัดการสื่อมวลชน เป็นต้น</p> <p>๔.๔ ดำเนินการบริหารประเด็นข่าว (Issue Management) ทั้งเชิงบวกและเชิงลบของ กพท. จัดเตรียมเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม โดยเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก เช่น เพจ Facebook สำนักข่าวที่มีชื่อเสียง เว็บไซต์สำนักข่าวออนไลน์ รายการโทรทัศน์ เป็นต้น (ถ้ามี)</p> <p>๔.๕ จัดงานแถลงข่าวตามที่ กพท. เห็นสมควร และผู้รับจ้างต้องเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าวไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ (ถ้ามี)</p>
๕.	<p>ออกแบบและจัดทำหรือจัดหาของที่ระลึก</p>	<p>๕.๑ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกชุดเครื่องบินนางสาวสยาม โดยนำต้นแบบเครื่องบินนางสาวสยามซึ่งเป็นเครื่องบินพลเรือนลำแรกของประเทศไทย มาออกแบบเป็นของที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วย</p> <p>๕.๑.๑ โมเดลเครื่องบินจำลองนางสาวสยาม ขนาดความยาวลำตัว ๔๐ เซนติเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น พร้อมกล่องโชว์โมเดลอะคริลิกสีใส ฐานสีดำ</p> <p>๕.๑.๒ โมเดลเครื่องบินจำลองนางสาวสยาม ขนาดความยาวลำตัว ๒๐ เซนติเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น พร้อมกล่องโชว์โมเดลอะคริลิกสีใส ฐานสีดำ</p> <p>๕.๑.๓ ออกแบบและจัดพิมพ์จุลสาร (Booklet) ขนาด A๕ สีสี่สี นำเสนอประวัติเครื่องบินนางสาวสยาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ เล่ม</p> <p>๕.๑.๔ ภาพเครื่องบินนางสาวสยาม เขียนบนกระเบื้องเบญจรงค์ พร้อมกรอบรูป ขนาดไม่น้อยกว่า ๘x๑๐ นิ้ว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น</p> <p>๕.๑.๕ ออกแบบและผลิตของที่ระลึกรูปแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องบินนางสาวสยาม เช่น พวงกุญแจ ถุงผ้า แม่เหล็กติดตู้เย็นเรซิน</p>



(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ โตรัตน์)  
กรรมการ




(นายณัฐพงษ์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

		<p>หรือตามที่ กพท. เห็นชอบ มูลค่าไม่น้อยกว่า ๕๐ บาทต่อชิ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ชิ้น</p> <p>๕.๒ ออกแบบและจัดทำหรือจัดหาของที่ระลึก พร้อมระบุตราสัญลักษณ์ (Logo) กพท. ตามรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๕.๒.๑ จัดทำหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ บาท ต่อ ๑ ชุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด พร้อมกล่องบรรจุภัณฑ์ โดยนำเสนอให้ กพท. พิจารณาก่อนการผลิต</p> <p>๕.๒.๒ จัดทำหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕๐๐ บาท ต่อ ๑ ชุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐๐ ชุด พร้อมกล่องบรรจุภัณฑ์ โดยนำเสนอให้ กพท. พิจารณาก่อนการผลิต</p> <p>๕.๒.๓ จัดทำหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๒๐๐ บาท ต่อ ๑ ชิ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ชิ้น โดยนำเสนอให้ กพท. พิจารณาก่อนการผลิต</p> <p>๕.๒.๔ จัดทำหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๑๐๐ บาท ต่อ ๑ ชิ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ชิ้น โดยนำเสนอให้ กพท. พิจารณาก่อนการผลิต</p> <p>๕.๒.๕ จัดทำหรือผลิตชุดของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๒๐ บาท ต่อ ๑ ชิ้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ชิ้น โดยนำเสนอให้ กพท. พิจารณาก่อนการผลิต</p> <p>๕.๒.๖ ผลิตเสื้อโปโลแขนสั้น ที่มีตราสัญลักษณ์ (Logo) CAAT เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่บุคลากรของ กพท. คณะละ ๑ ชุด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ตัว</p>
๖.	บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์	<p>๖.๑ จัดทำที่ปรึกษาประจำโครงการอย่างน้อย ๑ คน ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรและมีประสบการณ์ ทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารให้องค์กรรัฐ/เอกชนอย่างน้อย ๑๐ ปี เพื่อให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสาร และ กพท. สามารถเรียกเข้าพบได้ทุกเมื่อ และสามารถร่วมกิจกรรม งานสัมมนาอื่น ๆ ที่ กพท. กำหนด และเห็นชอบ เพื่อให้เห็นจุดแข็ง จุดอ่อนและปัญหาอย่างแท้จริง ทั้งนี้ สามารถให้คำปรึกษา แนะนำ และเสนอแนวทางแก้ไข เพื่อให้ กพท. นำไปพัฒนาและปรับปรุงแผนงานและแผนการสื่อสารให้สอดคล้องกับเป้าหมายและสถานการณ์ปัจจุบันได้</p> <p>๖.๒ จัดทำผู้ช่วยสนับสนุนงานโครงการฯ อย่างน้อยจำนวน ๑ คน เพื่อทำหน้าที่ประสานงาน สนับสนุนการบริหารจัดการงาน เตรียมการ และร่วมจัดกิจกรรมสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย หรืองานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตรวจสอบ ติดตาม รวบรวมข้อมูลการเผยแพร่ข่าวจากทุกสื่อ หรือข้อมูลสนับสนุนอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรายงานผลการปฏิบัติงานแต่ละกิจกรรมตามที่ กพท. กำหนด โดยรายงานอย่างน้อย ๑ ครั้งต่อเดือน</p>


  
(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ

  
(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ

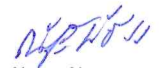
  
(นายณัฐพัชร รัตนสารศรี)  
กรรมการ



<p>๗. การบริหารและพัฒนา สัมพันธ์ภาพสื่อมวลชนและ ผู้มีส่วนได้เสีย</p>		<p>จัดกิจกรรมการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบกิจกรรม อย่างชัดเจนในการสร้างและพัฒนาต่อยอดสัมพันธ์ภาพกับสื่อมวลชน อย่างสม่ำเสมอ และมีการนำเสนอกิจกรรมสัมพันธ์ภาพกับกลุ่มบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์จากอุตสาหกรรมการบินหรือที่ กพท. เห็นว่า เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริหารและบุคลากรของ กพท. ได้มีโอกาสพบปะ แลกเปลี่ยนทัศนคติและมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ขององค์กร และเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการ และสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและผู้บริหารสำนักงานออกสู่กลุ่มเป้าหมาย ในวงกว้าง ซึ่งจะต้องดำเนินงาน ดังต่อไปนี้</p> <p>๗.๑ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ ผู้บริหารและบุคลากรพบปะ สื่อมวลชนประจำปี เพื่อพัฒนาต่อยอดสัมพันธ์ภาพกับสื่อมวลชน ได้อย่างสม่ำเสมอ เช่น กิจกรรม Thank Press กิจกรรม Lunch Talk กิจกรรม Dinner Talk โดยเชิญสื่อมวลชน ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหาร และพนักงาน กพท. เข้าร่วมงาน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ คน จำนวน อย่างน้อย ๓ ครั้ง</p> <p>๗.๒ จัดงานประชุมสัมมนาหรือพบปะบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ จากอุตสาหกรรมการบินหรือที่ กพท. เห็นว่าเหมาะสม เพื่อหารือ ถึงประเด็นหรือปัญหาที่ต้องทำการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ร่วมกัน รวมถึงเพื่อเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน โดยมี ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๒๐ คน และเจ้าหน้าที่ กพท. อย่างน้อย ๑๐ คน จำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง</p> <p>๗.๓ จัดกิจกรรม Press Trip ภายในประเทศ จำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒ วัน ๑ คืน โดยเชิญสื่อมวลชน ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารและพนักงาน กพท. เข้าร่วมงาน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ คน</p> <p>๗.๔ จัดกิจกรรม Press Tour ภายในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน หรืออาเซียนบวกสาม ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หรือประเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ตามที่ กพท. เห็นสมควร จำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วัน ๓ คืน โดยเชิญสื่อมวลชน ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารและพนักงาน กพท. เข้าร่วมงาน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ คน</p> <p>การจัดงานเพื่อบริหารและพัฒนาสัมพันธ์ภาพสื่อมวลชนและผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย ต้องครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. จัดหาสถานที่สำหรับจัดงานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ของ กพท.</li> <li>๒. ออกแบบและตกแต่งสถานที่ เวทีเปิดงาน จุดลงทะเบียน จุดต้อนรับ ผู้เข้าร่วมงาน และบริเวณโดยรอบของการจัดงานให้เรียบร้อย สวยงาม</li> <li>๓. กรณีจัดงานภายในประเทศ ต้องจัดทำนิตยสาร หรือจอ Digital Signage แสดงผลงาน/เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม</li> </ol>
--	--	--

  
(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ

  
(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ

  
(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

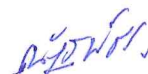
		<p>๔. จัดทำของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมงาน</p> <p>๕. จัดทำกำหนดการ เตรียมคำกล่าวให้ผู้กล่าวรายงานและประธาน ในพิธีเปิดงาน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี)</p> <p>๖. จัดแสดงความบันเทิงบนเวที</p> <p>๗. จัดทำวีดิทัศน์ เช่น Introduce VTR, VDO Presentation ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตามที่ กพท.เห็นชอบ</p> <p>๘. กรณีจัดงานภายในประเทศ ให้จัดเตรียมจอ LED Full Color Display ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๔ เมตรหรือจอโทรทัศน์ และติดตั้งระบบแสง สี เสียง ในงาน ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตลอดระยะเวลาการจัดงาน</p> <p>๙. กรณีจัดงานภายในประเทศ จัดหาเจ้าหน้าที่ในการบันทึกภาพนิ่ง อย่างน้อย ๑ คนและบันทึกภาพเคลื่อนไหวบรรยากาศภายในงาน อย่างน้อย ๑ คน พร้อม ผู้ตัดต่อวิดีโอ อย่างน้อย ๑ คน</p> <p>๑๐. จัดหาพิธีกรที่มีความเชี่ยวชาญการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ</p> <p>๑๑. จัดหาอาหารว่างและเครื่องดื่มเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน</p> <p>๑๒. จัดทำข่าวแจก/เอกสารประกอบการจัดงานทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้กับสื่อมวลชนและแขกที่มาร่วมงาน</p> <p>๑๓. จัดอาหารและเครื่องดื่มรองรับผู้เข้าร่วมงานและบุคลากรของ กพท.</p> <p>๑๔. กรณีจัดงานในต่างจังหวัดและในต่างประเทศต้องรับรองค่าเดินทาง เช่น ค่าเช่ารถตู้ ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน และรับรองค่าที่พักให้กับผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท. โดยค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน และค่าที่พักสำหรับบุคลากร 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> <p>๑๙. กรณีการเดินทางในต่างจังหวัดและในต่างประเทศ ผู้รับจ้างต้องจัดทำประกันอุบัติเหตุให้แก่ผู้ร่วมงานและบุคลากรของ กพท.</p> <p>๒๐. อื่น ๆ (ถ้ามี)</p>
--	--	--



(นายจรพัฒน์ มากลีน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ โตรัตน์)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ



๘.	จัดทำรายงานสรุปผลโครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กรและประชาสัมพันธ์เชิงรุก	<p>๘.๑ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานโครงการบริหารภาพลักษณ์องค์กรและประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ดำเนินงานในปี ๒๕๖๗ และ ๒๕๖๘ พร้อมทั้งรวบรวมหลักฐานอ้างอิงผลงานประกอบเล่มรายงาน</p> <p>๘.๒ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ กพท. ในปีต่อ ๆ ไป</p> <p>๘.๓ นำเสนอการดำเนินการและผลของการดำเนินงานต่อผู้บริหารองค์กรและกองสื่อสารองค์กร กพท. รวมถึงเสนอข้อแนะนำสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องในอนาคต</p>
----	--	---

๕. กำหนดเวลาส่งมอบพัสดุ

ภายใน ๕๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กพท. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น มีรายละเอียดการพิจารณา ดังนี้

๖.๑ ข้อเสนอทางด้านราคา น้ำหนักร้อยละ ๒๐

๖.๒ ข้อเสนอทางด้านคุณภาพ น้ำหนักร้อยละ ๘๐

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่า ๖๐ คะแนน โดย กพท. จะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนรวมด้านราคาและด้านคุณภาพสูงสุด เกณฑ์ด้านคุณภาพประกอบด้วย

หลักเกณฑ์และเงื่อนไข	คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
๑. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์	๓๐	<p>๓๐ คะแนน :</p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) ข้อเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย มีกลยุทธ์การใช้สื่อที่ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ในยุคดิจิทัล มีตัวอย่างอ้างอิงให้เห็นถึงผลสำเร็จของข้อเสนอ</p> <p>(๓) เลือกใช้ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพ มีข้อมูลสนับสนุนเหตุผลในการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท</p> <p>(๔) มีกรอบแนวคิด Key Message ในการส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ที่โดดเด่น แตกต่าง เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของ กพท.</p> <p>(๕) มีตัวชี้วัด KPIs เพื่อการันตีประสิทธิภาพของแผนงาน</p> <p>(๖) มีแผนงานเสริมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน</p>

(นายจรพัฒน์ มากลิ่น)  
ประธานกรรมการ

(นายเอกสิทธิ์ โตรัตน์)  
กรรมการ

(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

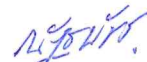
		<p><b>๒๐ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) ข้อเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย มีกลยุทธ์การใช้สื่อที่ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ในยุคดิจิทัล</p> <p>(๓) เลือกใช้ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพ</p> <p>(๔) มีกรอบแนวคิด Key Message ในการส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของ กพท.</p> <p><b>๑๐ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) แผนงานไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบางประเด็น หรือแผนงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงานของ กพท. ในบางประเด็น</p>
<p><b>๒. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก</b></p>	<p>๓๐</p>	<p><b>๓๐ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>(๓) มีรูปแบบแผนงานที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง</p> <p>(๔) มีกลยุทธ์การผสมผสานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดดเด่น ทันสมัย สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของ กพท. และเสนอช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง</p> <p>(๕) มีตัวชี้วัด KPIs เพื่อการันตีประสิทธิภาพของแผนงาน</p> <p>(๖) มีแผนงานเสริมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน</p> <p><b>๒๐ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p>



(นายชจรพัฒน์ มากลีน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ โดร์ตัน)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ



		<p>(๒) แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>(๓) มีรูปแบบแผนงานที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง</p> <p>(๕) มีกลยุทธ์การผสมผสานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เสนอช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง</p> <p><b>๑๐ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตงานใน TOR</p> <p>(๒) แผนงานไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบางประเด็น หรือแผนงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงานของ กพท. ในบางประเด็น</p>
<p>๓. รายละเอียดแผนการดำเนินงาน</p>	<p>๑๐</p>	<p><b>๑๐ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงาน แผนการส่งมอบงาน และวิธีการบริหารโครงการที่ครอบคลุมขอบเขตตาม TOR และระบุระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน</p> <p>(๒) มีโครงสร้างการบริหารโครงการ และการจัดอัตรากำลังคน พร้อมรายละเอียดหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน</p> <p>(๓) ระบุสัดส่วนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายแต่ละขอบเขตงานตาม TOR</p> <p>(๔) มีแผนงานเสริมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน</p> <p><b>๕ คะแนน :</b></p> <p>(๑) มีแผนการดำเนินงาน แผนการส่งมอบงาน และวิธีการบริหารโครงการที่ครอบคลุมขอบเขตตาม TOR และระบุระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน</p> <p>(๒) มีโครงสร้างการบริหารโครงการ และการจัดอัตรากำลังคน พร้อมรายละเอียดหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน</p>



(นายจรพัฒน์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ โดร์ตัน)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

๔. ข้อเสนออื่น ๆ นอกจากที่ TOR กำหนด	๑๐	๑๐ คะแนน : มีข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานอย่างน้อย ๒ ข้อขึ้นไป ๕ คะแนน : มีข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานอย่างน้อย ๑ ข้อ
--------------------------------------	----	---

#### ๗. วงเงินงบประมาณ

งบประมาณทั้งสิ้น จำนวน ๔๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สี่สิบล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่พึงพอใจแล้วดังนี้

โดยใช้งบประมาณประจำปี ๒๕๖๗ จำนวน ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน) และงบประมาณผูกพันประจำปี ๒๕๖๘ จำนวน ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายที่พึงพอใจแล้ว

#### ๘. งานและการจ่ายเงิน

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยจะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยกำหนดการจ่ายเงินเป็นงวด ๆ ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

(๑) นำเสนอและส่งมอบแผนงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๑.๑ ข้อ ๑.๒ ข้อ ๑.๓ และข้อ ๒.๑

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

(๑) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๑.๔ ข้อ ๒.๖ ข้อ ๒.๗ ข้อ ๔.๑ ข้อ ๔.๒ ข้อ ๕.๒.๑ ข้อ ๕.๒.๒ ข้อ ๖.๑ และข้อ ๖.๒

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๐ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

(๑) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๑.๕ ข้อ ๕.๒.๓ ข้อ ๕.๒.๔ ข้อ ๕.๒.๕ ข้อ ๕.๒.๖ และข้อ ๗.๓

(๒) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

(๓) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๔) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

(๕) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๖) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๗) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

(๘) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๔) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง



(นายจรพัฒน์ มากลั่น)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ



- (๙) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง (๑๐ รายการ)
- (๑๐) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง (๒ รายการ)
- (๑๑) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- (๑๒) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๗.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๑๓) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๗.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

งวดที่ ๔ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๓๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

- (๑) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๑.๖ ข้อ ๑.๗ ข้อ ๑.๘ ข้อ ๔.๓ ข้อ ๕.๑ และ ข้อ ๗.๔
- (๒) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง (๓ รายการ)
- (๓) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๕ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง (๑๐ รายการ)
- (๔) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- (๕) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๗.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

งวดที่ ๕ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๔๐ เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายใน ๕๑๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับได้ทำการตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

- (๑) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๒ ข้อ ๘.๑ ข้อ ๘.๒ และข้อ ๘.๓
- (๒) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง
- (๓) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๔) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- (๕) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๑) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๖) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๒) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๗) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๓) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๘) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๑.๒.๓ (๔) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๙) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๓ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง (๒๐ รายการ)
- (๑๐) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง (๓ รายการ)
- (๑๑) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๒.๕ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง (๕ รายการ)
- (๑๒) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๓.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
- (๑๓) ส่งมอบงาน ตามขอบเขตของงานข้อ ๗.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

#### ๙. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาจ้าง หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องของงานที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน นับถัดจากวันที่สำนักงาน ได้รับมอบงาน โดยต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้การได้ติดตั้งเดิมภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง



(นายจรพัฒน์ มากลื่น)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ ไตรรัตน์)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ

### ๑๐. ข้อตกลงห้ามเปิดเผยข้อมูล

ข้อมูล เอกสาร หรือสัญญาที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ทั้งหมดที่ กพท. จัดหาให้ หรือผู้รับจ้างดำเนินการ และจัดหาให้ กพท. ถือเป็นความลับ และเป็นสมบัติของ กพท. ผู้รับจ้างต้องไม่เปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินการให้แก่ผู้ใด ยกเว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก กพท. เป็นลายลักษณ์อักษร หากผู้รับจ้างละเมิดโดยมีการนำไปเผยแพร่และเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาต กพท. มีสิทธิ์ฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายและดำเนินการตามกฎหมายได้

### ๑๑. ความคุ้มครองเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

ในกรณีที่บุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใด ๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับงานจ้างตามสัญญานี้ โดย กพท. มิได้แก้ไขตัดแปลงไปจากเดิม ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไปโดยเร็ว เพื่อให้ กพท. สามารถใช้งานจ้างนั้นต่อไปได้ หากผู้รับจ้างมีอาจกระทำได้และ กพท. ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่อบุคคลภายนอก เนื่องจากผลแห่งการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าปรับและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งค่าธรรมเนียมและค่าทนายความ ทั้งนี้ กพท. จะแจ้งผู้รับจ้างทราบเป็นลายลักษณ์อักษรในเมื่อได้มีการกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าว โดยไม่ชักช้า

### ๑๒. อัตราค่าปรับ

ค่าปรับตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลงจ้างเป็นหนังสือจะกำหนด ดังนี้

๑๓.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๑๓.๒ กรณีที่ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดสัญญาจ้าง นอกเหนือจากข้อ ๑๓.๑ จะกำหนดค่าปรับเป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคางานจ้าง

### ๑๓. เงื่อนไขอื่น ๆ

๑๓.๑ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยต้องใช้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุที่ใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา

๑๓.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการใช้วัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

### ๑๔. ผู้รับผิดชอบโครงการ

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



(นายจรพัทธ์น์ มากลิน)  
ประธานกรรมการ



(นายเอกสิทธิ์ โตรัตน์)  
กรรมการ



(นายณัฐพัชร์ ภัคธนากรเศรษฐ์)  
กรรมการ