

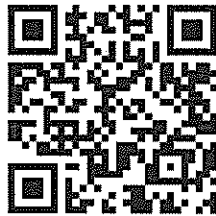
- ร่าง -

เอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)
จ้างจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้
โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘

สาธารณชนที่สนใจจะเสนอแนะ วิจารณ์ หรือมีความเห็นในร่างประกาศและร่างเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) จ้างจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สามารถส่งข้อเสนอแนะ วิจารณ์ หรือมีความเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะต้องเปิดเผยชื่อ และ ที่อยู่ ของผู้เสนอแนะ หรือวิจารณ์ มาที่ คณะกรรมการจัดทำร่างขอบเขตงาน และกำหนดราคากลางทางช่องทางต่อไปนี้

๑. ทาง E-Mail Address : oprocure@nso.mail.go.th

๒. ทาง QR code ด้านล่างนี้ โดยเลือกหัวข้อ ร่างขอบเขตงาน และเลือก “ข้อเสนอแนะ/ วิจารณ์”



<https://www.nso.go.th/nsoweb/category/g>

(ต้องส่งภายใน ๓ วันทำการ นับถัดจากวันประกาศในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (e-GP) หากส่งเกินวันที่กำหนด สำนักงานสถิติแห่งชาติจะไม่รับพิจารณาข้อเสนอแนะ วิจารณ์ หรือมีความเห็นดังกล่าว)

ขึ้นประชาพิจารณ์ ครั้งที่ ๑

เอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

จ้างจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้
โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘

ข้อ ๑.๑ รายละเอียดและขอบเขตของงาน

ข้อกำหนดและขอบเขตงาน
(Terms of Reference: TOR)
จ้างจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้
โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘

๑. หลักการและเหตุผล

สำนักงานสถิติแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถิติ พ.ศ. ๒๕๕๐ ในการจัดทำสำมะโนหรือการสำรวจตัวอย่าง หรืออำนวยความสะดวกให้มีการสำรวจด้านต่าง ๆ ของประเทศ โดยสำมะโนประชากรและเคหะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรและเคหะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งสำมะโนประชากรได้จัดทำครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๓ และต่อมาใน พ.ศ. ๒๕๑๓ ๒๕๒๓ ๒๕๓๓ ๒๕๔๓ และ ๒๕๕๓ โดยใน พ.ศ. ๒๕๑๓ เป็นต้นมา สำนักงานสถิติแห่งชาติได้เริ่มจัดทำสำมะโนเคหะไปพร้อมกันกับการทำสำมะโนประชากรด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ที่ต้องการให้ประเทศต่าง ๆ เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร ตลอดจนสภาพการอยู่อาศัยของประชากรในประเทศอย่างน้อยทุกระยะ ๑๐ ปี ในปีคริสต์ศักราชที่ลงท้ายด้วย “๐” ทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลจากสำมะโนของแต่ละประเทศสามารถเปรียบเทียบกันได้ และใน พ.ศ. ๒๕๖๓ สำนักงานสถิติแห่งชาติมีแผนการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะ แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ส่งผลให้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๓ ไม่สามารถดำเนินการได้ คณะกรรมการบริหารโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๓ มีมติให้เลื่อนการจัดทำโครงการดังกล่าวออกไป

ที่ผ่านมาสำนักงานสถิติแห่งชาติดำเนินการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะของประเทศไทยด้วยวิธีดั้งเดิม (Traditional Census) โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลโดยตรง (Face-to-Face interview) เป็นหลัก ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรบุคคล เวลา และงบประมาณเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัลในรอบทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้การดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดในขณะเดียวกันก็เกิดรูปแบบการก่ออาชญากรรมทางเทคโนโลยีที่หลากหลายและเพิ่มขึ้น เช่น การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคลโดยหลอกให้ดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การขโมยข้อมูลโดยอ้างว่ามีการกระทำความผิดหรือคดีความผ่านแก๊งคอลเซ็นเตอร์ การชักชวนให้ลงทุนเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูง เป็นต้น เหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดความเสียหายทางทรัพย์สินมากมาย ทำให้ประชาชนเกิดความวิตกกังวลและเพิ่มความระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการสำมะโน/สำรวจตัวอย่างด้วยวิธีแบบดั้งเดิมของประเทศไทยและหลาย ๆ ประเทศทั่วโลกได้รับผลกระทบโดยเฉพาะการให้ความร่วมมือของประชาชนในการให้ข้อมูลลดลง เนื่องจากเกิดความวิตกกังวลว่าเป็นเข้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐจริงหรือไม่ รวมถึงขาดความเชื่อมั่นต่อระบบการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานภาครัฐ

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้สำนักงานสถิติแห่งชาติหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำมะโน/สำรวจตัวอย่างโดยให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลสำมะโนประชากรและเคหะด้วยรูปแบบดิจิทัลเป็นลำดับแรก (Digital First Approach) เช่น แคนาดา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย ปากีสถาน และเกาหลี เป็นต้น ซึ่งประชาชนสามารถเข้าตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์เป็นหลักหรือเรียกว่า Digital Census โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะ

ของ...

ของต่างประเทศประสบความสำเร็จคือการมีฐานข้อมูลที่อยู่อาศัยที่ครบถ้วน การสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล และการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าไปตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง รวมถึงการออกแบบ Web Application สำหรับการเข้าตอบแบบสอบถามที่ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน นอกจากนี้ยังต้องมีระบบติดตามที่ดี เพื่อให้สามารถติดตาม/แจ้งเตือน หรือส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูลครัวเรือนหรือประชาชนที่ยังไม่ให้ข้อมูลได้

สำนักงานสถิติแห่งชาติมีแผนจัดทำโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลสำมะโนประชากรและเคหะจากวิธีแบบดั้งเดิม (Traditional Census) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบ Digital Census หรือการให้ประชาชนตอบแบบสอบถามออนไลน์หรือวิธีการที่เป็นดิจิทัลเป็นลำดับแรก (Digital First Approach) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในการให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้สำนักงานสถิติแห่งชาติยังคงเตรียมช่องทางการให้ข้อมูลด้วยการส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูลของประชาชนที่อาจจะไม่สะดวก หรือมีปัญหา/อุปสรรคในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วนตามหลักการและแนวคิดของการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะ

โดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ สำนักงานสถิติแห่งชาติได้มีการจัดทำโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (ปีงบประมาณ ๒๕๖๗) ในพื้นที่ทดลองกรุงเทพมหานคร (๔ แขวง) และ ๒๔ จังหวัด (จังหวัดละ ๒ ตำบล) หรือสำมะโนทดลอง (Pilot Census) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบกระบวนการดำเนินงานและระบบงานของโครงการฯ และศึกษาความเป็นไปได้ในการทำสำมะโนประชากรและเคหะในรูปแบบดิจิทัล โดยรวบรวมปัญหา อุปสรรค ตลอดจนวิเคราะห์และถอดบทเรียนการทำสำมะโนทดลอง เพื่อนำไปใช้ในการทำแผนการดำเนินงานและจัดเตรียมแนวทางในการป้องกันปัญหาสำหรับการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ต่อไป

ผลจากการทำสำมะโนทดลอง พบว่า อัตราการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของประชาชนคิดเป็นร้อยละ ๑๑.๐๙ ของครัวเรือนทั้งหมดในพื้นที่ทดลองเท่านั้น ดังนั้น การดำเนินงานโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ต้องมีการปรับแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยยังคงให้ประชาชนตอบแบบสอบถามออนไลน์หรือวิธีการที่เป็นดิจิทัลเป็นลำดับแรก และส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในครัวเรือนที่ยังไม่ได้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลของประชากรที่ครบถ้วนต่อไป อย่างไรก็ตามในบางพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ประชาชนไม่สามารถเข้าตอบแบบสอบถามออนไลน์หรือเจ้าหน้าที่ไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน Web Application ได้ สำนักงานสถิติแห่งชาติได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกระดาษและทำการบันทึกข้อมูลผ่านระบบสำรวจอิเล็กทรอนิกส์ในภายหลัง

การประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ เพื่อสร้างการรับรู้สร้างความเข้าใจกับประชาชนทุกกลุ่มตั้งแต่ วัยเด็กและเยาวชน วัยทำงาน วัยสูงอายุ หรือประชากรกลุ่มเฉพาะ เช่น คนต่างชาติ แรงงานต่างด้าว เป็นต้น ในการให้ข้อมูลประชากรและเคหะแก่เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในขณะเดียวกัน สำนักงานสถิติแห่งชาติต้องคำนึงถึงการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล การเข้าพื้นที่ที่เข้าถึงยาก เช่น คอนโดมิเนียม อาคารสูง หมู่บ้านจัดสรร ชุมชนแออัด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายในพื้นที่ต่างๆ นอกจากประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลักอย่าง โทรทัศน์ และวิทยุแล้ว ยังต้องอาศัยสื่อออนไลน์ และการจัดกิจกรรมที่จำเป็น เช่น กิจกรรมเปิดตัวโครงการ กิจกรรมออกบูธ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนให้ข้อมูล และเพื่อการควบคุมคุณภาพของงานในอีกทางหนึ่ง

๒. วัตถุประสงค์

อ.ก.พ. ป. ฐ. ส. น. น. น.

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ สร้างการรับรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับความสำคัญและประโยชน์ของโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ เพื่อนำไปสู่การได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ

๒.๒ เผยแพร่ข้อมูลรายละเอียดที่สำคัญเกี่ยวกับการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะ อาทิ ข้อมูลที่จัดเก็บ ระยะเวลาการเก็บข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล การเก็บรักษาความลับข้อมูลส่วนบุคคล ไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

๒.๓ เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์

๒.๔ เพื่อให้หน่วยงานทุกภาคส่วนเห็นความสำคัญ และให้การสนับสนุนการดำเนินงาน

๒.๕ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามออนไลน์หรือวิธีการที่เป็นดิจิทัลเป็นลำดับแรก

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก

- ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

๓.๒ กลุ่มเป้าหมายสนับสนุน

- สื่อมวลชน
- หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- สถานศึกษา
- เครือข่ายภาคประชาชน

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับแนวคิดและวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ส่งมอบให้สำนักงานสถิติแห่งชาติ ภายใน ๓ วันทำการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา เพื่อให้สำนักงานสถิติแห่งชาติเห็นชอบก่อนดำเนินการ โดยมีเนื้อหาได้แก่

๔.๑.๑ แนวทางจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ของขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐

๔.๑.๒ แผน/มาตรการรองรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Communication) ในกรณีเกิดกรณีฉุกเฉินในการจัดกิจกรรมฯ อันส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

๔.๑.๓ คาบเวลา (Time Line) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตั้งแต่เริ่มจนจบงาน

๔.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร จำนวน ๑ ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๒.๑ จัดเตรียมระบบตอบรับเข้าร่วมงานแบบออนไลน์ และระบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมงาน ณ วันจัดกิจกรรมฯ

๔.๒.๒ จัดเตรียมสถานที่เอกชนในกรุงเทพมหานคร ตกแต่งสถานที่ จัดอาหารกลางวัน ๑ มื้อ อาหารว่างและเครื่องดื่ม ๑ มื้อ สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน

๔.๒.๓ ออกแบบ...

๐๑๗ ๖๔๕ ๕๖๗ ๘๘๘ ๙๙๙ ๐๑๗ ๐๑๗ ๐๑๗

- ๔.๒.๓ ออกแบบ ผลิตและติดตั้ง ฉากเวที และฉากถ่ายรูป โดยฉากเวทีต้องเป็นจอ LED
- ๔.๒.๔ ออกแบบ ผลิต และติดตั้งนิทรรศการที่แสดงเนื้อหา ประโยชน์ ตลอดจนความสำคัญ ของโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจบริเวณสถานที่จัด กิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ พร้อมจอ TV Touch Screen ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๐ นิ้ว จำนวน ๕ จอ
- ๔.๒.๕ จัดเจ้าหน้าที่ลงทะเบียนและอำนวยความสะดวกผู้ร่วมกิจกรรม และทีมงานควบคุม ระบบแสง สี เสียง ไมโครโฟน และควบคุมกำกับเวที ไม่น้อยกว่า ๑๐ คน
- ๔.๒.๖ คิดประเด็นถาม-ตอบสื่อมวลชน และจัดเตรียม Press Kit สำหรับผู้ร่วมงานและ สื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด ประกอบด้วย ช่างแจก และสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงสัญลักษณ์ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ/กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม/สำมะโนประชากรและเคหะ หรือ ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด มูลค่าชุดละไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ บาท
- ๔.๒.๗ จัดเตรียมของที่ระลึกให้กับวิทยากร และผู้บริหาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชุด มูลค่าชุดละไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ บาท
- ๔.๒.๘ ออกแบบเกมมิกที่น่าสนใจ และน่าจดจำ ในขั้นตอนของพิธีเปิดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ
- ๔.๒.๙ ประสานงาน จัดหาพิธีกร และวิทยากรโดยเป็นนักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ/ เอกชน/องค์กรต่าง ๆ ที่มีบทบาท/ประสบการณ์ในการใช้ประโยชน์ข้อมูลโครงการสำมะโนประชากรและ เคหะ หรือเป็นผู้ใช้ข้อมูลหลักของสำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คน ตามที่สำนักงานสถิติ แห่งชาติให้ความเห็นชอบ โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าตอบแทน ค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งปวงของพิธีกร และวิทยากร
- ๔.๒.๑๐ จัดเตรียม tablet สำหรับแสดงค่ากล่าวรายงานและค่ากล่าวเปิดสำหรับผู้บริหาร ที่โพเดียม
- ๔.๒.๑๑ ถ่ายทอดสดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ตั้งแต่เริ่มจนจบ ผ่าน Facebook Live YouTube Live และ TikTok Live ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยจัดให้มี
- ๔.๒.๑๑.๑ กล้องสำหรับถ่ายทอดสดจำนวนไม่น้อยกว่า ๓ กล้อง โดยมีความสามารถในการซูมภาพเข้าเพื่อโฟกัสที่ผู้พูดบนเวทีและซูมภาพออกเพื่อถ่ายทอดภาพรวมของเวทีและถ่ายภาพบรรยากาศ บริเวณสถานที่จัดกิจกรรมได้ พร้อมเจ้าหน้าที่ที่ควบคุมกล้อง
- ๔.๒.๑๑.๒ ระบบภาพและเสียงที่ชัดเจน
- ๔.๒.๑๑.๓ ระบบถ่ายทอดสดที่สามารถสลับภาพจากกล้องแต่ละตัวขึ้นถ่ายทอดได้ สามารถแทรกกราฟิกระหว่างการถ่ายทอดสด อาทิ กราฟิกชื่องาน ชื่อผู้พูด พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุม
- ๔.๒.๑๑.๔ บันทึกภาพและเสียงการถ่ายทอดสดเป็นไฟล์ดิจิทัล
- ๔.๒.๑๒ จัดทำสื่ออินโฟกราฟิกสำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทั้งก่อนและหลัง การจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ อย่างน้อย ๒ ชิ้น พร้อมคำบรรยาย (caption) สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทาง Social Media ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกในรูปแบบ banner สำหรับเผยแพร่ บนเว็บไซต์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ อย่างน้อย ๑ ชิ้น
- ๔.๒.๑๓ จัดให้มีการบันทึกภาพนิ่ง และภาพวิดีโอการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ
- ๔.๒.๑๔ จัดทำคลิปข่าวสั้นความยาวไม่เกิน ๓ นาที และส่งมอบไฟล์คลิปข่าวสั้นที่สมบูรณ์ แล้วให้สำนักงานสถิติแห่งชาติภายในวันจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ

๔.๒.๑๕ จัดทำ...

๐๗๑๘
๒๕
๕๕
๕๕
๕๕
๕๕
๕๕

๔.๒.๑๕ จัดทำการประเมินการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามโครงการ
สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ผ่านระบบออนไลน์

๔.๒.๑๖ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ
กระจายเสียง สื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ

๔.๒.๑๗ เผยแพร่ข่าวกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับ
ความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้
อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media ในช่วงเวลาระหว่าง ๐๖.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. หรือ
๑๗.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. ไม่น้อยกว่า ๒ ช่อง สถานีวิทยุกระจายเสียง ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๙.๐๐ น. ไม่น้อย
กว่า ๒ สถานี สื่อออนไลน์ ไม่น้อยกว่า ๖ แห่ง รวมทั้งหมดไม่น้อยกว่า ๑๐ ข่าว ภายใน ๗ วัน หลังจากวันที่
จัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ

๔.๓ ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๓.๑ ผลิตและเผยแพร่สืู่ปข่าว/รายงานพิเศษ สำหรับใช้ในการสื่อสารและ
ประชาสัมพันธ์โครงการฯ ดังนี้

๑) ผลิตสืู่ปข่าว/รายงานพิเศษ เกี่ยวกับโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ
พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวน ๑ เรื่อง ความยาวไม่เกิน ๑๘๐ วินาที

๒) เผยแพร่สืู่ปข่าว/รายงานพิเศษ ในข้อ ๔.๓.๑ ๑) ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ใ
การจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่
น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. จำนวน
๑ ครั้ง

๓) เผยแพร่สืู่ปข่าว/รายงานพิเศษ ในข้อ ๔.๓.๑ ๑) ผ่านช่องทางออนไลน์ของ
สถานีโทรทัศน์เดียวกับที่เผยแพร่สืู่ปข่าว/รายงานพิเศษ ในข้อ ๔.๓.๑ อาทิ Website Facebook X
Instagram Line YouTube TikTok โดยต้องเผยแพร่ไม่ต่ำกว่า ๒ ช่องทางออนไลน์ และต้องเป็นช่องทาง
ออนไลน์ที่มีจำนวนคนเข้าชม คนติดตาม ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน

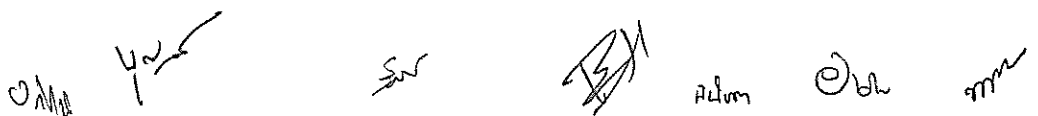
๔.๓.๒ ประชาสัมพันธ์ผ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ดังนี้

๑) จัดให้มีผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ เป็นผู้นำเสนอข่าวสารให้เข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย อ่านข่าว/เล่าข่าวประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ
พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรายการข่าว/รายการเล่าข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating)
เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK
Video Research Kantar Media ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. เผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง

๒) ดำเนินการ Tie in สื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงโครงการสำมะโนประชากร
และเคหะ ในรายการข่าว/รายการเล่าข่าวตามข้อ ๔.๓.๒ ๑) ให้เห็นเด่นชัด อาทิ Tent Card มาสคอตคุณมาตี
สำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยผู้รับจ้างต้องจัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒ เดือน

๔.๓.๓ สัมภาษณ์นายกรัฐมนตรี/รัฐมนตรี/ผู้บริหารกระทรวง/ผู้บริหารหน่วยงานภาคี
เครือข่าย/ผู้บริหารสำนักงานสถิติแห่งชาติ/บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดทำโครงการสำมะโนประชากร
และเคหะ สำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ดังนี้

๑) ติดต่อ...



๑) ติดต่อประสานงานให้นายกรัฐมนตรี/รัฐมนตรี/ผู้บริหารกระทรวง/ผู้บริหารหน่วยงานภาคีเครือข่าย/ผู้บริหารสำนักงานสถิติแห่งชาติ/บุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง สัมภาษณ์ในรายการโทรทัศน์ ไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media

๒) เผยแพร่การสัมภาษณ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์เดียวกับที่เผยแพร่การสัมภาษณ์ ในข้อ ๔.๓.๓ ๑) อาทิ Website Facebook X Instagram Line YouTube TikTok โดยต้องเผยแพร่ไม่ต่ำกว่า ๒ ช่องทางออนไลน์ และต้องเป็นช่องทางออนไลน์ที่มีจำนวนคนเข้าชม คนติดตาม ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน รวมเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง

๔.๓.๔ ผลิตและเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม ดังนี้

จัดทำและเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม ในรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว/เล่าข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง โดยผู้รับจ้างต้องคิดวิธีการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับการกิจกรรม

๔.๔ ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๔.๑ ผลิตและเผยแพร่สปู/สปอตเสียง สำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการฯ ดังนี้

๑) ผลิตสปู/สปอตเสียง เกี่ยวกับโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง ความยาวไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาที เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และ cut down เป็นความยาวไม่เกิน ๓๐ วินาที

๒) เผยแพร่สปู/สปอตเสียง ในข้อ ๔.๔.๑ ๑) ความยาวไม่เกิน ๓๐ วินาที ทางสถานีวิทยุที่มีเครือข่ายกระจายเสียงในระบบ FM/AM และครอบคลุมทั่วประเทศ อาทิ สถานีวิทยุ อสมท. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ครั้ง ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน โดยต้องเผยแพร่สปู/สปอตเสียงในช่วงเวลา Network (ช่วงเวลาที่สถานีวิทยุแม่ข่ายกระจายเสียงไปยัง สถานีวิทยุเครือข่ายที่มีการออกอากาศครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ ๗๖ จังหวัดทั่วประเทศ ทำให้ผู้ฟัง ทั้งประเทศได้ฟังสิ่งเดียวกันพร้อมกัน)

๓) เผยแพร่สปู/สปอตเสียง ในข้อ ๔.๔.๑ ๑) ความยาวไม่เกิน ๓๐ วินาที ในรูปแบบโฆษณาแบบกดข้ามไม่ได้ ผ่านแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ อาทิ JOOX Radio Spotify Radio ใน ระยะเวลา ๙๐ วัน มีจำนวนการแสดงผล (Impression) ไม่น้อยกว่า ๘๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๔.๔.๒ จัดให้มีผู้ดำเนินรายการวิทยุ อ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ผ่านสถานีวิทยุที่มีเครือข่ายกระจายเสียงที่ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยเน้นช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๑๐.๐๐ น. และช่วงเวลา ๑๖.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. เผยแพร่ จำนวนไม่น้อยกว่าเดือนละ ๘ ครั้ง ในระยะเวลา ๖๐ วัน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๖ ครั้ง

๔.๔.๓ สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในรายการวิทยุผ่านสถานีวิทยุที่มีเครือข่ายกระจายเสียงที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๑๙.๐๐ น. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวนไม่น้อยกว่าเดือนละ ๑ ครั้ง ในระยะเวลา ๖๐ วัน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๕ ผู้รับจ้าง...

๐๓๓      

๔.๕ ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๕.๑ ดำเนินการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ในช่องทางออนไลน์ของ KOL/Influencer อาทิ Facebook X Instagram YouTube TikTok ที่มีคนติดตาม ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน ผู้รับจ้างต้องจัดหา KOL/Influencer ไม่น้อยกว่า ๑๐ คน คนละไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีเนื้อหาสื่อสารที่สร้างสรรค์และเหมาะกับกลุ่มผู้ติดตามในรูปแบบที่เหมาะสม อาทิ ข้อความ ภาพ อินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิดทั้งหมด จะต้องสามารถสร้างยอดรวมการเข้าถึง (Reach) ของกลุ่มเป้าหมายได้ ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง ทั้งนี้หากเป็นการพูดสื่อสารและประชาสัมพันธ์ต้องพูดไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที

๔.๕.๒ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads ในรูปแบบ Bumper Video Ads (Non-skippable Video Ads) แสดงโฆษณา ๖ วินาที และไม่สามารถกดข้ามได้ ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเชิญชวนตอบแบบสอบถามโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น โดยต้องมีจำนวนการดู (view) และการแสดงผล (Impression) ดังนี้

- จำนวนการดู (view) รวมไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง
- จำนวนการแสดงผล (Impression) รวมไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๔.๕.๓ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเชิญชวนตอบแบบสอบถามโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยต้องมีจำนวนการเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engagement) ดังนี้

- จำนวนการเข้าถึง (Reach) รวมไม่น้อยกว่า ๖,๐๐๐,๐๐๐ คน
- จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ ครั้ง

๔.๕.๔ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Line Ads อาทิ แบนเนอร์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเชิญชวนตอบแบบสอบถามโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยต้องมีจำนวนการเข้าถึง (Reach) และการ Click ดังนี้

- จำนวนการเข้าถึง (Reach) รวมไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ คน
- จำนวนการ Click รวมไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ครั้ง

๔.๕.๕ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา X Ads ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเชิญชวนตอบแบบสอบถามโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้น ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยต้องมีจำนวนการเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engagement) ดังนี้

- จำนวนการเข้าถึง (Reach) รวมไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ คน
- จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ครั้ง

๔.๕.๖ ผลิต...

๐/๓๓ ๖๖/๑ ๕๓ ๒๕/๓ ๐๒ ๓๓

๔.๕.๖ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Instagram Ads ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเชิญชวนตอบแบบสอบถามโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวน ๒ ชิ้น ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยต้องมีจำนวนการเข้าถึง (Reach) และการมีส่วนร่วม (Engagement) ดังนี้

- จำนวนการเข้าถึง (Reach) รวมไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ คน
- จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมไม่น้อยกว่า ๑๕,๐๐๐ ครั้ง

๔.๕.๗ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และการเชิญชวนตอบแบบสอบถามโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ จำนวน ๒ ชิ้น ครอบคลุมระยะเวลา ๙๐ วัน ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยต้องมียอดการดู (view) รวมไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง

๔.๖ ผู้รับจ้างต้องประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๖.๑ ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ป้าย ระยะเวลาการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน โดยเผยแพร่ตำแหน่งป้ายในพื้นที่ กรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ที่มีผู้คนสัญจรจำนวนมาก อาทิ บริเวณแยกประตูน้ำ สยาม สีส้ม ลาดพร้าว เกษตรวมินทร์ ทางด่วนอโศก อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ทองหล่อ แยกแคราย แยกปากเกร็ด

๔.๖.๒ ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ในพื้นที่ กรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ อาทิ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ/ท่าอากาศยานดอนเมือง บริเวณด่านชำระเงินบนทางด่วน ในรูปแบบตามความเหมาะสมกับสถานที่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐ ป้าย โดยอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๔.๖.๓ ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายใน รถไฟฟ้า MRT และ BTS เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง จำนวนรวมไม่น้อยกว่าป้าย ๕๐ ป้าย ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน

๔.๖.๔ ออกแบบและผลิตสติ๊กเกอร์สุญญากาศติดกระจกรถ สำหรับประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ขนาด ๓๘ x ๔๒ เซนติเมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ชิ้น และมีการรับประกันการใช้งานไม่น้อยกว่า ๑ ปี

๔.๗ ผู้รับจ้างต้องผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic จำนวน ๒ เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๗.๑ ใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟิกต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ และเสียงประกอบตามความเหมาะสม เพื่อให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจติดตาม โดยภาพและเสียงที่นำมาใช้ต้องมีความเหมาะสม ไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดี และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลใด หากสิ่งใดที่ผู้รับจ้างนำมาใช้ในการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic เป็นงานอันมีทรัพย์สินทางปัญญา ผู้รับจ้างต้องจัดให้สำนักงานสถิติแห่งชาติ มีสิทธิ์ใช้ประโยชน์อย่างไม่มีข้อจำกัดและไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม

๔.๗.๒ มีการให้เสียงภาษาไทย และมีคำบรรยายแทนเสียง (Subtitle) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่ถูกต้องตามหลักภาษา

๑๖๕

๔.๗.๓ ผลิต...

๑๖๖

๑๖๗

หน้า ๘ จาก ๓๒

๔.๗.๓ ผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic จำนวน ๒ เรื่อง

๑) สำหรับใช้แสดงในกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ ความยาวไม่เกิน ๑๘๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น และต้องใช้เทคนิคที่ทันสมัยในระบบดิจิทัล ความละเอียดสูง (Full HD) ไม่น้อยกว่า ๑๐๘๐p และ framerate ไม่น้อยกว่า ๓๐ frame ต่อวินาที (fps)

๒) สำหรับอธิบายการตอบแบบสอบถาม ความยาวไม่เกิน ๖๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น และต้องใช้เทคนิคที่ทันสมัยในระบบดิจิทัล ความละเอียดสูง (Full HD) ไม่น้อยกว่า ๑๐๘๐p และ framerate ไม่น้อยกว่า ๓๐ frame ต่อวินาที (fps)

๔.๘ ผู้รับจ้างต้องจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ในระหว่างที่ เปิดระบบให้ ประชาชนตอบแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนประชาชนเข้าร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์โครงการสำมะโนประชากร และเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๘.๑ จัดหาและประสานสถานที่ในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ สำหรับจัดกิจกรรมออกบูธ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ แห่ง

๔.๘.๒ เชิญชวนประชาชนเข้าร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยต้องมีประชาชนตอบแบบสอบถามออนไลน์ ครั้งละไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน

๔.๘.๓ ออกแบบ และผลิตป้ายตั้งพื้นที่มีเนื้อหาเชิญชวนให้ประชาชนเข้าร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ป้าย และมีการรับประกันการใช้งานไม่น้อยกว่า ๑ ปี

๔.๘.๔ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงสัญลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติและกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ครั้งละไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด มูลค่าชุดละไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ บาท

๔.๘.๕ จัดเตรียมยานพาหนะรับ - ส่งเจ้าหน้าที่สำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนครั้งละไม่น้อยกว่า ๑ คัน

๔.๘.๖ จัดหาพิธีกรที่มีประสบการณ์และสามารถดำเนินกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้อย่างราบรื่น

๔.๘.๗ จัดเจ้าหน้าที่ประจำบูธ ครั้งละไม่น้อยกว่า ๕ คน

๔.๘.๘ จัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการออกบูธ อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต จอทีวี สัญญาณอินเทอร์เน็ต ปลั๊กพ่วง

๔.๘.๙ จัดทำสื่ออินโฟกราฟิกสำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดออกบูธในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในแต่ละครั้ง ครั้งละ ๑ ชิ้น พร้อมคำบรรยาย (caption) สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทาง Social Media ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกในรูปแบบ banner สำหรับเผยแพร่บนเว็บไซต์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ อย่างน้อย ๑ ชิ้น

๔.๙ ผู้รับจ้างต้องจัดหาฟรีเซนเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑ คน โดยผู้รับจ้างต้องระบุคุณลักษณะของฟรีเซนเตอร์ อาทิ ข้อดี ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินโครงการฯ กลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๙.๑ ฟรีเซนเตอร์ต้องเข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ และต้องเข้าร่วมช่วงพิธีเปิด ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับโครงการฯ

๔.๙.๒ ฟรีเซนเตอร์...

๔.๙.๒ ฟรีเซนต์เตอร์ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์เตอร์ที่มีจำนวนผู้ติดตาม ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวน ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ภายใน ๑๐๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๔.๙.๓ ต้องมีภาพของฟรีเซนต์เตอร์บนสื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อกลางแจ้ง ข้อ ๔.๖.๑ ข้อ ๔.๖.๒ และข้อ ๔.๖.๓

๔.๑๐ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานการประเมินผลและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทั้งหมดที่กำหนดใน TOR เป็นการสำรวจจากกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐๐ คน ในการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนการวัดประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่ได้สื่อสารออกไป พร้อมทั้งรายงานข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ต้องปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม อันจะเป็นประโยชน์ต่อทางราชการในการดำเนินการปรับปรุงและวางแผนการทำงานต่อไป

๔.๑๑ ผู้รับจ้างต้องรื้อถอน จัดเก็บ ขนย้ายวัสดุอุปกรณ์จากการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ และกิจกรรมออกบูธฯ ข้อ ๔.๘ ที่ยังคงใช้ประโยชน์ได้ ส่งถึงสถานที่ที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมด

๔.๑๒ ความคุ้มครองเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

๔.๑๒.๑ ผลงานที่ผู้รับจ้างผลิตสื่อทุกรูปแบบ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ มีสิทธิตามกฎหมายในฐานะเจ้าของลิขสิทธิ์แต่ผู้เดียว

๔.๑๒.๒ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ ผู้รับจ้างต้องยืนยันว่าจะไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ หากปรากฏว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลภายนอก ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้ข้อพิพาทดังกล่าวระงับสิ้นไปโดยเร็ว และผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าเสียหาย ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นใดที่เกิดขึ้นทั้งหมดแต่ผู้เดียว

๔.๑๓ การส่งเสริมพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างเป็นพัสดุที่ผลิตในประเทศ โดยต้องใช้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าพัสดุที่จะใช้ในงานจ้างทั้งหมดตามสัญญา

หมายเหตุ: เครื่องหมาย / แทนคำว่า หรือ

๕. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๖. การส่งมอบงาน

งวดที่ ๑ กำหนดส่งมอบงาน ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา มีรายละเอียด ดังนี้

ชิ้นงานที่ ๑...



ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
๑	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๑ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม
๒	<p>การจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒</p> <p>๒.๑ จัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๒.๒ รายงานสรุปผลการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม</p>
๓	<p>รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๓.๑ รายงานสรุปการผลิตและเผยแพร่สื่อบทสัมภาษณ์/รายงานพิเศษ สำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๑</p> <p>(๑) บทสัมภาษณ์/รายงานพิเศษ</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการเผยแพร่สื่อบทสัมภาษณ์/รายงานพิเศษทางโทรทัศน์ อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอเน็ตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๓) รายงานการเผยแพร่ทางโทรทัศน์ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อรายการที่เผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>(๔) รายงานการเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ ชื่อของช่องทางออนไลน์ที่เผยแพร่ link ของการเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>๓.๒ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒</p> <p>(๑) บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการอ่านข่าว/เล่าข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอเน็ตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๓) รายงานการอ่านข่าว/เล่าข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อรายการที่เผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>(๔) รูปสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๒)</p> <p>๓.๓ รายงานสรุปการสัมภาษณ์ฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓</p> <p>(๑) บทสัมภาษณ์ จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการเผยแพร่บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอเน็ตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p>

(๓) รายงาน...








ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>(๓) รายงานการเผยแพร่บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่เผยแพร่ ชื่อรายการที่เผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>(๔) รายงานการเผยแพร่บทสัมภาษณ์ทางช่องทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ จำนวน ๔ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ ชื่อของช่องทางออนไลน์ที่เผยแพร่ link ของการเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>๓.๔ รายงานสรุปการผลิตและเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๓.๔</p> <p>(๑) บทพูด/สคริปต์กิจกรรมตอบคำถาม จำนวน ๔ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถามทางโทรทัศน์ จำนวน ๔ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอเน็ตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๓) รายงานการเผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำนวน ๔ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่เผยแพร่ ชื่อรายการที่เผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p>
๔	<p>รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๔.๑ รายงานสรุปการจัดทำสื่อบทพูด/สปอตเสียง สำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ๑)</p> <p>(๑) บทสื่อบทพูด/สปอตเสียง (Script)</p> <p>๔.๒ รายงานสรุปผู้ดำเนินรายการวิทยุ อ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๔.๒</p> <p>(๑) บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๘ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ จำนวน ๘ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีวิทยุ</p> <p>(๓) รายงานการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ จำนวน ๘ ครั้ง ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่ออกอากาศ ชื่อสถานีวิทยุที่ออกอากาศ</p> <p>๔.๓ รายงานสรุปการสัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานสถิติแห่งชาติ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๔.๓</p> <p>(๑) บทสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการสัมภาษณ์ผู้บริหารฯ ทางวิทยุ จำนวน ๑ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีวิทยุ</p> <p>(๓) รายงานการสัมภาษณ์ผู้บริหารฯ ทางวิทยุ จำนวน ๑ ครั้ง ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่ออกอากาศ ชื่อสถานีวิทยุที่ออกอากาศ</p>
๕	<p>รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๕.๑ รายงานสรุปการดำเนินการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ จำนวน ๕ คน</p>

(๑) บทพูด...

อ.ท

ป.ช

อ.ค

อ.ค

อ.ค

อ.ค

อ.ค

ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>(๑) บทพูด/บทสคริปต์ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>(๓) รายงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ ชื่อผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer link ของการเผยแพร่ พร้อมภาพของการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์</p> <p>๕.๒ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard)</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๕.๓ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๕.๔ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๔ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>๕.๕ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๕.๖ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๖ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๕.๗ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น</p>

(๑) สคริปต์...



ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ (๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ (๓) คำบรรยาย (Caption)
๖	รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย ๖.๑ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๑ (๑) การออกแบบป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๖.๒ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๒ (๑) การออกแบบป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ๖.๓ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๓ (๑) การออกแบบป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ๖.๔ สติกเกอร์สูญญากาศติดกระจกรถ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ชิ้น
๗	วิดีทัศน์ Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗ ๗.๑ รายงานสรุปการจัดทำวีดิทัศน์ Motion Graphic ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย (๑) บทวีดิทัศน์ (Shooting Script) (๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) ที่มีคำบรรยายแทนเสียง (Subtitle) ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
๘	ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุใน External Harddisk ที่มีความจุตามความเหมาะสม จำนวน ๑ ชิ้น ประกอบด้วย ๘.๑ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในระดับประเทศ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ ๘.๑.๑ ไฟล์ฉากเวทีฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๓ ๘.๑.๒ ไฟล์ฉากถ่ายรูปลฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๓ ๘.๑.๓ ไฟล์นิทรรศการฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๔ ๘.๑.๔ ไฟล์ประเด็นถาม-ตอบสื่อมวลชน และไฟล์ข่าวแจก ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๖ ๘.๑.๕ ไฟล์วิดีโอบันทึกการถ่ายทอดสด ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๑

๘.๑.๖ ไฟล์...



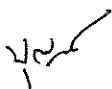





ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๘.๑.๖ ไฟล์อินโฟกราฟิกฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๒.๑๒</p> <p>๘.๑.๗ ไฟล์ภาพนิ่ง และภาพวิดีโอ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๓</p> <p>๘.๑.๘ คลิปข่าวสั้นฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๔</p> <p>๘.๑.๙ ไฟล์สรุปการประเมินการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถาม โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๕</p> <p>๘.๑.๑๐ หลักฐานการเผยแพร่ข่าวกิจกรรม ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗</p> <p>๘.๒ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓</p> <p>๘.๒.๑ ไฟล์บทสรุปข่าว/รายงานพิเศษ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๑ ๑)</p> <p>๘.๒.๒ ไฟล์สรุปข่าว/รายงานพิเศษ ฉบับสมบูรณ์ ๔.๓.๑ ๑)</p> <p>๘.๒.๓ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพขณะเผยแพร่สรุปข่าว/รายงานพิเศษ ทางโทรทัศน์ ๔.๓.๑ ๒)</p> <p>๘.๒.๔ ไฟล์บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๕ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ตามขอบเขตการ ดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๖ ไฟล์บทสัมภาษณ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๗ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการสัมภาษณ์ ทางโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๓.๓ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๘ ไฟล์บทพูด/สคริปต์กิจกรรมตอบคำถาม ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๔ จำนวน ๔ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๙ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถามทางโทรทัศน์ ตามขอบเขต การดำเนินงานข้อ ๔.๓.๔ จำนวน ๔ ครั้ง</p> <p>๘.๓ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔</p> <p>๘.๓.๑ ไฟล์บทสรุป/สโปตเสียง (Script) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ๑)</p> <p>๘.๓.๒ ไฟล์สรุป/สโปตเสียง ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ๑) ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๓.๓ ไฟล์บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๘ ครั้ง</p> <p>๘.๓.๔ ไฟล์บันทึกเสียงการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๘ ครั้ง</p> <p>๘.๓.๕ ไฟล์บทสัมภาษณ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๘.๓.๖ ไฟล์บันทึกเสียงการสัมภาษณ์ทางวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๘.๔ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕</p>

๘.๔.๑ ไฟล์...

๐๗๓ ๖๗ ๕๕ ๒๒ ๕๗๓ ๐๒๗ ๓๓

ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๘.๔.๑ ไฟล์บทพูด/บทสคริปต์ ของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ จำนวน ๕ คน</p> <p>๘.๔.๒ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) ของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ จำนวน ๕ คน</p> <p>๘.๔.๓ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๔ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๕ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๖ ไฟล์โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๔.๗ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๘ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๙ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๑๐ ไฟล์โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๔.๑๑ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๑๒ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๑๓ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๑๔ ไฟล์โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๔.๑๕ ไฟล์โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔</p> <p>๘.๔.๑๖ ไฟล์สคริปต์โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๑๗ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๑๘ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ จำนวน ๑ ชิ้น</p>

๘.๔.๑๙ ไฟล์...

ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๘.๔.๑๙ ไฟล์โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๔.๒๐ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๒๑ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๒๒ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๒๓ ไฟล์โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๔.๒๔ ไฟล์สคริปต์โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๒๕ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๒๖ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๔.๒๗ ไฟล์โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๕ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้งตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖</p> <p>๘.๕.๑ ไฟล์อาร์ตเวิร์ค บ้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๑ ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้</p> <p>๘.๕.๒ ไฟล์อาร์ตเวิร์ค บ้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๒ ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้</p> <p>๘.๕.๓ ไฟล์อาร์ตเวิร์ค บ้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๓ ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้</p> <p>๘.๕.๔ ไฟล์อาร์ตเวิร์ค สติกเกอร์สุญญากาศติดกระจกรถ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๔ ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้</p> <p>๘.๖ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗</p> <p>๘.๖.๑ ไฟล์บทวีดิทัศน์ (Shooting Script)</p> <p>๘.๖.๒ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) ที่มีคำบรรยายแทนเสียง (Subtitle) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ</p> <p>๘.๖.๓ ไฟล์วีดิทัศน์ Motion Graphic ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p>

งวดที่ ๒...

อ.พ

อ.ค

อ.ค

อ.ค

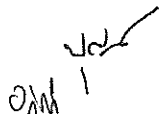
อ.ค

อ.ค

งวดที่ ๒ กำหนดส่งมอบงาน ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา มีรายละเอียด ดังนี้

ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
๑	<p>รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๑.๑ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒</p> <p>(๑) บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการอ่านข่าว/เล่าข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอนิเตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๓) รายงานการอ่านข่าว/เล่าข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อรายการที่จะเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>(๔) เอกสารหลักฐานในการ Tie in สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอนิเตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๕) รายงานการ Tie in สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อรายการที่จะเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>๑.๒ รายงานสรุปการสัมภาษณ์ฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓</p> <p>(๑) บทสัมภาษณ์ จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการเผยแพร่บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอนิเตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๓) รายงานการเผยแพร่บทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ จำนวน ๒ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อรายการที่จะเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>(๔) รายงานการเผยแพร่บทสัมภาษณ์ทางช่องทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ จำนวน ๔ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ ชื่อของช่องทางออนไลน์ที่จะเผยแพร่ link ของการเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p> <p>๑.๓ รายงานสรุปการผลิตและเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๔</p> <p>(๑) บทพูด/สคริปต์กิจกรรมตอบคำถาม จำนวน ๖ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการเผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำนวน ๖ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ (ใบมอนิเตอร์) หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์</p> <p>(๓) รายงานการเผยแพร่ทางโทรทัศน์ จำนวน ๖ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อรายการที่จะเผยแพร่ พร้อมภาพประกอบขณะเผยแพร่</p>
๒	<p>รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔</p>

๒.๑ รายงาน...








ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๒.๑ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อบทเรียน/สปอตเสียง สำหรับใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ๒) และข้อ ๔.๔.๑ ๓) ในลักษณะ รูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>(๑) เอกสารหลักฐานในการเผยแพร่ทางวิทยุและแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีวิทยุ หนังสือยืนยันการลงโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์</p> <p>(๒) รายงานการเผยแพร่ทางวิทยุที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ ชื่อสถานีวิทยุที่ออกอากาศ</p> <p>(๓) รายงานการเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ จำนวนการแสดงผล (Impression)</p> <p>๒.๒ รายงานสรุปผู้ดำเนินรายการวิทยุ อ่านข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๔.๒</p> <p>(๑) บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๘ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ จำนวน ๘ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีวิทยุ</p> <p>(๓) รายงานการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ จำนวน ๘ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะออกอากาศ ชื่อสถานีวิทยุที่ออกอากาศ</p> <p>๒.๓ รายงานสรุปการสัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานสถิติแห่งชาติ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๔.๓</p> <p>(๑) บทสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>(๒) เอกสารหลักฐานในการสัมภาษณ์ผู้บริหารฯ ทางวิทยุ จำนวน ๑ ครั้ง อาทิ ใบยืนยันการออกอากาศ หนังสือรับรองการออกอากาศจากทางสถานีวิทยุ</p> <p>(๓) รายงานการสัมภาษณ์ผู้บริหารฯ ทางวิทยุ จำนวน ๑ ครั้ง ที่มีรายละเอียด ประกอบด้วย วันและช่วงเวลาที่จะออกอากาศ ชื่อสถานีวิทยุที่ออกอากาศ</p>
๓	<p>รายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๓.๑ รายงานสรุปการดำเนินการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ จำนวน ๕ คน</p> <p>(๑) บทพูด/บทสคริปต์ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>(๓) รายงานการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ ชื่อผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer link ของการเผยแพร่ พร้อมภาพของการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์</p> <p>๓.๒ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา</p>

(๒) กรอบ...



ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard)</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๓.๓ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads จำนวน ๒ ชิ้น ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ จำนวนการดู (view) จำนวนการแสดงผล (Impression) และภาพขณะเผยแพร่โฆษณา Youtube Ads</p> <p>๓.๔ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๓.๕ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads จำนวน ๒ ชิ้น ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) และภาพขณะเผยแพร่โฆษณา Facebook Ads</p> <p>๓.๖ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๔ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>๓.๗ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบโฆษณา Line Ads จำนวน ๒ ชิ้น ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนการ Click และภาพขณะเผยแพร่โฆษณา Line Ads</p> <p>๓.๘ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๓.๙ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบโฆษณา X Ads จำนวน ๒ ชิ้น ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) และภาพขณะเผยแพร่โฆษณา X Ads</p>

๓.๑๐ รายงาน...









ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๓.๑๐ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๓.๑๑ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบโฆษณา Instagram Ads จำนวน ๒ ชิ้น ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement) และภาพขณะเผยแพร่โฆษณา Instagram Ads</p> <p>๓.๑๒ รายงานสรุปการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>(๑) สคริปต์โฆษณา เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๒) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ</p> <p>(๓) คำบรรยาย (Caption)</p> <p>๓.๑๓ รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads จำนวน ๑ ชิ้น ประกอบด้วย วันที่เผยแพร่ ยอดการดู (View) และภาพขณะเผยแพร่โฆษณา TikTok Ads</p>
๔	<p>รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๔.๑ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๑</p> <p>(๑) หนังสือรับรองการประชาสัมพันธ์โครงการฯ จากบริษัทเจ้าของป้ายหรือจากบริษัทที่ดูแลการซื้อขายป้าย</p> <p>(๒) รายงานการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันที่ประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้งป้าย พร้อมภาพของป้ายขณะแสดงภาพการประชาสัมพันธ์โครงการฯ</p> <p>๔.๒ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๒</p> <p>(๑) หนังสือรับรองการประชาสัมพันธ์โครงการฯ จากบริษัทเจ้าของป้ายหรือจากบริษัทที่ดูแลการซื้อขายป้าย</p> <p>(๒) รายงานการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันที่ประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้งป้าย พร้อมภาพของป้ายขณะแสดงภาพการประชาสัมพันธ์โครงการฯ</p>

๕.๓ รายงาน...





พิมพ์




ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๕.๓ รายงานสรุปการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๓</p> <p>(๑) หนังสือรับรองการประชาสัมพันธ์โครงการฯ จากบริษัทเจ้าของป้ายหรือจากบริษัทที่ดูแลการซื้อขายป้าย</p> <p>(๒) รายงานการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย วันที่ประชาสัมพันธ์ ตำแหน่งของป้าย พร้อมภาพของป้ายขณะแสดงภาพการประชาสัมพันธ์โครงการฯ</p>
๕	<p>การจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘</p> <p>๕.๑ จัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง</p> <p>๕.๒ รายงานสรุปผลการจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สี ทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม</p>
๖	<p>รายงานสรุปผลการจัดหาฟรีเซ็นเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๙ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย</p> <p>๖.๑ การเข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ ของฟรีเซ็นเตอร์</p> <p>๖.๒ การประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ของฟรีเซ็นเตอร์</p> <p>๖.๓ การประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อกลางแจ้ง ที่มีภาพของฟรีเซ็นเตอร์</p>
๗	<p>รายงานการประเมินผลและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทั้งหมดที่กำหนดใน TOR ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑๐ ในลักษณะรูปเล่ม พิมพ์ปก ๔ สีทั้งเล่ม จำนวน ๒ เล่ม</p>
๘	<p>ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุใน External Harddisk ที่มีความจุตามความเหมาะสม จำนวน ๑ ชิ้น ประกอบด้วย</p> <p>๘.๑ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓</p> <p>๘.๑.๑ ไฟล์บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๑.๒ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๑.๓ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการ Tie in สื่อประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๒) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๑.๔ ไฟล์บทสัมภาษณ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๑.๕ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการสัมภาษณ์ ทางโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓ ๑) จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๘.๑.๖ ไฟล์บทพูด/สคริปต์กิจกรรมตอบคำถาม ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๔ จำนวน ๖ ครั้ง</p>

๘.๑.๗ ไฟล์...

Handwritten signatures and initials are present at the bottom of the page.

ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๘.๑.๗ ไฟล์วิดีโอที่บันทึกภาพการเผยแพร่กิจกรรมตอบคำถามทางโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๔ จำนวน ๖ ครั้ง</p> <p>๘.๒ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔</p> <p>๘.๒.๑ ไฟล์บันทึกเสียงการเผยแพร่สภู่/สปอตเสียงทางวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ๒)</p> <p>๘.๒.๒ ไฟล์บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๘ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๓ ไฟล์บันทึกเสียงการอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๘ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๔ ไฟล์บทสัมภาษณ์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๘.๒.๕ ไฟล์บันทึกเสียงการสัมภาษณ์ทางวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๑ ครั้ง</p> <p>๘.๓ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕</p> <p>๘.๓.๑ ไฟล์บทพูด/บทสคริปต์ ของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ จำนวน ๕ คน</p> <p>๘.๓.๒ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) ของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ จำนวน ๕ คน</p> <p>๘.๓.๓ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๔ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๕ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๖ ไฟล์โฆษณา Youtube Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๓.๗ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๘ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๙ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๐ ไฟล์โฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p>

๘.๓.๑๑ ไฟล์...









ชั้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	<p>๘.๓.๑๑ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๒ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๓ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๔ ไฟล์โฆษณา Line Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๔ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๓.๑๕ ไฟล์สคริปต์โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๖ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๗ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๑๘ ไฟล์โฆษณา X Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๕ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๓.๑๙ ไฟล์สคริปต์โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๒๐ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๒๑ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๒๒ ไฟล์โฆษณา Instagram Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๖ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๓.๒๓ ไฟล์สคริปต์โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๒๔ ไฟล์กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ เฉพาะในกรณีที่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบวิดีโอ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๒๕ ไฟล์คำบรรยาย (Caption) โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น</p> <p>๘.๓.๒๖ ไฟล์โฆษณา TikTok Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น ฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ พร้อมไฟล์ประกอบการผลิตทุกประเภท</p> <p>๘.๔ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘</p> <p>๘.๔.๑ ไฟล์ป้ายตั้งพื้นฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘.๓</p>

๘.๔.๒ ไฟล์...


 ๐/พ ๑ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

ชิ้นงานที่	งานที่ต้องส่งมอบ
	๘.๔.๒ ไฟล์อินโฟกราฟิกฉบับสมบูรณ์ และฉบับแก้ไขได้ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๘.๙
	๘.๕ ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการจัดทำรายงานการประเมินผลและวิเคราะห์สื่อ ประชาสัมพันธ์และกิจกรรม ทั้งหมดที่กำหนดใน TOR ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑๐

๗. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

โครงการนี้ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อพิจารณาตรวจรับงานโครงการ ดังนั้น ในการชำระเงิน สำนักงานสถิติแห่งชาติ จะชำระเงินตามจำนวนในสัญญาจ้าง หลังจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ตามที่สำนักงานสถิติแห่งชาติกำหนด โดยจะชำระเงินตามเงื่อนไข และกำหนดเวลา ดังนี้

งวดที่ ๑ ชำระเงินเป็นจำนวนร้อยละ ๓๐ ของวงเงินตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ ชำระเงินเป็นจำนวนร้อยละ ๗๐ ของวงเงินตามสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ และผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

๘. ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่ดำเนินการให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาหรือข้อตกลง ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคางานทั้งสัญญา นับถัดจากวันที่ครบกำหนดส่งมอบงานตามสัญญาจนถึงวันที่ผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานครบถ้วนถูกต้องตรงตามที่กำหนดในข้อกำหนดและขอบเขตของงาน

๙. งบประมาณ

๔๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สี่สิบล้านบาทถ้วน)

๑๐. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๑๐.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๑๐.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๑๐.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๑๐.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๑๐.๕ ไม่เป็น...

อ.วิเศษ ป.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ ส.วิเศษ

๑๐.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานภาครัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๑๐.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๑๐.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๑๐.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๑๐.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๑๐.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค่างำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงานสิ่งของหรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้ำหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ำรายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค่างำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก กิจการร่วมค่านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้ำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้ำที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก ผู้เข้าร่วมค้ำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค่างำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้ำ การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ำที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้ำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้ำ

๑๐.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

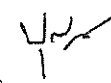




๑๐.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑๐.๑๒.๑ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ของ ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียนโดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า ๘ ล้านบาท

๑๐.๑๒.๒ กรณี...

๐๙/๑๓      

๑๐.๑๒.๒ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา

ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา ทั้งนี้ หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากซึ่งธนาคารออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอหรือวันลงนามในสัญญา ไม่เกิน ๙๐ วัน

๑๐.๑๒.๓ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามข้อ ๑๐.๑๒.๑ (๑) ข้อ ๑๐.๑๒.๑ (๒) และข้อ ๑๐.๑๒.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอ ไม่เกิน ๙๐ วัน โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อจากธนาคารไม่น้อยกว่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง

๑๐.๑๒.๔ กรณีตาม ๑๒.๑ - ๑๒.๓ ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

- (๑) การจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท
- (๒) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ
- (๓) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑
- (๔) การซื้อและการเช่าสังหาริมทรัพย์

๑๑. การยื่นข้อเสนอ

๑๑.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอด้านราคาและข้อเสนอด้านเทคนิคทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๑๑.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอด้านเทคนิค ใน ๒ รูปแบบ คือ ๑) รูปเล่ม จำนวน ๗ เล่ม ลงชื่อพร้อมประทับตราทุกหน้า โดยต้องเป็นชุดเดียวกับที่ยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ตามข้อ ๑๑.๑ ๒) สื่อบันทึกข้อมูลในรูปแบบ Flash Drive จำนวน ๒ ชุด ที่บรรจุไฟล์ที่เกี่ยวข้องที่ใช้ประกอบการยื่นข้อเสนอ โดยนำมาส่ง ณ กลุ่มบริหารพัสดุ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ภายใน ๑ วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ มีรายละเอียด ดังนี้

- (๑) แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสามะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑
- (๒) แนวคิดการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสามะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ในระดับประเทศ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒
- (๓) แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓

(๔) แนวคิด...

0/11/17 1/17 2/17 3/17 4/17 5/17 6/17 7/17 8/17 9/17 10/17 11/17 12/17 13/17 14/17 15/17 16/17 17/17 18/17 19/17 20/17 21/17 22/17 23/17 24/17 25/17 26/17 27/17 28/17 29/17 30/17 31/17 32/17 33/17 34/17 35/17 36/17 37/17 38/17 39/17 40/17 41/17 42/17 43/17 44/17 45/17 46/17 47/17 48/17 49/17 50/17 51/17 52/17 53/17 54/17 55/17 56/17 57/17 58/17 59/17 60/17 61/17 62/17 63/17 64/17 65/17 66/17 67/17 68/17 69/17 70/17 71/17 72/17 73/17 74/17 75/17 76/17 77/17 78/17 79/17 80/17 81/17 82/17 83/17 84/17 85/17 86/17 87/17 88/17 89/17 90/17 91/17 92/17 93/17 94/17 95/17 96/17 97/17 98/17 99/17 100/17 101/17 102/17 103/17 104/17 105/17 106/17 107/17 108/17 109/17 110/17 111/17 112/17 113/17 114/17 115/17 116/17 117/17 118/17 119/17 120/17 121/17 122/17 123/17 124/17 125/17 126/17 127/17 128/17 129/17 130/17 131/17 132/17 133/17 134/17 135/17 136/17 137/17 138/17 139/17 140/17 141/17 142/17 143/17 144/17 145/17 146/17 147/17 148/17 149/17 150/17 151/17 152/17 153/17 154/17 155/17 156/17 157/17 158/17 159/17 160/17 161/17 162/17 163/17 164/17 165/17 166/17 167/17 168/17 169/17 170/17 171/17 172/17 173/17 174/17 175/17 176/17 177/17 178/17 179/17 180/17 181/17 182/17 183/17 184/17 185/17 186/17 187/17 188/17 189/17 190/17 191/17 192/17 193/17 194/17 195/17 196/17 197/17 198/17 199/17 200/17 201/17 202/17 203/17 204/17 205/17 206/17 207/17 208/17 209/17 210/17 211/17 212/17 213/17 214/17 215/17 216/17 217/17 218/17 219/17 220/17 221/17 222/17 223/17 224/17 225/17 226/17 227/17 228/17 229/17 230/17 231/17 232/17 233/17 234/17 235/17 236/17 237/17 238/17 239/17 240/17 241/17 242/17 243/17 244/17 245/17 246/17 247/17 248/17 249/17 250/17 251/17 252/17 253/17 254/17 255/17 256/17 257/17 258/17 259/17 260/17 261/17 262/17 263/17 264/17 265/17 266/17 267/17 268/17 269/17 270/17 271/17 272/17 273/17 274/17 275/17 276/17 277/17 278/17 279/17 280/17 281/17 282/17 283/17 284/17 285/17 286/17 287/17 288/17 289/17 290/17 291/17 292/17 293/17 294/17 295/17 296/17 297/17 298/17 299/17 300/17 301/17 302/17 303/17 304/17 305/17 306/17 307/17 308/17 309/17 310/17 311/17 312/17 313/17 314/17 315/17 316/17 317/17 318/17 319/17 320/17 321/17 322/17 323/17 324/17 325/17 326/17 327/17 328/17 329/17 330/17 331/17 332/17 333/17 334/17 335/17 336/17 337/17 338/17 339/17 340/17 341/17 342/17 343/17 344/17 345/17 346/17 347/17 348/17 349/17 350/17 351/17 352/17 353/17 354/17 355/17 356/17 357/17 358/17 359/17 360/17 361/17 362/17 363/17 364/17 365/17 366/17 367/17 368/17 369/17 370/17 371/17 372/17 373/17 374/17 375/17 376/17 377/17 378/17 379/17 380/17 381/17 382/17 383/17 384/17 385/17 386/17 387/17 388/17 389/17 390/17 391/17 392/17 393/17 394/17 395/17 396/17 397/17 398/17 399/17 400/17 401/17 402/17 403/17 404/17 405/17 406/17 407/17 408/17 409/17 410/17 411/17 412/17 413/17 414/17 415/17 416/17 417/17 418/17 419/17 420/17 421/17 422/17 423/17 424/17 425/17 426/17 427/17 428/17 429/17 430/17 431/17 432/17 433/17 434/17 435/17 436/17 437/17 438/17 439/17 440/17 441/17 442/17 443/17 444/17 445/17 446/17 447/17 448/17 449/17 450/17 451/17 452/17 453/17 454/17 455/17 456/17 457/17 458/17 459/17 460/17 461/17 462/17 463/17 464/17 465/17 466/17 467/17 468/17 469/17 470/17 471/17 472/17 473/17 474/17 475/17 476/17 477/17 478/17 479/17 480/17 481/17 482/17 483/17 484/17 485/17 486/17 487/17 488/17 489/17 490/17 491/17 492/17 493/17 494/17 495/17 496/17 497/17 498/17 499/17 500/17 501/17 502/17 503/17 504/17 505/17 506/17 507/17 508/17 509/17 510/17 511/17 512/17 513/17 514/17 515/17 516/17 517/17 518/17 519/17 520/17 521/17 522/17 523/17 524/17 525/17 526/17 527/17 528/17 529/17 530/17 531/17 532/17 533/17 534/17 535/17 536/17 537/17 538/17 539/17 540/17 541/17 542/17 543/17 544/17 545/17 546/17 547/17 548/17 549/17 550/17 551/17 552/17 553/17 554/17 555/17 556/17 557/17 558/17 559/17 560/17 561/17 562/17 563/17 564/17 565/17 566/17 567/17 568/17 569/17 570/17 571/17 572/17 573/17 574/17 575/17 576/17 577/17 578/17 579/17 580/17 581/17 582/17 583/17 584/17 585/17 586/17 587/17 588/17 589/17 590/17 591/17 592/17 593/17 594/17 595/17 596/17 597/17 598/17 599/17 600/17 601/17 602/17 603/17 604/17 605/17 606/17 607/17 608/17 609/17 610/17 611/17 612/17 613/17 614/17 615/17 616/17 617/17 618/17 619/17 620/17 621/17 622/17 623/17 624/17 625/17 626/17 627/17 628/17 629/17 630/17 631/17 632/17 633/17 634/17 635/17 636/17 637/17 638/17 639/17 640/17 641/17 642/17 643/17 644/17 645/17 646/17 647/17 648/17 649/17 650/17 651/17 652/17 653/17 654/17 655/17 656/17 657/17 658/17 659/17 660/17 661/17 662/17 663/17 664/17 665/17 666/17 667/17 668/17 669/17 670/17 671/17 672/17 673/17 674/17 675/17 676/17 677/17 678/17 679/17 680/17 681/17 682/17 683/17 684/17 685/17 686/17 687/17 688/17 689/17 690/17 691/17 692/17 693/17 694/17 695/17 696/17 697/17 698/17 699/17 700/17 701/17 702/17 703/17 704/17 705/17 706/17 707/17 708/17 709/17 710/17 711/17 712/17 713/17 714/17 715/17 716/17 717/17 718/17 719/17 720/17 721/17 722/17 723/17 724/17 725/17 726/17 727/17 728/17 729/17 730/17 731/17 732/17 733/17 734/17 735/17 736/17 737/17 738/17 739/17 740/17 741/17 742/17 743/17 744/17 745/17 746/17 747/17 748/17 749/17 750/17 751/17 752/17 753/17 754/17 755/17 756/17 757/17 758/17 759/17 760/17 761/17 762/17 763/17 764/17 765/17 766/17 767/17 768/17 769/17 770/17 771/17 772/17 773/17 774/17 775/17 776/17 777/17 778/17 779/17 780/17 781/17 782/17 783/17 784/17 785/17 786/17 787/17 788/17 789/17 790/17 791/17 792/17 793/17 794/17 795/17 796/17 797/17 798/17 799/17 800/17 801/17 802/17 803/17 804/17 805/17 806/17 807/17 808/17 809/17 810/17 811/17 812/17 813/17 814/17 815/17 816/17 817/17 818/17 819/17 820/17 821/17 822/17 823/17 824/17 825/17 826/17 827/17 828/17 829/17 830/17 831/17 832/17 833/17 834/17 835/17 836/17 837/17 838/17 839/17 840/17 841/17 842/17 843/17 844/17 845/17 846/17 847/17 848/17 849/17 850/17 851/17 852/17 853/17 854/17 855/17 856/17 857/17 858/17 859/17 860/17 861/17 862/17 863/17 864/17 865/17 866/17 867/17 868/17 869/17 870/17 871/17 872/17 873/17 874/17 875/17 876/17 877/17 878/17 879/17 880/17 881/17 882/17 883/17 884/17 885/17 886/17 887/17 888/17 889/17 890/17 891/17 892/17 893/17 894/17 895/17 896/17 897/17 898/17 899/17 900/17 901/17 902/17 903/17 904/17 905/17 906/17 907/17 908/17 909/17 910/17 911/17 912/17 913/17 914/17 915/17 916/17 917/17 918/17 919/17 920/17 921/17 922/17 923/17 924/17 925/17 926/17 927/17 928/17 929/17 930/17 931/17 932/17 933/17 934/17 935/17 936/17 937/17 938/17 939/17 940/17 941/17 942/17 943/17 944/17 945/17 946/17 947/17 948/17 949/17 950/17 951/17 952/17 953/17 954/17 955/17 956/17 957/17 958/17 959/17 960/17 961/17 962/17 963/17 964/17 965/17 966/17 967/17 968/17 969/17 970/17 971/17 972/17 973/17 974/17 975/17 976/17 977/17 978/17 979/17 980/17 981/17 982/17 983/17 984/17 985/17 986/17 987/17 988/17 989/17 990/17 991/17 992/17 993/17 994/17 995/17 996/17 997/17 998/17 999/17 1000/17

(๔) แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงาน
ข้อ ๔.๔

(๕) แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตการ
ดำเนินงานข้อ ๔.๕

(๖) แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง ตามขอบเขตการ
ดำเนินงานข้อ ๔.๖

(๗) แนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗

(๘) แนวคิดการจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ
ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘

(๙) แนวคิดการจัดหาฟรีเซนเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตามขอบเขตการ
ดำเนินงานข้อ ๔.๙

๑๑.๓ ผู้รับจ้างต้องเสนอแนวคิดโดยใช้ข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดเตรียมไว้ใน ภาคผนวก ก

๑๑.๔ ค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกิดขึ้นในการนำเสนองาน ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ว่าจะได้รับการพิจารณาคัดเลือกจากสำนักงานสถิติแห่งชาติหรือไม่ก็ตาม

๑๒. หลักเกณฑ์และสัดส่วนในการพิจารณา

สำนักงานสถิติแห่งชาติจะพิจารณาคัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณา
ให้คะแนนตามเกณฑ์และน้ำหนักที่กำหนด ดังต่อไปนี้

๑๒.๑ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะพิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ
ตามข้อ ๑๐

๑๒.๒ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น คือ เกณฑ์
ข้อเสนอด้านเทคนิค กำหนดคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน คิดเป็นน้ำหนักร้อยละ ๘๐ และเกณฑ์ด้านราคา
กำหนดคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน คิดเป็นน้ำหนักร้อยละ ๒๐ รวมเป็นน้ำหนักคะแนน ร้อยละ ๑๐๐

๑๒.๓ การพิจารณาคะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค ให้ถือว่าการตัดสินของสำนักงานสถิติแห่งชาติ
เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะร้องเรียนหรือนำไปเป็นเหตุกล่าวอ้างเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายต่อสำนักงานสถิติ
แห่งชาติ อย่างหนึ่งอย่างใดในภายหลังมิได้

๑๒.๔ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะพิจารณาคะแนนด้านราคาก็ต่อเมื่อ คะแนนรวมด้านเทคนิค
ของผู้ยื่นข้อเสนอ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๖๐ ของคะแนนรวมด้านเทคนิค หรือไม่น้อยกว่า ๖๐ คะแนน

๑๒.๕ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค ตามหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ลำดับที่ ๑...

๒๘

๒/๑/๒๕

๕๕

๕๕

๕๕

๕๕

๕๕

ลำดับที่	เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนน
๑	<p>แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑</p> <p>(๕ คะแนน)</p> <p>๑.๑ แนวทางจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ของขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐</p> <p>๑.๒ แผน/มาตรการรองรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Communication) ในกรณีเกิดกรณีฉุกเฉินในการจัดกิจกรรมฯ อันส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ</p> <p>๑.๓ คาบเวลา (Time Line) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตั้งแต่เริ่มจนจบงาน</p> <p>๑.๔ ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงานข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐</p>	<p>๑</p> <p>๑</p> <p>๑</p> <p>๒</p>
๒	<p>แนวคิดการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ (ผู้รับจ้างต้องเสนอแนวคิดโดยใช้ข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดเตรียมไว้ใน ภาคผนวก ก)</p> <p>(๑๐ คะแนน)</p> <p>๒.๑ การออกแบบฉากเวที และฉากถ่ายรูป</p> <p>๒.๒ การออกแบบการจัดนิทรรศการ</p> <p>๒.๓ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก</p> <p>๒.๔ การเผยแพร่ข่าวกิจกรรม</p> <p>๒.๕ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การใช้สื่ออื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม</p>	<p>๑</p> <p>๑</p> <p>๑</p> <p>๕</p> <p>๒</p>
๓	<p>แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓ (ผู้รับจ้างต้องเสนอแนวคิดโดยใช้ข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดเตรียมไว้ใน ภาคผนวก ก)</p> <p>(๒๓ คะแนน)</p> <p>๓.๑ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่สู่ประชาชน/รายงานพิเศษ</p> <p>๓.๒ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่สู่ประชาสัมพันธ์</p> <p>๓.๓ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับ Tie in ในรายการโทรทัศน์</p> <p>๓.๔ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่การสัมภาษณ์</p> <p>๓.๕ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม</p> <p>๓.๖ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่</p>	<p>๕</p> <p>๕</p> <p>๑</p> <p>๕</p> <p>๕</p> <p>๒</p>

ลำดับที่ ๔...

Okh

55

BYH

คิงท

Okh mm

ลำดับที่	เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนน
๗	แนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗ (๔ คะแนน) (ผู้รับจ้างต้องเสนอแนวคิดโดยใช้ข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดเตรียมไว้ใน ภาคผนวก ก) ๗.๑ บทวิดิทัศน์ (Shooting Script) ๗.๒ กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) ๗.๓ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การเผยแพร่ การเสนองานเพิ่มเติม	๑ ๑ ๒
๘	แนวคิดการจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘ (ผู้รับจ้างต้องเสนอแนวคิดโดยใช้ข้อมูลที่สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดเตรียมไว้ใน ภาคผนวก ก) (๔ คะแนน) ๘.๑ การออกแบบป้ายตั้งพื้น ๘.๒ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ๘.๓ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การเชิญสื่อท้องถิ่น เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติม	๑ ๑ ๒
๙	แนวคิดการจัดหาฟรีเซ็นเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๙ (๘ คะแนน) ๙.๑ จำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซ็นเตอร์ ๙.๒ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนของฟรีเซ็นเตอร์ การมีส่วนร่วมของฟรีเซ็นเตอร์ในการประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากที่กำหนดใน TOR	๖ ๒
	รวม	๑๐๐

หมายเหตุ

(๑) หลักเกณฑ์และสัดส่วนในการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนออื่น ๆ ให้ดูตามรายละเอียดใน ภาคผนวก ข

(๒) ผู้เสนอราคาต้องแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ โดยแหล่งที่มาของเรตติ้งต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อาทิ AC Nielsen หรือ GFK หรือ Video Research หรือ Kantar Media เป็นต้น

(๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ต้องเป็นข้อเสนอที่ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินการได้จริง

(๔) การให้คะแนนเป็นสิทธิ์ของกรรมการรายบุคคล จากนั้นจะนำผลคะแนนของกรรมการแต่ละบุคคลที่ให้ไว้ในแต่ละข้อของกรรมการทุกคนมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย แล้วนำค่าเฉลี่ยของแต่ละข้อมารวมเป็นคะแนนรวมด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น

๑๒.๖ สำนักงาน...

๑๒.๖ สำนักงานสถิติแห่งชาติ จะใช้หลักเกณฑ์การคำนวณคะแนนด้านราคา ดังนี้

- (๑) ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอด้านราคาต่ำสุด ได้คะแนนราคาเต็ม ๒๐ คะแนน
- (๒) ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอด้านราคาอื่น ๆ จะได้คะแนนด้านราคา ตามสูตรการคำนวณ ดังนี้

คะแนนด้านราคาของผู้ยื่นข้อเสนอ

$$= ๑๐๐ - \left(\frac{(\text{ราคาของผู้ยื่นข้อเสนอ} - \text{ราคาของผู้ยื่นข้อเสนอราคาต่ำสุด})}{\text{ราคาของผู้ยื่นข้อเสนอราคาต่ำสุด}} \times ๑๐๐ \right)$$

(๓) การคำนวณคะแนนด้านราคาให้นำคะแนนที่ได้มาคำนวณในส่วนของคะแนนด้านราคาในอัตราร้อยละ ๒๐ และใช้ทศนิยม ๒ ตำแหน่ง ถ้าทศนิยมตำแหน่งถัดไป มากกว่าหรือเท่ากับ ๕ ให้ปัดขึ้น และจะเรียงลำดับคะแนนราคาจากสูงสุดไปต่ำสุด

$$\text{คะแนนด้านราคา} = \frac{\text{คะแนนด้านราคาของผู้ยื่นข้อเสนอ} \times ๒๐}{๑๐๐}$$

๑๒.๗ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะคำนวณคะแนนรวมของผู้ยื่นข้อเสนอตามสูตรการคำนวณ ดังนี้

คะแนนรวมของผู้ยื่นข้อเสนอ = คะแนนรวมด้านเทคนิค (คำนวณตามข้อ ๑๒.๕) + คะแนนด้านราคา
(คำนวณตามข้อ ๑๒.๖)

๑๒.๘ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะคัดเลือกผู้ชนะการประกวดราคาฯ จากผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคะแนนรวมสูงสุด กรณีมีผู้ยื่นข้อเสนอได้คะแนนรวมสูงสุดเท่ากันหลายราย สำนักงานสถิติแห่งชาติจะคัดเลือกผู้ชนะจากผู้ที่ได้คะแนนรวมด้านเทคนิคสูงสุด และให้ถือว่าการตัดสินของคณะกรรมการพิจารณาการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์สำนักงานสถิติแห่งชาติเป็นที่สุด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้

๑๒.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการประกวดราคา จะต้องแจกแจงราคาของแต่ละกิจกรรมตามขอบเขตของงาน เพื่อยืนยันราคาตามที่เสนอ

๑๒.๑๐ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนรวมสูงสุดไม่ยอมเข้าทำสัญญาหรือข้อตกลงกับหน่วยงานคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอรายถัดไปหรือผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุดรายถัดไปตามลำดับ

๑๓. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑๓.๑ ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เห็นประโยชน์ของโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ และให้ความร่วมมือให้ข้อมูลที่เป็นจริงทั้งแก่เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และทาง E-survey ส่งผลให้ข้อมูลสถิติที่ผลิตได้มีคุณภาพ

๑๓.๒ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ตลอดจนสื่อมวลชนรับรู้ เข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นที่ประเทศจะต้องมีข้อมูลในการพัฒนาประเทศ และพร้อมร่วมเป็นเครือข่ายในการสร้างการรับรู้ สู่กลุ่มเป้าหมาย

ภาคผนวก ก.
ตัวอย่างข้อมูลสำหรับจัดทำข้อเสนอด้านเทคนิค
จ้างจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้
โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘

ชื่อโครงการ

โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘

ความหมาย

สำมะโนประชากรและเคหะ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประชากรทุกคนในประเทศตามที่อยู่จริง รวมทั้งข้อมูลที่อยู่อาศัยของประชากร เพื่อนำเสนอผลในภาพรวมของประเทศ ในระดับหมู่บ้าน เทศบาล ตำบล อำเภอ จังหวัด และประเทศ

ความเป็นมา

สำนักงานสถิติแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถิติ พ.ศ. ๒๕๕๐ ในการจัดทำสำมะโน หรือการสำรวจตัวอย่าง หรืออำนวยความสะดวกให้มีการสำรวจด้านต่าง ๆ ของประเทศ โดยสำมะโนประชากรและเคหะ เป็นการจัดทำสำมะโนขนาดใหญ่ที่สุดของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งได้จัดทำสำมะโนประชากรครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๓ และต่อมาได้จัดทำใน ปี พ.ศ. ๒๕๑๓ ๒๕๒๓ ๒๕๓๓ ๒๕๔๓ และ ๒๕๕๓ และในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ สำนักงานสถิติแห่งชาติมีแผนการจัดทำ สำมะโนประชากรและเคหะ แต่เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - ๑๙ ส่งผลให้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๓ ไม่สามารถดำเนินการได้ คณะกรรมการบริหารโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ.๒๕๖๓ มีมติให้เลื่อนการจัดทำโครงการดังกล่าวออกไปซึ่งจะจัดทำในครั้งถัดไปในปี พ.ศ. ๒๕๖๘

เหตุผลที่ต้องจัดทำ

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้เริ่มจัดทำสำมะโนและเคหะไปพร้อมกันกับการทำสำมะโนประชากรด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ที่ต้องการให้ประเทศต่าง ๆ เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร ตลอดจนสภาพการอยู่อาศัยของประชากรในประเทศอย่างน้อยทุกระยะ ๑๐ ปี ในปีคริสต์ศักราชที่ลงท้ายด้วย “๐” ทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลจากการสำมะโนของแต่ละประเทศสามารถเปรียบเทียบกันได้

รูปแบบในการจัดทำ

ที่ผ่านมาสำนักงานสถิติแห่งชาติดำเนินการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะของประเทศไทยด้วยวิธีดั้งเดิม (Traditional Census) โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลโดยตรง (Face-to-Face interview) เป็นหลัก ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรบุคคล เวลา และงบประมาณเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัลในรอบทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้

การดำเนิน...

๐๙/๑๒

๕/๕

๕/๕

๕/๕

๕/๕

๕/๕

การดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่เดียวกันก็เกิดรูปแบบการก่ออาชญากรรมทางเทคโนโลยีที่หลากหลายและเพิ่มขึ้น เช่น การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคลโดยหลอกให้ดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การขโมยข้อมูลโดยอ้างว่ามีการกระทำ ความผิดหรือคดีความผ่านแก๊งคอลเซ็นเตอร์ การชักชวนให้ลงทุนเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูง เป็นต้น เหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดความเสียหายทางทรัพย์สินมากมาย ทำให้ประชาชนเกิดความวิตกกังวลและเพิ่มความระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการสำรวจ/สำมะโนด้วยวิธีแบบดั้งเดิมของประเทศไทยและหลาย ๆ ประเทศทั่วโลกได้รับผลกระทบในการให้ความร่วมมือให้ข้อมูลน้อยลง เนื่องจากผู้ตอบสัมภาษณ์เกิดความวิตกกังวลว่าเป็นพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐจริงหรือไม่ รวมถึงขาดความเชื่อมั่นต่อระบบการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานภาครัฐ

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้สำนักงานสถิติแห่งชาติหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำรวจ/สำมะโนโดยให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลสำมะโนประชากรและเคหะด้วยรูปแบบดิจิทัลเป็นลำดับแรก เช่น แคนาดา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย ปากีสถาน และเกาหลี เป็นต้น ซึ่งประชาชนสามารถเข้าตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์เป็นหลักหรือเรียกว่า Digital Census โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะของต่างประเทศประสบความสำเร็จ คือ การมีฐานข้อมูลที่อยู่อาศัยที่ครบถ้วน การสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล และการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าไปตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง รวมถึงการออกแบบ Web Application สำหรับการเข้าตอบแบบสอบถามที่ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องมีระบบติดตามที่ดี เพื่อให้สามารถติดตาม/แจ้งเตือน หรือส่งพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูลลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูลครัวเรือนที่ยังไม่ให้ข้อมูลได้

สำนักงานสถิติแห่งชาติมีแผนจัดทำโครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลสำมะโนประชากรและเคหะจากวิธีแบบดั้งเดิม (Traditional census) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบ Digital census หรือการให้ประชาชนตอบแบบสอบถามออนไลน์หรือวิธีการที่เป็นดิจิทัลเป็นลำดับแรก (Digital First Approach) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในการให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้สำนักงานสถิติแห่งชาติยังคงเตรียมช่องทางในการให้ข้อมูลด้วยการส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูลของประชาชนที่อาจจะไม่สะดวก หรือมีปัญหา/อุปสรรคในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วนตามหลักการและแนวคิดของการจัดทำสำมะโนประชากรและเคหะ

วัตถุประสงค์

- เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวน โครงสร้างอายุและเพศ การกระจายตัวของประชากร และลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญ เช่น เพศ อายุ สัญชาติ ศาสนา การศึกษา สถานภาพสมรส การทำงาน เป็นต้น ของประชากรทุกคนทุกครัวเรือนตามที่อยู่จริงในวันสำมะโน (ไม่คำนึงว่าบุคคลนั้นจะมีชื่อในทะเบียนบ้านหรือไม่) รวมทั้งจำนวนและลักษณะต่าง ๆ ของที่อยู่อาศัยของประชากร
- เพื่อให้ได้ข้อมูลโครงสร้างประชากรในการใช้เป็นข้อมูลประชากรฐานสำหรับการจัดทำคาดการณ์ประชากรของประเทศ (Population Projection)
- เพื่อจัดทำตัวชี้วัดด้านประชากรและที่อยู่อาศัย ในการวัดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของประชากรและที่อยู่อาศัย

การนำไป...

อ.ท.      

การนำไปใช้ประโยชน์

๑. ภาครัฐ

๑.๑ ใช้ในการกำหนดนโยบาย และวางแผนการพัฒนาด้านประชากร สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ของประเทศไทยได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น เช่น

- การมีสถานพยาบาลที่อยู่ใกล้กับชุมชน
- การมีโรงเรียนที่สอดคล้องกับจำนวนเด็กนักเรียน
- การสร้างโรงงานอุตสาหกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคนที่อาศัยอยู่เดิม
- การเตรียมพร้อมเรื่องสถานที่ การเดินทาง ความช่วยเหลือ สำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือผู้ด้อยโอกาส

๑.๒ ใช้ในการจัดเตรียมงบประมาณเพื่อจัดหาสาธารณูปโภคและบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ได้ตรงตามความต้องการและจำเป็นที่แท้จริงของแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับจำนวนและลักษณะของประชากรตามที่อยู่อาศัยที่แท้จริง ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา การกำจัดขยะ การขนส่ง โรงพยาบาล เป็นต้น

๑.๓ ใช้เป็นข้อมูลในการคาดประมาณจำนวนประชากรของประเทศในอนาคต (Population Projection) เพื่อใช้ในการวางแผนจำนวนประชากรที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต

๑.๔ ใช้ติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๐)

๑.๕ ใช้ในการจัดทำดัชนีชี้วัดด้านประชากรและที่อยู่อาศัย เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิจัยต่างๆ

๑.๖ ใช้ประโยชน์ในทางสถิติเพื่อจัดทำกรอบตัวอย่าง (Sampling Frame) สำหรับการสำรวจต่าง ๆ และใช้เป็นฐานร่วมกับการสำรวจ ในการจัดทำตัวชี้วัดต่างๆ

๒. ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา

๒.๑ ใช้ข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านประชากร เพื่อวางแผนและการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ/ขยายกิจการ การออกแบบผลิตภัณฑ์/บริการ ให้เหมาะสมกับพื้นที่ และประเภทกิจการ รวมทั้งกลุ่มลูกค้าหรือผู้รับบริการเป้าหมาย เช่น ข้อมูลโครงสร้างทางประชากร ความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่เป้าหมาย เป็นต้น

๒.๒ นักวิชาการ นักวิจัย และสถาบันการศึกษา ใช้ข้อมูลในการศึกษาวิเคราะห์วิจัยเรื่องในที่เกี่ยวข้อง

๓. ภาคประชาชน

ประชาชนทุกเพศ ทุกกลุ่มวัยได้รับความอยู่ดีมีสุข เป็นผลมาจากนโยบายด้านต่างๆ ของภาครัฐและเอกชนที่วางแผนและดำเนินการได้อย่างเหมาะสม พอเพียงและทั่วถึง เช่น

- การจัดหาสาธารณูปโภคอย่างเพียงพอและถูกสุขลักษณะ (ที่อยู่อาศัย น้ำประปา/ไฟฟ้า การบริการด้านสาธารณสุขพื้นฐาน รถประจำทาง ที่ทิ้งขยะ ฯลฯ)
- นโยบายด้านประชากรอย่างที่เหมาะสมครอบคลุมประชากรทุกกลุ่มวัย เช่น การให้เด็กทุกคนมีโอกาสได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน การจัดเตรียมวัคซีนสำหรับเด็กแต่ละวัยอย่างเพียงพอ การส่งเสริมอาชีพและสวัสดิการสำหรับประชากรวัยทำงาน การจัดสวัสดิการให้เพียงพอกับกลุ่มคนด้อยโอกาสต่าง ๆ (คนชรา คนพิการ) เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมาย...

วิเศษ

สม

สม

สม

สม

สม

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องจัดเก็บ

๑. ประชากร ประกอบด้วย

- คนไทยทุกคนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยในวันสำมะโน
- คนที่มีสถานที่อยู่ปกติในประเทศไทยแต่ในวันสำมะโนได้ไปฝึกภาคซ้อมรบ เติมน้ำมันเรือทะเล หรือไปต่างประเทศชั่วคราว
- ข้าราชการฝ่ายพลเรือนและทหาร รวมทั้งคณะทูตของประเทศไทย พร้อมทั้งครอบครัว ซึ่งมีสำนักงานอยู่ในต่างประเทศ
- บุคคลพลเรือนต่างด้าวที่มีสถานที่อยู่ปกติในประเทศไทย หรือบุคคลพลเรือนต่างด้าวที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทยชั่วคราวเป็นระยะเวลาตั้งแต่ ๓ เดือนขึ้นไป นับถึงวันสำมะโน

๒. ที่อยู่อาศัย หมายถึง สถานที่ที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของประชากรทุกแห่งทั่วประเทศ (บ้าน อาคาร สิ่งปลูกสร้างทุกประเภท)

กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ต้องจัดเก็บ

- เจ้าหน้าที่ทูตและทหารของต่างประเทศพร้อมทั้งครอบครัว ซึ่งมีสำนักงานอยู่ในประเทศไทย
- บุคคลพลเรือนต่างด้าวที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทยชั่วคราวเป็นระยะเวลาไม่ถึง ๓ เดือน นับถึงวันสำมะโน
- ผู้อพยพหรือผู้หลบหนีเข้าเมือง ซึ่งอยู่ในค่ายอพยพที่รัฐบาลกำหนด

รายการข้อมูลที่เก็บรวบรวม

- ข้อมูลพื้นฐานประชากร ได้แก่ ชื่อสกุล ความเกี่ยวพันกับหัวหน้าครัวเรือน เพศ วัน/เดือน/ปีเกิด อายุ ศาสนา สัญชาติ สถานภาพสมรส
- ข้อมูลการศึกษา ได้แก่ ระดับการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด
- ข้อมูลการทำงาน ได้แก่ สถานภาพการทำงาน
- ข้อมูลการมีชื่อในทะเบียนบ้าน
- ข้อมูลการย้ายถิ่น ได้แก่ ระยะเวลาการอยู่อาศัย เหตุผลในการย้ายถิ่น
- ข้อมูลเคหะ ได้แก่ ลักษณะของที่อยู่อาศัย สถานการณ์ครอบครองที่อยู่อาศัย/ที่ดิน

คาบเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. ประชาชนตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ วันที่ ๑ – ๒๐ เมษายน ๒๕๖๘
๒. เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูล วันที่ ๒๑ เมษายน – ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๘

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- ประชาชนตอบแบบสอบถามออนไลน์ด้วยตนเอง ผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ
- การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูล (คุณมาตี) ด้วยเครื่อง Tablet หรือมือถือ หรือกระดาษ โดยกรณีกระดาษสำหรับครัวเรือนที่ไม่สะดวก หรือมีปัญหา/อุปสรรคในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านช่องทางดิจิทัล หรือในพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต

พื้นที่...








พื้นที่ปฏิบัติงาน

- โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ เก็บข้อมูลสถิติครอบคลุมประชากรทุกเขตพื้นที่ทั่วประเทศไทย

วันสำมะโน

วันที่ ๑ เมษายน ๒๕๖๘

ช่องทางการเข้าตอบแบบสอบถาม

www.nso.go.th

รายละเอียดเพิ่มเติม

๑. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์

- เชิญชวนให้ประชาชนเข้ามาตอบแบบสอบถามออนไลน์
- คาบเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล และช่องทางการเข้าตอบแบบสอบถาม

๒. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ

- สำมะโนประชากรและเคหะคืออะไร วัตถุประสงค์ ประโยชน์ กลุ่มเป้าหมาย รายการข้อมูลที่เก็บรวบรวมพื้นที่ปฏิบัติงาน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คาบเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล และช่องทางการเข้าตอบแบบสอบถาม
- การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- เชิญชวนให้ประชาชนเข้ามาตอบแบบสอบถามออนไลน์

๓. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

๓.๑. Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads

- เชิญชวนให้ประชาชนเข้ามาตอบแบบสอบถามออนไลน์

๓.๒. Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads TikTok Ads

- สำมะโนประชากรและเคหะคืออะไร วัตถุประสงค์ ประโยชน์ กลุ่มเป้าหมาย รายการข้อมูลที่เก็บรวบรวมวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คาบเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล และช่องทางการเข้าตอบแบบสอบถาม
- การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- เชิญชวนให้ประชาชนเข้ามาตอบแบบสอบถามออนไลน์

๔. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง

- เชิญชวนให้ประชาชนเข้ามาตอบแบบสอบถามออนไลน์
- ช่องทางการเข้าตอบแบบสอบถามออนไลน์
- วันสำมะโน คาบเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล
- คำขวัญสำมะโนประชากรและเคหะ

๕. แนวคิด...


อ.ก.ก.





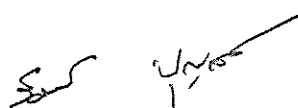
พ.น.ต.

อ.ก.

mm

๕. แนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic สำหรับใช้แสดงในกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ ความยาวไม่เกิน ๑๘๐ วินาที

- ความเป็นมา วัตถุประสงค์ ประโยชน์ กลุ่มเป้าหมาย รายการข้อมูลที่เก็บรวบรวม พื้นที่ปฏิบัติงาน
- การเปลี่ยนผ่านจาก “สำมะโนประชากรแบบดั้งเดิม (การสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลโดยตรง)” สู่ “Digital Census (ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์)”
- วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และคาบเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล
- ช่องทางการเข้าตอบแบบสอบถามออนไลน์
- การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- เน้นย้ำอีกทีว่า เตรียมพร้อมร่วมใจให้ข้อมูลกับ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในการจัดทำสำมะโนประชากร และเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘



นันท

อาน

ภาคผนวก ข

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคและข้อเสนออื่น ๆ ของผู้ยื่นข้อเสนอ

ข้อเสนอด้านเทคนิค กำหนดคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน มีหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

๑. แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑ (๕ คะแนน)

การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ต้องมีการแสดงถึงความรู้ ความเข้าใจวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการจัดกิจกรรม การออกแบบชิ้นงานและกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และสื่อมวลชน รวมทั้ง มีการกำหนดแผนการดำเนินงานภาพรวมตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด

๑.๑ แผนปฏิบัติการ (Action Plan) (๓ คะแนน)

ประกอบด้วย ๓ องค์ประกอบ ดังนี้

- องค์ประกอบที่ ๑ แนวทางจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ของขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐
- องค์ประกอบที่ ๒ แผน/มาตรการรองรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต (Crisis Communication) ในกรณีเกิดกรณีฉุกเฉินในการจัดกิจกรรมฯ อันส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ
- องค์ประกอบที่ ๓ คาบเวลา (Time Line) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ ตั้งแต่เริ่มจนจบงาน

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ	๐
๒	มีเอกสารแสดง แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑
๓	มีเอกสารแสดง แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ ตามองค์ประกอบที่ ๒	๑
๔	มีเอกสารแสดง แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ ตามองค์ประกอบที่ ๓	๑

๑.๒ ประสพการณ์...













๑.๒ ประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐ (๒ คะแนน)

จัดทำเอกสารแสดงประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ประกอบด้วย ๒ องค์กรประกอบ ดังนี้

- องค์กรประกอบที่ ๑ ประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐ จำนวน ๓ - ๔ ข้อ (ไม่นับข้อซ้ำ)
- องค์กรประกอบที่ ๒ ประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๕ ข้อ (ไม่นับข้อซ้ำ)

โดยต้องยื่นเอกสารแสดงรายละเอียด ดังนี้

๑. สำเนาหนังสือรับรองผลงาน หรือสำเนาสัญญาของโครงการที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา (กรณีที่มีหลายกิจกรรมอยู่ภายใต้สัญญาเดียวกัน ให้แนบสำเนาหนังสือรับรองผลงาน หรือประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงานให้ครบตามจำนวนกิจกรรม)

๒. รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมา (ถ้ามี)

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารครบตามองค์ประกอบ ประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐	๐
๒	มีเอกสารแสดง ประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑
๓	มีเอกสารแสดง ประสพการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมาในลักษณะเดียวกับขอบเขตของงาน ข้อ ๔.๒ - ๔.๑๐ ตามองค์ประกอบที่ ๒	๑

๒. แนวคิด...

๑๖
อ.ค.พ

๕๖

๒๖

๖๖๓๓

๖๖

๓๓

๒. แนวคิดการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสู่ประชาชนและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ (๑๐ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการสู่ประชาชนและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ (Kick Off) ณ กรุงเทพมหานคร อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ แนวทางเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๒.๑ การออกแบบฉากเวที และฉากถ่ายรูป (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ รูปแบบฉากเวที และฉากถ่ายรูป ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๓ โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การออกแบบฉากเวที และฉากถ่ายรูป	๐
๒	มีเอกสารแสดงการออกแบบฉากเวที และฉากถ่ายรูป ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๒.๒ การออกการจัดนิทรรศการ (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ รูปแบบการจัดนิทรรศการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๔ โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การออกแบบการจัดนิทรรศการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงการออกแบบการจัดนิทรรศการ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

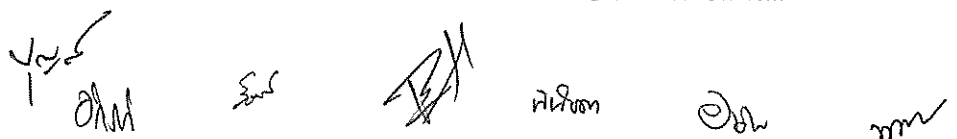
๒.๓ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ รูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๒ จำนวน ๑ ชิ้น

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก	๐
๒	มีเอกสารแสดงการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๒.๔ การเผยแพร่...


 ๒.๔ การเผยแพร่...

๒.๔ การเผยแพร่ข่าวกิจกรรม (๕ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ แสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่จะเผยแพร่ข่าวกิจกรรมฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การเผยแพร่ข่าวกิจกรรม	๐
๒	มีเอกสารแสดงการเผยแพร่ข่าวกิจกรรม ตามองค์ประกอบที่ ๑ โดยกำหนดคะแนน ดังนี้ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งน้อยกว่า ๐.๕๐๐ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๕๐๐-๐.๕๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๖๐๐-๐.๖๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๗๐๐-๐.๗๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๘๐๐-๐.๘๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งตั้งแต่ ๐.๙๐๐ ขึ้นไป	๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕

โดยต้องยื่นเอกสารแสดงรายละเอียดครบถ้วน ดังนี้

๑. เอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ โดยสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอ จะต้องเป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗ หากเสนอสถานีโทรทัศน์อันดับที่ ๑๑ เป็นต้นไป จะถือว่าไม่ตรงตามที่กำหนดใน TOR และได้ ๐ คะแนน ในการให้คะแนนข้อ ๒.๔

๒. เอกสารแสดงเรตติ้งของรายการโทรทัศน์ โดยแหล่งที่มาของเรตติ้งต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อาทิ AC Nielsen GFK Video Research Kantar Media

๒.๕ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การใช้สื่ออื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การใช้สื่ออื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมการเพิ่มของที่ระลึก เป็นต้น

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

๓. แนวคิด...


 ๐๙๓
 ๕๓
 ๕๓
 ๕๓
 ๕๓
 ๕๓

๓. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓ (๒๓ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับ Tie in ในรายการโทรทัศน์ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๓.๑ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่สื่อบุคคล/รายงานพิเศษ (๕ คะแนน)
ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ แสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่สื่อบุคคล/รายงานพิเศษ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๑ ๒)

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่สื่อบุคคล/รายงานพิเศษ	๐
๒	มีเอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่สื่อบุคคล/รายงานพิเศษ ตามองค์ประกอบที่ ๑ โดยกำหนดคะแนน ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งน้อยกว่า ๐.๕๐๐ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๕๐๐-๐.๕๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๖๐๐-๐.๖๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๗๐๐-๐.๗๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๘๐๐-๐.๘๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งตั้งแต่ ๐.๙๐๐ ขึ้นไป 	๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕

โดยต้องยื่นเอกสารแสดงรายละเอียดครบถ้วน ดังนี้

๑. เอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ โดยสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอ จะต้องเป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielsen GFK Video Research Kantar Media ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗ หากเสนอสถานีโทรทัศน์อันดับที่ ๑๑ เป็นต้นไป จะถือว่าไม่ตรงตามที่กำหนดใน TOR และได้ ๐ คะแนน ในการให้คะแนนข้อ ๓.๑

๒. เอกสารแสดงเรตติ้งของรายการโทรทัศน์ โดยแหล่งที่มาของเรตติ้งต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อาทิ AC Nielsen GFK Video Research Kantar Media

๓.๒ เรตติ้ง...

OK/ผ
ผ
ผ
ผ
ผ
ผ

๓.๒ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (๕ คะแนน)
ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้
องค์ประกอบที่ ๑ แสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์
ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๑)

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	๐
๒	มีเอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ตามองค์ประกอบที่ ๑ โดยกำหนดคะแนน ดังนี้ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งน้อยกว่า ๐.๕๐๐ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๕๐๐-๐.๕๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๖๐๐-๐.๖๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๗๐๐-๐.๗๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๘๐๐-๐.๘๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งตั้งแต่ ๐.๙๐๐ ขึ้นไป	๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕

โดยต้องยื่นเอกสารแสดงรายละเอียดครบถ้วน ดังนี้

๑. เอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ โดยสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอ จะต้องเป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗ หากเสนอสถานีโทรทัศน์อันดับที่ ๑๑ เป็นต้นไป จะถือว่าไม่ตรงตามที่กำหนดใน TOR และได้ ๐ คะแนน ในการให้คะแนนข้อ ๓.๒

๒. เอกสารแสดงเรตติ้งของรายการโทรทัศน์ โดยแหล่งที่มาของเรตติ้งต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อาทิ AC Nielsen GFK Video Research Kantar Media

๓.๓ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับ Tie in ในรายการโทรทัศน์ (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับ Tie in ในรายการโทรทัศน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒ ๒) โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๑

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับ Tie in ในรายการโทรทัศน์	๐
๒	มีเอกสารแสดงการ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับ Tie in ในรายการโทรทัศน์ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๓.๔ เรตติ้ง...

Ohid
Yus
S.S.
พิณภก
อน
mm

๓.๔ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่การสัมภาษณ์ (๕ คะแนน)
ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้
องค์ประกอบที่ ๑ แสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่การสัมภาษณ์
ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓ ๒)

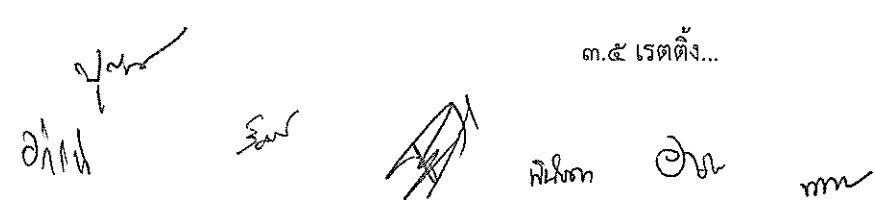
ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่การสัมภาษณ์	๐
๒	มีเอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่การสัมภาษณ์ ตามองค์ประกอบที่ ๑ โดยกำหนดคะแนน ดังนี้ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งน้อยกว่า ๐.๕๐๐ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๕๐๐-๐.๕๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๖๐๐-๐.๖๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๗๐๐-๐.๗๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๘๐๐-๐.๘๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งตั้งแต่ ๐.๙๐๐ ขึ้นไป	๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕

โดยต้องยื่นเอกสารแสดงรายละเอียดครบถ้วน ดังนี้

๑. เอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ โดยสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอ จะต้องเป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗ หากเสนอสถานีโทรทัศน์อันดับที่ ๑๑ เป็นต้นไป จะถือว่าไม่ตรงตามที่กำหนดใน TOR และได้ ๐ คะแนน ในการให้คะแนนข้อ ๓.๔

๒. เอกสารแสดงเรตติ้งของรายการโทรทัศน์ โดยแหล่งที่มาของเรตติ้งต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อาทิ AC Nielsen GFK Video Research Kantar Media

๓.๕ เรตติ้ง...



๓.๕ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม (๕ คะแนน)
ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้
องค์ประกอบที่ ๑ แสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม
ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๔

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม	๐
๒	มีเอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่กิจกรรมตอบคำถาม ตามองค์ประกอบที่ ๑ โดยกำหนดคะแนน ดังนี้ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งน้อยกว่า ๐.๕๐๐ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๕๐๐-๐.๕๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๖๐๐-๐.๖๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๗๐๐-๐.๗๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งระหว่าง ๐.๘๐๐-๐.๘๙๙ - รายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งตั้งแต่ ๐.๙๐๐ ขึ้นไป	๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕

โดยต้องยื่นเอกสารแสดงรายละเอียดครบถ้วน ดังนี้

๑. เอกสารแสดงเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ โดยสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอ จะต้องเป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในการจัดอันดับความนิยม (Rating) เป็น ๑๐ อันดับแรก โดยอันดับความนิยมจะต้องอ้างอิงจากบริษัทวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ อาทิ AC Nielson GFK Video Research Kantar Media ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑๗ หากเสนอสถานีโทรทัศน์อันดับที่ ๑๑ เป็นต้นไป จะถือว่าไม่ตรงตามที่กำหนดใน TOR และได้ ๐ คะแนน ในการให้คะแนนข้อ ๓.๕

๒. เอกสารแสดงเรตติ้งของรายการโทรทัศน์ โดยแหล่งที่มาของเรตติ้งต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อาทิ AC Nielsen GFK Video Research Kantar Media

๓.๖ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่ (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

๔. แนวคิด...

๐๙/๑๒/๒๕๖๓

๕๖

พิชญ์

๐๒๓

๓๓๓

๔. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔ (๙ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อวิทยุ อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอบทสก๊ิป/สปอตเสียง (Script) บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ บทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ การเผยแพร่สก๊ิป/สปอตเสียง การอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ การสัมภาษณ์ ทางสถานีวิทยุ การเผยแพร่สก๊ิป/สปอตเสียงทางแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๔.๑ บทสก๊ิป/สปอตเสียง (Script) (๒ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ บทสก๊ิป/สปอตเสียง (Script) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ๑) โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๒

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ บทสก๊ิป/สปอตเสียง (Script)	๐
๒	มีเอกสารแสดงบทสก๊ิป/สปอตเสียง (Script) ตามองค์ประกอบที่ ๑	๒

๔.๒ บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ (๒ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๑ บท โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๒

องค์ประกอบที่ ๒ บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๒ จำนวน ๒ บท โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๒

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ บทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ	๐
๒	มีเอกสารแสดงบทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑
๓	มีเอกสารแสดงบทพูดข่าวประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ตามองค์ประกอบที่ ๒	๒

๔.๓ บทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ (๒ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ บทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๑ บท โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๒

องค์ประกอบที่ ๒ บทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๓ จำนวน ๒ บท โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๒

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ บทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ	๐
๒	มีเอกสารแสดงบทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑
๓	มีเอกสารแสดงบทสัมภาษณ์ทางสถานีวิทยุ ตามองค์ประกอบที่ ๒	๒

๔.๔ การเผยแพร่...

อ.ก.ก. V.ค.ค. ส.ค.ค. ส.ค.ค. ส.ค.ค. ส.ค.ค. ส.ค.ค. ส.ค.ค.

๔.๔ การเผยแพร่สื่อบุคคล/สื่อบุคคลทางแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

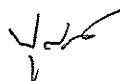
- องค์ประกอบที่ ๑ การเผยแพร่สื่อบุคคล/สื่อบุคคลทางแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔.๑ ก) ประกอบด้วย ชื่อแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๒

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การเผยแพร่สื่อบุคคล/สื่อบุคคลทางแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์	๐
๒	มีเอกสารแสดงการเผยแพร่สื่อบุคคล/สื่อบุคคลทางแอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๔.๕ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่ ระยะเวลาการเผยแพร่ (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่ ระยะเวลาการเผยแพร่

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒



๕. แนวคิด...








๕. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕ (๑๗ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads Facebook Ads Line Ads X Ads Instagram Ads TikTok Ads และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๕.๑ จำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer (๖ คะแนน)

จำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๑ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงจำนวนผู้ติดตามของผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ทุกคน แล้วคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะให้คะแนนโดยดูจากค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้ติดตามของผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ทั้งหมด ดังนี้

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer	๐
๒	มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ๑,๐๐๐,๐๐๐ - ๑,๑๙๙,๙๙๙ คน	๑
๓	มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ๑,๒๐๐,๐๐๐ - ๑,๓๙๙,๙๙๙ คน	๒
๔	มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ๑,๔๐๐,๐๐๐ - ๑,๕๙๙,๙๙๙ คน	๓
๕	มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ๑,๖๐๐,๐๐๐ - ๑,๗๙๙,๙๙๙ คน	๔
๖	มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ๑,๘๐๐,๐๐๐ - ๑,๙๙๙,๙๙๙ คน	๕
๗	มีค่าเฉลี่ยจำนวนผู้ติดตามผู้นำความคิด (Key Opinion Leader: KOL)/Influencer ตั้งแต่ ๒,๐๐๐,๐๐๐ คน ขึ้นไป	๖

๕.๒ Mock up ...

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

๕.๒ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads (๓ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads ประกอบด้วย บทวิดิทัศน์ (Shooting Script) และกรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๒ จำนวน ๑ ชิ้น โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๓.๑

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารครบตามองค์ประกอบ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา YouTube Ads ตามองค์ประกอบที่ ๑	๓

๕.๓ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads (๓ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕.๓ จำนวน ๑ ชิ้น โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๓.๒

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา Facebook Ads ตามองค์ประกอบที่ ๑	๓

๕.๔ Mock up...

๐๓๗ ๖๘๘ ๕๖๕ ๒๕๖ ๖๘๘ ๖๘๘ ๖๘๘

๕.๔ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads (๓ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads ประกอบด้วย บทวิดิทัศน์ (Shooting Script) และกรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๕.๗ จำนวน ๑ ชิ้น โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๓.๒

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารครบตามองค์ประกอบ Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. ๒๕๖๘ สำหรับประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณา TikTok Ads ตามองค์ประกอบที่ ๑	๓

๕.๕ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่ ระยะเวลาการเผยแพร่ (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนการเผยแพร่ ระยะเวลาการเผยแพร่

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

๖. แนวคิด...



๖. แนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖ (๒๐ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทางสื่อกลางแจ้ง อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอ Mock up ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS สติกเกอร์สูญญากาศติดกระจกรถ ขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) จำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานี และภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๖.๑ Mock up ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) (๒ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๑ โดยต้องมีภาพฟรีเซ็นเตอร์ ข้อ ๔.๙ จำนวน ๑ ป้าย โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๔

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ Mock up ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง)	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามองค์ประกอบที่ ๑	๒

๖.๒ ขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) (๓ คะแนน)

ขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๑ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ทุกป้าย แล้วคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะให้คะแนนโดยดูจากค่าเฉลี่ยของขนาดป้ายทั้งหมด ดังนี้

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง)	๐
๒	มีค่าเฉลี่ยขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) น้อยกว่า ๑๒๕ ตารางเมตร	๑
๓	มีค่าเฉลี่ยขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๑๒๕-๑๕๐ ตารางเมตร	๒
๔	มีค่าเฉลี่ยขนาดป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) มากกว่า ๑๕๐ ตารางเมตร	๓

๖.๓ จำนวน...

๐/๓ ๒๒ ๕๕ ๒๒/๓ ๒๒/๓ ๒๒/๓

๖.๓ จำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) (๔ คะแนน)

จำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๖.๑ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ทุกป้าย แล้วคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะให้คะแนนโดยดูจาก ค่าเฉลี่ยของจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายทั้งหมด ดังนี้

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง)	๐
๒	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ คน/เดือน	๑
๓	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๒,๐๐๐,๐๐๐ - ๒,๙๙๙,๙๙๙ คน/เดือน	๒
๔	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๓,๐๐๐,๐๐๐ - ๓,๙๙๙,๙๙๙ คน/เดือน	๓
๕	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสำรวจ/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๔,๐๐๐,๐๐๐ คน/เดือน ขึ้นไป	๔

๖.๔ Mock up ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) (๒ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up กรอบแสดงเรื่องราว (Story Board) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) โดยต้องมีภาพฟรีเซนต์อร์ ข้อ ๔.๙ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๒ จำนวน ๑ ป้าย โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๔

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ Mock up ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว)	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ตามองค์ประกอบที่ ๑	๒

๖.๕ จำนวน...

๐/๑๕

๕๙

๑๖

๑/๒๓

๑/๒

๓๓

๖.๕ จำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) (๔ คะแนน)
 จำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๒ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแสดงจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) ทุกป้าย แล้วคณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะให้คะแนนโดยดูจากค่าเฉลี่ยของจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายทั้งหมด ดังนี้

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว)	๐
๒	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ คน/เดือน	๑
๓	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๒,๐๐๐,๐๐๐ - ๒,๙๙๙,๙๙๙ คน/เดือน	๒
๔	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด (ภาพนิ่ง) ๓,๐๐๐,๐๐๐ - ๓,๙๙๙,๙๙๙ คน/เดือน	๓
๕	มีค่าเฉลี่ยจำนวนคนสัญจร/การมองเห็น (Eyeball) ป้ายโฆษณาดิจิทัล/LED (ภาพเคลื่อนไหว) มากกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ คน/เดือน	๔

๖.๖ Mock up ป้ายโฆษณาป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS (๒ คะแนน)
 ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้
 องค์ประกอบที่ ๑ Mock up ป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS โดยต้องมีภาพพรีเซ็นเตอร์ ข้อ ๔.๙ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๓ จำนวน ๑ ป้าย โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๔

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ Mock up ป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up ป้ายโฆษณา/ป้ายโฆษณาดิจิทัลบริเวณสถานีและภายในรถไฟฟ้า MRT และ BTS ตามองค์ประกอบที่ ๑	๒

๖.๗ Mock up...

อลิณี ๖๖
 ๖๖
 ๖๖
 ๖๖
 ๖๖
 ๖๖
 ๖๖

๖.๗ Mock up สติ๊กเกอร์สัญญาภาคติดกระจกรถ (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ Mock up สติ๊กเกอร์สัญญาภาคติดกระจกรถ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖.๔ จำนวน ๑ ป้าย โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๔

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ Mock up สติ๊กเกอร์สัญญาภาคติดกระจกรถ	๐
๒	มีเอกสารแสดง Mock up Mock up สติ๊กเกอร์สัญญาภาคติดกระจกรถ ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๖.๘ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนป้ายโฆษณา (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนป้ายโฆษณา

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

๗. แนวคิด...

0/1/1

5/5

5/5

5/5

5/5

5/5

๗. แนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗ (๔ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ Motion Graphic อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอบทวีดิทัศน์ (Shooting Script) กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๗.๑ บทวีดิทัศน์ (Shooting Script) (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

- องค์ประกอบที่ ๑ บทวีดิทัศน์ (Shooting Script) Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗.๓ ๑) สำหรับใช้แสดงในกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๕

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ บทวีดิทัศน์ (Shooting Script)	๐
๒	มีเอกสารแสดงบทวีดิทัศน์ (Shooting Script) ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๗.๒ กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

- องค์ประกอบที่ ๑ กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) Motion Graphic ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๗.๓ ๑) สำหรับใช้แสดงในกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ ข้อ ๔.๒ โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก รายละเอียดเพิ่มเติมข้อ ๕

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ กรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard)	๐
๒	มีเอกสารแสดงกรอบแสดงเรื่องราว (Storyboard) ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๗.๓ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การเผยแพร่ การเสนอชิ้นงานเพิ่มเติม (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การเผยแพร่ การเสนอชิ้นงานเพิ่มเติม

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

๘. แนวคิด...

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page, including names like อ.ก.ม., V, S, and others.

๘. แนวคิดการจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘ (๔ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมออกบูธในกรุงเทพฯ จ.นนทบุรี จ.ปทุมธานี และ จ.สมุทรปราการ อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอการออกแบบป้ายตั้งพื้น การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๘.๑ การออกแบบป้ายตั้งพื้น (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ การออกแบบป้ายตั้งพื้น ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘.๓ จำนวน ๑ ป้าย โดยใช้ข้อมูลในภาคผนวก ก

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การออกแบบป้ายตั้งพื้น	๐
๒	มีเอกสารแสดงการออกแบบป้ายตั้งพื้น ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๘.๒ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก (๑ คะแนน)

ประกอบด้วย ๑ องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๘.๔ จำนวน ๑ ชิ้น




ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารตามองค์ประกอบ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก	๐
๒	มีเอกสารแสดงการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ตามองค์ประกอบที่ ๑	๑

๘.๓ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การเชิญสื่อท้องถิ่นเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติม (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ การเชิญสื่อท้องถิ่นเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติม

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

๙. แนวคิด...

อ/ค/ค



 ค/ค/ค
 อ/ค/ค
 ค/ค/ค

๙. แนวคิดการจัดการจัดหาฟรีเซนต์อร์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๙ (๘ คะแนน)

นำเสนอแนวคิดการจัดการจัดหาฟรีเซนต์อร์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ อย่างสร้างสรรค์ และตรงตามวัตถุประสงค์ นำเสนอคุณลักษณะของฟรีเซนต์อร์ จำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ และข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ราชการ

๙.๑ จำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ (๖ คะแนน)

จำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๙ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์	๐
๒	มีจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ ๑,๐๐๐,๐๐๐ - ๑,๒๔๙,๙๙๙ คน	๑
๓	มีจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ ๑,๒๕๐,๐๐๐ - ๑,๔๙๙,๙๙๙ คน	๒
๔	มีจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ ๑,๕๐๐,๐๐๐ - ๑,๗๔๙,๙๙๙ คน	๓
๕	มีจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ ๑,๗๕๐,๐๐๐ - ๑,๙๙๙,๙๙๙ คน	๔
๖	มีจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ ๒,๐๐๐,๐๐๐ - ๒,๒๔๙,๙๙๙ คน	๕
๗	มีจำนวนผู้ติดตามช่องทางออนไลน์ของฟรีเซนต์อร์ มากกว่า ๒,๒๕๐,๐๐๐ คน	๖

๙.๓ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนของฟรีเซนต์อร์ การมีส่วนร่วมของฟรีเซนต์อร์ในการประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากที่กำหนดใน TOR (๒ คะแนน)

ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ อาทิ จำนวนของฟรีเซนต์อร์ การมีส่วนร่วมของฟรีเซนต์อร์ในการประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากที่กำหนดใน TOR

ลำดับ	หลักเกณฑ์ในการพิจารณา	คะแนน
๑	ไม่มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ	๐
๒	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๑ ข้อเสนอ	๑
๓	มีเอกสารแสดงข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์แก่ทางราชการ ๒ ข้อเสนอขึ้นไป	๒

