

รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้าง  
โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ  
กิจกรรมที่ ๑ ผลิตสื่อวีดิทัศน์และเผยแพร่ออนไลน์ (Online)  
กลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ

\*\*\*\*\*

๑. หลักการและเหตุผล

กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นแหล่งเงินทุนสำหรับการลงทุนเพื่อพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ หรือเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจให้แก่สตรีและองค์กรสตรี ส่งเสริมบทบาทและพัฒนาศักยภาพสตรี และเครือข่ายสตรีในการเฝ้าระวังดูแลและแก้ไขปัญหาของสตรี การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของสตรี นำไปสู่การสร้างสวัสดิภาพหรือสวัสดิการเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของสตรีและผู้ด้อยโอกาสอื่น ๆ ในสังคม การขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลนั้น จำเป็นต้องอาศัย การประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มองเห็น ผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นการสร้างความร่วมมือร่วมใจการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมืออันดีจากภาคี การพัฒนาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์แก่สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีและสตรีในสังคมที่ยังขาดโอกาส ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้สามารถใช้จ่ายเงินจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีส่งเสริมชีวิตตนเองและครอบครัว ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

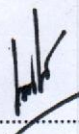
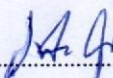
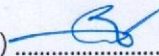

การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างความเชื่อมั่นจากประชาชน หน่วยงาน ภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน ที่จะนำไปสู่การสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เพื่อสตรีในสังคมตามนโยบายของรัฐบาลและภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีความสำคัญต่อกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและเข้าถึงแหล่งทุนสำหรับสตรีได้อย่างครอบคลุมและยังเป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ดังนั้น เพื่อประชาสัมพันธ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีให้เป็นที่รู้จักของสาธารณชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนโดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทุนพัฒนา บทบาทสตรี สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จึงได้จัดทำโครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีให้เป็นที่รู้จักของสาธารณชนหน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชน

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีและสร้างความเชื่อมั่นให้กับสตรี ในการดำเนินงานขับเคลื่อนกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีในการพัฒนาสตรีให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

๒.๓ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีและกรมการพัฒนาชุมชน

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



### ๓. ขอบเขตของงาน

กรมการพัฒนาชุมชน โดยสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กำหนดดำเนินการโครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ กิจกรรมที่ ๑ ผลิตสื่อวีดิทัศน์และเผยแพร่ออนไลน์ (Online) กลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ โดยผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการดำเนินงาน/กระบวนการผลิต นำเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ รายละเอียดของการดำเนินงาน และการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์และช่องทางอื่น ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินงานตลอดสัญญาจ้าง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และกรมการพัฒนาชุมชน โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

๓.๑ ผลิตสื่อและเผยแพร่วีดิทัศน์กลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๓ นาที

๓.๒ ออกแบบ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีในรูปแบบสื่อดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) เพื่อสร้างกระแสต่าง ๆ ในสังคม และพูดถึงกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีได้อย่างกว้างขวาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๑ นาที

๓.๓ ออกแบบ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เพื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้นงาน

๓.๔ ออกแบบ ผลิตและเผยแพร่สื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ความยาวชิ้นงานละไม่น้อยกว่า ๑ นาที

๓.๕ ออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข่าว หรือสื่อบทสัมภาษณ์ หรือสื่อบทสัมภาษณ์พิเศษ หรือบทความ หรือบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือกิจกรรมการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ขนาดเต็มหน้า ๔ สี จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน ในสื่อสิ่งพิมพ์รายสัปดาห์ ไม่น้อยกว่า ๒ สำนัก ตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ ๆ ละไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง


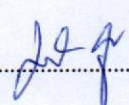
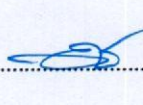
๓.๖ ผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมการขับเคลื่อนงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี หรืออื่น ๆ ผ่านสื่อวิทยุในช่องทางวิทยุระบบ FM ทางรายการข่าวที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ อย่างน้อย ๒ สถานี ระหว่างวันจันทร์ - วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. สัปดาห์ละไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๆ ละ ไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

๓.๗ ออกแบบ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การสัมภาษณ์ผู้บริหารในแนวทางนโยบายและผลสำเร็จของงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ได้รับความนิยม อันดับ ๑ - ๑๐ แรกของการจัดอันดับสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม สถานีใดสถานีหนึ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๆ ละ ไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที

### ๔. ข้อกำหนดและคุณลักษณะทางเทคนิค

๔.๑ สื่อวีดิทัศน์กลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๓ นาที

๔.๑.๑ ผลิตสื่อวีดิทัศน์กลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๓ นาที ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

๑)  ๒)  ๓)  ๔) R. Sini



๑) ดำเนินการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาข้อมูลกลุ่มอาชีพสมาชิก กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จตามที่กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด (ครอบคลุม ๔ ภูมิภาคและ กรุงเทพมหานคร) และนำเสนอรูปแบบการนำเสนอกลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ

๒) จัดทำบทรายการ (Script) ส่งให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนดำเนินการถ่ายทำ เพื่อให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ตรวจสอบรายละเอียด ข้อมูลให้ถูกต้อง หากต้องมีการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติม ภายใน ๒ วัน และต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนดำเนินการถ่ายทำ

๓) จัดให้มีผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงหรือมีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน ร่วมรายการตอนละไม่น้อยกว่า ๑ คน และการออกเสียงของผู้ดำเนินรายการถูกต้อง ชัดเจนและเป็นไปตามลักษณะการออกเสียงภาษาไทย เช่น การออกเสียงควบกล้ำภาษาไทย

๔) ต้องผลิตสื่อในรูปแบบ Motion Graphic ผสมภาพจริงประกอบ ด้วยคุณภาพ ๔K มีล่ามภาษามือที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ประกอบในสื่อวีดิทัศน์ พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ เป็นภาษาอังกฤษ โดยแปลข้อมูลคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ผลการแปลข้อมูล คำบรรยาย (Subtitle) ต้องมีผู้เชี่ยวชาญการแปลและใช้ภาษา ตรวจสอบข้อมูลคำบรรยายโดยสถาบันของรัฐ และรับรองความถูกต้องของการใช้ภาษาให้มีความเหมาะสม ก่อนเผยแพร่สู่สาธารณะ

๕) จัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำและอุปกรณ์ประกอบฉากให้มีความพร้อมในการดำเนินการถ่ายทำ พร้อมเก็บภาพนิ่งของการดำเนินการถ่ายทำ

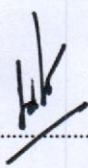
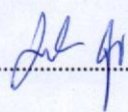
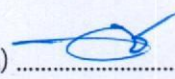
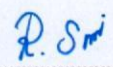
๖) ไฟล์ต้นฉบับที่เผยแพร่ ต้องมีความละเอียด ๔K

๔.๑.๒ การเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑.๑ บนสื่อสังคมออนไลน์ ให้นำสื่อวีดิทัศน์ ตามข้อ ๔.๑.๑ มาดำเนินการตัดต่อให้มีความสอดคล้องต่อเนื่องกัน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๑.๓๐ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

๑) การบริหารจัดการสื่อ นำเข้า และเผยแพร่ต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์ ออนไลน์และกำกับดูแลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๒) เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ โพสต์ ผ่านเพจเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เพจ โดยต้องเป็นเพจ สื่อมวลชนหรือเพจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสตรีที่เป็นที่รู้จักของประชาชน โดยเผยแพร่ตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินงานตลอดสัญญาจ้างพร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๓) เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ วิดีโอ ผ่านทางยูทูป (Youtube) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ช่อง โดยจะต้องเป็นช่องที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีผู้ติดตามต่อเนื่องรวมกันช่องทางละไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินงานตลอดสัญญาจ้างพร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



๔) การประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๒) - ๓) ผ่านเพจเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ต้องมียอดไลค์และยอดผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ของสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี (Facebook Fanpage : กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี - สกส.) เพิ่มขึ้นจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ คน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินงานตลอดสัญญาจ้างพร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

**๔.๑.๓ การเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑.๑ ผ่านสื่อโทรทัศน์ ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้**

๑) เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ ผ่านสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ที่ได้รับความนิยม ๑ - ๕ อันดับแรกของการจัดอันดับสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม สถานีใดสถานีหนึ่ง และจะต้องออกอากาศในรายการเดียวกัน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ตอน โดยกำหนดออกอากาศระหว่างวันจันทร์ - วันอาทิตย์ เวลา ๐๖.๐๐ น. - ๑๘.๐๐ น. อย่างน้อย ๑ วันต่อสัปดาห์ ตลอดระยะเวลาการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องจนครบ พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๒) เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ ผ่านสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สถานีใดสถานีหนึ่ง และจะต้องออกอากาศในรายการเดียวกัน รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ตอน โดยกำหนดออกอากาศระหว่างวันจันทร์ - วันอาทิตย์ ช่วงเวลา ๐๖.๐๐ น. - ๑๘.๐๐ น. อย่างน้อย ๑ วันต่อสัปดาห์ ตลอดระยะเวลาการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องจนครบ พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

**๔.๑.๔ การเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑.๑ ผ่านการประชาสัมพันธ์ด้วยการบรรจุไฟล์ข้อมูลในเครื่องบันทึกข้อมูลขนาดพกพา (Flash Drive) ส่งไปยังสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีระดับจังหวัด (อกส.จ.) ๗๖ จังหวัด สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีกรุงเทพมหานคร (อกส.กทม.) และศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชน ๑๑ แห่ง ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้**

๑) ผู้รับจ้างต้องรวบรวมและบันทึกไฟล์สื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑.๑ ในเครื่องบันทึกข้อมูลขนาดพกพา (Flash Drive) ความจุของหน่วยความจำไม่น้อยกว่า ๑๒๘ กิกะไบต์ (Gigabyte) จำนวน ๑,๐๐๐ อัน พร้อมประทับตราสัญลักษณ์ (Logo) ของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และกรมการพัฒนาชุมชน ปรากฏอยู่ด้วย

๒) ผู้รับจ้างต้องจัดส่งสื่อวีดิทัศน์ดังกล่าว ไปยังสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีระดับจังหวัด (อกส.จ.) ๗๖ จังหวัด, สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีกรุงเทพมหานคร (อกส.กทม.) และศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชน ๑๑ แห่ง ตามที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเอง รายละเอียดเอกสารแนบท้าย

**๔.๒ สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบสื่อดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) เพื่อสร้างกระแสต่าง ๆ ในสังคม และพุดถึงกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้อย่างกว้างขวาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๑ นาที**

**๔.๒.๑ ออกแบบและผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบสื่อดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) เพื่อสร้างกระแสต่าง ๆ ในสังคม และพุดถึงกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีได้อย่างกว้างขวาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๑ นาที ดังนี้**

๑) ไฟล์ต้นฉบับที่เผยแพร่ ต้องมีความละเอียด ๔K

๒) ต้องมีคำบรรยาย (Subtitle) เป็นภาษาอังกฤษทุกตอน

๑) ..... ๒) ..... ๓) ..... ๔) R. Smi



๔.๒.๒ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี  
ในรูปแบบสื่อดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) ตามข้อ ๔.๒ ประกอบด้วยรายละเอียด  
ดังนี้

๑) เผยแพร่สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบสื่อดิจิทัล ประเภท  
การตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ โพสต์ ผ่านเพจเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook  
Fanpage) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เพจ โดยต้องเป็นเพจสื่อมวลชนหรือ  
เพจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสตรีที่เป็นที่รู้จักของประชาชน โดยเผยแพร่ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดระยะเวลา  
ดำเนินงานตลอดสัญญาจ้างพร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๒) เผยแพร่สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบสื่อดิจิทัล ประเภท  
การตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ วิดีโอ ผ่านทางยูทูป (Youtube) จำนวน  
ไม่น้อยกว่า ๕ ช่อง โดยจะต้องเป็นช่องที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีผู้ติดตามต่อเนื่องรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน  
โดยเผยแพร่ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินงานตลอดสัญญาจ้างพร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการ  
ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๓ ออกแบบ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic)  
ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เพื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า  
๑๐๐ ชิ้นงาน ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

๔.๓.๑ ผลิตสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุนพัฒนา  
บทบาทสตรี เพื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้นงาน ประกอบด้วยรายละเอียด  
ดังนี้

๑) ออกแบบสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) ที่มีความสวยงาม น่าสนใจ  
และทันสมัย ส่งให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนดำเนินการเผยแพร่ เพื่อให้  
สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ตรวจสอบรายละเอียดข้อมูลให้ถูกต้องทุกชิ้นงาน  
หากต้องมีการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติมภายใน ๒ วัน  
และต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนดำเนินการเผยแพร่

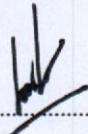
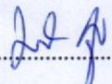
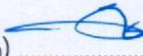
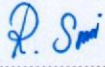
๒) ไฟล์ต้นฉบับทุกชิ้นงานมีความละเอียดภาพไม่น้อยกว่า ๓๐๐ dpi เป็นไฟล์แบบ JPEG  
และความละเอียดสี Bit Depth ๒๔ Bit

๓) ระบุแหล่งที่มาของข้อมูลให้ชัดเจนทุกชิ้นงาน

๔.๓.๒ การเผยแพร่สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) ตามข้อ ๔.๓.๑  
ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

- เผยแพร่สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐  
ชิ้นงานบนเพจเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เพจ โดยเป็นเพจที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า  
๑,๐๐๐,๐๐๐ คน พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการการผลิตเนื้อหา นำเข้า และเผยแพร่สื่อในรูปแบบ  
อินโฟกราฟฟิก (Infographic) ตามข้อ ๔.๓.๑ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการพัฒนาชุมชน ได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ  
(Facebook Fanpage) และอินสตาแกรม (instagram) และสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ  
(Facebook Fanpage) ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนถึงสิ้นสุดสัญญา

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



๔.๔ ออกแบบและผลิตสื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ความยาวชิ้นงานละไม่น้อยกว่า ๑ นาที

๑) ออกแบบสื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ที่มีความสวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย ส่งให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนดำเนินการเผยแพร่ เพื่อให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ตรวจสอบรายละเอียดข้อมูลให้ถูกต้องทุกชิ้นงาน หากต้องมีการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง หรือเพิ่มเติมภายใน ๒ วัน และต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนดำเนินการเผยแพร่

๒) ไฟล์ต้นฉบับทุกชิ้นงานมีความละเอียดขนาด Full HD (๑๙๒๐X๑๐๘๐ pixel) เป็นไฟล์แบบ MP๔


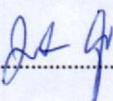
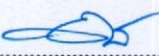
๓) ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการผลิตเนื้อหา นำเข้า และเผยแพร่สื่อในรูปแบบสื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการพัฒนาชุมชน ได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) และอินสตราแกรม (instagram) และสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้แก่ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ยูทูบ (Youtube) ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสิ้นสุดสัญญา

๔.๕ ออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข่าว สกู๊ปข่าว หรือสกู๊ปข่าวพิเศษ หรือบทความ หรือบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือกิจกรรมการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ขนาดเต็มหน้า ๔ สี จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน ในสื่อสิ่งพิมพ์รายสัปดาห์ ไม่น้อยกว่า ๒ สำนักตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ ๆ ละไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง โดยหนังสือพิมพ์ฉบับดังกล่าว ต้องมีการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศและเป็นที่ยอมรับ พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๖ ออกแบบ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การสัมภาษณ์ผู้บริหารในแนวทงนโยบายและผลสำเร็จของงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ได้รับความนิยมอันดับ ๑ - ๑๐ ของการจัดอันดับสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม สถานีใดสถานีหนึ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๆ ละ ไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๗ ผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมการขับเคลื่อนงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี หรืออื่น ๆ ผ่านสื่อวิทยุในช่องทางวิทยุระบบ FM ทางรายการข่าวที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ สัปดาห์ละไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ๆ ละ ไม่น้อยกว่า ๕ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง ระหว่างวันจันทร์ - วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา ๐๗.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. อย่างน้อย ๒ สถานี พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔.๘ จัดให้มีเจ้าหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกับสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน สัปดาห์ละไม่น้อยกว่า ๑ วัน เพื่อติดต่อประสานงานในการนำข้อมูลมาบริหารจัดการ และเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางสื่ออื่น ๆ ตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน นับจากวันลงนามสัญญาถึงวันที่ส่งมอบงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว

๑)  ๒)  ๓)  ๔) P. Simi



๔.๙ ในระหว่างการดำเนินงานจนสิ้นสุดสัญญาจ้าง ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ และค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือนของเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ และเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมดูแลและส่งต่อข้อมูล ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการพัฒนาชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ หมายเลข เดือนละไม่น้อยกว่า ๑,๖๐๐ บาท

๔.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาคอมพิวเตอร์แท็บเล็ตใช้ระบบปฏิบัติการ ios จอภาพขนาดไม่น้อยกว่า ๑๒.๙ นิ้ว และใช้ CPU ชิพ A๑๒Z Bonic ขึ้นไป พื้นที่จัดเก็บข้อมูลไม่น้อยกว่า ๒๕๖ GB พร้อมอุปกรณ์เสริม จำนวน ๒ เครื่อง

๔.๑๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลบนเครือข่าย Network (Nas) พื้นที่จัดเก็บข้อมูล อย่างน้อย ๘ เทราไบท์ (๘ TB)

๔.๑๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาอุปกรณ์ถ่ายภาพนิ่งและถ่ายภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ ตัว พร้อมอุปกรณ์เสริม ดังนี้

- กล้องถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอแบบพกติด และโหมดแบบ ๓๖๐ องศา
- หน้าจอขนาดทัชสกรีนขนาด ๑.๗ นิ้ว
- มีความละเอียดภาพถ่ายสูงสุด ๑๖.๖ ล้านพิกเซล
- มีความละเอียดภาพวิดีโอความละเอียดสูงสุด ๕.๖K ๓๐fps
- รองรับการเปลี่ยนเลนส์ได้
- มีจอขนาดทัชสกรีนขนาดไม่น้อยกว่า ๑.๗ นิ้ว
- มีไมโครโฟนในตัวกล้อง
- มีแบตเตอรี่ (Battery) ความจุ ๑๖๐๐mAh จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ก้อน


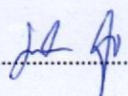

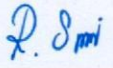
Rechargeable Battery Lithium-ion

- มีกระเป๋าใส่กล้องแบบกันกระแทก (Hard case) จำนวน ๑ ใบ

๔.๑๓ จัดทำปฏิทินและแผนการดำเนินงานให้กรมการพัฒนาชุมชนทราบเป็นหนังสือภายใน ๗ วัน ทำการนับถัดจากวันลงนามในสัญญา หากมีกรณีเปลี่ยนแปลง แผนหรือผังรายการการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน เห็นชอบเป็นหนังสือล่วงหน้าอย่างน้อย ๓ วัน และในกรณีไม่ทราบล่วงหน้าให้มีจดหมายชี้แจงเหตุผล จากบริษัทผู้รับจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร ภายใน ๓ วัน หลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลง

๔.๑๔ ผู้รับจ้างจะต้องรวบรวมสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๓ ที่เป็นไฟล์ต้นฉบับ (Footage) ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสิ้นสุดสัญญาและวิดีโอที่ตัดต่อสมบูรณ์แล้วบันทึกลงอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล บนเครือข่าย Network (Nas) ส่งมอบให้สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งมอบงาน งวดสุดท้าย

๔.๑๕ สื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงานจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ก่อนนำไปเผยแพร่ รวมทั้งผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในเรื่องภาพหรือข้อความ ที่ปรากฏในสื่อทั้งหมด ในกรณีต้องใช้ภาพ ข้อความ เสียง ที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการให้ได้รับอนุญาต ถูกต้องตามกฎหมายก่อนที่จะดำเนินการเผยแพร่ หากมีการฟ้องร้องผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



๔.๑๖ สื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงานที่เกิดขึ้นถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานกองทุนพัฒนา  
บทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน หลังสิ้นสุดสัญญาตามโครงการ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบต้นฉบับงานพร้อมสำเนา  
ที่มีคุณภาพทั้งหมด ซึ่งสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน สามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข  
เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ หากผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้งานต้องได้รับ  
อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน

๔.๑๗ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายทุกประการที่เกิดจากการจัดพิมพ์ข่าว บทความ  
คลิปวิดีโอ และการดำเนินการอันเป็นข้อผิดพลาดหรือเสียหายของผู้รับจ้าง สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี  
กรมการพัฒนาชุมชน ไม่ต้องมีส่วนในความรับผิดชอบใด ๆ ทั้งสิ้น

## ๕. ระยะเวลาส่งมอบงาน

ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

## ๖. วงเงินงบประมาณ

๑๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบสองล้านบาทถ้วน) ซึ่งเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากร และค่าใช้จ่าย  
ทั้งปวงแล้ว

## ๗. ข้อกำหนดในการเบิกจ่ายเงิน/ข้อกำหนดอื่น

ผู้ว่าจ้างตกลงที่จะจ่ายเงินค่าจ้าง โดยแบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ : ร้อยละ ๓๐ ของวงเงินสัญญาจ้าง โดยให้แล้วเสร็จภายใน ๖๐ วันนับถัดจากวันลงนาม  
ในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว โดยต้องส่งเอกสารและหลักฐาน  
จำนวน ๓ ชุด ตั้งแต่ข้อ ๑) - ๑๒) ซึ่งเอกสารและหลักฐาน ประกอบด้วย

๑) นำส่งปฏิทินหรือแผนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์  
ตามข้อ ๓

๒) นำส่งบทรายการ (Script) พร้อมตารางการถ่ายทำ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑ - ๑๕)

๓) นำส่งตัวอย่างสื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑ จำนวน ๒ ตอน

๔) นำส่งรายชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงหรือมีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ตามข้อ ๔.๑.๑

๕) นำส่งรายชื่อสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อวีดิทัศน์ ตามข้อ ๔.๑.๒

๖) นำส่งรายชื่อสถานีโทรทัศน์พร้อมตารางออกอากาศของสื่อวีดิทัศน์ ตามข้อ ๔.๑.๓ จำนวน  
๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑ - ๑๕)

๗) นำส่งรายชื่อสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี  
ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) ตามข้อ ๔.๒.๒

๘) นำส่งสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing)  
ตามข้อ ๔.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และ  
หลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าวที่ได้เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ไปแล้ว

๙) นำส่งสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกองทุนพัฒนา  
บทบาทสตรี ตามข้อ ๔.๓.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น  
และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๑)..... ๒)..... ๓)..... ๔)..... P.Smi





๑๐) นำส่งสื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ตามข้อ ๔.๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๑๑) นำส่งข่าว หรือสื่อบทสัมภาษณ์ หรือบทความ หรือบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือกิจกรรมการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ตามข้อ ๔.๕ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน

๑๒) นำส่งไฟล์การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีผ่านสื่อวิทยุ ตามข้อ ๔.๗ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น

**งวดที่ ๒ : ร้อยละ ๔๕** ของวงเงินสัญญาจ้าง โดยให้แล้วเสร็จภายใน ๑๒๐ วันนับถัดจากวันลงนาม ในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว โดยต้องส่งเอกสารและหลักฐาน จำนวน ๓ ชุด ตั้งแต่ข้อ ๑) - ๑๐) ซึ่งเอกสารและหลักฐาน ประกอบด้วย

๑) นำส่งบทรายการ (Script) พร้อมตารางการถ่ายทำ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑๖ - ๓๐)

๒) นำส่งสื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑ - ๑๕) ที่ได้เผยแพร่ เพื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๔.๑.๒ ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๓) นำส่งสื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑ - ๑๕) ที่ได้เผยแพร่ เพื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ ตามข้อ ๔.๑.๓ ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๔) นำส่งตารางออกอากาศของสื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑.๓ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑๖ - ๓๐)

๕) นำส่งสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) ตามข้อ ๔.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ตอน ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าวที่ได้เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ไปแล้ว

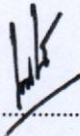
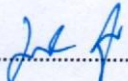
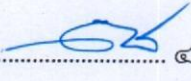
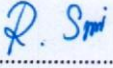
๖) นำส่งสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ตามข้อ ๔.๓.๑ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๗) นำส่งสื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ตามข้อ ๔.๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๘) นำส่งข่าว หรือสื่อบทสัมภาษณ์ หรือบทความ หรือบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือกิจกรรมการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ตามข้อ ๔.๕ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน

๙) นำส่งไฟล์การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีผ่านสื่อวิทยุ ตามข้อ ๔.๗ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น

๑๐) นำส่งไฟล์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การสัมภาษณ์ผู้บริหารในแนวทงนโยบายและผลสำเร็จ ของงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ผ่านสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ตามข้อ ๔.๖ พร้อมหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



งวดที่ ๓ : ร้อยละ ๒๕ ของวงเงินสัญญาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างทำงานแล้วเสร็จ และดำเนินการตามขอบเขตของงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้วภายใน ๑๕๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยต้องส่งเอกสารและหลักฐานจำนวน ๓ ชุด ตั้งแต่ข้อ ๑) - ๗) ซึ่งเอกสารและหลักฐาน ประกอบด้วย

๑) นำส่งสื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑๖ - ๓๐) ที่ได้เผยแพร่ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามข้อ ๔.๑.๒ ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๒) นำส่งสื่อวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๑ จำนวน ๑๕ ตอน (ตอนที่ ๑๖ - ๓๐) ที่ได้เผยแพร่ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ตามข้อ ๔.๑.๓ ในรูปแบบดิจิทัล โดยสำเนาลงแผ่น CD/DVD พร้อมสกรีนแผ่น และหลักฐานยืนยันจากผู้ให้บริการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อดังกล่าว

๓) นำส่งไฟล์ต้นฉบับ (Footage) ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสิ้นสุดสัญญาและวีดิทัศน์ที่ตัดต่อสมบูรณ์แล้วบันทึกลงอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลบนเครือข่าย Network (Nas) ที่เป็นคลังเก็บข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ตามข้อ ๓.๑ - ๓.๗

๔) นำส่งเอกสารหลักฐานการจัดส่งสื่อวีดิทัศน์กลุ่มอาชีพสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่ประสบความสำเร็จ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๓ นาที ตามข้อ ๔.๑.๔

๕) คอมพิวเตอร์แท็บเล็ตใช้ระบบปฏิบัติการ ios จอภาพขนาดไม่น้อยกว่า ๑๒.๙ นิ้ว ตามข้อ ๔.๑๐

๖) เอกสารหลักฐานรับผิดชอบค่าใช้จ่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดือนของเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานตามข้อ ๔.๙

๗) อุปกรณ์ถ่ายภาพนิ่งและถ่ายภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ ตัว พร้อมอุปกรณ์เสริมตามข้อ ๔.๑๒

#### ๘. ผู้รับผิดชอบ

สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน

#### ๙. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ในการพิจารณาผู้ชนะการเสนอราคา กรมการพัฒนาชุมชนใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณาให้น้ำหนักคะแนนตามปัจจัยหลัก จำนวน ๒ ปัจจัยหลัก รวม ๒๐๐ คะแนน ค่าน้ำหนักร้อยละ ๑๐๐ ได้แก่

๙.๑ พิจารณาตามราคาที่เสนอ เกณฑ์คะแนน ๑๐๐ คะแนน ค่าน้ำหนักร้อยละ ๒๕

๙.๒ พิจารณาตามข้อเสนอทางเทคนิคและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเกณฑ์คะแนน ๑๐๐ คะแนน ค่าน้ำหนักร้อยละ ๗๕ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๙.๒.๑ คุณสมบัติของบุคลากรในทีมงาน โดยพิจารณาจากเอกสารแนะนำบริษัท ประวัติผลงานที่ผ่านมาของบริษัทฯ สำเนาหนังสือรับรองผลงาน เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

๑) มีผลงาน ทักษะความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ ประสบการณ์ ความพร้อมของทีมงาน สามารถดำเนินงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ข้อกำหนด/คุณลักษณะ และขอบเขตการดำเนินงาน คุณภาพงาน อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว ๕ คะแนน

๑) ..... ๒) ..... ๓) ..... ๔) P. Simi





๙.๒.๒ มีแนวคิด กลยุทธ์ รูปแบบการนำเสนอ โดยพิจารณาจาก ข้อเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการนำเสนอ เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์และรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๑	๑๐
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์และรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๒	๘
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์และรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๓	๖
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์และรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๔	๔
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอแนวคิด แผนกลยุทธ์และรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ อันดับ ๕ ลงมา	๒

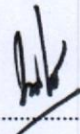
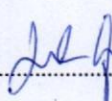
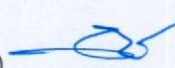
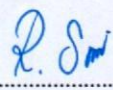
๙.๒.๓ การผลิตสื่อวีดิทัศน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

๑) รูปแบบและแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตวีดิทัศน์ มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ อันดับ ๕ ลงมา	๑

๒) ดำเนินรายการโดยมีผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียง/ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ที่ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานที่เกี่ยวข้องด้านสตรี มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานที่เกี่ยวข้องด้านสตรี มากที่สุดอันดับ ๒	๔

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานที่เกี่ยวข้องด้านสตรี มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานที่เกี่ยวข้องด้านสตรี มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้ติดตามบนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานที่เกี่ยวข้องด้านสตรี อันดับ ๕ ลงมา	๑

๙.๒.๔ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อวีดิทัศน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม  
เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วีดิทัศน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ๑๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑ - ๕ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๑	๑๐
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๖ - ๑๐ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๒	๘
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑๑ - ๑๕ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๓	๖
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑๖ - ๒๐ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๔	๔
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๒๑ ขึ้นไปของการจัดอันดับอันดับ ๕ ลงมา	๒

หมายเหตุ อ้างอิงจากการจัดอันดับ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) จาก socialbaker.com และการจัดอันดับ ยูทูบ (Youtube) จาก socialblade.com ข้อมูลเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ และเกณฑ์ที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด คือ ต้องเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เพจ โดยต้องเป็นเพจสื่อมวลชนหรือเพจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสตรี และต้องเผยแพร่ผ่านยูทูบ (Youtube) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ช่อง โดยจะต้องเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีผู้ติดตามต่อเนื่องรวมกันช่องทางละไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน

๙.๒.๕ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อวีดิทัศน์ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม  
เกณฑ์คะแนน ๕ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วีดิทัศน์ผ่านสื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑ - ๕ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๖ - ๑๐ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๒	๔

๑)..... ๒)..... ๓)..... ๔)..... R. Simi



เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๓ และอยู่ในอันดับที่ ๑๑ - ๑๕ ของการจัดอันดับ มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑๖ - ๒๐ ของการจัดอันดับ มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๒๑ ขึ้นไป อันดับ ๕ ลงมา	๑

หมายเหตุ อ้างอิงจากการจัดอันดับจาก tvdigitalwatch.com ข้อมูลเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ และเกณฑ์ที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนารัฐวิสาหกิจกำหนด คือ เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ผ่านสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ที่ได้รับความนิยมในอันดับ ๑ - ๕ ของการจัดอันดับสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม สถานีใดสถานีหนึ่ง

๙.๒.๖ การออกแบบ ผลิต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

๑) รูปแบบและแนวคิดการผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวคิดการผลิตสื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) มีความคิดสร้างสรรค์และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการ อันดับ ๕ ลงมา	๑

๒) ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อเกี่ยวกับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีในรูปแบบดิจิทัล ประเภทการตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๒	๔

๑)..... ๒)..... ๓)..... ๔).....



เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อันดับ ๕ ลงมา	๑

หมายเหตุ อ้างอิงจากการจัดอันดับ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) จาก socialbaker.com และการจัดอันดับ ยูทูบ (Youtube) จาก socialblade.com ข้อมูลเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ และเกณฑ์ที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด คือ ต้องเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เพจ โดยต้องเป็นเพจสื่อมวลชนหรือเพจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสตรี และต้องเผยแพร่ผ่านยูทูบ (Youtube) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ช่อง โดยจะต้องเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีผู้ติดตามต่อเนื่องรวมกันช่องทางละไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน

๙.๒.๗ การออกแบบและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เนื้อหาของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี สื่อในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก (Infographic) เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

รูปแบบและแนวทางการนำเสนอและช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อินโฟกราฟฟิก (Infographic) ๑๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๑	๑๐
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๒	๘
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๓	๖
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๔	๔
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ และสื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อันดับ ๕ ลงมา	๒

๙.๒.๘ การออกแบบและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อเคลื่อนไหว (Motion graphic) เกณฑ์คะแนน ๑๐ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

๑) รูปแบบและแนวทางการนำเสนอสื่อเคลื่อนไหว (Motion graphic) ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> รูปแบบและแนวทางการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ อันดับ ๕ ลงมา	๑

๑)..... ๒)..... ๓)..... ๔).....



๒) ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อเคลื่อนไหว (Motion graphic) มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> สื่อสังคมออนไลน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อันดับ ๕ ลงมา	๑

หมายเหตุ อ้างอิงจากการจัดอันดับ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) จาก socialbaker.com และการจัดอันดับ ยูทูบ (Youtube) จาก socialblade.com ข้อมูลเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ และเกณฑ์ที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรรมการพัฒนาชุมชนกำหนด คือ ต้องเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เพจ โดยต้องเป็นเพจสื่อมวลชนหรือเพจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสตรี และต้องเผยแพร่ผ่านยูทูบ (Youtube) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ช่อง โดยจะต้องเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีผู้ติดตามต่อเนื่องรวมกันช่องทางละไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน

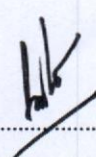
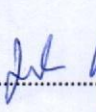


๙.๒.๙ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว หรือสื่อบุคคล หรือสื่อบุคคลพิเศษ หรือบทความ หรือบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือกิจกรรมการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ๕ คะแนน

ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว หรือสื่อบุคคล หรือสื่อบุคคลพิเศษ หรือบทความ หรือบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือกิจกรรมการขับเคลื่อนงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีการตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ และมีการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีการตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ และมีการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีการตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ และมีการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีการตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ และมีการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีการตีพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันทุกสัปดาห์ และมีการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทั่วประเทศ อันดับ ๕ ลงมา	๑

๙.๒.๑๐ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การสัมภาษณ์ผู้บริหารในแนวทนายนโยบายและผลสำเร็จของงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เกณฑ์คะแนน ๕ คะแนน แบ่งเป็นดังนี้

ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วีดิทัศน์ผ่านสื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ๕ คะแนน

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 





เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑ - ๕ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๖ - ๑๐ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และอยู่ในอันดับที่ ๑๑ - ๑๕ ของการจัดอันดับมากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มากที่สุดอันดับ ๔ และอยู่ในอันดับที่ ๑๖ - ๒๐ ของการจัดอันดับ	๒
<input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อันดับ ๕ ลงมา และอยู่ในอันดับที่ ๒๑ ขึ้นไป	๑

หมายเหตุ อ้างอิงจากการจัดอันดับจาก tvdigitalwatch.com ข้อมูลเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ และเกณฑ์ที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด คือ เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ผ่านสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ที่ได้รับความนิยมในอันดับ ๑ - ๑๐ ของการจัดอันดับสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม สถานีใดสถานีหนึ่ง

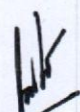
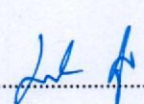
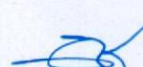
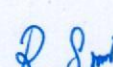
๙.๒.๑๑ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวกิจกรรมการขับเคลื่อนงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีหรืออื่น ๆ ผ่านสื่อวิทยุในช่องทางวิทยุระบบ FM ทางรายการข่าวที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ ๕ คะแนน

ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวกิจกรรมการขับเคลื่อนงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีหรืออื่น ๆ ผ่านสื่อวิทยุในช่องทางวิทยุระบบ FM ทางรายการข่าวที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ ๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> สื่อวิทยุที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๑	๕
<input type="checkbox"/> สื่อวิทยุที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๒	๔
<input type="checkbox"/> สื่อวิทยุที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๓	๓
<input type="checkbox"/> สื่อวิทยุที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ มากที่สุดอันดับ ๔	๒
<input type="checkbox"/> สื่อวิทยุที่เผยแพร่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ อันดับ ๕ ลงมา	๑

๙.๒.๑๒ ข้อเสนออื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกรมการพัฒนาชุมชน ๑๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอพิเศษมีความสอดคล้องโครงการและเป็นประโยชน์ต่อกรมการพัฒนาชุมชนมากที่สุดอันดับ ๑	๑๐
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอพิเศษมีความสอดคล้องโครงการและเป็นประโยชน์ต่อกรมการพัฒนาชุมชนมากที่สุดอันดับ ๒	๘
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอพิเศษมีความสอดคล้องโครงการและเป็นประโยชน์ต่อกรมการพัฒนาชุมชนมากที่สุดอันดับ ๓	๖

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 



เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอพิเศษมีความสอดคล้องโครงการและเป็นประโยชน์ต่อกรมการพัฒนาชุมชนมากที่สุดอันดับ ๔	๔
<input type="checkbox"/> ข้อเสนอพิเศษมีความสอดคล้องโครงการและเป็นประโยชน์ต่อกรมการพัฒนาชุมชนอันดับ ๕ ลงมา	๒

**๑๐. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา**

- ๑๐.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
- ๑๐.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- ๑๐.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- ๑๐.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- ๑๐.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- ๑๐.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- ๑๐.๗ เป็นนิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดาผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- ๑๐.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กรมการพัฒนาชุมชน วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขัน อย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- ๑๐.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๑๐.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
- ๑๐.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีประสบการณ์ในการทำงานในลักษณะเดียวกับงานที่จะจ้าง โดยมีผลงานเกี่ยวกับโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ โดยจะต้องเป็นคู่สัญญาโดยตรงสำหรับผลงานดังกล่าว ในวงเงินสัญญาเดียวกันไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หกล้านบาทถ้วน) ทั้งนี้ ผู้ยื่นต้องสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานดังกล่าว และสำเนาคู่สัญญาโครงการดังกล่าวมาพร้อมข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง

**๑๑. การสงวนสิทธิ์**

- ๑๑.๑ สิทธิในผลงานทั้งหมดเป็นของสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน
- ๑๑.๒ สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาราคาต่ำสุดเสมอไป ทั้งนี้เพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ
- ๑๑.๓ สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ/ภาพข่าวสาร ในการประชาสัมพันธ์เพื่อความเหมาะสม
- ๑๑.๔ สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการดังกล่าว เพื่อความเหมาะสมและหรือเกิดเหตุอันสุดวิสัย


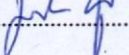
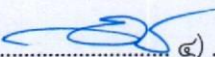
๑)..... ๒)..... ๓)..... ๔).....



๑๒. สถานที่ติดต่อเพื่อขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม

สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน  
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น ๓  
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐ หมายเลขโทรศัพท์ ๐๒ - ๑๔๑ - ๓๐๙๓  
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) Patana\_women@outlook.com หรือ  
Supply\_womenfund@cdd.go.th หรือ pr\_womenfund@cdd.go.th

---

๑)  ๒)  ๓)  ๔) P. Smit



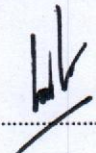
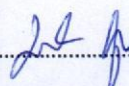
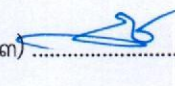

**รายละเอียดแนบท้าย**  
**กลุ่มเป้าหมายตามที่สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี**  
**กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด ให้จัดส่งเครื่องบันทึกข้อมูลขนาดพกพา (Flash Drive)**

ที่	รายละเอียด	จำนวน (อัน)
๑	สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีระดับจังหวัด	๙๕๔
๒	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชน จำนวน ๑๑ แห่ง	๑๑
๓	สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรุงเทพมหานคร	๑๐
๔	สำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี	๒๕
	<b>รวม</b>	<b>๑,๐๐๐</b>

โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติม ดังนี้

๑. สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีระดับจังหวัด (อกส.จ.)  
 จำนวน ๗๖ จังหวัด

ที่	รายละเอียด	จังหวัด (อัน)	จำนวนอำเภอ (อำเภอละ ๑ อัน)	รวมจำนวน (อัน)
๑	จังหวัดนนทบุรี	๑	๖	๗
๒	จังหวัดปทุมธานี	๑	๗	๘
๓	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	๑	๑๖	๑๗
๔	จังหวัดสระบุรี	๑	๑๓	๑๔
๕	จังหวัดชัยนาท	๑	๘	๙
๖	จังหวัดลพบุรี	๑	๑๑	๑๒
๗	จังหวัดสิงห์บุรี	๑	๖	๗
๘	จังหวัดอ่างทอง	๑	๗	๘
๙	จังหวัดฉะเชิงเทรา	๑	๑๑	๑๒
๑๐	จังหวัดนครนายก	๑	๔	๕
๑๑	จังหวัดปราจีนบุรี	๑	๗	๘
๑๒	จังหวัดสมุทรปราการ	๑	๖	๗
๑๓	จังหวัดสระแก้ว	๑	๙	๑๐
๑๔	จังหวัดกาญจนบุรี	๑	๑๓	๑๔
๑๕	จังหวัดนครปฐม	๑	๗	๘

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 

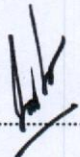
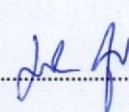
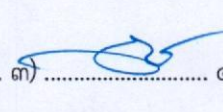


ที่	รายละเอียด	จังหวัด (อัน)	จำนวนอำเภอ (อำเภอละ ๑ อัน)	รวมจำนวน (อัน)
๑๖	จังหวัดราชบุรี	๑	๑๐	๑๑
๑๗	จังหวัดสุพรรณบุรี	๑	๑๐	๑๑
๑๘	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๑	๘	๙
๑๙	จังหวัดเพชรบุรี	๑	๘	๙
๒๐	จังหวัดสมุทรสาคร	๑	๓	๔
๒๑	จังหวัดสมุทรสงคราม	๑	๓	๔
๒๒	จังหวัดชุมพร	๑	๘	๙
๒๓	จังหวัดนครศรีธรรมราช	๑	๒๓	๒๔
๒๔	จังหวัดพัทลุง	๑	๑๑	๑๒
๒๕	จังหวัดสุราษฎร์ธานี	๑	๑๙	๒๐
๒๖	จังหวัดกระบี่	๑	๘	๙
๒๗	จังหวัดตรัง	๑	๑๐	๑๑
๒๘	จังหวัดพังงา	๑	๘	๙
๒๙	จังหวัดภูเก็ต	๑	๓	๔
๓๐	จังหวัดระนอง	๑	๕	๖
๓๑	จังหวัดสงขลา	๑	๑๖	๑๗
๓๒	จังหวัดสตูล	๑	๗	๘
๓๓	จังหวัดปัตตานี	๑	๑๒	๑๓
๓๔	จังหวัดยะลา	๑	๘	๙
๓๕	จังหวัดนราธิวาส	๑	๑๓	๑๔
๓๖	จังหวัดจันทบุรี	๑	๑๐	๑๐
๓๗	จังหวัดชลบุรี	๑	๑๑	๑๑
๓๘	จังหวัดตราด	๑	๗	๗
๓๙	จังหวัดระยอง	๑	๘	๘
๔๐	จังหวัดเลย	๑	๑๔	๑๔
๔๑	จังหวัดหนองคาย	๑	๙	๙
๔๒	จังหวัดบึงกาฬ	๑	๘	๘
๔๓	จังหวัดหนองบัวลำภู	๑	๖	๖
๔๔	จังหวัดอุดรธานี	๑	๒๐	๒๐
๔๕	จังหวัดนครพนม	๑	๑๒	๑๒

๑) ..... ๒) ..... ๓) ..... ๔) P. Sani .....



ที่	รายละเอียด	จังหวัด (อัน)	จำนวน อำเภอ	รวมจำนวน (อัน)
๔๖	จังหวัดมุกดาหาร	๑	๗	๗
๔๗	จังหวัดสกลนคร	๑	๑๘	๑๘
๔๘	จังหวัดกาฬสินธุ์	๑	๑๘	๑๘
๔๙	จังหวัดขอนแก่น	๑	๒๖	๒๖
๕๐	จังหวัดมหาสารคาม	๑	๑๓	๑๔
๕๑	จังหวัดร้อยเอ็ด	๑	๒๐	๒๑
๕๒	จังหวัดยโสธร	๑	๙	๑๐
๕๓	จังหวัดศรีสะเกษ	๑	๒๒	๒๓
๕๔	จังหวัดอำนาจเจริญ	๑	๗	๘
๕๕	จังหวัดอุบลราชธานี	๑	๒๕	๒๖
๕๖	จังหวัดชัยภูมิ	๑	๑๖	๑๗
๕๗	จังหวัดนครราชสีมา	๑	๓๒	๓๓
๕๘	จังหวัดบุรีรัมย์	๑	๒๓	๒๔
๕๙	จังหวัดสุรินทร์	๑	๑๗	๑๘
๖๐	จังหวัดเชียงใหม่	๑	๒๕	๒๖
๖๑	จังหวัดแม่ฮ่องสอน	๑	๗	๘
๖๒	จังหวัดลำปาง	๑	๑๓	๑๔
๖๓	จังหวัดลำพูน	๑	๘	๙
๖๔	เชียงราย	๑	๑๘	๑๙
๖๕	น่าน	๑	๑๕	๑๖
๖๖	พะเยา	๑	๙	๑๐
๖๗	แพร่	๑	๘	๙
๖๘	ตาก	๑	๙	๑๐
๖๙	พิษณุโลก	๑	๙	๑๐
๗๐	เพชรบูรณ์	๑	๑๑	๑๒
๗๑	สุโขทัย	๑	๙	๑๐
๗๒	อุตรดิตถ์	๑	๙	๑๐

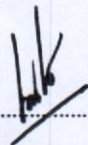
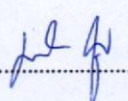

๑)  ๒)  ๓)  ๔) P. Smiti



ที่	รายละเอียด	จังหวัด (อัน)	จำนวน อำเภอ	รวมจำนวน (อัน)
๗๓	กำแพงเพชร	๑	๑๑	๑๒
๗๔	จังหวัดนครสวรรค์	๑	๑๕	๑๖
๗๕	จังหวัดพิจิตร	๑	๑๒	๑๓
๗๖	จังหวัดอุทัยธานี	๑	๘	๙
	รวม	๗๖	๘๗๘	๙๕๔

๒. ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชน จำนวน ๑๑ แห่ง

ที่	รายละเอียด	จำนวน (อัน)
๑	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี	๑
๒	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี	๑
๓	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา	๑
๔	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง	๑
๕	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก	๑
๖	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี	๑
๗	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช	๑
๘	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก	๑
๙	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดสระบุรี	๑
๑๐	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดยะลา	๑
๑๑	ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนจังหวัดชลบุรี	๑
	รวม	๑๑

๑)  ๒)  ๓)  ๔) 