

ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน โครงการเสริมสร้างวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทยสู่คนรุ่นใหม่

๑. หลักการและเหตุผล

ส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกมิติอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้าง ถ่ายทอดองค์ความรู้ และบริหารจัดการวัฒนธรรมที่ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย (Cultural Management) เพื่อสร้างให้เห็นในคุณค่าภูมิปัญญาไทย ก่อเกิดวัฒนธรรมแห่งความภาคภูมิใจ เกิดความนิยมใช้ยอมรับสนับสนุนในงานศิลปหัตถกรรมไทยในกลุ่มคนรุ่นใหม่และสังคมไทยในวงกว้าง

กลไกสำคัญในการสื่อสารสำคัญของโลกยุคปัจจุบัน คือเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันให้ประเทศไทยไปสู่สังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล ทุกภาคส่วนรวมทั้งเครื่องมือการสื่อสารได้ถูกปรับเปลี่ยนตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกนี้ ยิ่งช่วยกระตุ้นและส่งผลให้พฤติกรรมของผู้คนในยุค New Normal เกิดการบริโภคสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น

สศท. มีภารกิจในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของงานศิลปหัตถกรรมไปยังสังคมไทย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมอย่างแพร่หลาย จึงจำเป็นต้องการสร้างการรับรู้และจดจำหน่วยงาน ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลการสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ด้วยความรวดเร็ว ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าและผู้รับสารของ สศท. ไปสู่กลุ่มใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมการบริโภคงานศิลปหัตถกรรมไทย มีทัศนคติที่ดีและเกิดภาพจำของงานศิลปหัตถกรรมไทยที่ทันสมัยและสอดคล้องในการใช้งานในชีวิตประจำวัน เป็นแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่และคนไทยเกิดการสืบสานต่อยอดงานศิลปหัตถกรรมไทยให้คงอยู่คู่สังคมไทยตลอดไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างความตระหนักทุกภาคส่วน และกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการดูแล อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดงานศิลปหัตถกรรมไทย

๒.๒ เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความหลากหลาย สนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมการใช้งานศิลปหัตถกรรมไทยอย่างแพร่หลาย

๒.๓ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารองค์กร สร้างให้เกิดทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการดำเนินงานของ สศท.

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

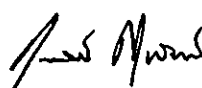
๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง



๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) ณ วันที่ยื่นเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นเสนอราคาครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกัน หรือใกล้เคียงกับงานจ้างครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จแล้ว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่หน่วยงานของรัฐเชื่อถือ โดยจะต้องยื่นหลักฐานสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องในวันที่ยื่นข้อเสนอ

๔. ขอบเขตของงานจ้าง

๔.๑ การวิเคราะห์ แนวทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และแผนการดำเนินงาน

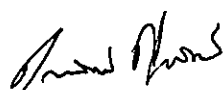
๔.๑.๑ นำเสนอภาพรวมการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และวิเคราะห์ข้อมูลและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน

๔.๑.๒ นำเสนอแคมเปญการสื่อสาร กิจกรรมสร้างสรรค์ การรณรงค์ให้เกิดวัฒนธรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย นำเสนอรูปแบบ สถานที่ถ่ายทำและจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสอดคล้องกับความสนใจของคนรุ่นใหม่

๔.๑.๓ นำเสนอรูปแบบ และแนวทางช่องทางในการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน

๔.๑.๔ นำเสนอแผนการดำเนินงาน แผนการวางแผนสื่อ พร้อมรายละเอียดระยะเวลาในรูปแบบ Timeline

๔.๑.๕ นำเสนอบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้เชี่ยวชาญการวางแผนสื่อดิจิทัล ,นักเขียน , ผู้เชี่ยวชาญการผลิต Digital Content , ช่างภาพ , ช่างวิดีโอ และนักออกแบบคอมพิวเตอร์กราฟิก เป็นต้น







๔.๒ ดำเนินการสร้างสรรค์กิจกรรม

๔.๒.๑ แคมเปญรณรงค์ Online

เพื่อให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม เชิญชวนสังคมนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่งานหัตถศิลป์ไทยและสร้างความนิยมงานศิลปหัตถกรรมให้คนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกระบอกเสียงด้านงานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังสังคมไทย

(๑) สร้างสรรค์แคมเปญรณรงค์ทางสื่อดิจิทัล จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง เพื่อสื่อสารสร้างภาพลักษณ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยเชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์ของผู้คนในปัจจุบัน

(๒) จัดทำแนวคิดแต่ละแคมเปญ และจัดให้มีการถ่ายทำ ภาพหรือวิดีโอ เพื่อโปรโมทแคมเปญทั้ง ๔ ครั้ง เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ไปในช่องทางต่างๆ

(๓) ครีเอท Hashtag (แฮชแท็ก) # สำหรับแคมเปญ และจัดทำ Caption เพื่อสร้างกระแสในออนไลน์และเพิ่มโอกาสในการมองเห็น กำหนดมี Engagement จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ครั้ง

(๔) สร้างการมีส่วนร่วม โดยใช้ Influencer หรือ Micro Influencer จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย อาทิ Deksorkrao , บุคลากรทางการศึกษา , ศิลปิน , TikToker เป็นต้น พร้อมมีการนำเสนอผลงานศิลปหัตถกรรม และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ Influencer เอง และผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สศท.

๔.๒.๒ การสร้างการรับรู้ในกิจกรรมแคมเปญ

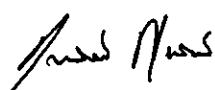
(๑) จัดกิจกรรม Roadshow แคมเปญ โดยการสัญจรไปตามสถาบันการศึกษาในรูปแบบ Troop รณรงค์งานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

- ประสานงานสถาบันการศึกษาเพื่อจัดหาพื้นที่ในการจัดกิจกรรม
- ออกแบบจัดทำและตกแต่งพื้นที่จัดกิจกรรม
- จัดหานักศึกษา หรือนักเรียน หรือบุคลากรทางการศึกษา เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย/ครั้ง
- จัดทำพื้นที่ Photo Booth ถ่ายภาพชุดผ้าไทย หรือการนำเสนอผลงานศิลปหัตถกรรมไทย
- จัดเตรียมระบบ เสียง และอุปกรณ์ประกอบพื้นที่จัดกิจกรรมตามความเหมาะสม
- จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับมอบให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้น/ครั้ง
- จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ รูปแบบการจัดกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการดำเนินงาน

(๒) จัดกิจกรรม Roadshow เพื่อแนะนำแคมเปญรณรงค์ต่อนายกรัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรี ทำเนียบรัฐบาล จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

- จัดทำ Gimmick ให้กับกิจกรรมหรือแคมเปญรณรงค์
- จัดหาเยาวชนคนรุ่นใหม่ หรือบุคคลที่สอดคล้องกับแคมเปญ เพื่อมาเป็นส่วนช่วยสนับสนุนในกิจกรรม
- ประสานงานทำเนียบรัฐบาลเพื่อจัดหาพื้นที่ในการจัดกิจกรรม







- ออกแบบจัดทำและตกแต่งพื้นที่จัดกิจกรรม
- จัดเตรียมระบบ เสียง และอุปกรณ์ประกอบพื้นที่จัดกิจกรรมตามความเหมาะสม จำนวน ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- จัดทำข้อมูลประกอบการจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง อาทิ กำหนดการ ข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูลประกอบผลิตภัณฑ์ที่ไปจัดแสดง หรืออื่นๆ เป็นต้น
- ประสานงานสื่อมวลชนสายทำเนียบรัฐบาลเพื่อเผยแพร่ข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ รูปแบบการจัดกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการดำเนินงาน

(๓) จัดกิจกรรมแสดงความสำเร็จของแคมเปญ ณ สถานที่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง อาทิ ศูนย์การค้าใจกลางเมือง , คอมมูนิตีมอลล์ , พื้นที่รวมตัวของคนรุ่นใหม่ หรืออื่นๆ เป็นต้น

- จัดทำ Gimmick ให้กับกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ Gimmick
- ออกแบบและจัดทำนิทรรศการหรือจุดแสดงภาพจากแคมเปญ เพื่อสร้างสีสันภายในงาน จัดตกแต่งสถานที่ให้เหมาะสม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด ทั้งนี้ ขนาดให้เป็นไปตามความเหมาะสมกับพื้นที่จัดกิจกรรม หรือตามที่ผู้รับผิดชอบโครงการกำหนด
- จัดหาและจัดเตรียมตกแต่งสถานที่สำหรับกิจกรรมสื่อสารสร้างภาพลักษณ์และสร้างเครือข่าย งานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แห่ง อาทิ สถาบันการศึกษา ศูนย์การค้าชั้นนำ คอมมูนิตีมอลล์ หรืออื่นๆ เป็นต้น (นำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา ไม่น้อยกว่า ๓ แห่ง)
- จัดหาผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้ครอบคลุมกลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือนิสิตนักศึกษา หรือกลุ่มที่ชื่นชอบงาน ศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย
- จัดหากลุ่มศิลปิน ดารานักแสดง พิธีกร ที่เป็นคนรุ่นใหม่ และมีฐานผู้ติดตามในสื่อออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย ไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ คน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย
- จัดเตรียมผู้ดำเนินรายการที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย (นำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาไม่น้อยกว่า ๓ ราย)
- จัดเตรียมระบบ แสง สี เสียง และอุปกรณ์ประกอบพื้นที่จัดกิจกรรมพร้อมผู้ควบคุม ตามความเหมาะสม
- จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บริหารกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ควบคุมดูแล กิจกรรม เจ้าหน้าที่ประสานงาน เจ้าหน้าที่จุดลงทะเบียน หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย และเจ้าหน้าที่บันทึกภาพ เคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- จัดทำข้อมูลประกอบการจัดกิจกรรม อาทิ กำหนดการ คำกล่าว ข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ประกอบผลิตภัณฑ์ที่ไปจัดแสดง หรืออื่นๆ เป็นต้น

Handwritten signature

Handwritten signature ๔

- ประสานงานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมทำข่าวในกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย อาทิ สื่อโทรทัศน์ , สื่อสิ่งพิมพ์ , สื่อออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- ดำเนินการเผยแพร่ข่าวการจัดกิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ในจำนวนนี้ กำหนดให้เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง
- บริหารจัดการด้านอื่นๆ อาทิ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ รูปแบบการจัดกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการดำเนินงาน

(๓) ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมสร้างสรรค์ในข้อ ๔.๒.๒ หรือตามที่ผู้รับผิดชอบโครงการกำหนด โดยจัดทำเนื้อหาและภาพประกอบเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านเพจ FB ที่คนรุ่นใหม่นิยม และมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๓ การดำเนินงานผ่านสื่อดิจิทัลของ สศท.

ดำเนินการบริหารจัดการช่องทางสื่อดิจิทัลต่างๆ ของ สศท. ได้แก่ Facebook , TikTok , Instagram , Twitter , Line และ YouTube โดยสื่อสารในแต่ละช่องทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

๔.๓.๑ Facebook , Instagram , Line , Twitter

(๑) จัดทำ Digital Content พร้อมภาพประกอบ หรือ Banner จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ครั้ง อาทิ องค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม , ทิศทางในแวดวงงานศิลปหัตถกรรมทั้งในและต่างประเทศ , ข่าวสารการจัดกิจกรรม , วันสำคัญ , การแชร์เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรม หรืออื่นๆ เป็นต้น

(๒) จัดทำกิจกรรมการเล่นเกมส์ส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยตามช่องทางที่เหมาะสม หรือตามช่องทางที่ผู้รับผิดชอบโครงการกำหนด ที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมภาพประกอบ หรือ Banner จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

- จัดหาของที่ระลึกที่เป็นงานศิลปหัตถกรรมไทยจากสมาชิก sacit จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น/ครั้ง
- จัดทำ Digital Content พร้อม Banner เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมเล่นเกมส์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง
- จัดทำ Digital Content พร้อม Banner ประกาศผลผู้ได้รับรางวัล จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง
- ประสานงานและจัดส่งของที่ระลึกให้กับผู้โชคดี จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย/ครั้ง

(๓) ดำเนินการ Boost Post เพิ่มการมองเห็นเนื้อหา Facebook ของ สศท. ในแพลตฟอร์ม Facebook จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

(๔) ดำเนินการ Boost Post เพิ่มการมองเห็นเนื้อหา IG ของ สศท. ในแพลตฟอร์ม Instagram จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง




 ๕

- (๕) ดำเนินการ Boost Post ในแพลตฟอร์ม Line จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง
(๖) ดำเนินการ Boost Post ในแพลตฟอร์ม Twitter จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

ทั้งนี้ รูปแบบหรือกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๓.๒ TikTok

(๑) ออกแบบและจัดทำ Digital Content ในรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง เพื่อส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้นงาน ความยาวชิ้นละไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที

(๒) จัดทำ TikToker บุคคลที่เป็น Micro Influencer ในแพลตฟอร์ม TikTok จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย พร้อมจัดทำเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านช่องทางของบุคคลนั้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง/ราย

(๓) ดำเนินการ Boost Post เพิ่มการมองเห็นเนื้อหา TikTok ของ สศท. ในแพลตฟอร์ม TikTok จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง

ทั้งนี้ รูปแบบต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๓.๓ YouTube

(๑) ออกแบบและจัดทำ Digital Content เพื่อส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย ในรูปแบบวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน

(๒) ดำเนินการ Boost Post เพิ่มการมองเห็นเนื้อหา YouTube ของ สศท. หรือการโฆษณาในแพลตฟอร์ม YouTube จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

ทั้งนี้ รูปแบบต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๔ การสื่อสารผ่านเพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตาม

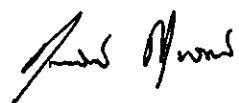
จัดทำข้อมูลเนื้อหา , สกู๊ปข่าว , บทความ หรือการนำเสนอเรื่องราวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือการดำเนินงานของ สศท. และเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ หรือเพจของสำนักข่าวออนไลน์หรือเพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตาม จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง อาทิ The Cloud , Art of , Sanook News , kapok , ใต้เตียงคารา เป็นต้น ทั้งนี้ รูปแบบต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่


๔.๕ การสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล


๔.๕.๑ จัดทำแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาว ๓๐ วินาที ผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลมีเรตติ้งผู้ชมอันดับ ๑-๔ อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๕.๒ นำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ไปเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีเรตติ้งผู้ชมอันดับ ๑ - ๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง พร้อมดำเนินการเรื่องลิขสิทธิ์ก่อนการเผยแพร่ ทั้งนี้ กำหนดให้มีการเข้าถึงข้อมูลรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ Viewer

ทั้งนี้ ช่องทางการเผยแพร่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

 Agus Nugra

 Agus Nugra

 Agus Nugra

๖

๔.๖ การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม

๔.๖.๑ นำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook , Instagram และ Line จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทาง ทั้งนี้ กำหนดให้มีการเข้าถึงจำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๖.๒ นำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาผ่าน YouTube จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ทั้งนี้ กำหนดให้มีการเข้าถึง จำนวนไม่น้อยกว่า ๘,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๖.๓ นำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันด้านความบันเทิง Over-the-Top (OTT) ที่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทาง อาทิ We TV , Viu TV , iQIYI เป็นต้น ทั้งนี้ กำหนดให้มีการเข้าถึง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๖.๔ นำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มประเภท Music streaming จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทาง อาทิ Spotify , Joox เป็นต้น ทั้งนี้ กำหนดให้มีการเข้าถึง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๖.๕ นำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาผ่านแพลตฟอร์ม TikTok จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ทั้งนี้ กำหนดให้มีการเข้าถึง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

ทั้งนี้ ช่องทางการเผยแพร่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๗ บริหารจัดการภาพรวมของสื่อดิจิทัลของ สศท.

๔.๗.๑ ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารบนสื่อดิจิทัลให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

๔.๗.๒ ดำเนินการบริหารจัดการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในแพลตฟอร์ม Facebook , Instagram ของ สศท. ร้อยละ ๒๐ (เทียบกับปี ๒๕๖๕)

๔.๗.๓ ดำเนินการบริหารจัดการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในแพลตฟอร์ม TikTok ของ สศท. ร้อยละ ๑๐ (เทียบกับปี ๒๕๖๕)

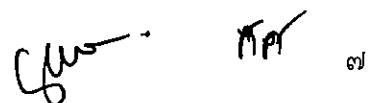
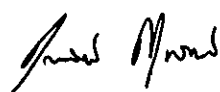
๔.๗.๔ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย หรืออื่นๆ ในการบริหารจัดการในช่องทางสื่อดิจิทัลของ สศท. และในกรณีเกิด (Crisis Management) ต้องหาแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ และรับมือในกรณีเกิดผลกระทบเชิงลบ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน

๔.๗.๕ การสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย

(๑) ออกแบบและจัดทำแบบสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยของกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ

(๒) ดำเนินการสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ในรูปแบบออนไลน์ หรือออฟไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

(๓) ดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลการสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ทั้งนี้ กำหนดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐



๔.๘ สรุปผลการดำเนินงาน

๔.๘.๑ ดำเนินการรวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลาโครงการ (Data Analytics) โดยมีรายละเอียดครอบคลุมช่องทางการสื่อสารทางช่องทางสื่อดิจิทัล พร้อมข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนาการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อไป

๔.๘.๒ การสรุปผลช่องทางสื่อดิจิทัล

(๑) จำนวนผู้ติดตามของแพลตฟอร์มหลักของ สศท. ได้แก่ Facebook , Instagram และ TikTok

(๒) จำนวนรูปแบบที่มีการเผยแพร่งานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสื่อดิจิทัลกระจายในทุกช่องทาง

(๓) จำนวนการเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารบนสื่อดิจิทัล ของ สศท.

(๔) สรุปผลการจัดทำ Digital Content ในทุกช่องทาง

(๕) สรุปผลการเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัล อาทิ Engagement , View , Reach , Impression หรือตามที่ผู้รับผิดชอบโครงการกำหนด

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

๕.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ทั้งหมด ให้แก่ผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน (ผู้รับผิดชอบโครงการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับรายละเอียดที่ผู้รับจ้างเสนอได้ตามความเหมาะสม)

๕.๒ เมื่อผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบแผนการดำเนินงานแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องลงมือดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นไปตามรายละเอียดต่างๆ ตามข้อกำหนด

๕.๓ ในการดำเนินงานตามรายละเอียดข้อ ๔ ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานได้ รวมทั้งอาจมีการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรค ฯลฯ โดยการจัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมทั้งนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๖

๗. งบประมาณ

วงเงิน ๙,๐๐๐,๐๐๐ บาท (เก้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๘. การส่งมอบงาน

๘.๑ งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท. โดยจัดส่งแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด



๘.๒ งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานและรายงานความคืบหน้าในการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

(๑) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๑

(๒) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ ๔.๕

(๓) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ ๔.๖

ทั้งนี้ ให้จัดทำในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด โดยกำหนดส่งมอบงาน ภายใน ๑๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท.

๘.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามข้อ ๔.๒ - ๔.๗ ให้แล้วเสร็จ และจัดทำสรุปผลในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด และส่งมอบงาน ภายในวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๖ ณ ที่ทำการของ สศท.

๙. การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง

๙.๑ งวดที่ ๑ เบิกจ่ายร้อยละ ๒๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ ตามข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๙.๒ งวดที่ ๒ เบิกจ่ายร้อยละ ๔๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ ตามข้อ ๘.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๙.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) เบิกจ่ายร้อยละ ๔๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ ๓ ตามข้อ ๘.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับ โดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้วเป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือ ด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม อันเป็นความรับผิดชอบของฝ่ายผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการซ่อมแซมแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ดีดั้งเดิมให้แก่ผู้ว่าจ้าง ให้เรียบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

๑๑. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท



นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้าย หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้ จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่ใช่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับและค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา ต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

๑๒. คำรับรอง

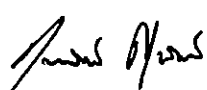
ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดโครงการเสริมสร้างวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทยสู่คนรุ่นใหม่ ตามสัญญานี้ทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลโครงการเสริมสร้างวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทยสู่คนรุ่นใหม่ และงานอื่นๆ ตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่นอันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

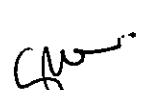
ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญานี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างไร้ เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้นั้น ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหายค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐจะต้องใช้พัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น





๑๐

๑๕. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

๑๕.๑ นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารภาพลักษณ์และจัดการวัฒนธรรมศิลปหัตถกรรม

๑๕.๒ นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

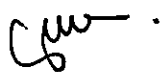
๑๕.๓ นายดุลยวิทย์ ศุขรัตน์ เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายสร้างสรรค์สื่อ

ผู้กำหนดรายละเอียด



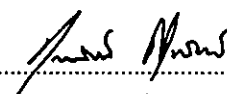
.....
(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



.....
(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



.....
(นายดุลยวิทย์ ศุขรัตน์)

กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
โครงการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทยสู่สังคม

๑. สศท. จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคา หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สศท. จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค
๒. ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนองานจ้างครั้งนี้ สศท. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค)
๓. ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สศท. จะใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นตาม พรบ.การจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๕ (๑) โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ ดังนี้
 - ๓.๑ ราคาที่เสนอ (Price) เป็นตัวแปรหลักบังคับ ร้อยละ ๓๐
 - ๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ร้อยละ ๗๐

โดย สศท. จะพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อ สศท. สูงสุด โดยพิจารณาจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม
๑. การนำเสนอแนวคิด กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่มีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามกรอบของระยะเวลา	๕ คะแนน
๒. กิจกรรมสร้างสรรค์ <ol style="list-style-type: none"> ๒.๑ กิจกรรมมีแนวคิด กิมมิก รูปแบบการนำเสนอ แคมเปญรณรงค์ออนไลน์ มีความน่าสนใจ มีจุดดึงดูดและความคิดสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างให้เกิดกระแสการพูด และการแชร์ต่อ (๑๐ คะแนน) ๒.๒ กิจกรรม Roadshow และ Event ในการสื่อสาร แคมเปญและความสำเร็จแคมเปญ มีความน่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย (๑๐ คะแนน) ๒.๓ ประชาสัมพันธ์แคมเปญ ในช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เป็นสื่อที่คนรุ่นใหม่นิยมและมีประเด็นการสื่อสารที่น่าสนใจ การคัดเลือก influencer หรือ Micro influencer มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและสร้างการมีส่วนร่วมได้ (๕ คะแนน) 	๒๕ คะแนน
๓. การสื่อสารผ่านช่องทางของ สศท. <ol style="list-style-type: none"> ๓.๑ แนวคิดรูปแบบ Artwork และประเด็นการสื่อสารในการทำ Digital Content มีความน่าสนใจ ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ให้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมไทย (๑๐ คะแนน) ๓.๒ คุณภาพของการเข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสศท. ตรงกลุ่มเป้าหมาย และมีจำนวนการเข้าถึงที่ครอบคลุมได้อย่างกว้างขวาง (๑๐ คะแนน) 	๒๐ คะแนน
๔. การสื่อสารผ่านสื่ออื่นๆ <ol style="list-style-type: none"> ๔.๑ เพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตาม มีการนำเสนอแนวคิดประเด็นการสื่อสาร มีความน่าสนใจ เข้าถึงคนรุ่นใหม่ ช่องทางการสื่อสารเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (๑๐ คะแนน) 	๒๐ คะแนน

[Signature]

[Signature]

๔.๒ สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล มีการนำเสนอช่วงเวลาความถี่คุณภาพของรายการหรือช่องที่เหมาะสม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง (๑๐ คะแนน)	
๕.การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม ๕.๑ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Facebook , Instagram และ Line (๕ คะแนน) ๕.๒รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน youtube (๕ คะแนน) ๕.๓ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Over-the-Top (OTT) (๕ คะแนน) ๕.๔ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Music Streaming (๕ คะแนน) ๕.๕ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน tiktok (๕ คะแนน)	๒๕ คะแนน
๖. ความพร้อมของทีมงาน ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงาน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้มั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ งานจ้างที่สศท. กำหนด มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารดิจิทัล หรือ งานประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๕ คะแนน
รวม	๑๐๐ คะแนน

หมายเหตุ : สศท. จะนำคะแนนทั้ง ๒ ตัวแปรหลักมาคำนวณเป็นร้อยละ เพื่อพิจารณาผลต่อไป

๔. ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคต่อ สศท. ณ สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) ทั้งนี้ ตามวันเวลาที่ สศท. กำหนด

๔.๑ ให้ความเวลาในการนำเสนอ ๓๐ นาที และคณะกรรมการซักถาม ๑๐ นาที

๔.๒ สศท. จะจัดเตรียมเครื่องฉายภาพ (Projector) และจอภาพให้

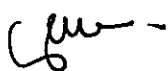
๕. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ สศท. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกวงค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค



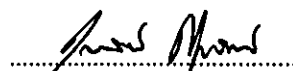
(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



(นายดุลยวิทย์ สุขรัตน์)

กรรมการและเลขานุการ

วิธีการประเมิน และการให้คะแนน ตามข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา

๑. การนำเสนอแนวคิด กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่มีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามกรอบของระยะเวลา (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ มีแผนการดำเนินงานครบถ้วน ครอบคลุมทุกกิจกรรม แผนการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาและวัตถุประสงค์การดำเนินงาน ทำให้เห็นภาพรวมในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน และมั่นใจได้ว่าเป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด	๕ คะแนน
๒. นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์ในการสื่อสารที่มีข้อบกพร่องบางจุด หรือไม่ครอบคลุมการดำเนินงาน ทำให้ภาพรวมการดำเนินงานไม่ชัดเจนเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. นำเสนอแนวคิด กลยุทธ์ในการสื่อสาร และแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน ไม่ครอบคลุมทุกกิจกรรม หรือแผนการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบระยะเวลาที่กำหนด ทำให้ไม่มั่นใจว่าจะดำเนินงานได้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด	๑ คะแนน

๒. กิจกรรมสร้างสรรค์ (๒๕ คะแนน)

๒.๑ กิจกรรมมีแนวคิด กิมมิก รูปแบบการนำเสนอ แคมเปญรณรงค์ออนไลน์ มีความน่าสนใจ มีจุดดึงดูดและความคิดสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างให้เกิดกระแสการพูดและการแชร์ต่อ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. รูปแบบกิจกรรมมีแนวคิด กิมมิก รูปแบบการนำเสนอ แคมเปญรณรงค์ออนไลน์ มีความน่าสนใจ มีจุดดึงดูดและความคิดสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างให้เกิดกระแสการพูดและการแชร์ต่อ ในภาพรวมสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. รูปแบบกิจกรรมมีแนวคิด กิมมิก รูปแบบการนำเสนอ แคมเปญรณรงค์ออนไลน์ มีความน่าสนใจ มีจุดดึงดูดและความคิดสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างให้เกิดกระแสการพูดและการแชร์ต่อ ในภาพรวมสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดี	๗ คะแนน
๓. รูปแบบกิจกรรมมีแนวคิด กิมมิก รูปแบบการนำเสนอ แคมเปญรณรงค์ออนไลน์ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาสนใจได้ มีความไม่สมบูรณ์หรือจุดบกพร่อง ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. รูปแบบกิจกรรมมีแนวคิด กิมมิก รูปแบบการนำเสนอ แคมเปญรณรงค์ออนไลน์ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ขาดความคิดสร้างสรรค์ ขาดความโดดเด่น ไม่แน่ใจว่าจะสร้างให้เกิดการพูดถึงหรือแชร์ต่อได้ ไม่สามารถดึงดูด	๑ คะแนน

Signature

Signature

Signature

กลุ่มเป้าหมายให้มาร่วมกิจกรรมได้ ในภาพรวมไม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับน้อยที่สุด	
---	--

๒.๒ กิจกรรม Roadshow และ Event ในการสื่อสาร แคมเปญและความสำเร็จแคมเปญ มีความน่าสนใจ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. กิจกรรม Roadshow และ Event ในการสื่อสาร แคมเปญและความสำเร็จแคมเปญ มีความน่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างให้เกิดกระแสการพูดและการแชร์ต่อ ในภาพรวมสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. กิจกรรม Roadshow และ Event ในการสื่อสาร แคมเปญและความสำเร็จแคมเปญ มีความน่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ในระดับรองลงมา สร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างให้เกิดกระแสการพูดและการแชร์ต่อ ในภาพรวมสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดี	๗ คะแนน
๓. กิจกรรม Roadshow และ Event ในการสื่อสาร แคมเปญและความสำเร็จแคมเปญ ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ไม่มั่นใจว่าจะดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมได้เท่าที่ควร ไม่แน่ใจว่าจะสามารถสร้างกระแสให้เกิดการแชร์ต่อได้ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. กิจกรรม Roadshow และ Event ในการสื่อสาร แคมเปญและความสำเร็จแคมเปญไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ขาดความคิดสร้างสรรค์ ไม่โดดเด่น ไม่อาจชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมได้ พิจารณาแล้วไม่สามารถสร้างกระแสและเกิดการแชร์ต่อได้ ไม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับน้อยที่สุด	๑ คะแนน

๒.๓ ประชาสัมพันธ์แคมเปญ ในช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เป็นสื่อที่คนรุ่นใหม่นิยมและมีประเด็นการสื่อสารที่น่าสนใจ การคัดเลือก influencer หรือ Micro influencer มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและสร้างการมีส่วนร่วมได้ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอชื่อ Influencer หรือ Micro Influencer ในกิจกรรมแคมเปญ รณรงค์ Online ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อกิจกรรมได้ในระดับดี สามารถประชาสัมพันธ์แคมเปญได้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดี มั่นใจได้ว่าจะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้ดี	๕ คะแนน
๒. นำเสนอชื่อ Influencer หรือ Micro Influencer ในกิจกรรมแคมเปญ รณรงค์ Online ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อกิจกรรมได้ในระดับปานกลาง การประชาสัมพันธ์แคมเปญอาจไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควรในระดับพอใช้ สร้างการมีส่วนร่วมในระดับรองลงมา	๓ คะแนน
๓. นำเสนอชื่อ Influencer หรือ Micro Influencer ในกิจกรรมแคมเปญ รณรงค์ Online ที่ไม่เป็นที่รู้จักในสังคมออนไลน์เท่าที่ควร อาจไม่ส่งเสริมต่อ	๑ คะแนน

Amal Puns

Gu.

AK ๑๕

ภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทย การประชาสัมพันธ์แคมเปญไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้	
--	--

๓. การสื่อสารผ่านช่องทางของ สศท. (๒๐ คะแนน)

๓.๑ แนวคิดรูปแบบ Artwork และประเด็นการสื่อสารในการทำ Digital Content มีความน่าสนใจ ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ให้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมไทย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. แนวคิดรูปแบบ Artwork สวยงาม ทันสมัย และประเด็นการสื่อสารในการทำ Digital Content มีความน่าสนใจ ทันท่วงที กระแสเหตุการณ์ในสังคม ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ให้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมไทยสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. แนวคิดรูปแบบ Artwork สวยงามรองลงมา และประเด็นการสื่อสารในการทำ Digital Content มีความน่าสนใจ ได้ดีพอควร ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ให้สนใจในงานศิลปหัตถกรรมไทยสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดี	๗ คะแนน
๓. แนวคิดรูปแบบ Artwork และประเด็นการสื่อสารในการทำ Digital Content ในระดับพอใช้ ขาดองค์ประกอบบางจุดที่ไม่สมบูรณ์ ไม่ชัดเจน ไม่สามารถเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมกับกระแสสังคมได้เท่าที่ควร	๔ คะแนน
๔. แนวคิดรูปแบบ Artwork และประเด็นการสื่อสารในการทำ Digital Content ที่ไม่โดดเด่น องค์ประกอบในภาพรวมไม่สอดคล้องกัน ไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ ขาดความสมบูรณ์ในเนื้อหา และมีข้อบกพร่องที่มองเห็นได้ชัด	๑ คะแนน

๓.๒ คุณภาพของการเข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสศท. ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีจำนวนการเข้าถึงที่ครอบคลุมได้อย่างกว้างขวาง (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. คุณภาพของการเข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสศท. ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีจำนวนการเข้าถึงที่ครอบคลุมได้อย่างกว้างขวาง มีความครบถ้วนทุกช่องทาง รูปแบบมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม พิจารณาแล้วน่าจะโดนใจกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. คุณภาพของการเข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสศท. ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีจำนวนการเข้าถึงที่ครอบคลุมได้ในระดับดีรองลงมา แต่มีความครบถ้วนทุกช่องทาง รูปแบบมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม พิจารณาแล้วน่าจะโดนใจกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดี	๗ คะแนน
๓. คุณภาพของการเข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสศท. ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีจำนวนการเข้าถึงที่ครอบคลุมได้ในระดับพอใช้ นำเสนอไม่ครบทุกช่องทาง รูปแบบขาดน่าสนใจ พิจารณาแล้วน่าจะโดนใจกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. คุณภาพของการเข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสศท. ตรงกลุ่มเป้าหมายและมี	๑ คะแนน

[Signature]

[Signature]

ศศท ๑๖

จำนวนการเข้าถึงที่ครอบคลุมได้ในระดับน้อย นำเสนอไม่ครบทุกช่องทาง รูปแบบขาดน่าสนใจ ไม่ทันสมัย พิจารณาแล้วไม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์งาน ศิลปหัตถกรรมไทยได้	
---	--

๔. การสื่อสารผ่านสื่ออื่นๆ (๒๐ คะแนน)

๔.๑ เพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตาม มีการนำเสนอแนวคิดประเด็นการสื่อสาร มีความน่าสนใจ เข้าถึงคนรุ่นใหม่
ช่องทางการสื่อสารเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านเพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตาม มีความ เหมาะสม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กิจกรรมได้ในระดับดีมาก โดยรวมจำนวนที่มีผู้ติดตามมากที่สุด	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านเพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตาม มีความ เหมาะสม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กิจกรรมได้ในระดับดี โดยรวมจำนวนที่มีผู้ติดตามในระดับรองลงมา	๗ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านเพจที่มีคนรุ่นใหม่ติดตามที่เป็นที่รู้จักใน กลุ่มคนทั่วไป ไม่โดดเด่น สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อกิจกรรมได้ในระดับ พอใช้ โดยรวมจำนวนที่มีผู้ติดตามในระดับน้อย	๔ คะแนน
๔. นำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านเพจที่ไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร อาจไม่ สามารถส่งเสริมต่อภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ โดยรวมจำนวนที่มี ผู้ติดตามในระดับน้อยที่สุด	๑ คะแนน

๔.๒ สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล มีการนำเสนอช่วงเวลาความถี่คุณภาพของรายการหรือช่องที่เหมาะสม และเข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา ที่มีเรตติ้งผู้ชมอยู่ใน อันดับ ๑-๔ อย่างมีประสิทธิภาพ มีผู้ดำเนินรายการที่เป็นที่นิยม เป็นรายการที่มี ชื่อเสียง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ความถี่ในการเผยแพร่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา ที่มีเรตติ้งผู้ชมอยู่ใน อันดับ ๑-๔ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอสมควร ผู้ดำเนินรายการเป็นที่นิยม ในระดับรองลงมา ความถี่ในการเผยแพร่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับ กรอบระยะเวลาในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา ที่มีเรตติ้งผู้ชมอยู่ใน อันดับ ๑-๔ ความถี่ในการเผยแพร่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกรอบ ระยะเวลาในระดับพอใช้ พิจารณาแล้วไม่แน่ใจว่าตรงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่	๔ คะแนน
๔. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา หรือที่ไม่ได้อยู่เรตติ้ง ผู้ชมในอันดับ ๑-๔ และความถี่ในการเผยแพร่ไม่สอดคล้องกับกรอบระยะเวลา หรือไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย	๑ คะแนน

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

๕.การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม (๒๕ คะแนน)

๕.๑ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Facebook , Instagram และ Line (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook , Instagram และ Line โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดี	๕ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook , Instagram และ Line โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook , Instagram และ Line โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องบ้างไม่สอดคล้องบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เนื้อหาที่เผยแพร่ไปยังคนรุ่นใหม่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๕.๒ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Youtube (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Youtube โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุ หรือสถานะอื่นๆ ที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่เผยแพร่ไปยังคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดี	๕ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Youtube โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุ หรือสถานะอื่นๆ ที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่เผยแพร่ไปยังคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Youtube โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุ หรือสถานะอื่นๆ ที่สอดคล้องบ้างไม่สอดคล้องบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เนื้อหาที่เผยแพร่ไปยังคนรุ่นใหม่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	๑ คะแนน

Handwritten signature

Handwritten signature

๕.๓ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Over-the-Top (OTT) (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Over-the-Top (OTT) เป็นช่วงเวลาที่เป็นที่นิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้การเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพในระดับดี	๕ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Over-the-Top (OTT) เป็นช่วงเวลาที่เป็นที่นิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้การเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Over-the-Top (OTT) เป็นช่วงเวลาที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หรือช่วงเวลาที่ไม่เป็นที่นิยม ส่งผลให้การเผยแพร่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๕.๔ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน Music Streaming (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Music Streaming ในช่วงเวลาที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดี	๕ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Music Streaming ในช่วงเวลาที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน Music Streaming ในช่วงเวลาที่อาจไม่เหมาะกับไลฟ์สไตล์ และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารในระดับน้อย	๑ คะแนน

๕.๕ รูปแบบความถี่และคุณภาพของช่องทางการสื่อสารผ่าน tiktok (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook , Instagram และ Line โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และการสื่อสารงานศิลปวัฒนธรรมไทยไปยังคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดี	๕ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำสื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook ,	๓ คะแนน

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Instagram และ Line โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังคนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	
๓. นำเสนอช่องทางและรูปแบบของการนำเสนอประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา Facebook , Instagram และ Line โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรืออื่นๆ ที่สอดคล้องบ้างไม่สอดคล้องบ้าง ซึ่งอาจส่งผลให้เนื้อหาที่เผยแพร่ไปยังคนรุ่นใหม่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๖. ความพร้อมของทีมงาน (๕ คะแนน)

ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงาน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้มั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ งานจ้างที่ สศท. กำหนด มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารดิจิทัล หรือ งานประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน ผลงานโดดเด่น มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับดีมากสามารถปฏิบัติงานได้จริง มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอมีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารดิจิทัล หรือ งานประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ที่จะสามารถตอบสนองและบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องสร้างความมั่นใจได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในระดับดีมาก	๕ คะแนน
ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับพอใช้ มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอ มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในด้านการสื่อสารดิจิทัล หรือ งานประชาสัมพันธ์ออนไลน์ พอสมควร ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องสร้างความมั่นใจได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในระดับดีพอสมควร	๓ คะแนน
ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับพอใช้ ไม่เห็นผลงานด้านประชาสัมพันธ์ออนไลน์แบบเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๑ คะแนน

Paul Huan

Gun

PA