

ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน โครงการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทยสู่สังคม

๑. หลักการและเหตุผล

ภารกิจของสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) (สศท.) หรือ sacit ในการสืบสานสร้างสรรค์ และส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกมิติอย่างยั่งยืนนั้น การสร้างภาพลักษณ์และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ในภารกิจดำเนินงานของ สศท. จึงจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังสาธารณชนวงกว้าง โดยเฉพาะการสื่อสารไปยังสื่อมวลชน เพื่อให้องค์กรเป็นผู้นำและเป็นหน่วยงานที่สื่อสารหลัก (Spokesperson) ในวงการศิลปหัตถกรรมของประเทศ สื่อมวลชนเป็นช่องทางสำคัญในการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบทบาทการดำเนินงานขององค์กร จึงจัดกิจกรรมที่มีสื่อมวลชนเข้ามามีส่วนร่วม ได้ลงพื้นที่ไปเห็นการดำเนินงานอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะทำให้สื่อมวลชนเองสามารถเข้าใจ ประทับใจและซึมซับ กระบวนการและคุณค่าที่ สศท. ต้องการสื่อสาร จึงทำให้สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของการนำเสนอไปยังประชาชนได้อย่างเข้าถึง และลึกซึ้ง เป็นสื่อกลางและกระบอกเสียงให้องค์กรในการนำข้อมูลข่าวสารมาเผยแพร่ต่อผู้คนในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากการเผยแพร่บทบาทการดำเนินงานของ สศท. จะมีความสำคัญแล้ว การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ตั้งขององค์กรจึงมีความสำคัญ เพราะจะเป็นการประชาสัมพันธ์เชื้อเชิญให้มาเยี่ยมชมและรู้จักองค์กรมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์สำคัญคือการสื่อสารผ่านสื่อประเภท Ambient Media โดยเฉพาะไปที่ท้องถิ่น (Local Media) จ.พระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะในสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ซึ่งผู้คนและนักท่องเที่ยวใช้บริการหรือเยี่ยมชมจำนวนมาก

นอกจากนี้ยังมีสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะประเภทอื่นๆ ทั้งสื่อสิ่งของ และสื่อประเภท Out of Home ในรูปแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในแต่ละช่องทาง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างให้สังคมไทยเกิดทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย เผยแพร่การดำเนินงานขององค์กรให้เป็นที่รับรู้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังช่วยกระตุ้นจิตสำนึกให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจ มีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมและทัศนคติที่ดีในการบริโภคนงานศิลปหัตถกรรมไทยเพิ่มมากขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างความตระหนักให้ทุกภาคส่วน และกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการดูแล อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดงานศิลปหัตถกรรมไทย

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก สร้างการรับรู้บทบาทการดำเนินงานของ สศท. ให้เป็นที่รู้จัก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย

๒.๓ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับสื่อภายนอก

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

กท

กท

กท

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 การจัดทำแผนงาน วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทยสู่สังคม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ เข้าใจในบทบาทการดำเนินงานของ สศท. ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ในคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยและงานศิลปหัตถกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

๔.๑.๑ แผนการดำเนินงาน แสดงเป็น Timeline

๔.๑.๒ แนวคิด รูปแบบและวิธีการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท

๔.๑.๓ กลยุทธ์การสื่อสาร

๔.๑.๔ แผนงานด้านบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะสนับสนุนให้การดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย ตัวอย่างผลงาน อาทิ ด้านงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ , ด้านงานเขียนเพื่อทำสื่อโฆษณา , ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ , ด้านการวางแผนสื่อ ด้านการออกแบบกราฟิก เป็นต้น

ศท

ศท

And And

๔.๒ สื่อสารผ่านช่องทาง Traditional Media และ Online

๔.๒.๑ จัดทำข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานหรือกิจกรรมของ สศท. เป็นเนื้อหา ข่าว หรือภาพนิ่ง หรือ ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพประกอบ รวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ หรือ สื่ออื่นๆ รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ครั้ง

๔.๒.๒ จัดทำข่าวสารบทบาทภารกิจ หรือกิจกรรมของ สศท. เผยแพร่ผ่านทางหน้า ๑ ของหนังสือพิมพ์ชั้นนำ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

๔.๒.๓ จัดทำสื่อบทสัมภาษณ์ การดำเนินงานขององค์กร หรือ สัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

๔.๒.๔ จัดทำสำนักข่าวออนไลน์ เพื่อมา Live หรือเผยแพร่ข่าวการกิจกรรมหรือการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ สศท. ผ่านโซเชียลมีเดียของสำนักข่าวออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

๔.๒.๕ จัดทำข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปวัฒนธรรมไทย หรือการดำเนินงานของ สศท. และนำไปเผยแพร่ในรูปแบบสื่อบทสัมภาษณ์ หรือบทความ หรือภาพข่าว ผ่านทางเพจของสำนักข่าวออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ ราย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

๔.๓ สื่อสารผ่านกิจกรรม Media Relation

๔.๓.๑ ดำเนินงานจัดกิจกรรมแถลงข่าว (Press Conference) เผยแพร่บทบาทภารกิจดำเนินงานของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง มีสื่อมวลชนเข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย

- (๑) จัดหาสถานที่จัดกิจกรรมที่มีความเหมาะสม มีความสะดวกต่อการเดินทาง จำนวน ๑ สถานที่ (โดยบริษัทฯ ต้องนำเสนอ ๓ สถานที่ ให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาคัดเลือก)
- (๒) ดำเนินการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบสำหรับการจัดกิจกรรมแถลงข่าวให้มีความน่าสนใจ
- (๓) จัดหาผู้ดำเนินรายการที่สามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา (ไทยและอังกฤษ) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- (๔) จัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรม อาทิ การตกแต่งสถานที่ ระบบแสง สี เสียง ที่มีคุณภาพ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุม
- (๕) จัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่ม และอื่นๆ ให้เพียงพอและเหมาะสมกับสถานที่และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด
- (๖) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนและแขกที่มาร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น
- (๗) จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมจัดทำเอกสารประกอบ Press Kit อาทิ กำหนดการ Press Release คำกล่าวต่างๆ และอื่นๆ เป็นต้น
- (๘) จัดเตรียมจุดลงทะเบียนแขกเข้าร่วมงานและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด พร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย
- (๙) ประสานงานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ , สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ สื่อ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ จัดเตรียมรถรับ-ส่ง หรืออื่นๆ เป็นต้น
- (๑๐) ดำเนินการเผยแพร่ข่าวกิจกรรมงานแถลงข่าวผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง , สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง

ศศ

Law

Shirley Huns

(๑๑) ดำเนินการ Live กิจกรรมแถลงข่าว ด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพทั้งภาพและเสียง ผ่านช่องทาง Facebook ของ sacit จำนวน ๑ ครั้ง

(๑๒) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย และภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย

(๑๓) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงานทั้งหมด

๔.๓.๒ ดำเนินงานจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง มีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมกันไม่น้อยกว่า ๔๐ ราย ในจำนวนนี้ต้องมีสื่อโทรทัศน์เข้าร่วมรวมกันไม่น้อยกว่า ๖ สื่อ และเผยแพร่กิจกรรมผ่านทางสื่อโทรทัศน์ รวมกันไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง ทั้งนี้ กำหนดให้มีผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สศท. เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๘ ราย/ครั้ง

(๑) ดำเนินการสร้างสรรค์เนื้อหา รูปแบบ และคัดเลือกสถานที่ในกลุ่มสมาชิก sacit เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรม Press Tour ที่มีความสอดคล้องกับบทบาทการดำเนินงานของ สศท.

(๒) ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและเตรียมสถานที่ ประสานงานบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเตรียมความพร้อม (Survey) ก่อนการจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

(๓) ประสานงานการเตรียมงานในพื้นที่ที่เดินทางไปในการจัดกิจกรรมฯ และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางและการดำเนินงาน อาทิเช่น ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเดินทาง การตกแต่ง อาหารว่างและเครื่องดื่ม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ของสื่อมวลชน เจ้าหน้าที่ สศท. และผู้เกี่ยวข้อง

(๔) จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมจัดทำเอกสารประกอบ Press Kit และการลงทะเบียน กำหนดการ Press Release คำกล่าวต่างๆ หรือเนื้อหาการนำเสนอของวิทยากรและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

(๕) ประสานงานเชิญและดูแลสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม โดยกำหนดให้มีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมกันไม่น้อยกว่า ๔๐ ราย ในจำนวนนี้ต้องมีสื่อโทรทัศน์เข้าร่วมรวมกันไม่น้อยกว่า ๖ สื่อ

(๖) เผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง , สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๔ ครั้ง

(๗) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับมอบให้กับกลุ่มผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมในการเข้าเยี่ยมชม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้น หรือให้เพียงพอดำเนินกิจกรรมที่กำหนด


(๘) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนที่ร่วมกิจกรรม รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น

(๙) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

(๑๐) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงานทั้งหมด

๔.๓.๓ ดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในโอกาสพิเศษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง อาทิเช่น การนำเจ้าหน้าที่ สศท. เข้าร่วมบันทึกเทปถวายพระพรในโอกาสสำคัญต่างๆ หรือ การเข้าร่วมแสดงความยินดีกับสำนักข่าวในกิจกรรมต่างๆ หรืออื่นๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อาทิเช่น การจัดเตรียมรถรับ-ส่ง หรือการจัดเตรียมของที่ระลึกต่างๆ เป็นต้น



๔.๔ สื่อสารผ่านสื่อสิ่งของ.

จัดทำสื่อสิ่งของในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และคุณค่าในงานศิลปหัตถกรรมไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์การดำเนินงานตามภารกิจของ สศท. ที่เป็นการสนับสนุน ครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือทายาทช่างศิลปหัตถกรรม หรือชุมชนผู้ผลิตงานหัตถกรรม แบ่งเป็น ๒ รูปแบบ ได้แก่

๔.๔.๑ ชุดของที่ระลึกสำหรับมอบให้บุคคลทั่วไป สื่อมวลชน หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- (๑) นำเสนอรูปแบบชุดของที่ระลึกสำหรับมอบให้บุคคลทั่วไป สื่อมวลชน หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมบรรจุภัณฑ์ ให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ เพื่อคัดเลือกจำนวน ๑ รูปแบบ
- (๒) จัดทำชุดของที่ระลึกสำหรับมอบให้บุคคลทั่วไป สื่อมวลชน หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมบรรจุภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด

๔.๔.๒ ชุดของที่ระลึกสำหรับระดับผู้บริหาร

- (๑) นำเสนอรูปแบบชุดของที่ระลึกสำหรับระดับผู้บริหาร พร้อมบรรจุภัณฑ์ ให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ เพื่อคัดเลือกจำนวน ๑ รูปแบบ
- (๒) จัดทำชุดของที่ระลึกสำหรับระดับผู้บริหาร พร้อมบรรจุภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด

๔.๕ สื่อสารผ่าน Ambient Media ในท้องถิ่น

การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรและสถานที่ตั้งของ สศท. เพื่อประชาสัมพันธ์เชื้อเชิญให้มาเยี่ยมชมและรู้จักองค์กร ได้แก่

๔.๕.๑ นำเสนอสื่อ Ambient Media ในท้องถิ่น จ.พระนครศรีอยุธยา ใน ๕ ช่องทางการสื่อสาร ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

๔.๕.๒ ออกแบบและจัดทำ Artwork จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ รูปแบบให้สวยงามและเหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท สามารถดึงดูดสายตาและความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี

๔.๕.๓ ผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อ Ambient Media ในท้องถิ่น จ.พระนครศรีอยุธยา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทาง โดยแต่ละช่องทางมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน

๔.๖ การเผยแพร่วิถีทัศน์ของ สศท. ผ่านสื่อโทรทัศน์ , สื่อ Out of Home Media , สื่อ BTS , Digital Board ท่าอากาศยาน และ Digital Board ศูนย์การค้าชั้นนำ

๔.๖.๑ สื่อโทรทัศน์ :

- (๑) จัดทำแผนการเผยแพร่วิถีทัศน์ของ สศท. ในรูปแบบ Spot TV ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) เผยแพร่วิถีทัศน์ของ สศท. ในรูปแบบ Spot TV ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งผู้ชมอันดับ ๑-๔ จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

๔.๖.๒ สื่อ Out of Home :

เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลบริเวณเส้นทางการเดินทางที่มีการจราจรหนาแน่น มีผู้สัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก หรือสถานที่ท่องเที่ยวหรือสนามกีฬาที่เป็นที่รู้จัก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ จุด โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

   ๕

๔.๖.๓ สื่อ BTS :

เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ผ่านจอตจิทัลบริเวณชานชาลา หรือในขบวนรถไฟ BTS หรือจุดอื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ จุด โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

๔.๖.๔ สื่อ Digital Board ทำอากาศยาน :

เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ผ่าน Digital Board ในทำอากาศยานของไทย ที่อยู่ในจุดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยสัญจรและมองเห็นได้ดี จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ทำอากาศยาน ๆ ละอย่างน้อย ๑ จุด โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

๔.๖.๕ สื่อ Digital Board ศูนย์การค้าชั้นนำ :

เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ผ่าน Digital Board บริเวณภายในหรือภายนอกของศูนย์การค้าชั้นนำของไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แห่ง โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

๔.๗ การบริหารจัดการโครงการ และสรุปผล

๔.๗.๑ ดำเนินงานบริหารจัดการด้านผลสำเร็จของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมของ สศท. ให้เกิด PR Value เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ เมื่อเทียบกับ PR Value ของปี ๒๕๖๕

๔.๗.๒ จัดหาช่องทางในการสืบค้นข่าวจากศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ อาทิ IQ Newsclip ให้แก่ สศท. เพื่อตรวจสอบข่าวประจำวันตลอดระยะเวลาโครงการ

๔.๗.๓ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตลอดระยะเวลาโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย

๔.๗.๔ ดำเนินการตรวจสอบและจัดเก็บข่าวการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ ของ สศท. ที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ หรือสื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ ในรูปแบบ News Clipping รายวัน (ถ้ามี) พร้อมจัดส่งให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๔.๗.๕ ดำเนินการสรุปผลชิ้นงานของการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ

๔.๗.๖ ดำเนินงานจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ชิ้นงานของการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ประมวลผลมูลค่างานข่าว PR Value ที่ได้รับการเผยแพร่เป็นรายเดือน ตลอดระยะเวลาโครงการ

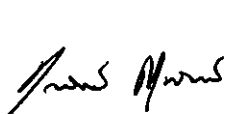
๔.๗.๗ การสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย

(๑) ออกแบบและจัดทำแบบสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยของกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ

(๒) ดำเนินการสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ในรูปแบบออนไลน์ หรือ ออฟไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ราย

(๓) ดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลการสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ทั้งนี้ กำหนดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐

๔.๗.๘ สรุปผลการวิเคราะห์ ผลของการสื่อสาร พร้อมแนวทางในการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ ในปี ๒๕๖๗







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 โดยการนัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมทั้งนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๖

๗. งบประมาณ

วงเงิน ๗,๕๐๐,๐๐๐ บาท (เจ็ดล้านห้าแสนบาทถ้วน) 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 ๔.๒.๑

(๒) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๒

(๓) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ ๔.๓.๓

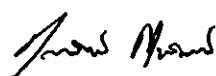
(๔) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานข้อ ๔.๖

ทั้งนี้ ให้จัดทำในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด โดยกำหนดส่งมอบงาน ภายใน ๑๒๐ 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







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

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

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับ โดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้วเป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือ ด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม อันเป็นความรับผิดชอบของฝ่ายผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการซ่อมแซมแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ดีดังเดิมให้แก่ผู้ว่าจ้าง ให้เรียบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

๑๑. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้าย หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้ จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่เป็นที่พึงประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา ต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

๑๒. คำรับรอง

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า



หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดโครงการสื่อสารงานศิลปวัฒนธรรมไทยสู่สังคม ตามสัญญาทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญาแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลโครงการสื่อสารงานศิลปวัฒนธรรมไทยสู่สังคม และงานอื่นๆ ตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ในสัญญาไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญา นี้ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้หนึ่งโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างไร้ข้อสงสัย เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐจะต้องใช้วัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๕. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

๑๕.๑ นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารภาพลักษณ์และจัดการวัฒนธรรมศิลปวัฒนธรรม

๑๕.๒ นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

๑๕.๓ นายดุลยวิทย์ ศุขรัตน์ เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายสร้างสรรค์สื่อ

๑๕.๔ นางสาวภทรพร งามสมคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้กำหนดรายละเอียด



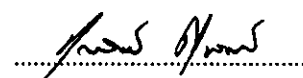
(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

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. การนำเสนอแผนการดำเนินงาน แผนงานมีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริงตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด มีแนวคิด กลยุทธ์ และช่องทางในการสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๕ คะแนน
๒. คุณภาพในการสื่อสารผ่าน Traditional Media ๒.๑ เนื้อหามีประเด็นที่เหมาะสม และคัดเลือกช่องทางการสื่อสารในสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นที่นิยมและรู้จักอย่างแพร่หลาย (๕ คะแนน) ๒.๒ เนื้อหามีประเด็นที่เหมาะสม และคัดเลือกช่องทางการสื่อสารในสื่อหนังสือพิมพ์หน้า ๑ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยม (๕ คะแนน)	๑๐ คะแนน
๓. คุณภาพในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ๓.๑ การคัดเลือกสำนักข่าวออนไลน์ที่มา Live เป็นสื่อที่เป็นที่นิยมและมีผู้ติดตามจำนวนมาก (๕ คะแนน) ๓.๒ เนื้อหามีประเด็นที่เหมาะสม และคัดเลือกช่องทางการสื่อสารข่าวสารต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์ เพจซึ่งเป็นที่นิยมและรู้จักอย่างแพร่หลาย (๕ คะแนน)	๑๐ คะแนน
๔. คุณภาพในการสื่อสารผ่านกิจกรรม Media Relation ๔.๑ กิจกรรม Press Conference มีการคัดเลือกสถานที่จัดกิจกรรมที่เหมาะสม รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ และคุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่มีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) ๔.๒ กิจกรรม Press Tour มีการคัดเลือกสถานที่ที่เหมาะสม การนำเสนอประเด็นเป็นที่สนใจของสื่อ รูปแบบการจัดกิจกรรมสามารถเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อได้ดี มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทาง และคุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่มีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน)	๑๕ คะแนน

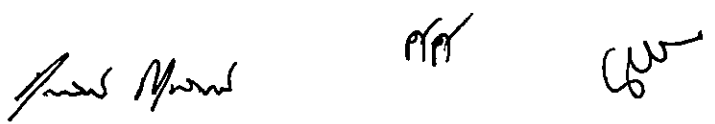
Amor Wong

ศก

ew

<p>๕. การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งของ</p> <p>๕.๑ ชุดของที่ระลึกสำหรับบุคคลทั่วไป มีความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ สะท้อนความเป็นศิลปหัตถกรรมไทย มี Storytelling ของชิ้นงานที่น่าสนใจ (๕ คะแนน)</p> <p>๕.๒ ชุดของที่ระลึกสำหรับผู้บริหาร มีความสวยงาม มีคุณค่าภูมิปัญญา สะท้อนความเป็นศิลปหัตถกรรมไทย มี Storytelling ของชิ้นงานที่น่าสนใจ (๕ คะแนน)</p>	<p>๑๐ คะแนน</p>
<p>๖. การสื่อสารผ่าน Ambient Media</p> <p>๖.๑ รูปแบบ เนื้อหา และการคัดเลือกช่องทางของ Ambient Media มีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับสถานที่ที่นำไปเผยแพร่ สามารถสร้างความน่าสนใจและจดจำให้กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (๘ คะแนน)</p> <p>๖.๒ การคัดเลือกสถานที่ในการนำสื่อ Ambient Media ไปเผยแพร่ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก (๗ คะแนน)</p>	<p>๑๕ คะแนน</p>
<p>๗. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ</p> <p>๗.๑ คุณภาพของสื่อโทรทัศน์ ความนิยม เรตติ้งและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๕ คะแนน)</p> <p>๗.๒ คุณภาพของสื่อ Out of Home ทำเลของป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ในบริเวณการจราจรหนาแน่น และในสถานที่ท่องเที่ยวหรือสนามกีฬาที่มีจำนวนการมองเห็นและการครอบคลุม (Coverage) ที่เข้าถึงคนได้จำนวนมาก (๕ คะแนน)</p> <p>๗.๓ คุณภาพของสื่อ BTS จุดที่นำเสนอ และจำนวนการมองเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุม (Coverage) เข้าถึงคนได้จำนวนมาก (๕ คะแนน)</p> <p>๗.๔ คุณภาพของสื่อ Digital Board ทำอากาศยาน นำเสนอทำอากาศยานที่มีจำนวนกลุ่มเป้าหมายใช้บริการ จุดที่นำเสนอมีทำเลและจำนวนการมองเห็นที่เข้าถึงครอบคลุม (Coverage) คนจำนวนมาก (๕ คะแนน)</p> <p>๗.๕ คุณภาพของสื่อ Digital Board ศูนย์การค้า นำเสนอห้างซึ่งมีจำนวนกลุ่มเป้าหมายใช้บริการ ป้ายมีทำเลและจำนวนการมองเห็นที่เข้าถึงครอบคลุม (Coverage) คนจำนวนมาก (๕ คะแนน)</p>	<p>๒๕ คะแนน</p>
<p>๘. การบริหารจัดการและประสบการณ์ของบุคลากร</p> <p>บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สนับสนุนงานด้านสื่อสารมวลชน มีประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และสามารถบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>๕ คะแนน</p>
<p>๙. ความพร้อมของบริษัท</p> <p>บริษัทมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน มีจำนวนบุคลากรเพียงพอที่จะสามารถตอบสนองและบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเคยร่วมงานกับ สศท. ผลงานที่ผ่านมาดำเนินการได้เรียบร้อย ครบถ้วนตามที่กำหนด เพื่อให้สามารถมั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ สศท. กำหนด</p>	<p>๕ คะแนน</p>
<p style="text-align: right;">รวม</p>	<p>๑๐๐ คะแนน</p>

หมายเหตุ : สศท. จะนำคะแนนทั้ง ๒ ตัวแปรหลักมาคำนวณเป็นร้อยละ เพื่อพิจารณาผลต่อไป



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

๔.๑ ให้เวลาในการนำเสนอ ๓๐ นาที และคณะกรรมการซักถาม ๑๐ นาที

๔.๒ สศท. จะจัดเตรียมเครื่องฉายภาพ (Projector) และจอภาพให้

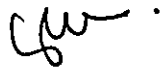
๕. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ สศท. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกองค์ค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค



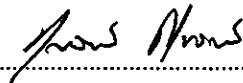
.....
(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



.....
(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



.....
(นายดุยวิทย์ ศุขรัตน์)

กรรมการและเลขานุการ

วิธีการประเมิน และการให้คะแนน ตามข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา

๑. การนำเสนอแผนการดำเนินงาน (๕ คะแนน)

แผนงานมีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริงตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด มีแนวคิด กลยุทธ์ และช่องทางในการสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
<p>แผนงานทุกส่วน ทั้งแนวคิด กลยุทธ์ และช่องทางการสื่อสาร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพมากที่สุด แผนงานโดยรวมมีความสมบูรณ์ในระดับดีมาก</p> <p>กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารน่าสนใจ ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน คิดว่าจะเป็นประเด็นที่สื่อสารใจขยายผลต่อได้ สามารถสร้างกระแสในสังคมได้ในระดับดีมาก</p> <p>กำหนดเนื้อหาของสื่อเหมาะสมกับในแต่ละช่องทางในระดับดีมาก</p> <p>มีการแสดงรายละเอียดของ Timeline ที่ชัดเจน และสามารถปฏิบัติงานได้จริงตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด</p> <p>แผนการดำเนินงานด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่สนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารอยู่ในระดับดีมาก</p>	<p>๕ คะแนน</p>
<p>แผนงาน แนวคิด กลยุทธ์ และช่องทางการสื่อสาร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แต่ยังขาดความเชื่อมโยงหรือความสอดคล้องของแผนบางประการ จึงทำให้โดยรวมแผนอยู่ในระดับดีปานกลาง</p> <p>กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารขาดความแปลกใหม่ ไม่แน่ใจว่าสื่อจะสนใจหรือไม่สนใจในการนำไปขยายผลเป็นข่าว การกำหนดเนื้อหาของสื่ออาจไม่เหมาะสมหรือยังมีข้อบกพร่อง ทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับดีปานกลาง</p> <p>มีการแสดงรายละเอียดของ Timeline แต่ขาดรายละเอียดหรือยังมีข้อบกพร่องในแผนงานบางประการ ไม่แน่ใจว่าสามารถปฏิบัติงานได้จริงตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด</p> <p>แผนการดำเนินงานด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ที่สนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารอยู่ในระดับดีปานกลาง</p>	<p>๓ คะแนน</p>
<p>แผนงานขาดความเชื่อมโยงและสอดคล้อง ทั้งในด้านแนวคิด กลยุทธ์ และช่องทางการสื่อสาร แผนงานโดยรวมในระดับพอใช้</p> <p>กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารไม่น่าสนใจ หรือไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ไว้ รวมทั้งกำหนดเนื้อหาของสื่ออาจไม่เหมาะสมหรือยังมีข้อบกพร่อง สื่อไม่น่าจะสนใจนำไปต่อยอดเป็นข่าวได้ มีความไม่สมบูรณ์ของแนวคิดและกลยุทธ์ที่เสนอ</p> <p>ไม่มีการแสดงรายละเอียดของ Timeline ที่ชัดเจน ไม่สามารถเห็นภาพรวมของการปฏิบัติงานได้จริงตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด จึงทำให้ไม่มั่นใจว่าจะทำงานได้ตามที่กำหนดหรือไม่</p> <p>แผนการดำเนินงานด้านบุคลากรกว้างเกินไป ขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร</p>	<p>๑ คะแนน</p>

Handwritten signature

Handwritten initials

Handwritten signature

๒. คุณภาพในการสื่อสารผ่าน Traditional Media (๑๐ คะแนน)

๒.๑ เนื้อหาที่มีประเด็นที่เหมาะสม และคัดเลือกช่องทางการสื่อสารในสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นที่นิยมและรู้จักอย่างแพร่หลาย (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำประเด็นการสื่อสาร สามารถเชื่อมโยงกระแสสังคมให้มีความเกี่ยวข้องกับบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดีมาก คัดเลือกรายการ ช่วงเวลา และสถานีโทรทัศน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. จัดทำประเด็นการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับบทบาทการดำเนินงานขององค์กรในระดับดีพอสมควร คัดเลือกรายการ ช่วงเวลา และสถานีโทรทัศน์ เป็นที่รู้จักและนิยมในระดับรองลงมา	๓ คะแนน
๓. ประเด็นการสื่อสารขาดความน่าสนใจ ไม่สามารถเชื่อมโยงกับบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้เท่าที่ควร คัดเลือกรายการ ช่วงเวลา และสถานีโทรทัศน์ที่ยังไม่เหมาะสมหรือ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางได้	๑ คะแนน

๒.๒ เนื้อหาที่มีประเด็นที่เหมาะสม และคัดเลือกช่องทางการสื่อสารในสื่อหนังสือพิมพ์หน้า ๑ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยม (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และสามารถนำไปเผยแพร่ในหน้า ๑ ของหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงประชาชนให้การยอมรับในระดับประเทศ มีจำนวนผู้อ่านมากที่สุด	๕ คะแนน
๒. สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความน่าสนใจรองลงมา เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรในบางประเด็น นำไปเผยแพร่ในหน้า ๑ ของหนังสือพิมพ์ที่อาจไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายเท่าที่ควร มีจำนวนผู้อ่านพอสมควร	๓ คะแนน
๓. เนื้อหาขาดความน่าสนใจ หรือไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์องค์กร นำไปเผยแพร่ในหน้า ๑ ของหนังสือพิมพ์ที่เป็นที่รู้จักน้อย หรือไม่เป็นที่รู้จักหรือมีผู้อ่านจำนวนน้อยหรือเฉพาะกลุ่ม	๑ คะแนน

๓. คุณภาพในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ (๑๐ คะแนน)

๓.๑ การคัดเลือกสำนักข่าวออนไลน์ที่มา Live เป็นสื่อที่เป็นที่นิยมและมีผู้ติดตามจำนวนมาก (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยมในประเทศไทย ประชาชนให้การยอมรับ มีผู้ติดตามในเพจจำนวนมาก มีระยะเวลาในการ Live ที่เหมาะสม มีผู้เชี่ยวชาญ Production ด้านการ Live พร้อมอุปกรณ์ในระดับมืออาชีพ	๕ คะแนน
๒. นำเสนอสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักในระดับรองลงมา มีผู้ติดตามในเพจจำนวนในระดับรองลงมา มีระยะเวลาในการ Live ที่เหมาะสม บุคลากรด้าน Production ไม่ได้ระบุว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการ Live หรือมีอุปกรณ์ในระดับ	๓ คะแนน

รองลงมา	
๓. นำเสนอสำนักข่าวออนไลน์ที่ไม่เป็นที่รู้จัก มีผู้ติดตามในเพจจำนวนน้อย และมีระยะเวลาในการ Live ไม่เหมาะสมกับกิจกรรม ไม่ได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ Production ด้านการ Live หรือ ขาดอุปกรณ์ที่เหมาะสม	๑ คะแนน

๓.๒ เนื้อหาที่มีประเด็นที่เหมาะสม และคัดเลือกช่องทางการสื่อสารข่าวสารต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์ เพจซึ่งเป็นที่นิยมและรู้จักอย่างแพร่หลาย (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอสื่อออนไลน์ที่มีชื่อเสียง มีผู้ติดตามจำนวนมาก มีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย และภารกิจองค์กร เช่น ไลฟ์สไตล์ แฟชั่น การตลาด ท่องเที่ยว และอื่นๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอสื่อออนไลน์ที่มีชื่อเสียงในระดับรองลงมา มีจุดบกพร่องในการเลือกประเด็นเนื้อหา หรือหัวข้อของสื่อไม่เหมาะสมสอดคล้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย และภารกิจองค์กร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดีปานกลาง	๓ คะแนน
๓. นำเสนอสื่อออนไลน์ที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีผู้ติดตามน้อย ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนโดยทั่วไป ประเด็นเนื้อหาและหัวข้อของสื่อไม่สอดคล้องกับการเผยแพร่ข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมไทยหรือภารกิจองค์กร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๔. คุณภาพในการสื่อสารผ่านกิจกรรม Media Relation (๑๕ คะแนน)

๔.๑ กิจกรรม Press Conference มีการคัดเลือกสถานที่จัดกิจกรรมที่เหมาะสม รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์ และคุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่มีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
สถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ สะดวกสบาย มีความเหมาะสม สวยงาม มีความพร้อมทางด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอยู่ในตำแหน่งที่ผู้เข้าร่วมงานเดินทางสะดวก รูปแบบกิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์น่าสนใจ หรือมีบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมงาน สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับดีมาก รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวได้ครบถ้วนทุกแขนง เป็นสำนักข่าวที่เป็นที่รู้จัก เป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชน มีเรตติ้งหรือผู้ติดตามจำนวนมาก และสามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้หลากหลายช่องทางในระดับดีมาก	๕ คะแนน
สถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในระดับรองลงมา พื้นที่สามารถจัดงานแถลงข่าวได้ดีพอสมควร รองรับผู้เข้าร่วมงานได้ อยู่ในตำแหน่งที่ผู้เข้าร่วมงานเดินทางสะดวกพอสมควร รูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจในระดับดีพอใช้ หรือมีบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับรองลงมา เชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยได้พอสมควร	๓ คะแนน

รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวได้บางส่วน สังกัดของสื่อเป็นที่รู้จักในระดับพอใช้ สามารถเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้บางช่องทางเท่านั้น	
สถานที่จัดกิจกรรมที่ไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์อยู่นอกเขตพื้นที่กรุงเทพฯ หรือชานเมือง พื้นที่ไม่อำนวยความสะดวก การเดินทางไม่ค่อยสะดวก ต้องเดินทางด้วยพาหนะอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมของสื่อมวลชนได้ รูปแบบกิจกรรมที่ไม่โดดเด่น ขาดความน่าสนใจ ไม่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมงาน ขาดจุดดึงดูดของงาน และไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทยหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวไม่ครบทุกแขนง ไม่เป็นที่รู้จัก และไม่สามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้	๑ คะแนน

๔.๒ กิจกรรม Press Tour มีการคัดเลือกสถานที่เหมาะสม การนำเสนอประเด็นเป็นที่สนใจของสื่อ รูปแบบการจัดกิจกรรมสามารถเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อได้ดี มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทาง และคุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่มีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
ประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจน น่าสนใจ สามารถเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยกับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ พิจารณาคัดเลือกครูหรือสมาชิกด้านศิลปหัตถกรรมไทยได้อย่างโดดเด่น เป็นประเด็นข่าวที่นักข่าวไปขยายผลได้ ส่งเสริมบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด รูปแบบกิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์ดีมาก จัดเส้นทางการเดินทางได้น่าสนใจ สะดวกสบายรองรับและสร้างความประทับใจให้สื่อมวลชนได้ดีมาก และสามารถเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและสื่อมวลชนได้ในระดับดีมาก รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมกิจกรรมได้ครบถ้วนทุกแขนง เป็นสำนักข่าวที่เป็นที่รู้จัก เป็นที่นำเชื่อถือของประชาชน มีเรตติ้งหรือผู้ติดตามจำนวนมาก และสามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้หลากหลายช่องทางในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
ประเด็นการสื่อสารน่าสนใจในระดับรองลงมา สามารถเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยและบทบาทภารกิจขององค์กรได้ในระดับดีพอสมควร การนำเสนอครูหรือสมาชิก หรืองานศิลปหัตถกรรมไทย แต่ขาดความชัดเจนหรือมีข้อบกพร่องบางประการ ทำให้เกิดความไม่ครบถ้วนหรือสมบูรณ์ ส่งเสริมบทบาทการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับดี รูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจได้ในระดับพอใช้ จัดเส้นทางการเดินทางรองรับสื่อมวลชน สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสื่อได้ในระดับดี รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมกิจกรรมได้บางแห่ง โดยเป็นสำนักข่าวเป็นที่รู้จักในระดับรองลงมา สามารถเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้บางช่องทางเท่านั้น	๗ คะแนน
ประเด็นการสื่อสารไม่ชัดเจน หรือไม่สอดคล้องกับบทบาทภารกิจขององค์กรเท่าที่ควร การนำเสนอครูหรือสมาชิก หรืองานศิลปหัตถกรรมไทยไม่โดดเด่น ยังไม่เป็นประเด็นที่สื่อสนใจเท่าที่ควร ส่งเสริมบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้ใน	๔ คะแนน

๑๖





<p>ระดับพอใช้</p> <p>รูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจได้ในระดับพอใช้ ไม่ชัดเจน มีข้อบกพร่องบางจุด จัดเส้นทางการเดินทางรองรับสื่อมวลชนสร้างความประทับใจให้สื่อมวลชนในระดับพอใช้</p> <p>รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมกิจกรรมได้บางส่วน สามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้บางช่องทางเท่านั้น สำนักข่าวไม่เป็นที่รู้จัก มีผู้ติดตามหรือผู้อ่านจำนวนน้อย</p>	
<p>ประเด็นการสื่อสารไม่สอดคล้องกับบทบาทภารกิจขององค์กร การคัดเลือกครูหรือสมาชิกยังไม่เชื่อมโยงเป็นประเด็นข่าวได้ ไม่ชัดเจนยังมีข้อบกพร่อง ไม่สมบูรณ์หรือไม่ครบถ้วน ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการดำเนินกิจกรรมว่าจะสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่</p> <p>รูปแบบกิจกรรมที่ไม่โดดเด่น จัดเส้นทางการเดินทางที่ยังมีข้อบกพร่องซึ่งจะส่งผลให้สื่อมวลชนไม่เกิดความประทับใจเท่าที่ควร</p> <p>รายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมกิจกรรมไม่ครบทุกแขนง สำนักข่าวไม่เป็นที่รู้จัก ไม่สามารถเข้าถึงคนในวงกว้าง และไม่สามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้</p>	<p>๑ คะแนน</p>

๕. การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งของ (๑๐ คะแนน)

๕.๑ ชุดของที่ระลึกสำหรับบุคคลทั่วไป มีความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ สะท้อนความเป็นศิลปหัตถกรรมไทย มี Storytelling ของชิ้นงานที่น่าสนใจ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
<p>สื่อสิ่งของสะท้อนภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดีมาก ชิ้นงานผลิตภัณฑ์สวยงาม มีความคิดสร้างสรรค์ที่นำคุณค่าภูมิปัญญามาเป็นชิ้นงานที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวัน มีความแปลกใหม่โดดเด่น มีเรื่องราว Storytelling จากผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ หรือ ทายาทฯ หรือสมาชิกของ sacit น่าสนใจในระดับดีมาก ชิ้นงานโดดเด่น ผู้ที่พบเห็นสื่อสิ่งของเกิดความประทับใจมาก เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยในวงกว้าง</p>	<p>๕ คะแนน</p>
<p>สื่อสิ่งของสะท้อนภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับรองลงมา ชิ้นงานผลิตภัณฑ์สวยงามมีคุณค่าภูมิปัญญาใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน มีเรื่องราว Storytelling ของการนำเสนอผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ หรือ ทายาทฯ หรือสมาชิกของ sacit ที่น่าสนใจในระดับพอสมควร ชิ้นงานเป็นของที่พบเห็นได้โดยทั่วไป ขาดความคิดสร้างสรรค์หรือขาดความแปลกใหม่บางประการ ทำให้ผู้พบเห็นเกิดความประทับใจได้ระดับพอใช้</p>	<p>๓ คะแนน</p>
<p>สื่อสิ่งของสะท้อนภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับพอใช้ ชิ้นงานผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม สะท้อนเรื่องราวคุณค่าภูมิปัญญาที่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ไม่สามารถนำเสนอเรื่องราว Storytelling ของผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ชิ้นงานไม่โดดเด่น ขาดความคิดสร้างสรรค์ ผู้ที่พบเห็นสื่อสิ่งของไม่เกิดความประทับใจเท่าที่ควร</p>	<p>๑ คะแนน</p>

Handwritten signature

Handwritten initials

Handwritten signature

๕.๒ ชุดของที่ระลึกสำหรับผู้บริหาร มีความสวยงาม มีคุณค่าภูมิปัญญา สะท้อนความเป็นศิลปหัตถกรรมไทย มี Storytelling ของชิ้นงานที่น่าสนใจ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
สิ่งของมีคุณค่าภูมิปัญญาสวยงาม เหมาะสมกับการเป็นของที่ระลึกสำหรับระดับผู้บริหาร สะท้อนภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดีมาก มีเรื่องราว Storytelling จากผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ หรือ ทายาทฯ หรือสมาชิกของ sacit ชิ้นงานมีความโดดเด่น ควรค่าแก่การครอบครอง ผู้รับได้รับเกิดความประทับใจเป็นอย่างมาก	๕ คะแนน
สิ่งของมีคุณค่าภูมิปัญญาสวยงามในระดับรองลงมา ไม่เห็นเด่นชัดว่ามีความแตกต่างระหว่างเป็นของที่ให้บุคคลธรรมดา กับของที่ให้กับผู้บริหาร สะท้อนภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดีพอใช้ มีเรื่องราว Storytelling จากผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ หรือ ทายาทฯ หรือสมาชิกของ sacit ชิ้นงานที่ทำให้ผู้รับได้รับเกิดความประทับใจได้พอสมควร	๓ คะแนน
สิ่งของไม่สะท้อนความเป็นศิลปหัตถกรรมไทยในคุณค่าภูมิปัญญาเท่าที่ควร ไม่เหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญสำหรับผู้บริหาร ขาดเรื่องราวหรือนำเสนอ Storytelling ได้ไม่ชัดเจน ไม่เชื่อมโยงชิ้นงานกับผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ หรือ ทายาทฯ หรือสมาชิกของ sacit ทำให้ไม่เกิดความประทับใจเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๖. การสื่อสารผ่าน Ambient Media (๑๕ คะแนน)

๖.๑ รูปแบบ เนื้อหา และการคัดเลือกช่องทางของ Ambient Media มีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับสถานที่ที่นำไปเผยแพร่ สามารถสร้างความน่าสนใจและจดจำให้กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (๘ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๘ คะแนน
รูปแบบของสื่อ Ambient มีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามแปลกใหม่ โดดเด่นทั้งด้านดีไซน์และเนื้อหาที่เหมาะสมสอดคล้องกับช่องทางของสื่อ สามารถสร้างความสนใจและความสะดุดตาแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ในระดับดีมาก สามารถเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เกิดการจดจำและเกิดความสนใจในองค์กรได้ในระดับดีมาก	๘ คะแนน
รูปแบบของสื่อ Ambient สวยงามในระดับรองลงมา อาจจะขาดเรื่องความแปลกใหม่หรือความคิดสร้างสรรค์ หรือมีความไม่ชัดเจนหรือมีความบกพร่องเล็กน้อยในดีไซน์ เนื้อหา หรือในช่องทางของสื่อ การสร้างความสนใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ในระดับดีพอสมควร สามารถเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เกิดการจดจำและเกิดความสนใจในองค์กรได้ในระดับดี	๕ คะแนน
รูปแบบของสื่อ Ambient มีความบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ในบางอย่าง เช่น ดีไซน์ เนื้อหา หรือช่องทาง ที่ขาดความเชื่อมโยงสอดคล้อง สร้างความสนใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ในระดับพอใช้ มีการเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยให้	๓ คะแนน

[Signature]

[Signature]

[Signature]

เกิดการจดจำและเกิดความสนใจในองค์กรได้ในระดับพอใช้	
รูปแบบของสื่อ Ambient ไม่น่าสนใจ ขาดความแปลกใหม่ พบเห็นได้ทั่วไป ไม่สามารถสร้างความสนใจแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ ขาดการเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เกิดการจดจำและเกิดความสนใจในองค์กร	๑ คะแนน

๖.๒ การคัดเลือกสถานที่ในการนำสื่อ Ambient Media ไปเผยแพร่ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก (๗ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๗ คะแนน
คัดเลือกสถานที่ในการนำเสนอที่เหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ในระดับดีมาก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในแต่ละวันมีจำนวนนักท่องเที่ยวในสถานที่นั้นจำนวนมาก จุดที่ตั้งหรือเผยแพร่โดดเด่นสามารถสร้างการมองเห็นได้จำนวนมาก ทำให้สามารถเกิดความประทับใจและจดจำได้ในระดับดีมาก	๗ คะแนน
คัดเลือกสถานที่ในการนำเสนอที่เหมาะสมพอสมควร สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ในระดับดี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนรู้จักพอสมควร ในแต่ละวันมีจำนวนนักท่องเที่ยวในสถานที่นั้นจำนวนพอสมควร จุดที่ตั้งหรือเผยแพร่สร้างการมองเห็นได้พอสมควร ทำให้สามารถเกิดความประทับใจและจดจำได้ในระดับดี	๕ คะแนน
คัดเลือกสถานที่ในการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมเท่าที่ควร มีการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ในระดับพอใช้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนรู้จักเฉพาะกลุ่ม ในแต่ละวันมีจำนวนนักท่องเที่ยวในสถานที่นั้นจำนวนไม่มาก จุดที่ตั้งหรือเผยแพร่ไม่โดดเด่น ทำให้สร้างการมองเห็นได้ไม่มากเท่าที่ควร ไม่แน่ใจว่าจะสามารถสร้างความประทับใจและจดจำได้หรือไม่	๓ คะแนน
สถานที่ไม่เหมาะสม ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวใน จ.พระนครศรีอยุธยาได้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนรู้จักน้อยหรือรู้จักไม่แพร่หลาย ในแต่ละวันมีจำนวนนักท่องเที่ยวในสถานที่นั้นจำนวนน้อย จุดที่ตั้งหรือเผยแพร่อยู่ในจุดมุมอับ ทำให้ไม่สามารถสร้างการมองเห็นได้ ไม่แน่ใจว่าจะสามารถสร้างความประทับใจและจดจำได้	๑ คะแนน

๗. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ (๒๕ คะแนน)

๗.๑ คุณภาพของสื่อโทรทัศน์ ความนิยม เรตติ้งและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
คัดเลือกสถานีโทรทัศน์ เป็นช่องที่เป็นที่รู้จักและมีผู้ชมจำนวนมาก คัดเลือกรายการและช่วงเวลา que เข้าถึงคนดู มีเรตติ้งอยู่ในระดับดีมาก และช่วงเวลาในการเผยแพร่เป็นช่วงไพรม์ไทม์ หรือเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนมาก มีความถี่ที่เหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างในระดับดีมาก	๕ คะแนน
คัดเลือกสถานีโทรทัศน์ เป็นช่องที่เป็นที่รู้จักและมีผู้ชมในระดับรองลงมา	๓ คะแนน

คัดเลือกรายการและช่วงเวลาที่เขาถึงคนดู มีเรตติ้งอยู่ในระดับดีปานกลาง และช่วงเวลาในการเผยแพร่เป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมเฉพาะกลุ่มในระดับรองลงมา มีความถี่ที่เหมาะสมพอสมควร สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างในระดับดีปานกลาง	
คัดเลือกสถานีโทรทัศน์ เป็นช่องที่มีผู้ชมเฉพาะกลุ่ม ไม่สามารถเข้าถึงคนในวงกว้างได้ รายการไม่เป็นที่รู้จัก และช่วงเวลาที่เขาถึงคนดูมีเรตติ้งอยู่ในระดับพอใช้ และช่วงเวลาในการเผยแพร่เป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมเฉพาะกลุ่มเท่านั้น มีความถี่ไม่เหมาะสม อาจไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างได้	๑ คะแนน

๗.๒ คุณภาพของสื่อ Out of Home ทำเลของป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ในบริเวณการจราจรหนาแน่น และในสถานที่ท่องเที่ยวหรือสนามกีฬาที่มีจำนวนการมองเห็นและการครอบคลุม (Coverage) ที่เข้าถึงคนได้จำนวนมาก (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
ป้ายดิจิทัลอยู่ในจุดที่มีการจราจรคับคั่ง สถานที่ท่องเที่ยวหรือสนามกีฬาที่มีผู้คนสัญจรหรือใช้บริการเป็นจำนวนมาก ลักษณะป้าย ขนาด และรูปแบบมีความโดดเด่น อยู่ใจกลางเมืองขนาดเหมาะสมมองเห็นได้ชัดเจน มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดีมาก ทำให้การมองเห็นและการครอบคลุมคนได้จำนวนมาก	๕ คะแนน
ป้ายดิจิทัลอยู่ในจุดที่มีการจราจรในจุดที่รองลงมา สถานที่ท่องเที่ยวหรือสนามกีฬาที่มีผู้คนสัญจรหรือใช้บริการจำนวนพอสมควร ลักษณะป้าย ขนาด และรูปแบบ บางป้ายโดดเด่น บางป้ายไม่โดดเด่น หรือมองเห็นไม่ชัดเจน หรือทำเลของป้ายอยู่ในระดับที่มีการมองเห็นในระดับรองลงมา ทำให้การมองเห็นและการครอบคลุมคนได้จำนวนไม่มากเท่าที่ควร มีความถี่หรือช่วงเวลาที่ยังไม่เหมาะสมหรือไม่ชัดเจน หรือมีข้อบกพร่องของการนำเสนอ	๓ คะแนน
ป้ายดิจิทัลอยู่ในตำแหน่งที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีขนาดเล็กเกินไป ไม่โดดเด่น ไม่ได้อยู่ในจุดที่ประชาชนหรือการจราจรสัญจร มองเห็นได้ไม่ชัดเจน มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับพอใช้ หรือไม่มีการนำเสนอ หรือนำเสนอคลุมเครือไม่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถมั่นใจได้ว่าจะสามารถเข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้	๑ คะแนน

๗.๓ คุณภาพของสื่อ BTS จุดที่นำเสนอ และจำนวนการมองเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุม (Coverage) เข้าถึงคนได้จำนวนมาก (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีประชาชนสัญจรหรือใช้บริการเป็นจำนวนมาก ความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดีมาก เป็นจุดที่โดดเด่น ดึงดูดใจผู้พบเห็น และสามารถเข้าถึงครอบคลุมคนจำนวนมาก	๕ คะแนน
จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ มีประชาชนสัญจรหรือใช้บริการเป็นจำนวนในระดับรองลงมา ความถี่และช่วงเวลาในการ	๓ คะแนน

Hand Hand *PK* *Gun*

เผยแพร่อยู่ในระดับดี เป็นจุดที่อาจขาดความโดดเด่น หรือไม่แน่ใจว่าจะดึงดูดใจผู้พบเห็นได้หรือไม่ การเข้าถึงครอบคลุมกลุ่มคนได้จำนวนหนึ่งไม่ได้เห็นกันในวงกว้าง	
จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร หรือมีอย่างอื่นบดบังทัศนียภาพ มีประชาชนสัญจรหรือใช้บริการเป็นจำนวนไม่มากนัก ไม่สามารถดึงดูดใจผู้พบเห็น ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงครอบคลุมคนจำนวนมากได้	๑ คะแนน

๗.๔ คุณภาพของสื่อ Digital Board ทำอากาศยาน นำเสนอทำอากาศยานที่มีจำนวนกลุ่มเป้าหมายใช้บริการจุดที่นำเสนอมีทำเลและจำนวนการมองเห็นที่เข้าถึงครอบคลุม (Coverage) คนจำนวนมาก (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
นำเสนอทำอากาศยานขนาดใหญ่ หรือ ขนาดกลาง ทำอากาศยานมีทำเลที่ตั้งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวและผู้โดยสารจำนวนมาก จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เป็นจุดที่โดดเด่น ดึงดูดใจผู้พบเห็น การมองเห็นครอบคลุมคนจำนวนมาก ความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดีมาก สามารถเข้าถึงประชาชนสัญจรหรือผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก	๕ คะแนน
นำเสนอทำอากาศยานทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก คละกัน ทำอากาศยานมีทำเลที่ตั้งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวและผู้โดยสารในระดับรองลงมา จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มองเห็นได้ชัดเจนพอสมควร แต่ยังมีข้อบกพร่องหรือความไม่สมบูรณ์ของการนำเสนอบางอย่าง ที่ทำให้ไม่แน่ใจว่าเป็นจุดที่โดดเด่นพอหรือไม่ หรือมีความถี่และช่วงเวลาที่ยังไม่เหมาะสม ทำให้เข้าถึงประชาชนและผู้ใช้บริการได้ในระดับดีปานกลาง	๓ คะแนน
นำเสนอทำอากาศยานขนาดเล็ก ทำอากาศยานมีทำเลที่ตั้งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวและผู้โดยสารจำนวนไม่มาก หรือเฉพาะกลุ่ม ไม่มีการนำเสนอว่าจุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนหรือไม่ หรือเป็นจุดอับหรือขาดความโดดเด่น การมองเห็นครอบคลุมคนจำนวนไม่มากเท่าที่ควร ไม่ระบุความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงประชาชนสัญจรหรือผู้ใช้บริการได้	๑ คะแนน

๗.๕ คุณภาพของสื่อ Digital Board ศูนย์การค้า นำเสนอห้างซึ่งมีจำนวนกลุ่มเป้าหมายใช้บริการ ป้ายมีทำเลและจำนวนการมองเห็นที่เข้าถึงครอบคลุม (Coverage) คนจำนวนมาก (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
ศูนย์การค้าเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ทำเลที่ตั้งใจกลางเมือง มีผู้ใช้บริการหรือสัญจรผ่านจำนวนมาก จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เป็นจุดที่โดดเด่น ดึงดูดใจผู้พบเห็น การมองเห็นครอบคลุมคนจำนวนมาก ความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดีมาก สามารถเข้าถึงประชาชนสัญจรหรือผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก	๕ คะแนน
ศูนย์การค้าเป็นศูนย์การค้าขนาดกลาง ทำเลที่ตั้งในเมืองระดับรองลงมา มีผู้ใช้บริการหรือสัญจรผ่านในระดับรองลงมา จุดที่เผยแพร่เป็นจุดที่มีขนาดและ	๓ คะแนน

[Handwritten signatures and initials]

ตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ดีพอสมควร มีการมองเห็นครอบคลุมคนจำนวนพอสมควร ความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดี สามารถเข้าถึงประชาชนผู้ชมหรือผู้ใช้บริการพอสมควร	
ศูนย์การค้าเป็นศูนย์การค้าขนาดเล็ก ทำเลที่ตั้ง อยู่ชานเมืองหรือในจุดที่ไม่ได้อยู่ใจกลางเมือง มีผู้ใช้บริการหรือผู้ชมผ่านเฉพาะกลุ่มจำนวนไม่มาก ไม่แน่ใจว่าจะสามารถเข้าถึงและมีการมองเห็นของผู้คนจำนวนมากได้ ไม่ได้ระบุความถี่หรือช่วงเวลาเผยแพร่ไม่เหมาะสม	๑ คะแนน

๘. การบริหารจัดการและประสบการณ์ของบุคลากร (๕ คะแนน)

บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สนับสนุนงานด้านสื่อสารมวลชน มีประสบการณ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และสามารถบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สนับสนุนงานภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ ครอบคลุม ด้านสื่อสารมวลชน ประชาสัมพันธ์ และการวางแผนสื่อ เชี่ยวชาญด้านงานเขียนและงานแปลทั้ง ๒ ภาษา (ไทย-อังกฤษ) หรือภาษาอื่นๆ มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ในกลุ่มลูกค้าทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีชื่อเสียงในระดับแนวหน้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีผลงานด้านงานเขียนที่สะท้อนให้เห็นภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาข่าวผ่านสื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดีมาก มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และสามารถบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาพรวมการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านหนึ่งด้านใด ไม่ได้ครอบคลุมทั้งหมด เช่น ด้านสื่อสารมวลชน ประชาสัมพันธ์ และการวางแผนสื่อ เชี่ยวชาญด้านงานเขียน งานแปล อย่างใดอย่างหนึ่ง มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ในกลุ่มลูกค้าทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีชื่อเสียงในระดับรองลงมา มีผลงานด้านงานเขียนที่สะท้อนให้เห็นภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาข่าวผ่านสื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดีปานกลาง มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และสามารถบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสาร ภาพรวมการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง	๓ คะแนน
บุคลากรที่ไม่ตรงกับเนื้อหา หรือเป็นบุคลากรทั่วไป ไม่ได้มีความรู้ด้านประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่ได้เป็น ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่แสดงถึงการสนับสนุนงานภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์โดยตรง มีประสบการณ์การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ในกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้รู้จักแพร่หลาย ไม่มีผลงานด้านงานเขียนมาแสดง ไม่แน่ใจว่ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนมากน้อยเพียงใด หรือไม่อาจแสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวในสื่อที่มีคุณภาพได้ ภาพรวมการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

How Many

PKK

gun

๙. ความพร้อมของบริษัท (๕ คะแนน)

บริษัทมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน มีจำนวนบุคลากรเพียงพอที่จะสามารถตอบสนองและบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเคยร่วมงานกับ สศท. ผลงานที่ผ่านมาดำเนินการได้เรียบร้อย ครบถ้วนตามที่กำหนด เพื่อให้สามารถมั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ สศท.กำหนด

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
<p>บริษัทมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน ผลงานโดดเด่น เคยร่วมงานกับบริษัทหรือหน่วยงานชั้นนำที่มีชื่อเสียง มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับดีมากสามารถปฏิบัติงานได้จริง มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอที่จะสามารถตอบสนองและบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องสร้างความมั่นใจได้ว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในระดับดีมาก</p> <p>ในกรณีหากเคยร่วมงานกับ สศท. ผลงานที่ผ่านมาดำเนินการได้เรียบร้อย ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้สามารถมั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้าง</p>	<p>๕ คะแนน</p>
<p>บริษัทมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน เคยร่วมงานกับบริษัทหรือหน่วยงานที่เป็นที่รู้จักพอสมควร มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอ ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในระดับดีพอสมควร</p> <p>ในกรณีหากเคยร่วมงานกับ สศท. ผลงานที่ผ่านมาดำเนินการได้เรียบร้อย มั่นใจว่าสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้าง</p>	<p>๓ คะแนน</p>
<p>บริษัทมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน เคยร่วมงานกับบริษัทหรือหน่วยงานที่เป็นที่รู้จักรองลงมา มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับพอใช้ ไม่เห็นผลงานด้านประชาสัมพันธ์เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในระดับพอใช้</p> <p>ในกรณีหากเคยร่วมงานกับ สศท. ผลงานที่ผ่านมาดำเนินการได้ไม่ครบถ้วน ไม่เรียบร้อย หรือไม่เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด หรือเคยถูกปรับ ทำให้ไม่มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างได้</p>	<p>๑ คะแนน</p>

PTPT

Guo

Hand Hand