

ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน กิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อดิจิทัล

๑. หลักการและเหตุผล

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) มีภารกิจและวัตถุประสงค์สำคัญ คือ การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกมิติอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้าง ถ่ายทอดองค์ความรู้ และ บริหารจัดการวัฒนธรรมที่ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย (Cultural Management) เพื่อสร้างให้เห็นในคุณค่าภูมิปัญญาไทย ก่อเกิดวัฒนธรรมแห่งความภาคภูมิใจ เกิดความนิยมใช้ ยอมรับ สนับสนุนในงานศิลปหัตถกรรมไทยในกลุ่มคนรุ่นใหม่และสังคมไทยในวงกว้าง

โลกสำคัญในการสื่อสารสำคัญของโลกยุคปัจจุบัน คือเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นผลมาจากการผลักดัน ให้ประเทศไทยไปสู่สังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล ทุกภาคส่วนรวมทั้งเครื่องมือการสื่อสารได้ถูกปรับเปลี่ยนตาม กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกนี้ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ยิ่งช่วยกระตุ้นและ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้คนในยุค New Normal เกิดการบริโภคสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น

สศท. มีภารกิจในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของงานศิลปหัตถกรรมไปยังสังคมไทย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมอย่างแพร่หลาย จึงจำเป็นต้องการสร้างการรับรู้และจัดจำหน่ายงาน ผ่านการ เผยแพร่ข้อมูลการสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือใน การสื่อสาร ด้วยความรวดเร็ว ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าและผู้รับสาร ของ สศท. ไปสู่กลุ่มใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการปลูกฝังค่านิยม และวัฒนธรรมการบริโภคงานศิลปหัตถกรรมไทย มีทัศนคติที่ดีและเกิดภาพจำของงานศิลปหัตถกรรมไทย ที่ทันสมัยและสอดคล้องในการใช้งานในชีวิตประจำวัน เป็นแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่และคนไทยเกิดการ สืบสานต่อยอดงานศิลปหัตถกรรมไทยให้คงอยู่คู่สังคมไทยตลอดไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างความตระหนักทุกภาคส่วน และกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการดูแล อนุรักษ์ สืบสาน งานศิลปหัตถกรรมไทย

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก สร้างการรับรู้บทบาทการดำเนินงานของ สศท. ให้เป็นที่รู้จักมาก ยิ่งขึ้น

๒.๓ เพื่อสร้างการรับรู้ทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการดำเนินงานของ สศท. ในการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยให้สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ นำมาสู่การยอมรับและสนับสนุนการ ดำเนินงานของ สศท.

๒.๔ เพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความ หลากหลายและกว้างขวางได้มากขึ้น


๑

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 800,000 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่หน่วยงานของรัฐเชื่อถือ โดยจะต้องยื่นหลักฐานสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องในวันที่ยื่นข้อเสนอ

๔. ขอบเขตของงานจ้าง

๔.๑ การวิเคราะห์ ทิศทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และแผนการดำเนินงาน

(๑) นำเสนอภาพรวมการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และวิเคราะห์ข้อมูลและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน

(๒) กำหนดแนวทางช่องทางในการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน

สม. ศศ
๒

(๓) นำเสนอแผนการดำเนินงานในรูปแบบ Timeline

(๔) วิเคราะห์และนำเสนอวิธีการในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ที่มีบทบาทและศักยภาพในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมของผู้บริโภค เศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งสืบทอดความเป็นไทยไปยังคนรุ่นหลังผ่านการเชื่อมต่อเทคโนโลยี

๔.๒ การดำเนินงานผ่านสื่อดิจิทัล ทั้งช่องทางเดิมของ สศท. และช่องทางใหม่

(๑) ดำเนินการบริหารจัดการช่องทางสื่อดิจิทัลต่างๆ ของ สศท. ที่มีอยู่ จำนวน ๖ ช่องทาง ได้แก่ Facebook , Twitter , Line , Instagram , YouTube และ TikTok เพื่อสื่อสารให้สอดคล้องในแต่ละช่องทางและเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เพิ่มจำนวนผู้ติดตามของ Facebook , Instagram และ YouTube ของ สศท. เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๕% จากยอดปัจจุบัน ณ วันที่เซ็นสัญญาจ้าง
- Digital Content ได้รับการดาวน์โหลดหรือแชร์ไปยังสื่ออื่น ๆ ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ครั้งต่อปี
- บริหารจัดการให้มีจำนวนข้อความแสดงความคิดเห็น หรือการร่วมกิจกรรมทางช่องทางออนไลน์ รวมกันไม่น้อยกว่า ๖๐๐ ข้อความต่อปี
- นำเอาสื่อวิทัศน์ของ สศท. ไปเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ โดยมีจำนวนผู้เข้าถึงสื่อวิทัศน์ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ โดยเทียบกับการเข้าถึงสื่อวิทัศน์ของ สศท. ปี ๒๕๖๔ ในช่องทาง Facebook ของ สศท.
- การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ต้องครอบคลุม ๗ รูปแบบ ได้แก่ Message , Text , Video , Photo , Voice , Hashtag และ Surveys หรืออื่นๆ ตามที่ผู้รับผิดชอบโครงการกำหนด

(๒) ดำเนินการสร้างสรรคและจัดทำ Digital Content ผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลของ สศท. อาทิ Facebook , Twitter , Line , Instagram , YouTube หรือช่องทางอื่นๆที่เหมาะสม โดยนำเสนอสื่อเผยแพร่คุณค่างานทัศนศิลป์ไทย ไม่น้อยกว่า ๒๔๐ ครั้งต่อปี

๔.๓ จัดทำ Digital Content เกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมและนำมาเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียของ สศท. ได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) จัดหานักเขียน Digital Content ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย เพื่อจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมไทย

(๒) สืบค้นและจัดทำข้อมูลของงานศิลปหัตถกรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้นงาน ได้แก่

- ข้อมูลข่าวสารหรือทิศทางในแวดวงงานศิลปหัตถกรรมทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕ ชิ้นงาน
- องค์ความรู้ หรืออื่นๆ ที่มีความน่าสนใจและเกี่ยวข้อง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๕ ชิ้นงาน

๘๕
๓

๔.๔ การออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์

ออกแบบจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือกิจกรรมต่างๆ ของ สศท. และเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ สศท. จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๔๐ ชิ้นงาน

๔.๕ การสื่อสารและเผยแพร่งานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสำนักข่าวออนไลน์

จัดหาเพจหรือสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่นิยมและมีผู้ติดตามในสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ The Standard, The Cloud หรืออื่นๆ ในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา , สกู๊ปข่าว , บทความหรือการนำเสนอเรื่องราวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรม หรือการดำเนินงานของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๖ การโฆษณาเนื้อหาการดำเนินงานส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือกิจกรรมของ สศท. ดังนี้

(๑) Boost Post ผ่านช่องทาง Facebook ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง

(๒) Boost Post ผ่านช่องทาง Instagram ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

(๓) Boost Post ผ่านช่องทาง Tiktok ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

(๔) สรุปผลการดำเนินการ Boost Post ในช่องทางตามข้อ (๑) (๒) (๓) โดยเปรียบเทียบการเข้าถึงสื่อ ก่อนและหลังการดำเนินงาน หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์

๔.๗ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำองค์กรในรูปแบบ Data Visualization

ออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำองค์กรในรูปแบบ Infographic ที่เคลื่อนไหวได้ จำนวน ๑ ชิ้น และรูปแบบ PowerPoint Presentation จำนวน ๑ ชิ้นงาน

๔.๘ ดำเนินการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล

(๑) จัดทำแผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ แผนการเผยแพร่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

(๒) เผยแพร่วิดีโอของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีเรตติ้งผู้ชม อันดับ ๑-๔ จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง

(๓) ดำเนินการเรื่องลิขสิทธิ์การเผยแพร่และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเผยแพร่ทั้งหมด

(๔) สรุปจำนวนการเข้าถึงวิดีโอของ สศท. หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์

๔.๙ ดำเนินการสื่อสารรูปแบบโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ได้รับความนิยมโดยมีจำนวนการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

(๑) เสนอแผน Media Planning ในการลงโฆษณา TVC ของ สศท. ผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ แผนการเผยแพร่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

กศ
๔
Sw
Sw

(๒) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (TVC) ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ในรูปแบบโฆษณา ผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง พร้อมสรุปผลการเผยแพร่จำนวนการเข้าถึง หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆที่เป็นประโยชน์

(๓) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (TVC) ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ในรูปแบบโฆษณา ผ่านแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ อาทิ We TV หรือ Viu หรือ IQIYI หรือ อื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทางๆ ละ ๑ ครั้ง พร้อมสรุปผลการเผยแพร่จำนวนการเข้าถึง หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆที่เป็นประโยชน์

๔.๑๐ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่ได้รับความนิยม โดยมีจำนวนการเข้าถึงรวมกัน ไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

(๑) แพลตฟอร์ม TikTok

- บริหารแพลตฟอร์ม Tiktok ของ สศท. ให้เป็น Official Account พร้อมจัดทำ content ที่สร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน โดยสร้างสรรค์เนื้อหาของ งานศิลปหัตถกรรมที่เชื่อมต่อและสอดคล้องไปกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเผยแพร่ใน Tiktok ของ สศท. ทั้งนี้รูปแบบของวิดีโอสั้นมีความน่าสนใจและช่วยกระตุ้นให้เกิดการ มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย อาทิ #แฮชแทคที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ในการค้นหาได้ง่าย เชื่อมโยงกับแฮชแทคที่เป็นอยู่ในกระแส มี Caption ที่เหมาะสม เพลงประกอบที่กำลังนิยม หรือ เอฟเฟกต์ที่เพิ่มความน่าสนใจ เป็นต้น
- สร้างสรรค์แคมเปญบนแพลตฟอร์ม Tiktok ในรูปแบบ Challenge Campaign เพื่อเป็นขาเล่นจ้ ให้เกิดการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมอย่างสร้างสรรค์ สามารถทำตามได้ง่าย สร้างให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แคมเปญ
- บริหารจัดการให้มียอดผู้ติดตาม TikTok ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐,๐๐๐ ราย
- นำเสนอข้อมูล รูปแบบโฆษณาบน Tiktok อาทิ In-Feed Ads , TopView , Branded Effect เป็นต้น แล้วการวางแผนลงโฆษณาใน Tiktok โดยวิเคราะห์แนวทางในการจัดทำ TikTok Ads ของ สศท. โดยพิจารณา Ads Format และกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม
- ผลิตสื่อโฆษณาบน Tiktok จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน พร้อมเผยแพร่ผ่านรูปแบบที่เหมาะสม บน Tiktok จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- ดำเนินการนำ TVC ของ สศท. ไปตัดต่อและปรับรูปแบบและขนาดให้มีความเหมาะสมเพื่อนำไป เผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาบน Tiktok ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- ผู้รับจ้างดำเนินการและรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ในเรื่องลิขสิทธิ์ในกระบวนการผลิต การขออนุญาต และการเผยแพร่
- สรุปผลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์ม Tiktok ทั้งในส่วนของ Tiktok Official Account ของ สศท. และการลงโฆษณาในแพลตฟอร์ม Tiktok

กช
๕
Jhr

(๒) แพลตฟอร์ม Music streaming

- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณาในรูปแบบเสียงที่รองรับแพลตฟอร์มประเภท Music streaming ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น
- ดำเนินการเผยแพร่ในแพลตฟอร์ม Music streaming อาทิ Spotify หรือ Joox หรือ YouTube Music หรืออื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทางๆ ละ ๑ ครั้ง โดยต้องมีจำนวนการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Impression ต่อครั้ง
- สรุปผลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์บนแพลตฟอร์ม Music streaming

(๓) แพลตฟอร์ม Line

- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณาที่เหมาะสมกับช่องทางของ Line ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ
- นำเสนอข้อมูลรูปแบบโฆษณาของแพลตฟอร์ม Line และวางแผนลงโฆษณาใน Line โดยพิจารณา รูปแบบ ตำแหน่งและกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม
- เผยแพร่โฆษณาในแพลตฟอร์ม Line จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- สรุปผลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์บนแพลตฟอร์ม Line

(๔) แพลตฟอร์ม IG

- ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโฆษณาที่เหมาะสมกับช่องทางของ IG ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ
- นำเสนอข้อมูลรูปแบบโฆษณาของแพลตฟอร์ม IG และวางแผนลงโฆษณาใน IG โดยพิจารณา รูปแบบและกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม
- เผยแพร่โฆษณาในแพลตฟอร์ม IG จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- สรุปผลการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์บนแพลตฟอร์ม IG

๔.๑๑ จัดทำ Social Media Campaign สร้างความรู้สึกร่วมต่องานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับคนรุ่นใหม่

(๑) สร้างกิจกรรมหรือแคมเปญรณรงค์ทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แคมเปญ เพื่อให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม เชิญชวนสังคมนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย และสร้างฐานความนิยมงานศิลปหัตถกรรมให้คนรุ่นใหม่เพื่อเป็นกระบอกเสียงไปยังสังคมไทย

(๒) ตรีเอท Hashtag (แฮชแท็ก) # สำหรับแคมเปญ และ Caption เพื่อสร้างกระแสในออนไลน์และเพิ่มโอกาสในการมองเห็น เน้นการมีส่วนร่วมให้เห็นว่าทุกคนในสังคมสามารถมีส่วนร่วมในก้าวสำคัญของการรักษางานศิลปหัตถกรรมไทยไปสู่อนาคต

(๓) จัดหาและประสานเครือข่ายกลุ่มหรือผู้ที่สนใจในงานศิลปหัตถกรรมเพื่อร่วมเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แคมเปญ แสดงพลังของการสร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย โดยมีจำนวนเครือข่ายเข้าร่วม

๖ กก

ไม่น้อยกว่า ๓ เครือข่าย อาทิ สถาบันการศึกษา ชุมชน กลุ่มครูหรือสมาชิกของ sacit ผู้ประกอบการงาน ศิลปหัตถกรรม พันธมิตรทั้งภาครัฐหรือเอกชน หรืออื่นๆ

(๔) ดำเนินการเชิญชวนผู้ร่วมกิจกรรม Social Media Campaign จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

(๕) ดำเนินการสร้างกระแสสำหรับ Hashtag (แฮชแท็ก) # ของแคมเปญบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ กระตุ้นให้สังคมเกิดความชื่นชอบ รัก และภูมิใจ เน้นให้เกิดการดึงดูดความสนใจที่มีต่องานศิลปหัตถกรรม เกิดความอยากมีส่วนร่วมและแบ่งปันแชร์ต่อไปในวงกว้าง โดยมีแฮชแท็กที่ได้รับการเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แฮชแท็ก

(๖) สรุปผลของแคมเปญ ในด้านการเข้าถึง การมีส่วนร่วม หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆที่เป็น ประโยชน์

๔.๑๒ การดำเนินงานวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงาน

(๑) ดำเนินรวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผลการดำเนินงานโครงการ (Data Analytics) โดยมีรายละเอียด ครอบคลุมช่องทางการสื่อสาร พร้อมข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลต่อไป

(๒) ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามสำรวจความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของ สศท. และสำรวจระดับ การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อการส่งเสริม สนับสนุน งานศิลปหัตถกรรมไทยของ สศท. ผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลหรือ ผ่านการจัดกิจกรรมของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ตัวอย่าง พร้อมสรุปวิเคราะห์ในรูปแบบรายงาน

(๓) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่เข้ามาบริหารจัดการในช่องทางสื่อดิจิทัลของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย และกรณีเกิด (Crisis Management) ต้องหาแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ และรับมือในกรณีเกิดผลกระทบ เชิงลบ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน

๔.๑๓ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) อาจส่งผลให้การดำเนินงาน ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดการจ้างหรือแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ หากมีการเปลี่ยนแปลง รายละเอียดการดำเนินกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สศท. ก่อนดำเนินการจริง เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

๕.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ทั้งหมด ให้แก่ผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบ ก่อนการดำเนินงาน (ผู้รับผิดชอบโครงการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับรายละเอียดที่ผู้รับจ้างเสนอได้ตามความเหมาะสม)

๕.๒ เมื่อผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบแผนการดำเนินงานแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องลงมือดำเนินงานทั้งหมด ให้เป็นไปตามรายละเอียดต่างๆ ตามข้อกำหนด

๕.๓ ในการดำเนินงานตามรายละเอียดข้อ ๔ ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงาน ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานได้ รวมทั้งอาจมีการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรค ฯลฯ โดยการนัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ใน

๗ คศ

ดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมกันนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ ๒๓ กันยายน ๒๕๖๕

๗. งบประมาณ

วงเงิน ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๘. การส่งมอบงาน

๘.๑ งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานการวิเคราะห์ ทิศทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และแผนการดำเนินงานภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท. ประกอบด้วย

- (๑) นำเสนอภาพรวมการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และวิเคราะห์ข้อมูลและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน
- (๒) กำหนดแนวทางช่องทางในการสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน
- (๓) นำเสนอแผนการดำเนินงานในรูปแบบ Timeline
- (๔) วิเคราะห์และนำเสนอวิธีการในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ที่มีบทบาทและศักยภาพในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมของผู้บริโภค เศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งสืบทอดความเป็นไทยไปยังคนรุ่นหลังผ่านการเชื่อมต่อและเทคโนโลยี
- (๕) จัดหานักเขียน Digital Content ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย เพื่อจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมไทย
- (๖) นำเสนอเจ้าหน้าที่เข้ามาบริหารจัดการในช่องทางสื่อดิจิทัลของ สศท. พร้อมรายละเอียดที่สามารถติดต่อได้ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย

ทั้งนี้ กำหนดให้จัดทำรายงานผลในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ บรรจุลงใน Thumb drive จำนวน ๒ ชุด

๘.๒ งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานและรายงานความคืบหน้าในการดำเนินกิจกรรม และส่งมอบงานภายในวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๕ ณ ที่ทำการของ สศท. โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (๑) รายงานความคืบหน้าการบริหารจัดการช่องทางสื่อดิจิทัลต่างๆ ของ สศท. ที่มีอยู่ จำนวน ๖ ช่องทาง อาทิ Facebook , Twitter , Line , Instagram , YouTube และ TikTok
- (๒) รายงานความคืบหน้าการดำเนินงานจัดทำ Digital Content ข้อมูลข่าวสารหรือทิศทางในแวดวงงานศิลปหัตถกรรมทั้งในและต่างประเทศ หรือองค์ความรู้ หรืออื่นๆ ที่มีความน่าสนใจและเกี่ยวข้อง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย
- (๓) รายงานความคืบหน้าการออกแบบจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ สศท.

๘
๘

- (๔) รายงานการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่เนื้อหา , สกู๊ปข่าว , บทความหรือการนำเสนอเรื่องราวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรม หรือการดำเนินงานของ สศท. และเผยแพร่เพจหรือสำนักข่าวออนไลน์
- (๕) รายงานความคืบหน้าการโฆษณา Boost Post ผ่านช่องทาง Facebook และ Instagram ของ สศท.
- (๖) รายงานการดำเนินงานเผยแพร่วิดีโอของ สศท. ความยาว ๓๐ วินาที ผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีเรตติ้งผู้ชมอันดับ ๑-๔
- (๗) รายงานการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (TVC) ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาทีในรูปแบบโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) พร้อมสรุปผลการเผยแพร่จำนวนการเข้าถึง หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์
- (๘) รายงานการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (TVC) ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาทีในรูปแบบโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากรุ่นใหม่ อาทิ We TV หรือ Viu หรือ IQIYI หรือ อื่นๆ พร้อมสรุปผลการเผยแพร่จำนวนการเข้าถึง หรือข้อมูล Data Analytic อื่นๆที่เป็นประโยชน์

ทั้งนี้ กำหนดให้จัดทำรายงานผลในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด และรวบรวมไฟล์ข้อมูล อาร์ทเวิร์คต่างๆ และการสรุปผลทั้งหมด ที่สามารถแก้ไขได้บรรจุลงใน External Hard disk จำนวน ๒ ชุด

๘.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสื่อดิจิทัล ตามข้อ ๔ ทั้งหมด ให้แล้วเสร็จ และจัดทำเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบรายงานจำนวน ๒ ชุด และรวบรวมไฟล์ข้อมูล อาร์ทเวิร์คต่างๆ และการสรุปผลทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้บรรจุลงใน External Hard disk จำนวน ๒ ชุด ภายในวันที่ ๒๓ กันยายน ๒๕๖๕ ณ ที่ทำการของ สศท.

๙. การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง

๙.๑ งวดที่ ๑ เบิกจ่ายร้อยละ ๑๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ ตามข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๙.๒ งวดที่ ๒ เบิกจ่ายร้อยละ ๔๕ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ ตามข้อ ๘.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๙.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) เบิกจ่ายร้อยละ ๔๕ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ ๓ ตามข้อ ๘.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับ

Handwritten signatures and initials in blue ink.

โดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้วเป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือ ด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม อันเป็น ความรับผิดชอบของฝ่ายผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรับทำการซ่อมแซมแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ดีดังเดิมให้แก่ ผู้ว่าจ้าง ให้เรียบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการแก้ไขความ ชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ใน หนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้าง จะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

๑๑. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระ ค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้าย หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้ จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบ งานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงาน ล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่ใช่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้าง งานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และ ค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิก จ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา ต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

๑๒. คำรับรอง

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อดิจิทัล ตามสัญญานี้ทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้าง ได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่ง ศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อดิจิทัล และงานอื่นๆ ตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้รับระบุไว้ ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้าง ก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของ ผลงานตามสัญญานี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สิน ทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง

๑๐ กค
สม.
สม.

โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างไร้ข้อสงสัย เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐจะต้องใช้วัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๕. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

๑๕.๑ นางสาวศรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารภาพลักษณ์และจัดการวัฒนธรรมศิลปหัตถกรรม

๑๕.๒ นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

๑๕.๓ นางสาวภทรพร งามสมคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้กำหนดรายละเอียด



(นางสาวศรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)

กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
กิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อดิจิทัล

๑. สศท. จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคา หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สศท. จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค
๒. ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนองานจ้างครั้งนี้ สศท. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค)
๓. ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สศท. จะใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นตาม พรบ.การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ 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. ประสิทธิภาพของบุคลากรในด้านการจัดทำประเด็นเนื้อหาในการสื่อสารกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อดิจิทัล <ol style="list-style-type: none"> ๒.๑ บุคลากรสามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา สามารถแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ และจากภาษาอังกฤษ เป็นภาษาไทย ได้อย่างเชี่ยวชาญ (๕ คะแนน) ๒.๒ บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ด้านงานเขียนโดยเฉพาะ สามารถเขียนข้อมูล Digital Content ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) 	๑๐ คะแนน
๓. การดำเนินงานผ่านสื่อดิจิทัล ทั้งช่องทางเดิมของ สศท. และการนำเสนอการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ๆ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)	๕ คะแนน
๔. การจัดทำ Digital Content เกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมและนำมาเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียของ สศท. อย่างมีประสิทธิภาพ	๑๐ คะแนน
๕. ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสวยงาม สอดคล้องและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย (๕ คะแนน)	๕ คะแนน
๖. การคัดเลือกและความนิยมของช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ งานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสำนักข่าวออนไลน์ที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๕ คะแนน)	๕ คะแนน
๗. ความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำองค์กรในรูปแบบ Data Visualization ความสวยงาม และส่งเสริมต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และสามารถใช้งานได้จริง (๕ คะแนน)	๕ คะแนน

๑๒ 

๘. คุณภาพของการนำเสนอและคัดเลือกช่องที่มีเรตติ้งผู้ชม ความถี่ในการเผยแพร่ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล	๑๐ คะแนน
๙. คุณภาพในการสื่อสารรูปแบบโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ได้รับความนิยม โดยมีจำนวนการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง ๙.๑ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน) ๙.๒ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ (๕ คะแนน)	๑๕ คะแนน
๑๐. คุณภาพในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่ได้รับความนิยม โดยมีจำนวนการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง ๑๐.๑ ภาพรวมการดำเนินงาน ความคิดสร้างสรรค์ และการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok (๑๐ คะแนน) ๑๐.๒ ภาพรวมการดำเนินงาน ความคิดสร้างสรรค์ และการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม Music streaming , Line และ IG (๕ คะแนน)	๑๕ คะแนน
๑๑. คุณภาพในการดำเนินกิจกรรม Social Media Campaign สร้างความรู้สึกร่วมต่องานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับคนรุ่นใหม่	๑๐ คะแนน
๑๒. ประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัท ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของทีมงาน ที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๕ คะแนน
รวม	๑๐๐ คะแนน

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
 - ๔.๓ ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคตามลำดับการลงทะเบียน
๕. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ สศท. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกวงค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค



(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



(นางสาววทพร งามสมคุณ)

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. ประสิทธิภาพของบุคลากรในด้านการจัดทำประเด็นเนื้อหาในการสื่อสารกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปวัฒนธรรมไทย ผ่านสื่อดิจิทัล (๑๐ คะแนน)

๒.๑ บุคลากรสามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา สามารถแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ และจากภาษาอังกฤษ เป็นภาษาไทย ได้อย่างเชี่ยวชาญ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา ได้อย่างเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ และมีผลงานด้านการแปลภาษาในสื่อต่างๆ ที่เป็นที่ยู่งักในวงกว้าง	๕ คะแนน
๒. นำเสนอบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา ได้ในระดับพอใช้ และมีผลงานด้านการแปลภาษาในสื่อระดับรองลงมา	๓ คะแนน
๓. การนำเสนอบุคลากรไม่สอดคล้องกับคุณสมบัติที่ตรงกับเนื้อหา หรือมีผลงานด้านการแปลไม่ตรงกับเนื้อหาที่มานำเสนอ	๑ คะแนน

๒.๒ บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ด้านงานเขียนโดยเฉพาะ สามารถเขียนข้อมูล Digital Content ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอผลงานและประสบการณ์ด้านงานเขียนข้อมูล Digital Content ที่มีความสอดคล้องกับงานศิลปวัฒนธรรมไทย โลฟสไตล์ แพชั่น หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอผลงานและประสบการณ์ด้านงานเขียนข้อมูล Digital Content ที่มีความสอดคล้องกับงานศิลปวัฒนธรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับดี	๓ คะแนน

๓. นำเสนอผลงานและประสบการณ์ด้านงานเขียนข้อมูล Digital Content ที่มีความสอดคล้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในระดับพอใช้	๑ คะแนน
---	---------

๓. การดำเนินงานผ่านสื่อดิจิทัล ทั้งช่องทางเดิมของ สศท. และการนำเสนอการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ๆ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอการดำเนินงานผ่านช่องทางดิจิทัลเดิมของ สศท. ที่มีความครบถ้วนทุกช่องทาง และมีการนำเสนอการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ที่เป็นที่นิยม และรูปแบบมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม พิจารณาแล้วน่าจะโดนใจกลุ่มเป้าหมาย	๕ คะแนน
๒. นำเสนอการดำเนินงานผ่านช่องทางดิจิทัลเดิมของ สศท. ที่มีความครบถ้วนทุกช่องทาง และมีการนำเสนอการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่เป็นที่นิยมรองลงมา หรือรูปแบบยังขาดความน่าสนใจ หรือไม่ชวนติดตามเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. นำเสนอการดำเนินงานผ่านช่องทางดิจิทัลเดิมของ สศท. ที่มีความครบถ้วนทุกช่องทาง แต่ไม่ได้นำเสนอการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ๆ หรือพิจารณาแล้วว่าไม่น่าสื่อสารตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายได้	๑ คะแนน

๔. การจัดทำ Digital Content เกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมและนำมาเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียของ สศท. อย่างมีประสิทธิภาพ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอ Digital Content อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ เรื่องราวที่น่าสนใจ มีความทันสมัย สร้างแรงบันดาลใจ และสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับดีมาก มีความสมบูรณ์ในเนื้อหา และรูปแบบที่นำเสนอได้อย่างครบถ้วน	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอ Digital Content ในระดับดี และสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับดี มีความสมบูรณ์ของเนื้อหา แต่ยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง	๗ คะแนน
๓. นำเสนอ Digital Content ในระดับพอใช้ และสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับพอใช้ ยังขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหา และมีข้อบกพร่องหลายจุด	๔ คะแนน
๔. นำเสนอ Digital Content ที่ไม่โดดเด่น และไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ขาดความสมบูรณ์ในเนื้อหา และมีข้อบกพร่องที่มองเห็นได้ชัด	๑ คะแนน



 ศศท.
 ๑๕

๕. ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสวยงาม สอดคล้อง และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนองานออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความโดดเด่นที่ดีไซน์สวยงาม การจัดวางเลย์เอาต์มีความเหมาะสม มีองค์ประกอบครบถ้วน ทำให้ภาพรวมการออกแบบสามารถสะท้อนบทบาทภารกิจขององค์กร หรือส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอตัวอย่างงานออกแบบที่มีดีไซน์พอใช้ ขาดองค์ประกอบบางจุด ที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสวยงาม และการสื่อสารบทบาทภารกิจองค์กรได้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอตัวอย่างงานออกแบบที่มีดีไซน์ไม่สวยงาม ขาดองค์ประกอบสำคัญ และไม่สามารถสะท้อนบทบาทภารกิจขององค์กร หรือส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทยได้	๑ คะแนน

๖. การคัดเลือกและความนิยมของช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่งานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านสำนักข่าวออนไลน์ที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ฯ ผ่านสำนักข่าวออนไลน์เป็นที่นิยม และเป็นที่รู้จัก มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และตรงกับกลุ่มเป้าหมายในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ฯ ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ ในระดับรองลงมา มีผู้ติดตามและตรงกับกลุ่มเป้าหมายในระดับดี	๓ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ฯ ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ มีผู้ติดตาม และตรงกับกลุ่มเป้าหมายในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๗. ความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำองค์กรในรูปแบบ Data Visualization ความสวยงาม และส่งเสริมต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และสามารถใช้งานได้จริง (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. Data Visualization ที่นำเสนอมีความความคิดสร้างสรรค์โดดเด่น เนื้อหา มีรูปแบบน่าสนใจ สวยงาม สะท้อนบทบาทภารกิจและภาพลักษณ์องค์กรได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. Data Visualization ที่นำเสนอมีเนื้อหาสะท้อนบทบาทภารกิจและภาพลักษณ์องค์กรได้ดีพอสมควร	๓ คะแนน
๓. Data Visualization ที่นำเสนอขาดความเชื่อมโยง ไม่โดดเด่น มีข้อบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ของเนื้อหาและรูปแบบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร	๑ คะแนน


 ๑๖

๘. คุณภาพของการนำเสนอและคัดเลือกช่องที่มีเรตติ้งผู้ชม ความถี่ในการเผยแพร่ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา ที่มีเรตติ้งผู้ชมอยู่ในอันดับ ๑-๔ อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่นิยม เป็นรายการที่มีชื่อเสียง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ความถี่ในการเผยแพร่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา ที่มีเรตติ้งผู้ชมอยู่ในอันดับ ๑-๔ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพอสมควร ความถี่ในการเผยแพร่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา ที่มีเรตติ้งผู้ชมอยู่ในอันดับ ๑-๔ ความถี่ในการเผยแพร่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาในระดับพอใช้ พิจารณาแล้วไม่แน่ใจว่าตรงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่	๔ คะแนน
๔. นำเสนอและคัดเลือกช่อง หรือรายการ หรือช่วงเวลา หรือที่ไม่ได้อยู่เรตติ้งผู้ชมในอันดับ ๑-๔ และความถี่ในการเผยแพร่ไม่สอดคล้องกับกรอบระยะเวลา หรือไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย	๑ คะแนน

๙. คุณภาพในการสื่อสารรูปแบบโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ได้รับความนิยมโดยมีจำนวนการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง (๑๕ คะแนน)

๙.๑ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) ที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางในการโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) ในรายการที่ไม่เป็นที่รู้จักที่ได้รับความนิยม ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการลงสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางในการโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) ในรายการที่เป็นที่รู้จักรองลงมา ที่ได้รับความนิยม ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการลงสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางในการโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) ที่ในรายการที่เป็นที่รู้จักและไม่รู้จัก ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการลงสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. นำเสนอช่องทางในการโฆษณาผ่าน YouTube (แบบกดข้ามไม่ได้) ในช่องทางที่ไม่ได้รับความนิยม ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และไม่แสดงให้เห็นถึงการลงสื่อที่เหมาะสม	๑ คะแนน




 ๑๗

๙.๒ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่เป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ โดยคัดเลือกรายการหรือช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับดีมาก มีการแสดงข้อมูลรายละเอียดของการคัดเลือกช่องทางอย่างชัดเจน	๕ คะแนน
๒. นำเสนอแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่เป็นที่รู้จัก โดยคัดเลือกรายการหรือช่วงเวลา que เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้ในระดับพอใช้ มีข้อมูลการคัดเลือกช่องทาง แต่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. นำเสนอแอปพลิเคชันด้านความบันเทิงที่ไม่เป็นที่รู้จัก หรือคัดเลือกรายการหรือช่วงเวลาที่ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย	๑ คะแนน

๑๐. คุณภาพในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่ได้รับความนิยม โดยมีจำนวนการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง (๑๕ คะแนน)

๑๐.๑ ภาพรวมการดำเนินงาน ความคิดสร้างสรรค์ และการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอรูปแบบ TikTok ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ดึงดูดความสนใจของสังคม และโดนใจคนรุ่นใหม่ เชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมให้ใกล้ชิด และมีการนำเสนอที่เข้าใจง่ายตรงจริตของผู้บริโภค นำเสนอ Challenge Campaign และ # Hastag ที่สร้างกระแสสังคมได้ดี ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบ TikTok ที่มีความคิดสร้างสรรค์พอสมควร รูปแบบและการนำเสนอมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง มีความน่าสนใจพอสมควร พิจารณาแล้วเห็นว่าน่าจะโดนใจคนรุ่นใหม่อยู่บ้าง ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอรูปแบบ TikTok ที่มีความคิดสร้างสรรค์ไม่ชัดเจน รูปแบบและการนำเสนอมีข้อบกพร่องหลายจุด ขาดความน่าสนใจ พิจารณาแล้วไม่มั่นใจว่าจะโดนใจกลุ่มคนรุ่นใหม่ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. นำเสนอรูปแบบ TikTok ที่ไม่สอดคล้องหรือเชื่อมโยง ขาดความสมบูรณ์ของรูปแบบและการนำเสนอ ขาดความน่าสนใจ พิจารณาแล้วคิดว่าไม่สามารถโดนใจคนรุ่นใหม่ได้ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ไม่ชัดเจน	๑ คะแนน

๑๘

๑๐.๒ ภาพรวมการดำเนินงาน ความคิดสร้างสรรค์ และการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม Music streaming , Line และ IG (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอการจัดทำเนื้อหา , artwork และรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความโดดเด่น มีความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบให้เข้ากับแพลตฟอร์มแต่ละประเภทได้เหมาะสมครบถ้วน สามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอการจัดทำเนื้อหา , artwork และรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ พอสมควร ออกแบบให้เข้ากับแพลตฟอร์มแต่ละประเภท แต่มีข้อบกพร่องหรือไม่ชัดเจนพอสมควร สามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดี	๓ คะแนน
๓. นำเสนอการจัดทำเนื้อหา , artwork และรูปแบบการนำเสนอที่ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับแพลตฟอร์มแต่ละประเภท อาจดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ดีเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๑๑. คุณภาพในการดำเนินกิจกรรม Social Media Campaign สร้างความรู้สึกร่วมต่องานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับคนรุ่นใหม่ (๑๐ คะแนน)




ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. กิจกรรมหรือแคมเปญรณรงค์ทางออนไลน์มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจ มีความเป็นไปได้ การคัดเลือกเครือข่ายเหมาะสม เกิดความร่วมมือในการขยายเครือข่ายไปกลุ่มต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางและชัดเจน สามารถสร้างกระแส # Hastag และการแชร์ใน Social Media อย่างมีประสิทธิภาพ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. กิจกรรมหรือแคมเปญรณรงค์ทางออนไลน์มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจพอสมควร การคัดเลือกเครือข่ายเหมาะสม มีการให้เกิดความร่วมมือของเครือข่ายอยู่พอสมควร น่าจะเกิดกระแส # Hastag และการแชร์ใน Social Media ได้พอสมควร ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้ในระดับดี	๗ คะแนน
๓. กิจกรรมหรือแคมเปญรณรงค์ทางออนไลน์ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร การคัดเลือกเครือข่ายไม่เหมาะสมหรือสอดคล้องเท่าที่ควร พิจารณาแล้วความร่วมมือระหว่างเครือข่ายยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้ในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. กิจกรรมหรือแคมเปญรณรงค์ทางออนไลน์ไม่น่าสนใจ ไม่เหมาะสม และขาดความชัดเจน มีความบกพร่องในการคัดเลือกเครือข่ายหรือรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ มีความเป็นไปได้น้อยที่สุด	๑ คะแนน



 ๑๙

๑๒. ประสิทธิภาพและบุคลากรในการทำงานด้านสื่อดิจิทัล (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. บริษัทมีประสิทธิภาพด้านบริหารจัดการสื่อดิจิทัล มีความเชี่ยวชาญด้านการวางแผนการดำเนินงาน Digital Media ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้มั่นใจได้ว่าความรู้ความสามารถของบุคลากรที่รับผิดชอบจะสามารถดำเนินกิจกรรมได้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนด	๕ คะแนน
๒. บริษัทมีประสิทธิภาพด้านสื่อดิจิทัลที่ไม่โดดเด่นหรือไม่ชัดเจน เคยวางแผนการดำเนินงาน Digital Media ในหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น	๓ คะแนน
๓. บริษัทมีประสิทธิภาพด้านสื่อดิจิทัลน้อย หรือไม่ชัดเจน ทำให้ไม่มั่นใจว่าบุคลากรจะสามารถดำเนินกิจกรรมได้ตามที่กำหนด	๑ คะแนน




 ๒๐