

ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน
กิจกรรมการสื่อสารคุณค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย
ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการตลาดเชิงรุก

๑. หลักการและเหตุผล

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) หรือ สศท. มีบทบาทในการดูแลและสนับสนุนศิลปหัตถกรรมไทยทั้งระบบ เพื่อสืบสาน สร้างสรรค์ ส่งเสริมให้ก้าวไกลสู่สากล และสร้างความยั่งยืนให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เป็นการทำงานบูรณาการ ประสานความร่วมมือของทุกสำนักที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่แพร่หลาย จึงเกิดกิจกรรมการสื่อสารคุณค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงรุก กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน (SACIT Concept) เป็นการพัฒนาและสร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิมกับความคิดสร้างสรรค์ สะท้อนความมีอัตลักษณ์ และความร่วมมือ โดยการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ผลิตจากสมาชิกของ สศท. และนักออกแบบ

กิจกรรมการสื่อสารคุณค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างการรับรู้ เกิดการยอมรับ และสร้างกระแสในการใช้งานศิลปหัตถกรรมไทยอย่างแพร่หลาย จึงได้สร้างสื่อสำหรับสร้างภาพลักษณ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ สศท. ในรูปแบบที่ทันสมัยเหมาะสมกับช่องทางการเผยแพร่

กิจกรรมนี้ ใช้สื่อเพื่อเชื่อมโยง และขยายความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่สนใจสนับสนุน ส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทยในรูปแบบต่างๆ สู่การยกระดับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยให้มีความสวยงาม ทันสมัย ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันเหมาะกับผู้บริโภคทุกกลุ่ม

๒.๒ เพื่อสร้างวัฒนธรรมและกระแสความนิยมการใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม ให้สังคมไทยเกิดความรักและภาคภูมิใจในการสนับสนุนและบริโภคงานศิลปหัตถกรรมอย่างแพร่หลาย

๒.๓ เพื่อสื่อสารคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังสาธารณชนผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลาย ขยายเครือข่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยให้มีความเข้มแข็ง

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 ๑,๐๕๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่หน่วยงานของรัฐเชื่อถือ โดยจะต้องยื่นหลักฐานสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องในวันที่ยื่นข้อเสนอ

๔. ขอบเขตของงานจ้าง

ผู้รับจ้างต้องดำเนินงานสื่อสารคุณค่าผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย โดยมุ่งเน้นให้เกิดการสร้างการรับรู้ เกิดการยอมรับ และสร้างกระแสในการใช้งานศิลปหัตถกรรมไทยอย่างแพร่หลาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๑ การเสนอแผนการดำเนินงาน และกรอบการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการดำเนินงาน พร้อมทั้งกำหนดกรอบระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมดตลอดระยะเวลาโครงการ ประกอบด้วย

๔.๑.๑ จัดทำแผนการดำเนินงานกิจกรรมทั้งหมด พร้อมกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน (Time Frame)

๔.๑.๒ จัดทำแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สู่สาธารณชนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

๔.๑.๓ จัดทำแผนการนำวิถีทัศน์ไปเผยแพร่ผ่านสื่อ (Media Planning)

กค

กค

๔.๒ การเสนอกิจกรรมสื่อสารคุณค่าการพัฒนาศิลปหัตถกรรมไทย

๔.๒.๑ สื่อประชาสัมพันธ์และงานออกแบบ

๔.๒.๑.๑ นำเสนอแนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) ที่สามารถสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรม และสามารถสร้างการจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ Key Visual

๔.๒.๑.๒ นำ Key Visual มาออกแบบและจัดวางเลย์เอาต์ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน อาทิ Banner ทางโซเชียลมีเดีย , Banner เว็บไซต์ , บิลบอร์ดประชาสัมพันธ์ต่างๆ , ป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล , โปสเตอร์ หรืออื่นๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ Key Visual และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการเผยแพร่

๔.๒.๒ กิจกรรมประชาสัมพันธ์

๔.๒.๒.๑ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาโครงการ

ดำเนินงานเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านเครือข่ายสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

๔.๒.๒.๒ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์

● Influencer หรือ Youtuber

(๑) จัดหา Influencer หรือ Youtuber จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย โดยในแต่ละรายต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย เพื่อลงพื้นที่จัดทำคลิปวิดีโอ (นำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย เพื่อคัดเลือกไม่น้อยกว่า ๕ ราย)

(๒) นำเสนอรูปแบบการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ เรื่อง

(๓) ผลิตคลิปวิดีโอความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ คลิป

(๔) นำคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ Influencer หรือ Youtuber จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

(๕) นำคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง และ Boost Post ให้มีผู้เข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

ทั้งนี้ รูปแบบคลิปวิดีโอต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงาน

● TikTok

(๑) จัดหาผู้มีชื่อเสียงในแพลตฟอร์ม TikTok โดยในแต่ละรายต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย เพื่อลงพื้นที่จัดทำคลิปวิดีโอ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย (นำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย เพื่อคัดเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย)

ศก

ศก

- (๒) นำเสนอรูปแบบคลิปวิดีโอ TikTok จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่อง
 - (๓) ผลิตคลิปวิดีโอ TikTok ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คลิป
 - (๔) นำคลิปวิดีโอ TikTok ไปเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของผู้มีชื่อเสียง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง
 - (๕) นำคลิปวิดีโอ TikTok ไปเผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง และ Boost Post ให้มีผู้เข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง
- ทั้งนี้ รูปแบบคลิปวิดีโอต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงาน

๔.๒.๓ การจัดแคมเปญณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์

๔.๒.๓.๑ การจัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรของ สศท.

- (๑) นำเสนอชื่อหน่วยงานเครือข่ายพันธมิตร พร้อมเชิญเข้าร่วมกิจกรรมทั้งภาครัฐหรือเอกชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย
- (๒) นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยที่มีความเหมาะสมกับหน่วยงานเครือข่ายพันธมิตร
- (๓) จัดหาสถานที่ที่มีความเหมาะสม พร้อมออกแบบตกแต่งพื้นที่ให้มีความสอดคล้องกับชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทย
- (๔) ประสานงานผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อนำชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทยที่ได้รับการพัฒนาจาก สศท. ไปร่วมกิจกรรม ตามระเบียบของพัสดุ
- (๕) ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ ค่าเช่าพื้นที่จัดกิจกรรม การจัดเตรียมสถานที่ การตกแต่ง การขนส่ง การประกันความเสียหาย เจ้าหน้าที่ที่ประสานงาน หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๒.๓.๒ นำชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทยที่ได้รับการพัฒนาจาก สศท. ไปจัดแสดงในกิจกรรมของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง อาทิ งาน Crafts Bangkok หรือกิจกรรมอื่นๆ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการ และเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ การจัดเตรียมสถานที่ การขนส่ง การประกันความเสียหาย เจ้าหน้าที่ที่ประสานงาน หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๒.๓.๓ บริหารจัดการให้เกิดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์งานศิลปหัตถกรรมไทยที่ได้รับการพัฒนา โดย สศท. ทั้งรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์ รวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ บาท หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานได้ สศท. ขอสงวนสิทธิ์ในการหักคืนค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดยอดจำหน่ายฯ ตามที่ สศท. กำหนด โดยคิดตามสัดส่วนของค่าใช้จ่ายฯ ที่ไม่สามารถดำเนินการได้ และคิดค่าปรับร้อยละ ๑๐ ของยอดจำหน่ายตามที่กำหนดไว้ในข้อนี้

ทั้งนี้ รูปแบบการจัดกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงาน

๔.๒.๔ การผลิตและเผยแพร่วีดิทัศน์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

๔.๒.๔.๑ วีดิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย

- (๑) นำเสนอรูปแบบแนวคิดการสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจ Key Message โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม นำเสนอ Mood and Tone ของวีดิทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แนวคิด โดยผู้รับผิดชอบโครงการจะพิจารณาคัดเลือก ๑ แนวคิด

(๒) นำเสนอกระบวนการผลิตวิดีโอ (Production) ข้อมูลเนื้อหา (Content/Story Telling) ระยะเวลาการดำเนินงาน (Action Plan) ระยะเวลาในการถ่ายทำ (Production Plan) การลงพื้นที่ถ่ายทำ การจัดเก็บข้อมูล และการติดตามความคืบหน้า

(๓) จัดทำวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวงานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept) จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน

- จัดทำสคริปต์ หรือประเด็น โดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้สร้างสรรค์ หรือนักออกแบบ หรือชุมชน หรือผู้ประกอบการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการ
- จัดทำและผลิตวิดีโอที่กระบวนการผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept) ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน พร้อมนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง และ Boost Post ให้มีผู้เข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง
- ผลิต Content TikTok กระบวนการผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept) ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน
- นำวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง และ Boost Post ให้มีผู้เข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

(๔) นำเสนอความเชี่ยวชาญด้านบุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๕) กรณีที่ผู้รับผิดชอบโครงการลงพื้นที่ทางผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ถ้ามี)

(๖) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ ในกรณีที่สถานการณ์โควิดส่งผลต่อการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept) สศท. ขอสงวนสิทธิ์การปรับเปลี่ยนเป็นการจัดทำวิดีโอที่งานศิลปหัตถกรรมไทย ตามสถานการณ์ที่เหมาะสม ซึ่งต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการ

๔.๒.๔.๒ วิดีโอที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight

(๑) นำเสนอรูปแบบวิดีโอที่ผลิตภัณฑ์ Highlight จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แนวคิด โดยผู้รับผิดชอบโครงการจะพิจารณาคัดเลือก ๑ แนวคิด ที่มีความโดดเด่น สร้างแรงบันดาลใจ มีความคิดสร้างสรรค์

(๒) ผลิตวิดีโอที่ผลิตภัณฑ์ Highlight ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที / ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที / ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที

(๓) ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ ค่าลิขสิทธิ์ต่างๆ และ กระบวนการขออนุญาตทุกขั้นตอน (ถ้ามี)

ทั้งนี้ รูปแบบวิดีโอต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินการ

๕

๕

๔.๒.๔.๓ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วีดิทัศน์

(๑) นำวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๒.๔.๒ (๒) ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที ไปเผยแพร่ในรูปแบบโฆษณา ดังนี้

- ช่องทาง Youtube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง โดยให้มีการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง
- ช่องทาง Entertainment Application อาทิ We TV หรือ Viu หรือ iQIYI จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทาง โดยกำหนดให้มีการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง
- ช่องทาง Music Streaming อาทิ Joox หรือ Spotify หรือ Youtube Music จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง โดยให้มีการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

(๒) นำวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๒.๔.๒ (๒) ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ไปเผยแพร่ผ่านช่องทาง Out of Home Media ดังนี้

- ป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล บริเวณเส้นทางที่มีการจราจรหนาแน่น หรือมีผู้สัญจรเป็นจำนวนมาก จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ตำแหน่ง โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ วันต่อ ๑ ตำแหน่ง ทั้งนี้ ตำแหน่งป้ายต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการ
- จอดิจิทัลบริเวณชานชาลา หรือภายในรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT หรือจุดอื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ จุด ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

(๓) การนำวีดิทัศน์ตามข้อ ๔.๒.๔.๒ (๒) ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ไปเผยแพร่ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง อาทิ The standard / The cloud / ไทยรัฐ ออนไลน์ / The Momentum / ข่าวสดออนไลน์ / ผู้จัดการออนไลน์ หรืออื่นๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการเผยแพร่

๔.๒.๕ การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการตลาด

๔.๒.๕.๑ นำเสนอแนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ หรือผู้ผลิต หรือนักออกแบบ ที่มีความเหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาด อาทิ การขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือออฟไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน ตามที่ผู้รับผิดชอบโครงการกำหนด โดยกำหนดให้จัดทำเป็น File ที่มีความละเอียดสูง และไฟล์ที่มีความละเอียดไม่เกิน ๓ MB

๔.๒.๕.๒ ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค Banner ประชาสัมพันธ์ชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านช่องทาง Facebook จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นงาน

๔.๒.๕.๓ ดำเนินการจัดเตรียมช่างภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว เพื่อถ่ายภาพกิจกรรมสำหรับการประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาโครงการ

๔.๒.๖ กิจกรรมเปิดตัวการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย

๔.๒.๖.๑ นำเสนอรูปแบบกิจกรรมเปิดตัวการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

APR
๖

[Handwritten signature]

๔.๒.๖.๒ จัดหาสถานที่ที่มีความเหมาะสม สวยงาม และสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรมเปิดตัว พร้อมตกแต่งให้มีความเรียบร้อย ทั้งนี้ กำหนดให้นำเสนอสถานที่เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แห่ง เพื่อคัดเลือกจำนวน ๑ แห่ง

๔.๒.๖.๓ จัดเตรียมพื้นที่และอุปกรณ์การลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงานที่สื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย

๔.๒.๖.๔ จัดหาผู้ดำเนินรายการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (โดยนำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวน ๒ ราย)

๔.๒.๖.๕ จัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทั้งหมด อาทิ ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ กำหนดการ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ประเด็นการสื่อสาร บทพินิจกร คำกล่าวรายงานหรือคำกล่าวเปิดตัว Factsheet หรือ Press Kit สำหรับสื่อมวลชน หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๒.๖.๖ บริหารจัดการเชิญแขกเข้าร่วมงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) เชิญผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมกิจกรรม อาทิ ผู้ค้า กลุ่มนักออกแบบ สถาปนิก มัณฑนากร Merchandiser Trader ตัวแทนจากห้างสรรพสินค้า หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย

(๒) เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ จำนวน ๓ สื่อ , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ สื่อ

๔.๒.๖.๗ บริหารจัดการและประสานงานการนำผลิตภัณฑ์ หรือผู้ประกอบการ หรือชุมชน มา ร่วมงานและจัดแสดง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ การขนส่งผลิตภัณฑ์ การเดินทางมาร่วมกิจกรรม ค่าอาหาร ค่าที่พัก และอื่นๆ ทั้งหมด

๔.๒.๖.๘ เผยแพร่กิจกรรมเปิดตัวผ่านช่องทางสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้น ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ จำนวน ๓ ชิ้น , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ชิ้น

๔.๒.๖.๙ จัดเตรียมของที่ระลึก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชิ้น

๔.๒.๖.๑๐ จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มรับรองแขกและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ราย

๔.๒.๖.๑๑ บันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ตลอดการจัดกิจกรรม

๔.๒.๖.๑๒ ดำเนินการตัดต่อวิดีโอ Highlight ภาพรวมกิจกรรมเปิดตัวความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน

ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงาน

๔.๓ การสรุปผลการดำเนินงาน และการสำรวจความพึงพอใจ

๔.๓.๑ ดำเนินการรวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผลการดำเนินกิจกรรม (Data Analytics) โดยมีรายละเอียดครอบคลุมทุกช่องทาง การเข้าถึงสื่อแต่ละประเภท พร้อมข้อเสนอแนะ

๔.๓.๒ ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการ และสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ราย โดยกำหนดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ พร้อมทั้งรายงานสรุปผล

ศก
๗

๗

๔.๔ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) อาจส่งผลให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามข้อกำหนดการจ้างหรือแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ หากมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สศท. ก่อนดำเนินการจริง เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

๕.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ทั้งหมด ให้แก่ผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน (ผู้รับผิดชอบโครงการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับรายละเอียดที่ผู้รับจ้างเสนอได้ตามความเหมาะสม)

๕.๒ เมื่อผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบแผนการดำเนินงานแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องลงมือดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นไปตามรายละเอียดต่างๆ ตามข้อกำหนด

๕.๓ ในการดำเนินงานตามรายละเอียดข้อ ๔ ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานได้ รวมทั้งอาจมีการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรค ฯลฯ โดยการจัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมกันนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ ภายใน ๗ วันทำการ หลังจากเสร็จสิ้นการประชุม

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงภายในวันที่ ๒๓ กันยายน ๒๕๖๕

๗. งบประมาณ

วงเงิน ๑๐,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๘. การส่งมอบงาน

๘.๑ งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ทั้งหมด ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการ สศท. โดยกำหนดให้จัดทำเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ บรรจุลงใน Thumb drive จำนวน ๒ ชุด

๘.๒ งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานและรายงานความคืบหน้าในการดำเนินกิจกรรม ตามข้อ ๔.๒ และส่งมอบงาน ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท. โดยกำหนดให้จัดทำเป็นรูปเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ บรรจุลงใน Thumb drive จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย

๘.๒.๑ แนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) จำนวน ๑ Key Visual

๘.๒.๒ รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้นงาน

ศท
๘



๘.๒.๓ สรุปช่องทางการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ผ่านเครือข่ายสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง

๘.๒.๔ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์

(๑) Influencer หรือ Youtuber

- สรุปการจัดหา Influencer หรือ Youtuber จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ราย
- ตัวอย่างรูปแบบการจัดทำคลิปวิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๕ คลิป

(๒) TikTok

- สรุปการจัดหาผู้มีชื่อเสียงในแพลตฟอร์ม TikTok จำนวน ๑๐ ราย ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย
- ตัวอย่างรูปแบบคลิปวิดีโอ TikTok จำนวน ๑๐ เรื่อง

๘.๒.๕ การจัดแคมเปญรณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์

- นำเสนอชื่อหน่วยงานเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐหรือเอกชน จำนวน ๕ ราย
- นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยที่มีความเหมาะสมกับหน่วยงานเครือข่ายพันธมิตร
- นำเสนอสถานที่จัดกิจกรรม

๘.๒.๖ นำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการให้เกิดยอดจำหน่ายการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยทั้งรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์

๘.๒.๗ นำเสนอรูปแบบการจัดทำวิดีโอที่ต้นกระบวนการผลิตของการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept) พร้อมตัวอย่าง Storyboard

๘.๒.๘ นำเสนอรูปแบบการจัดทำวิดีโอที่ต้นนำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight พร้อมตัวอย่าง Storyboard

๘.๒.๙ สรุปช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วีดิทัศน์ ดังนี้

(๑) ช่องทาง Youtube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) จำนวน ๕ ครั้ง

(๒) ช่องทาง Entertainment Application จำนวน ๓ ช่องทาง

(๓) ช่องทาง Music Streaming จำนวน ๕ ครั้ง

(๔) ช่องทาง Out of Home Media ประกอบด้วย

- ป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล บริเวณเส้นทางที่มีการจราจรหนาแน่น หรือมีผู้สัญจรเป็นจำนวนมาก จำนวน ๕ ตำแหน่ง
- จอดิจิทัลบริเวณชานชาลา หรือภายในรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT หรือจุดอื่นๆ จำนวน ๑๐ จุด

(๕) ช่องทางสำนักข่าวออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ ครั้ง

๙

๙

๙

๘.๒.๑๐ สรุปแนวคิดและรูปแบบการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการตลาด และ ตัวอย่างงานออกแบบ Banner ประชาสัมพันธ์ชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านช่องทาง Facebook

๘.๒.๑๑ การจัดกิจกรรมเปิดตัวการพัฒนาชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทย

- นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมเปิดตัวการพัฒนาชิ้นงานศิลปหัตถกรรมไทย
- นำเสนอสถานที่การจัดกิจกรรม
- นำเสนอชื่อผู้ดำเนินรายการ จำนวน ๑ ราย ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- นำเสนอช่องทางการเผยแพร่กิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ช่อง ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ จำนวน ๓ ช่อง , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ช่อง
- รูปแบบของที่ระลึก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชิ้น

๘.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงาน ตามข้อ ๔ ให้แล้วเสร็จ ภายในวันที่ ๒๓ กันยายน ๒๕๖๕ ณ ที่ทำการของ สศท. โดยกำหนดให้ส่งมอบเป็นรายงานสรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด และรวบรวมไฟล์ข้อมูล อาร์ตเวิร์คต่างๆ และการสรุปผลทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้บรรจุลงใน External Hard disk จำนวน ๒ ชุด

๙. การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง

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

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

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

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับ โดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้วเป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือ ด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม อันเป็นความรับผิดชอบของฝ่ายผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการซ่อมแซมแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ดีดังเดิมให้แก่

ผู้ว่าจ้าง ให้เรียบบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

๑๑. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้าย หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้ จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

๑๒. คำรับรอง

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดกิจกรรมการสื่อสารคุณค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศิลปหัตถกรรมไทย ตามสัญญานี้ทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลกิจกรรมการสื่อสารคุณค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย และงานอื่นๆ ตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญานี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างไร ๆ เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบอย่างใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย



ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐจะต้องใช้พัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๕. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

๑๕.๑ นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารภาพลักษณ์และจัดการวัฒนธรรมศิลปหัตถกรรม

๑๕.๒ นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

๑๕.๓ นายดุยวิทย์ สุขรัตน์ เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายสร้างสรรค์สื่อ

๑๕.๔ นางสาวภทรพร งามสมคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้กำหนดรายละเอียด

(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ

(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ

(นายดุยวิทย์ สุขรัตน์)

กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
กิจกรรมการสื่อสารคุณค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย

๑. สศท. จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคา หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สศท. จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค
 ๒. ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนองานจ้างครั้งนี้ สศท. จะพิจารณาคัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (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. จะพิจารณาคูณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อ สศท. สูงสุด โดยพิจารณาจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม
๑. การนำเสนอแผนการดำเนินงานที่มีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามกรอบของระยะเวลา	๕ คะแนน
๒. การนำเสนอแนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) ที่สามารถสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรม และสามารถสร้างการจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์	๕ คะแนน
๓. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาโครงการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๑๐ คะแนน
๔. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๑๐ คะแนน
๕. การสร้างสรรค์แคมเปญรณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ที่มีความน่าสนใจ สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสัมฤทธิ์ผล	๑๐ คะแนน
๖. การสร้างสรรค์วิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย มีความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น น่าสนใจ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้	๑๐ คะแนน
๗. การสร้างสรรค์วิทัศน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight ที่มีความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น น่าสนใจ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้	๑๐ คะแนน
๘. การสร้างสรรค์กิจกรรมเปิดตัวการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย ที่สามารถสร้างความน่าสนใจ สร้างการจดจำ และสามารถเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ <ol style="list-style-type: none"> ๘.๑ การนำเสนอรูปแบบ แนวคิด ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน) ๘.๒ การนำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมที่มีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง และสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อกิจกรรมได้ (๕ คะแนน) ๘.๓ คุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน) 	๑๕ คะแนน

Signature ๑๓

Signature

Signature

๙. การนำเสนอช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีทัศน์ที่เป็นที่รู้จักสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๑๐ คะแนน
๑๐. การนำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อนำมาใช้ต่อยอดด้านการตลาด	๕ คะแนน
๑๑. ประสบการณ์ในการทำงานของบริษัท ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของทีมงาน และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดทำสคริปต์ หรือประเด็นเพื่อนำเสนอเรื่องราวการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept)	๑๐ คะแนน
รวมคะแนน	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 ผู้เสนอราคาจะเรียกวงเงินค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค



(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



(นายดุยวิทย์ สุจริตน์)

กรรมการและเลขานุการ

วิธีการประเมิน และการให้คะแนน ตามข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา

๑. การนำเสนอแผนการดำเนินงานที่มีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถดำเนินงานได้จริงตามกรอบของระยะเวลา (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอแผนการดำเนินงานครบถ้วน ครอบคลุมทุกกิจกรรม แผนการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาและวัตถุประสงค์การดำเนินงาน ทำให้เห็นภาพรวมในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน และมั่นใจได้ว่าเป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด	๕ คะแนน
๒. นำเสนอแผนการดำเนินงานที่มีข้อบกพร่องบางจุด หรือไม่ครอบคลุมการดำเนินงาน ทำให้ภาพรวมการดำเนินงานไม่ชัดเจนเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ครบถ้วน ไม่ครอบคลุมทุกกิจกรรม หรือแผนการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบระยะเวลาที่กำหนด ทำให้ไม่มั่นใจว่าจะดำเนินงานได้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด	๑ คะแนน

๒. การนำเสนอแนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) ที่สามารถสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรม สามารถสร้างการจดจำ รวมถึงงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอแนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) ที่สามารถสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์มีความโดดเด่น มั่นใจได้ว่าจะสื่อสารภาพลักษณ์ของกิจกรรมได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอแนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) ที่สามารถสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรมได้ในระดับรองลงมา อาจจะสื่อสารได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร หรือมีข้อบกพร่องบางจุด	๓ คะแนน
๓. นำเสนอแนวคิด Concept และออกแบบจัดทำภาพหลักประชาสัมพันธ์ (Key Visual) ที่ไม่สอดคล้องกับกิจกรรม ไม่สามารถสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อกิจกรรมได้ อาจทำให้การสื่อสารเกิดความไม่ชัดเจน และอาจส่งผลกระทบต่อ การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้	๑ คะแนน

๓. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาโครงการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำประเด็นการสื่อสาร สามารถเชื่อมโยงให้มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมได้ มีการบริหารจัดการความถี่ที่เหมาะสมตามกรอบระยะเวลา และคัดเลือกสื่อในการเผยแพร่ที่เป็นที่นิยมในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. สามารถจัดทำประเด็นการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมได้ในระดับพอใช้ สามารถบริหารจัดการความถี่ได้ตามกรอบระยะเวลา คัดเลือกสื่อในการเผยแพร่ในระดับรองลงมา	๗ คะแนน

๑๕

๑๕

๑๕

๓. ประเด็นการสื่อสารไม่ชัดเจน ไม่สามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมได้ ซึ่งอาจไม่เป็นที่สนใจของสื่อมวลชนได้มากเท่าที่ควร คัดเลือกสื่อในการเผยแพร่ในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. ประเด็นการสื่อสารไม่สอดคล้องกับกิจกรรม ขาดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ คัดเลือกสื่อในการเผยแพร่ที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	๑ คะแนน

๔. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอรูปแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ ดึงดูดความสนใจของสังคมและโดนใจคนรุ่นใหม่ เชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมให้ใกล้ชิดตัว มีการนำเสนอที่เข้าใจง่าย การนำเสนอรายชื่อผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักและผู้ติดตามในระดับดีมาก สามารถสร้างกระแสสังคมได้ดี ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์พอสมควร รูปแบบและการนำเสนอมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง มีความน่าสนใจพอสมควร พิจารณาแล้วเห็นว่าน่าจะได้โดนใจคนรุ่นใหม่อยู่บ้าง การนำเสนอรายชื่อผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักและผู้ติดตามในระดับดี ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอรูปแบบที่ไม่ชัดเจน รูปแบบและการนำเสนอมีข้อบกพร่องหลายจุด ขาดความน่าสนใจ พิจารณาแล้วไม่มั่นใจว่าจะโดนใจกลุ่มคนรุ่นใหม่ การนำเสนอรายชื่อผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักและผู้ติดตามในระดับพอใช้ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. นำเสนอรูปแบบที่ไม่สอดคล้องหรือเชื่อมโยง ขาดความสมบูรณ์ของรูปแบบและการนำเสนอ ขาดความน่าสนใจ การนำเสนอรายชื่อผู้มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักและผู้ติดตามในระดับน้อย พิจารณาแล้วคิดว่าไม่สามารถโดนใจคนรุ่นใหม่ได้ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยได้ไม่ชัดเจน	๑ คะแนน

๕. การสร้างสรรค์แคมเปญรณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ที่มีความน่าสนใจ สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสัมฤทธิ์ผล (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. แคมเปญรณรงค์มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจ มีความเป็นไปได้ การคัดเลือกเครือข่ายเหมาะสม เกิดความร่วมมือในการขยายเครือข่ายไปกลุ่มต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางชัดเจน และสามารถนำไปสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. แคมเปญรณรงค์มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจพอสมควร การคัดเลือกเครือข่ายเหมาะสม มีการให้เกิดความร่วมมือของเครือข่ายอยู่พอสมควร และสามารถนำไปสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ในระดับพอใช้ ในภาพรวมส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้ในระดับดี	๗ คะแนน

๑๖

(Handwritten signature)

๓. แคมเปญรณรงค์ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร การคัดเลือกเครือข่ายไม่เหมาะสมหรือ สอดคล้องเท่าที่ควร พิจารณาแล้วความร่วมมือระหว่างเครือข่ายยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร และสามารถนำไปสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ในระดับน้อย ในภาพรวมส่งเสริม ภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้ในระดับน้อย	๔ คะแนน
๔. แคมเปญรณรงค์ไม่น่าสนใจ ไม่เหมาะสม และขาดความชัดเจน มีความบกพร่องใน การคัดเลือกเครือข่ายหรือรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ใน ภาพรวมอาจส่งผลกระทบต่อเชิงพาณิชย์ได้	๑ คะแนน

๖. การสร้างสรรค์วิดิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย มีความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น น่าสนใจ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วิดิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางาน ศิลปหัตถกรรมไทยอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น น่าสนใจ เรื่องราวที่น่าสนใจ มีความทันสมัย สร้างแรงบันดาลใจ และสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดีมาก มีความสมบูรณ์ ในเนื้อหา และรูปแบบที่น่าสนใจ ได้อย่างครบถ้วน	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วิดิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางาน ศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดี และสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับดี มีความสมบูรณ์ของเนื้อหา แต่ยังมีข้อบกพร่องอยู่ บ้าง	๗ คะแนน
๓. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วิดิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางาน ศิลปหัตถกรรมไทยในระดับพอใช้ และสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรม ไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับพอใช้ ยังขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหา และมี ข้อบกพร่องหลายจุด	๔ คะแนน
๔. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วิดิทัศน์กระบวนการผลิตของการพัฒนางาน ศิลปหัตถกรรมไทยที่ไม่โดดเด่น และไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งาน ศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ขาดความสมบูรณ์ในเนื้อหา และมี ข้อบกพร่องที่มองเห็นได้ชัด	๑ คะแนน

๗. การสร้างสรรค์วิดิทัศน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight ที่มีความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น น่าสนใจ สามารถ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วิดิทัศน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight อย่างมี ความคิดสร้างสรรค์ โดดเด่น น่าสนใจ เรื่องราวที่น่าสนใจ มีความทันสมัย สร้างแรง บันดาลใจ และสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดี มาก มีความสมบูรณ์ ในเนื้อหา และรูปแบบที่น่าสนใจ ได้อย่างครบถ้วน	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วิดิทัศน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight ในระดับดี และสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับดี มีความ สมบูรณ์ของเนื้อหา แต่ยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง	๗ คะแนน

๑๗
 


๓. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วีดิทัศน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight ในระดับพอใช้ และสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยได้ในระดับพอใช้ ยังขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหา และมีข้อบกพร่องหลายจุด	๔ คะแนน
๔. นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์วีดิทัศน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ Highlight ที่ไม่โดดเด่น และไม่สามารถเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยที่เกี่ยวข้องได้ ขาดความสมบูรณ์ในเนื้อหา และมีข้อบกพร่องที่มองเห็นได้ชัด	๑ คะแนน

๘. การสร้างสรรค์กิจกรรมเปิดตัวการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย ที่สามารถสร้างความน่าสนใจ สร้างการจดจำ และสามารถเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ (๑๕ คะแนน)

๘.๑ การนำเสนอรูปแบบ แนวคิด ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอกิจกรรมได้อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ มี Gimmick ภายในงานที่น่าสนใจดี มาก หรือมีบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมงาน สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจในระดับพอใช้มีบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับรองลงมา มี Gimmick ที่ไม่ชัดเจน ซึ่งอาจไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่ไม่โดดเด่น ไม่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมงาน ไม่มี Gimmick มาเสนอ และไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้	๑ คะแนน

๘.๒ การนำเสนอสถานที่จัดกิจกรรมที่มีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง และสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อกิจกรรมได้ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. สถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ สะดวกสบาย มีความเหมาะสม สวยงาม มีความพร้อมทางด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอยู่ในตำแหน่งที่ผู้เข้าร่วมงานเดินทางสะดวกมากที่สุด	๕ คะแนน
๒. สถานที่จัดกิจกรรมไม่สอดคล้องต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในระดับรองลงมา แต่สามารถจัดงานแถลงข่าวได้ ความพร้อมของอุปกรณ์อาจมีไม่ครบวงจร สามารถเดินทางได้แต่ไม่สะดวกเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. สถานที่จัดกิจกรรมที่ไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์อยู่นอกเขตพื้นที่กรุงเทพฯ หรือชานเมือง พื้นที่ไม่อำนวยความสะดวก การเดินทางไม่คอยสะดวก ต้องเดินทางด้วยพาหนะอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมของสื่อมวลชนได้	๑ คะแนน

กค




๘.๓ คุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวได้ครบถ้วนทุกแขนง เป็นสำนักข่าวที่เป็นที่รู้จัก เป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชน มีเรตติ้งหรือผู้ติดตามจำนวนมาก และสามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้หลากหลายช่องทางในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวได้บางแห่ง สำนักข่าวเป็นที่รู้จักในระดับพอใช้ สามารถเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้บางช่องทางเท่านั้น	๓ คะแนน
๓. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวไม่ครบทุกแขนง ไม่เป็นที่รู้จัก และไม่สามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้	๑ คะแนน

๙. การนำเสนอช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีทัศน์ที่เป็นที่รู้จัก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีทัศน์ ผ่าน Youtube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) , Entertainment Application , Music Streaming , Out of Home Media , สำนักข่าวออนไลน์ ที่เป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยม ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการลงสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีทัศน์ ผ่าน Youtube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) , Entertainment Application , Music Streaming , Out of Home Media , สำนักข่าวออนไลน์ ในรายการที่เป็นที่รู้จัก ร่องลงมา ที่ได้รับความนิยม ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการลงสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีทัศน์ ผ่าน Youtube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) , Entertainment Application , Music Streaming , Out of Home Media , สำนักข่าวออนไลน์ ที่เป็นที่รู้จักและไม่รู้จัก ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการลงสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. นำเสนอช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิถีทัศน์ ผ่าน Youtube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) , Entertainment Application , Music Streaming , Out of Home Media , สำนักข่าวออนไลน์ ในช่องทางที่ไม่ได้รับความนิยม ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และไม่แสดงให้เห็นถึงการลงสื่อที่เหมาะสม	๑ คะแนน

๑๐. การนำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อนำมาใช้ต่อยอดด้านการตลาด (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ที่สามารถนำมาใช้ต่อยอดด้านการตลาดได้ในระดับดีมาก มีการเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีความทันสมัย ซึ่งจะทำให้ผลงานการถ่ายมีความสวยงามในระดับดีมาก เก็บภาพได้ทุกมุม และไฟล์ภาพสามารถนำไปใช้ได้ทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ได้	๕ คะแนน

๑๙ กค

๒. นำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ที่สามารถนำมาใช้ต่อยอดด้านการตลาดได้ในระดับพอใช้ ใช้อุปกรณ์ในระดับพอใช้ นำเสนอเก็บภาพได้บางมุมเท่านั้น แต่ไฟล์ภาพสามารถนำไปใช้ได้ทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์	๓ คะแนน
๓. นำเสนอรูปแบบและแนวคิดในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาที่ไม่โดดเด่น นำเสนอเก็บภาพได้เพียงแค่มุมเดียวเท่านั้น อุปกรณ์ที่ใช้ถ่ายภาพอยู่ในระดับพื้นฐานทั่วไป แต่ไฟล์ภาพสามารถนำไปใช้ได้ทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์	๑ คะแนน

๑๑. ประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัท ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของทีมงาน และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดทำสคริปต์ หรือประเด็นเพื่อนำเสนอเรื่องราวการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT Concept)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. มีประสิทธิภาพในการทำงานที่มีความพร้อม และความเชี่ยวชาญของทีมงานมีความสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้มั่นใจได้ว่าความรู้ความสามารถของบุคลากรที่รับผิดชอบจะสามารถดำเนินกิจกรรมได้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนด บุคลากรมีความรู้ความสามารถและประสิทธิภาพในการจัดทำข้อมูล หรือสคริปต์ หรือประเด็น ที่เกี่ยวกับการสื่อสารเรื่องราวงานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถจัดทำข้อมูลได้ ๒ ภาษา มีผลงานด้านงานเขียนที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. มีประสิทธิภาพในการทำงานที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมบางกิจกรรมเท่านั้น บุคลากรหรือทีมงานมีความสามารถและประสิทธิภาพในการจัดทำข้อมูล หรือสคริปต์ หรือประเด็น ที่เกี่ยวกับการสื่อสารเรื่องราวงานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น สามารถจัดทำข้อมูล ๒ ภาษา มีผลงานด้านงานเขียนที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับดี	๗ คะแนน
๓. มีประสิทธิภาพในการทำงานที่มีความสอดคล้องกับงานบางกิจกรรมเท่านั้น บุคลากรหรือทีมงานมีความสามารถและประสิทธิภาพในการจัดทำข้อมูล หรือสคริปต์ หรือประเด็นในหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น สามารถจัดทำข้อมูล ๒ ภาษา มีผลงานด้านงานเขียนที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. มีประสิทธิภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย บุคลากรสามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา ในระดับทั่วไป ไม่มีผลงานด้านงานเขียนหรืองานแปลมาแสดง ทำให้ไม่มั่นใจว่าบุคลากรที่รับผิดชอบจะสามารถดำเนินกิจกรรมได้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนด	๑ คะแนน

 
๒๐

