

**ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน
กิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ**

๑. หลักการและเหตุผล

ตามที่สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) (สศท.) หรือ sacit จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๖๔ มีภารกิจในการสืบสานสร้างสรรค์ และส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกมิติอย่างยั่งยืน ใน ๓ มิติ ได้แก่ มิติที่ ๑ ความยั่งยืนของงานศิลปหัตถกรรมอัตลักษณ์ไทย ที่สามารถคงอยู่ต่อเนื่องสืบไป , มิติที่ ๒ ความยั่งยืนด้านอาชีพ และความ เป็นอยู่ที่ดี ของชุมชน และผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมไทย และมิติที่ ๓ ความยั่งยืนของสังคมโลกผ่านงานศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้การสร้างภาพลักษณ์และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ในภารกิจดำเนินงานของ สศท. จึงจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังสาธารณชนวงกว้าง โดยเฉพาะการสื่อสารไปยังสื่อมวลชน เพื่อให้องค์กรเป็นผู้นำและเป็นหน่วยงานที่สื่อสารหลัก(Spokesperson) ในวงการศิลปหัตถกรรมของประเทศ สื่อมวลชนเป็นช่องทางสำคัญในการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบทบาทการดำเนินงานของ องค์กร และการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย กระตุ้นจิตสำนึกให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจ มีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมและทัศนคติที่ดีในการบริโภคงานศิลปหัตถกรรมไทยเพิ่มมากขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างความตระหนักให้ทุกภาคส่วน และกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการดูแล อนุรักษ์ สืบสานงานศิลปหัตถกรรมไทย

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก สร้างการรับรู้บทบาทการดำเนินงานของ สศท. ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

๒.๓ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับสื่อภายนอก

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

พรศ
๑
S
Jr

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สถาบันส่งเสริม ศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) ณ วันที่ยื่นเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นเสนอราคาครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๔. ขอบเขตของงานจ้าง

๔.๑ การจัดทำแผนงาน วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

๔.๑.๑ วิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการสื่อสาร คุณค่าศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ ของปี ๒๕๖๕ โดยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ เข้าใจในบทบาท การดำเนินงานของ สศท. ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ในคุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แผนงาน

๔.๑.๒ ดำเนินการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานของ สศท. และพันธกิจ โดยนำเสนอผ่าน ช่องทางสื่อสาธารณะ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

๔.๒ การสื่อสารผ่านช่องทาง Traditional Media และ Online

๔.๒.๑ จัดทำข้อมูล หรือเนื้อหา หรือภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว หรือภาพประกอบ ในรูปแบบ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ภาพข่าว สกู๊ปข่าว ปฏิทินข่าว Advertorial หรืออื่นๆ ฉบับภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้นข่าว และนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางหนังสือพิมพ์ จำนวนไม่น้อย กว่า ๑๒๐ ครั้ง และสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ครั้ง

๔.๒.๒ จัดทำและเผยแพร่ข่าวสารบทบาทภารกิจ หรือกิจกรรมของ สศท. ในหน้า ๑ ของหนังสือพิมพ์ ขึ้นนำ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง อาทิเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด กรุงเทพธุรกิจ เป็นต้น

๔.๒.๓ จัดทำสกู๊ปข่าว หรือ สัมภาษณ์พิเศษผู้บริหารผ่านสื่อโทรทัศน์ ที่ได้รับความนิยมในอันดับ ๑ - ๑๐ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๒.๔ จัดทำสำนักข่าวออนไลน์ เพื่อมา Live กิจกรรมของ สศท. ผ่านโซเชียลมีเดียของสำนักข่าว ออนไลน์ หรือจัดทำเนื้อหาข่าว หรือบทความ หรือสกู๊ปจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

๔.๒.๕ จัดทำข้อมูล หรือเนื้อหา หรือบทความ พร้อมภาพประกอบ ที่สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจ การดำเนินงานของ สศท. ขนาดไม่น้อยกว่า ๒ หน้า A๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน และนำไปเผยแพร่ผ่าน สื่อนิยตสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๒.๖ นำเสนอสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (ถ้ามี)

ศก
๒

ทั้งนี้ ในการจัดทำข้อมูลตามข้อ ๔.๒ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการ ก่อนดำเนินการ
เผยแพร่

๔.๓ การสื่อสารผ่านช่องทาง Out of Home Media

๔.๓.๑ เผยแพร่วีดิทัศน์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล บริเวณ
เส้นทางการเดินทางที่มีการจราจรหนาแน่น มีผู้สัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ จุด
โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน

๔.๓.๒ เผยแพร่วีดิทัศน์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านจอดิจิทัลบริเวณชานชาลา อาทิ
สถานีสยาม อโศก หมอชิต อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นต้น หรือในรถไฟฟ้า BTS หรือจุดอื่นๆ ที่สามารถเข้าถึง
กลุ่มเป้าหมาย โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน

ทั้งนี้ ในการดำเนินงานตามข้อ ๔.๓ ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงาน

๔.๔ กิจกรรม Media Relation

๔.๔.๑ ดำเนินงานจัดกิจกรรมแถลงข่าว (Press Conference) เผยแพร่บทบาทภารกิจดำเนินงานของ
สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมรวมกันไม่น้อยกว่า ๔๐ ราย ทั้งนี้ รูปแบบการ
จัดกิจกรรมแถลงข่าวจะเป็นรูปแบบ Onsite หรือ Online ทาง สศท. จะเป็นผู้พิจารณาและกำหนดตาม
สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (๑) จัดหาสถานที่จัดกิจกรรมที่มีความเหมาะสม มีความสะดวกต่อการเดินทาง จำนวน ๑ สถานที่
(โดยบริษัทฯ ต้องนำเสนอ ๓ สถานที่ ให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาคัดเลือก)
- (๒) ดำเนินการสร้างสรรคเนื้อหาและรูปแบบสำหรับการจัดกิจกรรมแถลงข่าวให้มีความน่าสนใจ
- (๓) จัดหาผู้ดำเนินรายการที่สามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา (ไทยและอังกฤษ) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- (๔) จัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรม อาทิ การตกแต่งสถานที่ ระบบแสง สี เสียง ที่มีคุณภาพ พร้อม
เจ้าหน้าที่ควบคุม
- (๕) จัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่ม และอื่นๆ ให้เพียงพอและเหมาะสมกับสถานที่และจำนวน
ผู้เข้าร่วมกิจกรรม 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 พร้อม
เจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย
- ✓ (๙) ประสานงานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม ประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า
๕ สื่อ , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ สื่อ , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ ทั้งนี้
ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ จัดเตรียมรถรับ-ส่ง หรืออื่นๆ เป็นต้น

 ๓๓ 

- (๑๐) ดำเนินการ Live กิจกรรมแถลงข่าว ด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพทั้งภาพและเสียง ผ่านช่องทาง Facebook ของ sacit จำนวน ๑ ครั้ง
 - (๑๑) ดำเนินการเผยแพร่ข่าวกิจกรรมงานแถลงข่าวผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง
 - (๑๒) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ กำหนดให้ตัดต่อเป็นวิดีโอ ภาพรวมกิจกรรมความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๑ ชิ้นงาน
 - (๑๓) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงานทั้งหมด

๔.๔.๒ ดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมสัมภาษณ์พิเศษกลุ่ม (Group Interview) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมกันไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย/ครั้ง ทั้งนี้ รูปแบบการจัดกิจกรรมแถลงข่าว จะเป็นรูปแบบ Onsite หรือ Online ทาง สศท. จะเป็นผู้พิจารณาและกำหนดตามสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (๑) ดำเนินการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบสำหรับการจัดกิจกรรมให้มีความน่าสนใจ
 - (๒) จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมจัดทำเอกสารประกอบ Press Kit อาทิ กำหนดการ Press Release หรืออื่นๆ
 - (๓) นำเสนอและคัดเลือกสถานที่ในการจัดกิจกรรม เพื่อให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานที่
 - (๔) จัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรม อาทิ การตกแต่งสถานที่ ระบบแสง สี เสียง ที่มีคุณภาพ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุม
 - (๕) จัดหาและนำเสนอผู้ดำเนินรายการให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย
 - (๖) จัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่ม และอื่นๆ ให้เพียงพอและเหมาะสมกับสถานที่และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๕๐ ชุด/ครั้ง
 - (๗) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนและแขกที่มาร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ชิ้น/ครั้ง
 - (๘) จัดเตรียมจุดลงทะเบียนสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด พร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงานที่จุดลงทะเบียน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย
 - (๙) ประสานงานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด
 - (๑๐) ดำเนินการเผยแพร่ข่าวกิจกรรม ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง และสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
 - (๑๑) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
 - (๑๒) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว
 - (๑๓) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงานทั้งหมด

สม.
ดร.
กต.
๔

๔.๔.๓ ดำเนินงานจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) ลงพื้นที่เผยแพร่บทบาทภารกิจของ สศท. ที่มีต่อการสืบสาน สร้างสรรค์ ส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชน ผู้บริหาร หรือเจ้าหน้าที่ สศท. เข้าร่วมกิจกรรมรวมกันไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย ดังนี้

- (๑) ดำเนินการสร้างสรรค์เนื้อหา รูปแบบ และคัดเลือกสถานที่ในกลุ่มสมาชิก sacit เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรม Press Tour ที่มีความสอดคล้องกับบทบาทภารกิจดำเนินงานของ สศท.
- (๒) ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและเตรียมสถานที่ ประสานงานบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเตรียมความพร้อม (Survey) ก่อนการจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- (๓) ประสานงานการเตรียมงานในพื้นที่ที่เดินทางไปในการจัดกิจกรรมฯ และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางและการดำเนินงาน อาทิเช่น ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเดินทาง การตกแต่ง อาหารว่างและเครื่องดื่ม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ของสื่อมวลชน เจ้าหน้าที่ สศท. และผู้เกี่ยวข้อง
- (๔) ประสานงานเชิญและดูแลสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม โดยกำหนดให้มีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ/ครั้ง โดยในแต่ละครั้งต้องมีสื่อโทรทัศน์เข้าร่วมกิจกรรมอย่างน้อย ๓ สื่อ/ครั้ง
- (๕) เผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง , สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง , สื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง ,
- (๖) จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมจัดทำเอกสารประกอบ Press Kit และการลงทะเบียน กำหนดการ Press Release คำกล่าวต่างๆ หรือเนื้อหาการนำเสนอของวิทยากรและบุคคลที่เกี่ยวข้อง
- (๗) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับมอบให้กับกลุ่มผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมในการเข้าเยี่ยมชม จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้น หรือให้ครบถ้วนตามกิจกรรมที่กำหนด
- (๘) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน หน่วยงานเครือข่ายพันธมิตร หรืออื่นๆ ที่ร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น/ครั้ง
- (๙) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงานทั้งหมด

๔.๔.๔ ดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในโอกาสพิเศษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง อาทิเช่น การนำเจ้าหน้าที่ สศท. เข้าร่วมบันทึกเทปถวายพระพรในโอกาสสำคัญต่างๆ หรือ การนำผู้บริหาร สศท. เข้าร่วมแสดงความยินดีกับสำนักข่าวในกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด อาทิเช่น การจัดเตรียมรถรับ-ส่ง หรือการจัดเตรียมของที่ระลึกต่างๆ เป็นต้น

Gu
An
๕

๔.๔.๕ การบริหารจัดการ

- (๑) บริหารจัดการเข้าถึงสื่อตลอดระยะเวลาโครงการ ให้มีผู้เข้าถึงสื่อเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ (เทียบกับปี ๒๕๖๔)
- (๒) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานตลอดระยะเวลาโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- (๓) จัดหาช่องทางในการสืบค้นข่าวจากศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ อาทิ IQ Newsclip ให้แก่ สศท. เพื่อตรวจสอบข่าวประจำวันตลอดระยะเวลาโครงการ
- (๔) ดำเนินการตรวจสอบและจัดเก็บข่าวการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ ของ สศท. ที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ หรือสื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ ในรูปแบบ News Clipping รายวัน หรือรายสัปดาห์ หรือรายเดือน พร้อมจัดส่งให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๔.๔.๖ การสรุปผลการดำเนินงาน

- (๑) ดำเนินงานจัดทำรายงานสรุปผลการรับรู้และการเข้าถึงสื่อในช่องทางต่าง ๆ และประมวลผลมูลค่างานข่าวที่ได้รับการเผยแพร่เป็นรายเดือน และสรุปประมวลผลมูลค่าข่าว PR Value ตลอดระยะเวลาโครงการ
- (๒) ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามและสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ประกอบด้วย
 - ออกแบบและจัดทำแบบสอบถามสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยในรูปแบบออนไลน์ หรือรูปแบบเอกสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด
 - นำเสนอกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจและจัดเก็บข้อมูล
 - ดำเนินการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวัดระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ราย โดยกำหนดให้มีระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ของกลุ่มเป้าหมาย

๔.๕ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด-๑๙) อาจส่งผลให้การดำเนินงาน ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดการจ้างหรือแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ หากมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการดำเนินกิจกรรม ผู้รับจ้างต้องนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมในรูปแบบที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 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 และเพื่อให้สามารถส่งมอบงาน

 ๒ ศท

ให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานได้ รวมทั้งอาจมีการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรค ฯลฯ โดยการนัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมกันนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๕

๗. งบประมาณ

วงเงิน ๔,๖๐๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านหกแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๘. การส่งมอบงาน

๘.๑ งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท. โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานดังนี้

- แผนกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ
- สร้างเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานของ สศท. และพันธกิจ ผ่านช่องทางสื่อสาธารณะ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- แผนการดำเนินงานโครงการ (Time Line) ตามข้อ ๔ ทั้งหมด
- นำเสนอเจ้าหน้าที่ประสานงานตลอดระยะเวลาโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย
- จัดหาช่องทางในการสืบค้นข่าวจากศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ อาทิ IQ Newsclip ตลอดระยะเวลาโครงการ โดยจัดส่งเป็น User name และ Password

ทั้งนี้ กำหนดให้จัดทำรายงานผลในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด

๘.๒ งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานให้แล้วเสร็จและส่งมอบงาน ภายในวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๕ ณ ที่ทำการของ สศท. โดยมีรายละเอียดการส่งมอบดังนี้

- รายงานความคืบหน้าการจัดทำข้อมูล หรือเนื้อหา หรือภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว หรือภาพประกอบในรูปแบบ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ภาพข่าว สกู๊ปข่าว ปฏิทินข่าว Advertorial หรืออื่นๆ ฉบับภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และผลการเผยแพร่ผ่านช่องทางหนังสือพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์
- รายงานผลการจัดทำสกู๊ปข่าว หรือ สัมภาษณ์พิเศษผู้บริหารผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวน ๑ ครั้ง
- รายงานผลการจัดทำข้อมูล หรือเนื้อหา หรือบทความ พร้อมภาพประกอบ ที่สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของ สศท. ขนาดไม่น้อยกว่า ๒ หน้า A๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน และนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อ นิตยสาร จำนวน ๑ ครั้ง
- รายงานผลการดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมสัมภาษณ์พิเศษกลุ่ม (Group Interview) จำนวน ๑ ครั้ง
- รายงานความคืบหน้าการจัดกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในโอกาสพิเศษ
- รายงานสรุปผลการเผยแพร่ข่าวผ่านช่องทางต่างๆ พร้อมมูลค่างานข่าวที่ได้รับการเผยแพร่

สม. ๗ ศท

- รายงานผลการเผยแพร่วีดิทัศน์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ ดิจิทัล บริเวณเส้นทางการเดินทางที่มีการจราจรหนาแน่น มีผู้สัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ จุด โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน

- รายงานผลการเผยแพร่วีดิทัศน์ของ สศท. ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ผ่านจอดิจิทัลบริเวณชานชาลา หรือในรถไฟไฟฟ้า BTS หรือจุดอื่นๆที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน

ทั้งนี้ กำหนดให้ทำรายงานผลในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด และรวบรวมไฟล์สรุปผลทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้บรรจุลงใน External Hard disk จำนวน ๒ ชุด

๘.๓ หมวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานให้แล้วเสร็จและส่งมอบงาน ภายในวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๖๕ ณ ที่ทำการของ สศท. โดยมีรายละเอียดการส่งมอบดังนี้

- รายงานผลการจัดทำข้อมูล หรือเนื้อหา หรือภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว หรือภาพประกอบ ในรูปแบบ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ภาพข่าว สกู๊ปข่าว ปฏิทินข่าว Advertorial หรืออื่นๆ ฉบับภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมกันจำนวน ๓๐ ชิ้นงาน และผลการเผยแพร่ผ่านช่องทางหนังสือพิมพ์ หรือ สื่อออนไลน์ จำนวน ๒๐๐ ชิ้นงาน

- รายงานผลการจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารบทบาทภารกิจ หรือกิจกรรมของ สศท. ในหน้า ๑ ของ หนังสือพิมพ์ชั้นนำ จำนวน ๒ ครั้ง

- รายงานผลการจัดทำสกู๊ปข่าว หรือ สัมภาษณ์พิเศษผู้บริหารผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวน ๑ ครั้ง

- รายงานผลการดำเนินงานจัดหาสำนักข่าวออนไลน์ เพื่อมา Live กิจกรรมของ สศท. ผ่านโซเชียลมีเดีย ของสำนักข่าวออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

- รายงานผลการจัดทำข้อมูล หรือเนื้อหา หรือบทความ พร้อมภาพประกอบ ที่สอดคล้องกับบทบาท และภารกิจของ สศท. ขนาดไม่น้อยกว่า ๒ หน้า A๔ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน และนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อ นิตยสาร จำนวน ๑ ครั้ง

- รายงานผลการจัดกิจกรรมแถลงข่าว (Press Conference) จำนวน ๑ ครั้ง

- รายงานผลการดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมสัมภาษณ์พิเศษกลุ่ม (Group Interview) จำนวน ๑ ครั้ง

- รายงานผลการดำเนินงานจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour) จำนวน ๓ ครั้ง

- รายงานผลกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในโอกาสพิเศษ จำนวน ๑๐ ครั้ง

- รายงานสรุปผลการเผยแพร่ข่าวผ่านช่องทางต่างๆ พร้อมมูลค่างานข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ตลอด ระยะเวลาโครงการ

- วิเคราะห์ รายงาน และสรุปผลการสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย

ทั้งนี้ กำหนดให้ทำรายงานผลในรูปแบบเล่มรายงาน จำนวน ๒ ชุด และรวบรวมไฟล์สรุปผลทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้บรรจุลงใน External Hard disk จำนวน ๒ ชุด

สม. ๘ ศศ
สม

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 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 หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

๙
๙
๙

๑๒. คำรับรอง

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญา นี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ ตามสัญญาทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญา นี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ และงานอื่นๆ ตามสัญญา นี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้รับระบุไว้ ในสัญญา นี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญา นี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้หนึ่งโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างไร้ข้อสงสัย เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าว นั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบอย่างไร้ข้อสงสัย แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐจะต้องใช้วัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๔. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

๑๔.๑ นางสาวศรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารภาพลักษณ์และจัดการวัฒนธรรมศิลปหัตถกรรม

๑๔.๒ นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

๑๔.๓ นางสาวภทรพร งามสมคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้กำหนดรายละเอียด

กค

(นางสาวศรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ

(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ

(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)

กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
กิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ

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. การนำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ <ol style="list-style-type: none"> ๑.๑ แผนงานมีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง (๕ คะแนน) ๑.๒ แนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) 	๑๐ คะแนน
๒. ความเชี่ยวชาญ ความพร้อมในการบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสาร ผ่านสื่อ <ol style="list-style-type: none"> ๒.๑ บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ด้านสื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์ มีความสามารถบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารในวงกว้าง (๕ คะแนน) ๒.๒ บุคลากรมีความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านงานเขียน และแปล ๒ ภาษา มีช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสารในภาคภาษาไทยและภาคภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) 	๑๐ คะแนน
๓. คุณภาพของช่องทาง Traditional Media และ Online <ol style="list-style-type: none"> ๓.๑ เนื้อหาและการคัดเลือกความถี่ของการลงสื่อหนังสือพิมพ์หน้า ๑ ผ่านหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน) ๓.๒ ประเด็นและการคัดเลือกความถี่ของการลงสื่อบนข่าวหรือสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรายการที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน) ๓.๓ เนื้อหาและการคัดเลือกความถี่ของการเผยแพร่ Live กิจกรรมขององค์กร ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน) ๓.๔ เนื้อหาและการคัดเลือก ความถี่ของการเผยแพร่เนื้อหาหรือบทความผ่านสื่อ นิตยสารที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน) 	๒๐ คะแนน

๑๑ ศก

๔. การคัดเลือกช่องทางประเภท Out of Home Media ๔.๑ คุณภาพการเข้าถึง ความถี่ ช่วงเวลาการนำเสนอ และโอกาสในการมองเห็น ของป้ายดิจิทัลที่อยู่ในจุดที่มีการจราจรของผู้คนหนาแน่น (๕ คะแนน) ๔.๒ คุณภาพการเข้าถึง ความถี่ ช่วงเวลาการนำเสนอ และโอกาสในการมองเห็น ของรถไฟฟ้า BTS จุดเผยแพร่การจราจรของผู้คนหนาแน่น (๕ คะแนน)	๑๐ คะแนน
๕. คุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของการจัดกิจกรรม Press Conference ๕.๑ การคัดเลือกสถานที่การจัดกิจกรรม (๕ คะแนน) ๕.๒ ความคิดสร้างสรรค์ Gimmick รูปแบบการนำเสนอ (๕ คะแนน) ๕.๓ คุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน)	๑๕ คะแนน
๖. คุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของการจัดกิจกรรม Group Interview ๖.๑ การคัดเลือกสถานที่ รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม (๕ คะแนน) ๖.๒ คุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน)	๑๐ คะแนน
๗. คุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของการจัดกิจกรรม Press Tour ๗.๑ การคัดเลือกประเด็นการนำเสนอของครูหรือสมาชิกมีความน่าสนใจ (๕ คะแนน) ๗.๒ กิจกรรมมีความน่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ (๑๐ คะแนน) ๗.๓ คุณภาพของสื่อที่เข้าร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน) ๗.๔ การบริหารจัดการสำรวจพื้นที่ ความพร้อมของอุปกรณ์ ความปลอดภัย ในการเดินทาง และการดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (๕ คะแนน)	๒๕ 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 ผู้เสนอราคาจะเรียกวงเงินค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค

(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ

(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ

(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)

กรรมการและเลขานุการ

วิธีการประเมิน และการให้คะแนน ตามข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา

๑. การนำเสนอแผนการดำเนินงานกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านสื่อสาธารณะ (๑๐ คะแนน)

๑.๑ แผนงานมีความครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอแผนการดำเนินงานได้อย่างครบถ้วน ครอบคลุมทุกกิจกรรม แผนการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับกิจกรรมและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน มีขอบเขตและวิธีการดำเนินงานอย่างชัดเจน และเป็นแนวทางที่สามารถใช้งานได้จริงตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด	๕ คะแนน
๒. นำเสนอแผนการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับกิจกรรมและวัตถุประสงค์ แต่ไม่สมบูรณ์ หรือไม่ครบถ้วน หรือยังมองไม่เห็นแนวทางหรือวิธีการดำเนินงานที่ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร การปฏิบัติงานตามแผนจึงอาจเกิดอุปสรรค หรือมีความเป็นไปได้ว่าไม่อาจทำได้ตามแผน	๓ คะแนน
๓. นำเสนอแผนการดำเนินงานไม่ละเอียดเท่าที่ควร และไม่สอดคล้องกับกิจกรรมและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ทำให้ไม่มั่นใจว่าจะสามารถปฏิบัติงานได้จริง	๑ คะแนน

๑.๒ แนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอแนวคิดการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์ มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหา รูปแบบ วิธีการในการสื่อสาร รวมทั้งคัดเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ภาพรวมทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรอยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอแนวคิดหรือกลยุทธ์การสื่อสาร แต่ยังขาดความน่าสนใจ หรือมีข้อบกพร่องในบางจุด การผลิตเนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และช่องทางที่ยังไม่ชัดเจน หรือมีคุณภาพในระดับรองลงมา ภาพรวมทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรในระดับดี	๓ คะแนน
๓. นำเสนอแนวคิดหรือกลยุทธ์การสื่อสารที่ยังไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับองค์กร หรือมีข้อบกพร่องที่เห็นได้ชัด การผลิตเนื้อหา วิธีการสื่อสาร และช่องทางยังมีคุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร ภาพรวมทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๑๓

Handwritten signatures and initials are present at the bottom right of the page.

๒. ความเชี่ยวชาญ ความพร้อมในการบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อ (๑๐ คะแนน)

๒.๑ บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ด้านสื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์ มีความสามารถบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารในวงกว้าง (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถ และมีประสบการณ์ตรงกับเนื้องาน วางแผนบริหารจัดการและควบคุมให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารไปยังสื่อทุกช่องทางได้อย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน มีผลงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมาแสดงให้เห็นถึงการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับ ภาพรวมการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถ และมีประสบการณ์ตรงกับเนื้องาน วางแผนบริหารจัดการและควบคุมให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารไปยังสื่อทุกช่องทางได้พอสมควร มีผลงานมาแสดง การเผยแพร่ข่าวในสื่อที่เป็นที่นิยมในระดับรองลงมา ภาพรวมการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดี	๓ คะแนน
๓. นำเสนอบุคลากรที่ไม่ตรงกับเนื้องาน หรือไม่อาจแสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการให้เกิดการเผยแพร่ข่าวในสื่อที่มีคุณภาพได้ ภาพรวมการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๒.๒ บุคลากรมีความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านงานเขียน และแปล ๒ ภาษา มีช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสารในภาคภาษาไทยและภาคภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. บุคลากรหรือทีมงานมีความสามารถและประสบการณ์ด้านการเขียนข่าว สก๊ิปข่าว บทความ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความสามารถในการแปล ๒ ภาษา มีช่องทางสื่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารในภาคภาษาอังกฤษที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีผลงานด้านงานเขียนที่สะท้อนให้เห็นภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาข่าวผ่านสื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. บุคลากรหรือทีมงานมีความสามารถและประสบการณ์ด้านการเขียนที่เกี่ยวข้อง หรือมีความสามารถด้านการแปล มีช่องทางสื่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารในภาคภาษาอังกฤษที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับรองลงมา มีผลงานด้านงานเขียนที่สะท้อนให้เห็น ภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาข่าวผ่านสื่อภาษาไทยและสื่อภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดีพอควร	๓ คะแนน
๓. ไม่ได้มีการนำเสนอตัวบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับเนื้องานด้านงานเขียนและงานแปล หรือไม่มีผลงานด้านงานเขียนหรืองานแปลมาแสดง ทำให้ภาพรวมของการนำเสนอข่าวผ่านสื่อภาษาไทยและสื่ออังกฤษไม่ชัดเจนอยู่ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๑๔

๑๕

๑๖

๓. คุณภาพของช่องทาง Traditional Media และ Online (๒๐ คะแนน)

๓.๑ เนื้อหาและการคัดเลือกความถี่ของการลงสื่อหนังสือพิมพ์หน้า ๑ ผ่านหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ โดดเด่น สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมขององค์กร และสามารถนำไปเผยแพร่ในหน้า ๑ หนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียง ประชาชนให้การยอมรับระดับประเทศ	๕ คะแนน
๒. สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความน่าสนใจรองลงมา เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรในบางประเด็น สามารถนำไปเผยแพร่ในหน้า ๑ หนังสือพิมพ์ที่เป็นที่รู้จักในระดับพอใช้	๓ คะแนน
๓. เนื้อหาไม่มีความน่าสนใจ หรือไม่เกี่ยวข้องกับองค์กร และไม่สามารถนำไปเผยแพร่ในหน้า ๑ หนังสือพิมพ์ได้	๑ คะแนน

๓.๒ ประเด็นและการคัดเลือกความถี่ของการลงสื่อบทสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรายการที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำประเด็นการสื่อสาร สามารถเชื่อมโยงกระแสสังคมให้มีความเกี่ยวข้องกับบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้ มีการบริหารจัดการความถี่ที่เหมาะสมตามกรอบระยะเวลา คัดเลือกรายการและช่วงเวลาในการเผยแพร่ที่เป็นที่ยอมรับในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. สามารถจัดทำประเด็นการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับบทบาทการดำเนินงานขององค์กรในระดับพอใช้ สามารถบริหารจัดการความถี่ได้ตามกรอบระยะเวลา คัดเลือกรายการและช่วงเวลาในการเผยแพร่ในระดับรองลงมา	๓ คะแนน
๓. ประเด็นการสื่อสารไม่น่าสนใจ ไม่สามารถเชื่อมโยงกับบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้ ซึ่งอาจไม่เป็นที่สนใจของสื่อมวลชนได้มากเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๓.๓ เนื้อหาและการคัดเลือกความถี่ของการเผยแพร่ Live กิจกรรมขององค์กรผ่านสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับในประเทศไทย ประชาชนให้การยอมรับ มีผู้ติดตามในเพจจำนวนมาก มีระยะเวลาในการ Live ที่ครอบคลุมกิจกรรมตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกิจกรรม	๕ คะแนน
๒. นำเสนอสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักในระดับรองลงมา มีผู้ติดตามในเพจจำนวนในระดับรองลงมา หรือมีระยะเวลาในการ Live บางช่วงบางตอนของกิจกรรม	๓ คะแนน
๓. นำเสนอสำนักข่าวออนไลน์ที่ไม่เป็นที่รู้จัก มีผู้ติดตามในเพจจำนวนน้อย และมีระยะเวลาในการ Live บางช่วงบางตอนของกิจกรรม	๑ คะแนน

๓.๔ เนื้อหาและการคัดเลือก ความถี่ของการเผยแพร่เนื้อหาหรือบทความผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยม (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอนิตยสารที่มีชื่อเสียง มีผู้อ่านหรือผู้ติดตามจำนวนมาก มีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย และภารกิจองค์กร เช่น โลโก้สไตล์ แพ้ชั่น และอื่นๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอนิตยสารที่มีชื่อเสียงในระดับรองลงมา มีจุดบกพร่องในการเลือกประเด็นหรือประเภทนิตยสารไม่เหมาะสมสอดคล้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย และภารกิจองค์กร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับดี	๓ คะแนน
๓. นำเสนอนิตยสารที่เป็นที่รู้จักพอสมควร หรือเป็นที่รู้จักน้อย ไม่สอดคล้องกับการเผยแพร่ข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมไทยหรือภารกิจองค์กร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๔. การคัดเลือกช่องทางประเภท Out of Home Media (๑๐ คะแนน)

๔.๑ คุณภาพการเข้าถึง ความถี่ ช่วงเวลา และโอกาสในการมองเห็นของป้ายดิจิทัลที่อยู่ในจุดที่มีการจราจรของผู้คนหนาแน่น (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอสื่อ Out of Home Media ที่สามารถทำให้เชื่อได้ว่ามีประชาชนหรือการจราจรสัญจรเป็นจำนวนมาก ลักษณะป้าย ขนาด และรูปแบบมีความโดดเด่น อยู่ใจกลางเมืองขนาดเหมาะสมมองเห็นได้ชัดเจน มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอสื่อ Out of Home Media ที่อยู่ในตำแหน่งที่มีประชาชนหรือการจราจรสัญจรหนาแน่นรองลงมา บางป้ายโดดเด่น บางป้ายไม่โดดเด่น หรือมองเห็นไม่ชัดเจน มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดี	๓ คะแนน
๓. นำเสนอสื่อ Out of Home Media ในตำแหน่งที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีขนาดเล็กเกินไป ไม่โดดเด่น ไม่อยู่ในจุดที่ประชาชนหรือการจราจรสัญจร มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๔.๒ คุณภาพการเข้าถึง ความถี่ ช่วงเวลา และโอกาสในการมองเห็นของรถไฟฟ้า BTS จุดเผยแพร่การจราจรของผู้คนหนาแน่น (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอรูปแบบในการเผยแพร่ผ่านรถไฟฟ้า BTS ได้ในระดับดีมาก มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีประชาชนสัญจรหรือใช้บริการเป็นจำนวนมาก ความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบในการเผยแพร่ผ่านรถไฟฟ้า BTS ได้ในระดับรองลงมา มีขนาดและตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ทั่วไป มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับดี	๓ คะแนน

๑๖ กก


๓. นำเสนอรูปแบบในการเผยแพร่ผ่านรถไฟฟ้ BTS ที่ไม่โดดเด่น มีขนาดและตำแหน่งที่มองไม่ชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออารมณ์มองเห็นของประชาชนได้ มีความถี่และช่วงเวลาในการเผยแพร่อยู่ในระดับพอใช้	๑ คะแนน
---	---------

๕. คุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของการจัดกิจกรรม Press Conference (๑๕ คะแนน)

๕.๑ การคัดเลือกสถานที่การจัดกิจกรรม (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. สถานที่จัดกิจกรรมที่ไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ อยู่ห่างเขตพื้นที่กรุงเทพฯ หรือชานเมือง พื้นที่ไม่อำนวยความสะดวก การเดินทางไม่ค่อยสะดวก ต้องเดินทางด้วยพาหนะอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมของสื่อมวลชนได้	๑ คะแนน

๕.๒ ความคิดสร้างสรรค์ Gimmick รูปแบบการนำเสนอ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอกิจกรรมได้อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ มี Gimmick ภายในงานที่น่าสนใจดีมาก 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

๕.๓ คุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน)

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

๑๗


๓. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวไม่ครบทุกแขนง ไม่เป็นที่รู้จัก และไม่สามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้	๑ คะแนน
---	---------

๖. คุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของการจัดกิจกรรม Group Interview (๑๐ คะแนน)

๖.๑ การคัดเลือกสถานที่ รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอประเด็นข่าวหรือเนื้อหาที่เหมาะสม เป็นที่สนใจของสื่อ รูปแบบได้อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และน่าสนใจดีมาก สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในระดับดีมาก สถานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์มีความเหมาะสม สวยงาม สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	๕ คะแนน
๒. นำเสนอประเด็นข่าวและเนื้อหาที่น่าสนใจพอสมควร รูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจในระดับพอใช้ หรือไม่ชัดเจน ซึ่งอาจไม่เชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ชัดเจน สถานที่จัดกิจกรรมสามารถจัดงานได้แต่ส่งเสริมภาพลักษณ์ไม่ดีเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. นำเสนอประเด็นข่าวและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือไม่สอดคล้อง ไม่เป็นที่น่าสนใจของสื่อ รูปแบบกิจกรรมที่ไม่โดดเด่น ไม่เชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ สถานที่จัดกิจกรรมอยู่นอกเขตพื้นที่กรุงเทพฯ หรือชานเมือง พื้นที่ไม่อำนวยความสะดวกการจัดกิจกรรม และไม่ช่วยเสริมภาพลักษณ์องค์กร	๑ คะแนน


๖.๒ คุณภาพของสื่อที่ร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน)

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

๗. คุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ของการจัดกิจกรรม Press Tour (๒๕ คะแนน)

๗.๑ การคัดเลือกประเด็นการนำเสนอของครูหรือสมาชิกมีความน่าสนใจ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจน น่าสนใจ สามารถเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือองค์กร หรืออื่นๆ ให้มีความสอดคล้องกันได้ พิจารณาคัดเลือกครูหรือสมาชิก หรืองานศิลปหัตถกรรมไทย ที่ส่งเสริมบทบาทการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด	๕ คะแนน

๑๘


๒. ประเด็นการสื่อสารไม่ชัดเจน หรือไม่สอดคล้องกับบทบาทภารกิจขององค์กร เท่าที่ควร การนำเสนอครูหรือสมาชิก หรืองานศิลปหัตถกรรมไทยไม่โดดเด่น ยัง ไม่เป็นประเด็นที่สื่อสนใจเท่าที่ควร	๓ คะแนน
๓. ประเด็นการสื่อสารไม่สอดคล้องกับบทบาทภารกิจขององค์กร การคัดเลือก ครูหรือสมาชิกยังไม่เชื่อมโยงเป็นประเด็นข่าวได้ ทำให้มองเห็นถึงอุปสรรคในการ ดำเนินกิจกรรม	๑ คะแนน

๗.๒ กิจกรรมมีความน่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
๑. นำเสนอกิจกรรมได้อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ดีมาก สามารถสร้างความสนใจ ให้กับสื่อมวลชนดีมาก และเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรได้ในระดับดีมาก สามารถสร้างความประทับใจให้ สื่อมวลชน และสามารถเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและสื่อมวลชนได้ ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
๒. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจได้ในระดับพอใช้ ไม่ชัดเจน มี ข้อบกพร่องบางจุด หรือไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ สร้างความประทับใจให้สื่อมวลชนในระดับดี	๗ คะแนน
๓. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่มีความน่าสนใจได้ในระดับพอใช้ ไม่ชัดเจน มี ข้อบกพร่องบางจุด หรือไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ สร้างความประทับใจให้สื่อมวลชนในระดับพอใช้	๔ คะแนน
๔. นำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่ไม่โดดเด่น และไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้งาน ศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งจะส่งผลให้สื่อมวลชนไม่เกิดความ ประทับใจเท่าที่ควร	๑ คะแนน

๗.๓ คุณภาพของสื่อที่เข้าร่วมกิจกรรมและเผยแพร่ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวได้ครบถ้วนทุกแขนง เป็น สำนักข่าวที่เป็นที่รู้จัก นำเชื่อถือของประชาชน และสามารถยืนยันการเผยแพร่ ข่าวสารกิจกรรมได้หลากหลายช่องทางในระดับดีมาก	๕ คะแนน
๒. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวได้บางแห่ง สำนักข่าวเป็นที่ รู้จักในระดับรองลงมา สามารถเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้บางช่องทางเท่านั้น	๓ คะแนน
๓. นำเสนอรายชื่อสื่อมวลชนที่มาร่วมงานแถลงข่าวไม่ครบทุกแขนง สำนักข่าวไม่ เป็นที่รู้จัก และไม่สามารถยืนยันการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมได้	๑ คะแนน

๑๙



๕

๗

๑๙

๗.๔ การบริหารจัดการสำรวจพื้นที่ ความพร้อมของอุปกรณ์ ความปลอดภัยในการเดินทาง และการดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
๑. นำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมที่ครบถ้วน การสำรวจพื้นที่ชัดเจนตามกรอบระยะเวลา ทั้งในด้านเอกสารต่างๆ การประสานงาน สื่อมวลชน การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ของที่ระลึกที่สอดคล้องกับงาน การเลือกพาหนะที่มีคุณภาพปลอดภัย เดินทาง ที่ทำให้เชื่อมั่นว่าสามารถจัดกิจกรรมได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด	๕ คะแนน
๒. นำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมที่ไม่ครบถ้วน การสำรวจพื้นที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วนเท่าที่ควร การจัดทำข้อมูลมีบกพร่องบางจุด ซึ่งทำให้ภาพรวมการจัดกิจกรรมมีความชัดเจนในระดับพอใช้	๓ คะแนน
๓. นำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน ไม่สามารถยืนยันแหล่งสืบค้นข้อมูลได้ การสำรวจพื้นที่ไม่ครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมด ทำให้ไม่มั่นใจว่าจะดำเนินกิจกรรมได้ตามแผน	๑ คะแนน



 ๒๐
