

ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน โครงการเสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย (Soft Power)

๑. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันในภาคธุรกิจการค้าจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ โดยภาครัฐเร่งผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่าง ผ่านการมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่า สร้างมูลค่า และส่งเสริมความสามารถให้สินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันมาสร้างสรรค์ให้เกิดจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันแบบเดิมๆ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ซึ่งในปี ๒๕๖๖ กระทรวงพาณิชย์ กำหนดแนวนโยบาย Soft Power ไทยไปผงาดอยู่ในเวทีโลกโดยอาศัยจุดแข็งของประเทศ อาทิ ความโดดเด่นทางศิลปวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและความเป็นไทยด้านต่างๆ เพื่อสร้างศักยภาพในการดึงดูดใจนำไปสู่การยอมรับให้วัฒนธรรมไทยกลายเป็นสินค้า ผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อ ศิลปะ และบันเทิง ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ง่ายและหลากหลายที่สุด

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) มีภารกิจในการมุ่งสู่เป้าหมายในการสร้างสิ่งแวดล้อม (Ecosystems) ด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย เกิดวัฒนธรรมการใช้ผลิตภัณฑ์งานศิลปหัตถกรรม ให้แพร่หลายและยั่งยืน โดยเฉพาะการผลักดัน Soft Power งานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นผู้สืบสานส่งต่อความเป็นไทย และเป็นกลุ่มหลักของประเทศเนื่องจากมีสัดส่วนประชากรจำนวนมาก และมีบทบาทและอิทธิพลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังนั้นหากสามารถสร้างให้คนรุ่นใหม่เป็นเครือข่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยที่เข้มแข็ง ย่อมแผ่อิทธิพลออกไปในสังคมวงกว้างได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดที่ดีขึ้น ยังได้เพิ่มโอกาสให้การจัดกิจกรรมได้รับความสนใจจากผู้คนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนำไปเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ก็จะเพิ่มพลังให้การสื่อสารไปยังสังคมวงกว้างได้มากยิ่งขึ้น

การสร้างวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทยในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จำเป็นต้องสร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วมผ่านกิจกรรมความบันเทิง และบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพล (Key Opinion Leader) ที่สามารถเชื่อมต่อกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผ่านวิธีการสร้างคอนเทนต์ที่สอดแทรกองค์ความรู้และภูมิปัญญางานศิลปหัตถกรรมไทย สร้างภาพจำของงานศิลปหัตถกรรมไทยที่ทันสมัยและสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันในยุคดิจิทัลได้ สร้างให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เกิดทัศนคติที่ดี เกิดความใกล้ชิด รักหวงแหน และภาคภูมิใจในงานศิลปหัตถกรรมไทย ซึ่งเป็นภูมิปัญญาและรากฐานสำคัญอันเป็นอัตลักษณ์ของชาติ อันจะนำมาซึ่งการยอมรับและร่วมสนับสนุนซื้อใช้ และค่านิยมและวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทยจะถูกส่งต่อสร้างกระแสออกไปในผู้คนในสังคมได้ เพื่อให้เกิดเครือข่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยขนาดใหญ่ต่อไป

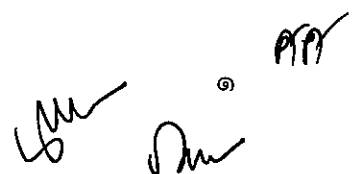
๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่และสังคมไทยเกิดทัศนคติที่ดี ความรักและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และคุณค่าความเป็นไทยผ่านงานศิลปหัตถกรรมไทย

๒.๒ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยในสังคมไทยให้แพร่หลาย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

๒.๓ เพื่อสร้างสรรค์ช่องทางในการสื่อสารหลากหลายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ สศท. ต่อสาธารณชนให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

๒.๔ เพื่อสร้างการรับรู้และชื่นชมงานศิลปหัตถกรรมไทยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ



๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) ณ วันที่ยื่นเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นเสนอราคาครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

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

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกัน หรือใกล้เคียงกับงานจ้างครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จแล้ว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่หน่วยงานของรัฐเชื่อถือ โดยจะต้องยื่นหลักฐานสำเนาหนังสือรับรองผลงานและสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องในวันที่ยื่นข้อเสนอ

๔. ขอบเขตของงานจ้าง

๔.๑ แนวคิดและแผนการดำเนินงาน

๔.๑.๑ นำเสนอ ชื่อ / แนวคิด Concept ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ในรูปแบบ Event จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ที่สะท้อนถึงการเสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย (Soft Power) ให้มีความน่าสนใจ ผ่านกิจกรรมความบันเทิงเชื่อมโยงการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แนวคิด โดยในกิจกรรมมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าร่วมกิจกรรม มาเป็นเครือข่ายของงานศิลปหัตถกรรมไทยสร้างให้เกิดความรู้สึก รักภาคภูมิใจและพร้อมสนับสนุนและมีส่วนร่วมในงานศิลปหัตถกรรมไทย

Law
๒
JW
CP

๔.๑.๒ นำเสนอจังหวัดและสถานที่ในการจัดกิจกรรมที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีชื่อเสียง เป็นเป้าหมายในการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ในด้านต่างๆ อาทิ พื้นที่ที่มีความเหมาะสม การคมนาคมสะดวก การประสานงานกับหน่วยงานในพื้นที่ และอื่นๆ เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แห่ง โดยนำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แห่ง

๔.๑.๓ นำเสนอแคมเปญสร้างสรรค์ “Craft Power” ที่มีการนำภูมิปัญญางานศิลปหัตถกรรมไทย มาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย ที่สามารถสะท้อนพลัง Soft Power ของประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แคมเปญ

๔.๑.๔ นำเสนอรายชื่อบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพล (Key Opinion Leader) และวิธีการนำเสนอของ KOL เพื่อเชื่อมต่อและสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และสามารถสร้างกระแสให้เกิดในวงกว้าง ได้แก่

- (๑) บุคคลที่มีชื่อเสียง KOL หรือ คนดังศิลปินดารานักร้อง นักแสดง หรือนักกีฬา หรืออื่นๆ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยึดถืออย่างแพร่หลาย สะท้อนถึง Soft Power ของไทย สร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย โดยนำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย
- (๒) ศิลปินที่ทำการแสดงบนเวที จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ศิลปิน โดยนำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ศิลปิน
- (๓) ศิลปินจากเยาวชน หรือคนรุ่นใหม่ หรือตัวแทนจากสถาบันการศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ศิลปิน โดยนำเสนอให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ศิลปิน

๔.๑.๕ นำเสนอแนวคิดของการออกแบบตกแต่งพื้นที่ บรรยากาศและกิจกรรมภายในงาน Theme / Mood & Tone ให้กับผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณา โดยสะท้อนความเป็นงานด้านศิลปหัตถกรรม ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมพื้นที่

๔.๑.๖ นำเสนอเนื้อหาในการสื่อสาร และคอนเทนต์ออนไลน์เพื่อให้เกิดกระแสในสังคม หรือเกิดการแชร์หรือบอกต่อ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน

๔.๑.๗ นำเสนอช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

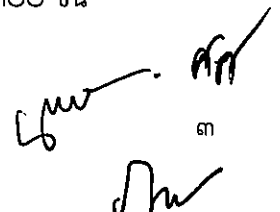
๔.๑.๘ นำเสนอแผนการดำเนินงาน ก่อนงาน ระหว่างงาน และหลังงาน แผนในการวางแผนสื่อพร้อมรายละเอียดระยะเวลาในรูปแบบ Timeline

๔.๑.๙ นำเสนอบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้กำกับเวที โปรดิวเซอร์ , ครีเอทีฟ , นักเขียน , นักออกแบบเครื่องแต่งกาย , ผู้เชี่ยวชาญการจัดกิจกรรม แสงสีเสียง , ช่างภาพ , ช่างวิดีโอ , ผู้ประสานงาน และ คอมพิวเตอร์กราฟิก หรืออื่น ๆ เป็นต้น

๔.๒ ดำเนินการจัดแคมเปญสร้างสรรค์ “Craft Power”

๔.๒.๑ นำภูมิปัญญางานศิลปหัตถกรรมไทย ที่สร้างสรรค์โดยผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย อาทิ ครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรมไทย ทายาทช่างศิลปหัตถกรรมไทย และสมาชิกของ sacit มาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าต้นแบบ Soft Power ของประเทศไทย ผลิตเป็นสินค้าจำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชิ้น

๓



- (๑) นำเสนอและผลิตชิ้นงานชิ้นพิเศษสำหรับ KOL จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน เพื่อนำไปเปิดตัวในพิธีเปิดกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นต้องสอดคล้องกับบุคคล KOL ที่นำเสนอ
 - (๒) ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย ทั้งชิ้นงานสำหรับ KOL และที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในแคมเปญนี้ กำหนดให้ต้องมาจากผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบจากเครือข่ายความร่วมมือของผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓ เครือข่าย
 - (๓) จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยจากแคมเปญสร้างสรรค์ "Craft Power" จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชิ้น พร้อมบริหารจัดการจัดจำหน่ายภายในงาน
- ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนดำเนินงาน

๔.๓ กิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงความบันเทิงและงานศิลปหัตถกรรมไทย

ดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรม Soft Power ด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ที่แสดงให้เห็นถึงการนำความบันเทิงมาเชื่อมโยงกับงานศิลปหัตถกรรม โดยเป็นการจัดกิจกรรมที่มีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน หรือกลุ่มพันธมิตร หรือหน่วยงานท้องถิ่น หรือเครือข่ายในสังคม จัดขึ้น เพื่อให้เป็นกิจกรรมที่เป็นกระแสและเป็นที่น่าสนใจของผู้คนในสังคม ทั้งนี้ต้องมีกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ราย ประกอบด้วย

๔.๓.๑ การจัดแสดงนิทรรศการ

- (๑) รวบรวมและจัดทำข้อมูลพร้อมภาพประกอบนิทรรศการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด
- (๒) ออกแบบและจัดทำนิทรรศการนำเสนอการดำเนินงานของ สศท. พร้อมจอสำหรับฉายวิดีโอทัศนองค์กร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด โดยมีขนาดและพื้นที่ตามที่ สศท. กำหนด
- (๓) ออกแบบและจัดทำนิทรรศการองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืองานศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด โดยมีขนาดและพื้นที่ตามที่ สศท. กำหนด
- (๔) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่สำหรับให้ข้อมูลในนิทรรศการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย
- (๕) เตรียมสถานที่และระบบต่างๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง อาทิ โครงสร้างนิทรรศการ อุปกรณ์ตกแต่งระบบไฟฟ้า ระบบเสียง อุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๓.๒ การจัดพิธีเปิดงาน

- (๑) ออกแบบและจัดทำพื้นที่พิธีเปิดงาน เวทีการแสดง ให้มีความเหมาะสม หรือมีขนาดตามที่ สศท. กำหนด
- (๒) กิจกรรมเปิดตัวผลิตภัณฑ์จากแคมเปญสร้างสรรค์ "Craft Power" โดยมี Gimmick เพื่อสร้างสีสันและกระแสการพูดถึงผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง KOL จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย เพื่อเข้าร่วมนำเสนอพลังของ Soft Power ด้านงานศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่รู้จัก
- (๓) จัดหาผู้ดำเนินรายการที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย

KK
๔

- (๔) จัดเตรียมอุปกรณ์แสง สี เสียง ที่มีคุณภาพ และตกแต่งพื้นที่พิธีเปิดงานที่สามารถสื่อสารงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือวัฒนธรรมไทย พร้อมบริหารจัดการผังการใช้ประโยชน์พื้นที่ และผังที่นั่งอย่างเหมาะสม
- (๕) ดำเนินการ Live กิจกรรมพิธีเปิด ผ่านโซเชียลมีเดียของ สศท. หรือช่องทางอื่นๆ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
- (๖) ประสานงานอำนวยความสะดวก จัดสรรพื้นที่รับรองและที่นั่งสำหรับผู้ร่วมพิธีเปิด อาทิ ประธานของงาน ผู้บริหาร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานท้องถิ่น เป็นต้น
- (๗) บริหารจัดการด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทั้งหมด อาทิ จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมจัดทำเอกสารประกอบ Press Kit อาทิ กำหนดการ Press Release คำกล่าวต่างๆ จดหมายเชิญต่างๆ และอื่นๆ เป็นต้น
- (๘) จัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่ม และอื่นๆ ให้เพียงพอและเหมาะสมกับสถานที่และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชุด
- (๙) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนและแขกที่มาร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ ชิ้น
- (๑๐) จัดเตรียมจุดลงทะเบียนแขกเข้าร่วมงานและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด พร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงาน
- (๑๑) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง จำนวน ๑ ราย และภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ ราย พร้อมจัดทำภาพเคลื่อนไหวเป็นไฮไลท์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๑ คลิป
- (๑๒) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๓.๓ กิจกรรมชบวนพาเหรด

ดำเนินการจัดกิจกรรมชบวนพาเหรดที่นำเสนองานศิลปหัตถกรรมไทย หรืองานศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ประกอบด้วย

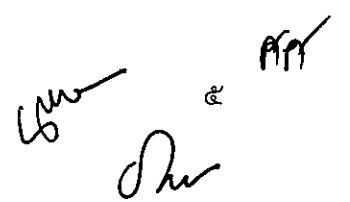
- (๑) ออกแบบและจัดหาชบวนพาเหรดโดยมีจำนวนผู้ร่วมในชบวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย
- (๒) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตกแต่งและเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในชบวนพาเหรดทั้งหมด

๔.๓.๔ กิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม อาทิ การละเล่นพื้นบ้าน หรือการแสดงที่สะท้อนงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือ กิจกรรมร่วมสนุกที่แสดงภูมิปัญญา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรม ประกอบด้วย

- (๑) ออกแบบและจัดหาเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรม
- (๒) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตกแต่งพื้นที่ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ร่วมกิจกรรมทั้งหมด อาทิเช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร-เครื่องดื่ม และอื่นๆ เป็นต้น

๕



๔.๓.๕ การแสดงแฟชั่นโชว์

ดำเนินการจัดกิจกรรมการแสดงแฟชั่นโชว์ผ้าไทย หรืองานศิลปหัตถกรรมไทย หรืองานศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น โดยจัดหาผู้ร่วมแสดงแบบไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย และกำหนดให้มีบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพล KOL จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย เพื่อเข้าร่วมนำเสนอพลังของ Soft Power ด้านงานศิลปหัตถกรรม ประกอบด้วย

- (๑) ออกแบบและจัดหาเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรมให้เพียงพอต่อผู้ร่วมแสดงจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย
- (๒) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทั้งหมด อาทิ การตกแต่งพื้นที่ ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร-เครื่องดื่ม การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ร่วมกิจกรรม และอื่นๆ เป็นต้น

๔.๓.๖ กิจกรรมคอนเสิร์ตจากศิลปิน

ดำเนินการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตจากศิลปินที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีศิลปินเข้าร่วมกิจกรรมฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ศิลปิน อาทิ โบกี้ไลอ้อน , ธนนท์ จำเริญ , อึ้งค์ วรรณธร , พีพี กฤษณ์ , เบลล์ วัชรรา , ไชย พาริส , วาดฟ้า ไชยทัฬห , เจ้านาย จินเจษฎ์ , แอลลี , ปาล์มมี่ , ลิปตา , ว่าน ธนกฤต , ไอ้ต ปราโมทย์ เบน ชลาทิศ , ชมัน กิ่งศักดิ์ เป็นต้น

ทั้งนี้ ก่อนหน้าที่จะขึ้นแสดง มีการบริฟศิลปินถึงความสำคัญของการสืบสานและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย และศิลปินจะต้องนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย อาทิ การพูดถึง หรือ การแต่งกาย หรือการแสดงออกอื่นๆ ที่เหมาะสม

- (๑) ออกแบบและจัดหาเครื่องแต่งกายของศิลปินและอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรม
- (๒) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในเครื่องดนตรี เครื่องเสียง และอุปกรณ์บนเวที พร้อมอำนวยความสะดวกแก่ศิลปินที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- (๓) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ค่าตัว ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลศิลปินทั้งหมด

๔.๓.๗ กิจกรรมคอนเสิร์ตจากเยาวชน หรือคนรุ่นใหม่ หรือตัวแทนจากสถาบันการศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ศิลปิน

- (๑) ออกแบบและจัดหาเครื่องแต่งกายของศิลปินและอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรม
- (๒) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในเครื่องดนตรี เครื่องเสียง และอุปกรณ์บนเวที พร้อมอำนวยความสะดวกแก่ศิลปิน
- (๓) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ค่าตัว ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลศิลปินทั้งหมด

๔.๓.๘ กิจกรรมส่งเสริมการขายงานศิลปหัตถกรรมไทย

- (๑) จัดหาผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย โดยแบ่งเป็น สมาชิก sacit จำนวน ๑๕ ราย และ กลุ่มงานศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น จำนวน ๑๕ ราย เพื่อนำมาจัดแสดงและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยภายในงาน
- (๒) จัดทำคู่มือสำหรับจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ คู่มือ โดยมีขนาดไม่น้อยกว่า ๒ X ๒ เมตร หรือมีขนาดตามที่ สศท. กำหนด

๖ ศศท
๖
๖

- (๓) จัดหาร้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือ พู๊ดทรัค เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมชมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ร้าน
- (๔) บริหารการขายและจัดเก็บยอดจำหน่าย และสรุปยอดจำหน่ายหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน
- (๕) ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ

๔.๓.๙ กิจกรรม Workshop

ดำเนินงานจัดกิจกรรม Workshop และการให้ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทย หรืองานหัตถกรรมพื้นถิ่น หรือ งานคราฟต์ DIY หรืออื่นๆ ที่มีความเหมาะสมและคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรมๆ ละ ๒ รอบๆ ละไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย ประกอบด้วย

- (๑) จัดหาผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ราย ในการดำเนินกิจกรรม โดยผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ค่าเดินทาง ค่าอาหาร และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- (๒) จัดหาอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๓ กิจกรรม โดยผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าอุปกรณ์เครื่องมือและอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- (๓) จัดทำพื้นที่กิจกรรม Workshop ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย หรือมีขนาดพื้นที่ตามที่ สศท. กำหนด

๔.๓.๑๐ การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในงานศิลปหัตถกรรมไทยไปยังคนรุ่นใหม่

- (๑) จัดหาคนรุ่นใหม่ หรือนักเรียน หรือนิสิตนักศึกษาจากสถาบันการศึกษา จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย เพื่อร่วมกิจกรรมภายในงาน อาทิ การเลือกซื้องานศิลปหัตถกรรม หรือการร่วมกิจกรรม Workshop หรือการร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ต หรืออื่นๆ เป็นต้น
- (๒) บริหารจัดการกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ รับผิดชอบค่าใช้จ่าย อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม ค่าเดินทาง บุคลากร และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๓.๑๑ จัดทำซุ้มถ่ายภาพ (Photo Booth) หรือจุด Check in งานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ จุด

- (๑) ออกแบบและจัดทำซุ้มถ่ายภาพ (Photo Booth) หรือจุด Check in งานศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อสร้างสีสันภายในงานฯ
- (๒) จัดให้มีการปริ้นท์ภาพให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทันทีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยจัดหาช่างภาพมืออาชีพ อุปกรณ์การถ่ายภาพ และอื่นๆ พร้อมบริหารจัดการจุดถ่ายภาพอย่างเป็นระบบ
- (๓) จัดหาเครื่องแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยหรือผ้าพื้นถิ่น หรือ Prop ที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย หรืออื่นๆ เป็นต้น

๔.๓.๑๒ การ Live กิจกรรม

ดำเนินการ Live กิจกรรมในช่วงเวลาที่นำเสนอ ผ่านโซเชียลมีเดียของ สศท. หรือช่องทางอื่นๆ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รอบ

AP
๗
Dhu

๔.๓.๑๓ บริหารจัดการกิจกรรมทั้งหมด

- (๑) บริหารจัดการกิจกรรมทั้งหมดภายในงาน อาทิ ระบบแสง สี เสียง และอื่นๆ เป็นต้น
- (๒) บันทึกภาพนิ่ง และบันทึกภาพเคลื่อนไหว พร้อมตัดต่อภาพเคลื่อนไหวเป็นไฮไลท์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คลิป

๔.๓.๑๔ การจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประจำจุด

ดำเนินการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประจำจุดที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย

๔.๓.๑๕ กิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ ในการดำเนินงานต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการดำเนินงาน

๔.๔ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๔.๑ ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ค Key Visual จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ รูปแบบ โดยกำหนดให้มีดีไซน์ที่มีความน่าสนใจ โดดเด่น สามารถสะท้อนพลังของการสร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมไทย ตามโครงการเสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย (Soft Power)

๔.๔.๒ ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องกับ Key Visual จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ รูปแบบ อาทิ โปสเตอร์ , Banner บนโซเชียลมีเดีย , Backdrop , VDO สั้น เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการดำเนินงานต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการดำเนินงาน

๔.๕ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

๔.๕.๑ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมไปตามสื่อประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง อาทิ โปสเตอร์ ในร้านอาหาร หรือคาเฟ่ หรือโรงแรม หรือสถาบันการศึกษา หรือรถแท็กซี่ หรืออื่นๆ เป็นต้น

๔.๕.๒ ดำเนินงานจัดกิจกรรมแถลงข่าว (Press Conference) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย ดังนี้

- (๑) จัดหาสถานที่จัดกิจกรรมที่มีความเหมาะสม มีความสะดวกต่อการเดินทาง จำนวน ๑ สถานที่ (โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอ ๓ สถานที่ ให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาคัดเลือก)
- (๒) ดำเนินการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบสำหรับการจัดกิจกรรมแถลงข่าวให้มีความน่าสนใจ
- (๓) จัดหาผู้ดำเนินรายการที่สามารถเป็นตัวแทนในการสื่อสารภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทย โดยสามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา (ไทยและอังกฤษ) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ราย (โดยผู้รับจ้างต้องนำเสนอ ๒ ราย ให้ผู้รับผิดชอบโครงการพิจารณาคัดเลือก)
- (๔) จัดเตรียมสถานที่จัดกิจกรรม อาทิ การตกแต่งสถานที่ ระบบแสง สี เสียง หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีคุณภาพ พร้อมเจ้าหน้าที่ควบคุม
- (๕) จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม และอื่นๆ ให้เพียงพอและเหมาะสมกับสถานที่และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด

สมชาย ๘ กค
Dhu

- (๖) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชนและแขกที่มาร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชิ้น
- (๗) จัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมจัดทำเอกสารประกอบ Press Kit อาทิ กำหนดการ Press Release คำกล่าวต่างๆ และอื่นๆ เป็นต้น
- (๘) จัดเตรียมจุดลงทะเบียนแขกเข้าร่วมงานและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ จุด พร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงาน
- (๙) ประสานงานเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ จัดเตรียมรถรับ-ส่ง หรืออื่นๆ เป็นต้น
- (๑๐) ดำเนินการ Live กิจกรรมแถลงข่าว ด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพทั้งภาพและเสียง ผ่านช่องทาง Facebook ของ สศท. จำนวน ๑ ครั้ง
- (๑๑) ดำเนินการเผยแพร่ข่าวกิจกรรมงานแถลงข่าวผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ในจำนวนนี้เป็นสื่อโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้น
- (๑๒) จัดเตรียมเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง จำนวน ๑ ราย และภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑ ราย
- (๑๓) การดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๕.๓ นำสื่อมวลชนร่วมกิจกรรมในพื้นที่จัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ราย ในจำนวนนี้กำหนดให้มีสื่อโทรทัศน์จำนวน ๓ สื่อ , สื่อสิ่งพิมพ์ ๓ สื่อ , สื่อออนไลน์ ๑๔ สื่อ หรือตามที่ สศท. กำหนด โดยกำหนดให้มีการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ รวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ในจำนวนนี้เป็นสื่อโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า ๓ ชิ้น ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาทิ ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่ารถตู้ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๕.๔ สำนักข่าวออนไลน์

ผลิตสื่อและ Content ที่เหมาะสมเผยแพร่ในสำนักข่าวออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย อาทิ อีจัน , Ad Addict, ไทยรัฐออนไลน์ และ ข่าวสดออนไลน์ หรืออื่นๆ เป็นต้น โดยเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๕.๕ เพจส่งเสริมอีเว้นท์และการตลาด

ผลิตสื่อและ Content ที่เหมาะสมเผยแพร่ผ่านทางโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับอีเว้นท์และส่งเสริมการตลาด อาทิ ปันโปร , ติดโปร , ชีวิตติดโปร , ชอบโปร และ EventPass หรืออื่นๆ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง โดยมีการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๕.๖ เพจส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลิตสื่อและ Content ที่เหมาะสมเผยแพร่ผ่านทางโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ TripTH , Sneak out , Chillpainai อาสาพาไปหลง , แบกกล้องเที่ยว , Go went go หรืออื่นๆ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยมีการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔.๕.๗ TikTok

จัดหา TikToker จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ราย ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ ราย เพื่อสร้างสรรค์ Digital Content เชิญชวนและประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ไปยังกลุ่มคนใหม่ ผ่านช่องทางของ TikToker โดยมีการเข้าถึงไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง

๔
คก
คก

๔.๕.๘ สื่ออื่นๆ

ผลิตสื่อและ Content ของกิจกรรมที่เหมาะสมเผยแพร่ผ่านทางโซเชียลมีเดียของ สศท. หรือโซเชียลมีเดียอื่นๆ หรือแอปพลิเคชันด้านความบันเทิง ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่

ทั้งนี้ ดำเนินการบริหารจัดการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง โดยกำหนดให้มีการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง และการดำเนินงานต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้รับผิดชอบโครงการก่อนการดำเนินงาน

๔.๖ การดำเนินการด้านอื่นๆ

๔.๖.๑ นำคณะผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ หรือ คณะผู้บริหาร สศท. หรือเจ้าหน้าที่ สศท. เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย ทั้งนี้ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด อาทิ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารถตู้ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๖.๒ ประสานงานหน่วยงานท้องถิ่น กระทรวง หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการประสานงานการจัดและเผยแพร่งาน

๔.๖.๓ ดำเนินการสำรวจพื้นที่จัดงานฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด อาทิ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารถตู้ ค่าเบี้ยเลี้ยง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๖.๔ ดำเนินการนำผู้รับผิดชอบโครงการ ลงพื้นที่เพื่อเตรียมความพร้อม และตรวจสอบความเรียบร้อยของสถานที่ก่อนเริ่มกิจกรรม หรืออย่างน้อยล่วงหน้า ๒ วัน ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด อาทิ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารถตู้ ค่าเบี้ยเลี้ยง และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๖.๕ ดำเนินการบริหารจัดการด้านเวที ระบบไฟฟ้า ระบบเสียง ระบบสาธารณูปโภค และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔.๖.๖ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ประสานงานดูแลความเรียบร้อยของกิจกรรมในด้านต่างๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ ราย

- เจ้าหน้าที่และพนักงานทำความสะอาดด้านระบบสาธารณสุข ดูแลพื้นที่ด้านสุขอนามัยต่างๆ อย่างเหมาะสมเพียงพอ
- เจ้าหน้าที่ชุดรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ร่วมงาน
- จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ควบคุมการแสดง กิจกรรมภายในงานอย่างเหมาะสมเพียงพอ

กรณีเกิด (Crisis Management) ต้องหาแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ และรับมือในกรณีเกิดผลกระทบเชิงลบ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน

๔.๖.๗ ดำเนินการรับผิดชอบด้านการขนส่ง รื้อถอนพื้นที่จัดกิจกรรม ประกันความเสียหาย

๔.๖.๘ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๔.๗ การดำเนินการสำรวจผลของการจัดกิจกรรม

ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามสำรวจระดับความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ตัวอย่าง พร้อมสรุปวิเคราะห์ในรูปแบบรายงานพร้อมข้อมูลอื่นๆที่เป็นประโยชน์ (Data Analytics)

๑๐
KPT
Jm

- ๔.๗.๑ ออกแบบจัดทำแบบสอบถามสำรวจระดับความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ในรูปแบบออนไลน์ หรือรูปแบบเอกสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชุด
- ๔.๗.๒ นำเสนอกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจและจัดเก็บข้อมูล ตามที่ สศท. กำหนด
- ๔.๗.๓ ดำเนินการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายตามที่ สศท. กำหนด
- ๔.๗.๔ สรุปและวิเคราะห์ data ที่เกี่ยวข้อง

๔.๘ การดำเนินงานวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงาน

- ๔.๘.๑ สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ราย
- ๔.๘.๒ สรุปจำนวนคนรุ่นใหม่ อาทิ นักเรียน นักศึกษา บุคลากรจากสถาบันการศึกษา ที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยมีผลคนรุ่นใหม่ร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย
- ๔.๘.๓ สรุปจำนวนสื่อมวลชนเข้าร่วมและเผยแพร่กิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ราย
- ๔.๘.๔ สรุปผลการเข้าถึงกิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ โดยมีผลการรับรู้กิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ รวมกันไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง
- ๔.๘.๕ สรุปผลสำรวจความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีผลความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐
- ๔.๘.๖ ข้อเสนอแนะหรืออื่นๆ

๕. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ๕.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ทั้งหมด ให้แก่ผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน (ผู้รับผิดชอบโครงการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับรายละเอียดที่ผู้รับจ้างเสนอได้ตามความเหมาะสม)
- ๕.๒ เมื่อผู้รับผิดชอบโครงการเห็นชอบแผนการดำเนินงานแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องลงมือดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นไปตามรายละเอียดต่างๆ ตามข้อกำหนด
- ๕.๓ ในการดำเนินงานตามรายละเอียดข้อ ๔ ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานได้ รวมทั้งอาจมีการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรคฯ โดยการนัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมทั้งนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖

๗. งบประมาณ

วงเงิน ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

๑๑
Gur
Shu
พร

๘. การส่งมอบงาน

๘.๑ งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายใน ๒๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท. โดยจัดส่งแผนการดำเนินงานตามข้อ ๔ ในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด

๘.๒ งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานและรายงานความคืบหน้าในการดำเนินกิจกรรม ตามข้อกำหนดการจ้างข้อ ๔.๒ - ๔.๕ ในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด โดยกำหนดส่งมอบงาน ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท.

๘.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามข้อ ๔.๒ - ๔.๘ ให้แล้วเสร็จ และจัดทำสรุปผลในรูปแบบรายงาน จำนวน ๒ ชุด พร้อม Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน ๒ ชุด และส่งมอบงาน ภายในวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖ ณ ที่ทำการของ สศท.

๙. การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง

๙.๑ งวดที่ ๑ เบิกจ่ายร้อยละ ๓๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๑ ตามข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

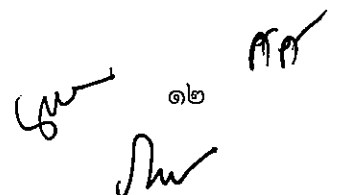
๙.๒ งวดที่ ๒ เบิกจ่ายร้อยละ ๔๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ ๒ ตามข้อ ๘.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๙.๓ งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) เบิกจ่ายร้อยละ ๓๐ ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ ๓ ตามข้อ ๘.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) แล้ว

๑๐. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

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

๑๒



๑๑. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของราคาจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้าย หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้ จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา ต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

๑๒. คำรับรอง

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดโครงการเสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย (Soft Power) ตามสัญญานี้ทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลโครงการเสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย (Soft Power) และงานอื่นๆ ตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญานี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างใด ๆ เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด ๑๕ วัน นับแต่วันที่ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

Wm
Csu
๑๓

๑๓. ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐจะต้องใช้พัสดุ ประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น

๑๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๕. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

๑๕.๑ นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารภาพลักษณ์และจัดการวัฒนธรรมศิลปหัตถกรรม

๑๕.๒ นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

๑๕.๓ นายดุสิตวิทย์ สุจริตน์ เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายสร้างสรรค์สื่อ

๑๕.๔ นางสาวภทรพร งามสมคุณ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้กำหนดรายละเอียด



.....
(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



.....
(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



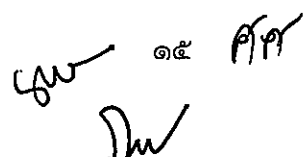
.....
(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)

กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
โครงการเสริมสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย (Soft Power)

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
<p>๑. การนำเสนอแผนการดำเนินงาน</p> <p>๑.๑ แผนงานของกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจสามารถสร้างการมีส่วนร่วม มีความสมบูรณ์ครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง การสร้างแคมเปญสร้างสรรค์ “Craft Power” มีความน่าสนใจ มีการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็นจุดเด่นในการผลิตและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทย และการนำเสนอ รายชื่อศิลปินและบุคคลที่มีชื่อเสียง KOL เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยูจก้อย่างแพร่หลาย สะท้อนถึง Soft Power ของไทย (๕ คะแนน)</p> <p>๑.๒ แผนการนำเสนอจังหวัดและพื้นที่การจัดงาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีความพร้อมในการจัดงาน พร้อมการเชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ รวมทั้งแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)</p>	๑๐ คะแนน
<p>๒. การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์</p> <p>๒.๑ กิจกรรมบนเวที พิธีเปิดงาน กิจกรรมในงาน และคอนเสิร์ต (๑๐ คะแนน)</p> <p>๒.๒ กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมภายในงาน ขบวนพาเหรด แฟชั่นโชว์ การเล่นเกม กิจกรรมร่วมสนุก ที่สะท้อนงานศิลปหัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ กิจกรรมสันตนาการ Photo Booth และการบริหารจัดการในพื้นที่ (๑๐ คะแนน)</p> <p>๒.๓ กิจกรรมส่งเสริมการขาย องค์กรความรู้ นิทรรศการ workshop และกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (๑๐ คะแนน)</p>	๓๐ คะแนน
<p>๓. การจัดแคมเปญ Craft Power</p> <p>๓.๑ แคมเปญแสดงให้เห็นถึงงานศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็น Soft Power ของประเทศมีความน่าสนใจ สร้างให้เกิดกระแสการพูดถึงและแชร์ต่อ (๑๐ คะแนน)</p> <p>๓.๒ แคมเปญมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ ทายาทฯ และสมาชิก sacit ในการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นจุดเด่น สะท้อนภาพลักษณ์ Soft Power ของไทย พร้อมกับการผลิตและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยภายในงาน (๑๐ คะแนน)</p>	๒๐ คะแนน

๑๕


<p>๔. การนำเสนอ ศิลปินบนเวทีคอนเสิร์ต และ KOL ที่ร่วมกิจกรรม</p> <p>๔.๑ บุคคลที่มีชื่อเสียง KOL เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยู่งอกอย่างแพร่หลาย สะท้อนถึง Soft Power ของไทย (๑๐ คะแนน)</p> <p>๔.๒ ศิลปินหลักบนเวทีคอนเสิร์ต เป็นคนรุ่นใหม่ เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มคนรุ่นใหม่ สามารถสื่อสารและเชื่อมต่อกับคนรุ่นใหม่ได้ (๑๐ คะแนน)</p> <p>๔.๓ ศิลปินเยาวชน หรือคนรุ่นใหม่ หรือตัวแทนสถาบันการศึกษา (๕ คะแนน)</p>	<p>๒๕ คะแนน</p>
<p>๕. การโฆษณาประชาสัมพันธ์</p> <p>๕.๑ การแถลงข่าว คุณภาพของเนื้อหา รูปแบบดีไซน์ คุณภาพสื่อที่ร่วมกิจกรรม และการนำสื่อลงพื้นที่ร่วมกิจกรรม (๕ คะแนน)</p> <p>๕.๒ คุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ ช่องทางการสื่อสาร ความถี่ และจำนวนในการเข้าถึงของสื่อมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)</p>	<p>๑๐ คะแนน</p>
<p>๖. ความพร้อมของทีมงาน</p> <p>ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน สามารถทำให้มั่นใจในภาพรวมของงาน มีจำนวนบุคลากรเพียงพอและมีความเชี่ยวชาญทั้งในด้านภาพลักษณ์ การออกแบบตกแต่ง Mood & Tone งานดีไซน์ และการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ดูแลให้การจัดงานและผู้ร่วมงานมีความปลอดภัยและเรียบร้อย สร้างความมั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ สศท.กำหนด</p>	<p>๕ คะแนน</p>
<p>รวม</p>	<p>๑๐๐ คะแนน</p>

หมายเหตุ : สศท. จะนำคะแนนทั้ง ๒ ตัวแปรหลักมาคำนวณเป็นร้อยละ เพื่อพิจารณาผลต่อไป

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

๔.๑ ระยะเวลาในการนำเสนอ ๓๐ นาที และคณะกรรมการซักถาม ๑๐ นาที

๔.๒ สศท. จะจัดเตรียมเครื่องฉายภาพ (Projector) และจอภาพให้

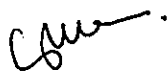
๕. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ สศท. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกกริ่งงำค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค



(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ



(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการ



(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)

กรรมการและเลขานุการ

วิธีการประเมิน และการให้คะแนน ตามข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา

๑. แผนการดำเนินงาน (๑๐ คะแนน)

๑.๑ แผนงานของกิจกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสมบูรณ์ครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง แคมเปญมีการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็นจุดเด่นในการผลิตและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทย และการนำเสนอรายชื่อศิลปินและบุคคลที่มีชื่อเสียง KOL เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สะท้อนถึง Soft Power ของไทย (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
<p>แผนงานในทุกส่วนมีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจสามารถสร้างการมีส่วนร่วม มีความสมบูรณ์ครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถปฏิบัติงานได้จริง สะท้อนแสดงภาพลักษณ์ ศิลปหัตถกรรมไทยกับ Soft Power ได้ชัดเจน</p> <p>แผนของแคมเปญมีการเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็นจุดเด่นที่สะท้อนความเป็น Soft Power ที่ชัดเจนสามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่การผลิตและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทย</p> <p>แผนนำเสนอรายชื่อศิลปินและบุคคลที่มีชื่อเสียง KOL เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน สะท้อนถึง Soft Power ของไทยอย่างเห็นเด่นชัด</p>	๕ คะแนน
<p>แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ สามารถปฏิบัติงานได้จริง แต่อาจมีความบกพร่อง ไม่สมบูรณ์ ไม่โดดเด่น หรือแสดงภาพลักษณ์ ศิลปหัตถกรรมไทยกับ Soft Power ได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร</p> <p>แผนของแคมเปญมีการเชื่อมโยงงานศิลปหัตถกรรมไทยแต่อาจสะท้อนความเป็น Soft Power ได้ไม่ชัดเจนหรือไม่เห็นเด่นชัดในการพัฒนาต่อยอดไปสู่การผลิตและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทย</p> <p>แผนนำเสนอรายชื่อศิลปินและบุคคลที่มีชื่อเสียง KOL ในระดับรองลงมา สะท้อนความเป็น Soft Power ได้ไม่ชัดเจน เชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร</p>	๓ คะแนน
<p>แผนงานจุดบกพร่องหลายจุด ทำให้ไม่สามารถแสดง ภาพลักษณ์ ศิลปหัตถกรรมไทยที่เชื่อมโยงกับ Soft Power ได้</p> <p>แผนของแคมเปญสะท้อนความเป็น Soft Power ได้ไม่ชัดเจน ไม่สามารถนำมาสู่การพัฒนาต่อยอดงานศิลปหัตถกรรมไทยได้</p> <p>แผนนำเสนอรายชื่อศิลปินและบุคคลที่มีชื่อเสียง KOL ในระดับพอใช้ ไม่ได้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ไม่สามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้ ไม่ได้สะท้อนภาพลักษณ์ของ Soft Power ได้</p>	๑ คะแนน

๑๗

๑๗

ศศ

๑.๒ แผนการนำเสนอจังหวัดและพื้นที่การจัดงาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีความพร้อมในการจัดงาน พร้อมการเชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ รวมทั้งแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

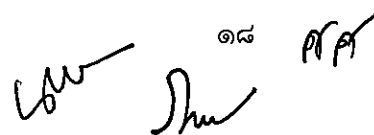
ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
<p>แผนการนำเสนอจังหวัดและพื้นที่การจัดงาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีความพร้อมในการจัดงานในด้านต่าง ๆ เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม สามารถสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในวงกว้าง</p> <p>แผนการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้สื่อหลากหลาย ที่ทำให้เชื่อมั่นว่ากิจกรรมจะถูกสื่อสารออกไปในวงกว้าง</p>	๕ คะแนน
<p>แผนการนำเสนอจังหวัดและพื้นที่การจัดงาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว แต่มีขาดตกบกพร่อง หรือมีข้อจำกัด ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรมเท่าที่ควร</p> <p>แผนการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระดับรองลงมา มีการใช้สื่อบางประเภทที่ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร อาจจะถูกสื่อสารออกไปได้แต่ไม่กว้างขวางเท่าที่ควร หรือแผนงานโดยรวมมีความเป็นไปได้ยากในการดำเนินงาน</p>	๓ คะแนน
<p>แผนการนำเสนอจังหวัดและพื้นที่การจัดงาน ไม่เป็นที่น่าสนใจหรือไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายในพื้นที่ได้</p> <p>แผนการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารที่ไม่ชัดเจน ช่องทางสื่อขาดคุณภาพ ไม่สามารถทำให้เชื่อมั่นว่ากิจกรรมจะถูกสื่อสารออกไปในวงกว้างได้</p>	๑ คะแนน

๒. การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ (๓๐ คะแนน)

๒.๑ กิจกรรมบนเวที พิธีเปิดงาน กิจกรรมในงาน และคอนเสิร์ต (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
<p>รูปแบบดีไซน์ องค์ประกอบ มีความสวยงาม ส่งเสริมภาพลักษณ์ กิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์ มีกิจกรรม มีความแปลกใหม่ ที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ในระดับดีเยี่ยม สามารถสร้างกระแส เป็นประเด็นให้เกิดการพูดหรือแชร์ต่อได้อย่างกว้างขวางมีการบริหารจัดการบนเวทีที่ทำให้มั่นใจได้ว่าภาพรวมสะท้อนความเป็น Soft Power ได้อย่างชัดเจนในระดับดีมาก</p>	๑๐ คะแนน
<p>รูปแบบดีไซน์ องค์ประกอบ มีความสวยงาม ส่งเสริมภาพลักษณ์ ในระดับรองลงมา กิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์ มีกิจกรรมที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดีพอสมควร แต่อาจมีความบกพร่องเล็กน้อย การบริหารจัดการบนเวทีในระดับดีพอสมควร ในภาพรวมสะท้อนความเป็น Soft Power ได้ในระดับดี</p>	๗ คะแนน
<p>รูปแบบดีไซน์ องค์ประกอบ มีความสวยงามในระดับรองลงมา มีบางส่วนยังไม่ลงตัวเท่าที่ควร ส่งเสริมภาพลักษณ์ในระดับดีพอใช้ กิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์</p>	๔ คะแนน



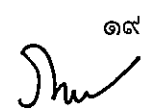
๑๘



ในระดับพอใช้ มีกิมมิกแต่อาจไม่สามารถดึงดูดความสนใจได้เท่าที่ควร การบริหารจัดการบนเวทีไม่ดีเท่าที่ควร มีจุดบกพร่องอยู่บ้าง ภาพรวมสะท้อนความเป็น Soft Power ได้ในระดับพอใช้	
รูปแบบดีไซน์ องค์ประกอบ มีความสวยงามพอใช้แต่อาจยังไม่ลงตัว ส่งเสริมภาพลักษณ์ได้ไม่ชัดเจน กิจกรรมขาดความคิดสร้างสรรค์ ขาดกิมมิกไม่สามารถดึงดูดความสนใจ มีจุดบกพร่องที่เห็นเด่นชัด ขาดการบริหารจัดการที่ดี ภาพรวมไม่อาจสะท้อนความเป็น Soft Power ได้	๑ คะแนน

๒.๒ กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมภายในงาน ขบวนพาเหรด แฟชั่นโชว์ การละเล่น กิจกรรมร่วมสนุก ที่สะท้อนงานศิลปหัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ กิจกรรมสนทนาการ Photo Booth และการบริหารจัดการในพื้นที่ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
กิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจในระดับดีมาก สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้มาก มั่นใจได้ว่ากลุ่มเป้าหมายสนใจเข้าร่วมกิจกรรมในระดับมากที่สุด รูปแบบดีไซน์สวยงาม โดดเด่น มีองค์ประกอบครบถ้วน สามารถเชื่อมโยงและแสดงถึงงานศิลปหัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ได้อย่างชัดเจนและมีความน่าสนใจในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
กิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจในระดับดี สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้พอสมควร กลุ่มเป้าหมายอาจเกิดความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมในระดับดีพอสมควร รูปแบบดีไซน์สวยงาม มีองค์ประกอบ อาจมีข้อบกพร่องเล็กน้อย สามารถเชื่อมโยงและแสดงถึงงานศิลปหัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ได้อย่างชัดเจนและมีความน่าสนใจในระดับดีพอสมควร	๗ คะแนน
กิจกรรมมีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจในระดับพอใช้ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้แต่ไม่มั่นใจว่ามากเท่าที่ควร อาจมีข้อบกพร่องหรือยังขาดแรงดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเข้าร่วมกิจกรรม รูปแบบดีไซน์ องค์ประกอบไม่ครบถ้วน ยังไม่ลงตัว ไม่สามารถเชื่อมโยงและแสดงถึงงานศิลปหัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ได้อย่างชัดเจนเท่าที่ควร ภาพรวมไม่โดดเด่น มีความน่าสนใจในระดับพอใช้	๔ คะแนน
กิจกรรมอาจยังขาดความน่าสนใจ หรือขาดความคิดสร้างสรรค์ จึงทำให้ไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้ ไม่สามารถมั่นใจได้เลยว่ากลุ่มเป้าหมายจะสนใจเข้าร่วมกิจกรรม รูปแบบดีไซน์ มีองค์ประกอบ อาจมีข้อบกพร่องหรือไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่สามารถเชื่อมโยงและแสดงถึงงานศิลปหัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ได้ มีความน่าสนใจในระดับที่ต้องปรับแก้ไข	๑ คะแนน

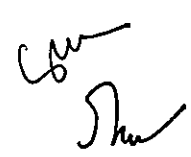
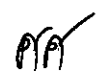
๒.๓ กิจกรรมส่งเสริมการขาย องค์ความรู้วัฒนธรรมการ workshop และกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
กิจกรรม รูปแบบและเนื้อหา มีการออกแบบและนำเสนอสวยงามในระดับดีมาก มีความน่าสนใจ โดดเด่น ในระดับดีมาก มั่นใจได้ว่ากิจกรรมสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กลุ่มเป้าหมายร่วมกิจกรรม ช่วยกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทยได้ระดับดีมาก กิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมไทยและผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยในท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวางในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
กิจกรรม รูปแบบและเนื้อหา มีการออกแบบและนำเสนอสวยงามในระดับดี มีความน่าสนใจในระดับดี และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมในกลุ่มเป้าหมายได้พอสมควร และกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทยได้ระดับดี กิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมไทยและผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยในท้องถิ่นได้ในระดับดี	๗ คะแนน
กิจกรรม รูปแบบและเนื้อหา มีการออกแบบและนำเสนอสวยงามในระดับดี ร่องลงมา มีความน่าสนใจในระดับดีพอสมควร และสร้างการมีส่วนร่วมในกลุ่มเป้าหมายได้บ้าง และกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทยได้ระดับพอสมควร กิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมไทยและผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยในท้องถิ่นได้ในระดับดีพอใช้	๔ คะแนน
กิจกรรม รูปแบบและเนื้อหา มีการออกแบบและนำเสนอมีข้อบกพร่อง ขาดความน่าสนใจ ไม่มั่นใจว่าจะสร้างการมีส่วนร่วมให้กลุ่มเป้าหมายได้ ไม่แน่ใจว่าจะกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทยได้หรือไม่ กิจกรรมส่งเสริมการขายไม่แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการงานศิลปหัตถกรรมไทยและผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยในท้องถิ่น	๑ คะแนน

๓. การจัดแคมเปญ Craft Power (๒๐ คะแนน)

๓.๑ แคมเปญแสดงให้เห็นถึงงานศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็น Soft Power ของประเทศมีความน่าสนใจ สร้างให้เกิดกระแสการพูดถึงและแชร์ต่อ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
แสดงให้เห็นถึงการนำเอางานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็น Soft Power ของประเทศไทย มีความแปลกใหม่ โดดเด่น น่าสนใจในระดับดีเยี่ยม สร้างให้งานศิลปหัตถกรรมไทยกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ให้เห็นเป็นรูปธรรมเด่นชัด สื่อสารไปในวงกว้างได้ในระดับดีมาก มั่นใจได้ว่าจะสามารถสร้างกระแสให้เกิดการพูดถึงและแชร์ต่ออย่างแพร่หลาย	๑๐ คะแนน
แสดงให้เห็นถึงการนำเอางานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็น Soft Power ของประเทศไทย มีความน่าสนใจ สร้างให้งานศิลปหัตถกรรมไทยกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ในระดับดี สื่อสารไปในวงกว้างได้ในระดับดี	๗ คะแนน

๒๐



แสดงให้เห็นถึงการนำเอางานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็น Soft Power ของประเทศไทย มีความน่าสนใจพอสมควร แต่มีข้อบกพร่องไม่สมบูรณ์ หรือไม่อาจสะท้อนให้เห็นว่างานศิลปหัตถกรรมไทยกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เท่าที่ควร สื่อสารไปในวงกว้างได้ระดับพอใช้	๔ คะแนน
ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการนำเอางานศิลปหัตถกรรมไทยมาเป็น Soft Power ของประเทศไทย ขาดความน่าสนใจ ไม่โดดเด่น มีจุดบกพร่องหลายจุดที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ไม่อาจสร้างกระแสในวงกว้างได้	๑ คะแนน

๓.๒ แคมเปญมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย ครูฯ ทายาทฯ และสมาชิก sacit ในการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นจุดเด่น สะท้อนภาพลักษณ์ Soft Power ของไทย พร้อมกับการผลิตและจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยภายในงาน (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
แคมเปญมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย ในการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในงาน ผลิตภัณณ์นั้นสะท้อนให้งานศิลปหัตถกรรมไทยเป็น Soft Power ของไทยได้อย่างชัดเจน โดดเด่นเป็นรูปธรรม เสริมสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีในระดับดีมาก กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
แคมเปญมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย ในการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในงาน ผลิตภัณณ์นั้นสะท้อนให้งานศิลปหัตถกรรมไทยเป็น Soft Power ของไทยได้ในระดับดี กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับดี	๗ คะแนน
แคมเปญมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย ในการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในงาน ผลิตภัณณ์นั้นสะท้อนให้งานศิลปหัตถกรรมไทยเป็น Soft Power ของไทยได้ในระดับพอใช้ กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทยในระดับพอใช้	๔ คะแนน
แคมเปญขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย ในการนำงานศิลปหัตถกรรมไทยมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในงาน ผลิตภัณณ์นั้นไม่สามารถสะท้อนให้งานศิลปหัตถกรรมไทยเป็น Soft Power ของไทย ไม่สามารถกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทยได้	๑ คะแนน

Cam
AA

๒๑
Su



๔. การนำเสนอ ศิลปินบนเวทีคอนเสิร์ต และ KOL ที่ร่วมกิจกรรม (๒๕ คะแนน)

๔.๑ บุคคลที่มีชื่อเสียง KOL เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สะท้อนถึง Soft Power ของไทย (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
บุคคลนั้นมีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีบุคลิกและภาพลักษณ์ที่เหมาะสมสามารถสะท้อนถึง Soft Power ของไทยในระดับดีมาก บุคคลนั้นสามารถเชื่อมโยงงานศิลปวัฒนธรรมไทยในการนำเสนอของตนเองได้อย่างน่าสนใจ เกิดกระแสการพูดถึงในสังคมวงกว้าง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปวัฒนธรรมไทยในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
บุคคลนั้นมีชื่อเสียงในระดับประเทศ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีบุคลิกและภาพลักษณ์ที่เหมาะสมสามารถสะท้อนถึง Soft Power ของไทยในระดับดี บุคคลนั้นสามารถเชื่อมโยงงานศิลปวัฒนธรรมไทยในการนำเสนอของตนเองได้อย่างน่าสนใจ เป็นกระแสในสังคมพอสมควร สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปวัฒนธรรมไทยในระดับดี	๗ คะแนน
บุคคลนั้นมีชื่อเสียงในระดับประเทศ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีบุคลิกและภาพลักษณ์ที่ดี แต่อาจยังไม่สามารถสะท้อนให้เห็นถึง Soft Power ได้ชัดเจนเท่าที่ควร บุคคลนั้นสามารถเชื่อมโยงงานศิลปวัฒนธรรมไทยในการนำเสนอของตนเองได้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปวัฒนธรรมไทยในระดับดีพอควร	๔ คะแนน
บุคคลนั้นมีชื่อเสียงแต่อาจไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย หรือบุคลิกและภาพลักษณ์ไม่เหมาะสมกับงานศิลปวัฒนธรรมไทย ไม่สามารถสะท้อนความเป็น Soft Power ได้	๑ คะแนน

๔.๒ ศิลปินหลักบนเวทีคอนเสิร์ต เป็นคนรุ่นใหม่ เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มคนรุ่นใหม่ สามารถสื่อสารและเชื่อมต่อกับคนรุ่นใหม่ได้ (๑๐ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน
ศิลปินมีชื่อเสียง โดดเด่น เป็นที่รู้จักในระดับดีมาก มีภาพลักษณ์เป็นคนรุ่นใหม่ หรือเป็นที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบและให้การยอมรับในระดับดีมาก มีแฟนคลับและผู้ติดตามเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ศิลปินสามารถดึงดูดสร้างกระแสข่าวได้ในระดับดีมาก การแสดงออกของศิลปินสามารถสื่อสารและเชื่อมต่อกับคนรุ่นใหม่ได้ในระดับดีมาก โดยมีภาพลักษณ์การนำเสนองานศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความน่าสนใจ โดดเด่นอยู่ในระดับดีมาก	๑๐ คะแนน
ศิลปินมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับดีรองลงมา มีภาพลักษณ์เป็นคนรุ่นใหม่ หรือเป็นที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบและให้การยอมรับในระดับดี มีแฟนคลับและผู้ติดตามเป็นคนรุ่นใหม่และกลุ่มคนทั่วไป ศิลปินสามารถดึงดูดสร้างกระแสข่าวได้ในระดับดีรองลงมา การแสดงออกของศิลปินสามารถสื่อสารและเชื่อมต่อกับคนรุ่นใหม่ได้ดีพอสมควร โดยมีภาพลักษณ์การนำเสนองานศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความน่าสนใจในระดับดี	๗ คะแนน



 ๒๒



ศิลปินมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักพอสมควรแต่อาจไม่ได้เชื่อมต่อกับภาพลักษณ์เป็นศิลปินรุ่นใหม่ชัดเจน ไม่ได้มีแฟนคลับหรือผู้ติดตามเป็นศิลปินรุ่นใหม่ ศิลปินไม่ได้สร้างกระแสข่าวได้มากนัก การแสดงออกของศิลปินสามารถสื่อสารและเชื่อมต่อกับศิลปินรุ่นใหม่ได้ไม่ชัดเจน มีภาพลักษณ์การนำเสนองานศิลปะทัศนกรรมไทยในระดับที่ไม่โดดเด่นมากนัก	๔ คะแนน
ศิลปิน มีชื่อเสียงพอใช้ พิจารณาแล้วไม่แน่ใจว่าตรงกับกลุ่มศิลปินรุ่นใหม่หรือไม่ ทำให้ไม่อาจสื่อสารหรือเชื่อมต่อไปยังศิลปินรุ่นใหม่ได้ ศิลปินไม่ได้อยู่ในกระแส ทำให้ไม่สามารถเผยแพร่ในวงกว้างได้	๑ คะแนน

๔.๓ ศิลปินเยาวชน หรือศิลปินรุ่นใหม่ หรือตัวแทนสถาบันการศึกษา (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
ศิลปินเป็นเยาวชน หรือศิลปินรุ่นใหม่ หรือตัวแทนสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ได้รับรางวัลหรือการประกวดหรือแข่งขันในระดับชาติ เป็นที่ยอมรับและได้รับความสนใจจากกลุ่มศิลปินในพื้นที่ สามารถเป็นกระบอกเสียงในการสื่อสารงานศิลปะทัศนกรรมไทย เชื่อมต่อไปยังศิลปินรุ่นใหม่ได้ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
ศิลปินเป็นเยาวชน หรือศิลปินรุ่นใหม่ หรือตัวแทนสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ได้รับรางวัลหรือการประกวดหรือแข่งขันในระดับภูมิภาค เป็นที่รู้จักในพื้นที่อยู่บ้าง สื่อสารงานศิลปะทัศนกรรมไทย เชื่อมต่อไปยังศิลปินรุ่นใหม่ได้ในระดับดีพอสมควร	๓ คะแนน
ศิลปินเป็นเยาวชน หรือศิลปินรุ่นใหม่ หรือตัวแทนสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น แต่ไม่เคยได้รับรางวัลจากการแข่งขันหรือประกวด สื่อสารงานศิลปะทัศนกรรมไทย เชื่อมต่อไปยังศิลปินรุ่นใหม่ได้ในระดับพอใช้	๑ คะแนน

๕. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (๑๐ คะแนน)

๕.๑ การแถลงข่าว คุณภาพของเนื้อหา รูปแบบดีไซน์ คุณภาพสื่อที่ร่วมกิจกรรม และการนำสื่อลงพื้นที่ร่วมกิจกรรม (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
งานแถลงข่าวมีรูปแบบ สถานที่การจัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ในระดับดีมาก อยู่ในตำแหน่งที่ผู้เข้าร่วมงานเดินทางสะดวกมากที่สุด ปฏิบัติงานได้จริง มีการบริหารจัดการ ครบถ้วน คุณภาพของเนื้อหา รูปแบบดีไซน์สวยงาม มีสื่อร่วมกิจกรรมที่มีคุณภาพ สามารถกระตุ้นสังกัดของสื่อร่วมกิจกรรม สำนักข่าวที่เป็นที่รู้จักเป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชน และสามารถยืนยันการเผยแพร่ได้หลากหลายช่องทางในระดับดีมาก มีการรองรับการลงพื้นที่ของสื่อมีความพร้อมในระดับดีมาก	๕ คะแนน
งานแถลงข่าวมีรูปแบบ สถานที่การจัดงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ในระดับดีพอควร อยู่ในตำแหน่งที่ผู้เข้าร่วมงานเดินทางสะดวกพอสมควร ปฏิบัติงานได้จริง มีการบริหารจัดการ ครบพอควร คุณภาพของเนื้อหา รูปแบบดีไซน์อาจมีข้อบกพร่องเล็กน้อย มีสื่อร่วมกิจกรรมเป็นที่รู้จักอยู่บ้าง การันตีสื่อที่มาร่วมงาน	๓ คะแนน

๒๓

ศค

และสื่อที่เผยแพร่ได้บ้างบางส่วน การรองรับการลงพื้นที่ของสื่อมีความพร้อมในระดับดีพอควร	
งานแถลงข่าวมีรูปแบบ สถานที่การจัดงานที่อยู่ในระดับพอใช้ ในด้านคุณภาพเนื้อหา รูปแบบดีไซน์และการบริหารจัดการมีช่องโหว่ไม่ครบถ้วนหรือมีจุดบกพร่อง ไม่สามารถการันตีสื่อที่มาร่วมงานและสื่อที่เผยแพร่ได้ ไม่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมของการรองรับสื่อในการร่วมกิจกรรมหรือลงพื้นที่	๑ คะแนน

๕.๒ คุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ ช่องทางการสื่อสาร ความถี่ และจำนวนในการเข้าถึงของสื่อมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
คุณภาพของสื่อ ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ เพจส่งเสริมอีเว้นท์และการตลาด เพจส่งเสริมการท่องเที่ยว สื่อท้องถิ่น สื่ออื่นๆ และในแพลตฟอร์ม TikTok อยู่ในระดับดีมาก เป็นที่รู้จักเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง มีรายละเอียดของ ช่องทางการสื่อสาร ความถี่ รูปแบบการนำเสนอครบถ้วน มีจำนวนการเข้าถึงอยู่ในระดับดีมาก	๕ คะแนน
คุณภาพของสื่อ ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ เพจส่งเสริมอีเว้นท์และการตลาด เพจส่งเสริมการท่องเที่ยว สื่อท้องถิ่น สื่ออื่นๆ และในแพลตฟอร์ม TikTok อยู่ในระดับดีพอสมควร มีจำนวนการเข้าถึงอยู่ในระดับดีรองลงมา มีรายละเอียดของ ช่องทางการสื่อสาร ความถี่ รูปแบบการนำเสนอแต่อาจยังไม่ครบถ้วนหรือมีข้อบกพร่องเล็กน้อย มีจำนวนการเข้าถึงอยู่ในระดับดี	๓ คะแนน
คุณภาพของสื่อ ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ เพจส่งเสริมอีเว้นท์และการตลาด เพจส่งเสริมการท่องเที่ยว สื่อท้องถิ่น สื่ออื่นๆ และในแพลตฟอร์ม TikTok อยู่ในระดับพอใช้ ไม่มีรายละเอียดของ ช่องทางการสื่อสาร ความถี่ รูปแบบการนำเสนอ ไม่ครบถ้วน มีจำนวนการเข้าถึงที่ไม่ชัดเจนหรือไม่สามารถระบุได้หรือไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	๑ คะแนน

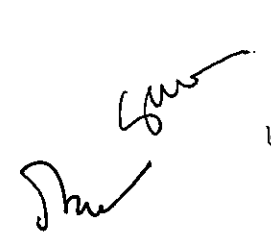

๖. ความพร้อมของทีมงาน (๕ คะแนน)

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม ๕ คะแนน
ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน ผลงานโดดเด่นสามารถทำให้มั่นใจในภาพรวมของงานสามารถปฏิบัติงานได้จริง มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับดีมาก มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอและแสดงถึงความเชี่ยวชาญทั้งในด้านงานอีเว้นท์ คอนเสิร์ต และงานภาพลักษณ์งาน ประชาสัมพันธ์ งานวางแผนสื่อ งานดีไซน์การออกแบบตกแต่ง Mood & Tone อยู่ในระดับดีมาก ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับดีมาก ดูแลให้การจัดงานและผู้ร่วมงานมีความปลอดภัยและเรียบร้อย สร้างความมั่นใจได้ว่าจะสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ สศท.กำหนด	๕ คะแนน
ทีมงานมีประสบการณ์ในการทำงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกัน มีผลงานนำเสนออยู่ในระดับดีพอควร มีบุคลากรที่ปฏิบัติงานได้อยู่ในระดับดี	๓ คะแนน

๒๔

๒๔

<p>พอสมควร แต่ไม่ได้นำเสนอความเชี่ยวชาญ หรือนำเสนอแต่ยังไม่ครบถ้วน ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับพอใช้ แต่ยังมีมั่นใจว่าสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ สศท.กำหนด</p>	
<p>ทีมงานขาดประสบการณ์ หรือมีประสบการณ์ในงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานจ้างครั้งนี้ มีผลงานนำเสนอ มีบุคลากรที่ปฏิบัติงานได้ แต่ไม่ได้นำเสนอถึงความเชี่ยวชาญที่จะทำให้มั่นใจได้ว่าจะสามารถรองรับการจ้างงานครั้งนี้ ภาพรวมการบริหารจัดการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับที่ไม่ครบถ้วนหรืออาจมีข้อบกพร่อง หรือยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าจะดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์งานจ้างที่ สศท.กำหนด</p>	<p>๑ คะแนน</p>



 ๒๕