ข้อกำหนดงานจ้างดำเนินงาน
กิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปาชีพ ผ่านสื่อดิจิทัล

1. หลักการและเหตุผล

การเปลี่ยนแปลงจาก ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) เป็น สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) ตาม พรฎ.จัดตั้ง สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) พ.ศ.2564 นั้นมีภารกิจและวัตถุประสงค์สำคัญที่เพิ่มขึ้นประการหนึ่ง นั่นคือการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกมิติอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้าง ถ่ายทอดองค์ความรู้ และบริหารจัดการวัฒนธรรมที่ส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย (Cultural Management) เพื่อสร้างให้เห็นในคุณค่าภูมิปัญญาไทย ก่อเกิดวัฒนธรรมแห่งความภาคภูมิใจ เกิดความนิยมใช้ ยอมรับสนับสนุนในงานศิลปหัตถกรรมไทยในกลุ่มคนรุ่นใหม่และสังคมไทยในวงกว้าง

กลไกสำคัญในการสื่อสารสำคัญของโลกยุคปัจจุบัน คือเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันให้ประเทศไทยไปสู่สังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล ทุกภาคส่วนรวมทั้งเครื่องมือการสื่อสารได้ถูกปรับเปลี่ยนตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกนี้ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยิ่งช่วยกระตุ้นและส่งผลให้พฤติกรรมของผู้คนในยุค New Normal เกิดการบริโภคสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น ดังนั้น สศท. ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านไปสู่การดำเนินงานในอำนาจหน้าที่และภารกิจใหม่ จึงจำเป็นต้องการสร้างการรับรู้และจดจำหน่วยงาน ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลการสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ด้วยความรวดเร็ว ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าและผู้รับสารของ สศท. ไปสู่กลุ่มใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมการบริโภคงานศิลปหัตถกรรมไทย มีทัศนคติที่ดีและเกิดภาพจำของงานศิลปหัตถกรรมไทยที่ทันสมัยและสอดคล้องในการใช้งานในชีวิตประจำวัน เป็นแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่และคนไทยเกิดการสืบสานต่อยอดงานศิลปหัตถกรรมไทยให้คงอยู่คู่สังคมไทยตลอดไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 สร้างการรับรู้และจดจำในบทบาทการดำเนินงานของ สศท. ในการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนางานศิลปหัตถกรรมไทย

2.2 ตอกย้ำคุณค่าภูมิปัญญางานศิลปหัตถกรรมไทยแก่สาธารณชน เพื่อให้เกิดการสืบสานอนุรักษ์งานศิลปหัตถกรรมไทยให้คงอยู่สืบไป

2.3 ส่งเสริมวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมไทย กระตุ้นกระแสความนิยมให้คนไทยหันมาบริโภคงานศิลปหัตถกรรมไทยเพิ่มขึ้น

2.4 สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย สร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย

3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ยื่นเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นเสนอราคาครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

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

4. ขอบเขตของงานจ้าง

4.1 การวิเคราะห์ ทิศทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และแผนการดำเนินงาน

4.1.1 นำเสนอภาพรวมการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และวิเคราะห์ข้อมูลและแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน

4.1.2 สรุปผลการรับรู้ จากการที่หน่วยงานใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลในช่วงที่ผ่านมา เพื่อสะท้อนพฤติกรรมการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อหน่วยงาน เพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสม

4.1.3 กำหนดแนวทาง ช่องทางในการสื่อสาร งานศิลปหัตถกรรมไทยและบทบาทการดำเนินงานของ สศท. ผ่านสื่อดิจิทัลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน

4.1.4 นำเสนอแผนการดำเนินงานในรูปแบบ Timeline

4.2 การดำเนินงานผ่านโซเชียลมีเดีย ทั้งช่องทางเดิมของ สศท. และช่องทางใหม่

4.2.1 ดำเนินการบริหารจัดการช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ของ สศท. ที่มีอยู่ จำนวน 5 ช่องทาง อาทิ Facebook , Twitter , Line , Instagram และ YouTube เพื่อสื่อสารให้สอดคล้องในแต่ละช่องทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดให้ต้องมีจำนวนผู้ติดตามของ Facebook , Instagram และ YouTube ของ สศท. เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10 %

4.2.2 จัดทำ Digital Content เกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมและนำมาเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียของ สศท. ได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) จัดหานักเขียน Digital Content ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ราย เพื่อจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมไทย

(2) สืบค้นและจัดทำข้อมูลของงานศิลปหัตถกรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ชิ้นงาน ได้แก่

- ข้อมูลข่าวสารหรือทิศทางในแวดวงงานศิลปหัตถกรรมทั้งในและต่างประเทศ จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นงาน
- องค์ความรู้ หรืออื่นๆ ที่มีความน่าสนใจและเกี่ยวข้อง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่องานศิลปหัตถกรรมไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นงาน

4.2.3 ออกแบบจัดทำอาร์ตเวิร์คสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือกิจกรรมต่างๆ ของ สศท. และเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของ สศท. จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า 40 ชิ้นงาน

4.2.4 นำเสนอรูปแบบและดำเนินการจัดทำเนื้อหา พร้อมบริหารจัดการช่องทางสื่อดิจิทัลในแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เช่น Tiktok , Clubhouse , Linkedin หรืออื่น ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ช่องทาง โดยมีจำนวนกิจกรรมหรือเนื้อหาที่ได้รับการเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน

4.2.5 โฆษณาเนื้อหาการดำเนินงานส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมไทย หรือกิจกรรมของ สศท. ดังนี้

(1) Boost Post ผ่านช่องทาง Facebook ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า 30 ครั้ง

(2) Boost Post ผ่านช่องทาง Instagram ของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง

(3) นำเสนอช่องทางอื่น ๆ ที่เหมาะสม

4.3 ดำเนินการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่นๆ โดยต้องมีจำนวนการเข้าถึงรวมกันไม่น้อยกว่า 10,000,000 การเข้าถึง

4.3.1 เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอของ สศท. ความยาว 30 วินาที ขององค์กรผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีเรตติ้งผู้ชมในอันดับ 1 – 5 จำนวนไม่น้อยกว่า 40 ครั้ง ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด อาทิเช่น การขออนุญาตเผยแพร่ หรือการปรับขนาดให้มีความเหมาะสมของแต่ละช่องทาง และอื่นๆ เป็นต้น

4.3.2 เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอของ สศท. ผ่านช่องทาง YouTube ในรูปแบบโฆษณา (แบบกดข้ามไม่ได้) จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง

4.3.3 เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอของ สศท. ผ่านแอพลิเคชั่นด้านความบันเทิงที่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ อาทิ TikTok หรือ Line TV หรือ We TV หรือ Viu หรืออื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ช่องทาง

4.3.4 เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอของ สศท. ผ่านผ่านแอพลิเคชั่นที่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ อาทิ Line หรือ Instagram หรืออื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง

4.3.5 เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอของ สศท. ผ่านแอพลิเคชั่นประเภทมิวสิคสตรีมมิ่ง อาทิ Joox หรือ Spotify หรือ อื่นๆ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง

4.3.6 ดำเนินการโฆษณา Facebook ของ สศท. ผ่านการ Search ใน Google SEM (Search Engine Marketing) ให้สามารถอยู่ในลำดับ 1-5 ของ Google

ทั้งนี้ ในการดำเนินงานตามข้อ 4.3.1 – 4.3.6 ให้ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและรูปแบบการเผยแพร่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา โดยสอดคล้องกับช่องทางของสื่อแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 การดำเนินงานวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงาน

4.4.1 ดำเนินรวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผลการดำเนินงานโครงการ (Data Analytics) โดยมีรายละเอียดครอบคลุมช่องทางการสื่อสาร ในข้อ 4.2 และ 4.3 พร้อมข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาพัฒนาการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อไป

4.4.2 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามสำรวจระดับการรับรู้คุณค่างานศิลปหัตถกรรมไทย และความพึงพอใจต่อการรับสารของกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อดิจิทัลหรือผ่านการจัดกิจกรรมของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ราย พร้อมสรุปวิเคราะห์ในรูปแบบรายงาน

4.4.3 จัดเตรียมเจ้าหน้าที่เข้ามาบริหารจัดการในช่องทางสื่อดิจิทัลของ สศท. จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ราย และกรณีเกิด (Crisis Management) ต้องหาแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ และรับมือในกรณีเกิดผลกระทบเชิงลบ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

5.1 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานตามข้อ 4 ทั้งหมด ให้ สศท. เห็นชอบก่อนการดำเนินงาน (สศท. ขอสงวนสิทธิ์ในการปรับรายละเอียดที่ผู้รับจ้างเสนอได้ตามความเหมาะสม)

5.2 เมื่อ สศท. เห็นชอบแผนการดำเนินงานแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องลงมือดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นไปตามรายละเอียดต่างๆ ตามข้อกำหนด

5.3 ในการดำเนินงานตามรายละเอียดข้อ 4 ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อให้ได้รูปแบบรายละเอียดที่ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในข้อกำหนดนี้ และเพื่อให้สามารถส่งมอบงานให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจรับงานได้ รวมทั้งอาจมีการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบโครงการเป็นครั้งคราว เพื่อติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานพิจารณาแก้ไขปัญหา อุปสรรคฯลฯ โดยการจัดประชุมดังกล่าวให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้กำหนด พร้อมกันนี้ในการประชุมทุกครั้ง ให้ผู้รับจ้างเป็นผู้จัดทำรายงานการประชุม และจะต้องส่งรายงานการประชุมให้ผู้รับผิดชอบโครงการ

6. ระยะเวลาดำเนินงาน

นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565

7. งบประมาณ

วงเงิน 8,000,000 บาท (แปดล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

8. การส่งมอบงาน

8.1 งวดที่ 1 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบแผนการดำเนินงานตามข้อ 4 ทั้งหมด ในรูปแบบเอกสาร และรูปแบบ Soft File ที่สามารถแก้ไขได้ จำนวน 2 ชุด ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ณ ที่ทำการของ สศท.

8.2 งวดที่ 2 (งวดสุดท้าย) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามข้อ 4.2 - 4.4 ให้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานภายในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565 ณ ที่ทำการของ สศท. ดังนี้

- รายงานผลการดำเนินงานตามข้อ 4.2 - 4.4 ในรูปแบบรายงาน จำนวน 2 ชุด
- บันทึกเป็นไฟล์รายงานการดำเนินงานที่สามารถแก้ไขได้ลงใน External Hard disk จำนวน 2 ชุด

9. การเบิกจ่ายเงินค่าจ้าง

9.1 งวดที่ 1 เบิกจ่ายร้อยละ 30 ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 1 ตามข้อ 8.1 และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ สศท. แล้ว

9.2 งวดที่ 2 (งวดสุดท้าย) เบิกจ่ายร้อยละ 70 ของราคาจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดที่ 2 ตามข้อ 8.2 และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้โดยถูกต้อง พร้อมทั้งผู้รับจ้างได้วางใบแจ้งหนี้กับ สศท. แล้ว

10. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องรับประกันในความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานตามสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นระหว่างกัน และภายในกำหนด 6 เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานงวดสุดท้ายให้แก่ผู้ว่าจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับโดยครบถ้วนถูกต้องทั้งหมดแล้วเป็นต้นไป โดยภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นได้เกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา หรือ ด้วยเหตุใดๆ ก็ตาม อันเป็นความรับผิดชอบของฝ่ายผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการซ่อมแซมแก้ไขให้อยู่ในสภาพที่ดีดังเดิมให้แก่ผู้ว่าจ้างให้เรียบร้อยถูกต้องตามมาตรฐานโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องเสียหายนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว ภายในกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือที่ผู้ว่าจ้างแจ้งให้ผู้รับจ้างแก้ไข ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำแทนได้ โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดแต่เพียงฝ่ายเดียว

11. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานจ้างให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ 0.1 ของราคาจ้างทั้งหมด แต่ต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบงานในงวดสุดท้าย หรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้ จนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานดังกล่าวข้างต้นได้ครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ หากผู้รับจ้างทำงานจ้างล่าช้าหรือส่งมอบไม่ถูกต้องตามสัญญาและผลจากการส่งมอบงานล่าช้าหรือไม่ถูกต้องตามสัญญานั้นจะไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้ว่าจ้าง หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างงานตามสัญญานี้แล้ว ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการเรียกร้องค่าเสียหายดังกล่าว และ/หรือ ใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและงดเบิกจ่ายเงินตามส่วนงานที่ผู้ว่าจ้างใช้สิทธิปฏิเสธการรับมอบงานนั้นทั้งจำนวนได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังมิได้บอกเลิกสัญญานั้นหากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในสัญญาก็ได้

และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานจ้างขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

12. คำรับรอง

ผู้รับจ้างขอรับรองว่า เพื่อให้การปฏิบัติงานจ้างตามสัญญานี้ได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง การใด ๆ ที่ผู้รับจ้างได้กระทำไป อันเกี่ยวหรือเนื่องกับงานจ้างตามสัญญานี้ เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น หรือนำมาแสดงให้ปรากฏอยู่ในงานจ้างไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เป็นงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการด้วยตนเอง และโดยชอบกฎหมาย มิได้กระทำการอย่างใดอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นทั้งสิ้น โดยรายละเอียดกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปาชีพ ผ่านสื่อดิจิทัล ตามสัญญานี้ทั้งหมด ผู้รับจ้างตกลงยินยอมให้ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้รับจ้างทำให้แก่ผู้ว่าจ้างตามสัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับจ้างจะนำผลกิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปาชีพ ผ่านสื่อดิจิทัล และงานอื่นๆ ตามสัญญานี้ไปใช้หรือกระทำการเพื่อกิจการอื่นให้แก่บุคคลอื่น อันนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ผู้รับจ้างจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ว่าจ้างก่อนแล้วเท่านั้น

ในกรณีที่บุคคลภายนอกผู้หนึ่งผู้ใดได้กล่าวอ้าง หรือ ใช้สิทธิเรียกร้องกับผู้ว่าจ้างในฐานะเป็นเจ้าของผลงานตามสัญญานี้ ว่าได้มีการกระทำอันเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาของผู้นั้นโดยมิได้รับอนุญาต ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวแทนผู้ว่าจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการอย่างใด ๆ เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวนั้นระงับสิ้นไปโดยเร็วที่สุด เมื่อผู้ว่าจ้างจะได้แจ้งการถูกกล่าวอ้างให้ผู้รับจ้างได้ทราบ โดยผู้ว่าจ้างจะไม่ต้องรับผิดชอบอย่างใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากผู้รับจ้างไม่สามารถระงับเหตุดังกล่าวได้ อันเป็นผลให้ผู้ว่าจ้างต้องรับผิดชดใช้ค่าเสียหายให้แก่บุคคลภายนอกผู้กล่าวอ้างหรือผู้ใช้สิทธิเรียกร้อง ผู้นั้น ผู้รับจ้างตกลงยินยอมเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าทนายความ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียม แทนผู้ว่าจ้างทั้งจำนวน แต่หากผู้ว่าจ้างได้ชำระแทนผู้รับจ้างไปก่อน ผู้รับจ้างตกลงยินยอมที่จะชำระคืนให้แก่ผู้ว่าจ้างให้ครบถ้วนทั้งจำนวน ภายในกำหนด 15 วัน นับแต่วันที่ผู้ว่าจ้างได้แจ้งให้ผู้รับจ้างได้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นต้นไป

13. หลักเกณฑ์การพิจารณา ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

14. เจ้าหน้าที่และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

14.1 นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่ ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

14.2 นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

14.3 นางสาวภทรพร งามสมคุณ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้กำหนดรายละเอียด

.....

(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)

ประธานกรรมการ

.....

(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)

กรรมการ

.....

(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)

กรรมการและเลขานุการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
กิจกรรมเผยแพร่คุณค่าแห่งศิลปาชีพ ผ่านสื่อดิจิทัล

๑. สศท. จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้เสนอราคา หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สศท. จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

๒. ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนองานจ้างครั้งนี้ สศท. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (ข้อเสนอด้านเทคนิค)

๓. ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สศท. จะใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นตาม พรบ.การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๕ (๑) โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

๓.๑ ราคาที่เสนอ (Price) เป็นตัวแปรหลักบังคับ ร้อยละ ๔๐

๓.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ร้อยละ ๖๐

โดย สศท. จะพิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อ สศท. สูงสุด โดยพิจารณาจากคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

ข้อกำหนด/หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม
๑. การนำเสนอแนวคิดและแผนการดำเนินงาน ๑.๑ แผนงานมีความครบถ้วนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (๕ คะแนน) ๑.๒ แนวคิดและกลยุทธ์ในการสื่อสารมีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถปฏิบัติได้จริง (๕ คะแนน) ๑.๓ แนวคิดในการบริหารจัดการช่องทางโซเชี่ยลมีเดียของ สศท. (๕ คะแนน)	๑๕ คะแนน
๒. การจัดทำประเด็นเนื้อหาในการสื่อสาร บุคลากรมีความสามารถในการจัดทำเนื้อหา ๒.๑ บุคลากรสามารถสื่อสารได้ ๒ ภาษา สามารถแปลภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ และจากภาษาอังกฤษ เป็นภาษาไทย ได้อย่างเชี่ยวชาญและรวดเร็ว (๕ คะแนน) ๒.๒ บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ด้านงานเขียนโดยเฉพาะ สามารถเขียนข้อมูล Digital Content ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน) ๒.๓ แนวคิดและการจัดทำเนื้อหาผ่านโซเชียลมีเดียที่มีอยู่ของ สศท. (๕ คะแนน) ๒.๔ แนวคิดและการจัดทำเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลในแพลตฟอร์มใหม่ ๆ (๕ คะแนน)	๒๐ คะแนน
๓. คุณภาพในการคัดเลือกช่องทางการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ดิจิทัล ๓.๑ ความนิยมของช่อง และเรทติ้งของรายการ (๑๐ คะแนน) ๓.๒ ช่องทางเหมาะสมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (๕ คะแนน) ๓.๓ วางแผนด้านความถี่อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (๕ คะแนน)	๒๐ คะแนน
๔. คุณภาพในการคัดเลือกช่องทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยม ๔.๑ ภาพรวมการนำเสนอช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยม (๕ คะแนน) ๔.๒ ประสิทธิภาพของช่องทางเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบโฆษณา ผ่านช่องทาง YouTube (๕ คะแนน)	๒๕ คะแนน

๔.๓ ประสิทธิภาพของช่องทางเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านแอพลิเคชั่นด้านความบันเทิง อาทิ TikTok หรือ Line TV หรือ We TV หรือ Viu หรืออื่นๆ (๕ คะแนน) ๔.๔ ประสิทธิภาพของช่องทางเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านแอพลิเคชั่นที่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ อาทิ Line หรือ Instagram หรืออื่นๆ (๕ คะแนน) ๔.๕ ประสิทธิภาพของช่องทางเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านแอพลิเคชั่นประเภทมิวสิคสตรีมมิ่ง อาทิ Joox หรือ Spotify หรือ อื่นๆ (๕ คะแนน)	
๕. การดำเนินงานอื่นๆ ๕.๑ ภาพรวมการนำเสนอการสร้างสรรค์เนื้อหา (Digital Content) การดำเนินงานเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามผ่านช่องทาง Facebook , Instagram และ YouTube อย่างน้อย ๑๐% (๑๐ คะแนน) ๕.๒ ภาพรวมการออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์คงานสื่อประชาสัมพันธ์ (๕ คะแนน) ๕.๓ ความพร้อมของทีมงาน ประสบการณ์การทำงาน มีความสามารถในงานด้านดิจิทัลคอนเท้นต์ งานสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย หรืองานที่เกี่ยวข้อง (๕ คะแนน)	๒๐ คะแนน
รวม	**๑๐๐ คะแนน**

หมายเหตุ : สศท. จะนำคะแนนทั้ง ๒ ตัวแปรหลักมาคำนวณเป็นร้อยละ เพื่อพิจารณาผลต่อไป

๔. ผู้เสนอราคาจะต้องนำเสนอข้อเสนอทางเทคนิคต่อ สศท. ตามที่ สศท. กำหนด
   ๔.๑ ให้เวลาในการนำเสนอ ๓๐ นาที และคณะกรรมการซักถาม ๑๐ นาที
   ๔.๒ สศท. จะจัดเตรียมเครื่องฉายภาพ (Projector) และจอภาพให้

๕. ในกรณีที่ไม่สามารถคัดเลือกผู้ดำเนินการที่มีคุณสมบัติและราคาที่เหมาะสมได้ สศท. ขอสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการประกวดราคา ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นไม่ได้

ผู้กำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค

.....
(นางสาวศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่)
ประธานกรรมการ

.....
(นางสาวภทรพร งามสมคุณ)
กรรมการ

.....
(นายนิพัทธ์ เทศทรงธรรม)
กรรมการและเลขานุการ