

รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้าง (Terms of Reference: TOR)
โครงการพัฒนาศักยภาพนักร้องแบบรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

๑. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยดำเนินนโยบายเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งมุ่งเน้นการยกระดับรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน รวมทั้งปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจการค้าของประเทศที่มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งจากภายในประเทศ มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนเพื่อเป็นพลังสำคัญในการเร่งรัด การกระตุ้นระบบเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนภายในแนวทางการขับเคลื่อนโดยภาครัฐ ที่มีการบูรณาการงานของภาครัฐ เอกชน และชุมชนมีส่วนร่วมคิดร่วมทำในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการผลักดันสินค้าและบริการของชุมชน

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ได้นำศิลปะร่วมสมัยขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงวัฒนธรรม โดยใช้งานด้านเรขศิลป์หรือกราฟิกดีไซน์ไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และชุมชน สร้างรายได้ให้กับชุมชน และกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ข้อ ๓ การนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยได้ดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพนักร้องแบบรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้นักร้องแบบรุ่นใหม่ ได้ลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง โดยการบูรณาการระหว่างการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านเรขศิลป์ การสร้างสรรค์ผลงานจริงของนักร้องแบบรุ่นใหม่ในพื้นที่ชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการของชุมชน รวมทั้งพัฒนาทักษะของคนในชุมชนให้เข้าใจถึงความสำคัญของการออกแบบเบื้องต้น การค้นหาตัวตนของท้องถิ่น และสามารถผลิตได้เอง พร้อมการบันทึกเทปโทรทัศน์และผลิตเป็นรายการชนช่วงกราฟิก เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่เยาวชน นิสิต นักศึกษา และประชาชนในวงกว้างยิ่งขึ้น ผ่านรูปแบบรายการโทรทัศน์ ประเภทรายการการแข่งขันทักษะทางศิลปะร่วมสมัย สาขา “เรขศิลป์” รายการ “ชนช่วงกราฟิก” ซึ่งออกอากาศต่อเนื่องเป็นปีที่ ๗ รายการ “ชนช่วงกราฟิก” ซึ่งทำให้เกิดการบูรณาการการทำงานระหว่างนักร้องแบบและชุมชน เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันและกัน จึงทำให้รายการได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทั้งจากนิสิต นักศึกษา ในสาขาเรขศิลป์ หรือกราฟิกดีไซน์ ที่ร่วมส่งผลงานเข้าคัดเลือกในรอบแรกจำนวนมากขึ้น และผลการติดตามรับชมรายการ ซึ่งมียอดผู้ชมรายการโดยเฉลี่ยสูงถึง ๗๘๐,๐๐๐ คน (ผลการสำรวจของ บริษัท AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH)

จากความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ในด้านพัฒนาการของนักร้องแบบรุ่นใหม่ จากการติดตามผลงานของเหล่านักร้องแบบรุ่นใหม่ของรายการชนช่วงกราฟิก พบว่าต่างเติบโตและมีผลงานการออกแบบที่โดดเด่นในเวทีต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นเสมือนโจทย์ในการพัฒนาการออกแบบของนักร้องแบบรุ่นใหม่ หลังจากนักร้องแบบรุ่นใหม่ได้พัฒนาการออกแบบสมบูรณ์และส่งมอบผลงานการออกแบบให้กับชุมชนหลังเสร็จสิ้นโครงการฯ หลายชุมชนได้นำการออกแบบไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการของชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการติดตามรายได้ที่เกิดขึ้นกับชุมชนในจังหวัดหนองคาย ที่ดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๕ พบว่าสามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นกว่า ๑๐% รวมทั้งเกิดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม จากนโยบายขับเคลื่อนสินค้าและบริการที่เกิดจากทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ หรือนโยบาย soft power ในปีงบประมาณ ๒๕๖๖ การดำเนินโครงการจะมุ่งเน้นไปที่ชุมชนที่มีทรัพยากร

ธรรมชาติ...

ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ยังคงอัตลักษณ์ทางภาพ (Visual Identity) ที่เด่นชัด น่าสนใจ และน่าจดจำ จึงกำหนดพื้นที่เป้าหมายของการพัฒนาศักยภาพ นักออกแบบรุ่นใหม่ ให้นักออกแบบรุ่นใหม่ได้ลงพื้นที่ชุมชนและนำความรู้ด้านกราฟิกดีไซน์ไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของชุมชน บูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างนักออกแบบรุ่นใหม่และชุมชน พร้อมพัฒนาทักษะของคนในชุมชนให้เข้าใจการออกแบบพื้นฐานผสมผสานกับมิติทางศิลปวัฒนธรรมของตนเอง ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการของชุมชน เกิดการจำหน่ายได้จริงหรือสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมขึ้นในชุมชนไปพร้อมกัน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อพัฒนาการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design) แก่นักออกแบบรุ่นใหม่ ให้เกิดการพัฒนาทักษะ ประสบการณ์ด้านการออกแบบอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

๒.๒ เพื่อเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ แบบอย่าง และแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานออกแบบเรขศิลป์ของศิลปินรุ่นใหม่ แก่ผู้ที่สนใจผ่านสื่อออนไลน์

๒.๓ เพื่อพัฒนาการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design) ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดการต่อยอดการสร้างสรรค์งานด้านเรขศิลป์ ให้เป็นที่ยอมรับและรู้้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

๒.๔ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของชุมชนโดยใช้งานเรขศิลป์พัฒนาบรรจุภัณฑ์ และหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน

๒.๕ นำความรู้ด้านเรขศิลป์ (Graphic Design) มาใช้ในการเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านกายภาพในชุมชน และด้านการจัดการ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชน

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ เยาวชน นิสิต นักศึกษา ที่มีพื้นฐานในงานเรขศิลป์

๓.๒ ผู้ประกอบอาชีพทางด้านงานเรขศิลป์

๓.๓ ชุมชนที่สนใจการนำกราฟิกดีไซน์ไปใช้ในการพัฒนาชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชน

๓.๔ ผู้ประกอบการ

๔. ระยะเวลาแล้วเสร็จ

๓๑ มีนาคม ๒๕๖๖

๕. ขอบเขตงาน

๕.๑ คัดเลือกชุมชนในจังหวัดเชียงรายที่มีทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ยังคงอัตลักษณ์ทางภาพ (Visual Identity) ที่เด่นชัด น่าสนใจ และน่าจดจำ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน อันจะเป็นการสร้างรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน จำนวน ๕ ชุมชน

๕.๒ คัดเลือกเยาวชน นิสิต นักศึกษา ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา เพื่อเข้าร่วมโครงการ จำนวน ๕ ทีม ๆ ละ ๒ คน

๕.๓ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ศิลปะร่วมสมัย เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้เยาวชนที่มีความสนใจและมีพื้นฐานในงานออกแบบเรขศิลป์ (กราฟิกดีไซน์) และการตลาด ได้มีโอกาสเรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริง จำนวนอย่างน้อย ๕ ครั้ง

๕.๔ จัดการพัฒนาชุมชนทั้ง ๕ ชุมชน โดยผู้เข้าร่วมโครงการทั้ง ๕ ทีมในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สินค้าและบริการของชุมชน และพัฒนาทักษะของคนในชุมชนให้สามารถผลิตได้เอง

๕.๕ ผลิตรายการ...

๕.๕ ผลิตรายการการแข่งขันทักษะด้านศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ เพื่อถ่ายทอดการเรียนรู้ และสร้างสรรค์งานศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ที่ถูกนำไปใช้ได้จริง เพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ อาทิ facebook youtube จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่าตอนละ ๒๐ นาที

๕.๖ นำรายการที่ผลิต ตามข้อ ๕.๕ เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ อย่างน้อย ๗ ครั้ง

๕.๗ การประชาสัมพันธ์

๕.๘ การประเมินความพึงพอใจชุมชน เยาวชน และวิทยากร และเรตติ้งของรายการ

๕.๙ การประเมินรายได้ของชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

๕.๑๐ จัดทำทำเนียบของผู้เข้าร่วมรายการและผู้เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของชุมชน เยาวชน และ

วิทยากร

๖. รายละเอียดการดำเนินงาน

๖.๑ ดำเนินการคัดเลือกชุมชน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการคัดเลือกชุมชนในจังหวัดเชียงรายที่มีทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ยังมีขาดอัตลักษณ์ทางภาพ (Visual Identity) ที่เด่นชัด น่าสนใจ และน่าจดจำ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน อันจะเป็นการสร้างรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน จำนวน ๕ ชุมชน ดังนี้

๖.๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรวบรวมข้อมูลของชุมชนที่ประสงค์เข้าร่วมโครงการฯ โดยข้อมูลอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

(๑) ข้อมูลรายละเอียดของชุมชน (พร้อมภาพประกอบ) เช่น สถานที่ตั้ง จำนวนประชากร เป็นต้น

(๒) ข้อมูลเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาที่โดดเด่นของชุมชน (พร้อมภาพประกอบ)

(๓) ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนอย่างน้อย ๓ ผลิตภัณฑ์ (พร้อมภาพประกอบ)

(๔) สิ่งที่ชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาเมื่อเข้าร่วมโครงการ

๖.๑.๒ ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการพิจารณาคัดเลือกชุมชน โดยสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย จะต้องมีส่วนร่วมในการคัดเลือกชุมชนด้วย โดยจะต้องจัดเตรียมเอกสารการคัดเลือก จัดทำคณะกรรมการในการพิจารณาคัดเลือกชุมชนเป้าหมายเข้าร่วมโครงการ โดยนำเสนอรายชื่อเพื่อให้สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเห็นชอบก่อนการดำเนินงาน ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่าย อาทิ ค่าตอบแทน ค่าที่พัก ค่าเดินทาง หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อันเกิดระหว่างการคัดเลือก

๖.๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องสรุปผลการคัดเลือกชุมชนนำเสนอสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง

๖.๒ การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นนิสิต นักศึกษา ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา จำนวน ๕ ทีม ๆ ละ ๒ คน รายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

๖.๒.๑ กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกเยาวชน นิสิต นักศึกษา เพื่อเข้าร่วมโครงการ โดยให้สมัครเข้ามาเป็นทีม ๆ ละ ๒ คน นำเสนอต่อสำนักงานฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติ

๖.๒.๒ จัดเตรียมเอกสารการรับสมัคร

๖.๒.๓ จัดทำคณะกรรมการในการพิจารณาคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ โดยต้องนำเสนอรายชื่อเพื่อให้สำนักงานฯ เห็นชอบก่อนการดำเนินงาน

๖.๒.๔ ดำเนิน...

๖.๒.๔ ดำเนินการรับสมัครและคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ โดยต้องดำเนินการให้มีเยาวชนเข้าร่วมการสมัครจากทุกภาค จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ทีม ทั้งนี้ กระบวนการคัดเลือกผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ อย่างน้อย ๑ ครั้ง

๖.๒.๕ จัดหาผู้ดำเนินรายการในระหว่างการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ

๖.๒.๖ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ อาทิ ค่าจัดเตรียมสถานที่ ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม ค่าตอบแทนคณะกรรมการ

๖.๒.๗ บันทึกเทปการดำเนินการคัดเลือก ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ในระบบ Digital Video HD เพื่อนำไปผลิตเป็นรายการการแข่งขันด้านศิลปะร่วมสมัยต่อไป

๖.๒.๘ สรุปผลการคัดเลือกนำเสนอต่อสำนักงานฯ

๖.๓ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ศิลปะร่วมสมัย

๖.๓.๑ การจัดหาวิทยากรและผู้ช่วยวิทยากรในการอบรม รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

(๑) ดำเนินการประสานผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์และที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยต้องขอความเห็นชอบจากสำนักงานฯ ก่อนดำเนินการ

(๒) ดำเนินการประสานงานและจัดหาผู้ช่วยวิทยากรตามความเหมาะสม

(๓) รับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าตอบแทนของวิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นใดที่เกิดขึ้นในการดำเนินการและการประสานงานวิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร

๖.๓.๒ จัดทำหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการและแผนการดำเนินงานการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ศิลปะร่วมสมัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(๑) ผู้รับจ้างทำหน้าที่ในการจัดทำหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการและแผนการดำเนินงานการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ และที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง

(๒) หลักสูตร ต้องมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยต้องนำผู้เข้าร่วมโครงการลงพื้นที่ชุมชน เพื่อการศึกษาข้อมูลชุมชน เรียนรู้ถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และถ่ายทอดทักษะการพัฒนาสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อให้เกิดผลในการพัฒนาบรรทัดฐานและหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้รับคัดเลือกทั้ง ๕ ชุมชน ตามความเหมาะสม ไม่น้อยกว่า ชุมชนละ ๓ ผลงาน โดยมีเนื้อหาการอบรม อาทิ

- การสร้างเสน่ห์จากอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ด้วยงานออกแบบเรขศิลป์ (กราฟิกดีไซน์)

- การผลิตแบบ Low Cost เน้น Hand Made แต่มีคุณค่าสูง และการเสริมภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีเรื่องความภาคภูมิใจในท้องถิ่นตน ต่อคนในชุมชนและนำเสนอสู่สังคมภายนอก

- การจัดทำแผนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน หรือการประชาสัมพันธ์แก่ชุมชน

(๓) จัดทำเอกสารประกอบการอบรมฯ ไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด สำหรับผู้เข้ารับการอบรม วิทยากร ผู้ช่วยวิทยากร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และสื่อมวลชน

(๔) จัดเตรียมสถานที่สำหรับการอบรมเชิงปฏิบัติการ

(๕) จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการอบรมฯ อาทิ คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท เครื่องฉายโปรเจกเตอร์ และอุปกรณ์การเรียนการสอนรวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการอบรมเชิงปฏิบัติการฯ ตามที่วิทยากรร้องขอ

(๖) จัดเตรียม อาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม สำหรับวิทยากร และผู้เข้ารับการอบรม ไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด

(๗) ดำเนินการอบรมฯ ให้แก่ผู้สมัครโดยให้ผู้สมัครได้มีโอกาสเรียนรู้ ลงมือปฏิบัติจริง และแลกเปลี่ยนประสบการณ์โดยตรงกับวิทยากร

(๘) ดำเนินการบันทึกเทปการอบรมตลอดระยะเวลาการอบรมทุกครั้ง

(๙) จัดหาผู้ดำเนินรายการ เพื่อทำหน้าที่ดำเนินรายการระหว่างการอบรม อย่างเหมาะสม

(๑๐) จัดเจ้าหน้าที่ในการประสานงาน และอำนวยความสะดวกในระหว่างการจัดอบรม อย่างเหมาะสมพอเพียง

๖.๔ การลงพื้นที่ชุมชน

๖.๔.๑ ผู้รับจ้างต้องนำผู้เข้าร่วมโครงการทั้ง ๕ ทีม ลงพื้นที่ชุมชนทั้ง ๕ ชุมชนที่ได้รับการคัดเลือก ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า ๓ วัน โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการลงพื้นที่ อาทิ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม และอุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อการออกแบบของผู้เข้าร่วมโครงการ วิทยากร โดยการลงพื้นที่ที่เกิดขึ้น ต้องมีรายละเอียดการดำเนินงานที่ครอบคลุมรายละเอียดดังนี้

(๑) การลงพื้นที่ชุมชน เพื่อสำรวจ ศึกษาดูงาน นำมาวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของชุมชน นำทีมที่ปรึกษาทั้งหมดลงพื้นที่ชุมชน เพื่อสำรวจ ศึกษาดูงาน สัมผัสวิถีชีวิต

(๒) การลงพื้นที่ชุมชนเพื่อสาธิตและพัฒนาทักษะให้คนในชุมชนสามารถทำได้จริงตามแผนการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการของชุมชน โดยผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ สำหรับการใช้ในการดำเนินงานตามแผนงานของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน

(๓) ค้นหาทีมผู้ชนะ โดยมีคณะกรรมการ ต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในด้านเรขศิลป์และที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนชุมชนเป็นผู้ให้คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์ในการตัดสินการแข่งขัน และการให้คะแนน อาทิ

- ๒๕% เป็นคะแนนการประเมินศักยภาพของชุมชนและเอกลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งสินค้าและบริการของชุมชน

- ๒๕% เป็นคะแนนการประเมินการนำสิ่งที่วิเคราะห์มาทำแผนการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการของชุมชน

- ๒๕% เป็นคะแนนการประเมินการสร้างวัสดุอุปกรณ์เพื่อนำไปสาธิตและพัฒนาทักษะให้คนในชุมชนสามารถทำได้จริง

- ๒๕% เป็นคะแนนการประเมินวิธีการสาธิตและพัฒนาทักษะให้คนในชุมชนสามารถทำได้จริง

ผู้รับจ้างต้องบันทึกภาพนิ่งและเทปโทรทัศน์อย่างละเอียดในระบบ Digital Video HD ตลอดการดำเนินการ ตามข้อ ๖.๑ - ๖.๔ สอดแทรกการสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และหรือคณะกรรมการ วิทยากร ชุมชน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น โดยเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน

๖.๖ การผลิตรายการการแข่งขันด้านศิลปะร่วมสมัย

๖.๖.๑ ผู้รับจ้างเป็นผู้ผลิตรายการการแข่งขันด้านศิลปะร่วมสมัย เพื่อการเรียนรู้และพัฒนางานศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ ตามข้อ ๕.๕ รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

(๑) กำหนดแนวความคิด (Concept) ในการผลิตรายการในรูปแบบรายการการแข่งขันด้านศิลปะร่วมสมัย เพื่อเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ตอน มีความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที โดยองค์ประกอบของรายการต้องมีรายละเอียด อาทิ การแนะนำทีมที่เข้ารอบ การแนะนำ ๕ ชุมชน และกติกาการให้คะแนน การอบรมเชิงปฏิบัติการ การลงพื้นที่ชุมชน การสาธิต และพัฒนาทักษะให้คนในชุมชนสามารถทำได้จริง การสรุปผลการแข่งขัน และการประกาศรางวัล

(๒) จัดทำบทโทรทัศน์ที่ใช้ในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ (Script/Storyboard) จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ตอน ตามแนวคิดและรูปแบบที่กำหนด โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยก่อนการดำเนินการ

(๓) จัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียง จำนวน ๑ คน เพื่อใช้ในการดำเนินรายการ

(๔) จัดหาผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์หรือที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ คน เพื่อทำหน้าที่คณะกรรมการให้ความเห็นต่อผลงานที่นักศึกษาแต่ละทีมได้รับโจทย์และมานำเสนอผลงาน

(๕) จัดทำฉากเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของรายการตามความเหมาะสม อย่างน้อย ๑ ฉาก

(๖) จัดพิธีการประกาศผล นิทรรศการแสดงผลงาน และการมอบรางวัล

(๗) ตัดต่อ บันทึกภาพและเสียง ทำดนตรีประกอบ ทำกราฟิก ให้เหมาะสม สวยงาม สอดคล้องกับแนวคิด ด้วยเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ และผลิตเป็นรายการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ตอน ความยาวตอนละไม่น้อยกว่า ๒๐ นาที

โดยมีรายละเอียดการถ่ายทำและตัดต่อดังนี้

ระบบการถ่ายทำ ถ่ายทำและบันทึกเทปด้วยระบบ Digital Video HD หรือระบบที่มีคุณภาพและมาตรฐานเทียบเท่าหรือสูงกว่า ซึ่งให้ความคมชัดสูง รวมถึงจัดหา อุปกรณ์เสริมตามความเหมาะสมเพื่อให้ได้ภาพที่มีความสวยงาม

การตัดต่อ ตัดต่อด้วยระบบ Digital โดยนำเสนอเนื้อหาทั้งหมดอย่างสร้างสรรค์ กระชับ สื่อสารให้เข้าใจง่าย มีเสียงดนตรีประกอบเพื่อให้น่าสนใจ โลโก้สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย จัดทำด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิก

ระบบเสียง วางเพลงประกอบพร้อมเสียง Sound Effect ตามความเหมาะสม

พิธีกรและ/หรือเสียงบรรยาย ใช้พิธีกรและหรือผู้บรรยายมืออาชีพ โดยนำเสนอให้สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเลือก

๖.๖.๒ การเผยแพร่ ผู้รับจ้างต้องนำรายการที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ตอน เผยแพร่ออกอากาศสื่อออนไลน์ อย่างน้อย ๒ ช่องทาง โดยต้องดำเนินการให้มีผู้ชมรายการไม่น้อยกว่า ๗๐๐,๐๐๐ view

๖.๗ การประชาสัมพันธ์

๖.๗.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการรับรู้ รับทราบของชุมชน เยาวชน นิสิต นักศึกษา และผู้เข้าร่วมโครงการ รวมถึงติดตามชมรายการ ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ สังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

๖.๗.๒ บันทึกรายการการแข่งขันเพื่อการเรียนรู้และพัฒนางานศิลปะร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ ที่ดำเนินการผลิต จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ตอน จัดทำในรูปแบบ Digital file ลง USB Flash Drive พร้อมกล่องสวยงาม จำนวน ๒๐ ชุด

๖.๘ การประเมินผล

๖.๘.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการประเมินผลการดำเนินงาน โดยจัดทำแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง ประกอบด้วย กลุ่มเยาวชนผู้เข้าร่วมโครงการ กลุ่มวิทยากร และหรือคณะกรรมการ และกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

๖.๘.๒ ดำเนินการประมวลผลแบบสอบถาม และสรุปผลเสนอต่อสำนักงาน ฯ

๖.๘.๓ สรุปผลการรับชมรายการเสนอต่อสำนักงาน ฯ

๖.๘.๔ ดำเนินประเมินรายได้ของชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

๖.๙ จัดทำทำเนียบของผู้เข้าร่วมรายการและผู้เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของชุมชน เยาวชน และวิทยากร คณะกรรมการ เสนอต่อสำนักงาน ฯ

๗. เงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง

๗.๑ การผลิตสื่อทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นภาพ /เสียงบรรยาย/เพลงประกอบ/ สัญลักษณ์หรืออื่นใด จะต้องไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ในกรณีจำเป็นต้องใช้ภาพ/เสียงบรรยาย/เพลงประกอบ ฯลฯ บริษัทจะต้องดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย ก่อนที่จะส่งมอบงาน หากมีการฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

๗.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าธรรมเนียมการใช้สถานที่ ค่าจ้างผู้ให้ข้อมูล/ ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายในการประสานงาน ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

๗.๓ บทถ่ายทำ/สื่อที่ผลิต จะต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ก่อนดำเนินการผลิต/ออกอากาศ

๗.๔ สื่อที่ผลิตถือเป็นลิขสิทธิ์และกรรมสิทธิ์ของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

๗.๕ รายละเอียดและข้อกำหนดการจัดจ้าง ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจ้าง

๗.๖ ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุ ประเภทวัสดุ หรือครุภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ใช้ในการจ้างครั้งนี้

๘. การส่งมอบงานและการชำระเงิน

การชำระเงิน ในวงเงินงบประมาณ ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมดเป็นแบบเหมาจ่ายโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายอื่นใดทั้งหมด ต้องไม่เกินงบประมาณที่สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยกำหนด กำหนดชำระเงิน ๓ งวด เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานครบถ้วน และส่งมอบงานแก่สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุตรวจครบถ้วน ดังนี้

งวดที่ ๑ เบิกจ่ายเป็นเงินร้อยละ ๑๕ เมื่อส่งมอบงาน ดังนี้

(๑) แผนการดำเนินงาน โดยประกอบด้วยรายละเอียด แผนการคัดเลือกชุมชน แผนการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ แผนการผลิตและเผยแพร่ ร่างเสนอรายชื่อคณะกรรมการ วิทยากร และรายละเอียดการพัฒนาชุมชนเพื่อเกิดการท่องเที่ยวชุมชน และการสร้างรายได้ของสินค้าและบริการของชุมชน

(๒) จัดทำเอกสารเข้าเล่มเรียบร้อยสวยงาม จำนวน ๒ ชุด

งวดที่ ๒ เบิกจ่ายเป็นเงินร้อยละ ๗๐ เมื่อส่งมอบงาน ดังนี้

เอกสารรายงานการดำเนินงาน ประกอบด้วย

(๑) สรุปรายงานผลการคัดเลือกชุมชน

(๒) สรุปรายงานผลการคัดเลือกเยาวชน

(๓) บท/สคริปท์ที่ใช้ในการถ่ายรายการ จำนวน ๒ ชุด

(๔) รายงานการอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๕ ครั้ง

(๕) รายงาน...

(๕) รายงานการลงพื้นที่ ครั้งที่ ๑

งวดที่ ๓ เบิกจ่ายเป็นเงินร้อยละ ๑๕ เมื่อส่งมอบงาน ดังนี้

(๑) รายงานผลการดำเนินงาน เป็นรูปเล่มสวยงาม จำนวน ๒ ชุด ประกอบด้วย

- รายงานการลงพื้นที่ ครั้งที่ ๑ - ๒
- รายงานการอบรมเชิงปฏิบัติการและการพัฒนา ๕ ชุมชน
- รายงานผลการแข่งขัน
- รายงานการเผยแพร่ และยอดการเข้าชม

(๒) เอกสารการอบรมเชิงปฏิบัติการ พร้อมไฟล์เอกสาร

(๓) footage รายการ ดังนี้

- ภาพเคลื่อนไหว การบรรยาย บรรยายภาคการอบรมเชิงปฏิบัติการ และลงพื้นที่ชุมชน
- ภาพนิ่งการจัดกิจกรรมในขั้นตอนการพัฒนา ๕ ชุมชนของเยาวชนทั้ง ๕ ทีม

จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ภาพ

- ต้นฉบับรายการที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ทั้ง ๗ ตอน

โดยบันทึกข้อมูลตาม (๑) - (๓) เป็น Digital file ลง External Hard disk (นามสกุล AVI.) จำนวน ๒ ชุด

(๔) บันทึกรายการ ทั้ง ๗ ตอน ในรูปแบบ Digital file ลง USB Flash Drive พร้อม

กล่องสวยงาม จำนวน ๒๐ ชุด

๙. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๙.๑ เป็นนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การผลิตรายการ การประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อโฆษณา การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำองค์ความรู้ การลงพื้นที่ ชุมชน การผลิตสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก

๙.๒ มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ การผลิตรายการ การประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อโฆษณา การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำ องค์ความรู้ การลงพื้นที่ชุมชน การเผยแพร่และจัดทำข้อมูลสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก

๙.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระทุชชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของ ราชการ

๙.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสารสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิและความคุ้มกันเช่นว่านั้น

๙.๕ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับ รายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

๙.๖ นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วย ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ กรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๑๐. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

๑๐.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สำนักงานฯ จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น

๑๐.๒ การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ

กรณีใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ
สำนักงานฯ จะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดดังนี้

๑๐.๒.๑ ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักร้อยละ ๒๐

๑๐.๒.๒ พิจารณาคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ เกณฑ์
คะแนน ๑๐๐ คะแนน ดังต่อไปนี้ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

(๑) แนวความคิด (Concept) รูปแบบ การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์
คะแนนเต็ม ๓๐ คะแนน โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นดังต่อไปนี้

๑) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ คะแนนเต็ม ๘ คะแนน

๒) ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบรายการ คะแนนเต็ม ๑๖

คะแนน

๓) แผนปฏิบัติงานที่ชัดเจนครบถ้วน คะแนนเต็ม ๖ คะแนน

(๒) จำนวนผลงาน/มูลค่าผลงาน คะแนนเต็ม ๕๐ คะแนน ประกอบด้วย

๑) จำนวนผลงานด้านการบริหารจัดการโครงการ คะแนนเต็ม ๒๕ คะแนน

๒) มูลค่าผลงานรวม คะแนนเต็ม ๒๕ คะแนน

(๓) ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์/พิธีกร
ดำเนินรายการ คะแนนเต็ม ๒๐ คะแนน ประกอบด้วย

๑) ยอดการเข้าถึงผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ คะแนนเต็ม

๑๐ คะแนน

๒) ความมีชื่อเสียงของพิธีกรในรายการโทรทัศน์ คะแนนเต็ม ๑๐ คะแนน



ประธานกรรมการ

(นางสาวสมลักษณ์ คล่องแคล่ว)

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมงานวิจิตรศิลป์ (ทัศนศิลป์)



กรรมการ

(นางสาวณุกัทร่า จันทวิช)

นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ



กรรมการ

(นางสาวธัญญ์พิทธ์ วงศ์เกษตรรัตน์)

นักวิชาการวัฒนธรรม

เอกสารแนบท้ายขอบเขตของข้อกำหนดการจ้าง (Term of Reference: TOR)
 โครงการพัฒนาศักยภาพนักร้องแบบรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕

เกณฑ์การพิจารณาคะแนน

เกณฑ์ราคา ๒๐%

เกณฑ์คุณภาพ ๘๐%

๑ แนวความคิด (Concept) รูปแบบ การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ คะแนนเต็ม ๓๐ คะแนน โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในประเด็นดังนี้ ได้แก่

๑.๑ สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์โครงการ (๘ คะแนน)

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	แนวความคิด (Concept) รูปแบบครบทุกประเด็น	๑๐๐%	๘
๒	แนวความคิด (Concept) รูปแบบครบ ๒ ประเด็น	๘๐%	๖.๕
๓	แนวความคิด (Concept) รูปแบบครบ ๑ ประเด็น	๖๐%	๔.๘

๑.๒ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบรายการ (๑๖ คะแนน)

(๑) การนำเสนอรูปแบบและหรือการออกแบบรายการที่มีความสร้างสรรค์

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	การออกแบบรูปแบบรายการมีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ระดับดีมาก	๑๐๐%	๘
๒	การออกแบบรูปแบบรายการมีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจ ระดับดี	๗๐%	๕.๖
๓	การออกแบบรูปแบบรายการมีความคิดสร้างสรรค์ ระดับปานกลาง	๕๐ %	๔

(๒) รูปแบบและหรือการออกแบบรายการที่สามารถพัฒนาศักยภาพของนักร้องแบบรุ่นใหม่ และเกิดการพัฒนาศักยภาพและบริการของจังหวัดเป้าหมาย

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	รูปแบบรายการ นำเสนอให้เห็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักร้องแบบรุ่นใหม่ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพและบริการของจังหวัดเป้าหมายชัดเจน มีความเป็นไปได้จริง	๑๐๐%	๘
๒	รูปแบบรายการ นำเสนอให้เห็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักร้องแบบรุ่นใหม่ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพและบริการของจังหวัดเป้าหมายในภาพรวม	๗๐%	๕.๖
๓	รูปแบบรายการ นำเสนอให้เห็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของนักร้องแบบรุ่นใหม่ หรือแนวทางการพัฒนาศักยภาพและบริการของจังหวัดเป้าหมาย อย่างไม่อย่างหนึ่ง	๕๐ %	๔

๑.๓ แผนปฏิบัติงานที่ชัดเจนครบถ้วน (๖ คะแนน)

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	ความครบถ้วนและชัดเจนของแผนปฏิบัติงาน	๑๐๐%	๓
๒	ความเป็นไปได้ของการนำแผนสู่การปฏิบัติได้จริง ตอบสนองวัตถุประสงค์ของโครงการ	๑๐๐%	๓

๒. จำนวนผลงาน/มูลค่าผลงาน คะแนนเต็ม ๕๐ คะแนน ประกอบด้วย

๒.๑ จำนวนผลงานในด้านการบริหารจัดการโครงการ คะแนนเต็ม ๒๕ คะแนน

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	๓ ผลงานขึ้นไป	๑๐๐%	๒๕
๒	๒ ผลงานขึ้นไป	๗๐%	๑๗.๕
๓	๑ ผลงานขึ้นไป	๕๐%	๑๒.๕

๒.๒ มูลค่าผลงานรวม คะแนนเต็ม ๒๕ คะแนน

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	๓,๕๐๐,๐๐๑ ขึ้นไป	๑๐๐%	๑๐
๒	๓,๒๐๐,๐๐๑ - ๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท	๗๐%	๗
๓	๒,๙๐๐,๐๐๐ - ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท	๕๐%	๕

๓. ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์/ผลงานการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์/พิธีกรดำเนินรายการ คะแนนเต็ม ๒๐ คะแนน ดังนี้

๓.๑ ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ คะแนนเต็ม ๘ คะแนน

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ view ๑ - ๒ รายการ	๑๐๐%	๘
๒	ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า ๘๐๐,๐๐๐ view ๑ - ๒ รายการ	๙๐%	๗.๒
๓	ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า ๖๐๐,๐๐๐ view ๑ - ๒ รายการ	๘๐%	๖.๔
๔	ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า ๔๐๐,๐๐๐ view ๑ - ๒ รายการ	๗๐%	๕.๖
๕	ยอดการเข้าถึง (view) ผลงานในการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า ๒๐๐,๐๐๐ view ๑ - ๒ รายการ	๖๐%	๔.๘

๓.๒ จำนวนผลงานการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ (อาทิ Facebook / Youtube / Instagram / TIKTOK / Twitter) คะแนนเต็ม ๖ คะแนน

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ๕ ช่องทาง	๑๐๐%	๖
๒	เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ๔ ช่องทาง	๙๐%	๕.๔
๓	เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ๓ ช่องทาง	๘๐%	๔.๘
๔	เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ๒ ช่องทาง	๗๐%	๔.๒
๕	เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ๒ ช่องทาง	๖๐%	๓.๖

๓.๓ ความมีชื่อเสียงของพิธีกรในรายการ คะแนนเต็ม ๖ คะแนน

ลำดับ	รายการ	เปอร์เซ็นต์การให้คะแนน	คะแนน
๑	ศิลปิน/ดารานักแสดง/DJ / Influencer/YouTuber ที่มีชื่อเสียง	๑๐๐%	๖
๒	พิธีกรรายการ/พิธีกร/DJ / Influencer/YouTuber เป็นที่รู้จักของประชาชน	๗๐%	๔.๒
๓	ศิลปิน/ดารานักแสดง/พิธีกร	๕๐%	๓