

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR) จ้างจัดโครงการ One Living Planet

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในปี 2569 ที่มุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนผ่านจาก “การท่องเที่ยวเชิงปริมาณ” ไปสู่ “การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ” โดยมีเป้าหมายหลักในการสร้างมูลค่าและประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยสู่ “The New Thailand” ภายใต้แนวคิด “Value is the New Volume” อันมีแนวทางสำคัญในการปรับโครงสร้างสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพใช้จ่ายสูง และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่รองและชุมชนต่าง ๆ สร้างงานและรายได้ให้กับคนในพื้นที่ การออกแบบประสบการณ์ สร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม รวมไปถึงการสร้างความยั่งยืนควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น Soft Power, 5 Must Do in Thailand, Grand Moment, UNESCO Creative Cities เป็นต้น

ปัจจุบันความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย เปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourist) มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการประสบการณ์การเดินทางที่สร้างความหมายและคุณค่าทางจิตใจ (Meaningful Experience) ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลง เช่น การปลูกป่า การสัมผัสความหลากหลายทางชีวภาพ หรือการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง พวกเขามองหา “การเดินทางที่เปลี่ยนชีวิต” (Transformative Travel) มากกว่าแค่การพักผ่อนหย่อนใจ

จากโอกาสดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงเล็งเห็นศักยภาพในการส่งเสริมและสร้างตลาด พัฒนาสินค้า บริการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของ ททท. ในปี 2569 ที่มีเป้าหมายที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Tourists) แทนที่จะเน้นปริมาณเพียงอย่างเดียว

ททท. จึงได้จัดทำโครงการ “One Living Planet” ขึ้นเพื่อตอบโจทย์กระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเติมเต็มความต้องการที่ลึกซึ้งของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ต้องการการเดินทางที่เปลี่ยนชีวิต (Transformative Travel) ต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเชิงบวก เช่น การสำรวจระบบนิเวศทางทะเล หรือการเรียนรู้วิถีชีวิตสัตว์ป่า มากกว่าแค่การเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อให้เกิดเป็น “Moment of Gratitude” ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกขอบคุณและอยากเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสมดุลของโลกใบนี้ ซึ่งนอกจากจะช่วยกระตุ้นการเดินทางและสร้างรายได้ให้แก่ภาคการท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism Leader) ที่จะสร้างทั้งคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมปูรากฐานสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) ภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงความหมาย (Meaningful Experience) ที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ ชุมชน และสัตว์ป่าอย่างยั่งยืน

2.2 เพื่อสร้างการรับรู้และแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม เกิดเป็น Moment of Gratitude ที่นำไปสู่ความร่วมมือในการรักษาสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ

2.3 เพื่อสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้เกิดทั้งผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ.) 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค(กวจ.) 0405.2/ว48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

4. ขอบเขตของงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการขายเพื่อ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้โครงการ “One Living Planet” โดยนำเสนอสินค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับ Eco Tourism ที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่มีความชอบหลากหลาย พร้อมนำเสนอโปรโมชั่น ดิสคัสน์ส่วนลด หรือข้อเสนอพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการออกเดินทางและมียอดการซื้อสินค้าและบริการไม่น้อยกว่า 3,000 Pax

- 4.1 แนวคิดและแผนการดำเนินโครงการ
 - 4.1.1 ดำเนินการนำเสนอแนวคิดการจัดแคมเปญ กลยุทธ์การสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร และแผนการดำเนินโครงการภาพรวม
 - 4.1.2 ดำเนินการออกแบบโลโก้และ Key Visual โครงการ
 - 4.1.3 จัดทำ Research ข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่สนใจแนวคิดการท่องเที่ยวแบบ Eco Tourism พร้อมทั้งนำเสนอ Theme การท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด Eco Tourism ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์เทรนด์ความชอบของแต่ละกลุ่ม
- 4.2 การคัดเลือกสินค้าและบริการในโครงการ
 - 4.2.1 ดำเนินการรวบรวม และนำเสนอสินค้า บริการที่อยู่ภายใต้ Theme Eco Tourism เพื่อเป็นแนวทางให้ ททท. เลือุก่อนดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - 4.2.2 รวบรวม และนำเสนอสินค้า บริการ อาทิ โรงแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 30 รายการ รวมทั้งสินค้า/บริการท่องเที่ยวยั่งยืน อาทิ สินค้า บริการ เส้นทางท่องเที่ยว ที่ได้รับรางวัล TTA / CF Hotel / TAT STAR จำนวนไม่น้อยกว่า 10 รายการ รวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า 40 รายการ
 - 4.2.3 รวบรวม และนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้ Theme Eco Tourism จำนวนไม่น้อยกว่า 8 โปรแกรม
- 4.3 การจัดทำส่วนลด ข้อเสนอพิเศษ
 - 4.3.1 ดำเนินการจัดทำข้อเสนอพิเศษ โปรโมชั่น ส่วนลด สินค้าและบริการ ที่อยู่ภายใต้ Theme Eco Tourism ร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 20 รายการ และ ส่วนลดแพ็คเกจโปรแกรมท่องเที่ยวร่วมกับบริษัทนำเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 5 รายการ
 - 4.3.2 จัดทำคอนเทนต์เนื้อหาเพื่อนำเสนอพิเศษ โปรโมชั่น ดีลท่องเที่ยวในโครงการ อาทิ Social Media Content Post, Photo Caption, Marketing Copy จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชิ้นงาน
- 4.4 ดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาด ส่งเสริมการขาย กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายร่วมกับพันธมิตร
 - 4.4.1 ประสานงาน ติดต่อจัดหาพันธมิตรร่วมทำแคมเปญการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า บริการ และโปรแกรมท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับพันธมิตรที่มีฐานลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ราย
 - 4.4.2 สร้างสรรค์แคมเปญการตลาดร่วมกับพันธมิตร จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม โดยกิจกรรมจะต้องเป็นการกระตุ้นการขายนำเสนอโปรโมชั่น หรือให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ
 - 4.4.3 จัดเตรียมคอนเทนต์สนับสนุนกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร ส่งเสริมการขาย อาทิ EDM, Banner, Photo Caption, Motion Graphic จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน
- 4.5 จัดเตรียมของที่ระลึกหรือของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์ เพื่อใช้ในกิจกรรมสนับสนุนการตลาดร่วมกับพันธมิตร จำนวนไม่น้อยกว่า 15 รางวัล มูลค่ารวมไม่น้อยกว่า 100,000 บาท
- 4.6 จัดเตรียมของที่ระลึกของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ร่วมกิจกรรมหรือซื้อสินค้าและบริการในโครงการ เพื่อสนับสนุนการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้า บริการ และโปรแกรมท่องเที่ยวในโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชิ้น

4.7 การประชาสัมพันธ์โครงการ

- 4.7.1 ดำเนินการจัดหาช่องทางนำเสนอข้อมูลสินค้าบริการ โปรโมชัน และกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ อาทิ Facebook page, IG, LINE OA, Tiktok เป็นต้น
- 4.7.2 ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อสร้างการรับรู้ ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยต้องมียอดการรับรู้ (View/Reach/Impression/Engagement) รวมจำนวน ไม่น้อยกว่า 1,200,000 คน-ครั้ง
- 4.7.3 ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อ Online อาทิ Website ข่าวในประเทศ หรือ Blog ท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 20 สื่อ
- 4.7.4 จัดทำและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ททท. (Exclusive Interview) เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและประชาสัมพันธ์โครงการ ดิสท็อกเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สื่อ
- 4.7.5 จัดทำ Video Clip ประชาสัมพันธ์โครงการในภาพรวม ความยาว 30 วินาที ในรูปแบบแนวนอน 16:9 จำนวน 1 ชิ้นงาน (รูปหรือภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ จะต้องถูกลิขสิทธิ์ และสามารถเผยแพร่ในที่สาธารณะได้)
- 4.7.6 จัดทำแคมเปญร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลทางสังคมออนไลน์ (Influencer / KOL / Travel Blogger) ที่มีภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างกระแสการรับรู้และขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ราย ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 500,000 ผู้ติดตาม
- 4.7.7 จัดกิจกรรม Recruit Voluntourist ร่วมทริปท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ใกล้ชิดธรรมชาติ โดยนำเสนอแนวคิดกิจกรรม concept วิธีการคัดเลือกผู้ได้สิทธิ์เข้าร่วม และรายละเอียดโปรแกรม โดยมีผู้เข้าร่วมทริปไม่น้อยกว่า 10 คน จำนวน 1 ครั้ง

4.8 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ

- 4.8.1 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้สาระ (Content) ในกลุ่มผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80
- 4.8.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว/แพคเกจท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 3,000 Pax/Booking
- 4.8.3 จำนวนการรับรู้สื่อ ไม่น้อยกว่า 1,200,000 คน-ครั้ง
- 4.8.4 จำนวนสินค้า/บริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่นำเสนอ/เสนอขาย ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้น

4.9 ผู้รับจ้างสามารถเสนอขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานพันธมิตรต่าง ๆ ได้เพื่อสนับสนุนการต่อยอดความสำเร็จให้กับโครงการ

หมายเหตุ

- การดำเนินงานตามขอบเขตของงาน (TOR) จะต้องผ่านความเห็นชอบจาก ททท. ก่อนดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น

5. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ) ในการพิจารณา ผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาการให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

ประเด็นพิจารณา	น้ำหนัก การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1. เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 10	100 คะแนน
2. เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 90	100 คะแนน
2.1 มีความรู้ ความเข้าใจ การจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) สำหรับกลุ่มเป้าหมาย		20 คะแนน
2.2 มีแผนการดำเนินงาน กระบวนการทำงานในภาพรวมที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานจ้าง (TOR) พร้อมทั้งแผนการทำงาน (Timeline) ภายในระยะเวลาที่กำหนด		10 คะแนน
2.3 มีความพร้อมและเชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมการตลาดผ่าน Social Media และส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว		15 คะแนน
2.4 มีแนวทางการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตร และกิจกรรมการมีส่วนร่วมอย่างครบถ้วนและน่าสนใจ		15 คะแนน
2.5 มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างการรับรู้โครงการไปยังกลุ่มเป้าหมายได้		15 คะแนน
2.6 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียได้เป็นอย่างดี ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย		15 คะแนน
2.7 ประวัติ ความน่าเชื่อถือ ผลงาน ประสบการณ์ และการบริหารจัดการโครงการ		10 คะแนน
รวม	ร้อยละ 100	

หมายเหตุ

- ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติจำนวน 1 ชุด พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วนจำนวน 3 ชุด และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
- ผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดไม่เกิน 45 นาที
- คณะกรรมการจ้างฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป
- ผู้ที่ได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพสูงสุดจะได้รับการพิจารณาให้เป็นผู้ชนะการคัดเลือก

5. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพสูงสุดเป็นผู้ชนะ ผลการตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด

6. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิค ทั้งปวงโดยจะเรียกจากรองจาก ททท. มิได้

6. ระยะเวลาดำเนินงาน

150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

7. วงเงินงบประมาณ

5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

8. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานจ้างภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- รายงานสรุปข้อมูลภาพรวมโครงการ ตามขอบเขตของงาน (TOR) ข้อ 4.1 – 4.9 ในรูปแบบ Soft File (เช่น Word PowerPoint Infographic Excel ฯลฯ) รวมถึงผลแบบสอบถาม ข้อมูลเชิงสถิติ ฯลฯ จำนวน 1 ชุด

- ไฟล์สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำหรือดำเนินการภายใต้โครงการ ตามขอบเขตของงาน (TOR) ข้อ 4.1 – 4.9 โดยจัดเก็บข้อมูลต้นฉบับของงานทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ในรูปแบบ External Hard disk ความจุไม่ต่ำกว่า 2 TB จำนวน 1 ชุด

หมายเหตุ : ไฟล์ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ในงานทั้งหมด ซึ่งมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi เว้นแต่ต้นฉบับภาพมีความละเอียดน้อยกว่าขนาดที่กำหนด เป็น Raw File และ Jpeg File โดยระบุชื่อภาพและที่มาของภาพถ่ายแต่ละภาพให้ชัดเจนว่าภาพใดเป็นภาพที่ผู้รับจ้างจัดหาเองและภาพใดขอความอนุเคราะห์มาจากแหล่งอื่นเพื่อให้ ททท. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ต่อไป

9. การจ่ายเงิน

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมดครั้งเดียว เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วน ตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

10. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดที่มีพื้นที่ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น เชียงใหม่ กาญจนบุรี กระบี่ นครนายก ประจวบคีรีขันธ์ นครราชสีมา ชลบุรี บุรีรัมย์ เป็นต้น

11. อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลา หรือไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จ จนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากส่งมอบงานจ้างล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ในรายการใดที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างครั้งนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้น นอกเหนือจากการปรับและการเรียกค่าเสียหายได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายหากอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้า ได้อีกด้วย

12. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือเลือกลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิม โดยเร็ว นับตั้งแต่รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งความชำรุดจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมายหรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าวหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

13. เงื่อนไขอื่น ๆ

13.1 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA และ GDPR) และกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมโรคติดต่อ โดยเคร่งครัด

13.2 หากมีการปรับเปลี่ยนเนื้องานทุกประเภทจะต้องให้ ททท. พิจารณารายละเอียดก่อนดำเนินการใด ๆ

13.3 ดำเนินการขอใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัล ด้วยการเสียโชคใด ๆ และจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต โดยให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 มาตรา 8 หรือให้ถูกต้องตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

13.4 ผู้รับจ้างยินยอมให้ ททท. เป็นเจ้าของผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นตามขอบเขตงานจ้างนี้ ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. ผู้รับจ้างจะนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ใดมิได้ หากผู้รับจ้างไปซื้อสิทธิมาเพื่อดำเนินการให้กับ ททท. จะต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อน ลิขสิทธิ์ในรายการนั้น ททท. จะไม่ถือเป็นสิทธิของ ททท. ทั้งนี้ ผลงานที่จัดทำขึ้นผู้รับจ้างต้องให้ผู้จัดทำส่งมอบลิขสิทธิ์ของงานที่จัดทำขึ้นทั้งหมดให้ตกเป็นของ ททท. โดยสิ้นเชิง

13.5 หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนนำมาใช้และต้องแสดงหลักฐานแก่ ททท. ด้วย โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณี หากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น รายละเอียดของข้อกำหนดการจ้างนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

13.6 ในส่วนของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบการกล่าวอ้างของบุคคลภายนอก ว่ามีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิในชื่อเสียง ลิขสิทธิ์ใด ๆ ในงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขต ของงานจ้าง (TOR) นี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือให้การใช้สิทธิเรียกร้องของ บุคคลภายนอกยุติโดยเร็ว และเข้ามาเป็นคู่ความในศาลและรับผิดชอบ ททท. และบุคคลภายนอกในบรรดา ค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมศาล ตลอดจนค่าทนายความที่เกิดขึ้นแทน ททท. ทั้งสิ้น

13.7 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ (ใบสั่งจ้าง) ซึ่งมีผลเป็น การละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น เช่น สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้อง หรือถูกฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจน ค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทันที

13.8 ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใด ๆ อันเนื่องมาจากความผิดหรือความบกพร่อง ของฝ่าย ททท. หรือเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถ ทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดแห่งสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และขอบเขตของงานนี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ ททท. ทราบ เพื่อดูหรือลด ค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไป ตามข้อกำหนดดังกล่าวให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิ์เรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไป โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่เหตุเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่อง ของฝ่าย ททท. ซึ่งมีหลักฐานชัดเจนหรือ ททท. ทราบดีอยู่แล้ว

13.9 การดำเนินการจัดทำวิดีโอหรือภาพนิ่ง เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ ททท. ผู้รับจ้างต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ “General Data Protection Regulation” (GDPR) ที่เป็นกฎหมายของสหภาพยุโรปว่าด้วยมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล ในชั้นงานนั้น ๆ และกรณีมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ทั้งสิ้น

13.10 การจัดกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงผลกระทบตามแนวทางการป้องกันผลกระทบเชิงลบ ต่อสังคมและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

13.11 กรณีเปลี่ยนเวลาการแสดงหรือเวลาการประชาสัมพันธ์ จะต้องเสนอตารางการแสดง ใหม่หรือเวลาการประชาสัมพันธ์ใหม่ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วัน เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วน ให้รีบนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเวลาการ แสดงหรือเวลาการประชาสัมพันธ์จะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้รับจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย โดยจะต้องไม่สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม และต้องดำเนินการแก้ไขเอกสารหรือสื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกันโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง

13.12 กรณีที่คู่สัญญาหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเหตุผลความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวศิลปิน/นักแสดง influencer /kol ให้เสนอรายชื่อศิลปิน/นักแสดง influencer /kol ที่มีชื่อเสียงในระดับใกล้เคียงกัน แสดงแทน โดยต้องให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อน และค่าใช้จ่ายของศิลปิน/นักแสดง influencer /kol คนใหม่ต้องไม่เกินจากค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม หากค่าใช้จ่ายใหม่น้อยกว่าเดิม ททท. จะจ่ายค่าจ้างส่วนนี้ตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

14. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดในประเทศ (กงน.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

15. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ

(นางสาวภาวิณี ตุงคะสมิต)

รอง ผกกน.

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นายจิรัช สิงห์เสนี)

รอง ผกกน.

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นางสาวอาทิตยา อินทรทูต) และเลขานุการ

นักวิชาการ 4

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิค จ้างจัดโครงการ One Living Planet

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 10 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
2. การนำเสนอทางเทคนิค ร้อยละ 90 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
2.1 มีความรู้ ความเข้าใจ การจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) สำหรับกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังไม่ครอบคลุมบางกลุ่มเป้าหมาย - มีข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) ที่สามารถนำไปเสนอขาย หรือผลิต Content ได้ แต่ยังไม่เพียงพอ
11-20 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ - มีข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน - มีข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) ที่สามารถนำไปต่อยอดในการนำเสนอขาย หรือผลิต Content ในการประชาสัมพันธ์ได้
2.2 มีแผนการดำเนินงาน กระบวนการทำงานในภาพรวม ที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานจ้าง (TOR) พร้อมทั้งแผนการทำงาน (Timeline) ภายในระยะเวลาที่กำหนด (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง - แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ - มีแผนงานการดำเนินงาน ครบถ้วนชัดเจนตามขอบเขตของงานจ้าง อยู่ภายในเวลาที่ ททท. กำหนด
6 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง - แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย - มีแผนงานการดำเนินงาน ครบถ้วนชัดเจนตามขอบเขตของงานจ้าง อยู่ภายในเวลาที่ ททท. กำหนด

2.3 มีความพร้อมและเชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมการตลาดผ่าน Social Media และส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียด หรือกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทาง Social Media ที่น่าสนใจ แต่ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด - มีพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียด หรือกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทาง Social Media ที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้จริง - มีพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หลากหลาย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
2.4 มีแนวทางการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตร และกิจกรรมการมีส่วนร่วมอย่างครบถ้วนและน่าสนใจ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1- 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแนวคิดหลักการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแนวคิดหลักการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรที่ตรงกับวัตถุประสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของโครงการ - มีการนำเสนอ ตัวเลือกกิจกรรมการมีส่วนร่วม หรือ แคมเปญการประกวด อย่างครบถ้วนน่าสนใจ
2.5 มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างการรับรู้โครงการไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1- 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดกรอบแนวคิดการกำหนดคอนเทนต์ ตามวัตถุประสงค์โครงการ - มีการนำเสนอการออกแบบ Mock up การประชาสัมพันธ์ - รายละเอียด Content ของสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดกรอบแนวคิดการกำหนดคอนเทนต์ รวมทั้งประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจนครบถ้วนครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงานจ้าง และสามารถปฏิบัติได้จริง - มีการนำเสนอการออกแบบ Mock up ที่ชัดเจน (Artwork หรือคอนเทนต์ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า) - รายละเอียด Content ของสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการคัดเลือกรายชื่อสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ของโครงการ

2.6 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียได้เป็นอย่างดี ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	-มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
8 - 15 คะแนน	-มีรายละเอียด และช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco Tourism) ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ -มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ
2.7 ประวัติ ความน่าเชื่อถือ ผลงาน ประสบการณ์ และการบริหารจัดการโครงการ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีผลงานในการบริหารจัดการโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
6-10 คะแนน	- มีผลงานและประสบการณ์ในการบริหารจัดการโครงการหรือกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ การตลาดการท่องเที่ยวโดยตรง