

## ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

### จ้างโครงการสร้างแคมเปญการพัฒนาวัตกรรมการจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

#### หลักการและเหตุผล

ในยุคที่ข้อมูล (Data) คือหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนสู่รูปแบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งในการค้นหาข้อมูล การวางแผน และการตัดสินใจเดินทางที่รวดเร็ว การพัฒนาวัตกรรมการจัดการเก็บข้อมูลจึงไม่ใช่เพียงการเก็บประวัติส่วนบุคคล แต่ต้องเป็นการติดตามพฤติกรรม (Behavioral Tracking) เพื่อให้เท่าทันความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป และเพื่อใช้เป็นกลไกสำคัญในการเข้าถึง รักษา และทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ ทั้งนี้ จากการดำเนินงานในปี 2568 ที่ ททท. ได้พัฒนาระบบลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ระยะที่ 1 เพื่อสร้างศูนย์กลางข้อมูลการระบุตัวตน (Identity Data) ที่มีความถูกต้องและเป็นระบบนั้น เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยกระดับสู่การวิจัยตลาดเชิงลึก ในปี 2569 ททท. จึงมุ่งเน้นการนำข้อมูลเหล่านั้นมาต่อยอดผ่านการเชื่อมโยงกับระบบ Customer Data Platform (CDP) โครงการ "สร้างแคมเปญการพัฒนาวัตกรรมการจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว" จึงถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือเชิงรุกในการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบ Real-time โดยใช้นวัตกรรมทางดิจิทัลและกิจกรรมออนไลน์มาเป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดข้อมูลที่สะอาด มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย (Rich Data) มากพอที่จะนำไปวิเคราะห์และวิจัยทางการท่องเที่ยวต่อไป

ททท. ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการตลาดท่องเที่ยว มุ่งหวังที่จะใช้โครงการนี้เป็นช่องทางในการส่งมอบคุณค่าและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการจัดกิจกรรมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ข้อมูลพฤติกรรมที่ได้รับจากการติดตามและจัดเก็บจะถูกนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลโดยตรงต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้หมุนเวียนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ ซึ่งเป็นไปตาม แผนปฏิบัติการดิจิทัลของ ททท. พ.ศ. 2566-2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570): คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1: พัฒนาเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 1.2: พัฒนาดิจิทัลและสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล อันจะนำไปสู่การกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางและเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้นวัตกรรมประกอบการจัดกิจกรรม ในการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงรุก
2. เพื่อยกระดับและเชื่อมโยงฐานข้อมูล สู่ระบบ Customer Data Platform (CDP) เพื่อรวบรวมข้อมูลการระบุตัวตนนักท่องเที่ยว
3. เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

1. มีความสามารถตามกฎหมาย
2. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
3. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
4. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
5. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
6. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
7. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
8. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม (เฉพาะวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป และวิธีคัดเลือก)
9. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
10. ต้องมีมูลค่าสิทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ส่วนที่ ๓๓๓ ที่ กค (กวจ.) ๐๔๐๕.๒/ว ๑๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖ และหนังสือส่วนที่ ๓๓๓ ที่ กค (กวจ.) ๐๔๐๕.๒/ว ๔๘ ลงวันที่ ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘

### กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้ง Expat ในประเทศไทย

### ขอบเขตของงานจ้าง (TOR)

1. ผู้รับจ้างดำเนินการจัดทำแผนการจัดทำกิจกรรม (Action Plan) แผนการประชาสัมพันธ์ (Media Plan) แผนบริหารความเสี่ยง (Risk Management Plan) แผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดของ และข้อมูลรายละเอียดความสัมพันธ์ของบุคคลภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมนี้ มาเสนอ ททท. ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยกำหนดกลยุทธ์ที่จะจัดแคมเปญ เน้นการนำเสนอ Brand ของ ททท. เพื่อใช้ในการสื่อสารกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะต้องนำแคมเปญมาเทียบกับ Customer Journey ในแต่ละขั้นตอนพร้อมทั้งควบคุมการใช้งาน โลโก้ ตราสัญลักษณ์ และชิ้นงานต่างๆ ให้ตรง กับ CI Manual ของ ททท. รวมถึงการนำเสนอชิ้นงานต่างๆ ต้องดำเนินการในลักษณะเชิงบวก ไม่ให้เกิดภาพลบ อีกทั้งกำหนดให้มีแผนบริหารจัดการภาพลักษณ์ของ ททท. ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ททท. ได้อย่างทันท่วงที และสามารถคำนวณ ROI จากการดำเนินการแคมเปญได้ ซึ่งมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

1.1 นโยบายตามแผนวิสาหกิจ ททท. พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ และนโยบายของผู้บริหาร ททท. โดยเน้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว สามารถวัดผลในเชิงปริมาณได้ และสามารถเก็บพฤติกรรมการเดินทาง ของผู้ร่วมโครงการได้

1.2 ดำเนินการภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสหภาพยุโรป (GDPR) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 เป็นต้น

2. ผู้รับจ้างต้องจัดกิจกรรมที่มีการเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ให้มีความน่าสนใจ ซึ่งนำไปสู่การนำเข้าข้อมูลลูกค้าใน Customer Data Platform (CDP) โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยต้องมีเงื่อนไขของการใช้ระบบสารสนเทศระหว่างการทำกิจกรรม

2.1 ดำเนินการจัดหาพันธมิตรจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ราย เพื่อนำเสนอสิทธิประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวในระหว่างการจัดกิจกรรม

2.2 กำหนดให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 20,000 ราย และเกิดการนำเข้าข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 20,000 ราย โดยรายละเอียดการนำเข้าข้อมูลประกอบด้วย เช่น ชื่อ-นามสกุล ข้อมูลการติดต่อ เป็นอย่างน้อย

3. ผู้รับจ้างต้องกำหนดให้มีการใช้งานระบบสารสนเทศในการจัดกิจกรรม โดยผู้รับจ้าง จะต้องนำส่งข้อมูลที่เกิดจากระบบสารสนเทศเหล่านี้เข้าสู่ระบบ CDP ของ ททท. หรือ เป็นข้อมูลเตรียมนำเข้าระบบ CDP ของ ททท. ดังนี้

3.1 ผู้รับจ้างใช้ระบบสารสนเทศในการเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น ชื่อ-นามสกุล เพศ อายุ ภูมิลำเนา ข้อมูลติดต่อ เช่น อีเมล เป็นต้น

3.2 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอระบบงานสารสนเทศในส่วนที่ใช้ในกิจกรรม โดยการดูแลรักษาระบบให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง เป็นหน้าที่ของผู้รับจ้างตลอดโครงการ

3.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดทำระบบเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการดำเนินการในกิจกรรม รวมถึงสามารถรายงานผลการติดตามการดำเนินงานได้ในลักษณะ Realtime เพื่อติดตามความ คืบหน้าระหว่าง การดำเนินงาน ให้ ททท. สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดต่อไปในอนาคต และต้องดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดให้แก่ ททท. ด้วย

3.4 ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านกิจกรรมออนไลน์และจัดเก็บข้อมูล ลูกค้าอย่างถูกต้องตามกฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้อ้างอิงจาก เอกสารคู่มือมาตรฐานการเชื่อมต่อระบบ ติดตามแคมเปญดิจิทัล (TAT Digital Campaign Tracking Manual) และเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

4. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการ ที่สอดคล้องกับทิศทางการสื่อสารของ ททท. ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยสามารถเกิดการรับรู้ ไม่น้อยกว่า 50,000,000 ครั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ผู้รับจ้างจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรมในสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ครั้ง

4.2 ผู้รับจ้างจัดทำเนื้อหา Content ด้านการท่องเที่ยวภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในรูปแบบต่างๆ ไม่น้อยกว่า 100 Content (20 ชิ้นงานต่อเดือน) โดยมีเนื้อหาประกอบการจัดกิจกรรมให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายโดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการจัดทำและนำเสนอร่าง Content ไม่น้อยกว่า 5 วัน ทำการก่อนการเผยแพร่ ทั้งนี้ จะต้องมีการมีเจ้าหน้าที่ที่พร้อมดำเนินการปรับแก้ไขตามคอมเมนต์ ได้ในทันทีและไม่จำกัดจำนวนครั้ง รวมถึงต้องมีการนำเสนอ Content ตามที่ได้ปรับแก้ไขแล้วให้ ททท. พิจารณาและให้ความเห็นชอบก่อนการเผยแพร่ทุกครั้ง

4.3 ผู้รับจ้างดำเนินการจัดหาบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักดีที่เป็นกระแสในเชิงบวกและมี life Style ด้านการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน และมีแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นของตนเอง โดยมียอดผู้ติดตามในแพลตฟอร์มออนไลน์ช่องทางใดช่องทางหนึ่งจำนวนไม่น้อยกว่า 1 แสนผู้ติดตาม ต่อ 1 แพลตฟอร์ม โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับทิศทางการตลาดของ ททท. เพื่อเป็น KOC หรือ KOL

ของโครงการ โดยจัดทำ Content ในรูปแบบวิดีโอโปรโมทโครงการ ที่มีเนื้อหาไม่น้อยกว่า 1 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน และวิดีโอสั้น ที่มีความยาวไม่ต่ำกว่า 15 วินาที ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน ในแต่ละบุคคล

4.4 ผู้รับจ้างดำเนินการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ อาทิ ซื้อโฆษณา Boost post บนแพลตฟอร์ม Social media ของ ททท. / จัดทำ SEM / Advertising สำหรับแคมเปญใน google ads เป็นต้น โดยจะต้องมีการนำเอกสาร หลักฐาน หรือใบเสร็จที่แสดงให้เห็นถึงวงเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อโฆษณาแต่ละครั้ง มาแสดงต่อ ททท. ได้รับความทราบ

5. ผู้รับจ้างดำเนินการจัดหา และส่งมอบของรางวัลให้แก่ผู้ที่ชนะหรือผู้ที่ได้รับการคัดเลือก จะต้องดำเนินการนำส่งและติดตามจนผู้โชคดีได้รับของรางวัลแล้วเสร็จภายใน 15 วันหลังจากประกาศผลผู้ชนะ โดยต้องเป็นของรางวัลที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ และต้องนำเสนอให้ได้รับความเห็นชอบจาก ททท. โดยมีมูลค่าของรางวัล รวมไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท

6. ผู้รับจ้างดำเนินการจัดทำแบบสอบถามและสำรวจความพึงพอใจ กิจกรรมของโครงการฯ แบบออนไลน์ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่าภาษาละ 400 ชุด โดยต้องทำการวิเคราะห์ และประมวลผลการทำงานตลอดทั้ง โครงการ และข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานของปีงบประมาณ ถัดไปเพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่ดียิ่งขึ้น พร้อมสรุปข้อมูลนำเสนอให้ ททท.

7. ผู้รับจ้างดำเนินการจัดทำรายงานวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงาน รวมถึงวิเคราะห์อุปสรรคที่เกิด จากการดำเนินงานพร้อมเสนอแนวทางในการแก้ไขสำหรับการดำเนินการในครั้งต่อไป

8. ผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบ Media (ภาพ/วิดีโอ/Banner ฯลฯ) Raw file และ content ที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีลิขสิทธิ์ ต้องส่งมอบลิขสิทธิ์ให้เป็นของ ททท. ด้วย

**ระยะเวลาดำเนินการ 180 วัน** นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

**วงเงินงบประมาณ 8,500,000.00 บาท** (แปดล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

**การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน** กำหนดส่งมอบงาน 2 งวด มีรายละเอียดดังนี้

**งวดที่ 1** ภายใน 90 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะชำระเงินค่าจ้าง เป็นจำนวนเงินร้อยละ 50 ของค่าจ้างทั้งหมด ทั้งนี้ การส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบในรูปแบบเอกสาร และ External Hard disk จำนวน 2 ชุด โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. รายงานแผนการดำเนินงานของโครงการฯ ตามขอบเขตของงานจ้างในข้อ 1.
2. รายงานการจัดกิจกรรม Online Campaign ตามขอบเขตของงานข้อ 2.
3. รายงานการใช้งานระบบสารสนเทศในการจัดกิจกรรม Online Campaign ตามขอบเขตของงานข้อ 3.
4. รายงานความคืบหน้าการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ ตาม ขอบเขตของงานข้อ 4.
5. รายงานการจัดหาและส่งมอบของรางวัล ตามขอบเขตของงานข้อ 5.
6. รายงานความคืบหน้าการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ตามขอบเขตของงานข้อ 6.

**งวดที่ 2** ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะชำระเงินค่าจ้าง เป็นจำนวนเงินร้อยละ 50 ของค่าจ้างทั้งหมด ทั้งนี้ การส่งมอบงานผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบในรูปแบบเอกสาร และ External Hard disk จำนวน 2 ชุด โดยผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. รายงานการดำเนินงานทั้งหมด ตามขอบเขตของงาน ข้อ 2.-6.
2. รายงานวิเคราะห์และสรุปผลการดำเนินงาน ตามขอบเขตของงาน ข้อ 7.
3. รายงานการดำเนินการส่งมอบ Media (ภาพ/วิดีโอ/Banner ฯลฯ) Raw file และ content ที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจัดหาของรางวัลให้ผู้ร่วมกิจกรรม ตามขอบเขตของงานข้อ 8.

### **สถานที่ส่งมอบงาน**

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

### **หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ:**

การจัดจ้างครั้งนี้เป็นงานที่ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแผนกลยุทธ์ วางแผนการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ วางแผนการใช้สื่อและเครื่องมือดิจิทัลในภาพรวมของโครงการ ทั้งรูปแบบแนวคิดการวางแผนคอนเทนต์ เครื่องมือดิจิทัลที่ช่วยเสริมให้การวางแผนสื่อมีประสิทธิภาพ และเทคนิคอื่น ๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งข้อเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์ แผนการใช้สื่อและเครื่องมือ รวมถึงการออกแบบสื่อเป็นคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งที่ไม่อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน จำเป็นต้องพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคก่อน ททท. จะดำเนินการจัดจ้างโดยวิธีคัดเลือก และจะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอโดยการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) ด้วยเกณฑ์ราคาและเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) มีน้ำหนักของเกณฑ์ราคาร้อยละ 10 และเกณฑ์อื่น ๆ (ข้อเสนอด้านเทคนิค) ร้อยละ 90 ทั้งนี้ คะแนนประเมินเมื่อถ่วงน้ำหนักแล้วรวมจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 โดยคณะกรรมการฯ จะดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ตรวจสอบการมีผลประโยชน์ร่วมกัน และความครบถ้วนถูกต้องของเอกสารหลักฐานต่าง ๆ แล้วพิจารณาคัดเลือกรายที่ไม่มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีคุณสมบัติและเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ครบถ้วนถูกต้อง และพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคต่อไป สำหรับรายที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีคุณสมบัติ หรือยื่นเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนถูกต้อง ททท. จะไม่ทำการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

2. พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอทุกราย หากผู้ประสงค์จะเสนอราคาใดมีคุณสมบัติไม่ถูกต้อง หรือยื่นหลักฐานการยื่นข้อเสนอไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบถ้วน ททท. จะไม่รับพิจารณาข้อเสนอของผู้ประสงค์จะเสนอราคารายนั้น เว้นแต่เป็นข้อผิดพลาดหรือผิดหลงเพียงเล็กน้อยหรือผิดแผกในส่วนที่มีใช้สาระสำคัญเฉพาะในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะประโยชน์ต่อ ททท. เท่านั้น ทั้งนี้ ททท. จะเชิญให้ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายที่มีคุณสมบัติและยื่นเอกสารครบถ้วนถูกต้องตามข้อ 1 นำเสนอด้านเทคนิค โดยจะพิจารณาประเมินค่าประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

## 2.1 การนำเสนอทางเทคนิค (คะแนนเต็ม 100 คะแนน) ดังนี้

### 2.1 รายละเอียดแผนการดำเนินงาน (10 คะแนน)

### 2.2 กลยุทธ์การใช้ระบบงานสารสนเทศทั้งหมดของกิจกรรม โดยพิจารณาจากการนำเสนอที่ชัดเจน ครบถ้วน และสอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน (15 คะแนน)

#### 2.2.1 การใช้ระบบงานสารสนเทศทั้งหมดของกิจกรรมและการดูแลรักษาระบบ (10 คะแนน)

#### 2.2.2 ความน่าสนใจในการนำเสนอการเชื่อมต่อบริบบสารสนเทศ ของ ททท. (5 คะแนน)

### 2.3 ความรู้ความเข้าใจในโครงการ วิธีการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงาน Online Campaign ผ่านสื่อออนไลน์ โดยพิจารณาจากการนำเสนอที่ชัดเจนและครบถ้วนสร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน และสอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน (35 คะแนน)

#### 2.3.1 กลยุทธ์การโฆษณาและสร้างการรับรู้สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ (15 คะแนน)

#### 2.3.2 ความน่าสนใจและความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำคอนเทนต์และความน่าสนใจของกิจกรรม (10 คะแนน)

#### 2.3.3 การคัดเลือกพันธมิตรเพื่อประกอบการจัดทำ Online campaign และการสนับสนุนด้าน supply ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (10 คะแนน)

### 2.4 แนวคิดหลักการในการนำเสนอผู้มีที่มชื่อเสียงที่เป็นกระแสในเชิงบวกและมี life Style ด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ (15 คะแนน)

### 2.5 ความสอดคล้องในการจัดหาของรางวัล กับการดำเนินกิจกรรม Online Campaign (10 คะแนน)

### 2.6 แนวทางการจัดทำแบบสอบถามและประมวลผลการสำรวจ (5 คะแนน)

### 2.7 ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (10 คะแนน)

ทั้งนี้ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ต้องได้รับคะแนนการประเมินด้านคุณภาพ (Performance) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ตามภาคผนวก (เกณฑ์การให้คะแนน)

3. ข้อเสนอด้านเทคนิคที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาตามข้อ 2.1 จะได้รับการประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคาตามสัดส่วนข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนอด้านราคาที่กำหนดและจัดลำดับเรียงตามคะแนนข้อเสนอที่ได้รับคะแนนประเมินสูงสุดจะได้รับการคัดเลือก และ ททท. จะพิจารณาเจรจาต่อรองราคาตามที่เห็นสมควรเพื่อประโยชน์ ททท. ต่อไป

4. กรณีผู้ได้รับการคัดเลือกไม่ไปทำสัญญาภายในวันเวลาที่กำหนด ททท. จะพิจารณาเรียกรายลำดับถัดไปเพื่อเจรจาต่อรองและ/หรือทำสัญญาต่อไป หรืออาจพิจารณายกเลิกการคัดเลือกเพื่อดำเนินการใหม่ตามวิธีหรือขั้นตอนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

## หมายเหตุ

1. ผู้เสนอราคา ให้จัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ให้ถูกต้องครบถ้วน และรายละเอียดงานเพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการพิจารณา โดยมีเวลาในการนำเสนอเป็นเวลา 45 นาที และตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการ

2. คณะกรรมการจะคัดเลือกรายที่เสนอได้ตรงและใกล้เคียงมาตรฐานความต้องการของ ททท. และผู้ผ่านการพิจารณาคัดเลือกจะต้องได้คะแนนเกณฑ์คุณภาพไม่น้อยกว่า 80 คะแนน

3. คณะกรรมการจะนำคะแนนเกณฑ์คุณภาพไปรวมกับคะแนนเกณฑ์ราคา ผู้ที่ได้คะแนนรวมสูงสุดจะเป็นผู้ได้รับการเสนอให้เป็นผู้ชนะการคัดเลือก
4. การพิจารณาคัดเลือกและการตัดสินของกรรมการถือเป็นที่สุด
5. ผู้เสนอราคาทุกรายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการนำเสนองาน โดยจะเรียกจจาก ททท. มิได้

### อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนด หรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดส่งมอบงานจนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือหรือวันที่ ททท. ปฏิเสธการรับมอบงานหรือวันที่บอกเลิกสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานจ้างล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้นนอกจากการปรับได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบล่าช้าได้อีกด้วย

### การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง อันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำให้ไม่เรียบร้อยหรือเลือกลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานไม่เหมาะสม หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแหล่ง หลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องบริหารจัดการแก้ไขเพื่อให้สามารถใช้งานได้ดั้งเดิมโดยเร็ว นับตั้งแต่ได้รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมาย หรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด

โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว หรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นโดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

### เงื่อนไขอื่น ๆ

1. ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายทุกกรณีที่เกิดจากการดำเนินงานตลอดระยะเวลาการดำเนินงานจ้างนี้ รวมทั้งผลสืบเนื่องทั้งก่อนและหลังการจัดงาน ทั้งนี้ การดำเนินงานของผู้รับจ้างตามขอบเขตของงานจ้าง หากเกิดความเสียหาย สูญเสียชีวิตและทรัพย์สินใด ๆ ททท. ไม่ต้องมีส่วนความรับผิดชอบใด ๆ ทั้งสิ้น

2. ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และหากมีความจำเป็นที่จะต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่ซึ่งจะต้องอ้างถึงและผ่าน ททท. ผู้รับจ้างจำเป็นต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อนทุกกรณี

3. ผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นตามขอบเขตงานจ้างนี้ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. ผู้รับจ้างจะนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ใดมิได้ หากผู้รับจ้างไปซื้อสิทธิ์มาเพื่อดำเนินการให้กับ ททท. จะต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อน ลิขสิทธิ์ในรายการนั้น ททท. จะไม่ถือเป็นสิทธิ์ของ ททท.

4. ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการประสานงาน ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการจัดงานฯ และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้การสนับสนุน และอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตามที่ ททท. แจ้ง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ททท. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่นใดที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากกิจกรรมที่นอกเหนือจากราคาจ้างที่ได้ตกลงไว้ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการจัดกิจกรรม

5. ในส่วนของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ (ใบสั่งจ้าง) ซึ่งมีผลเป็นการละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น อาทิ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้อง หรือต้องชดเชยค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเองรวมทั้งจะต้องชดเชยค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทันท

6. หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมาย ก่อนนำมาใช้และต้องแสดงหลักฐานแก่ ททท. ด้วย โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณีหากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น

7. รายละเอียดของขอบเขตของงานจ้างนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

8. การจัดทำ Presentation เพื่อนำเสนองาน ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

9. ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติให้เป็นตามข้อกำหนด General Data Protection Regulation (GDPR) และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA) โดยเคร่งครัด

10. ในกรณีที่เกิดเหตุสถานการณ์ไม่ปกติ เกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤต หรือเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานโครงการ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อให้โครงการของ ททท. สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนแผนดังกล่าวต้องผ่านความเห็นชอบจาก ททท. เท่านั้น

11. กรณีเปลี่ยนเวลาการแสดงหรือเวลาการประชุมสัมพันธ์ จะต้องเสนอตารางการแสดงผลใหม่หรือเวลาการประชุมสัมพันธ์ใหม่ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วัน เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วนให้รับนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเวลาการแสดงหรือเวลาการประชุมสัมพันธ์จะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้รับจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย โดยจะต้องไม่สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม และต้องดำเนินการแก้ไขเอกสารหรือสื่อการประชุมสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกันโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง

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



**ผู้รับผิดชอบโครงการ**

กองสารสนเทศการตลาด ฝ่ายดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**ผู้จัดทำขอบเขตของงาน**

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ

(นายเวรณัฐ ฐิตินิชกิจวงศ์)

ผู้อำนวยการกองสารสนเทศการตลาด

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นางสาวพรรณรดา ธีระวงศ์สกุล)

หัวหน้างานระบบสารสนเทศการตลาด

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นางสาวพัฒนีย์ ศรีตุลา)

หัวหน้างานการตลาดออนไลน์

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นายธีรภัทร โมฬีพันธ์)

หัวหน้างานกลยุทธ์โฆษณาในประเทศ

ลงชื่อ.....กรรมการและเลขานุการ

(นางสาวนิชกร เผ่าพันธ์)

พนักงานระบบคอมพิวเตอร์ 3

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิค จ้างโครงการสร้างแคมเปญการพัฒนานวัตกรรมเพื่อจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
<b>1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) (น้ำหนักร้อยละ 10 คิดเป็น 100 คะแนน)</b>	
10 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
<b>2. การนำเสนอทางเทคนิค (น้ำหนักร้อยละ 90 คิดเป็น 100 คะแนน)</b>	
<b>2.1 รายละเอียดแผนการดำเนินงาน (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 4 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงาน แผนการส่งมอบงาน และวิธีการบริหารโครงการที่ครอบคลุมขอบเขตของงานจ้าง และระบุระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน</li> <li>- มีโครงสร้างการบริหารโครงการ และการจัดอัตรากำลังคน พร้อมรายละเอียดหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน</li> </ul>
5 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงาน แผนการส่งมอบงาน และวิธีการบริหารโครงการที่ครอบคลุมขอบเขตของงานจ้างและระบุระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน</li> <li>- มีโครงสร้างการบริหารโครงการ และการจัดอัตรากำลังคน พร้อมรายละเอียดหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน</li> <li>- ระบุสัดส่วนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายแต่ละขอบเขตของงานจ้าง</li> </ul>
8 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงาน แผนการส่งมอบงาน และวิธีการบริหารโครงการที่ครอบคลุมขอบเขตของงานจ้างและระบุระยะเวลาการดำเนินงานที่ชัดเจน และเข้าใจถึงความเชื่อมโยงของแผน ททท. เป็นอย่างดี</li> <li>- มีโครงสร้างการบริหารโครงการ และการจัดอัตรากำลังคน พร้อมรายละเอียดหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน</li> <li>- ระบุสัดส่วนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายแต่ละขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- มีแผนงานเสริมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน</li> <li>- มีการเก็บข้อมูลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนลูกค้า ททท. สามารถนำไปต่อยอดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้</li> </ul>
<b>2.2 กลยุทธ์การใช้ระบบงานสารสนเทศทั้งหมดของกิจกรรม โดยพิจารณาจากการนำเสนอที่ชัดเจน ครบถ้วน และสอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน (15 คะแนน)</b>	
<b>2.2.1 การใช้ระบบงานสารสนเทศทั้งหมดของกิจกรรมและการดูแลรักษาระบบ (10 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 4 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกลยุทธ์การใช้งานระบบสารสนเทศและการดูแลรักษาระบบ แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- แผนงานไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบางประเด็น หรือแผนงานไม่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน</li> </ul>

5 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกลยุทธ์การใช้งานระบบสารสนเทศแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- มีกลยุทธ์การดูแลรักษาระบบ เป็นไปตามมาตรฐานสากล สามารถนำไปใช้ได้จริง และครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> </ul>
8 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีกลยุทธ์การใช้งานระบบสารสนเทศแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- มีกลยุทธ์การดูแลรักษาระบบ เป็นไปตามมาตรฐานสากล สามารถนำไปใช้ได้จริง และครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- มีการใช้งานระบบสารสนเทศครอบคลุมทุกส่วนที่สำคัญของกิจกรรม เชื่อมโยงข้อมูลกันอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการดูแลรักษาและสำรองข้อมูลอย่างถูกต้อง เป็นไปตามเงื่อนไขทางกฎหมาย และผลการดำเนินงานสามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ด้านการตลาดได้</li> </ul>
<b>2.2.2 ความน่าสนใจในการนำเสนอการเชื่อมต่อระบบสารสนเทศ ของ ททท. (5 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 3 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายละเอียดการรอบแนวคิดการเชื่อมต่อระบบสารสนเทศ ของ ททท. แต่อธิบายไม่ชัดเจน หรือไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานได้จริงหรือไม่</li> </ul>
4 - 5 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายละเอียดการรอบแนวคิดการเชื่อมต่อระบบสารสนเทศ ของ ททท. และอธิบาย ชัดเจน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ได้จริง</li> </ul>
จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
<b>2.3 ความรู้ความเข้าใจในโครงการ วิธีการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงาน Online Campaign ผ่านสื่อออนไลน์ โดยพิจารณาจากการนำเสนอที่ชัดเจนและครบถ้วนสร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน และสอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน (35 คะแนน)</b>	
<b>2.3.1 กลยุทธ์การโฆษณาและสร้างการรับรู้สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ (15 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- แผนงานสามารถนำไปใช้ได้จริงในบางประเด็น หรือแผนงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การดำเนินงานของ ททท. ในบางประเด็น</li> </ul>
6 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> <li>- มีรูปแบบแผนงานสามารถนำไปใช้ได้จริงบางส่วน</li> <li>- มีกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้บางกลุ่ม</li> </ul>
11 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> <li>- มีรูปแบบแผนงานที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง</li> <li>- มีกลยุทธ์การผสมผสานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เสนอช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>
<b>2.3.2 ความน่าสนใจและความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำคอนเทนต์และความน่าสนใจของกิจกรรม (10 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 4 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแนวคิดหลักการในการจัดทำคอนเทนต์ผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดกิจกรรมพอสังเขป</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการนำเสนอการออกแบบคอนเทนต์และการจัดกิจกรรม Mock up (Artwork หรือคอนเทนต์ อย่างใดอย่างหนึ่ง)</li> <li>- มีแผนงานการจัดกิจกรรมออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว</li> </ul>
5 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแนวคิดหลักการในการจัดทำคอนเทนต์ผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดกิจกรรมพอสั่งเซป</li> <li>- มีการนำเสนอการออกแบบคอนเทนต์และการจัดกิจกรรม Mock up (Artwork หรือคอนเทนต์ อย่างใดอย่างหนึ่ง)</li> <li>- มีแผนงานการจัดกิจกรรมออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว</li> <li>- มีรายละเอียดการออกแบบแนวคิดหลักการจัดทำคอนเทนต์เพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดกิจกรรม โดยถ่ายทอดแนวคิดได้ชัดเจน</li> </ul>
8 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายละเอียดการออกแบบแนวคิดหลักการจัดทำคอนเทนต์เพื่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดกิจกรรม โดยถ่ายทอดแนวคิดได้ชัดเจน</li> <li>- เสนอแนวทางการออกแบบคอนเทนต์และการจัดกิจกรรม Mock up ชัดเจน (Artwork หรือคอนเทนต์ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า) และมีความเชื่อมโยงของคอนเทนต์และการจัดกิจกรรม</li> <li>- มีแผนงานการจัดกิจกรรมออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว และทำได้จริง</li> </ul>
จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
<b>2.3.3 การคัดเลือกพันธมิตรเพื่อประกอบการจัดทำ Online campaign และการสนับสนุนด้าน supply ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (10 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 4 คะแนน	- มีรายละเอียดการคัดเลือกพันธมิตรไม่ครบถ้วน อธิบายไม่ชัดเจนหรือไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์แสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานได้จริงหรือไม่ และไม่มี ความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรม
5 - 7 คะแนน	- มีรายละเอียดการคัดเลือกพันธมิตรที่ครบถ้วน อธิบายชัดเจน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานได้จริง แต่ไม่มีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรม
8 - 10 คะแนน	- มีรายละเอียดการคัดเลือกพันธมิตรที่ครบถ้วนสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมให้ดูน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย อธิบายชัดเจน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับการจัดกิจกรรม
<b>2.4 แนวคิดหลักการในการนำเสนอผู้มีชื่อเสียงที่เป็นกระแสในเชิงบวกและมี life Style ด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ (15 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	มีแนวคิดในการนำเสนอผู้มีชื่อเสียง แต่อธิบายไม่ชัดเจนและไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
6 - 10 คะแนน	มีแนวคิดในการนำเสนอผู้มีชื่อเสียง มีการอธิบายที่ชัดเจนมี life Style ด้านการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
11 - 15 คะแนน	มีแนวคิดในการนำเสนอผู้มีชื่อเสียง อธิบายชัดเจน เป็นผู้มี life Style ด้านการท่องเที่ยว เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายตามเป้าหมายการตลาด ของ ททท.
<b>2.5 ความสอดคล้องในการจัดหาของรางวัล กับกระดำนเนินกิจกรรม Online Campaign (10 คะแนน)</b>	

0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 – 4 คะแนน	มีการนำเสนอของรางวัลที่ไม่เพียงพอกับการจัดกิจกรรม Online Campaign ขาดความเชื่อมโยงในทุกมิติ
5 – 7 คะแนน	มีการนำเสนอของรางวัลที่เพียงพอกับการจัดกิจกรรม Online Campaign แต่ขาดความเชื่อมโยงกับความเป็นไทย หรืออาจไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน
8 - 10 คะแนน	มีการนำเสนอของรางวัลที่น่าสนใจ สอดคล้องกับการกิจกรรม Online Campaign เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นไทย และเข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยว
<b>2.6 การจัดทำแบบสอบถามและประมวลผลการสำรวจ (5 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 – 3 คะแนน	มีการนำเสนอการจัดทำแบบสอบถามและประมวลผลการสำรวจพอสังเขป
4 – 5 คะแนน	มีการนำเสนอการจัดทำแบบสอบถามและประมวลผลการสำรวจ ชัดเจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อได้
<b>2.7 ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (10 คะแนน)</b>	
ผลงานด้านการจัดกิจกรรมออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานด้านการจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมลูกค้า และเป็นผลงานย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ โดยแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงาน หรือสำเนาสัญญา หรือสำเนาใบสั่งซื้อ หรือสำเนาใบส่งจ้าง แล้วแต่กรณี (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 4 คะแนน	มีผลงานด้านการจัดกิจกรรมออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานด้านการจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมลูกค้าโดยมีมูลค่าของสัญญามากกว่าหรือเท่ากับ 1,000,000 บาท และเป็นผลงานย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 ผลงาน และสามารถอธิบายภาพรวมของผลงานที่นำเสนอได้
5 - 7 คะแนน	มีผลงานด้านการจัดกิจกรรมออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์โดย และมีผลงานด้านการจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมลูกค้า มีมูลค่าของสัญญามากกว่าหรือเท่ากับ 2,000,000 บาท และเป็นผลงานย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 ผลงาน และสามารถอธิบายภาพรวมของผลงานที่นำเสนอได้
8 - 10 คะแนน	มีผลงานด้านการจัดกิจกรรมออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลงานด้านการจัดเก็บข้อมูลและติดตามพฤติกรรมลูกค้า โดยมีมูลค่าของสัญญามากกว่าหรือเท่ากับ 5,000,000 บาท <u>ย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอ จำนวนมากกว่า 2 ผลงานขึ้นไป</u> และสามารถอธิบายภาพรวมของผลงานที่นำเสนอได้