



ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

จ้างดำเนินโครงการคัดเลือกและสร้างสรรค์เรื่องราวสินค้าการท่องเที่ยวกลุ่ม Romance in Thailand

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม Niche Market และ Special Interest โดยเฉพาะกลุ่มคู่รัก คู่แต่งงาน คู่ฉลองวันครบรอบ และ Honeymooner มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงความหมาย (Meaningful & Experiential Travel) ที่กำลังเป็นที่นิยมทั่วโลก จากสถิติในปี 2566 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มคู่รักและคู่แต่งงานที่เดินทางเข้ามาไทยเป็นครั้งแรก (First Visitor) มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 33 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงถึง 79,628 บาทต่อคนต่อทริป ขณะเดียวกัน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนประเทศไทยซ้ำ (Revisit) ซึ่งเป็นฐานตลาดคุณภาพและมีระดับความผูกพันต่อจุดหมายปลายทางสูง ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ส่วนบุคคล ความเป็นส่วนตัว และกิจกรรมโรแมนติก (Romance activities) รูปแบบใหม่ๆ เช่น Private dining, Exclusive photoshoot, Sunset cruise และ Intimate cultural experiences ทั้งหมดนี้ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นสำหรับการเฉลิมฉลองโอกาสพิเศษของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

ประเทศไทยมีศักยภาพด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว บรรยากาศโรแมนติก และความหลากหลายของสินค้าและบริการที่สามารถรองรับกลุ่มตลาดคุณภาพดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ เกาะสมุย รวมถึงเมืองรองที่กำลังเติบโต ซึ่งต่างเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมด้านสถานที่จัดงาน การบริการระดับพรีเมียม และกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม เช่น งานแต่งงานริมทะเล การดินเนอร์วิวพาโนรามา สปาคู่รัก หรือกิจกรรมวัฒนธรรมเชิงประสบการณ์ ทั้งยังสอดคล้องกับทิศทางของรัฐบาลภายใต้แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ที่มุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้วยมาตรฐานระดับสากลและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ กลุ่มคู่รักและกลุ่มฉลองโอกาสสำคัญถือเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างรายได้ต่อหัวสูงสุดให้กับประเทศ

กองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว (กสท.) ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อยกระดับประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ จึงได้คัดเลือกและสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีศักยภาพ ภายใต้แนวคิด Magic Moment in Thailand มุ่งส่งมอบช่วงเวลาพิเศษมีคุณค่า และน่าจดจำให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มคู่รัก คู่แต่งงาน คู่ฉลองวันครบรอบ (Anniversary) และ Honeymooner ผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ “Romance activities” ที่ออกแบบอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้เกิดเรื่องราวที่สะท้อนวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ความอบอุ่น และเสน่ห์ของประเทศไทย ตอบรับแนวโน้มความต้องการแบบเฉพาะบุคคล Personalized และสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็น Romance Destination ที่โดดเด่นในระดับโลกต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อรวบรวมข้อมูล คัดเลือก และสร้างสรรค์เรื่องราวสินค้าและบริการ รวมถึงออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง เพื่อนำส่งประสบการณ์ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มคู่รัก คู่แต่งงาน คู่ฉลองวันครบรอบ (Anniversary) และ Honeymooner

2.2 เพื่อสนับสนุนข้อมูลสินค้าการท่องเที่ยวและเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานด้านตลาดของหน่วยงานภายใน ททท. และหน่วยงานพันธมิตร

2.3 เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถและโอกาสทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 หน่วยงานด้านตลาดและด้านสื่อสารการตลาดของ ททท.

3.2 ผู้ประกอบการ/หน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4. พื้นที่ดำเนินการ

สินค้าและบริการกิจกรรมท่องเที่ยวศักยภาพ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว Romance

5. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

5.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

5.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

5.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

5.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

5.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

5.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

5.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

5.10 ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ.) 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค (กวจ) 0405.2/ว 48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

6. ขอบเขตของงาน

6.1 จัดทำข้อมูลแนวโน้มสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Trend) และพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มคู่รัก คู่แต่งงาน คู่ฉลองวันครบรอบ (Anniversary) และ Honeymooner โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัย หรือเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ รวมถึงการหารือร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมสรุปผล เพื่อเป็นข้อมูลการคัดเลือกสินค้าการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ พฤติกรรม และไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มคู่รัก คู่แต่งงาน คู่ฉลองวันครบรอบ (Anniversary) และ Honeymooner ในแต่ละภูมิภาคของตลาดต่างประเทศ

6.2 รวบรวมข้อมูลและสร้างสรรค์เรื่องราว (Content Marketing) สินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มความสนใจพิเศษ Romance in Thailand ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 2 ภาษา ในตลาดกลุ่มเป้าหมาย โดยข้อมูลที่สร้างสรรค์ต้องประกอบด้วยรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่

6.2.1 ข้อมูลทางการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การกำหนด Theme ลักษณะเด่นของสถานที่ และความน่าสนใจของแหล่งหรือสินค้าและบริการท่องเที่ยว (Product & Service) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) และประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Experience) อาทิ แหล่งท่องเที่ยว การบริการ กิจกรรมเฉพาะกลุ่ม (Activity) และประสบการณ์ บริษัทนำเที่ยว (DMC) การเดินทางและโลจิสติกส์ ที่พักและสถานที่จัดงานที่มีแพ็คเกจสำหรับคู่รัก อาทิ Wedding Package, Honeymoon Package, Anniversary Package ผู้ประกอบการด้าน Wedding Planner และ Party Organizer อาหารและประสบการณ์เชิงรสชาติระดับพรีเมียม จำนวนไม่น้อยกว่า 5 Content (ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ในตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างน้อย 3 ภาษาขึ้นไป) และจำนวนสินค้าและบริการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 50 รายการ

ทั้งนี้ ให้นำเสนอรายชื่อและผลงานของนักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ที่จะดำเนินการเขียน Content Marketing รวมถึงพิสูจน์อักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจะต้องมีการรับรองการพิสูจน์อักษรโดยผู้เชี่ยวชาญ ให้ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ

6.2.2 ช่องทางการติดต่อ Online และ Offline

6.2.3 เวลาทำการเปิด - ปิด และข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว (ถ้ามี) ฯลฯ

6.2.4 การเดินทางเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว ตำแหน่งที่ตั้ง และหรือพิกัด GPS (ถ้ามี)

6.2.5 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจใกล้เคียง จุดเช็คอินและแหล่งถ่ายภาพเชิงโรแมนติก ในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวศักยภาพทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ตลอดการเดินทาง (Customer Journey) ทั้งนี้ ให้นำเสนอรายชื่อและผลงานของนักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ที่จะดำเนินการเขียน Marketing Content รวมถึงพิสูจน์อักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจะต้องมีการรับรองการพิสูจน์อักษรโดยผู้เชี่ยวชาญ ให้ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ

6.3 จัดทำ Product Presentation เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่ได้รับจากสินค้าบริการและเส้นทางท่องเที่ยวภายใต้โครงการฯ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในรูปแบบต่างๆ อาทิ Canva PowerPoint PDF ฯลฯ โดยจะต้องจัดทำให้มีความสวยงาม กระชับ สามารถนำไปใช้ในการเสนอในเชิงวิชาการและการตลาดได้ จำนวนอย่างน้อย 3 ภาษาของตลาดกลุ่มเป้าหมาย (จำนวนภาษาละ 1 ชุด Presentation)

6.4 ออกแบบและจัดทำเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้

6.4.1 รูปแบบออนไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลและเครื่องมือส่งเสริมการขาย ได้แก่

1) E-book (E-Magazine) ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศสำหรับตลาดกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย 3 ภาษา จำนวนภาษาละ 1 ชุด

2) E-Brochure ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศสำหรับตลาดกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย 3 ภาษา จำนวนภาษาละ 1 ชุด

3) Caption และ Ads Artwork Cover & Photo Album, Infographic สำหรับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Instagram, Website และอื่นๆ ในรูปแบบภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน

4) Photo Album หรือ Digital Gallery ภาพถ่ายและรูปภาพประกอบมีความทันสมัย สวยงาม น่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา (Content) โดยได้รับความเห็นชอบจาก ททท. พร้อมระบุ ชื่อรูปภาพ และที่มาของภาพถ่าย มีความละเอียดของภาพไม่ต่ำกว่า 300 dpi และรูปภาพต้องได้มาอย่างถูกต้อง อย่างน้อย 300 รูป ทั้งนี้ ให้เป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. โดยไม่จำกัดเงื่อนไขและระยะเวลาการใช้งาน

6.4.2 รูปแบบออฟไลน์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการขาย (Trade Show) ได้แก่

1) Magazine ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศของตลาดกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย 3 ภาษา จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า 200 เล่ม

2) Brochure ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศของตลาดกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย 3 ภาษา จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า 500 ชุด

3) Sale Kit ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศสำหรับตลาดเป้าหมาย อย่างน้อย 1 ภาษา ประกอบด้วยเครื่องมือสำหรับส่งเสริมการขายต่างๆ อาทิ Brochure, Thumb Drive ของที่ระลึก ที่สอดคล้องกับแนวคิด Magic Moment in Thailand ฯลฯ จำนวนภาษาละ 200 ชุด (รวมไม่น้อยกว่า 400 ชุด)

4) Roll Up Banner และอุปกรณ์อื่นๆ สำหรับตกแต่งสถานที่ในกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตามความเหมาะสม จำนวน 1 ชุด/ 1 ภาษา (ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศสำหรับตลาดกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย 1 ภาษา) รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชุดขึ้นไป

5) จัดทำของที่ระลึกที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการ สำหรับแจกจ่ายให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สื่อมวลชน และนักท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชิ้น

6.5 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ (Video) สรุปรูปภาพภาพรวมสินค้าการท่องเที่ยว Romance in Thailand ภาษาไทย พร้อมคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษ ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศในตลาดกลุ่มเป้าหมาย จำนวนอย่างน้อย 1 ภาษา ความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวนภาษาละ 1 ชุด รวมอย่างน้อย 3 ชุด ขึ้นไป และความยาวไม่เกิน 1 นาที ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศในตลาดกลุ่มเป้าหมาย จำนวนอย่างน้อย 1 ภาษา รวมอย่างน้อย 3 ชุดขึ้นไป (ไฟล์นามสกุลสำหรับนำลงช่องทาง Youtube ได้พร้อมระบุ Title และ Description) เพื่อเป็นเครื่องมือการตลาดในการนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวพร้อม Footage ที่เป็นลิขสิทธิ์ของ ททท.

6.6 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้สินค้าที่ได้รับการสร้างสรรค์กับหน่วยงานพันธมิตรอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายละเอียดแนวทางการดำเนินงาน และต้องสามารถสร้างการรับรู้ไม่น้อยกว่า 500,000 คน-ครั้ง

6.7 จัดกิจกรรมทดสอบสินค้าทางการท่องเที่ยว (Product Testing)

6.7.1 จัดกิจกรรมทดสอบสินค้าทางการท่องเที่ยว (Product Testing) โดยเชิญกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ตัวอย่างผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว (DMC /Tour Operator) และสื่อมวลชน (Blogger/ Influencer/ KOL) จำนวน 4 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 8 ราย เพื่อนำเสนอขายสินค้า/บริการท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

6.7.2 จัดเก็บข้อมูลและสรุปผลการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า เพื่อประเมินการจัดกิจกรรมและความพึงพอใจในรูปแบบไฟล์ PDF และ Words หรือไฟล์ที่แก้ไขได้ เพื่อนำผลการดำเนินกิจกรรมมาปรับปรุงและนำเสนอขายต่อด้านตลาดต่างประเทศ ททท. ต่อไป

6.8 ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Database) ภายใต้แนวคิดและ Theme ที่กำหนด อาทิ รายชื่อบริษัทนำเที่ยว (DMC) ที่เสนอขาย รายชื่อแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ฯลฯ ในรูปแบบไฟล์ word และ Excel File หรือรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสม

7. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ)

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาการให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

ประเด็นพิจารณา	น้ำหนัก การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1. เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 20	
2. เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 80	100 คะแนน
2.1 แผนการดำเนินงาน (20 คะแนน)		
2.1.1 มีแผนงานและรายละเอียดกำหนดระยะเวลาปฏิบัติงานชัดเจน		10 คะแนน
2.1.2 มีกระบวนการและแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตการดำเนินงาน		10 คะแนน
2.2 แนวคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจ (20 คะแนน)		
2.2.1 วิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว		10 คะแนน
2.2.2 แนวคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเชื่อมโยงเรื่องราวที่น่าสนใจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว		10 คะแนน

<p>2.3 ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตข้อมูลและเนื้อหา (Content) (30 คะแนน)</p> <p>2.3.1 แหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความน่าสนใจของข้อมูล และความครบถ้วนของเนื้อหาสินค้า</p> <p>2.3.2 ข้อมูลและเนื้อหาของสินค้ามีความทันสมัยและทันต่อกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>2.3.3 รูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ (การเรียบเรียงข้อมูล / การเล่าเรื่องราว) การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง</p>		<p>10 คะแนน</p> <p>10 คะแนน</p> <p>10 คะแนน</p>
<p>2.4 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อกิจกรรมการตลาด (15 คะแนน)</p> <p>2.4.1 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ มีความน่าสนใจ</p> <p>2.4.2 ความสวยงามและสอดคล้องกับแนวคิด มีความทันสมัย มีความน่าสนใจ</p>		<p>5 คะแนน</p> <p>10 คะแนน</p>
<p>2.5 การวางแผนจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า Product Testing</p> <p>รูปแบบ แนวทางการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า มีความน่าสนใจ</p>		<p>10 คะแนน</p>
<p>2.6 ความเชี่ยวชาญของผู้ยื่นข้อเสนอ</p> <p>ประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จตามขอบเขตของงานจ้าง</p>		<p>5 คะแนน</p>
<p>รวม</p>	<p>ร้อยละ 100</p>	<p>100 คะแนน</p>

หมายเหตุ

1. ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติ พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วน และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ผ่านการตรวจสอบผู้มีผลประโยชน์ร่วมกัน และมีหลักฐานเอกสารถูกต้อง จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอด้านราคาและเทคนิคในลำดับต่อไป

2. ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดประมาณ 45 นาที

3. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป

4. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก ผลการตัดสินของกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด

5. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งปวง โดยจะเรียกจูงจาก ททท. มิได้

8. ระยะเวลาการดำเนินการ

180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

9. งบประมาณ

4,500,000 บาท (สี่ล้านห้าแสนบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แผนการดำเนินงานทั้งหมดและรายละเอียดแนวทางการออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบไฟล์ Word และในรูปแบบเอกสาร จำนวน 3 ชุด ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

2. ส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.1, 6.2 ในรูปแบบไฟล์ Word และในรูปแบบเอกสาร จำนวน 3 ชุด ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

3. ส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.3, 6.4, 6.5, 6.6, 6.7 ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ส่งมอบงานในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และจัดเก็บข้อมูลต้นฉบับของงานทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ในรูปแบบ SSD External ความจุไม่ต่ำกว่า 1 TB จำนวน 2 ชุด ซึ่งบรรจุข้อมูลประกอบไปด้วยเนื้อหาดังต่อไปนี้

(1) ไฟล์ PDF (E-Magazine, E-Brochure) และ ไฟล์ PowerPoint Presentation

(2) ไฟล์ Artwork ทั้งหมดที่สามารถแก้ไขข้อมูลและรูปภาพได้

(3) ไฟล์ภาพที่ใช้ในงานทั้งหมด ซึ่งมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi เป็น Raw File และ Jpeg File โดยระบุชื่อภาพและที่มาของภาพถ่ายแต่ละภาพให้ชัดเจนว่าภาพใดเป็นภาพที่ผู้รับจ้างจัดหาเองและภาพใด ขอความอนุเคราะห์มาจากแหล่งอื่น เพื่อให้ ททท. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ต่อไป

(4) ไฟล์วิทัศน์สรุปภาพรวมสินค้าการท่องเที่ยวกลุ่ม Romance in Thailand

(5) ไฟล์ข้อมูลอื่นๆ ภายใต้อขอบเขตงานทั้งหมด

3.2 ส่งมอบ Magazine จำนวนไม่น้อยกว่า 600 เล่ม, Brochure จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 ชุด , Roll Up Banner จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ชุด, ของที่ระลึกสำหรับผู้ประกอบการ สื่อมวลชน และนักท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชิ้น , 400 Sale Kit ที่ออกแบบสอดคล้องกับแนวคิด Magic Moment in Thailand จำนวนไม่น้อยกว่า 400 ชุด

4. ส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.8 ในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และจัดเก็บข้อมูลต้นฉบับของงานทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ในรูปแบบ SSD External ความจุไม่ต่ำกว่า 1 TB จำนวน 2 ชุด ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

11. การจ่ายเงินค่าจ้าง

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานทั้งหมดแล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

12. สถานที่ส่งมอบงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่) กรุงเทพมหานคร

13. อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนด หรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาจ้างนั้นแต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จจนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือวันที่ ททท. ปฏิเสธการรับมอบงาน หรือวันที่บอกเลิกสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและหักราคาจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้นนอกจากการปรับได้อีกด้วย นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบล่าช้าได้อีกด้วย

14. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือโดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรีบจัดการแก้ไขให้ใช้ได้ดังเดิมนับตั้งแต่ได้รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมาย หรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าวหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นโดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

15. เงื่อนไขอื่น ๆ

15.1 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าธรรมเนียมการใช้สถานที่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการประสานงาน ค่าธรรมเนียมต่างๆ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการถ่ายทำทั้งหมด เช่น ค่าพาหนะในการเดินทางถ่ายภาพทุกชนิด ค่าอุปกรณ์การถ่ายภาพทุกชนิด ค่าธรรมเนียมการเข้าสถานที่ต่างๆ ค่าจ้างแรงงานในการควบคุมการถ่ายภาพ ช่างกล้อง ฯลฯ เป็นต้น พร้อมทั้งประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ตามที่ ททท. แจ้งเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

15.2 ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ผลิตเองโดยไม่ลอกเลียน ดัดแปลงแก้ไข มาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น โดยผลงานทั้งหมดถือเป็นกรรมสิทธิ์ และลิขสิทธิ์ของ ททท. ซึ่ง ททท. สามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้ต้องได้รับอนุญาตจาก ททท. เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

15.3 ผู้รับจ้างสามารถเสนอรายละเอียด เนื้อหา ข้อมูล หรือประเด็นการนำเสนองานเพิ่มเติมจากข้อกำหนด ได้ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีข้อเสนอใด ๆ ที่เห็นว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานครั้งนี้

15.4 เนื้อหาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมและสถานการณ์ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดและหากทีมงานต้องไปถ่ายทำในสถานที่อื่น ๆ เพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

15.5 ผู้รับจ้างจะต้องไม่นำเสนอข้อมูลที่ทำให้ ททท. เกิดความเสียหาย

15.6 ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (GDPR และ PDPA) และกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมโรคติดต่อโดยเคร่งครัด

16. ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคตะวันออก กองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว

17. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

ลงชื่อ.....

(นางสาวนลิน วชิรพันธุ์สกุล)

หัวหน้างานสินค้าการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ประธานกรรมการ

ลงชื่อ.....

(นางสาวจิราวรรณ วัชรรัตน์)

พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 6

กรรมการ

ลงชื่อ.....

(นายวสันต์ โกมุด)

พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 5

กรรมการและเลขานุการ

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

จ้างดำเนินโครงการคัดเลือกและสร้างสรรค์เรื่องราวสินค้าการท่องเที่ยวกลุ่ม Romance in Thailand

จำนวนคะแนน		รายละเอียดการให้คะแนน	
1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 20 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)			
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP		
2. การนำเสนอทางเทคนิค ร้อยละ 80 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)			
2.1 แผนการดำเนินงาน (20 คะแนน)			
2.1.1 มีแผนงานและรายละเอียดกำหนดระยะเวลาปฏิบัติงานชัดเจน (10 คะแนน)			
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	
แผนการดำเนินงาน รายละเอียดกรอบระยะเวลาปฏิบัติงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่น	
แผนการดำเนินงาน รายละเอียดกรอบระยะเวลาปฏิบัติงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5		
ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงาน รายละเอียดกรอบระยะเวลาปฏิบัติงาน	0		
2.1.2 มีกระบวนการและแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตการดำเนินงาน (10 คะแนน)			
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	
แผนการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ รายละเอียดครบถ้วน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา	
แผนการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ รายละเอียดครบถ้วน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5		
ไม่มีการนำเสนอแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ	0		

2.2 แนวคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจ (20 คะแนน)		
2.2.1 วิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
วิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
วิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอวิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	0	
2.2.2 แนวคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเชื่อมโยงเรื่องราวที่น่าสนใจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
แนวคิดการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยว มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
แนวคิดการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยว มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอแนวคิดการนำเสนอข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยว	0	

2.3 ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตข้อมูลและเนื้อหา (Content) (30 คะแนน)		
2.3.1 แหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความน่าสนใจของข้อมูล และความครบถ้วนของเนื้อหาสินค้า (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
แหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความน่าสนใจของข้อมูลและความครบถ้วนของเนื้อหาสินค้า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
แหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความน่าสนใจของข้อมูลและความครบถ้วนของเนื้อหาสินค้า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอแหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล และไม่มีการนำเสนอเนื้อหาสินค้า	0	
2.3.2 ข้อมูลและเนื้อหาของสินค้ามีความทันสมัยและทันต่อกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
ข้อมูลและเนื้อหาของสินค้ามีความทันสมัย และทันต่อกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
ข้อมูลและเนื้อหาของสินค้ามีความทันสมัย และทันต่อกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาของสินค้าที่มีความทันสมัยและทันต่อกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	0	

2.3.3 รูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ (การเรียบเรียงข้อมูล / การเล่าเรื่องราว) การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
รูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ (การเรียบเรียงข้อมูล / การเล่าเรื่องราว) การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย สามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
รูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ (การเรียบเรียงข้อมูล / การเล่าเรื่องราว) การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอรูปแบบของคอนเทนต์ การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง	0	
2.4 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อกิจกรรมการตลาด (15 คะแนน)		
2.4.1 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ มีความน่าสนใจ (5 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ มีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย สามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	4-5	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์ มีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-3	
ไม่มีการนำเสนอรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และออฟไลน์	0	

2.4.2 ความสวยงามและสอดคล้องกับแนวคิด มีความทันสมัย มีความน่าสนใจ (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
ความสวยงามและสอดคล้องกับแนวคิด มีความทันสมัย มีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย สามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
ความสวยงามและสอดคล้องกับแนวคิด มีความทันสมัย มีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอความสวยงามและสอดคล้องกับแนวคิด ไม่มีความทันสมัย ไม่น่าสนใจ	0	
2.5 การวางแผนจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า Product Testing (10 คะแนน)		
รูปแบบ แนวทางการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า มีความน่าสนใจ (10 คะแนน)		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
รูปแบบ แนวทางการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า มีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย สามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
รูปแบบ แนวทางการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า มีความน่าสนใจ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการและกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ชัดเจนหรือสามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1-5	
ไม่มีการนำเสนอรูปแบบ แนวทางการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า	0	

2.6 ความเชี่ยวชาญของผู้ยื่นข้อเสนอ (5 คะแนน)		
<p>ประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จตามขอบเขตของงานจ้าง (5 คะแนน)</p>		
รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
มีประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จ พร้อมดำเนินการตามขอบเขตของงานจ้างอย่างมีประสิทธิภาพ	4-5	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา
มีประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จ พร้อมดำเนินการตามขอบเขตของงานจ้าง แต่ไม่ชัดเจนในบางส่วน	1-3	
ไม่มีการนำเสนอประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จตามขอบเขตของงานจ้าง	0	