

จ้างจัดกิจกรรม Experience Thailand: Celebrity & Lifestyle Stories

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่ คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบข้อเสนอ/โครงการรายการกระตุ้นเศรษฐกิจตามแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้กรอบวงเงิน 157,000 ล้านบาท เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจโดยเฉพาะการลงทุนในโครงการสร้างพื้นฐานระยะยาวได้แก่ ด้านทรัพยากรน้ำ การคมนาคมขนส่ง และการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายเม็ดเงินในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงช่วยให้เศรษฐกิจขยายตัวและเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น หนึ่งในโครงการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้รับการอนุมัติให้ดำเนินงาน ได้แก่ โครงการแผนประชาสัมพันธ์กระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ปี 2568 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหา (Painpoint) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก (Value for money) ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวจากจำนวนหัวของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบันส่งผลให้หลายประเทศต่างใช้การท่องเที่ยวในการกระตุ้นเศรษฐกิจของตน โดยต่างมุ่งใช้การยกเว้นวีซ่าเป็นจุดดึงดูดส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวระดับโลกแข่งขันกันอย่างรุนแรง (Red Ocean) ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณที่ประเทศไทยไม่สามารถทุ่มงบประมาณในการทำตลาดเพื่อสู้กับการแข่งขันที่รุนแรงนี้ได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยไปสู่ระดับที่สูงขึ้น โดยแสวงหาโอกาสทางการตลาดใหม่ (Blue Ocean) สู่การเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน ผ่านการปรับภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ เน้นการปรับสมดุลใหม่จากการเน้นการสร้างรายได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนเป็นเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ใช้จ่ายสูงแทน

ทั้งนี้ ภายใต้โครงการแผนประชาสัมพันธ์กระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ปี 2568 ได้กำหนดจัดกิจกรรม Experience Thailand: Celebrity & Lifestyle Stories ภายใต้แนวคิดการสื่อสารหลักของททท. “Unforgettable Experience – ประสบการณ์ที่ไม่รู้ลืม” มุ่งสื่อสารภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็น “จุดหมายปลายทางแห่งประสบการณ์ที่เปี่ยมคุณค่าและยั่งยืน” ผ่าน key message “Healing is the New Luxury” สะท้อนบทบาทของประเทศไทยในฐานะดินแดนแห่งการเยียวยา การพักผ่อน และการเชื่อมโยงคุณค่าระหว่างผู้คนกับสถานที่ท่องเที่ยวในไทยที่สะท้อนความโดดเด่นของสินค้าท่องเที่ยวไทยในด้าน Luxury Travel อาทิ ศิลปะและวัฒนธรรม อาหารและสุขภาพ และกิจกรรมเทศกาลสำคัญต่าง ๆ โดยผูกโยงกับแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่จะได้รับระหว่างการเดินทาง (Customer Journey) ผ่านการสื่อสารของ Celebrity และ Global Influencers และสื่อกระแสหลักประเภท Lifestyle Magazine ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ Social Media ที่ได้รับความนิยมในประเทศเป้าหมาย บทความเชิงแรงบันดาลใจ (Inspirational Feature) สกู๊ปพิเศษเกี่ยวกับประสบการณ์ท่องเที่ยว (Special Editorial) และการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เพื่อให้เกิดการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในวงกว้าง ด้วยเป้าหมายให้ทุกการเดินทางมีความหมายลึกซึ้งและทรงคุณค่ายิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อปรับภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยเจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดใหม่คือ กลุ่ม Ultra Luxury/Luxury สร้างภาพจำให้ประเทศไทยเป็น Top-of-Mind Destination ให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัย มีคุณภาพ ได้

ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเน้นการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมกับตอกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

2. เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมายังประเทศไทย

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มกลาง-บน จากตลาดระยะไกล (Long-Haul) ในพื้นที่ตลาดระยะไกล (อเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลาง)

4. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

4.10 ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ.) 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566

5. ขอบเขตของงานจ้าง:

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการในส่วนต่าง ๆ รวมทั้งบริหารจัดการงานของโครงการทั้งหมดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ ททท. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 การจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรม Experience Thailand: Celebrity & Lifestyle Stories และดำเนินการประชาสัมพันธ์

5.1.1 นำเสนอแผนการดำเนินกิจกรรมภายใต้แนวคิดการสื่อสาร “Unforgettable Experience – ประสบการณ์ที่ไม่รู้ลืม” ที่สะท้อนความโดดเด่นของสินค้าท่องเที่ยวไทยในด้าน Luxury Travel อาทิ ศิลปะและวัฒนธรรม อาหารและสุขภาพ และกิจกรรมเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่าน Celebrity/Influencer/Magazine ที่มีชื่อเสียง เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

ตลอดจนนำเสนอแนวทางการจัดทำคอนเทนต์ที่ประสิทธิภาพผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีการชี้แจงรายละเอียดกรอบระยะเวลาการดำเนินการของกิจกรรม (Timeline) อย่างชัดเจนและครบถ้วน

5.1.2 จัดหาบุคลากรจำนวน 1 คน ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำแคมเปญสื่อสาร ทำหน้าที่บริหารกิจกรรมทั้งหมดในฐานะ Project Manager

5.1.3 จัดทำ Media Plan นำเสนอ Media Profile ที่ชัดเจนและกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ที่มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวในระดับกลาง-บน ในพื้นที่ตลาดระยะไกล (อเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลาง) และสร้างการรับรู้ไม่ต่ำกว่า 100,000,000 impressions โดยแบ่งเป็น

- การรับรู้ที่เกิดจาก Celebrity/Global Influencers (ข้อ 5.2 และ 5.3) ไม่น้อยกว่า 70,000,000 impressions
- การรับรู้ที่เกิดจาก Magazine (ข้อ 5.4) ไม่น้อยกว่า 15,000,000 impressions
- การรับรู้ที่เกิดจาก ข่าวประชาสัมพันธ์ (ข้อ 5.5) ไม่น้อยกว่า 15,000,000 impressions

และดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามแผนการดำเนินงานและ Media Plan ที่ได้นำเสนอตลอดระยะเวลาโครงการ

5.1.4 นำเสนอแนวคิด Theme การสร้างสรรค์ Content ของ Celebrity และคณะ Influencer โดยนำเสนอเส้นทาง ประสบการณ์ในการเดินทางแบบ Luxury Travel ที่สะท้อนแนวคิดการสื่อสาร Unforgettable Experience ภายใต้คอนเซ็ปต์ Healing IS The New Luxury – 5R ได้แก่ Retreats, Rituals, Reels, Rhythms และ Relations ที่แตกต่าง 5 เส้นทาง ได้แก่ Gastronomy Tourism, Fashion and Cultural Tourism, Sport and Outdoor Lifestyle, Wellness & Nature Retreat, Sustainability and Green Destination โดยรายละเอียดในการเดินทางจะต้องได้รับความเห็นชอบอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ททท. ก่อน

ทั้งนี้ ต้องกำหนด Key Visual และ Hashtag เฉพาะสำหรับกิจกรรม เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและการติดตามผล โดยผ่านการเห็นชอบจาก ททท.

5.2 การคัดเลือกและจัดหาผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) เข้าร่วมกิจกรรม

5.2.1 จัดหาผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) ต่างประเทศ เข้าร่วมกิจกรรมในประเทศไทย โดยเสนอรายชื่อให้ ททท. พิจารณาคัดเลือกไม่น้อยกว่า 3 ราย โดยจะต้องเป็น Celebrity ที่มีช่องทางเผยแพร่เป็นของตนเอง รวมผู้ติดตามทุกช่องทางไม่ต่ำกว่า 10,000,000 ราย ทั้งนี้ เมื่อ ททท. คัดเลือก Celebrity จากรายชื่อดังกล่าวแล้ว จะต้องยืนยันว่าสามารถเข้าร่วมโครงการได้ตลอดระยะเวลาของกิจกรรม

5.2.2 จัดการการเดินทางของ Celebrity และทีมงาน ตลอดการเข้าร่วมกิจกรรมในประเทศไทย โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดของคณะ ได้แก่

- 1) ค่าจ้าง Celebrity และทีมงาน
- 2) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศ จากประเทศต้นทางมายังประเทศไทย
ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินในประเทศ ของ Celebrity และทีมงาน
- 3) ค่าโรงแรมที่พัก 5 ดาวของ Celebrity และทีมงาน
- 4) ค่ากิจกรรม รวมถึงค่าจัดกิจกรรมสาธิต การทดสอบสินค้าและคำตอบแทนวิทยากรในแต่ละพื้นที่
- 5) ค่าพาหนะ ตามกำหนดการตลอดการเดินทาง
- 6) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
- 7) ค่ามัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ (ถ้ามี)

8) ค่าจัดทำประกันการเดินทางให้แก่คณะเดินทาง

9) ค่าธรรมเนียมและการจัดทำเอกสารต่าง ๆ อาทิ ค่าวีซ่า ค่า Work Permit

10) จัดหาของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ไทย หรือเอกลักษณ์พื้นที่ สำหรับ Celebrity และทีมงาน

11) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในข้อ 3) 4) และ 6) จะต้องเสนอมาให้ ททท. คัดเลือกและผ่านการเห็นชอบจาก ททท. ก่อน และค่าโรงแรมที่พักจะต้องแนบ Folio ในการเข้าพักด้วย และหากใช้บริการบริษัททำเที่ยวจะต้องแนบใบอนุญาตประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่ยังไม่หมดอายุด้วย

5.2.3 ประสานงานกับผู้ประกอบการ ชุมชนในพื้นที่ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ตามเส้นทางที่กำหนด รวมถึงการจัดเตรียมสถานที่สำหรับการจัดทำคอนเทนต์ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

5.2.4 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ Celebrity & Lifestyle Stories ในรูปแบบ Story Post เป็น Unlimited Daily Story อย่างน้อย 1 Story ตลอดระยะเวลาที่เดินทางมายังประเทศไทย และตั้งเป็น Highlight สามารถเรียกดูได้จนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการ และในรูปแบบ Content Post และ Reels พร้อมเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียของ Celebrity ตามข้อ 5.2.1 รายละเอียด ดังนี้

- Content Post ในรูปแบบ Carousel Album โดยมีภาพในแต่ละ Post ไม่ต่ำกว่า 8 ภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 โพสต์

- Reels ความยาว 15-30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้น

ทั้งนี้ Content จะต้องสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ติดตามอยากเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และอนุญาตให้ ททท. นำไปเผยแพร่ในสื่อของ ททท. (TAT Own Media) ในประเทศและต่างประเทศได้

5.2.5 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตชิ้นงานเพื่อนำผลงานการจัดกิจกรรมไปเผยแพร่ต่อยอดประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้กิจกรรมฯ ในรูปแบบวิดีโอ จำนวน 1 คลิป ความยาว 5-7 นาที พร้อมเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศเป้าหมายในตลาดระยะไกล ไม่ต่ำกว่า 3 ช่องทาง อาทิ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศในยุโรป และตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามแผนที่ได้นำเสนอในข้อ 5.1

5.2.6 Celebrity จะต้องเข้าร่วมกิจกรรม On Ground Event ในประเทศไทย หรือต่างประเทศ ตามที่ ททท. กำหนด จำนวนไม่ต่ำกว่า 1 งาน เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็น Luxury Destination สร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยบริษัทจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงานทั้งหมด

5.2.7 จัดหาทีมงานด้านการถ่ายทำ (Production Team) ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการถ่ายทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยทีมงานต้องมีประสบการณ์การถ่ายทำคอนเทนต์ ประชาสัมพันธ์/โฆษณา

5.2.8 ดำเนินการประสานงานและจัดทำเอกสารเพื่อยื่นขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์และสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยให้ถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

5.3 การคัดเลือกและจัดหา Global Influencers ที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมกิจกรรม

5.3.1 จัดหา Global Influencers ต่างประเทศ เข้าร่วมกิจกรรมในประเทศไทย ไม่ต่ำกว่า 8 ราย โดย Influencer ที่ได้รับคัดเลือกต้องเป็น Influencer ที่มีศักยภาพ มีช่องทางเผยแพร่เป็นของตนเอง และจะต้องมีผู้ติดตามทุกช่องทาง คนละไม่ต่ำกว่า 100,000 ราย ทั้งนี้ เมื่อ ททท. คัดเลือก Global Influencers จากรายชื่อดังกล่าวแล้ว จะต้องยืนยันว่าสามารถเข้าร่วมโครงการได้ตลอดระยะเวลาของกิจกรรม

5.3.2 จัดการการเดินทางของ Global Influencers และทีมงาน ตลอดการเข้าร่วมกิจกรรมในประเทศไทย โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดของคณะ ได้แก่

- 1) ค่าจ้าง Global Influencers และทีมงาน
- 2) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศ จากประเทศต้นทางมายังประเทศไทย ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินในประเทศ ของ Global Influencers และทีมงาน
- 3) ค่าโรงแรมที่พักไม่น้อยกว่า 4 ดาวของ Global Influencers และทีมงาน
- 4) ค่ากิจกรรม รวมถึงค่าจัดกิจกรรมสาธิต การทดสอบสินค้าและค่าตอบแทนวิทยากรในแต่ละพื้นที่
- 5) ค่าพาหนะ ตามกำหนดการตลอดการเดินทาง
- 6) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
- 7) ค่ามัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ (ถ้ามี)
- 8) ค่าจัดทำประกันการเดินทางให้แก่คณะเดินทาง
- 9) ค่าธรรมเนียมและการจัดทำเอกสารต่าง ๆ อาทิ ค่าวีซ่า ค่า Work Permit
- 10) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง
- 11) จัดหาของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ไทย หรือเอกลักษณ์พื้นที่ สำหรับ Global Influencers และทีมงาน

ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในข้อ 3) 4) และ 6) จะต้องเสนอมาให้ ททท. คัดเลือกและผ่านการเห็นชอบจาก ททท. ก่อน และค่าโรงแรมที่พักจะต้องแนบ Folio ในการเข้าพักด้วย และหากใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จะต้องแนบใบอนุญาตประกอบธุรกิจท่องเที่ยวด้วย

5.3.3 ประสานงานกับผู้ประกอบการ ชุมชนในพื้นที่ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ตามเส้นทางที่กำหนด รวมถึงการจัดเตรียมสถานที่สำหรับการจัดทำคอนเทนต์ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

5.3.4 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ Celebrity & Lifestyle Stories ในรูปแบบ Story Post เป็น Unlimited Daily Story อย่างน้อย 1 Story ต่อวัน ตลอดระยะเวลาที่เดินทางมายังประเทศไทย และตั้งเป็น Highlight สามารถเรียกดูได้จนสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการ และในรูปแบบ Content Post และ Reels พร้อมเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียของ Global Influencers ตามข้อ 5.3.1 รายละเอียด ดังนี้

- Content Post ในรูปแบบ Carousel Album โดยมีภาพในแต่ละ Post ไม่ต่ำกว่า 5 ภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 โพสต์ และ Single Post จำนวนไม่น้อยกว่า 1 โพสต์

- Reels ความยาว 15-30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ชิ้น

ทั้งนี้ Global Influencers จะต้องจัดทำ Content เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ติดตามอยากเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และอนุญาตให้ ททท. นำไปเผยแพร่ในสื่อของ ททท. (TAT Own Media) ในประเทศและต่างประเทศได้

5.4 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระแสหลักประเภท Lifestyle Magazine ในต่างประเทศ ที่ครอบคลุมตลาด Long-Haul ในพื้นที่เป้าหมาย โดยมีรายละเอียดของเนื้อหา ดังนี้

1) นำเสนอประเทศไทยในมุมมองใหม่ ผ่านการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความสนใจและเทรนด์การท่องเที่ยวของตลาดระยะไกล โดยเน้นการท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Travel) การท่องเที่ยวตาม Film Location หรือการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่ม LGBTQ สำหรับตลาดอเมริกา

2) นำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบ Luxury นำเสนอประเทศไทยในมุมมองใหม่ตามธีม Healing is the New Luxury โดยนำเสนอสินค้าและบริการด้าน Wellness, Private Travel, Retreat ฯลฯ สำหรับตลาดยุโรป

3) นำเสนอประเทศไทยผ่านสื่อ In-flight Magazines ของสายการบิน Middle East Airlines ที่มีภาพลักษณ์ Luxury ในตะวันออกกลาง โดยเน้นการสื่อสารภาพลักษณ์ความหรูหราและพรีเมียมของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไทย ทั้งในมิติของ Luxury Travel, Wellness และ Gastronomy เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงจากภูมิภาคตลาดระยะไกล

4) นำเสนอประเทศไทยผ่านสื่อแฟชั่นระดับโลก เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยว Hi-end โดยผสานภาพลักษณ์ความทันสมัยกับความเป็นเอกลักษณ์ของไทย ผ่านการเล่าเรื่องราวและการนำเสนอเชิงสร้างสรรค์ในสื่อที่มีอิทธิพลสูงต่อกลุ่มผู้บริโภคระดับพรีเมียม

5.4.1 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามรายละเอียดข้อ 5.4 ผ่านช่องทางนิตยสารชั้นนำระดับโลก (Lifestyle Magazine) ในต่างประเทศ จำนวนไม่ต่ำกว่า 3 ช่องทาง และมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 10 Content

5.4.2 การดำเนินงานในข้อ 5.4.1 จะต้องสร้างการรับรู้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ต่ำกว่า 15,000,000 Impressions และนิตยสารจะมียอดพิมพ์รวมไม่ต่ำกว่า 300,000 Circulations โดยจะต้องนำเสนอหลักฐานตัวเลขในการเข้าถึง (Media Coverage) ความคุ้มค่าหรือประสิทธิผลจากการลงทุน (Return on Investment) และการวัดผลการดำเนินงานที่ชัดเจน

5.4.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตชิ้นงานเพื่อเผยแพร่ในช่องทาง 5.4.1 ให้แก่ ททท. ดังนี้

- จัดทำบทความ โดยเป็น Content ที่ ททท. กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า 6 หน้า (Full Page Advertorial)

- จัดทำ Banner ในช่องทางออนไลน์ของนิตยสารในข้อ 5.4.1 และลิงค์ (Link) ไปยังเว็บไซต์ของนิตยสาร หรือเว็บไซต์ที่ ททท. กำหนด จำนวนไม่ต่ำกว่า 6 ชิ้นงาน

- จัดทำ Online Content ผ่านช่องทางของนิตยสารในข้อ 5.4.1 จำนวนไม่ต่ำกว่า 3 ชิ้นงาน โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง Celebrity หรือ KOL อย่างน้อย 1 คน โดยบุคคลดังกล่าวจะต้องมียอดผู้ติดตาม (Follower) ใน Social Media อาทิ Facebook, Instagram, TikTok ในแต่ละช่องทางไม่ต่ำกว่า 1,000,000 คน

- จัดทำบทสัมภาษณ์ของผู้บริหารของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือ ททท. (Exclusive Interview) จำนวนไม่ต่ำกว่า 2 บทความ และเผยแพร่ผ่านช่องทางของนิตยสารในข้อ 5.4.1

5.5 ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้กิจกรรมฯ ก่อนระหว่าง และหลังการจัดกิจกรรมฯ จำนวนไม่ต่ำกว่า 3 ข่าว พร้อมเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศเป้าหมายในตลาดระยะไกล อาทิ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศในยุโรป และตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามแผนที่ได้นำเสนอในข้อ 5.1

5.6 การประสานการดำเนินงานอื่น ๆ

5.6.1 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมฯ ในภาพรวมตลอดทั้งโครงการ ภายใน 15 วันหลังจากเสร็จสิ้นระยะเวลาจัดทำกิจกรรม ในรูปแบบรายงานและ Presentation

5.6.2 ผู้รับจ้างต้องบันทึกภาพและผลิตคลิปวิดีโอภาพรวมของกิจกรรม เพื่อใช้เผยแพร่ในช่องทางโซเชียลมีเดีย โดยจัดส่งให้ ททท. ภายใน 7 วัน หลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม

5.7 เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลง

1. กรณีที่คู่สัญญาหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเหตุผลความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง Influencer/Celebrity/Magazine ให้เสนอรายชื่อ Influence/Celebrity/ Magazine ที่มีชื่อเสียงในระดับใกล้เคียงกัน มาเข้าร่วมกิจกรรมแทน โดยต้องให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อน และค่าใช้จ่ายของ Influencer/Celebrity/ Magazine ใหม่ ต้องไม่เกินจากค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม หากค่าใช้จ่ายใหม่น้อยกว่าเดิม ททท. จะจ่ายค่าจ้างส่วนนี้ตามค่าใช้จ่ายจริง

2. กรณีเปลี่ยนเวลาการประชาสัมพันธ์ จะต้องเสนอตารางเวลาการประชาสัมพันธ์ใหม่ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วัน เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วนให้รับนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเวลาการประชาสัมพันธ์จะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย โดยจะต้องไม่สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม และต้องดำเนินการแก้ไขเอกสารหรือสื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกัน โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง

6. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ)

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาจากการให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้

1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 10

2. ข้อเสนอด้านเทคนิค กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 90 ซึ่งจะพิจารณาการให้คะแนน 100 คะแนน โดยจำแนกเป็น

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนักการให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1.	เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 10	
2.	เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 90	100 คะแนน
	2.1 แนวคิดและกลยุทธ์ในการจัดทำข้อมูลเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (Content) (30 คะแนน) - การกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (Media Plan and Strategy) โดยสอดคล้องกับนโยบายของ ททท. - กำหนดเวลาของการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์		20 คะแนน 10 คะแนน
	2.2 การคัดเลือก Social Media Influencers/Celebrity (20 คะแนน) - Social Media Influencers/Celebrity ที่นำเสนอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด - Social Media Influencers/Celebrity สามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) และเป็นกระบอกเสียง (Advocacy) ในการเผยแพร่ข่าวหรือ Content ท่องเที่ยวเชิงบวกของประเทศไทย		10 คะแนน 10 คะแนน
	2.3 การวางแผนเส้นทางและกิจกรรมในพื้นที่ (20 คะแนน) - ความเหมาะสมของเส้นทางสอดคล้องกับแนวคิดกิจกรรม		10 คะแนน

	- Theme และ Concept ในการนำเสนอ Content อย่างสร้างสรรค์		10 คะแนน
	2.4 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และคอนเทนต์ (20 คะแนน) - สื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด - การนำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ		10 คะแนน 10 คะแนน
	2.5 ผลงานและประสบการณ์ในการทำงาน (5 คะแนน)		5 คะแนน
	2.6 ข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้ ททท. (5 คะแนน)		5 คะแนน
	รวม	ร้อยละ 100	100 คะแนน

หมายเหตุ

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงว่ามีคุณสมบัติ พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วน และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ผ่านการตรวจสอบผู้มีผลประโยชน์ร่วมกัน และมีหลักฐานเอกสารถูกต้อง จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอด้านราคาและเทคนิคในลำดับต่อไป
2. ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดไม่เกิน 40 นาที
3. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป
4. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพสูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก ผลการตัดสินของกรรมการฯถือเป็นที่สุด
5. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งปวง โดยจะเรียกจากรัฐ ททท. ไม่ได้

7. ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนพฤศจิกายน 2568 – 31 มีนาคม 2569

8. เงินงบประมาณ

30,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

9. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างแบ่งออกเป็น 2 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 : ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้าง จำนวนร้อยละ 15 ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว โดยส่งมอบแผนการดำเนินกิจกรรม Experience Thailand: Celebrity & Lifestyle Stories ตามขอบเขตของงานจ้าง ข้อ 5.1 ในรูปแบบเอกสารจำนวน 1 ชุด และไฟล์ข้อมูลจำนวน 1 ชุด ส่งผ่านทางอีเมล interprdiv1@gmail.com ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

งวดที่ 2 : ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้าง จำนวนร้อยละ 80 ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว โดยส่งมอบรายงานสรุปการดำเนินกิจกรรม Experience Thailand: Celebrity &

Lifestyle Stories ตามขอบเขตของงานจ้างทั้งหมด พร้อมทั้งแสดงหลักฐานการเผยแพร่ชิ้นงาน (Monitor) และรายงานสรุปผลการดำเนินงานฯ การเผยแพร่โฆษณาทางสื่อออนไลน์ที่ครบถ้วน ในรูปแบบรายงาน จำนวน 2 ชุด และบันทึกไฟล์ในรูปแบบ SSD External disk drive ความจุไม่ต่ำกว่า 2 TB จำนวน 2 ชุด ภายในวันที่ 10 เมษายน 2569

10. สถานที่ส่งมอบพัสดุ

การท้องเที่ยวแห่งประเทศไทย เลขที่ 1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กทม. 10400

11. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนดเวลาหรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วน ตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาค่าจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดแล้วเสร็จจนถึงวันที่ ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือวันที่ ททท. ปฏิเสธ การรับมอบงาน หรือวันที่บอกเลิกสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานล่าช้าหรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธ การรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้น นอกจากการปรับได้อีกด้วย นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าได้อีกด้วย

12. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณีจะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่อง หรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายใน กำหนดเวลาดังกล่าวหากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ผู้รับ จ้างจะต้องรีบจัดการแก้ไขทันทีเพื่อให้ใช้การได้ดังเดิมภายใน 15 วัน นับตั้งแต่ได้รับแจ้งความชำรุด บกพร่องจากผู้ว่าจ้างหรือผู้ที่ผู้ว่าจ้างมอบหมายหรือตั้งแต่ผู้รับจ้างตรวจสอบพบความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นเอง โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

13. เงื่อนไขอื่น ๆ

13.1 ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าธรรมเนียมการใช้สถานที่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าจ้าง แรงงาน ค่าใช้จ่ายในการประสานงาน ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้การสนับสนุน และอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตามที่ ททท. แจ้ง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

13.2 ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายทุกกรณีที่เกิดจากการดำเนินงานตลอดระยะเวลา ดำเนินงานจ้างนี้ รวมทั้งผลสืบเนื่องทั้งก่อนและหลังการดำเนินงาน หากเกิดความเสียหายใด ๆ ททท. ไม่ต้อง มีส่วนความรับผิดชอบใด ๆ ทั้งสิ้น

13.3 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนด General Data Protection Regulation (GDPR) และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 PDPA (Personal Data Protection Act, B.E. 2562 (2019) อย่างเคร่งครัด โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณี หากมีการดำเนินการทางกฎหมาย เกิดขึ้น

13.4 หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบหรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของภาครัฐบาลหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนนำมาใช้ โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณี หากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น

13.5 ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการให้ตรงตามกำหนด ไม่ว่าจะด้วยเหตุใด ๆ ก็ตาม ผู้รับจ้างต้องแจ้งเป็นหนังสือให้ ททท. ให้ความเห็นชอบก่อน เพื่อ ททท. จะได้พิจารณาหรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานตามเห็นสมควร โดย ททท. จะแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบโดยเร็วเพื่อผู้รับจ้างจะสามารถจัดการได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของ ททท. หากผู้รับจ้างละเลยไม่แจ้งให้ ททท. ทราบ ททท. จะไม่รับผิดชอบค่าดำเนินการหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่กรณีเหตุสำคัญเร่งด่วน ทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างให้ความเห็นชอบก่อนได้ แต่ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างทราบโดยทันทีที่มีเหตุสำคัญเร่งด่วน แล้วยืนยันเป็นหนังสือไปยังผู้ว่าจ้างภายหลังโดยเร็ว

13.6 ททท. ได้รับสิทธิ์ในการนำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Photo หรือ VDO Clip หรือ Short VDO หรือ Reels ในข้อ 5.5.1 (1) นำไปเผยแพร่ในสื่อของ ททท. (TAT Own Media) ทั้งในและต่างประเทศ

13.7 รายละเอียดขอบเขตของงาน (TOR) ครั้งนี้ ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

14. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

15. ผู้จัดทำขอบเขตของงานจ้าง

- | | |
|---|---------------------|
| 1. ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ | ประธานกรรมการ |
| 2. หัวหน้างานกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ | กรรมการ |
| 3. นางสาวจิตสุภา มหารัตน์ | กรรมการและเลขานุการ |

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอด้านเทคนิค การจ้างจัดกิจกรรม Experience Thailand: Celebrity & Lifestyle Stories

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 10 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
2. การนำเสนอด้านเทคนิค ร้อยละ 90 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
2.1 แนวคิดและกลยุทธ์ในการจัดทำข้อมูลเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (Content) (คะแนนรวม 30 คะแนน)	
- การกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (Media Plan and Strategy) โดยสอดคล้องกับนโยบายของ ททท. (20 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 10 คะแนน	- นำเสนอแผนการดำเนินงานและแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (Media Plan and Strategy)
11 - 20 คะแนน	- นำเสนอแผนการดำเนินงานและแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (Media Plan and Strategy) สอดคล้องกับนโยบายของ ททท.
วิธีการประเมิน	รายละเอียด Media Plan and Strategy
- กำหนดเวลาของการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์ (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีกำหนดเวลาของการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์อย่างกว้าง ๆ
6 - 10 คะแนน	- มีกำหนดเวลาของการเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน - มีแผนงานเสริมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็ว
วิธีการประเมิน	Timeline การเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์
2.2 การคัดเลือก Social Media Influencers/Celebrity (คะแนนรวม 20 คะแนน)	
- Social Media Influencers/Celebrity ที่นำเสนอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- Social Media Influencers/Celebrity ที่นำเสนอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด
6 - 10 คะแนน	- Social Media Influencers/Celebrity ที่นำเสนอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด ได้อย่างครอบคลุม มีประสิทธิภาพ
วิธีการประเมิน	รายชื่อ Social Media Influencers/Celebrity ที่ผู้ยื่นข้อเสนอคัดเลือกมา
- Social Media Influencers/Celebrity สามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) และเป็นกระบอกเสียง (Advocacy) ในการเผยแพร่ข่าวหรือ Content ท้องเที่ยวเชิงบวกของประเทศไทยได้ (10 คะแนน)	
1 - 5 คะแนน	- Social Media Influencers/Celebrity สามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) และเป็นกระบอกเสียง (Advocacy) ในการเผยแพร่ข่าวหรือ Content ท้องเที่ยวเชิงบวกของประเทศไทยได้
6 - 10 คะแนน	- Social Media Influencers/Celebrity สามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) และเป็นกระบอกเสียง (Advocacy) ในการเผยแพร่ข่าวหรือ Content ท้องเที่ยวเชิงบวกของประเทศไทยได้ ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด
วิธีการประเมิน	ช่องทางและศักยภาพของ Social Media Influencers/Celebrity

2.3 การวางแผนเส้นทางและกิจกรรมในพื้นที่ (คะแนนรวม 20 คะแนน)	
- ความเหมาะสมของเส้นทางสอดคล้องกับแนวคิดกิจกรรม (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- เส้นทางมีความเหมาะสม
6 - 10 คะแนน	- เส้นทางมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดกิจกรรม
วิธีการประเมิน	ร่างกำหนดการเดินทาง
- Theme และ Concept ในการนำเสนอเสน่ห์ไทยอย่างสร้างสรรค์ (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- Theme และ Concept ในการนำเสนอเสน่ห์ไทยอย่างสร้างสรรค์
6 - 10 คะแนน	- มีการอธิบายหลักการและเหตุผลในการสร้างสรรค์ Theme และ Concept - Theme และ Concept ในการนำเสนอเสน่ห์ไทยอย่างสร้างสรรค์
วิธีการประเมิน	Theme และ Concept ในการนำเสนองาน
2.4 สื่อประชาสัมพันธ์ (คะแนนรวม 20 คะแนน)	
- สื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	มีกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และหรือออฟไลน์
6 - 10 คะแนน	- มีกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และหรือออฟไลน์ อธิบายได้ชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงานจ้าง
วิธีการประเมิน	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ยื่นข้อเสนอคัดเลือกมา
- การนำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ (10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- การนำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ
6 - 10 คะแนน	- การนำเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ ททท. กำหนด
วิธีการประเมิน	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ยื่นข้อเสนอคัดเลือกมา
2.5 ผลงานและประสบการณ์ในการทำงาน (คะแนนรวม 5 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 3 คะแนน	มีผลงานด้านการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และ Social Media Influencers/Celebrity โดยมีมูลค่าของสัญญาจ้างมากกว่าหรือเท่ากับ 2,000,000 บาท จำนวนอย่างน้อย 1 ผลงาน และสามารถอธิบายภาพรวมของผลงานที่นำเสนอได้
4 - 5 คะแนน	มีผลงานด้านการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และ Social Media Influencers/Celebrity โดยมีมูลค่าของสัญญาจ้างมากกว่าหรือเท่ากับ 5,000,000 บาท จำนวนอย่างน้อย 1 ผลงาน และสามารถอธิบายภาพรวมของผลงานที่นำเสนอได้
วิธีการประเมิน	สำเนาหนังสือรับรองผลงาน หรือสำเนาสัญญาจ้าง ประกอบการพิจารณา
2.6 ข้อเสนอพิเศษ (คะแนนรวม 5 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 3 คะแนน	มีข้อเสนอพิเศษที่ช่วยให้กิจกรรมบรรลุตามวัตถุประสงค์
4 - 5 คะแนน	มีข้อเสนอพิเศษที่คุ้มค่าและช่วยให้กิจกรรมบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
วิธีการประเมิน	เอกสารข้อเสนอพิเศษ

