



ขอบเขตของงาน (Terms of References: TOR)
จ้างโครงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
(Thailand's Creative Tourism)

1. หลักการและเหตุผล

ด้วยแผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ฉบับทบทวน พ.ศ. 2569-2570 กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างคุณค่าและยกระดับห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยว (Shape Supply) ส่งเสริมการพัฒนาและสร้างสรรค์สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการมีส่วนร่วมของพันธมิตร ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานทุนวัฒนธรรม ที่ครอบคลุมการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดยการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Collaboration) รวมถึงนโยบาย “The New Thailand” และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ในการเดินทางขับเคลื่อนและผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสู่มาตรฐานสากลที่มุ่งเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ (Value is the New Volume) ภายใต้แนวคิดหลัก “Stay Focus” เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยกองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว จึงจะดำเนินโครงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Thailand's Creative Tourism) เพื่อสร้างสรรค์เรื่องราว (Content Marketing) และเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว/รูปแบบ/เส้นทางท่องเที่ยวยั่งยืน ด้วยการต่อยอดจากฐานทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร (Co-Creation) เพื่อพัฒนาและยกระดับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และคุณค่า สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน รวมถึงการนำเสนอการท่องเที่ยวไทยผ่านมิติของอารมณ์และความรู้สึกที่หลากหลาย ถ่ายทอดคุณค่าที่เกิดจากประสบการณ์จริงของการเดินทางในแต่ละจุดหมาย โดยแนวทางดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายและการกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องตลอดทั้งปี ลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงพื้นที่และช่วงเวลา อันจะช่วยเพิ่มโอกาสและกระจายรายได้สู่ชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก พร้อมทั้งสร้างสมดุลในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โดยการดำเนินงานดังกล่าวจะใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงานให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก ททท. อาทิ ด้านสื่อสารการตลาด ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดต่างประเทศ ททท. สื่อมวลชน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ฯลฯ เพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดการนำเสนอสินค้าและประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสร้างสรรค์เรื่องราว (Content Marketing) และเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยว/รูปแบบ/เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ด้วยการต่อยอดจากฐานทุนทางวัฒนธรรม/วิถีชีวิต/ภูมิปัญญาของชุมชนหรือผู้ประกอบการในท้องถิ่น ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมร่วมกับพันธมิตร (Co-Creation)

2.2 เพื่อเป็นข้อมูลและเครื่องมือสนับสนุนการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของหน่วยงานภายใน ททท. และหน่วยงานพันธมิตร

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ชุมชนท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการท่องเที่ยว/เจ้าของสินค้าและบริการท่องเที่ยว
- 3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
- 3.3 หน่วยงานด้านตลาดและสื่อสารการตลาดของ ททท.

4. พื้นที่ดำเนินงาน

- 5 ภูมิภาคทั่วประเทศไทย และ/หรือพื้นที่ในเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย

5. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- 5.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 5.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 5.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 5.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 5.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 5.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 5.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
- 5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 5.10 ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ.) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค. (กวจ.) 0405.2/ว 48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

6. ขอบเขตของงาน

ดำเนินการสร้างสรรค์สินค้า บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ตามอัตลักษณ์พื้นที่บนฐานทุนทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร ภายใต้กรอบแนวคิด The New Thailand และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ด้วยการ “ต่อยอด เพิ่มคุณค่า หาจุดต่าง” พร้อมเปิดมุมมองใหม่ในการนำเสนอเรื่องราวและเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง ผ่านมิติของอารมณ์และความรู้สึกที่หลากหลาย ถ่ายทอดคุณค่าที่เกิดจากประสบการณ์จริงของการเดินทางในแต่ละจุดหมาย ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม หรือเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ กับนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 จัดทำข้อมูลแนวโน้มสถานการณ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Trend) ทิศทางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่สำคัญของโลกและประเทศไทย ข้อมูลเครือข่ายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย จากแหล่งต่าง ๆ อาทิ เอกสาร บทความ งานวิจัย หรือเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ รวมถึงการสอบถามจากผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องพร้อมสรุปผล เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการคัดเลือกสินค้าการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย

6.2 สร้างสรรค์เนื้อหาเรื่องราว (Content Marketing)

6.2.1 รวบรวมข้อมูลและสร้างสรรค์เนื้อหาเรื่องราว (Content Marketing) สินค้าและบริการแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ภายใต้แคมเปญ “สุขพื้นที่ ที่เที่ยวไทย” ที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ ที่มีเรื่องราวน่าสนใจ นำเสนอจุดเด่นและความสร้างสรรค์ของท้องถิ่นต่าง ๆ ในมุมมองใหม่ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับและมีความหมาย (Meaningful Experience) โดยมุ่งเน้นสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ผ่านมาตรฐาน/เกณฑ์ความยั่งยืนของ ททท. และมีศักยภาพในการต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยให้เสนอ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 รายการ/Content เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง จำนวนอย่างน้อย 5 เส้นทางที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว/สอดคล้องกับพื้นที่เป้าหมายของด้านตลาดในประเทศ เน้นส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าน่าจดจำ (Meaningful Experience) กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย/การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องตลอดทั้งปี และลดการกระจุกตัวเชิงพื้นที่และช่วงเวลา โดยต้องประกอบด้วยรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่

(1) ข้อมูลทางการตลาดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น การกำหนด Theme ลักษณะเด่นของสถานที่และความน่าสนใจของแหล่งหรือสินค้าและบริการท่องเที่ยว (Product & Service) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) และประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Experience)

(2) รูปภาพประกอบที่มีความทันสมัย สวยงาม น่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา (Content) โดยได้รับความเห็นชอบจาก ททท. พร้อมระบุ ชื่อรูปภาพและที่มาของภาพถ่าย มีความละเอียดของภาพไม่ต่ำกว่า 300 dpi และรูปภาพต้องได้มาอย่างถูกต้อง อย่างน้อย 300 รูป ทั้งนี้ ให้เป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. โดยไม่จำกัดเงื่อนไขและระยะเวลาการใช้งาน

(3) ช่องทางการติดต่อทั้ง Online และ Offline

(4) เวลาทำการเปิด - ปิด และข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว (ถ้ามี)

(5) การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตำแหน่งที่ตั้ง และพิกัด (GPS) (ถ้ามี)

/(6) แหล่งท่องเที่ยว...

(6) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจใกล้เคียง

ทั้งนี้ ให้นำเสนอรายชื่อและผลงานของนักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ที่จะดำเนินการเขียน Content Marketing รวมถึงพิสูจน์อักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจะต้องมีการรับรองการพิสูจน์อักษรโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยให้ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ

6.2.2 จัดทำ Product Presentation เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่ได้รับจากสินค้าบริการและเส้นทางท่องเที่ยวภายใต้โครงการฯ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ Canva PowerPoint PDF ฯลฯ โดยจะต้องจัดทำให้มีความสวยงาม กระชับ สามารถนำไปใช้ในการนำเสนอในเชิงวิชาการและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวได้ จำนวนภาษาละ 1 ชุด

6.2.3 ออกแบบและจัดทำเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้

(1) รูปแบบออนไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลและเครื่องมือส่งเสริมการขาย ได้แก่

- E-book ภาษาไทยและอังกฤษ จำนวนภาษาละ 1 ชุด
- E-brochure ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนภาษาละ 1 ชุด
- Caption และ Ads Artwork Cover & Photo album, Infographic สำหรับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Instagram, Website และอื่น ๆ ในรูปแบบภาษาไทยและอังกฤษให้เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน

(2) รูปแบบออฟไลน์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการขาย ได้แก่

- Book ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ จำนวนภาษาละไม่น้อยกว่า 300 เล่ม
- Brochure ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 600 ชุด
- Sale Kit ประกอบด้วยเครื่องมือสำหรับส่งเสริมการขายต่าง ๆ อาทิ Thumb Drive, Brochure, ของที่ระลึก ฯลฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชุด
- Roll Up Banner และอุปกรณ์อื่น ๆ สำหรับตกแต่งสถานที่ในกิจกรรมส่งเสริมการขายตามความเหมาะสม จำนวน 1 ชุด
- จัดทำของที่ระลึกที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการ สำหรับแจกจ่ายให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สื่อมวลชน และนักท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชิ้น

6.2.4 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ (Video) สรุปรวบรวมสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินการสร้างสรรค์ภาษาไทย และมีคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 1 ชุด และความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวน 3 ชุด (ไฟล์นามสกุลสำหรับนำลงช่องทาง YouTube ได้) เพื่อเป็นเครื่องมือการตลาดในการนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยว พร้อม Footage ที่เป็นลิขสิทธิ์ของ ททท.

6.3 การต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับพันธมิตร (กิจกรรม Co-Creation)

6.3.1 ศึกษาโอกาส ความต้องการและเสริมศักยภาพในการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายร่วมกับพันธมิตร จากที่ดำเนินการสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) จำนวนอย่างน้อย 3 พื้นที่ พร้อมสำรวจความต้องการชุมชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เป้าหมาย (VOS) ในรูปแบบการสัมภาษณ์และ/หรือตอบแบบสอบถาม พร้อมจัดทำสรุปผลเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวทางในการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

6.3.2 จัดทำแนวคิดและแผนงานการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวจากที่ดำเนินการสร้างสรรค์เรื่องราว (Content Marketing) จำนวน 1 ชุด พร้อมคัดสรรผู้เชี่ยวชาญเพื่อเสริมทักษะและเพิ่มศักยภาพในแต่ละด้านให้กับชุมชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย เช่น การออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารพื้นถิ่น การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว การเล่าเรื่องและสร้างแบรนด์ การตลาดและการสื่อสารการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงกิจกรรม/เส้นทางท่องเที่ยว ฯลฯ โดยให้เสนอ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ

6.3.3 จัดกิจกรรมให้คำแนะนำ/เสริมศักยภาพตามแผนงานข้อ 3.2 จำนวนอย่างน้อย 3 ครั้ง (พื้นที่ละ 1 ครั้ง) โดยดำเนินการร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรและผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขา (Co-Creation) ด้วยรูปแบบวิธีการต่าง ๆ ในการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและองค์ความรู้ในระยะยาวให้กับชุมชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวจะต้องมีผลงานเป็นรูปธรรม จำนวนพื้นที่ละ 1 ผลงาน/รูปแบบ อาทิ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารหรือวัตถุดิบพื้นถิ่น การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว การเล่าเรื่องและสร้างแบรนด์ การตลาดและการสื่อสารการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงกิจกรรม/เส้นทางท่องเที่ยว ฯลฯ

6.3.4 จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของชุมชน/ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยว/เส้นทางท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ พร้อมจัดทำรายงานสรุปผล ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการดำเนินงาน

6.4 จัดกิจกรรมทดสอบสินค้าทางการท่องเที่ยว (Product Testing)

6.4.1 จัดกิจกรรมทดสอบสินค้าทางการท่องเที่ยว (Product Testing) โดยเชิญกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (DMC/Tour Operator) และสื่อมวลชน (Blogger/Influencer/KOL) เข้าร่วม จำนวนอย่างน้อย 3 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 10 ราย เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ/เส้นทางท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

6.4.2 จัดเก็บข้อมูลและสรุปผลการจัดกิจกรรมทดสอบสินค้า เพื่อประเมินความพร้อมและศักยภาพในการเสนอขาย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ในรูปแบบไฟล์ PDF และ Word หรือไฟล์ที่แก้ไขได้ เพื่อนำผลการดำเนินงานมาปรับปรุงและนำเสนอผู้เกี่ยวข้องดำเนินการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวต่อไป

6.5 สร้างการรับรู้เนื้อหาและเส้นทางท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ผ่าน Blogger, Influencer หรือ KOL ที่มียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 100,000 Followers ในสื่อออนไลน์/สื่อสังคมออนไลน์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ จำนวนอย่างน้อย 10 สื่อ/ครั้ง โดยให้เสนอ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ

6.6 จัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Database) ที่ได้ดำเนินการสร้างสรรค์ อาทิ รายละเอียดข้อมูลทางการตลาดท่องเที่ยว รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่เสนอขาย รายชื่อแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว หรือมาตรฐาน/รางวัลที่ได้รับด้านการท่องเที่ยว ฯลฯ ในรูปแบบไฟล์ Excel หรือรูปแบบอื่น ๆ 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 กระบวนการทำงาน 2.1.1 มีแผนงานและรายละเอียดกำหนดระยะเวลาปฏิบัติงานชัดเจน 2.1.2 มีกระบวนการและแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตการดำเนินงาน		10 คะแนน 10 คะแนน
2.2 ความคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจ (Content) 2.2.1 วิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และ พื้นที่ดำเนินการ 2.2.2 แหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความน่าสนใจของข้อมูล และความ ครบถ้วนของเนื้อหาสินค้ามีความทันสมัยและทันต่อกระแสความต้องการของ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 2.2.3 รูปแบบของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ (การเรียบเรียงข้อมูล/การเล่าเรื่องราว) 2.2.4 การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง		10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน
2.3 แนวคิดและรูปแบบการดำเนินงานที่สร้างสรรค์กิจกรรม Co-Creation แนวคิดและรูปแบบการดำเนินงานในการต่อยอดสร้างคุณค่า/มูลค่าเพิ่มให้กับ สินค้าการท่องเที่ยวจากที่ดำเนินการสร้างสรรค์ Content		20 คะแนน
2.4 การออกแบบและจัดทำเครื่องมือส่งเสริมการตลาด 2.4.1 รูปแบบการจัดวาง Artwork และการนำเสนอของแต่ละชิ้นงาน ที่สร้างสรรค์ ทันสมัย เหมาะสม สวยงาม และสอดคล้องกับแนวคิด 2.4.2 การคัดเลือกสื่อและความเหมาะสมของช่องทาง มีแผนการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการเผยแพร่สร้างการรับรู้ Content ให้เข้าถึงและตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย		5 คะแนน 5 คะแนน
2.5 ความเชี่ยวชาญของผู้ยื่นข้อเสนอ ประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งมอบให้งานประสบ ความสำเร็จตามขอบเขตของงานจ้าง		10 คะแนน
รวม	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

หมายเหตุ

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติจำนวน 1 ชุด พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วนจำนวน 5 ชุด และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค ผู้เสนอราคา ต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่างๆ ให้ครบถ้วน และจัดทำรายละเอียดของงานให้ครบถ้วนตามขอบเขตของงานเพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการพิจารณา
2. ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม จากคณะกรรมการฯ รายละเอียดประมาณ 45 นาที รวมถามตอบ
3. ททท. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 90 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปรวมกับคะแนนเกณฑ์ราคาต่อไป
4. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวม สูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก ผลการตัดสินของคณะกรรมการจ้างโดยวิธีคัดเลือกถือเป็นที่สุด
5. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งปวง โดยจะเรียกจากร่าง ททท. มิได้

8. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

9. วงเงินงบประมาณ

5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

10. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงานให้แก่ ททท. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แผนการดำเนินงานทั้งหมดและรายละเอียดแนวทางการออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ
2. ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ 6.1-6.2 (6.2.1 (1), (3)-(6)), 6.6 ในรูปแบบไฟล์ Word โดยส่งมาที่ e-mail isanculture938@gmail.com ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ
3. ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ 6.2 (6.2.1 (2), 6.2.2, 6.2.3 (1), 6.2.4), 6.3-6.5 ในรูปแบบไฟล์ Word โดยส่งมาที่ e-mail isanculture938@gmail.com ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ
4. ส่งมอบงานตามขอบเขตของงานข้อ 6.2 (6.2.3 (2)) และส่งมอบงานตามขอบเขตของงานทั้งหมด ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

/4.1 ส่งมอบงาน...

4.1 ส่งมอบงานในรูปแบบเอกสาร จำนวน 1 ชุด และจัดเก็บข้อมูลต้นฉบับของงานทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ในรูปแบบ SSD External ความจุไม่ต่ำกว่า 2 TB จำนวน 2 ชุด ซึ่งบรรจุข้อมูลประกอบไปด้วยเนื้อหาตามขอบเขตงานทั้งหมด ดังนี้

(1) ไฟล์ PDF (E-Book, E-Brochure) โดย E-Book ประกอบด้วย ภาพปก ขนาดไม่ต่ำกว่า 400x600 Pixels รูปแบบ Double Page ขนาดไฟล์ไม่เกิน 50 MB พร้อมระบุ Title, Description และไฟล์ PowerPoint Presentation

(2) ไฟล์ข้อมูลดิบ (Raw Data) ในรูปแบบ Microsoft Word หรือ Excel ที่ประกอบด้วยเนื้อหาและข้อมูลเดียวกันกับ E-Book

(3) ไฟล์ Artwork ทั้งหมดที่สามารถแก้ไขข้อมูลและรูปภาพได้

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

(5) ไฟล์วีดิทัศน์สรุปภาพรวมสินค้าทางการท่องเที่ยวข้าวไทย (Thai Rice Journey)

(6) ไฟล์ข้อมูลอื่น ๆ ภายใต้อขอบเขตของงานทั้งหมด

4.2 ส่งมอบ Book ภาษาไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 300 เล่ม ภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 300 เล่ม, Brochure จำนวนไม่น้อยกว่า 600 ชุด, Sale Kit จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชุด, อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย จำนวน 1 ชุด และของที่ระลึก จำนวน 500 ชิ้น

4.3 ส่งมอบงานในรูปแบบรายงานสรุปการดำเนินงานตามขอบเขตงานทั้งหมด จำนวน 5 ชุด

11. การจ่ายเงิน

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

12. สถานที่ส่งมอบงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1600 ถนนเพชรบุรี แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

13. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลา หรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาค่าจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100.00 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดแล้วเสร็จ จนถึงวันส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือวันที่ ททท. ปฏิเสธการรับมอบงาน หรือวันบอกเลิกสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

/หากส่งมอบงาน...

หากส่งมอบงานล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่เป็นตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้น นอกจากการปรับได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าได้อีกด้วย

14. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือโดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

15. เงื่อนไขอื่น ๆ

15.1 ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และหากมีความจำเป็นที่จะต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่ซึ่งจะต้องอ้างถึง และผ่าน ททท. ผู้รับจ้างจำเป็นต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อนดำเนินการทุกกรณี

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

15.3 ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ผลิตเองโดยไม่ลอกเลียน ดัดแปลงแก้ไข มาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิดลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น โดยผลงานทั้งหมดถือเป็นกรรมสิทธิ์ และลิขสิทธิ์ของ ททท. ซึ่ง ททท. สามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้ ต้องได้รับอนุญาตจาก ททท. เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

15.4 ผู้รับจ้างสามารถเสนอรายละเอียด เนื้อหา ข้อมูล หรือประเด็นการนำเสนอเพิ่มเติมจากข้อกำหนดได้ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีข้อเสนอใดๆ ที่เห็นว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานครั้งนี้

15.5 เนื้อหาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมและสถานการณ์ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด และหากทีมงานต้องไปถ่ายทำในสถานที่อื่นๆ เพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

15.6 ผู้รับจ้างจะต้องไม่นำเสนอข้อมูลที่ทำให้ ททท. เกิดความเสียหาย

15.7 ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (GDPR และ PDPA) และกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมโรคติดต่อโดยเคร่งครัด

16. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

17. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

.....
(นายชลัษ ดิสถาพร)
ผู้อำนวยการกองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว
ประธานกรรมการ

.....
(นางมิ่งขวัญ สิงห์เสนี)
หัวหน้างานสินค้าการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
กรรมการ

.....
(นางสาวจิราพร เจริญธรรม)
พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 5
กรรมการและเลขานุการ