

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)
จ้างโครงการพัฒนาระบบข้อมูลกิจกรรมเทศกาลประเพณี ปี 2569

หลักการและเหตุผล

ตามแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568–2570) ททท. มุ่งสู่การเป็น “ผู้นำการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย” เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า มุ่งสู่ความยั่งยืน (Meaningful and Sustainable Travel Experiences) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร การดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ การสร้างความหลากหลายของประสบการณ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ และการส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยผ่านขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ

ทั้งนี้ ททท. ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ แผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580 ที่มุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และการสร้างเศรษฐกิจฐานคุณค่าอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัล ที่การสื่อสารและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนา “ระบบข้อมูลกิจกรรม เทศกาล และประเพณีไทย” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อใช้เป็นกลไกในการรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ พร้อมนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวไทยให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำระบบข้อมูลดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนการวางแผนและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประสบการณ์ ตลอดจนสร้างฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยข้อมูลที่เป็นระบบและถูกต้องจะเอื้อต่อการวิเคราะห์แนวโน้ม การเดินทาง ความสนใจของนักท่องเที่ยว และการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายได้อย่างตรงจุด

นอกจากนี้ ททท. ยังมุ่งส่งเสริม ความร่วมมือแบบบูรณาการ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของกิจกรรมท่องเที่ยวในทุกมิติ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผ่าน สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นช่องทางหลักของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ในการค้นหาและตัดสินใจเดินทาง ททท. จึงได้ดำเนิน โครงการพัฒนาระบบข้อมูลกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีไทยผ่านเว็บไซต์ www.thailandfestival.org และสื่อออนไลน์ของฝ่ายกิจกรรม ททท. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยเน้นการนำเสนอ เนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ (Content Marketing) ที่สะท้อนเสน่ห์วัฒนธรรม วิถีชีวิต และความสนุกสนานของเทศกาลไทย ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาระบบข้อมูลกิจกรรมนี้จึงนับเป็นก้าวสำคัญของ ททท. ในการ ยกระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมไทยให้ก้าวหน้าควบคู่กันไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างกระแสให้เกิดการรับรู้การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีในประเทศ
2. เพื่อใช้ระบบข้อมูลดังกล่าวในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อพัฒนาและยกระดับระบบข้อมูลกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีของประเทศไทย ให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง ทันสมัย และสามารถเข้าถึงได้สะดวกผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อดิจิทัลของ ททท. ให้เป็นเครื่องมือในการทำตลาดบนช่องทางออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กลุ่มเป้าหมาย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
2. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

1. มีความสามารถตามกฎหมาย
2. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
3. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
4. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
5. ไม่เป็นบุคคล ซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
6. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
7. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
8. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
9. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
10. ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจกรรมเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ.) 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566

ขอบเขตของงาน

ผู้รับจ้างดำเนินการออกแบบพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์บริหารเว็บไซต์ www.thailandfestival.org รวมถึงช่องทาง Social Media ต่าง ๆ ดังนี้

- Facebook Page
- Instagram
- Tiktok
- Line Official

โดยดำเนินการจัดทำข้อมูลงานเทศกาลทางด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมีความถูกต้องครบถ้วนรวดเร็ว ทันสมัย น่าสนใจ รวมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานเทศกาลฯ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่อยู่ในกระแสนิยมของนักท่องเที่ยว

1. ดำเนินการออกแบบพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ www.thailandfestival.org

1.1. ดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงานของโครงการทั้งหมดตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน

โดยให้จัดส่งให้กับ ททท. ในรูปแบบของเอกสารภายในระยะเวลาไม่เกิน 30 วัน

นับตั้งแต่วันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

2. ดำเนินการศึกษารูปแบบพัฒนาและปรับปรุงระบบเว็บไซต์ www.thailandfestival.org

2.1. ดำเนินการออกแบบภาพรวมของเว็บไซต์ www.thailandfestival.org ใหม่ ที่เน้นความน่าเชื่อถือ ทันสมัย ใช้งานง่าย และเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เพื่อให้ตอบสนองต่อกลุ่มผู้ใช้งาน โดยการออกแบบต้องได้รับการเห็นชอบจาก ททท. ก่อนดำเนินการพัฒนาในลำดับถัดไป โดยการออกแบบต้องมีการนำเสนอ หรือการดำเนินการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

- 2.1.1. ดำเนินการออกแบบเชิงโครงสร้างข้อมูลและโครงสร้างของเว็บไซต์ทั้งหมด
- 2.1.2. ดำเนินการออกแบบรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งต้องอ้างอิงถึงที่มาของแนวคิดในการออกแบบ แนวทางการออกแบบโดยรวม และผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี
ตอนชัดเจน
- 2.1.3 ดำเนินการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับ โดเมนเนม www.thailandfestival.org
- 2.2 ดำเนินการพัฒนาระบบเว็บไซต์องค์กรตามที่ได้ออกแบบไว้ในงานข้อที่ 2.1 โดยระบบเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นจะต้องมีความสามารถอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - 2.2.1. มีความครบถ้วนของข้อมูลไม่น้อยกว่าเว็บไซต์เดิม โดยสามารถปรับเปลี่ยนหมวดหมู่และรูปแบบการแสดงผลให้ต่างไปจากเดิมได้
 - 2.2.2. รองรับการแสดงผลทั้งในรูปแบบภาษาไทยและอังกฤษ
 - 2.2.3. ออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับอุปกรณ์ประเภท Mobile Device ตามการออกแบบตามหลักการ Responsive Design
 - 2.2.4. เว็บไซต์ดังกล่าวต้องถูกออกแบบให้รองรับการใช้งานกับบุคคลทุกประเภทตามแนวทางของ W3C: Web Accessibility และ Universal Design
 - 2.2.5. เชื่อมต่อเข้ากับระบบภายในของ ททท. อย่างน้อย 1 ระบบ เพื่อแสดงผลข้อมูลของ ททท. บนเว็บไซต์ได้โดยตรง
 - 2.2.6. มีระบบจำแนกผู้ใช้งานจริงออกจากโปรแกรมอัตโนมัติ เมื่อถึงส่วนของข้อมูลหรือบริการที่มีความเสี่ยงต่อการโจมตี อาทิ การติดต่อกับหน่วยงานผ่านเว็บโดยตรง ระบบข้อมูลงานจัดซื้อจัดจ้าง หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อเข้ากับระบบงานภายในของ ททท. เป็นต้น
 - 2.2.7. รองรับการแสดงผลบทความในรูปแบบ Article เพื่อนำเสนอ content พร้อมทั้งการเชื่อมโยงเพื่อรับข้อมูลจากระบบ TAT Data API นำมาแสดงผล
- 2.3. ดำเนินการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูล (Content Management System; CMS) ของระบบเว็บไซต์องค์กร โดยระบบที่พัฒนาขึ้นจะต้องมีความสามารถอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - 2.3.1. มีความสามารถในการบริหารจัดการสิทธิ์ของผู้ใช้งานในระบบได้หลายระดับ
 - 2.3.3. รองรับการแสดงผลทั้งในรูปแบบภาษาไทยและอังกฤษ
 - 2.3.4. มีการบริหารจัดการข้อมูลของผู้ใช้งานทั้งผู้ใช้งานทั่วไป และสมาชิกเว็บไซต์ให้เป็นตามข้อบังคับ General Data Protection Regulation; GDPR
 - 2.3.5. สามารถทำการเชื่อมต่อเข้ากับระบบ TAT Data API และระบบ TATIC เพื่อทำการแสดงผลภายในระบบที่ ททท. กำหนดบนเว็บไซต์
 - 2.3.6. สามารถบริหารจัดการลำดับและเงื่อนไขในการแสดงผลได้
 - 2.3.7. สามารถเชื่อมต่อกับจากระบบ TAT Data API เพื่อนำเข้าข้อมูลสำหรับนำเสนอเนื้อหาบทความ Article พร้อมทั้งสามารถสร้างและบริหารจัดการ Article ใหม่ ๆ
- 2.4. ความปลอดภัยของข้อมูลระบบที่พัฒนาขึ้นจะต้องออกแบบและพัฒนาให้สามารถปกป้องข้อมูลจากการเข้าถึงที่ไม่ได้รับอนุญาต การละเมิดข้อมูล และภัยคุกคามทางไซเบอร์ โดยต้องนำเสนอผ่านแนวทางการพัฒนาที่ใช้ รวมทั้งผลการออกแบบและพัฒนา

- 2.4.1. ระบบที่พัฒนาขึ้นจะต้องผ่านมาตรฐานความปลอดภัยดังนี้เป็นอย่างน้อย
- มาตรฐาน “Application Security Verification Standard 3.0.1” ที่จัดทำโดย Open Web Application Security Project (OWASP)
 - มาตรฐาน “ข้อเสนอแนะมาตรฐานฯ WAS (ชมธอ. 4-2560)”, “ข้อเสนอแนะมาตรฐานฯ WSS (ชมธอ. 1-2557)” ที่จัดทำโดยสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์
 - มาตรฐาน “Guidelines on Securing Public Web Servers” ที่จัดทำโดย National Institute of Standards and Technology
 - มาตรฐานอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับและนำไปใช้งานกับระบบที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่มีความเป็นส่วนตัวสูงตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (De Facto Standard)

2.5. ดำเนินการในส่วนของการ Hosting และดูแลรักษาระบบเว็บไซต์ www.thailandfestivai.org และระบบ CMS ของเว็บไซต์ดังกล่าว โดยมีรายละเอียดในการดำเนินงานประกอบไปด้วย

2.5.1. ดำเนินการติดตั้งระบบเว็บไซต์ในระบบเว็บไซต์ www.thailandfestivai.org และระบบ CMS ของเว็บไซต์ บนระบบ Cloud Server ที่มีคุณลักษณะขั้นต่ำดังนี้

- 2.5.1.1. มีหน่วยประมวลผลกลาง (vCPU) จำนวนไม่น้อยกว่า 6 แกนหลัก (core)
- 2.5.1.2. มีหน่วยความจำหลัก (RAM) ขนาดไม่น้อยกว่า 4 GB
- 2.5.1.3. มีหน่วยจัดเก็บข้อมูล (Storage) ขนาดความจุไม่น้อยกว่า 500 GB
- 2.5.1.4. มีระบบจัดการฐานข้อมูล (RDBMS) และซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย
- 2.5.1.5. รองรับการใช้งานผ่านระบบเครือข่ายแบบ IPv6
- 2.5.1.6. ผู้ให้บริการ Cloud Provider ที่ทำการติดตั้งระบบดังกล่าวจะต้องมีการรับประกัน Uptime ไม่ต่ำกว่า 99.99%.

2.5.2. ดำเนินการติดตั้งระบบเว็บไซต์ในระบบสำรองของเว็บไซต์ www.thailandfestivai.org และระบบ CMS ของเว็บไซต์ดังกล่าวทั้งสองระบบ (DR Site) บนระบบ Cloud Server ที่มีคุณลักษณะขั้นต่ำดังนี้

- 2.5.2.1. มีหน่วยประมวลผลกลาง (vCPU) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 แกนหลัก (core)
- 2.5.2.2. มีหน่วยความจำหลัก (RAM) ขนาดไม่น้อยกว่า 2 GB
- 2.5.2.3. มีหน่วยจัดเก็บข้อมูล (Storage) ขนาดความจุไม่น้อยกว่า 500 GB
- 2.5.2.4. มีระบบจัดการฐานข้อมูล (RDBMS) และซอฟต์แวร์ระบบปฏิบัติการที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย
- 2.5.2.5. รองรับการใช้งานผ่านระบบเครือข่ายแบบ IPv6
- 2.5.2.6. ผู้ให้บริการ Cloud Provider ที่ทำการติดตั้งระบบดังกล่าวจะต้องมีการรับประกัน Uptime ไม่ต่ำกว่า 99.99%
- 2.5.2.7. มีการจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อรับมือต่อเหตุการณ์ที่ต้องมีการใช้งานระบบดังกล่าว โดยต้องสามารถดำเนินการย้ายข้อมูลเพื่อใช้งาน DR Site ได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 4 ชั่วโมง นับตั้งแต่เกิดเหตุ ทั้งนี้ต้องมีการจัดทำเป็นเอกสารรับประกันขั้นตอนการดำเนินการแก้ าทท.

2.5.3. ดำเนินการในส่วนของการดูแลระบบเว็บไซต์ www.thailandfestivalai.org และระบบ CMS ตลอดระยะเวลาโครงการ

- 2.5.3.1. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการติดตั้งระบบรองรับการจัดทำ Backup ของข้อมูล และดำเนินการ Backup ข้อมูลภายในระบบอย่างสม่ำเสมอ
- 2.5.3.2. ผู้รับจ้างบำรุงรักษาและดูแลเว็บไซต์ของ ททท. ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และมีความปลอดภัยอยู่ตลอดเวลา
- 2.5.3.3. ผู้รับจ้างติดตามและประเมินผลโครงการ เพื่อนำมาจัดทำรายงานปรับปรุง การดำเนินงานโครงการในอนาคต
- 2.5.3.4. ผู้รับจ้างต้องมีการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับระบบ รวมทั้งวางแผนทาง ในการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยจัดทำเป็นเอกสาร Service Level Agreement เพื่ อระบุ รายละเอียดและต้องมีการดำเนินการเพื่ อแก้ปัญห ากที่เกิดขึ้นไม่ด้อยไปกว่าที่ระบุไว้ในเอกสารดังกล่าว โดยต้องได้รับความเห็นชอบ จาก ททท.
- 2.5.3.5. ผู้รับจ้างมีหน้าที่ดำเนินการดูแลด้าน Network / Security / Domain name / Hosting ของโครงการและประสานงานกับระบบเว็บไซต์เดิม โดย ต้องดำเนินการให้ระบบเว็บไซต์เดิมยังสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพตลอดระยะเวลาโครงการ

2.6. ดำเนินการฝึกอบรมการใช้งานให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล ผู้ที่ต้องปฏิบัติงานภายในระบบของโครงการ ดังกล่าว รวมทั้งจัดทำช่องทางเพื่อทำการฝึกอบรมการใช้งานในอนาคต โดยมีการดำเนินการ ประกอบไปด้วย

- 2.6.1. ดำเนินการจัดเตรียมข้อมูล เอกสาร หรือช่องทางในการฝึกอบรมการใช้งานระบบ ทั้งหมดในโครงการ
- 2.6.2. ดำเนินการวางแผนจัดการฝึกอบรมระบบตามที่ได้จัดเตรียมเนื้อหาไว้ใน เพื่อให้ผู้ดูแล ระบบ ผู้ใช้งาน และผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนของ ททท. สามารถใช้งาน ได้ในอย่างมี ประสิทธิภาพและมีความปลอดภัย โดยมีรายละเอียดในการดำเนินอย่างน้อย ดังนี้
 - 2.6.2.1. ให้ทางผู้รับจ้างเป็นผู้ดำเนินการจัดเตรียมหลักสูตรในการฝึกอบรม การใช้งานระบบ รวมทั้งรับผิดชอบในส่วนของการค่าใช้จ่าย การจัดหา วิทยากร และการจัดหาช่องทางในการจัดฝึกอบรมตามที่ ททท. กำหนด
 - 2.6.2.2. ให้ทางผู้รับจ้างดำเนินการออกแบบหลักสูตรการอบรมให้กับ พนักงานและลูกจ้างที่เกี่ยวข้องในการดูแลระบบดังกล่าวทุกระดับ ที่เกี่ยวข้อง และครอบคลุมการทำงานที่จำเป็นทั้งหมด โดยแบ่ง เนื้อหาตามภาระหน้าที่ที่จะเกิดขึ้นกับแต่ละ Role ในระบบ
 - 2.6.2.3. ให้ผู้รับจ้างดำเนินการจัดฝึกอบรมจำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง ให้แก่ พนักงานและลูกจ้าง ททท. โดยดำเนินการจัดอบรมตามสถานที่ หรือช่องทางตามที่ ททท. กำหนด

3. ดำเนินการจัดทำ Content Marketing และบริหารจัดการข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี ให้เป็นเครื่องมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ และ Social Media : Facebook Page, Instagram, Tiktok และ Line Official Account ดังนี้

3.1 Facebook Page: Thailand Festival

- 3.1.1 ออกแบบและวางแผนการประชาสัมพันธ์ ให้กับ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ
- 3.1.2 ออกแบบ จัดทำ นำเข้า และประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางกิจกรรม เทศกาล งานประเพณี ในรูปแบบหน้าปก Cover Page จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ชิ้นงานต่อเดือน โดยต้อง สอดคล้องกับเว็บไซต์หลัก www.thailandfestival.org หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.1.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางเทศกาลในรูปแบบโพสต์อัลบั้มรูป จำนวนไม่น้อยกว่า 10 รูปภาพ (Photo Album) ต่อ 1 คอนเทนต์ และจำนวนไม่ต่ำกว่า 6 คอนเทนต์ ต่อเดือนในรูปแบบภาษาไทย และแสดงผลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.1.4 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางเทศกาลในรูปแบบ วิดีโอสั้น (Short VDO) ความยาวไม่ต่ำกว่า 1 นาที จำนวนไม่ต่ำกว่า 6 คอนเทนต์ต่อเดือนในรูปแบบภาษาไทย และแสดงผลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.1.5 ดำเนินการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม โดยมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากฐานผู้ติดตามเดิมในปี 2568 จำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 คน

3.2 Instagram: Thailand Festival

- 3.2.1 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางเทศกาลในรูปแบบโพสต์อัลบั้มรูป จำนวนไม่น้อยกว่า 10 รูปภาพ (Photo Album) ต่อ 1 คอนเทนต์ และจำนวนไม่ต่ำกว่า 6 คอนเทนต์ ต่อเดือนในรูปแบบภาษาไทย และแสดงผลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.2.2 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางเทศกาลในรูปแบบ วิดีโอสั้น (Short VDO) ความยาวไม่ต่ำกว่า 1 นาที จำนวนไม่ต่ำกว่า 6 คอนเทนต์ต่อเดือนในรูปแบบภาษาไทย และแสดงผลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.2.3 ดำเนินการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม โดยมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากฐานผู้ติดตามเดิมในปี 2568 จำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 คน

3.3 TIKTOK: Thailand festival

- 3.3.1 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางเทศกาลในรูปแบบ วิดีโอสั้น (Short VDO) ความยาว ไม่ต่ำกว่า 1 นาที จำนวนไม่ต่ำกว่า 6 คอนเทนต์ต่อเดือนในรูปแบบภาษาไทย และแสดงผลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.3.2 ดำเนินการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม โดยมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากฐานผู้ติดตามเดิมในปี 2568 จำนวนไม่น้อยกว่า 5,000 คน
- 3.3.3 ดำเนินการเพิ่มยอดการรับรู้เพิ่มจากฐานเดิมในปี 2568 ไม่น้อยกว่า 10%

3.4 Line Official Account: Thailand Festival

- 3.4.1 ดำเนินการบริหารจัดการและให้ข้อมูลผ่านระบบ Line Official Account : Thailand Festival โดยดูแลการสื่อสาร ตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการและเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีของประเทศไทย
- 3.4.2 ดำเนินการประชาสัมพันธ์ (Broadcasts) เนื้อหา กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีที่มีคุณภาพโดยจัดทำในรูปแบบ โฟสต์อัลบั้มภาพ (Photo Album) จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ภาพต่อหนึ่งคอนเทนต์ และเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า 6 คอนเทนต์ต่อเดือน ทั้งนี้ เนื้อหาจะจัดทำใน รูปแบบภาษาไทย พร้อมแสดงผลข้อมูลใน รูปแบบภาษาอังกฤษ สำหรับกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวไทยสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.4.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์เนื้อหาทางเทศกาลในรูปแบบ วิดีโอสั้น (Short VDO) ความยาวไม่ต่ำกว่า 1 นาที จำนวนไม่ต่ำกว่า 6 คอนเทนต์ต่อเดือนในรูปแบบภาษาไทย และแสดงผลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรมต่อไตรมาส หรือตามที่ ททท. ร้องขอ
- 3.5 ดำเนินการซื้อโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์คอนเทนต์ กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง และมียอดการรับรู้/ครั้ง ไม่ต่ำกว่า 500,000 การรับรู้ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการตามที่ ททท. กำหนด โดยสรุปผลการดำเนินการซื้อโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ ททท. ทราบทุกไตรมาส
- 3.6 ดำเนินการจัดกิจกรรมออนไลน์ ผ่านช่องทาง Social Media ของ Thailand Festival จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ตลอดระยะเวลาของโครงการ หรือตามที่ ททท. ร้องขอทั้งนี้รายละเอียดกิจกรรมและของรางวัลต้องนำเสนอ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ
- 3.7 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์และช่องทาง Social Media ไม่ต่ำกว่า 80 % สำหรับตอบตัวชี้วัดของโครงการ ทั้งนี้ต้องแล้วเสร็จภายใน 15 มิถุนายน 2569
- 3.8 ดำเนินการจัดทำรายงานผล (Report) เว็บไซต์ www.thailandfestival.org และ Social Media ทุกช่องทาง ในรูปแบบตามที่ ททท. ร้องขอ เช่น Infographic, Powerpoint เป็นต้น
- 3.9 ดำเนินการดูแล ปรับปรุง ความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏบนเว็บไซต์ www.thailandfestival.org และ Social Media ทุกช่องทาง ตลอดระยะเวลาในสัญญา และในกรณีที่ผู้ว่าจ้างร้องขอให้ปรับปรุง ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากได้รับแจ้ง
- 3.10 ดำเนินการเรียบเรียง เขียนบทความนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาษาไทย และภาษาอังกฤษด้วยภาษาที่สละสลวย อ่านเข้าใจง่าย โดยในส่วนของภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจพิสูจน์อักษรให้มีความถูกต้องครบถ้วนจากผู้เชี่ยวชาญในด้านของภาษา และต้องได้รับความเห็นชอบจาก ททท. ทั้งหมดก่อนดำเนินการ
- 3.11 ดำเนินการเพิ่มยอดการรับรู้สื่อรวมทุกช่องทาง Social Media จำนวนไม่น้อยกว่า 10,000,000 คน/ครั้ง

3.12 ดำเนินการจัดเก็บสถิติผู้เข้าชมเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ของฝ่ายกิจกรรม ได้แก่

- www.thailandfestival.org
- Facebook Page: thailandfestival
- Instagram: thailandfestival
- Tiktok: thailandfestival
- Line Official: thailandfestival

และจัดทำรายงานสรุปเสนอต่อผู้ว่าจ้างเป็นประจำทุกเดือน พร้อมทั้งส่งมอบงานตามที่ระบุ

4. การดำเนินการจัดหาบุคลากร

ดำเนินการจัดหาเจ้าหน้าที่ จำนวน 1 คน เพื่อปฏิบัติงาน ณ งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม ททท. โดยรับผิดชอบบริหารเว็บไซต์ www.thailandfestival.org และ Social Media ทุกช่องทางของฝ่ายกิจกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- วุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรืออนุปริญญา หรือสูงกว่า
- มีความรู้ ประสบการณ์ สามารถใช้งานระบบ Internet, Social Media และสามารถใช้งาน

โปรแกรม เช่น Power Point, Word, Excel, Photoshop, Illustrator, Lightroom, และ Canva Team หรือโปรแกรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

- ชุดคอมพิวเตอร์ 1 ชุด ที่รองรับการทำงานดังกล่าวได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีการรับประกันอย่างน้อย 1 ปีแบบ Onsite Service และมีซอฟต์แวร์รองรับกับการทำงานที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง กรณีเกิดความเสียหายจากการใช้งานผู้รับจ้างต้องนำไปซ่อมแซม แก้ไข และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้น

- บริหาร จัดการ เว็บไซต์ www.thailandfestival.org และ Social Media ทุกช่องทางของฝ่ายกิจกรรม ให้ทันสมัย และสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา

- สามารถปฏิบัติงานด้านธุรการ จัดทำเอกสารและประสานงานที่เกี่ยวข้องได้

- ต้องมาปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการของ ททท. ในทุกวันทำการ วันละไม่น้อยกว่า 8 ชั่วโมง มีความประพฤติเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ออกแบบและจัดทำ Power Point / Infographic ในรูปแบบสวยงามเพื่อใช้ในการนำเสนอต่อผู้บริหาร และหน่วยงานภายนอก

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

1. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค

2. การตัดสิน ททท. จะให้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ ข้อเสนอ ด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น) ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาจากการให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดใน 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้

ประเด็นพิจารณา	น้ำหนัก การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1. เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 20	100 คะแนน
2. เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 80	100 คะแนน
2.1 การนำเสนอแผนโครงการฯ <ul style="list-style-type: none"> แผนการกำหนดกลยุทธ์ (Content Marketing) แผนการดำเนินการออกแบบพัฒนาและบริหารเว็บไซต์ www.thailandfestival.org แผนการจัดทำ Content และ Media และการดำเนินงาน ในภาพรวม 		5 คะแนน 5 คะแนน 5 คะแนน
2.2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี โดยผ่านสื่อ Online ช่องทางต่างๆ		20 คะแนน
2.3 รูปแบบ แนวคิด เทคนิค <ul style="list-style-type: none"> การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ www.thailandfestival.org 		10 คะแนน
<ul style="list-style-type: none"> จัดทำ Content และ Media เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างการ รับรู้การประชาสัมพันธ์ การจัดทำ Content Marketing ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยว โดย ใช้เทคนิคการนำเสนอที่มีความน่าสนใจน่าติดตาม รูปแบบการจัดกิจกรรมออนไลน์ มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจ 		10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน
2.4 การบริหารจัดการโครงการ และกลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย รับรู้ Content และ Media ต่างๆ		5 คะแนน
รวม	ร้อยละ 100	100 คะแนน

หมายเหตุ

1. ผู้เสนอราคา ให้จัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ให้ถูกต้องครบถ้วน และรายละเอียดงาน เพื่อนำเสนอ
ให้คณะกรรมการพิจารณา พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการ รายละเอียดประมาณ 45 นาที
2. คณะกรรมการจะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า
80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป
3. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมเกณฑ์
ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพสูงสุดเป็นผู้ชนะ ผลการตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด
4. ผู้เสนอราคาทุกรายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการนำเสนองาน โดยจะเรียกวงค่าใช้จ่าย
ใด ๆ จาก ททท. ทั้งสิ้นไม่ได้

ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนพฤศจิกายน 2568 – 30 กันยายน 2569

วงเงินงบประมาณ

5,000,000.00 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานแก่ผู้ว่าจ้างทั้งหมด 4 งวด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

งวดที่ 1 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป โดยส่งมอบในรูปแบบรายงานจำนวน 2 เล่ม และในรูปแบบ Digital File ข้อมูลโดยบรรจุใน External Hard drives แบบ SSD จำนวน 1 ชุด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานตาม TOR ข้อ 1-3 ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2568 – 31 ธันวาคม 2568

งวดที่ 2 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป โดยส่งมอบในรูปแบบรายงานจำนวน 2 เล่ม และในรูปแบบ Digital File ข้อมูลโดยบรรจุใน External Hard drives แบบ SSD จำนวน 1 ชุด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานตาม TOR ข้อ 1-4 ในระหว่างเดือนมกราคม – 31 มีนาคม 2569

งวดที่ 3 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป โดยส่งมอบในรูปแบบรายงานจำนวน 2 เล่ม และในรูปแบบ Digital File ข้อมูลโดยบรรจุใน External Hard drives แบบ SSD จำนวน 1 ชุด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานตาม TOR ข้อ 1-4 ในระหว่างเดือนเมษายน – 30 มิถุนายน 2569

งวดที่ 4 ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายในวันที่ 30 กันยายน 2569 โดยส่งมอบในรูปแบบรายงานจำนวน 2 เล่ม และในรูปแบบ Digital File ข้อมูลโดยบรรจุใน External Hard drives แบบ SSD จำนวน 1 ชุด โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานตาม TOR ข้อ 1-4 ในระหว่างเดือนกรกฎาคม – 30 กันยายน 2569

การจ่ายเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างจัดทำโครงการฯ แบ่งออกเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 ททท. จะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ 25 ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 1 แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 2 ททท. จะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ 25 ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 2 แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 ททท. จะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ 25 ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 3 แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 4 ททท. จะจ่ายค่าจ้างเป็นจำนวนร้อยละ 25 ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 4 แล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลา หรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จจนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือวันที่ ททท. ปฏิเสธการรับมอบงานหรือวันที่บอกเลิกสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานจ้างล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิ์ปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้นนอกจากการปรับได้

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยินยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างผิดสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้อีกด้วย

การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือแล้ว แต่กรณีจะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่อง หรือ ชัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือโดยภายใน กำหนดเวลาดังกล่าว หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง หรือ เกิดการโจรกรรมข้อมูลการแสดงผลผลิตพลาด ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการแก้ไขระบบให้สมบูรณ์จนแล้วเสร็จ และจัดทำรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ว่าจ้างทราบ ภายใน 48 ชั่วโมง หลังจากได้รับแจ้งแก้ไข

เงื่อนไขอื่น ๆ

1. ผู้รับจ้างต้องรักษาความลับหรือไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของ ททท. ที่ได้จากการรับจ้างนี้ ภายใต้บันทึก ข้อตกลงการไม่เปิดเผยข้อมูล (Non-Disclosure Agreement) ตามรูปแบบที่ ททท. กำหนด เพิ่มเติมนอกเหนือ จากสัญญาหลัก

1.1 การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ ต่อเมื่อ ททท. ได้รับจัดสรร งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่ ททท. ไม่ได้รับการจัดสรร งบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้ ททท. สามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

2. เงื่อนไขในการกำกับและบริหารจัดการภายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของ ททท.

ผู้รับจ้างจะต้องมีการดำเนินงานภายในโครงการให้สอดคล้องกับมาตรฐานการกำกับและบริหารจัดการภายใน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังต่อไปนี้

2.1. ผู้รับจ้างจะต้องมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานในด้านการบริหารจัดการเหตุผิดปกติ การร้องขอบริการ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Incident, Service Requests and Problem Management) (อ้างอิง : เอกสาร คู่มือการบริหารจัดการเหตุผิดปกติ การร้องขอบริการ และปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับทบทวน ปี 2568)

2.2 ผู้รับจ้างจะต้องมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานในด้านการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม (Resource Optimization Management Implementation) (อ้างอิง : คู่มือการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่าง เหมาะสม (Resource Optimization Management Implementation) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับ ทบทวน ปี 2568)

2.3 ผู้รับจ้างจะต้องมีมาตรฐานในการบริหารจัดการกำหนดค่า (Configuration Management) (อ้างอิง : คู่มือ การบริหารจัดการกำหนดค่า (Configuration Management) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับทบทวน ปี 2568)

2.4 ผู้รับจ้างจะต้องมีมาตรฐานในการบริหารจัดการโครงการ (Project Management) (อ้างอิง : คู่มือการ บริหารจัดการโครงการ (Project Management) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับทบทวน ปี 2568)

2.5 ผู้รับจ้างจะต้องมีมาตรฐานในการจัดการด้านคุณภาพ (Quality Management) (อ้างอิง : คู่มือการจัดการ ด้านคุณภาพ (Quality Management) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฉบับ ทบทวน ปี 2568)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานข้อมูลกิจกรรม กองส่งเสริมกิจกรรม ฝ่ายกิจกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

รายชื่อคณะกรรมการจัดทำร่างขอบเขตของงานและกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ
จ้างโครงการพัฒนาระบบข้อมูลกิจกรรมเทศกาลประเพณี ปี 2569

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ

(นายทวีเดช ทองอ่อน)

ผู้อำนวยการฝ่ายกิจกรรม

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นายทศพล วรรณศุภผล)

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมกิจกรรม

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นายยุทธพันธ์ ไชยทิพย์)

รองผู้อำนวยการกองส่งเสริมกิจกรรม

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นางสาวอติลักษณ์ วิจิตรระกะ)

หัวหน้างานข้อมูลกิจกรรม

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นางสาวปัญญานุช กล้ารอญ)

พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 6

ลงชื่อ.....กรรมการและเลขานุการ

(นางสาวธนีสร หนูทิมทอง)

พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 5

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิคโครงการพัฒนาระบบข้อมูลกิจกรรมเทศกาลประเพณี ปี 2569

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 20 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
2. ข้อเสนอทางด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ร้อยละ 80 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
2.1 การนำเสนอแผนโครงการฯ (15 คะแนน)	
2.1.1 แผนการกำหนดกลยุทธ์ (Content Marketing) (5 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- นำเสนอแผนการกำหนดกลยุทธ์ (Content Marketing)
2.1.2 แผนการดำเนินการออกแบบพัฒนาและบริหารเว็บไซต์ www.thailandfestival.org (5 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- นำเสนอแผนการดำเนินการออกแบบพัฒนาและบริหารเว็บไซต์ www.thailandfestival.org
2.1.3 แผนการจัดทำ Content และ Media และการดำเนินงานในภาพรวม (5 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- นำเสนอแผนการจัดทำ Content และ Media และการดำเนินงานในภาพรวม
2.2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี โดยผ่านสื่อ Online ช่องทางอื่นๆ (20 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- นำเสนอแนวคิดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี โดยผ่านสื่อ Online ช่องทางต่างๆ ไม่ชัดเจน
6 - 10 คะแนน	- นำเสนอแนวคิดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี โดยผ่านสื่อ Online ช่องทางต่างๆ อย่างชัดเจน
11 -15 คะแนน	- นำเสนอการออกแบบ Content และ Media ให้เข้ากับ Platform Online ช่องทางต่างๆ
16 - 20 คะแนน	- นำเสนอการออกแบบ Content และ Media ผ่านช่องทางต่างๆ ของ Thailand Festival ให้ตรงต่อกลุ่มเป้าหมายและสื่อสารได้อย่างชัดเจน
2.3 รูปแบบ แนวคิด เทคนิค (40 คะแนน)	
2.3.1 การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ www.thailandfestival.org (10 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีแนวความคิดการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ www.thailandfestival.org ไม่ชัดเจน
6 - 10 คะแนน	- มีแนวความคิดการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ www.thailandfestival.org อย่างชัดเจน เข้าถึงง่าย และทันสมัย
2.3.2 จัดทำ Content และ Media เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การประชาสัมพันธ์ (10 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีแนวทางการจัดทำ Content และ Media เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การประชาสัมพันธ์ ที่ไม่ชัดเจน
6 - 10 คะแนน	- มีแนวทางการจัดทำ Content และ Media เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้การประชาสัมพันธ์ ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสามารถดำเนินการได้จริง

2.3.3 การจัดทำ Content Marketing ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ น่าติดตาม (10 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีแนวทางการจัดทำ Content Marketing ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน
6 - 10 คะแนน	- มีแนวทางการจัดทำ Content Marketing ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิคการนำเสนอที่มีความน่าสนใจน่าติดตาม
2.3.4 รูปแบบการจัดกิจกรรมออนไลน์ มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจ (10 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมออนไลน์ มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจ
6 - 10 คะแนน	- นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรมออนไลน์ มีความสร้างสรรค์และน่าสนใจ และ Gimmick ในการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ
2.4 การบริหารจัดการโครงการ และกลยุทธ์การเพิ่มยอดการรับรู้ Content และ Media ต่างๆ (5 คะแนน)	
0 คะแนน	- ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีแนวทางการบริหารจัดการโครงการ และกลยุทธ์การเพิ่มยอดการรับรู้ Content และ Media ต่างๆ