

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR) จ้างดำเนินงานโครงการ Night-time Wonder

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในปี 2569 ที่มุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนผ่านจาก “การท่องเที่ยวเชิงปริมาณ” ไปสู่ “การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ” โดยมีเป้าหมายหลักในการสร้างมูลค่าและประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยสู่ “The New Thailand” ภายใต้แนวคิด “Value is the New Volume” อันมีแนวทางสำคัญในการปรับโครงสร้างสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพใช้จ่ายสูง และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่รองและชุมชนต่าง ๆ สร้างงานและรายได้ให้กับคนในพื้นที่ การออกแบบประสบการณ์ สร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม รวมไปถึงการสร้างควมยั่งยืนควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น Soft Power, 5 Must Do in Thailand, UNESCO Creative Cities เป็นต้น

ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดเพียงการพักผ่อน แต่กลายเป็น “การลงทุนในประสบการณ์และความรู้สึก” กว่า 70% ของนักเดินทางรุ่นใหม่ทั่วโลก โดยเฉพาะกลุ่ม **Gen Y และ Gen Z** มีแนวโน้มหลีกเลี่ยงความเร่งรีบในช่วงกลางวันและมองหากิจกรรมที่เปิดมุมมองใหม่ในยามค่ำคืน (Noctourism) และแนวโน้มตลาด Night Tourism กำลังเป็น **เทรนด์สำคัญระดับโลก**ที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงสถานบันเทิง แต่ขยายขอบเขตไปสู่กิจกรรมเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม และศิลปะ เช่น กิจกรรม Night-time Experience การเดินป่าส่องสัตว์กลางคืน (Wildlife Spotting), การชมดวงดาวและทางช้างเผือก (Star Gazing), การสำรวจเมืองพร้อมเรื่องเล่าประวัติศาสตร์และตำนานยามวิกาล รวมถึงกิจกรรมถ่ายภาพกลางคืน (Night Photography) ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพสูง มีความหลากหลายทางธรรมชาติที่เอื้อต่อกิจกรรมยามค่ำคืน มีทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง สามารถพัฒนาเป็นจุดขายให้กับแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่น่าตื่นเต้นและแตกต่างให้นักท่องเที่ยวได้

จากแนวโน้มดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้ต่อยอดแคมเปญ Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year เพื่อเชิญชวนให้คนไทยออกเดินทาง ด้วยกระแสที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนา การท่องเที่ยวยามค่ำคืน (Noctourism) แปลงกระแสโลกให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ ททท. จึงจัดทำโครงการ **"Night-time Wonder"** เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศ เกิดกลไกเชิงรุก ผ่านการคัดสรรสินค้าการท่องเที่ยวยามค่ำคืนให้เป็นจุดขายใหม่ และยังเป็นการลดความแออัดในช่วงเวลากลางวัน อีกทั้งเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้ากับนักท่องเที่ยว ทั้งในมิติของธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และศิลปะร่วมสมัย เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยว “พักค้างคืนเพิ่มขึ้น” ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ ทั้งในด้านที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อประสบการณ์ที่แตกต่าง และสอดคล้องกับเป้าหมายของ ททท. ในการยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวยามค่ำคืน (Night-time Experience) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ โดยเฉพาะ Gen Y และ Gen Z ที่แสวงหาประสบการณ์เชิงคุณค่า และสอดคล้องกับแนวโน้ม Noctourism ของโลก
- 2.2 เพื่อสร้างกระแสและเรื่องราวการท่องเที่ยวใหม่ พร้อมส่งเสริมการขายสินค้าในรูปแบบ Experience-based Tourism ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.3 กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ผ่านการเพิ่มจำนวนการเดินทางและพักค้างคืนในพื้นที่เป้าหมาย

3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 3.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
- 3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 3.10 ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ส่วนที่ ๒๓๖ ที่ กค(กวจ.) ๐๔๐๕.๒/ว ๑๒๔ ลงวันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๖ และหนังสือที่ กค(กวจ.) ๐๔๐๕.๒/ว๔๘ ลงวันที่ ๒๐ มกราคม ๒๕๖๘

4. ขอบเขตของงาน

ดำเนินการโครงการ Night-time Wonder โดยมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนในประเทศไทย เป็น จุดหมายปลายทางแห่งประสบการณ์ยามค่ำคืนที่มีคุณภาพ สร้างการรับรู้ กระตุ้นให้เกิดการออกเดินทางไปค้นพบ "มนต์เสน่ห์ยามค่ำคืน" เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้าพื้นที่เป้าหมายและใช้จ่ายในกิจกรรมกลางคืน รายละเอียดดังนี้

- 4.1 แนวคิดและแผนการดำเนินโครงการ
 - 4.1.1 ดำเนินการนำเสนอแนวคิดการจัดแคมเปญ กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร และแผนการดำเนินโครงการภาพรวม
 - 4.1.2 นำเสนอการออกแบบ Logo และ Key Visual โครงการ เพื่อนำไปใช้ในสื่อต่าง ๆ
 - 4.1.3 จัดทำ Media Plan ที่ผสานช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทาง Online และ Offline เข้าด้วยกันอย่างครบวงจร จำนวน 1 แผนงาน
- 4.2 การคัดเลือกสินค้าและบริการในโครงการ
 - 4.2.1 คัดเลือกและนำเสนอจุดถ่ายภาพ เช็กอิน ที่เป็นจุดหมายแห่งการท่องเที่ยวยามค่ำคืน เช่น Experience Spotting ในยามค่ำคืน, สถานที่ปิกนิกดูดาว, รวมแกลเลอรีศิลปะ Street Art ที่โดดเด่นหรือย่านที่มีงานออกแบบแสงสีสวยงาม, Wildlife Spotting เดินป่าส่องสัตว์กลางคืน, ด่าน้ำกลางคืน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ไม่น้อยกว่า 30 รายการ รวมทั้งสินค้า/บริการท่องเที่ยวยั่งยืน อาทิ สินค้าบริการ เส้นทางท่องเที่ยว ที่ได้รับรางวัล TTA / CF Hotel จำนวนไม่น้อยกว่า 5 รายการ รวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า 35 รายการ
- 4.3 การจัดทำส่วนลด ข้อเสนอพิเศษ
 - 4.3.1 ดำเนินการประสาน จัดหา พันธมิตร อาทิ กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ร่วมจัดทำ ข้อเสนอพิเศษ (Co-Promotion) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง จำนวนไม่น้อยกว่า 3 องค์กร พร้อมทั้งทำแคมเปญส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตร จำนวน 3 แคมเปญ
 - 4.3.2 ดำเนินการประสานรวบรวม ข้อเสนอพิเศษ ดีลส่วนลด สินค้า บริการ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมในยามค่ำคืน และ โรงแรมใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน ร้านอาหาร Night Café จากผู้ประกอบการ จำนวน 35 รายการ
 - 4.3.3 ออกแบบ Artwork และจัดทำ Content หรือ Photo Caption รวมกิจกรรมท่องเที่ยวยามค่ำคืนในข้อ 4.3.1 จำนวนไม่น้อยกว่า 35 ชิ้นงาน
 - 4.3.4 จัดหา ของที่ระลึก หรือ ของสมนาคุณ หรือ Giftset หรือ ของรางวัลสนับสนุนการขาย จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชิ้น
 - 4.3.5 จัดทำแคมเปญการตลาด ส่วนลด ดีลพิเศษเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายออกเดินทางท่องเที่ยว โดยต้องมียอดการซื้อสินค้าและบริการ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 PAX
- 4.4 การจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
 - 4.4.1 จับมือกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/Celebrity/KOLs) ที่มียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า 100,000 ผู้ติดตาม เพื่อสร้างสรรค์เส้นทางการท่องเที่ยวยามค่ำคืน โดยนำเสนอแนวคิด (Theme/Concept) และโปรแกรมให้ ททท. รับทราบก่อนดำเนินการ จำนวน 2 เส้นทาง
 - 4.4.2 ทำแคมเปญส่งเสริมการขายเส้นทางท่องเที่ยวยามค่ำคืนร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/Celebrity/KOLs) พร้อมจัดทำ Media FAM Trip จำนวน 2 ครั้ง โดยมีผู้ร่วมเดินทาง ไม่น้อยกว่า ครั้งละ 15 ราย (2 ครั้ง รวม ไม่น้อยกว่า 30 ราย)

4.5 การประชาสัมพันธ์โครงการ

- 4.5.1 กำหนด Key Message ในการสื่อสาร และจัดทำแผนประชาสัมพันธ์โครงการ
- 4.5.2 จัดทำเนื้อหา ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์โครงการ สร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยต้องมียอดการรับรู้ (view/reach/impression/engagement) รวมจำนวน ไม่น้อยกว่า 1,200,000 คน-ครั้ง
- 4.5.3 จัดทำช่องทางออนไลน์เพื่อนำเสนอข้อมูล กิจกรรม ดील โปรโมชัน ของโครงการ อาทิ Facebook, Instagram, LINE OA, Tiktok พร้อมแอดมินดูแลตอบคำถาม
- 4.5.4 ออกแบบ จัดทำ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ Banner, Photo Caption, Motion Graphic จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน
- 4.5.5 ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อ Online/ Website/Social Media จำนวนไม่น้อยกว่า 20 สื่อ
- 4.5.6 เผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมหรือข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ ของโครงการ ผ่านสื่อออนไลน์/ สื่อ Social Media/ Website/ Influencer เพื่อกระตุ้นการขาย จำนวน 20 สื่อ
- 4.5.7 จัดทำ Video Clip ประชาสัมพันธ์โครงการในภาพรวม ความยาว 30 วินาที ในรูปแบบแนวนอน 16:9 จำนวน 1 ชิ้นงาน (รูปหรือภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ จะต้องถูกลิขสิทธิ์ และสามารถเผยแพร่ในที่สาธารณะได้)
- 4.5.8 ดำเนินการจัดทำและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ททท. (Exclusive Interview) เพื่อนำเสนอแนวคิดโครงการ ดीलท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สื่อ

4.6 การจัดทำรายงาน

จัดทำรายงานสรุปภาพรวมของโครงการโดยมีการจัดทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- 4.6.1 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้สาระ (Content) ในกลุ่มผู้เยี่ยมชมคนไทย ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80
 - 4.6.2 จัดทำรายงานจำนวนผู้ซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว/แพคเกจท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 3,000 Pax/Booking
 - 4.6.3 จัดทำรายงานสรุปจำนวนการรับรู้สื่อ (Reach/View/Engagement) ไม่น้อยกว่า 1,200,000 คน-ครั้ง
 - 4.6.4 จำนวนสินค้า/บริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่นำเสนอ/เสนอขาย ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้น
- 4.7 ผู้รับจ้างสามารถเสนอขอรับการสนับสนุนสปอนเซอร์จากหน่วยงานพันธมิตรต่าง ๆ ได้เพื่อสนับสนุนต่อยอดความสำเร็จให้กับโครงการ

หมายเหตุ

- การดำเนินงานตามขอบเขตของงาน (TOR) จะต้องผ่านความเห็นชอบจาก ททท. ก่อนดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น

5. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ) ในการพิจารณา ผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาการให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

ประเด็นพิจารณา	น้ำหนัก การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1. เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 10	100 คะแนน
2. เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 90	100 คะแนน
2.1 มีความรู้ ความเข้าใจ การจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมาย		20 คะแนน
2.2 มีแผนการดำเนินงาน กระบวนการทำงานในภาพรวมที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานจ้าง (TOR) พร้อมทั้งแผนการทำงาน (Timeline) ภายในระยะเวลาที่กำหนด		10 คะแนน
2.3 มีความพร้อมและเชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมการตลาดผ่าน Social Media และส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว		15 คะแนน
2.4 มีแนวทางการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรและกิจกรรมการมีส่วนร่วมหรือแคมเปญการตลาด อย่างครบถ้วนและน่าสนใจ		15 คะแนน
2.5 มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างการรับรู้โครงการไปยังกลุ่มเป้าหมายได้		15 คะแนน
2.6 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียได้เป็นอย่างดี ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย		15 คะแนน
2.7 ประวัติ ความน่าเชื่อถือ ผลงาน ประสบการณ์ และการบริหารจัดการโครงการ		10 คะแนน
รวม	ร้อยละ 100	

หมายเหตุ

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติจำนวน 1 ชุด พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วนจำนวน 3 ชุด และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค

2. ผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดไม่เกิน 45 นาที

3. คณะกรรมการจ้างฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป

4. ผู้ที่ได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพสูงสุดจะได้รับการพิจารณาให้เป็นผู้ชนะการคัดเลือก

5. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพสูงสุดเป็นผู้ชนะ ผลการตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด

6. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิค ทั้งปวงโดยจะเรียกจากร่าง ททท. มิได้

6. ระยะเวลาดำเนินงาน

พฤษภาคม – 31 สิงหาคม 2569

7. วงเงินงบประมาณ

5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

8. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานจ้างภายในวันที่ 31 สิงหาคม 2569 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- รายงานสรุปข้อมูลภาพรวมโครงการ ตามขอบเขตของงาน (TOR) ข้อ 4.1 – 4.7 ในรูปแบบ Soft File (เช่น Word PowerPoint Infographic Excel ฯลฯ) รวมถึงผลแบบสอบถาม ข้อมูลเชิงสถิติ ฯลฯ จำนวน 1 ชุด

- ไฟล์สื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำหรือดำเนินการภายใต้โครงการ ตามขอบเขตของงาน (TOR) ข้อ 4.1 – 4.7 โดยจัดเก็บข้อมูลต้นฉบับของงานทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ในรูปแบบ External Hard disk ความจุไม่ต่ำกว่า 2 TB จำนวน 1 ชุด

หมายเหตุ : ไฟล์ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ในงานทั้งหมด ซึ่งมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi เว้นแต่ต้นฉบับภาพมีความละเอียดน้อยกว่าขนาดที่กำหนด เป็น Raw File และ Jpeg File โดยระบุชื่อภาพและที่มาของภาพถ่ายแต่ละภาพให้ชัดเจนว่าภาพใดเป็นภาพที่ผู้รับจ้างจัดหาเองและภาพใดขอความอนุเคราะห์มาจากแหล่งอื่นเพื่อให้ ททท. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ต่อไป

9. การจ่ายเงิน

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมดครั้งเดียว เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วน ตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

10. พื้นที่ดำเนินการ

ทั่วประเทศ

11. อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลา หรือไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จ จนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากส่งมอบงานจ้างล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ในรายการใดที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างครั้งนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้น นอกเหนือจากการปรับและการเรียกค่าเสียหายได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายหากอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้า ได้อีกด้วย

12. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือเลือกลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิม โดยเร็ว นับตั้งแต่รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งความชำรุดจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมายหรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าวหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

13. เงื่อนไขอื่น ๆ

13.1 ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA และ GDPR) และกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมโรคติดต่อ โดยเคร่งครัด

13.2 หากมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหางานทุกประเภทจะต้องให้ ททท. พิจารณารายละเอียดก่อนดำเนินการใด ๆ

13.3 ดำเนินการขอใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัล ด้วยการเสียโชคใด ๆ และจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต โดยให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 มาตรา 8 หรือให้ถูกต้องตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

13.4 ผู้รับจ้างยินยอมให้ ททท. เป็นเจ้าของผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นตามขอบเขตงานจ้างนี้ ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. ผู้รับจ้างจะนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ใดมิได้ หากผู้รับจ้างไปซื้อสิทธิมาเพื่อดำเนินการให้กับ ททท. จะต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อน ลิขสิทธิ์ในรายการนั้น ททท. จะไม่ถือเป็นสิทธิของ ททท. ทั้งนี้ ผลงานที่จัดทำขึ้นผู้รับจ้างต้องให้ผู้จัดทำส่งมอบลิขสิทธิ์ของงานที่จัดทำขึ้นทั้งหมดให้ตกเป็นของ ททท. โดยสิ้นเชิง

13.5 หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนนำมาใช้และต้องแสดงหลักฐานแก่ ททท. ด้วย โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณี หากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น รายละเอียดของข้อกำหนดการจ้างนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

13.6 ในส่วนของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อการกล่าวอ้างของบุคคลภายนอก ว่ามีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิในชื่อเสียง ลิขสิทธิ์ใด ๆ ในงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขต ของงานจ้าง (TOR) นี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือให้การใช้สิทธิเรียกร้องของ บุคคลภายนอกยุติโดยเร็ว และเข้ามาเป็นคู่ความในศาลและรับผิดชอบ ททท. และบุคคลภายนอกในบรรดา ค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมศาล ตลอดจนค่าทนายความที่เกิดขึ้นแทน ททท. ทั้งสิ้น

13.7 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ (ใบสั่งจ้าง) ซึ่งมีผลเป็น การละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น เช่น สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้อง หรือถูกฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจน ค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทันที

13.8 ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใด ๆ อันเนื่องจากความผิดหรือความบกพร่อง ของฝ่าย ททท. หรือเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถ ทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดแห่งสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และขอบเขตของงานนี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ ททท. ทราบ เพื่อดหรือลด ค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไป ตามข้อกำหนดดังกล่าวให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิ์เรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับ หรือขยายเวลาทำงานออกไป โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่เหตุเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่อง ของฝ่าย ททท. ซึ่งมีหลักฐานชัดเจนหรือ ททท. ทราบดีอยู่แล้ว

13.9 การดำเนินการจัดทำวิดีโอหรือภาพนิ่ง เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ ททท. ผู้รับจ้างต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ “General Data Protection Regulation” (GDPR) ที่เป็นกฎหมายของสหภาพยุโรปว่าด้วยมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล ในชั้นงานนั้น ๆ และกรณีมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ทั้งสิ้น

13.10 การจัดกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงผลกระทบตามแนวทางการป้องกันผลกระทบเชิงลบ ต่อสังคมและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

13.11 กรณีเปลี่ยนเวลาการแสดงหรือเวลาการประชาสัมพันธ์ จะต้องเสนอตารางการแสดง ใหม่หรือเวลาการประชาสัมพันธ์ใหม่ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วัน เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วน ให้รับนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเวลาการ แสดงหรือเวลาการประชาสัมพันธ์จะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้รับจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย โดยจะต้องไม่สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม และต้องดำเนินการแก้ไขเอกสารหรือสื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกันโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง

13.12 กรณีที่คู่สัญญาหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเหตุผลความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวศิลปิน/นักแสดง influencer /kol ให้เสนอรายชื่อศิลปิน/นักแสดง influencer /kol ที่มีชื่อเสียงในระดับใกล้เคียงกันแสดงแทน โดยต้องให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นชอบก่อน และค่าใช้จ่ายของศิลปิน/นักแสดง influencer /kol คนใหม่ต้องไม่เกินจากค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม หากค่าใช้จ่ายใหม่น้อยกว่าเดิม ททท. จะจ่ายค่าจ้างส่วนนี้ตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

14. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มงานอำนวยการด้านตลาดในประเทศ (กงน.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

15. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ

(นางสาวภาวิณี ตุงคะสมิต)

รอง ผกกน.

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นายจิรัช สิงหเสนี)

รอง ผกกน.

ลงชื่อ.....กรรมการ

(นางสาวอาทิตยา อินทรทูต) และเลขานุการ

นักวิชาการ 4

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิคการจ้างดำเนินงานโครงการ Night-time Wonder

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 10 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
2. การนำเสนอทางเทคนิค ร้อยละ 90 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
2.1 มีความรู้ ความเข้าใจ การจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายของโครงการฯ แต่ยังไม่หลากหลายและครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด - มีข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยวมาค้ำคืนที่สามารถนำไปเสนอขายหรือผลิต Content ได้ แต่ยังไม่เพียงพอและครอบคลุม
11-20 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายของโครงการฯ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ - มีข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน - มีข้อมูลสินค้าและบริการท่องเที่ยวมาค้ำคืนที่สามารถนำไปต่อยอดในการนำเสนอขายหรือผลิต Content ในการประชาสัมพันธ์ได้
2.2 มีแผนการดำเนินงาน กระบวนการทำงานในภาพรวม ที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานจ้าง (TOR) พร้อมทั้งแผนการทำงาน (Timeline) ภายในระยะเวลาที่กำหนด (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง - แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ - มีแผนงานการดำเนินงาน ครบถ้วนชัดเจนตามขอบเขตของงานจ้าง อยู่ภายในเวลาที่ ททท. กำหนด
6 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง - แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย - มีแผนงานการดำเนินงาน ครบถ้วนชัดเจนตามขอบเขตของงานจ้าง อยู่ภายในเวลาที่ ททท. กำหนด

2.3 มีความพร้อมและเชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมการตลาดผ่าน Social Media และส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียด หรือกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทาง Social Media ที่น่าสนใจ แต่ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด - มีพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียด หรือกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทาง Social Media ที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้จริง - มีพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หลากหลาย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ
2.4 มีแนวทางการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรและกิจกรรมการมีส่วนร่วมหรือแคมเปญการตลาด อย่างครบถ้วนและน่าสนใจ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1- 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแนวคิดหลักการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ลักษณะของแคมเปญหรือกิจกรรม ยังไม่เป็นที่น่าสนใจ
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแนวคิดหลักการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรที่ตรงกับวัตถุประสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของโครงการ - มีการนำเสนอ ตัวเลือกกิจกรรมการมีส่วนร่วม หรือ แคมเปญการตลาด อย่างครบถ้วนน่าสนใจ
2.5 มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างการรับรู้โครงการไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1- 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดกรอบแนวคิดการกำหนดคอนเทนต์ ตามวัตถุประสงค์โครงการ - มีการนำเสนอการออกแบบ Mock up การประชาสัมพันธ์ - รายละเอียด Content ของสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดกรอบแนวคิดการกำหนดคอนเทนต์ รวมทั้งประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจน ครบถ้วน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงานจ้าง และสามารถปฏิบัติได้จริง - มีการนำเสนอการออกแบบ Mock up ที่ชัดเจน (Artwork หรือคอนเทนต์ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือมากกว่า) - รายละเอียด Content ของสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการคัดเลือกรายชื่อสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ของโครงการ

2.6 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียได้เป็นอย่างดี ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	-มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
8 - 15 คะแนน	-มีรายละเอียด และช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาค้าคืน ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ -มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ
2.7 ประวัติ ความน่าเชื่อถือ ผลงาน ประสบการณ์ และการบริหารจัดการโครงการ (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	- มีผลงานในการบริหารจัดการโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
6-10 คะแนน	- มีผลงานและประสบการณ์ในการบริหารจัดการโครงการหรือกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ การตลาดการท่องเที่ยวโดยตรง