

**ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)**  
**จ้างจัดกิจกรรม Smile @Pattani แบบคืนวัสดุพร้อมรื้อถอน**

**1. หลักการและเหตุผล**

สืบเนื่องจากเหตุอุทกภัยรุนแรงที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัดของภาคใต้ ได้สร้างความสูญเสียทั้งในด้านชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงสถานที่ของทางราชการ ชุมชน และภาคเอกชนเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อภาคธุรกิจ การค้า การลงทุนของภาคใต้และมีผลกระทบต่อภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยมีประชาชนได้รับผลกระทบในวงกว้างใน 9 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

จังหวัดปัตตานีเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัยดังกล่าว ทั้งในด้านการดำรงชีวิตของประชาชน ระบบสาธารณูปโภค และกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้และการจ้างงานในระดับชุมชน แม้สถานการณ์อุทกภัยในจังหวัดปัตตานีจะคลี่คลายลงแล้ว และพื้นที่ส่วนใหญ่สามารถกลับมาดำเนินกิจกรรมได้ตามปกติ แต่ยังคงมีผลกระทบต่อเนื่องในด้านภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวยังไม่เป็นไปอย่างเต็มศักยภาพ

นอกจากนี้ จังหวัดปัตตานียังเป็นพื้นที่ที่ต้องอาศัยการสื่อสารเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ด้านความปลอดภัย ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ภายหลังจากสถานการณ์อุทกภัยที่ผ่านมา ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด จึงจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยเหตุนี้การดำเนินการฟื้นฟูและสร้างความเชื่อมั่นจึงเป็นภารกิจจำเป็นอย่างเร่งด่วน เพื่อให้เกิดการรับรู้ว่ามีพื้นที่มีความปลอดภัย พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว และยังคงมีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมที่น่าสนใจ

การเร่งฟื้นฟูภาพลักษณ์และความเชื่อมั่น พร้อมกระตุ้นเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวและรายได้หมุนเวียนในภาคใต้ จึงเป็นหนึ่งในการกิจสำคัญและเร่งด่วน กองตลาดภาคใต้ ททท. จึงกำหนดดำเนินโครงการ Smile @Pattani ภายใต้แคมเปญ Smile @South ในรูปแบบ Event Marketing เพื่อสื่อสารสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์เชิงบวกของสถานการณ์การท่องเที่ยวภาคใต้ในฝั่งอ่าวไทย และดำเนินกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยส่งเสริมและกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนทางเศรษฐกิจ เพื่อช่วยเหลือชุมชนและผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการรายย่อยที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ อันจะเป็นการบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจในระยะสั้น และเป็นจุดเริ่มต้นในการฟื้นฟูความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาว ทั้งนี้ ได้กำหนดให้จังหวัดปัตตานี เป็นพื้นที่นำร่องในการจัดกิจกรรม เนื่องจากเป็นจังหวัดในกลุ่มพื้นที่ชายแดนภาคใต้ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสูง และเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุอุทกภัยในช่วงที่ผ่านมาในมิติของภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว การดำเนินโครงการดังกล่าวจึงมุ่งหวังให้เป็นกลไกสำคัญในการบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจในระยะสั้น และเป็นจุดเริ่มต้นของการฟื้นฟูความเชื่อมั่นและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาวอย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์โครงการ

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์และบรรยากาศเชิงบวกให้กับการท่องเที่ยวภาคใต้หลังวิกฤติ
2. สร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยและความพร้อมรองรับการท่องเที่ยว
3. กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง
4. สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่
5. เสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

## 3. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 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 ด่วนที่สุด ที่ กค. (กวจ.) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค. (กวจ.) 0405.2/ว 48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

## 4. ขอบเขตการดำเนินงาน

ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์เชิงบวกการท่องเที่ยวในพื้นที่ในลักษณะของงาน Event Marketing ณ จังหวัดปัตตานี โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

**4.1 แนวคิด/รูปแบบการจัดกิจกรรม** นำเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรม (Theme) Key Visual โดยคำนึงถึงการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์เชิงบวก ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ ความคิดสร้างสรรค์ ความยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

### 4.2 โครงสร้างและการตกแต่ง

ออกแบบจัดทำโครงสร้าง วางผัง ตกแต่งสถานที่จัดงาน ให้มีความเหมาะสมสวยงาม และจัดกิจกรรมภายในงานให้สอดคล้องกับแนวคิด รวมทั้งสอดคล้องกับเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของพื้นที่ ประกอบด้วย

4.2.1 การตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศของการจัดกิจกรรม ได้แก่

- ชุ้มประตู (Archway) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 จุด
- จุด Check - in จำนวน 1 จุด

โดยประดับตกแต่งพื้นที่ให้มีความสวยงาม สามารถกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมงานบอกต่อประสบการณ์ (แฮชแท็ก)

4.2.2 ดำเนินการจัดแบ่งพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม ประกอบด้วย

- โซนอาหารและเครื่องดื่ม การออกร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า 40 บูธ พร้อมทั้งจัดที่นั่ง/พื้นที่สำหรับรับประทานอาหารตามความเหมาะสมและเข้ากับบรรยากาศการจัดงาน ประกอบด้วย โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ ไฟส่องสว่าง ป้ายชื่อร้านค้า (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) จุดทิ้งขยะ การแยกขยะ เจ้าหน้าที่เก็บขยะ ฯลฯ

- โซนร้านค้า OTOP / Art & Craft / สินค้า Vintage การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ราย โดยออกแบบ/ตกแต่งให้สอดคล้องกับภาพรวมของการจัดงาน รวมทั้งจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้เพียงพอและเหมาะสม อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ ไฟส่องสว่าง ถังขยะ ป้ายชื่อร้านค้า (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ฯลฯ

- โซนกิจกรรมสาธิต จัดให้มีพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงานเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรมต่อวัน โดยดำเนินการจัดหาผู้ประกอบการเข้าร่วมงานจากโซน Art & Craft มาทำกิจกรรมในแต่ละรอบได้ และจัดให้มีกิจกรรมดังกล่าววันละไม่น้อยกว่า 5 รอบต่อกิจกรรม สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 20 คน ต่อรอบ รวมทั้งจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้เพียงพอ และเหมาะสม อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ ไฟส่องสว่าง กระแสไฟฟ้า ถังขยะ พร้อมป้ายแสดงเวลาการจัดกิจกรรมขนาดเหมาะสมกับพื้นที่ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ป้าย QR Code ฯลฯ

ทั้งนี้ ต้องจัดหาผู้ประกอบการจากจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เข้าร่วมออกร้าน

4.2.3 โซนเวทีการแสดง

- ออกแบบจัดทำเวทีการแสดงให้มีขนาดเหมาะสมกับพื้นที่ มั่นคงแข็งแรง สามารถรองรับการแสดงจากนักแสดงไม่น้อยกว่า 30 คน โดยให้มีอัตลักษณ์ของพื้นที่และรูปแบบที่สร้างสรรค์ พร้อมจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ ได้แก่ จอ LED ชนิด Outdoor ความละเอียดไม่น้อยกว่า P4 ขนาดเหมาะสมกับขนาดของเวที และระบบแสง-เสียง ประกอบบนเวที เพื่อกระจายเสียงให้ได้ยินบริเวณในพื้นที่

- จัดให้มีสถานที่พักและเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับนักแสดงที่มิดชิดเป็นสัดส่วน พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก อาทิ โต๊ะ เก้าอี้ พัดลม ปลั๊กไฟ สำหรับรองรับนักแสดงไม่น้อยกว่า 20 คน

- จัดให้มีเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมดูแลกิจกรรมต่าง ๆ บนเวที (Stage Manager) และช่างเทคนิค ดำเนินการและควบคุมดูแลตลอดระยะเวลาการจัดงาน

4.2.4 โครงสร้างอื่น ๆ

- จัดทำ Directory Board แสดงแผนผังของงาน ร้านค้า/หน่วยงานที่เข้าร่วม และตารางกิจกรรมการแสดง/กิจกรรมสาธิต (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) จำนวนไม่น้อยกว่า 2 จุด

- จัดทำป้ายบอกทางภายในงาน

## 4.3 การจัดกิจกรรม

4.3.1 กิจกรรมการแสดงบนเวทีหลัก ได้แก่

- การแสดงในพื้นที่ อาทิ ดนตรี ศิลปวัฒนธรรม โดยศิลปินท้องถิ่นและหรือสถาบันการศึกษา วันละไม่น้อยกว่า 3 ชุด

- การแสดงดนตรีโดยศิลปินที่ได้รับความนิยม วันละไม่น้อยกว่า 1 รอบ

- จัดทำกราฟฟิก/รูปภาพ บนจอ LED บนเวทีตลอดระยะเวลาการจัดงาน

4.3.2 จัดกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก โดยมอบสิทธิพิเศษแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมงาน เช่น คุปอง ของที่ระลึก เป็นต้น

#### 4.3.3 การจัดพิธีเปิดงาน

- นำเสนอแนวคิดและรูปแบบ

- จัดทำกำหนดการ ลำดับพิธีการ รวมทั้งจัดทำคำกล่าวและจัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานให้มีความเหมาะสมและเพียงพอ

- จัดหาพิธีกร จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน โดยจะต้องสามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับกิจกรรมในพิธีเปิดและปฏิบัติหน้าที่พิธีกรประจำเวทีหลักและพิธีกรภาคสนาม ตลอดระยะเวลาการจัดงาน พร้อมจัดเครื่องแต่งกายพิธีกร และจัดทำลำดับขั้นตอน บทพิธีกร (Script) ให้ ททท. พิจารณาก่อน

- จัดเตรียมที่นั่งสำหรับบุคคลสำคัญ (VVIP) จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ที่นั่ง และแขกเชิญอื่น ๆ สำหรับการร่วมพิธีเปิดงานอย่างเหมาะสมสวยงาม จำนวนไม่น้อยกว่า 60 ที่นั่ง และมีสำรองไว้ในกรณีที่ ททท. ร้องขอ

- จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่มบรรจุในภาชนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับบุคคลสำคัญ (VVIP) แขกเชิญอื่น ๆ และสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด ทั้งนี้ ต้องนำเสนอรายการอาหารว่างและเครื่องดื่ม ให้ ททท. พิจารณาก่อน

- จัดให้มี Gimmick สำหรับพิธีเปิดงานให้มีความน่าสนใจสอดคล้องกับรูปแบบการจัดงาน พร้อมทั้งดำเนินการควบคุมและกำกับดูแลพิธีเปิดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยประสานงานกับหน่วยงาน / บุคคลที่เกี่ยวข้อง และให้การสนับสนุน ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสมหรือตามที่ ททท. ร้องขอ

- เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว อาทิ ข่าวแจกพิธีเปิด (Press Release) ภาพถ่ายและคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์

- จัดเตรียมของที่ระลึกที่สอดคล้องกับแนวคิดและรูปแบบการจัดงาน สำหรับแขกเชิญพิเศษ (VVIP) แขกเชิญและสื่อมวลชน จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้น

- จัดเจ้าหน้าที่ต้อนรับ แต่งกายให้เหมาะสมเข้ากับบรรยากาศการจัดงาน ดังนี้

- ต้อนรับและดูแลประธานในพิธีฯ และผู้ร่วมทำพิธีเปิดฯ

- ประจำจุดลงทะเบียนสำหรับแขกเชิญและสื่อมวลชน

- อำนวยความสะดวกทั่วไป

- ดำเนินการควบคุมและกำกับดูแลพิธีเปิดงาน ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยประสานงานกับหน่วยงาน/บุคคลที่เกี่ยวข้อง และให้การสนับสนุน ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม หรือตามที่ ททท. เสนอ

#### 4.4 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ดำเนินการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อ Online และ Offline พร้อมเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพทั้งก่อนและระหว่างการจัดงาน ให้เกิดการรับรู้ข่าวสารการจัดงานไม่น้อยกว่า 2,500,000 คน-ครั้ง โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

- จัดทำแผนการดำเนินงาน/แผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Media Plan)
- ออกแบบและจัดทำอาร์ตเวิร์ก (Artwork) สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังนี้
- Key Visual หลักของงาน
- สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ Banner Infographic Poster

ป้ายโฆษณา คลิปวิดีโอ

- คอนเทนต์ (Content) สื่อสารแนวความคิดการจัดงาน และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว และจังหวัดใกล้เคียงในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ บทความ ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ Infographic
- ดำเนินการเผยแพร่โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนการจัดงานผ่านสื่อดังต่อไปนี้

- สื่อออฟไลน์ อาทิ วิทยุ ป้ายกองโจร รถแห่ ฯลฯ
- สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย (Social Media) อาทิ บล็อกเกอร์ (Blogger), TikTok, YouTube, Facebook ฯลฯ

- นำสื่อมวลชน/บล็อกเกอร์ /อินฟลูเอนเซอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 หน่วยงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการจัดงานและสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่การจัดงานและ/หรือพื้นที่เชื่อมโยง

ทั้งนี้ ต้องนำเสนอให้ ททท. พิจารณาก่อน

#### 4.5 การดำเนินงานด้านอื่น ๆ

- จัดพื้นที่กองอำนวยความสะดวกสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- จัดพื้นที่ให้ข้อมูลข่าวสารพร้อมเจ้าหน้าที่ประสานงานที่สามารถสื่อสารภาษาไทย - อังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

- จัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัย พร้อมเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานดูแลความปลอดภัย จัดการจราจร จัดที่จอดรถให้เพียงพอสำหรับแขกเชิญ (VIP) พร้อมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในพื้นที่จอดรถ

- จัดพื้นที่หน่วยปฐมพยาบาลพร้อมเจ้าหน้าที่ โดยประสานโรงพยาบาลใกล้เคียงในการจัดรถพยาบาล รับ - ส่ง ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน จำนวน 1 คัน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

- จัดให้มีการรักษาความสะอาดและจุดทิ้งขยะโดยคัดแยกประเภทขยะ พร้อมป้ายบอกประเภทขยะ ภายในพื้นที่การจัดงาน รวมถึงเจ้าหน้าที่เก็บขยะบริเวณพื้นที่โดยรอบงาน และดูแลความสะอาดให้อยู่ในความเรียบร้อยตลอดระยะเวลาการจัดงาน

- จัดระบบสาธารณูปโภค ห้องสุขา หรือรถสุขา ให้เพียงพอกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม จัดหาห้องสุขาหรือรถสุขาเคลื่อนที่พร้อมเครื่องปรับอากาศ สำหรับแขกเชิญ (VVIP) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คัน พร้อมเจ้าหน้าที่ดูแลทำความสะอาด ตลอดการจัดงาน

- จัดหาหรือติดตั้งเครื่องกำเนิดกระแสไฟฟ้า เช่น หม้อแปลงไฟฟ้า หรือเครื่องปั่นไฟ พร้อมน้ำมันเชื้อเพลิงให้มีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งานทุกกิจกรรม ทั้งนี้ต้องมีเจ้าหน้าที่ควบคุมดูแลตลอดการจัดงาน
- จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านไฟฟ้า ควบคุมการดำเนินงาน ติดตั้งให้เกิดความมั่นคง แข็งแรง ปลอดภัย รวมทั้งมีระบบตัดไฟ
- บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในระบบดิจิทัลที่มีความละเอียดสูง เพื่อใช้สำหรับสรุปผลการจัดงาน และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของ ททท. โดยจัดทำเป็น Photo Album ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล และคลิปวิดีโอ ความยาวไม่เกิน 30 วินาที จำนวน 1 คลิป และความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 1 คลิป
- จัดทำประกันอุบัติเหตุให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่การจัดงาน โดยมีวงเงินคุ้มครองไม่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ต่อเหตุการณ์ และมีผลคุ้มครองตั้งแต่วันที่เข้าดำเนินการติดตั้ง ระหว่างการจัดงาน จนถึงวันที่เรือถอนคืนพื้นที่ ทั้งนี้ หากผู้รับจ้างเสนอราคาเบี้ยประกันสูงกว่าที่จ่ายจริง ททท. จะเบิกจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างตามที่จ่ายจริง
- จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของการจัดงาน รวมทั้งมาตรการรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อาทิ การจราจรติดขัด จุดจอดรถ การสำรองไฟ การจัดการขยะ ไฟไหม้ ฯลฯ พร้อมบริหารจัดการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน และภัยธรรมชาติ เช่น ลมพายุ ฝนฟ้าคะนอง น้ำท่วม ในกรณีพื้นที่จัดงานได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น ฝนตกน้ำท่วมขัง ต้องแก้ไข ถม ปรับ สถานที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมงานได้
- จัดทำข้อความแสดงความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และติดตั้งในบริเวณที่ผู้เข้าร่วมงานสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและเหมาะสม จำนวน 2 ภาษา (ภาษาไทย/อังกฤษ)
- จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมดตามขอบเขตของงานจ้างในรูปแบบ Power Point Presentation หรือ Canva
- ดำเนินการจัดเก็บ และรวบรวมข้อมูลของการจัดกิจกรรม ได้แก่ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด จำแนกเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมชาวไทย (คนในพื้นที่ และคนนอกพื้นที่) และชาวต่างชาติ รวมทั้งรายได้จากการขายภายในงานทั้งจากทางตรงและทางอ้อม ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และจำนวนการจ้างงานในท้องถิ่น ทั้งนี้ขอให้รายงานข้อมูลในรูปแบบ Infographic

#### 4.6 เงื่อนไขประกอบการดำเนินงาน

- ประสานขออนุญาตใช้สถานที่จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงจากชุมชนและประชาชน ในบริเวณที่จัดงานรวมถึงการขออนุญาตปิดถนนเพื่อใช้เป็นสถานที่จัดงาน
- ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการการจัดงานทั้งหมด อาทิ การใช้สถานที่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ฯลฯ ความเสียหายของสถานที่ที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรม หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี) รวมไปถึงค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ และผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมทั้งการจัดอุปกรณ์สำหรับเตรียมการจัดกิจกรรม ค่าเสียหายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากการจัดกิจกรรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากการดำเนินการต่างๆ ภายใต้ขอบเขตของงานจ้างและหลักเกณฑ์ดังกล่าว
- การจัดกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงการจ้างงานในท้องถิ่น การกระจายรายได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง รวมไปถึงการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- กรณีเปลี่ยนเวลาการแสดงหรือเวลาการประชุมสัมพันธ์จะต้องเสนอตารางการแสดงใหม่หรือเวลาการประชุมสัมพันธ์ใหม่ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าแต่วันแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วนให้รับนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเวลาการแสดงหรือเวลาการประชุมสัมพันธ์จะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้รับจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย โดยจะต้องไม่สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม และต้องดำเนินการแก้ไขเอกสารหรือสื่อการประชุมสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกันโดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง

- กรณีที่คู่สัญญาหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเหตุผลความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวศิลปิน/พิธีกร ให้เสนอรายชื่อศิลปิน/พิธีกร ที่มีชื่อเสียงในระดับใกล้เคียงกันแสดงแทน/ดำเนินรายการแทน โดยต้องให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบก่อนและค่าใช้จ่ายของศิลปิน/พิธีกรคนใหม่ต้องไม่เกินจากค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม หากค่าใช้จ่ายใหม่น้อยกว่าเดิม ททท. จะจ่ายค่าจ้างส่วนนี้ตามค่าใช้จ่ายจริง

- ให้ประสานงานกับหน่วยงาน / บุคคลที่เกี่ยวข้อง และให้การสนับสนุน ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสมหรือตามที่ ททท. ร้องขอ

- การจัดแสดงหรือกิจกรรมที่กำหนดเวลาหรือรอบการแสดงแต่ไม่สามารถจัดได้ตามกำหนดเนื่องจากเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นของคู่สัญญา และสามารถที่จะเลื่อนเวลาหรือรอบการแสดงไปทดแทนในช่วงอื่นได้ ผู้ว่าจ้างจะตกลงกับผู้รับจ้างเพื่อกำหนดการจัดแสดงหรือกิจกรรมในช่วงเวลาใหม่ โดยผู้รับจ้างจะไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม

## 5. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

5.1 คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

5.2 การตัดสิน ททท. จะใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ) (ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น) ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้

1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 10

2) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 90 ซึ่งจะพิจารณาการให้คะแนน 100 คะแนน โดยจำแนกเป็น

ประเด็นพิจารณา	น้ำหนัก การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1. เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 10	100 คะแนน
2. เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 90	100 คะแนน
1. ความคิดสร้างสรรค์และรายละเอียดการจัดทำแผนการดำเนินงาน โดยการออกแบบผังงานภาพรวมรูปแบบการจัดงาน (Theme) (20 คะแนน)		
- มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน		10 คะแนน
- มีความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงามและทันสมัย		10 คะแนน
2. การจัดกิจกรรมภายในงาน (25 คะแนน)		
- การตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม		10 คะแนน

- การจัดกิจกรรม การแสดงภายในงาน และรูปแบบพิธีเปิดงาน		15 คะแนน
3. การประชาสัมพันธ์ (20 คะแนน)		
- กลยุทธ์การสื่อสาร		10 คะแนน
- แนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์		10 คะแนน
4. กิจกรรมส่งเสริมการขาย (25 คะแนน)		
- กิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน		10 คะแนน
- กิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว		15 คะแนน
5. การบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก การจราจร และความปลอดภัย		10 คะแนน
รวม	ร้อยละ 100	

### **หมายเหตุ**

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติจำนวน 1 ชุด พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วนจำนวน 5 ชุด และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค

2. ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค 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 ทั้งปวงโดยจะเรียกจ้งจาก ททท. ไม่ได้

### **6. พื้นที่ดำเนินการ**

จังหวัดปัตตานี

### **7. ระยะเวลาดำเนินงาน**

ภายในเดือนเมษายน 2569 (จำนวน 3 วัน)

### **8. วงเงินงบประมาณ**

5,000,000.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม



## 9. การส่งมอบงานจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานจ้าง ดังนี้

9.1 แผนการประชาสัมพันธ์ แผนการดำเนินงาน และแผนการบริหารจัดการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน และภัยธรรมชาติ อาทิ ลมพายุ ฝนตก น้ำท่วม ฯลฯ ภายใน 3 วัน นับถัดจากวันลงนามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

9.2 ธรรมเนียมปฏิบัติ เหตุ ก่อนการจัดงานไม่น้อยกว่า 5 วัน

9.3 การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ เวทีการแสดง โครงสร้าง พร้อมการตกแต่งสถานที่จัดงานทั้งหมด รวมถึงระบบแสง เสียง ก่อนวันจัดงานไม่น้อยกว่า 1 วัน

9.4 พิธีเปิดงาน จำนวน 1 ครั้ง

9.5 การจัดกิจกรรมทั้งหมดตามขอบเขตของงาน ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

9.6 งานรื้อถอนทั้งหมดและคืนพื้นที่ภายใน 1 วันหลังจากเสร็จสิ้นการจัดงานแต่ละพื้นที่

9.7 ส่งมอบรายงานภายในวันที่ 15 พฤษภาคม 2569 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

9.7.1 รายงานการประเมินผลในรูปแบบเอกสาร จำนวน 1 ชุด และรูปแบบไฟล์ข้อมูล จำนวน 1 ชุด

9.7.2 รายงานสรุปการจัดงานในรูปแบบเอกสาร จำนวน 1 ชุด

9.7.3 รายงานสรุปการจัดงานในรูปแบบไฟล์ข้อมูล รายงานการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และภาพการจัดกิจกรรมทั้งหมดและไฟล์ VDO

## 10. การจ่ายเงินค่าจ้าง

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมดครั้งเดียว เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

## 11. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนดเวลา หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องครบถ้วน ตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100.00 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จ จนถึงวันที่ส่งมอบงานอย่างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานจ้างล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิ์ปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้นนอกจากการปรับได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างจะยินยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าได้อีกด้วย

## 12. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างจะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาการดำเนินงานตามขอบเขตของงานจ้างนี้ หากความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายนั้นเกิดจากความคิดหรือความบกพร่องของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการแก้ไขทันทีเพื่อให้การใช้การได้ดังเดิมโดยเร็ว นับตั้งแต่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่องจาก ททท. หรือแก้ไขให้การใช้การได้ดังเดิมภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

### 13. เงื่อนไขอื่น ๆ

13.1 หากมีการปรับเปลี่ยนเนื้องานทุกประเภท จะต้องให้ ททท. พิจารณารายละเอียดก่อนดำเนินการใด ๆ

13.2 ผู้รับจ้างยินยอมให้ ททท. เป็นเจ้าของผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นตามขอบเขตงานจ้างนี้ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. ผู้รับจ้างจะนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ใดมิได้ หากผู้รับจ้างไปซื้อสิทธิ์มาเพื่อดำเนินการให้กับ ททท. จะต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อน ลิขสิทธิ์ในรายการนั้น ททท. จะไม่ถือเป็นสิทธิ์ของ ททท. ทั้งนี้ ผลงานที่จัดทำขึ้นผู้รับจ้างต้องให้ผู้จัดทำส่งมอบลิขสิทธิ์ของงานที่จัดทำขึ้นทั้งหมดให้ตกเป็นของ ททท. โดยสิ้นเชิง

13.3 หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมายมาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนนำมาใช้และต้องแสดงหลักฐานแก่ ททท. ด้วย โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณีหากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น รายละเอียดของข้อกำหนดการจ้างนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

13.4 ในส่วนของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อการกล่าวอ้างของบุคคลภายนอกว่า มีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิในชื่อเสียง ลิขสิทธิ์ใด ๆ ในงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขตของงานจ้าง (TOR) นี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือให้การใช้สิทธิเรียกร้องของบุคคลภายนอกยุติโดยเร็ว และเข้ามาเป็นคู่ความในศาลและรับผิดชอบต่อ ททท. และบุคคลภายนอกในบรรดาค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมศาล ตลอดจนค่าทนายความที่เกิดขึ้นแทน ททท. ทั้งสิ้น

13.5 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ (ใบสั่งจ้าง) ซึ่งมีผลเป็นการละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น เช่น สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้อง หรือต้องชดเชยค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งจะต้องชดเชยค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทั้งสิ้น

13.6 ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใด ๆ อันเนื่องมาจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่าย ททท. หรือพฤติกรรมอันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบต่อตามกฎหมายทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดแห่งสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และขอบเขตของงานนี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือพฤติกรรมดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ ททท. ทราบ เพื่อดูหรือลดค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดดังกล่าวให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิ์เรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่เหตุเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องของฝ่าย ททท. ซึ่งมีหลักฐานชัดเจนหรือ ททท. ทราบที่อยู่แล้ว

13.7 การดำเนินการจัดทำวิดีโอหรือภาพนิ่ง เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ ททท. ผู้รับจ้างต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ “General Data Protection Regulation” (GDPR) ที่เป็นกฎหมายของสหภาพยุโรปว่าด้วยมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล ในชั้นงานนั้น ๆ และกรณีมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งสิ้น

13.8 ผู้รับจ้างต้องรักษาความลับหรือไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของ ททท. ที่ได้จากการรับจ้างนี้ โดย ททท. ทำเป็นบันทึกข้อตกลงการไม่เปิดเผยข้อมูล (Non-Disclosure Agreement) ตามรูปแบบที่ ททท. กำหนด เพิ่มเติม นอกเหนือจากสัญญาหลัก

13.9 การจัดกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงผลกระทบตามแนวทางการป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

#### 14. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

กองตลาดภาคใต้ ภูมิภาคภาคใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

#### 15. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

15.1 นางสาวอุษา เสือพันธ์ ผู้อำนวยการกองตลาดภาคใต้

15.2 นางสาวสุรัชชา สุลล หัวหน้างานภาคใต้ 3

15.3 นางสาวณัชชนม์ สอดจิตร พนักงานการตลาด 5

(นางสาวอุษา เสือพันธ์)  
ผู้อำนวยการกองตลาดภาคใต้

(นางสาวสุรัชชา สุลล)  
หัวหน้างานภาคใต้ 3

(นางสาวณัชชนม์ สอดจิตร)  
พนักงานการตลาด 5

## ภาคผนวก

### วิธีการประเมินและเกณฑ์การให้คะแนน

**1. ความคิดสร้างสรรค์และรายละเอียดการจัดทำแผนการดำเนินงาน โดยการออกแบบผังงานภาพรวม รูปแบบ (Theme) การจัดงาน กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ 20 โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังนี้**

(1) มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน ให้น้ำหนักร้อยละ 10 โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอแผนการดำเนินงาน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(1.1) ออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน โครงสร้างและการตกแต่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และชัดเจนในการออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ (Theme) และสามารถอธิบายพร้อมตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	6 -10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยให้จัดทำผังงานภาพรวม เช่น ออกแบบสถานที่ รูปแบบ (Theme) งานและรูปแบบการจัดงาน เป็นต้น
(1.2) ออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน โครงสร้างและการตกแต่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน แต่ยังขาดบางส่วนของงานออกแบบผังงานภาพรวม หรือรูปแบบ (Theme) แต่สามารถอธิบายได้เพียงบางส่วน	1 - 5	
(1.3) ออกแบบผังงานภาพรวม และรูปแบบ (Theme) การจัดงาน โครงสร้างและการตกแต่งไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน หรือไม่ชัดเจนในส่วนของการออกแบบผังงานภาพรวมและรูปแบบ (Theme)	0	

(2) มีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย ให้น้ำหนักร้อยละ 10 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(2.1) แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัยอย่างโดดเด่นชัดเจนครบถ้วนทุกประเด็น	6 -10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยให้นำเสนอแนวคิดและรูปแบบการจัดงาน และความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีความน่าสนใจและกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมงานบอกต่อ เป็นต้น
(2.2) แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย ครบทุกประเด็นแต่ไม่โดดเด่น	1 - 5	
(2.3) แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย ไม่ครบหลายประเด็น	0	

## 2. การจัดกิจกรรมภายในงาน กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ 25 โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังนี้

(1) การตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม ร้อยละ 10 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(1.1) นำเสนอรูปแบบการตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงานอย่างโดดเด่น และสามารถตอบข้อซักถามและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	6 - 10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยให้นำเสนอรูปแบบการตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม เช่น การสร้างสรรค์ แสดงออกถึงอัตลักษณ์ เป็นต้น
(1.2) นำเสนอรูปแบบการตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงานแต่ไม่โดดเด่น และนำไปปฏิบัติได้จริงเพียงบางส่วน	1 - 5	
(1.3) นำเสนอรูปแบบการตกแต่งพื้นที่ในภาพรวม ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน	0	

(2) การจัดกิจกรรม การแสดงภายในงาน และรูปแบบพิธีเปิดงาน ให้น้ำหนักร้อยละ 15 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(2.1) นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม การแสดงภายในงาน และรูปแบบพิธีเปิดงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme) ได้อย่างครบถ้วน เหมาะสมและโดดเด่น พร้อมตอบข้อซักถามและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	11-15	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยพิจารณาถึงรูปแบบการจัดกิจกรรม การแสดงภายในงานและรูปแบบพิธีเปิดงานที่มีความทันสมัย มีความโดดเด่น และสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน
(2.2) นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม การแสดงภายในงาน และรูปแบบพิธีเปิดงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme) ได้อย่างครบถ้วน พร้อมตอบข้อซักถามได้ครบถ้วน และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงแต่ไม่โดดเด่น	6 -10	
(2.3) นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม การแสดงภายในงาน และรูปแบบพิธีเปิดงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme) ค่อนข้างน้อยตอบข้อซักถามได้เพียงบางส่วน และนำไปปฏิบัติได้จริงบางส่วน	1 - 5	
(2.4) นำเสนอรูปแบบการจัดกิจกรรม การแสดงภายในงาน และรูปแบบพิธีเปิดงาน ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme)	0	

### 3. การประชาสัมพันธ์ กำหนดให้น้ำหนักร้อยละ 20 โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังนี้

(1) กลยุทธ์การสื่อสาร ให้น้ำหนักร้อยละ 10 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(1.1) การนำเสนอวิธีการสร้างการรับรู้ แนวคิดหลัก กลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อ (Media) หรือความคิดสร้างสรรค์ ในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดยมีการอธิบายที่มีความชัดเจนและครอบคลุมพอที่จะอธิบายถึงเหตุ และผลในการเลือกใช้สื่อในแต่ละช่องทางได้ครบถ้วน สมบูรณ์ จำนวนช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ ครบถ้วนตามที่กำหนด	6-10	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยพิจารณาจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดและกลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อ ดังกล่าวมีความเหมาะสมสามารถใช้ได้จริง อ้างอิงได้</li> <li>- สอดคล้องกับ Content และกลุ่ม เป้าหมายที่ ต้องการสื่อสาร</li> <li>- กลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อมีความชัดเจน สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกับ วัตถุประสงค์ของ ททท.</li> </ul>
(1.2) มีการนำเสนอวิธีการสร้างการรับรู้ แนวคิดหลัก กลยุทธ์ในการเลือกสื่อ (Media) หรือความคิดสร้างสรรค์ใน การเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดยมีการอธิบาย แต่การอธิบายขาดความชัดเจนพอที่จะอธิบายถึงเหตุและ ผลในการเลือกใช้สื่อในแต่ละช่องทางให้เหมาะสม และ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้จริง แสดงให้ เห็นถึงความเข้าใจในการดำเนินงานและขอบเขตของงานที่ ยังไม่ชัดเจนเพียงพอ	1 - 5	
1.3) ไม่มีการนำเสนอวิธีการสร้างการรับรู้ และกลยุทธ์ใน การเลือกใช้สื่อ (Media) หรือความคิดสร้างสรรค์ในการ เผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ และไม่สามารถตอบ ข้อซักถามใด ๆ ได้	0	

(2) แนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ให้น้ำหนักร้อยละ 10 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(2.1) การนำเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์ หรือความคิด สร้างสรรค์ในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดย มีการอธิบายที่มีความชัดเจนและครอบคลุม น่าสนใจ พอที่จะอธิบายถึงเหตุและผลในการเลือกใช้สื่อในแต่ละ ช่องทางได้ครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนช่องทางการเผยแพร่ ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ครบถ้วนตามที่กำหนด	6 - 10	<p>เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยพิจารณาจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดและกลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อ ดังกล่าวมีความเหมาะสมสามารถใช้ได้จริง อ้างอิงได้</li> <li>- สอดคล้องกับ Content และกลุ่ม เป้าหมายที่ ต้องการสื่อสาร</li> <li>- กลยุทธ์ในการเลือกใช้สื่อมีความชัดเจน สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกับ วัตถุประสงค์ของ ททท.</li> </ul>
(2.2) มีการนำเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์ หรือความคิด สร้างสรรค์ในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดย มีการอธิบาย แต่การอธิบายขาดความชัดเจนพอที่จะอธิบาย ถึงเหตุและผลในการเลือกใช้สื่อในแต่ละช่องทางให้ เหมาะสม และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้	5 - 1	

จริง แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในการดำเนินงานและขอบเขตของงานที่ยังไม่ชัดเจนเพียงพอ		
2.3) ไม่มีการนำเสนอวิธีการประชาสัมพันธ์ หรือความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ และไม่สามารถตอบข้อซักถามใด ๆ ได้	0	

#### 4. กิจกรรมส่งเสริมการขาย น้ำหนักร้อยละ 25 โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังนี้

(1) กิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน ให้น้ำหนักร้อยละ 10 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(1.1) การนำเสนอวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme) ได้อย่างครบถ้วนเหมาะสมและโดดเด่น พร้อมตอบข้อซักถามและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	6 - 10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยพิจารณาถึงรูปแบบกิจกรรมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน ที่มีความน่าสนใจ มีความโดดเด่น และสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน
(1.2) การนำเสนอวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme) ได้อย่างครบถ้วนเหมาะสมแต่ไม่โดดเด่น และปฏิบัติได้จริงบางส่วน	1 - 5	
(1.3) การนำเสนอวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบ (Theme)	0	

(2) กิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้น้ำหนักร้อยละ 15 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(2.1) การนำเสนอกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบกิจกรรมก่อให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยว ได้อย่างครบถ้วนเหมาะสมและโดดเด่น พร้อมตอบข้อซักถามและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	10-15	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยพิจารณาถึง - ความน่าสนใจการนำเสนอกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความโดดเด่น และสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน - การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม/ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ในพื้นที่
(2.2) การนำเสนอกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบกิจกรรมก่อให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยว ได้อย่างครบถ้วนเหมาะสมแต่ไม่โดดเด่น และปฏิบัติได้จริงบางส่วน	6-10	
(2.3) การนำเสนอกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบกิจกรรมก่อให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยว ค่อนข้างอย่างแต่ไม่โดดเด่น และตอบข้อซักถามได้บางส่วน	1-5	

(2.4) การนำเสนอกิจกรรมการตลาดส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดงาน และรูปแบบกิจกรรมก่อให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยว ไม่ครบถ้วน	0	
--	---	--

5. การบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก การจราจร และความปลอดภัย น้ำหนักร้อยละ 10 โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังนี้

รายการพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน
(1.) การนำเสนอวิธีการบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก การจราจร และความปลอดภัย มีแผนชัดเจน ครบถ้วน เหมาะสมและโดดเด่น พร้อมตอบข้อซักถามและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	6-10	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยพิจารณาถึง - แผนการบริหารจัดการมีความละเอียดครบทุกประเด็น สามารถนำไปใช้ได้จริง - มีการวางแผนครอบคลุม สามารถอำนวยความสะดวก และมีความปลอดภัยสูง
(2.) การนำเสนอวิธีการบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก การจราจร และความปลอดภัย มีแผนชัดเจนครบถ้วน เหมาะสมแต่ไม่โดดเด่น และปฏิบัติได้จริงบางส่วน	1-5	
(3.) การนำเสนอวิธีการบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก การจราจร และความปลอดภัย ไม่ครบหลายประเด็น	0	