



**ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)**  
**จ้างโครงการสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวในพื้นที่ต้นแบบจังหวัดเชียงใหม่**  
**(Chiang Mai Product Prototype)**

**1. หลักการและเหตุผล**

แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568–2570) กำหนดวิสัยทัศน์ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นผู้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวทรงคุณค่าและมุ่งสู่ความยั่งยืน ซึ่งเมื่อปี 2568 ที่ผ่านมา ททท. ได้จัดทำแนวทางการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนพื้นที่ต้นแบบ (Sustainable Product Prototype) ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมให้หน่วยงานและผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพื้นที่ที่มีหมุดหมายสู่ความยั่งยืนอย่างมีแบบแผน

สำหรับการดำเนินงานในปี 2569 ททท. ยังคงมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนในพื้นที่ต้นแบบ (Sustainable Product Prototype) และต่อยอดการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยกำหนดให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ต้นแบบยั่งยืน (Chiang Mai Product Prototype) อีกหนึ่งพื้นที่ ซึ่งจะดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พัฒนามาตรฐานและยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ให้มีมูลค่ารับกับสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก ที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันจะนำไปสู่การเดินทางท่องเที่ยว และการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ใส่ใจต่อตนเอง สิ่งแวดล้อมและสังคมต่อไป

เพื่อต่อยอดการดำเนินงานพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ททท. โดยฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว กองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว จึงจะจ้างดำเนินโครงการสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวในพื้นที่ต้นแบบจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai Product Prototype) ผ่านการคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่มีศักยภาพ นำมาสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง ภายใต้แนวคิด “Travel With Care” การเดินทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ใส่ใจต่อตนเอง และสิ่งแวดล้อม โดยคาดหวังว่าข้อมูลดังกล่าวจะสามารถสนับสนุนการดำเนินงานให้แก่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภายใน ททท. และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง อาทิ ด้านตลาดในประเทศ ด้านตลาดต่างประเทศ ด้านสื่อสารตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ฯลฯ นำไปใช้เป็นต้นแบบสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

**2. วัตถุประสงค์**

2.1 เพื่อสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงต้นแบบยั่งยืนพร้อมขาย อันจะนำไปสู่การส่งเสริมต่อยอดสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2.2 เพื่อสนับสนุนข้อมูลสินค้าการท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงาน ททท. ด้านตลาดต่างประเทศ และด้านสื่อสารการตลาด

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย สื่อมวลชน และหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

### 4. พื้นที่ดำเนินการ

จังหวัดเชียงใหม่

### 5. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 5.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 5.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 5.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 5.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 5.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 5.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 5.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
- 5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 5.10 ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ.) 0405.2/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค. (กวจ.) 0405.2/ว 48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

### 6. ขอบเขตของงาน

ดำเนินการสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงต้นแบบยั่งยืนภายใต้แนวคิด “Travel With Care” การเดินทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ใส่ใจต่อตนเอง และสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 6.1 รวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจัดทำสรุปผล เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดแนวคิด (Theme) การสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงต้นแบบยั่งยืน อาทิ แนวโน้มสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Trend) พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว บทความ งานวิจัย มาตรฐานสากลด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (GSTC : Global Sustainable Tourism Council) มาตรฐาน Tourism Care ฯลฯ

6.2 ยกร่างแนวคิด (theme) การสร้างสรรค์เรื่องราว (Content Marketing) และเส้นทางท่องเที่ยว เชื่อมโยงต้นแบบยั่งยืน ประกอบด้วยแนวคิดในภาพรวม และแนวคิดแต่ละเส้นทาง โดยจะต้องสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลที่ดำเนินการรวบรวมและสรุปในข้อ 6.1 เพื่อเป็นข้อมูลใช้ประกอบการจัดประชุม ระดมความคิดเห็น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ ททท. จะเป็นผู้ดำเนินการ จัดประชุมระดมความคิดเห็น

6.3 คัดเลือก และนำเสนอรายชื่อสินค้า บริการท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ตามข้อ 6.1-6.2 พร้อมทั้งดำเนินการสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงต้นแบบยั่งยืน ภายใต้แนวคิดที่กำหนดจำนวนไม่น้อยกว่า 5 รายการ พร้อมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว (Route) ในรูปแบบ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 เส้นทาง โดยข้อมูลที่สร้างสรรค์ต้องประกอบด้วยรายละเอียดที่ สำคัญ ได้แก่

6.3.1 ข้อมูลทางการตลาดที่น่าสนใจ เช่น ลักษณะเด่นของสถานที่ และความน่าสนใจของแหล่งหรือ สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Product & Service) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) และ ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Experience) เป็นต้น

6.3.2 รูปภาพประกอบที่มีความทันสมัย สวยงาม น่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา (Content) โดยได้รับความเห็นชอบจาก ททท. พร้อมระบุ ชื่อรูปภาพและที่มาของภาพถ่าย มีความละเอียดของภาพ ไม่ต่ำกว่า 300 dpi และรูปภาพต้องได้มาอย่างถูกต้อง อย่างน้อย 300 รูป ทั้งนี้ ให้เป็นลิขสิทธิ์ ของ ททท. โดยไม่จำกัดเงื่อนไขและระยะเวลาการใช้งาน

6.3.3 ช่องทางการติดต่อ Online และ Offline

6.3.4 เวลาทำการเปิด - ปิด และข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว (ถ้ามี) ฯลฯ

6.3.5 การเดินทางเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ตำแหน่งที่ตั้ง หรือพิกัด GPS ฯลฯ

6.3.6 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจใกล้เคียง

ทั้งนี้ ให้นำเสนอรายชื่อและผลงานของนักเขียนและผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ที่จะดำเนินการเขียน Marketing Content รวมถึงพิสูจน์อักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจะต้องมีการรับรองการพิสูจน์อักษร โดยผู้เชี่ยวชาญ ให้ ททท. พิจารณาก่อนดำเนินการ

6.4 จัดทำ Product Presentation เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่ได้รับจากสินค้าบริการและเส้นทาง ท่องเที่ยวภายใต้โครงการฯ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในรูปแบบต่างๆ อาทิ Canva PowerPoint PDF ฯลฯ โดยจะต้องจัดทำให้มีความสวยงาม กระชับ สามารถนำไปใช้ในการเสนอในเชิงวิชาการและการตลาดได้ จำนวนภาษาละ 1 ชุด

6.5 ออกแบบและจัดทำเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้

6.5.1 รูปแบบออนไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลและเครื่องมือส่งเสริมการขาย ได้แก่

1) E-Magazine ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ 1 ชุด

2) E-Brochure ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ 1 ชุด

3) Caption และ Ads Artwork Cover & Photo album, Infographic สำหรับช่องทางสื่อสังคม ออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Instagram, Website และอื่นๆ ในรูปแบบภาษาไทย/ภาษาอังกฤษให้ เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน

6.5.2 รูปแบบออฟไลน์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ในงานส่งเสริมการขาย (Trade Show) ได้แก่

- 1) Magazine ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 500 เล่ม
- 2) Brochure ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 ชุด
- 3) Sale Kit ภาษาไทย/อังกฤษ สำหรับเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย และมอบเป็นของที่ระลึก อาทิ กล่องบรรจุหนังสือที่ประกอบด้วย Thumb Drive ของที่ระลึก ฯลฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชุด

6.6 จัดทำสื่อวิดีโอทัศน์สรุปภาพรวมสินค้าการท่องเที่ยวภายใต้โครงการฯ ภาษาไทย/อังกฤษ ความยาวไม่เกิน 3 นาที จำนวน 1 ชุด และความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวน 1 ชุด (ไฟล์นามสกุลสำหรับนำลงช่องทาง YouTube ได้ พร้อมระบุ Title และ Description) เพื่อเป็นเครื่องมือการตลาดในการนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยว พร้อม Footage ที่เป็นลิขสิทธิ์ของ ททท.

6.7 ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดและ Theme ที่กำหนด อาทิ รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่เสนอขาย รายชื่อแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ฯลฯ ในรูปแบบไฟล์ Excel หรือรูปแบบอื่นๆ 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		
2.1.1 มีแผนงานและรายละเอียดกำหนดระยะเวลาปฏิบัติงานชัดเจน		10 คะแนน
2.1.2 มีกระบวนการและแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของขอบเขตการดำเนินงาน		10 คะแนน
2.2 แนวคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจ		
2.2.1 วิธีการคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว		10 คะแนน
2.2.2 แนวคิดในการสร้างสรรค์ข้อมูลและเชื่อมโยงเรื่องราวที่น่าสนใจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว		10 คะแนน
2.3 ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตข้อมูลและเนื้อหา (Content)		
2.3.1 แหล่งที่มาความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความน่าสนใจของข้อมูล และความครบถ้วนของเนื้อหาสินค้า		10 คะแนน
2.3.2 ข้อมูลและเนื้อหาของสินค้ามีความทันสมัยและทันต่อกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย		10 คะแนน

2.3.3 รูปแบบของคอนเทนต์ที่นำเสนอ (การเรียบเรียงข้อมูล / การเล่าเรื่องราว)		10 คะแนน
2.3.4 การออกแบบเส้นทางตัวอย่างที่สร้างประสบการณ์การเดินทาง		10 คะแนน
<b>2.4 การออกแบบอาร์ตเวิร์ค E-Magazine และ Power Point Presentation</b>		
2.4.1 รูปแบบการจัดวางอาร์ตเวิร์ค (Artwork)		5 คะแนน
2.4.2 ความสวยงามและสอดคล้องกับแนวคิด		10 คะแนน
<b>2.5 ความเชี่ยวชาญของผู้ยื่นข้อเสนอ</b> ประสบการณ์การทำงาน และแนวทางการจัดการที่สามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จตามขอบเขตของงานจ้าง		5 คะแนน
<b>รวม</b>	<b>ร้อยละ 100</b>	<b>ร้อยละ 100</b>

#### หมายเหตุ

1. คณะกรรมการจ้างโดยวิธีคัดเลือก จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
2. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ให้ถูกต้องครบถ้วน และจัดทำรายละเอียดของงานให้ครบถ้วนตามขอบเขตของงาน เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการจ้างพิจารณา พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดประมาณ 45 นาที
3. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องผ่านเกณฑ์คุณภาพไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และคณะกรรมการฯ จะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป
4. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก ผลการตัดสินของกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด
5. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งปวง โดยจะเรียกจูงจาก ททท. มิได้

#### **8. ระยะเวลาการดำเนินการ**

ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

#### **9. วงเงินงบประมาณ**

2,000,000 บาท (สองล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

#### **10. การส่งมอบงาน**

ผู้รับจ้างต้องส่งมอบงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แผนการดำเนินงานทั้งหมดและรายละเอียดแนวทางการดำเนินงาน ในรูปแบบเอกสาร จำนวน 3 ชุด ภายใน 15 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ
2. ส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.1-6.2 ในรูปแบบเอกสาร จำนวน 3 ชุด และไฟล์ข้อมูลที่สามารถแก้ไขได้ บรรจุใน Flash Drive จำนวน 3 ชุด ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ
3. ส่งมอบงานตามขอบเขตงานข้อ 6.3-6.7 ภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ส่งมอบงานในรูปแบบเอกสาร จำนวน 3 ชุด และจัดเก็บข้อมูลต้นฉบับของงานทั้งหมดที่สามารถแก้ไขได้ในรูปแบบ SSD External ความจุไม่ต่ำกว่า 1 TB จำนวน 2 ชุด ซึ่งบรรจุข้อมูลประกอบไปด้วยเนื้อหาตามขอบเขตงานทั้งหมด รายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) ไฟล์ PDF (E-Magazine, E-Brochure) และ ไฟล์ Product Presentation
- (2) ไฟล์ Artwork ทั้งหมดที่สามารถแก้ไขข้อมูลและรูปภาพได้
- (3) ไฟล์ภาพที่ใช้ในงานทั้งหมด ซึ่งมีความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi เป็น Raw File และ Jpeg File โดยระบุชื่อภาพและที่มาของภาพถ่ายแต่ละภาพให้ชัดเจนว่าภาพใดเป็นภาพที่ผู้รับจ้างจัดหาเองและภาพใดขอความอนุเคราะห์มาจากแหล่งอื่น เพื่อให้ ททท. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ต่อไป
- (4) ไฟล์วิดิทัศน์สรุปภาพรวมสินค้าการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดและ Theme ที่กำหนด
- (5) ไฟล์ข้อมูลอื่นๆ ภายใต้ขอบเขตงานทั้งหมด

3.2 ส่งมอบเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบออฟไลน์ตามที่ระบุในข้อกำหนดการจ้างทั้งหมด

## 11. การจ่ายเงินค่าจ้าง

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานแล้วเสร็จ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับพัสดุเรียบร้อยแล้ว

## 12. สถานที่ส่งมอบงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่) กรุงเทพมหานคร

## 13. อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนด หรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคาจ้างนั้นแต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จจนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือวันที่ ททท. ปฏิเสธการรับมอบงาน หรือวันที่บอกเลิกสัญญา หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าวและหักราคาจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้นนอกจากการปรับได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบล่าช้าได้อีกด้วย

## 14. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องรับประกันความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือโดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการแก้ไขให้ใช้ได้ดังเดิม นับตั้งแต่ได้รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมาย หรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าว

หรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นโดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

## 15. เงื่อนไขอื่น ๆ

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

15.2 ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ผลิตเองโดยไม่ลอกเลียน ดัดแปลงแก้ไข มาจากงานของบุคคลอื่น หรือละเมิด ลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น โดยผลงานทั้งหมดถือเป็นกรรมสิทธิ์ และลิขสิทธิ์ของ ททท. ซึ่ง ททท. สามารถนำไปทำซ้ำ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พิมพ์ หรือผลิตเพิ่มเติม รวมทั้งเผยแพร่ซ้ำได้ ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะนำไปใช้ต้องได้รับอนุญาตจาก ททท. เป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

15.3 ผู้รับจ้างสามารถเสนอรายละเอียด เนื้อหา ข้อมูล หรือประเด็นการนำเสนอเพิ่มเติมจากข้อกำหนดได้ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีข้อเสนอใด ๆ ที่เห็นว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานครั้งนี้

15.4 เนื้อหาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมและสถานการณ์ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดและหากทีมงานต้องไปถ่ายทำในสถานที่อื่น ๆ เพิ่มเติม ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

15.5 ผู้รับจ้างจะต้องไม่นำเสนอข้อมูลที่ทำให้ ททท. เกิดความเสียหาย

15.6 ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (GDPR และ PDPA) และกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมโรคติดต่อโดยเคร่งครัด

## 16. ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานสินค้าการท่องเที่ยวภาคเหนือ กองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว

## 17. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

1. นายชัช ดิสถาพร	ผู้อำนวยการกองสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยว	ประธานกรรมการ
2. นางสาวชัชฎารัชช์ กุลาหงษ์	หัวหน้างานสินค้าการท่องเที่ยวภาคเหนือ	กรรมการ
3. นางสาวกมลแก้ว ระเริงทรัพย์	พนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว 3	กรรมการและเลขานุการ