

ขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR)

จ้างจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ปี 2569

หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปใช้ต่อยอดสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก การพัฒนา การท่องเที่ยวไทยและการสำนึกถึงคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมโดยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมเป็น 1 ใน 6 แผนย่อยของแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคม กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรม วิถีชีวิต อาหาร อัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปเป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวในประเทศ ททท. จึงได้กำหนดการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้มีการบอกต่อประสบการณ์และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าสู่พื้นที่มากขึ้น พร้อมกับการคัดสรรพื้นที่ชุมชนที่มีศักยภาพ เข้าสู่กระบวนการพัฒนาให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มสินค้าพร้อมขายและขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามแนวคิด BCGs, STGs โครงการ Sustainable Tourism Acceleration Rating (STAR) โครงการ Carbon Footprint Hotels (CF-Hotels) และส่งเสริมการท่องเที่ยว Low Carbon รวมทั้งมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (TTA) เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและความยั่งยืน

กองตลาดภาคใต้ ภูมิภาคภาคใต้ ททท. ได้ดำเนินการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ภายใต้โครงการเที่ยวท่องลงชุมชนได้ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยวภาคใต้กระตุ้นให้เกิดการเดินทาง และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเข้าสู่เศรษฐกิจฐานรากในท้องถิ่น และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบ ที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นผ่านประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจากอาหาร กิจกรรมทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในชุมชน เน้นการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน รวมถึงการดำเนินงาน ร่วมกับพันธมิตรทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน นำไปประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในช่องทางที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเส้นทาง ท่องเที่ยวชุมชนอย่างสร้างสรรค์ พร้อมทั้งผลิตและนำเสนอเรื่องราว (Content) เพื่อสร้างคุณค่า รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษาสสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวทางแผนนโยบายและยุทธศาสตร์ของ ททท.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ภาคใต้
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภาคใต้ให้เติบโตและกระจายรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย มุ่งเน้นไปที่การกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์
3. เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการเดินทางการท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรในพื้นที่เป้าหมายผ่านกิจกรรมการประชาสัมพันธ์และโปรแกรมการท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
3. สื่อมวลชน/อินฟลูเอนเซอร์ทางการท่องเที่ยว
4. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

คุณสมบัติผู้เสนอราคา

1. มีความสามารถตามกฎหมาย
2. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
3. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
4. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
5. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
6. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
7. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
8. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
9. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
10. ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ.) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และ ด่วนที่สุด ที่ ก.ค. (กวจ.) 0405.2/ว.48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

แนวทางการดำเนินงาน

1. วางแผนการดำเนินงานพร้อมคัดเลือกชุมชนท่องเที่ยวภาคใต้ที่มีศักยภาพ
 - 1.1 คัดเลือกชุมชนท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 พื้นที่
 - 1.2 ลงพื้นที่สำรวจและดำเนินโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 พื้นที่
 - 1.3 นำโปรแกรมและแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ร่วมกับชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า 5 พื้นที่ เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
2. จัดทำ Content และประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม โครงการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์พร้อมเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้
 - 2.1 จัดทำคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน จำนวนไม่น้อยกว่า 5 พื้นที่ พื้นที่ละ 1 คอนเทนต์ พร้อมเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมแล้วไม่น้อยกว่า 10 ช่องทาง โดยมีจำนวนการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์รวมไม่น้อยกว่า 1,000,000 คน-ครั้ง
 - 2.2 จัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เปิดตัวการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ “เที่ยวท่องล่องชุมชนใต้” ปี 2569 ความยาวประมาณ 1 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คลิป พร้อมเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมทั้งจัดให้มี Influencer ร่วมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่
3. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการฯ เป็นเอกสารจำนวน 2 ฉบับ
 - 3.1 จัดทำรายงานสรุปผลการจัดงานทุกพื้นที่ พร้อมทั้งรายงานการจัดทำสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ในรูปแบบเอกสาร และไฟล์ข้อมูลให้ครบถ้วนตามแนวทางการดำเนินงานที่ระบุไว้ในข้อ 1-2
 - 3.2 จัดทำรายงานสรุปผลการเก็บข้อมูลตามเป้าหมายตัวชี้วัดความสำเร็จที่ระบุไว้ โดยในรายงานต้องระบุวิธีการเก็บข้อมูล เช่น การเก็บข้อมูลจากแบบสำรวจหรือแบบสอบถาม การเก็บข้อมูลจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ การเก็บข้อมูลจากการใช้ Model สถิติต่าง ๆ แล้วนำเสนอในรูปแบบเอกสาร และไฟล์ข้อมูลให้ครบถ้วน

พื้นที่ดำเนินการ

พื้นที่จังหวัดในภาคใต้ ประเทศไทย

ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2569

งบประมาณ

วงเงิน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายจากงบประมาณ กภต. ปี 2569 กลยุทธ์ที่ 1 ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ แผนงานที่ 1.5 ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (บ.20.2) โครงการเที่ยวท่องล่องชุมชนใต้

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

1. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

2. การตัดสิน ททท. จะให้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพ : ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น) ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาจากการให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนดใน 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้

2.1 ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 20

2.2 ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 80

ซึ่งจะพิจารณาการให้คะแนน 100 คะแนน โดยจำแนกเป็น

ประเด็นพิจารณา	น้ำหนักการให้คะแนน	คะแนนเต็ม
1. เกณฑ์ราคา	ร้อยละ 10	
2. เกณฑ์คุณภาพ	ร้อยละ 90	100 คะแนน
2.1 นำเสนอแผนการดำเนินงานและแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย		20 คะแนน
2.2 ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอเนื้อหาและสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์		15 คะแนน
2.3 การผลิตชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ		15 คะแนน
2.4 คัดเลือก Influencer ที่มีความนิยมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย		10 คะแนน
2.5 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และช่องทางการเผยแพร่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย		20 คะแนน
2.6 นำเสนองาน ออกแบบ วางแผน สรุปข้อมูล และประเมินผลได้ครบถ้วนตามขอบเขตของงาน		20 คะแนน
รวม	ร้อยละ 100	100 คะแนน

หมายเหตุ

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติ พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วน และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
2. ผู้ยื่นข้อเสนอให้นำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดไม่เกิน 45 นาที รวมถามตอบ
3. ททท. จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปรวมกับคะแนนเกณฑ์ราคาต่อไป
4. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก ผลการตัดสินของกรรมการจัดจ้างโดยวิธีคัดเลือกถือเป็นที่สุด
5. ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งปวงโดยจะเรียกครองจาก ททท. มิได้

การส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้าง

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างทั้งหมดครั้งเดียว เมื่อผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว โดยผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานจ้าง ดังนี้

1. ส่งมอบแผนการดำเนินงานโดยรวม (Planning) ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา
2. ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ชิ้นงาน และรายงานสรุปผลการประเมินการรับรู้สื่อ โดยส่งมอบไฟล์สื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมรายงาน ในรูปแบบไฟล์บันทึกลงใน External Hard Disk จำนวน 1 ชุด และรายงานเอกสาร จำนวน 1 ชุด ภายในวันที่ 15 มิถุนายน 2569
3. ส่งมอบข้อมูลโครงการฯ ทั้งหมดเป็นรูปแบบรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการฯ เป็นเอกสารและไฟล์ (External Hard Disk) จำนวน 2 ชุด ภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2569

สถานที่ส่งมอบงาน

กองตลาดภาคใต้ ชั้น 13 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เลขที่ 1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

อัตราค่าปรับ

ในกรณีผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนดเวลา หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาจ้าง หรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จจนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากมีการส่งมอบสิ่งของล่าช้า หรือส่งมอบสิ่งของไม่ถูกต้องตามสัญญาจ้างหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ในรายการใด ไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิ์ปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามรายการที่ ททท.

การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้มิเรียบร้อย หรือเลือกลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องจัดการแก้ไขให้ใช้ได้ดังเดิม โดยเร็ว นับตั้งแต่รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งความชำรุดจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมายหรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าวหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

เงื่อนไขอื่น ๆ

1. หากมีการปรับเปลี่ยนเนื้องานทุกประเภท จะต้องให้ ททท. พิจารณารายละเอียดก่อนดำเนินการใด ๆ
2. ผู้รับจ้างยินยอมให้ ททท. เป็นเจ้าของผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นตามขอบเขตงานจ้างนี้ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. ผู้รับจ้างจะนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ใดมิได้ หากผู้รับจ้างไปซื้อสิทธิมาเพื่อดำเนินการให้กับ ททท. จะต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อน ลิขสิทธิ์ในรายการนั้น ททท. จะไม่ถือเป็นสิทธิของ ททท. ทั้งนี้ ผลงานที่จัดทำขึ้นผู้รับจ้างต้องให้ผู้จัดทำส่งมอบลิขสิทธิ์ของงานที่จัดทำขึ้นทั้งหมดให้ตกเป็นของ ททท. โดยสิ้นเชิง
3. หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมายมาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนนำมาใช้และต้องแสดงหลักฐานแก่ ททท. ด้วย โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณีหากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น รายละเอียดของข้อกำหนดการจ้างนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ
4. ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ซึ่งมีผลเป็นการละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น เช่น สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้อง หรือต้องชดเชยค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งจะต้องชดเชยค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทันทิ
5. ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใด ๆ อันเนื่องมาจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่าย ททท. หรือพฤติกรรมอันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดแห่งสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และขอบเขตของงานนี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือพฤติกรรมดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ ททท. ทราบ เพื่อดูหรือลดค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับจากวันที่เหตุนั้นสิ้นสุดลง ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดดังกล่าวให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิเรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่เหตุเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องของฝ่าย ททท. ซึ่งมีหลักฐานชัดเจนหรือ ททท. ทราบดีอยู่แล้ว
6. ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และ (GDPR)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

งานภาคใต้ 1 กองตลาดภาคใต้ ภูมิภาคภาคใต้ ททท.

ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

นางสาวอุษา เสือพันธ์	(ผู้อำนวยการกองตลาดภาคใต้)	ประธานกรรมการ
นางสาวรัตเกล้า แผงศิริ	(หัวหน้างานภาคใต้ 1)	กรรมการ
นายชาตินัย เทียงกมล	(พนักงานการตลาด 5)	กรรมการและเลขานุการ

ภาคผนวก
หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)
รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิค
ชื่อโครงการ จ้างดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ปี 2569
โดยวิธีคัดเลือก

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 10 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
2. การนำเสนอทางเทคนิค ร้อยละ 90 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)	
2.1 นำเสนอแผนการดำเนินงานและแผนการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)	
18-20 คะแนน	แนวคิดโดดเด่น น่าประทับใจ และสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์
15-17 คะแนน	แนวคิดน่าสนใจ สื่อสารได้ดี
10-14 คะแนน	แนวคิดพอใช้ สื่อสารได้ แต่ยังไม่โดดเด่น
1-9 คะแนน	แนวคิดไม่ชัดเจน หรือไม่เหมาะสม
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ
2.2 ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอเนื้อหาและสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
13-15 คะแนน	เลือกใช้ภาษา, ช่องทาง, และรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมาก
10-12 คะแนน	เลือกใช้ภาษา, ช่องทาง, และรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม
7-9 คะแนน	การสื่อสารพอใช้ แต่ยังไม่โดดเด่น
1-6 คะแนน	การสื่อสารไม่เหมาะสม
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ
2.3 การผลิตชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
13-15 คะแนน	การผลิตชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ นำเสนอเรื่องราวได้ดีมาก
10-12 คะแนน	การผลิตชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ นำเสนอเรื่องราวได้ดี
7-9 คะแนน	การผลิตชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ นำเสนอเรื่องราวได้พอใช้
1-6 คะแนน	การผลิตชิ้นงานไม่สร้างสรรค์ นำเสนอเรื่องราวได้ไม่น่าสนใจ
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ
2.4 คัดเลือก Influencer ที่มีความนิยมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)	
9-10 คะแนน	การจัดหาบุคคลและนำเสนอเรื่องราวได้น่าสนใจและสร้างแรงบันดาลใจได้ดีมาก
7-8 คะแนน	การจัดหาบุคคลและนำเสนอเรื่องราวได้ดี
5-6 คะแนน	การจัดหาบุคคลและนำเสนอเรื่องราวได้พอใช้
1-4 คะแนน	การจัดหาบุคคลและนำเสนอเรื่องราวได้ไม่น่าสนใจ
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ

2.5 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และช่องทางการเผยแพร่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)	
18-20 คะแนน	แผนการประชาสัมพันธ์ชัดเจน ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี
15-17 คะแนน	แผนการประชาสัมพันธ์ดี และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
10-14 คะแนน	แผนการประชาสัมพันธ์พอใช้ แต่ยังขาดความชัดเจน
1-9 คะแนน	แผนการประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน หรือไม่เหมาะสม
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ
2.6 นำเสนองาน ออกแบบ วางแผน สรุปรูปข้อมูล และประเมินผลได้ครบถ้วนตามขอบเขตของงาน (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)	
18-20 คะแนน	ดำเนินการได้ครบถ้วนตามขอบเขตของงานเป็นอย่างดี
15-17 คะแนน	ดำเนินการได้ครบถ้วนตามขอบเขตของงาน
10-14 คะแนน	ดำเนินการได้ครบถ้วน แต่ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์
1-9 คะแนน	ดำเนินการได้ไม่ชัดเจน ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอ