

## ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)

### จ้างดำเนินงานโครงการ Live Here

#### 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, Grand Moment, UNESCO Creative Cities เป็นต้น

หนึ่งในแนวคิดสำคัญคือการคัดสรรประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ คุณภาพและความพร้อม เพื่อนำเสนอเป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับ Creative Products Focus การค้นหาจุดเน้นใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อนำเสนอเป็น UNSEEN Destination - Unforgettable Experience พร้อมกับกลยุทธ์การตลาดเชิงพื้นที่ (Area-Based Marketing) ผสมผสานกับการออกแบบสินค้าและบริการเชิงประสบการณ์ เพื่อให้ทุกการเดินทางมีความหมาย ลึกซึ้งและทรงคุณค่ายิ่งขึ้น เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวแบบซ้ำเดิม ไปสู่การแสวงหาสถานที่ใหม่ ๆ และประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใคร สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นเรื่องราวบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์ กระแสความนิยมดังกล่าวทำให้ UNSEEN Destinations และ Hidden Gems กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ตอบเจ็ทเม้นท์มากที่สุด

จากแนวโน้มดังกล่าว ททท. จึงจัดทำโครงการ Live Here ขึ้น เพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาสิ่งใหม่ ประสบการณ์ใหม่ แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างคอนเทนต์สะท้อนความเป็นตัวเองได้อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการค้นพบแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อต่อยอดไปสู่การสร้างประสบการณ์คุณภาพที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ ต่อยอดแคมเปญ “สุขทันที ที่เที่ยวไทย” ของตลาดในประเทศ ด้วยแนวคิด “Change Unknown to Unforgettable” ชวนคนไทยออกไปเที่ยวเมืองไทย ไปสร้างโมเมนต์ที่ยิ่งใหญ่ เพื่อเก็บเกี่ยวเป็นความทรงจำดี ๆ ที่ไม่อาจลืมเลือน ทั้งนี้ โครงการ Live Here ไม่เพียงแต่สร้างแรงดึงดูดใหม่แก่นักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้สอดคล้องกับ The New Thailand ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและประสบการณ์ในทุกมิติ

#### 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจ
- 2.2 เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ แตกต่าง และสามารถแชร์ต่อบนโซเชียลมีเดีย สร้างกระแสการเดินทางที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละสถานที่
- 2.3 เพื่อสร้างการรับรู้ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งต่าง ๆ กระตุ้นการเดินทาง และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

### 3. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- 3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง 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/ว 124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค(กวจ.) 0405.2/ว48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

### 4. ขอบเขตของงาน

- 4.1 แนวคิดและแผนการดำเนินโครงการ
  - 4.1.1 ดำเนินการนำเสนอแนวคิดการจัดแคมเปญ กลยุทธ์การสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร และแผนการดำเนินโครงการภาพรวม
  - 4.1.2 นำเสนอการออกแบบ Logo และ Key Visual โครงการ เพื่อนำไปใช้ในสื่อต่าง ๆ
- 4.2 การคัดเลือกสินค้าและบริการในโครงการ
  - 4.2.1 จัดกิจกรรม หรือ จัดทำแคมเปญกิจกรรมการมีส่วนร่วม หรือการประกวดค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (Unseen) จำนวน 1 ครั้ง ให้กับกลุ่ม Influencer ท้องถิ่น และหรือ ช่างภาพท้องถิ่น ในการนำเสนอไอเดีย เพื่อนำมาประชาสัมพันธ์ หรือนำมาเสนอขายจริงที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 แหล่ง โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดและขั้นตอนการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวให้ ททท. เห็นชอบก่อน
  - 4.2.2 จัดทำคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่จำนวนไม่น้อยกว่า 10 แหล่ง ผ่าน Influencer, Blogger, สื่อออนไลน์ จำนวนไม่ต่ำกว่า 10 เพจ หรือ จอ Digital นอกบ้าน (OOH Media) จำนวนไม่ต่ำกว่า 3 จอ

- 4.2.3 จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว โดยกำหนดให้มี Theme / Routing Concept และแหล่งท่องเที่ยวใหม่อยู่ในเส้นทาง จำนวนไม่น้อยกว่า 10 โปรแกรม
- 4.3 การจัดทำส่วนลด ข้อเสนอพิเศษ
- 4.3.1 ประสาน รวบรวมส่วนลดสินค้าบริการ และกิจกรรม จากแพลตฟอร์มหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม รีสอร์ท สปา แหล่งท่องเที่ยวชุมชน สายการบิน รถเช่า ร้านอาหาร คาเฟ่ อยู่ในโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 30 รายการ เพื่อนำเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสินค้า/บริการท่องเที่ยวยั่งยืน อาทิ สินค้าบริการ เส้นทางท่องเที่ยว ที่ได้รับรางวัล TTA / CF Hotel / TAT STAR จำนวนไม่น้อยกว่า 10 รายการ รวมทั้งสิ้น ไม่น้อยกว่า 40 รายการ
- 4.3.2 จัดทำคอนเทนต์เนื้อหา เพื่อนำเสนอแพ็คเกจพิเศษ โปรโมชั่น ดิสทอน์เที่ยวในโครงการ อาทิ Banner, Photo Caption, Marketing Copy, Motion Graphic จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชิ้นงาน
- 4.4 การจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาด กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายร่วมกับพันธมิตร
- 4.4.1 ประสานงานติดต่อ จัดหาพันธมิตรที่สามารถเป็นช่องทางการขาย ร่วมทำแคมเปญส่งเสริมการขาย และ ประชาสัมพันธ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ราย
- 4.4.2 ประสานงานติดต่อ จัดหาพันธมิตร ที่มีฐานลูกค้าเป็นกลุ่มเป้าหมาย ร่วมทำแคมเปญส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ราย
- 4.4.3 จัดทำแคมเปญการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ส่วนลดพิเศษเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายออกเดินทางท่องเที่ยว โดยต้องมียอดการซื้อสินค้าและบริการ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 รายการ (pax)
- 4.4.3.1 จัดทำแคมเปญส่งเสริมตลาด กระตุ้นการขายร่วมกับพันธมิตรผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Onsite จำนวนไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม
- 4.4.3.2 จัดหา Influencers, KOL ที่มีผู้ติดตามรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 200,000 ผู้ติดตาม เพื่อประชาสัมพันธ์แคมเปญ หรือ ดิสทอน์เที่ยว หรือ ร่วมทำกิจกรรมกระตุ้นการขาย
- 4.4.3.3 ออกแบบ และผลิตเนื้อหา คอนเทนต์ สำหรับโปรโมตแคมเปญการตลาด ส่งเสริมการขาย อาทิ Banner, Short Clip, Photo Caption จำนวนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน
- 4.4.4 จัดเตรียมของที่ระลึกของรางวัลหรือสิทธิประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ร่วมกิจกรรมหรือซื้อสินค้าและบริการในโครงการเพื่อใช้ในกิจกรรมสนับสนุนการตลาด จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้น หรือมูลค่าไม่น้อยกว่า 300,000 บาท
- 4.4.5 จัดหาช่องทางการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง อาทิ Facebook page, IG, LINE OA, TikTok เป็นต้น พร้อมทั้งจัดเตรียมแอดมินดูแลตอบคำถาม และให้บริการลูกค้าตลอดโครงการ

#### 4.5 การประชาสัมพันธ์โครงการ

- 4.5.1 จัดทำเนื้อหา ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์โครงการ สร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยต้องมียอดการรับรู้ (view/reach/impression/engagement) รวมจำนวน ไม่น้อยกว่า 1,200,000 ล้าน คน-ครั้ง
- 4.5.2 จัดทำ Video Clip ประชาสัมพันธ์โครงการในภาพรวม ความยาว 30 วินาที ในรูปแบบแนวนอน 16:9 จำนวน 1 ชิ้นงาน (รูปหรือภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ จะต้องถูกลิขสิทธิ์ และสามารถเผยแพร่ในที่สาธารณะได้)
- 4.5.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านช่องทาง Online อาทิ Website ข่าวในประเทศ หรือ Blog ท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 10 สื่อ
- 4.5.4 ดำเนินการจัดทำเนื้อหา Content แนะนำโครงการผ่านช่องทาง Social Media ของ Bloggers, Nano influencers จำนวน 10 ราย ผู้ติดตามรวมไม่น้อยกว่า 100,000 ผู้ติดตาม
- 4.5.5 ดำเนินการจัดทำและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ททท. (Exclusive Interview) เพื่อนำเสนอแนวคิดโครงการ ดีลท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 5 สื่อ

#### 4.6 การจัดทำรายงาน

- 4.6.1 จัดทำรายงานสรุปภาพรวมของโครงการโดยมีการจัดทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้
  - 4.6.1.1 อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับรู้สาระ (Content) ในกลุ่มผู้เยี่ยมชม ชาวไทย ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80
  - 4.6.1.2 จำนวนผู้ซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว/แพคเกจท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 3,000 Pax/Booking
  - 4.6.1.3 จำนวนการรับรู้สื่อ ไม่น้อยกว่า 1,200,000 คน-ครั้ง
  - 4.6.1.4 จำนวนสินค้า/บริการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่นำเสนอ/เสนอขาย ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้น
- 4.7 ผู้รับจ้างสามารถเสนอขอรับการสนับสนุนสปอนเซอร์จากหน่วยงานพันธมิตรต่าง ๆ ได้ เพื่อสนับสนุนต่อยอดความสำเร็จให้กับโครงการ

#### 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 มีแนวทางการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรและกิจกรรมการมีส่วนร่วมหรือแคมเปญการประกวดอย่างครบถ้วนและน่าสนใจ		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

- ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติจำนวน 1 ชุด พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วนจำนวน 3 ชุด และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด โดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
- ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดไม่เกิน 45 นาที
- คณะกรรมการจ้างฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป
- ผู้ที่ได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพสูงสุดจะได้รับการพิจารณาให้เป็นผู้ชนะการคัดเลือก
- การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพสูงสุดเป็นผู้ชนะ ผลการตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด
- ผู้ยื่นข้อเสนอทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการยื่นข้อเสนอด้านเทคนิค ทั้งปวงโดยจะเรียกจากรัฐ ททท. มิได้

## 6. ระยะเวลาดำเนินงาน

150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

## 7. วงเงินงบประมาณ

5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

## 8. การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการส่งมอบงานจ้างภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 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 เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องและครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว

## 10. พื้นที่ดำเนินการ

ทั่วประเทศ

## 11. อัตราค่าปรับ

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

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

นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าได้อีกด้วย

## 12. การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อย หรือเลือกลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานไม่เหมาะสมหรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิม โดยเริ่มนับตั้งแต่รับทราบเหตุการณ์ 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 รายละเอียดของข้อกำหนดการจ้างนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

13.6 ในส่วนของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อการกล่าวอ้างของบุคคลภายนอกว่ามีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิในชื่อเสียง ลิขสิทธิ์ใด ๆ ในงานที่ผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขตของงานจ้าง (TOR) นี้ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้การกล่าวอ้างหรือให้การใช้สิทธิเรียกร้องของบุคคลภายนอกยุติโดยเร็ว และเข้ามาเป็นคู่ความในศาลและรับผิดชอบ ททท. และบุคคลภายนอกในบรรดา ค่าเสียหาย ค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมศาล ตลอดจนค่าทนายความที่เกิดขึ้นแทน ททท. ทั้งสิ้น

13.7 ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ (ใบสั่งจ้าง) ซึ่งมีผลเป็นการละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น เช่น สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องหรือต้องชดใช้ค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งจะต้องชดใช้ค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทันทันที

13.8 ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใด ๆ อันเนื่องมาจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่าย ททท. หรือเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดแห่งสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ และขอบเขตของงานนี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ ททท. ทราบ เพื่อดูหรือลดค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไปภายใน 15 วัน นับจากวันที่เหตุอันสิ้นสุดลง ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดดังกล่าวให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิ์เรียกร้องในการที่จะขอลดหรือลดค่าปรับหรือขยายเวลาทำงานออกไป โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่เหตุเกิดจากความผิดพลาดหรือความบกพร่องของฝ่าย ททท. ซึ่งมีหลักฐานชัดเจนหรือ ททท. ทราบดีอยู่แล้ว

13.9 การดำเนินการจัดทำวิดีโอหรือภาพนิ่ง เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ ททท. ผู้รับจ้างต้องคำนึงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ “General Data Protection Regulation” (GDPR) ที่เป็นกฎหมายของสหภาพยุโรปว่าด้วยมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลในชั้นงานนั้น ๆ และกรณีมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งสิ้น

13.10 การจัดกิจกรรมจะต้องคำนึงถึงผลกระทบตามแนวทางการป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

13.11 กรณีเปลี่ยนเวลาการแสดงหรือเวลาการประชาสัมพันธ์ จะต้องเสนอตารางการแสดงผลใหม่หรือเวลาการประชาสัมพันธ์ใหม่ ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วัน เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วนให้รีบนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวันเวลาที่กำหนด ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเวลาการแสดงหรือเวลาการประชาสัมพันธ์จะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้รับจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย 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 (กจน.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



## 15. ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

ลงชื่อ.....ประธานกรรมการ  
(นางสาวภาวินี ตุงคะสมิต)  
รอง ผกก.น.

ลงชื่อ.....กรรมการ  
(นายจิรัช สึงหเสนี)  
รอง ผกก.น.

ลงชื่อ.....กรรมการ  
(นางสาวอาทิตยา อินทรทูต) และเลขานุการ  
นักวิชาการ 4

## ภาคผนวก

## หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิค [จ้างดำเนินงานโครงการ Live Here](#)

จำนวนคะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
<b>1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 10 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)</b>	
100 คะแนน	คำนวณโดยระบบ e-GP
<b>2. การนำเสนอทางเทคนิค ร้อยละ 90 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)</b>	
<b>2.1 มีความรู้ ความเข้าใจ การจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังไม่ครอบคลุมบางกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- มีข้อมูลสินค้าและบริการ ที่สามารถนำไปเสนอขาย หรือผลิต Content ได้ แต่ยังไม่เพียงพอ</li> </ul>
11-20 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> <li>- มีข้อมูลพฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน</li> <li>- มีข้อมูลสินค้าและบริการที่สามารถนำไปต่อยอดในการนำเสนอขาย หรือผลิต Content ในการประชาสัมพันธ์ได้</li> </ul>
<b>2.2 มีแผนการดำเนินงาน กระบวนการทำงานในภาพรวม ที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานจ้าง (TOR) พร้อมทั้งแผนการทำงาน (Timeline) ภายในระยะเวลาที่กำหนด (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)</b>	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 5 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> <li>- มีแผนงานการดำเนินงานตามขอบเขตของงานจ้าง อยู่ภายในเวลาที่ ททท. กำหนด</li> </ul>
6 - 10 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ครบถ้วนตามขอบเขตของงานจ้าง</li> <li>- แผนงานมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- มีแผนงานการดำเนินงาน ครบถ้วนชัดเจนตามขอบเขตของงานจ้าง อยู่ภายในเวลาที่ ททท. กำหนด</li> </ul>

2.3 มีความพร้อมและเชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมการตลาดผ่าน Social Media และส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยว (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายละเอียด หรือกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทาง Social Media ที่น่าสนใจ แต่ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด</li> <li>- มีพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> </ul>
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายละเอียด หรือกิจกรรมการตลาดผ่านช่องทาง Social Media ที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้จริง</li> <li>- มีพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หลากหลาย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> </ul>
2.4 มีแนวทางการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรและกิจกรรมการมีส่วนร่วมหรือแคมเปญการประกวด อย่างครบถ้วนและน่าสนใจ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1- 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแนวคิดหลักการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ</li> </ul>
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแนวคิดหลักการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรที่ตรงกับวัตถุประสงค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของโครงการ</li> <li>- มีการนำเสนอ ตัวเลือกกิจกรรมการมีส่วนร่วม หรือ แคมเปญการประกวด อย่างครบถ้วน น่าสนใจ</li> </ul>
2.5 มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างการรับรู้โครงการไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายละเอียดกรอบแนวคิดการกำหนดคอนเทนต์ ตามวัตถุประสงค์โครงการ</li> <li>- มีการนำเสนอการออกแบบ Mock up การประชาสัมพันธ์</li> <li>- รายละเอียด Content ของสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>
8 - 15 คะแนน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีรายละเอียดกรอบแนวคิดการกำหนดคอนเทนต์ รวมทั้งประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจน ครบถ้วน ครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามขอบเขตของงานจ้าง และสามารถปฏิบัติได้จริง</li> <li>- มีการนำเสนอการออกแบบ Mock up ที่ชัดเจน (Artwork หรือคอนเทนต์ ใดๆอย่างหนึ่ง หรือมากกว่า)</li> <li>- รายละเอียด Content ของสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการคัดเลือกรายชื่อสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ของโครงการ</li> </ul>

2.6 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียได้เป็นอย่างดี ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย (คะแนนเต็ม 15 คะแนน)	
0 คะแนน	ไม่มีการนำเสนอข้อมูล
1 - 7 คะแนน	-มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
8 - 15 คะแนน	-มีรายละเอียด และช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ที่หลากหลาย 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