

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference) จัดดำเนินโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026

หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนดำเนินการส่งเสริมและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยให้การสนับสนุนสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทุกรูปแบบ เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างและกระจายรายได้สู่ประชาชน สร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการเผยแพร่เสน่ห์ไทยวัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลก ขับเคลื่อนสู่การท่องเที่ยวคุณภาพ เพิ่มรายได้ กระจายการท่องเที่ยวสู่เมื่อนำเที่ยว และสร้างโอกาสอย่างทั่วถึง

ทั้งนี้ ททท. ได้จัดทำโครงการ Amazing Thailand Grand Sale ในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคมของทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยผนึกกำลังกับพันธมิตรภาคเอกชนมอบส่วนลดและสิทธิพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งในเมืองหลักและเมืองนำเที่ยว เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งการดำเนินงานแต่ละปีที่ผ่านมาสามารถดึงดูดและช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จากรายงานผลการประเมินโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2025 ในปี 2568 พบว่ามีรายได้หมุนเวียนระหว่างดำเนินโครงการฯ กว่า 700 ล้านบาท นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อโครงการฯ ร้อยละ 92.92 และมีความต้องการบอกต่อถึงกิจกรรมโครงการฯ ร้อยละ 98.67 โดยนักท่องเที่ยวสนใจใช้สิทธิพิเศษ 5 อันดับแรกคือ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมและแพ็คเกจท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง และสุขภาพ/ ความงาม ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ร่วมโครงการฯ 5 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน และอินเดีย

ดังนั้นในปี 2569 ททท. จึงกำหนดจัดทำโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026 ให้สอดคล้องกับแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายใต้แบรนด์ “Amazing Thailand” ผ่านแนวคิดหลัก “Unforgettable Experience - ประสบการณ์ที่ไม่รู้ลืม” มีเป้าหมายให้ทุกการเดินทางมีความหมายลึกซึ้งและทรงคุณค่ายิ่งขึ้น ด้วยการขับเคลื่อนกิจกรรมและนโยบายที่มุ่งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวไทย โดยโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026 เป็นกิจกรรมที่จะสร้างสีสันให้มีความคึกคัก กระตุ้นการใช้จ่าย และเศรษฐกิจของประเทศในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม โดยในปีนี้ ททท. จะยกระดับจากกิจกรรมลดราคา ขึ้นไปสู่ “Grand Experience of Thai Brands” สร้างประสบการณ์ช้อปปิ้งระดับประเทศที่มากกว่าการซื้อสินค้า เปลี่ยนแนวคิดจาก Discount-driven สู่ Discovery-driven เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ค้นพบแบรนด์ไทยผ่านเรื่องราว คุณค่า และอัตลักษณ์นำเสนอทั้งสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ไทย ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม คัดสรรประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมาเป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับ Creative Products ที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น งานฝีมือ งานคราฟต์ที่เล่าเรื่องราววิถีชีวิต การสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจของคนไทยผ่านงานศิลปะ ผ่านการออกแบบเส้นทางสินค้า บริการเชิงประสบการณ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ไทยประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของประเทศไทยสู่สายตานักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้น โปรโมทการท่องเที่ยวไทยทุกมิติ และสร้างความประทับใจตลอด “Customer Journey”

วัตถุประสงค์

1. กระตุ้นการใช้จ่ายและการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. สร้างการรับรู้โครงการฯ และภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวด้านช้อปปิ้ง (Shopping Destination)
3. นำเสนอเอกลักษณ์ ชุมชนชายสินค้าและบริการท่องเที่ยวของไทย ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- กลุ่ม Priority ตลาดระยะใกล้: จีน มาเลเซีย อินเดีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และฮ่องกง
- กลุ่มตลาดระยะไกลที่เติบโต: รัสเซีย สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และฝรั่งเศส

พื้นที่ดำเนินการ

กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ อุตรธานี ชลบุรี (พัทยา) ภูเก็ต และสงขลา (หาดใหญ่)

คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

1. มีความสามารถตามกฎหมาย
2. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
3. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
4. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
5. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
6. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
7. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว
8. ต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
9. ต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ามายื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
10. ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ.) 0405.2/ว124 ลงวันที่ 1 มีนาคม 2566 และหนังสือที่ กค (กวจ) 0405.2/ว 48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026 เพื่อสร้างการรับรู้โครงการฯ และภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวด้านช้อปปิ้ง (Shopping Destination) ให้เกิดเป็นกระแสในกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตลอดระยะเวลาโครงการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายและการเดินทางในประเทศไทยมากขึ้น โดยให้ ททท. พิจารณารูปแบบรายละเอียดการดำเนินงานต่าง ๆ ก่อน ตามขอบเขตดังนี้

1. จัดทำรายละเอียดแผนการดำเนินงานและแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ ดังนี้

- 1.1 แผนการดำเนินงานและรายละเอียดระยะเวลาปฏิบัติงาน
- 1.2 แผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาด และการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (Marketing Communication Strategy & PR Media Plan) ผ่านสื่อ Online และ Offline ไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 1.3 แผนการจัดหาพันธมิตรและผู้ประกอบการ ที่ครอบคลุมทุกหมวดหมู่/ประเภทสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
- 1.4 นำเสนอแนวคิดและกลยุทธ์ในการจัดทำข้อมูลเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (Content Marketing) เพื่อสื่อสารกิจกรรมโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026 ให้เกิดการรับรู้ และเป็นกระแสในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยมีแนวคิดและกรอบกลยุทธ์ฯ ดังนี้
 - สร้างการรับรู้โครงการฯ และภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวด้านช้อปปิ้ง (Shopping Destination) ในระดับสากล
 - นำเสนอแบรนด์สินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ไทย เช่น แบรนด์ไทย ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ฯลฯ
 - รวบรวม Privileges หรือแคมเปญหลักที่เข้าร่วมโครงการฯ ของพันธมิตร ได้แก่ แบรนด์ไทย แบรนด์สากล สินค้าชุมชน สินค้าและบริการท่องเที่ยวในทุกหมวดหมู่/ประเภท รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงเพื่อจัดทำเป็น Content ประชาสัมพันธ์
 - กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - Mood & Tone ทันสมัย สวยงาม และน่าสนใจ
- 1.5 แผนบริหารความเสี่ยงตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ

2. จัดหาและบริหารจัดการกลุ่มพันธมิตรของโครงการฯ ให้ครอบคลุมทุกหมวดหมู่/ประเภทสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยจัดหาและประสานงานหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมทุกหมวดหมู่/ประเภทสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนเข้าร่วมโครงการฯ จำนวนอย่างน้อย 350 ราย และมีกลุ่ม/ประเภท ผู้ประกอบการรายใหม่อย่างน้อย 1 ราย

3. ออกแบบและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยสามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม และน่าสนใจ โดยมีชิ้นงานหลักดังนี้

3.1 สร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Online และ Offline ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น Digital Banner, Infographic, Viral Content เป็นต้น โดยจัดทำเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เพื่อสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย จำนวนอย่างน้อย 10 ชิ้น

3.2 สร้างสรรค์และผลิตสื่อวีดิทัศน์/VDO Clip หลักของโครงการฯ ตามกลยุทธ์ข้อ 1.2 โดยจัดทำเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ตามกลุ่มเป้าหมาย ความยาวอย่างน้อย 15 วินาที และ 30 วินาที เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้โครงการฯ แก่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทาง Online และ Offline

3.3 ออกแบบและผลิตสื่อ ณ จุดขาย โดยให้มีจำนวนครอบคลุมทุกสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ

3.4 ออกแบบและผลิตสื่อ Roll Up หรือ สื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับการทำกิจกรรมระหว่างโครงการฯ จำนวนอย่างน้อย 4 ชิ้น

ทั้งนี้ content ของชิ้นงานฯ สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน และได้รับความเห็นชอบจาก ททท. ก่อนผลิต

4. ดำเนินการประสานงานซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านช่องทาง Online และ Offline ที่อยู่ในความนิยมทั้งต่างประเทศและในประเทศ ตามแผนประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอตรงกลุ่มเป้าหมาย และได้รับความเห็นชอบจาก ททท. แล้ว โดยมุ่งเน้นให้การประชาสัมพันธ์โครงการฯ สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด มีจำนวนการรับรู้อย่างน้อย 50,000,000 คน-ครั้ง ดังนี้

4.1 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชิ้นงานผ่านช่องทาง Online ที่อยู่ในความนิยมในต่างประเทศ จำนวนอย่างน้อย 10 ช่องทาง และในประเทศ จำนวนอย่างน้อย 10 ช่องทาง

4.2 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชิ้นงานผ่านช่องทาง Offline ในจุดที่มี Eyeballs สูง ในต่างประเทศ จำนวนอย่างน้อย 5 ช่องทาง และในประเทศ จำนวนอย่างน้อย 5 ช่องทาง

4.3 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชิ้นงานผ่าน Blog Page/Social Media ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในกระแสสังคม (Influencers) ต่างประเทศจำนวนอย่างน้อย 10 คน และในประเทศ จำนวนอย่างน้อย 5 คน โดยต้องมีอย่างน้อย 1 ราย ที่มีผู้ติดตาม (Follower) อย่างน้อย 1,000,000 คน และมีผู้ติดตาม (Follower) รวมกันอย่างน้อย 3,000,000 คน

4.4 ประชาสัมพันธ์ผ่าน Tour agency หรือพันธมิตรอื่นๆ อย่างน้อย 3 ราย

4.5 บริหารจัดการ Mini site ของ Amazing Thailand Grand Sale 2026 เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ การลงทะเบียน การรับสิทธิพิเศษ การเก็บ Data และประมวลผลข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมทางเว็บไซต์ฯ

4.5.1 จัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญดูแลและแก้ไขระบบให้พร้อมใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ และจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงาน กับ ททท. เพื่อรับแจ้งปัญหาจากระบบ

4.5.2 บริหารจัดการสื่อออนไลน์และระบบต่าง ๆ รวมถึงพัฒนา ปรับปรุงระบบตลอดระยะเวลาโครงการ

(1) ดำเนินการรักษาระบบเว็บไซต์ให้มีความปลอดภัย โดยมีการสำรองข้อมูล (Back-Up) เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหาย เสียหาย หรือถูก Hack และเมื่อระบบเกิดปัญหาสามารถกู้คืนระบบได้ภายใน 24 ชั่วโมง บริหารจัดการข้อมูลของผู้ใช้งาน การรักษาความลับและความปลอดภัย รวมทั้งการทำงานหรือกระบวนการต่าง ๆ ให้เป็นไปตามข้อกำหนด General Data Protection Regulation (GDPR) และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA)

(2) จัดการด้าน Domain และ Hosting โดยจัดทำเป็น Mini Site บนเว็บไซต์ www.tourismthailand.org/amazingthailandgrandsale และดูแลระบบบำรุงรักษาเชิงป้องกัน

(Preventive Maintenance : PM) แก้ปัญหาทางด้านเทคนิคต่าง ๆ ให้สามารถให้บริการผู้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง

(3) บริหารและดูแลฐานข้อมูล เพื่อให้สามารถให้บริการนำเข้าและเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง

(4) จัดการบริหาร Network เพื่อควบคุมการเชื่อมต่อระบบเว็บไซต์กับผู้ใช้งาน

(5) จัดทำระบบจัดเก็บสถิติข้อมูล ผู้ประกอบการ และผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดย ททท. สามารถเข้าถึงข้อมูลสถิติดังกล่าวได้

5. สร้างสรรค์กิจกรรมแถลงข่าวโครงการฯ จำนวน 1 ครั้ง นำเสนอรูปแบบและแนวคิดการจัดงาน/กิจกรรมให้มีความน่าสนใจ และเป็นกระแส สอดคล้องกับ Mood & Tone โครงการฯ พร้อมทั้งดำเนินการดังนี้

5.1 นำเสนอแนวคิด (Concept Idea) รูปแบบการจัดงาน พร้อมทั้งออกแบบกิจกรรมภายในงานให้ดึงดูดและน่าสนใจ

5.2 ประสานงานเชิญแขกทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการพันธมิตรเข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัวโครงการฯ จำนวนอย่างน้อย 100 คน

5.3 ติดต่อ Influencers หรือ KOL ชาวต่างชาติและชาวไทยที่มียอดผู้ติดตามรวมกันไม่น้อยกว่า 3,000,000 คน เข้าร่วมงาน จำนวนอย่างน้อย 10 ราย เพื่อทำ Content ประชาสัมพันธ์ โดยผู้รับจ้างจะต้องดูแลรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

5.4 ประสานงานเชิญสื่อมวลชนที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อสายการท่องเที่ยวและอีเวนต์ เข้าร่วมงาน จำนวนอย่างน้อย 30 สื่อ โดยต้องสรุปรายชื่อสื่อให้ ททท. ทราบก่อนการจัดกิจกรรม

5.5 ด้านสถานที่

(1) จัดหาสถานที่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงาน จำนวนอย่างน้อย 150 คน พร้อมประสานงาน ออกแบบ ตกแต่งพื้นที่ และจัดทำเวทีให้มี Mood & Tone สอดคล้องกับแนวคิดหลักของโครงการฯ โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าเช่าสถานที่ ค่าอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดงาน

(2) จัดเตรียมพื้นที่ พร้อมทั้งป้ายชื่อและตกแต่ง สำหรับผู้ประกอบการแบรนด์ไทย จำนวนอย่างน้อย 10 บูท

(3) ออกแบบและจัดทำเวทีให้มีขนาดเหมาะสมกับพื้นที่และจำนวนพันธมิตร

(4) จัดระบบไฟฟ้า สปอตไลท์ แสง-เสียง อุปกรณ์เสียง ไมโครโฟน จอสกรีน จอมอนิเตอร์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับเวทีและสถานที่

(5) จัดเตรียมอุปกรณ์บนเวที เช่น โฟเดียม โต๊ะ เก้าอี้ สำหรับประธานเปิดงานและแขกเชิญ

(6) จัดทำ Backdrop สำหรับถ่ายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสื่อประชาสัมพันธ์ภายในบริเวณงานให้เพียงพอและเหมาะสมกับพื้นที่และรูปแบบการจัดงาน

(7) ดำเนินการกำกับ ประสานงานเวที และประสานงานด้านอื่น ๆ ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

5.6 การเชิญแขกและการต้อนรับ

(1) จัดเตรียมการต้อนรับประธาน แขกวีไอพี พร้อมพื้นที่รับรองพิเศษ

(2) จัดเจ้าหน้าที่ต้อนรับ จำนวนอย่างน้อย 5 คน

(3) จัดจุดลงทะเบียนในงาน จำนวน 1 จุด พร้อมเจ้าหน้าที่ประจำจุดลงทะเบียน จำนวนอย่างน้อย 2 คน

(4) จัดอาหารว่างและเครื่องดื่มสำหรับแขกและสื่อมวลชน จำนวนอย่างน้อย 150 ชุด

(5) จัดหาของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน จำนวนอย่างน้อย 50 ชิ้น

5.7 จัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียง และมีความชำนาญในงานด้านพิธีกร ซึ่งสามารถสื่อสารได้คล่องทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน จำนวน 2 คน (ชาย-หญิง) พร้อมเตรียมบทพิธีกร คำกล่าว บทสัมภาษณ์ และอื่น ๆ

5.8 จัดทำเอกสารเผยแพร่การจัดงาน/Press release ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในรูปแบบภาษาที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์

5.9 จัดทำกำหนดการ คำกล่าวเปิดงาน บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ไฟล์นำเสนอ (Presentation) เพื่อการนำเสนอของผู้บริหารตามที่ ททท. ร้องขอ

5.10 ดำเนินการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดงาน

6. จัด/ร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ระหว่างโครงการฯ ร่วมกับพันธมิตรสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในช่วงระยะเวลาโครงการฯ เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2569 เพื่อสร้างการรับรู้ กระแส และกระตุ้นการใช้จ่าย ดังนี้

6.1 จัดหาและประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทยที่มีศักยภาพในการทำตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนไม่น้อยกว่า 50 แบรนด์ พร้อมสร้างสรรค์กิจกรรมในรูปแบบ ThaiBrand x Amazing Thailand Grand Sale 2026 เพื่อใช้แบรนด์ไทยขับเคลื่อนการตลาดท่องเที่ยว โดยจัดแบ่งเป็นสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง อาหาร เครื่องประดับ งาน craft premium ฯลฯ

6.2 สร้างสรรค์กิจกรรม และจัดหาของรางวัลสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมตามเงื่อนไขที่กำหนด โดยนำเสนอ ดังนี้

6.2.1 ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ซื้อของครบตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น กระเป๋า vouchers สินค้าและบริการต่าง ๆ จำนวนอย่างน้อย 10,000 ชิ้น

6.2.2 ของรางวัลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ซื้อของครบตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น รถยนต์ EV และรางวัลอื่น ๆ มูลค่ารวมอย่างน้อย 1,200,000 บาท (หนึ่งล้านสองแสนบาท) หากมีการจัดส่งของรางวัล ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดส่งทั้งหมด

6.2.3 ของรางวัลสำหรับสถานประกอบการที่มียอดขายตามเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด หากมีการจัดส่งของรางวัล ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดส่งทั้งหมด

6.3 จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าบริการต่างๆ ที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงจัดทำ Shopping Map (ชุมทรัพย์ท่องเที่ยวไทย) / ลายแทงร้านดัง / ย่าน shopping ต่าง ๆ

7. การประเมินผล

จัดทำรายงานประเมินผลการดำเนินโครงการฯ โดยนำเสนอผลสรุปและรายงานโครงการฯ (Campaign Result Summary / On-going Campaign Update / Media Performance Report) ระหว่างดำเนินโครงการฯ และหลังเสร็จสิ้นโครงการฯ หรือตามที่ ททท. ร้องขอ ดังนี้

7.1 ดำเนินการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน พร้อมจัดทำ Infographic โดยผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- ระหว่างดำเนินโครงการฯ

- (1) สรุปผลหลังจากงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการฯ ภายในวันงาน โดยจัดทำเป็นรูปแบบ Infographic หรือรูปแบบที่เหมาะสม

- (2) ผลการดำเนินงานจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแต่ละกิจกรรม

- หลังจบโครงการฯ หรือตามที่ ททท. ร้องขอ ประกอบด้วย

- (1) อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวด้านช้อปปิ้ง (Shopping Destination) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

- (2) อัตราความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม/โครงการฯ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

- (3) รายได้จากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการผ่านยอด Redemption

- (4) จำนวนเงินหมุนเวียนจากการจัดกิจกรรม/โครงการฯ อย่างน้อย 50,000,000 บาท

- (5) ผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางสังคมของโครงการ (SROI) และผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

- (6) ผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าของโครงการ (Cost-Benefit Ratio)

- (7) ผลกระทบจากการใช้จ่าย (Multiple Effect)

- (8) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ/ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว

7.2 วิธีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูล ประกอบด้วย

7.2.1 จัดทำแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวนอย่างน้อย 400 ชุด และสำหรับพันธมิตรที่ร่วมโครงการ จำนวนอย่างน้อย 200 ชุด

7.2.2 จัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลให้เป็นไปตามหลักวิชาการทางสถิติ โดยผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและประเมินผล

7.2.3 ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่ม Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม โดยวิธีการสัมภาษณ์ เช่น ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ค้า หน่วยงานเจ้าของพื้นที่ เป็นต้น เพื่อรวบรวมความสำเร็จในมิติต่าง ๆ เช่น ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรมในโอกาสต่อไป ฯลฯ

8. การดำเนินงานอื่น ๆ

8.1 ดำเนินการขอลิขสิทธิ์ เพื่อให้เป็นของ ททท. ทั้งหมด และสามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในภารกิจอื่น ๆ ของ ททท. ได้

8.2 ผู้รับจ้างจะต้องยึดหลักในการจัดการข้อมูลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) ดังนี้

8.2.1 ผู้รับจ้างต้องแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ว่าจ้างให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ และขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

8.2.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีและคงไว้ซึ่งมาตรการรักษาความปลอดภัย สำหรับการประมวลผลข้อมูลที่มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลตามขอบเขตงานเป็นสำคัญ เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

8.3 จัดเก็บข้อมูลตามขอบเขตของงานจ้างทั้งหมดในรูปแบบ External Hard Disk แบบ SSD ความจุไม่น้อยกว่า 1 TB จำนวน 2 ชุด

8.4 รายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบเข้าใจง่ายตามที่ ททท. ร้องขอ และสรุปรวมผลการดำเนินงานทั้งหมดตลอดระยะเวลาโครงการฯ ในรูปแบบรายงานและ Infographic

8.5 ผู้รับจ้างต้องใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศสำหรับการดำเนินการในงานจ้างนี้ โดยมีมูลค่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของวัสดุที่ใช้ในงานจ้าง

8.6 การดำเนินการใด ๆ ต้องผ่านการเห็นชอบจาก ททท. ก่อนทุกครั้ง

9. เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลง

การจัดกิจกรรมส่วนใดที่กำหนดให้จัดหาพิธีกร Influencers หรือ KOL ร่วมดำเนินกิจกรรม หากไม่สามารถเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมตามวันเวลาที่กำหนดหรือที่เสนอไว้ได้ เนื่องจากความต้องการเปลี่ยนแปลงของ ททท. หรือจากเหตุสุดวิสัย หรือจากเหตุที่พิธีกร Influencers หรือ KOL ไม่ต้องรับผิดชอบ จะต้องเสนอเหตุผลให้ผู้ว่าจ้างและดำเนินการดังนี้

9.1 กรณีเปลี่ยนแปลงเวลาการประชุมสัมมนา จะต้องเสนอตารางเวลาการประชุมสัมมนาใหม่ให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 3 วัน เว้นแต่กรณีจำเป็นเร่งด่วน ให้รีบนำเสนอให้ขอความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างพิจารณาก่อนวัน เวลาที่กำหนด ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงเวลาการประชุมสัมมนาจะต้องเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย โดยจะต้องไม่สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม และต้องดำเนินการแก้ไขเอกสารหรือสื่อการประชุมสัมมนาต่าง ๆ ให้ตรงกัน โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง

9.2 กรณีที่คู่สัญญาหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเหตุผลความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวพิธีกร Influencers หรือ KOL ให้เสนอรายชื่อพิธีกร Influencers หรือ KOL ที่มีชื่อเสียงในระดับใกล้เคียง ดำเนินงานแทน โดยต้องให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบก่อน และค่าใช้จ่ายของพิธีกร Influencers หรือ KOL คนใหม่ต้องไม่เกินจากค่าใช้จ่ายที่เสนอไว้เดิม หากค่าใช้จ่ายใหม่น้อยกว่าเดิม ททท. จะจ่ายค่าจ้างส่วนนี้ตามค่าใช้จ่ายจริง

9.3 การจัดกิจกรรมที่กำหนดเวลาหรือรอบการแสดง แต่ไม่สามารถจัดได้ตามกำหนด เนื่องจากเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นของคู่สัญญา และสามารถที่จะเลื่อนเวลาหรือรอบการแสดงไปทดแทนในช่วงอื่นได้ ผู้ว่าจ้างจะตกลงกับผู้รับจ้างเพื่อกำหนดการจัดแสดงหรือกิจกรรมในช่วงเวลาใหม่ โดยผู้รับจ้างจะไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติม

หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

1. คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอทางเทคนิค

2. การตัดสิน ททท. จะใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (เกณฑ์ราคาประกอบคุณภาพ) (ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น) ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาโดยให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด 2 ปัจจัย โดยให้น้ำหนักทั้งหมดเท่ากับร้อยละ 100 ดังนี้

2.1 ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 15

2.2 ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น กำหนดน้ำหนักเท่ากับ ร้อยละ 85 ซึ่งจะพิจารณาการให้คะแนน 100 คะแนน โดยจำแนกเป็น

2.2.1 รูปแบบและแผนการดำเนินงาน น้ำหนักร้อยละ 15 ประกอบด้วย

- แผนการดำเนินงานและรายละเอียดระยะเวลาปฏิบัติงาน 5 คะแนน
- แผนบริหารความเสี่ยงตลอดการจัดกิจกรรมโครงการ 5 คะแนน
- รูปแบบการดำเนินงานตรงตามแนวคิดที่กำหนดใน TOR 5 คะแนน

2.2.2 ความครบถ้วนและน่าสนใจในการนำเสนอพันธมิตรและผู้ประกอบการที่จะเชิญชวนเข้าร่วมโครงการฯ น้ำหนักร้อยละ 15

2.2.3 ความน่าสนใจในการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ น้ำหนักร้อยละ 20 ประกอบด้วย

- นำเสนอแนวคิดในการจัดทำข้อมูลเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (Content) เพื่อสื่อสารกิจกรรมโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026 10 คะแนน
- ความน่าสนใจของชิ้นงานสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 คะแนน

2.2.4 การคัดเลือกรูปแบบ/ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย น้ำหนักร้อยละ 10

2.2.5 นำเสนอรูปแบบการจัดงานแถลงข่าวได้เหมาะสมและน่าสนใจ น้ำหนักร้อยละ 10

2.2.6 นำเสนอแนวคิด รูปแบบ การสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ น้ำหนักร้อยละ 25

2.2.7 นำเสนอรูปแบบวิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล น้ำหนักร้อยละ 5

หมายเหตุ

1. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดเตรียมเอกสารหลักฐานแสดงควมมีคุณสมบัติ พร้อมรายละเอียดของงานจ้างให้ครบถ้วน และยื่นเอกสารทั้งหมดตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนดโดยคณะกรรมการฯ จะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ หากคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คณะกรรมการฯ จะไม่พิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค
2. ผู้ยื่นข้อเสนอนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิค ตามวัน เวลาที่ ททท. กำหนด พร้อมทั้งตอบข้อซักถามจากคณะกรรมการฯ รายละเอียดประมาณ 45 นาที
3. คณะกรรมการจ้างฯ จะพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอด้านเทคนิค (เกณฑ์คุณภาพ) ซึ่งผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และจะนำผลคะแนนที่ได้ไปพิจารณาร่วมกับเกณฑ์ราคาต่อไป
4. การพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์คุณภาพสูงสุดเป็นผู้ชนะ ผลการตัดสินของคณะกรรมการฯ ถือเป็นที่สุด
5. ผู้เสนอราคาทุกรายต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคทั้งปวง โดยจะเรียกวงค่าใช้จ่ายใด ๆ จาก ททท. ทั้งสิ้นไม่ได้

ระยะเวลาดำเนินงาน

120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

วงเงินงบประมาณ

15,000,000 บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

การส่งมอบงาน

งวดที่ 1 ส่งมอบงานภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ดังนี้

1. ส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ 1 ภายใน 10 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ในรูปแบบเอกสารรายงาน จำนวน 2 ชุด

2. ส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ 2 ข้อ 3 และ ข้อ 5
3. ส่งมอบแผนการใช้วัสดุที่ผลิตในประเทศ ตามขอบเขตของงานข้อ 8.5
4. ส่งมอบงานทั้งหมดในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล ขอบเขตของงานตามข้อ 1-5 บรรจุใน External Hard disk แบบ SSD จำนวน 1 ชุด

งวดที่ 2 ส่งมอบงานภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ดังนี้
ส่งมอบงานตามขอบเขตของงาน ข้อ 4 และ ข้อ 6 – 8 และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบเอกสารรายงาน จำนวน 2 ชุด พร้อมไฟล์ข้อมูลสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมดในรูปแบบ Word และ PowerPoint รวมถึงอาร์ตเวิร์คต้นฉบับทั้งหมดที่สามารถแก้ไขข้อมูลและรูปภาพภายในได้ บรรจุใน External Hard disk แบบ SSD จำนวน 2 ชุด

การจ่ายเงินค่าจ้าง

ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างแบ่งออกเป็น 2 งวด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานได้ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานจ้างเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

1. ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างจำนวนร้อยละ 40 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 1 เรียบร้อยแล้ว
2. ททท. จะจ่ายเงินค่าจ้างจำนวนร้อยละ 60 ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงานงวดที่ 2 เรียบร้อยแล้ว

สถานที่ส่งมอบงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร หรือตามสถานที่ที่ ททท. กำหนด

อัตราค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถส่งมอบงานจ้างได้ตามกำหนดเวลา หรือส่งมอบงานจ้างไม่ถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ททท. จะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่ง ศูนย์) ของราคาค่าจ้างนั้น แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ 100 บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จ จนถึงวันที่ส่งมอบงานจ้างถูกต้องครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ หรือวันที่ ททท. ปฏิเสธการรับมอบงาน หรือวันที่บอกเลิกสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

หากการส่งมอบงานจ้างล่าช้า หรือส่งมอบงานไม่ถูกต้องตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือในรายการใดไม่เป็นประโยชน์ต่อ ททท. หรือไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของการจ้างนี้แล้ว ททท. มีสิทธิ์ปฏิเสธการรับมอบงานดังกล่าว และหักราคาค่าจ้างตามส่วนของรายการที่ ททท. ปฏิเสธนั้นนอกจากการปรับได้อีกด้วย นอกจากนี้ ผู้รับจ้างยอมให้ ททท. เรียกค่าเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้รับจ้างส่งมอบงานล่าช้าได้อีกด้วย

การแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

ผู้รับจ้างซึ่งได้ทำสัญญาหรือทำข้อตกลงเป็นหนังสือแล้วแต่กรณี จะต้องแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือข้อขัดข้องของงานจ้างตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงานตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ โดยภายในกำหนดเวลาดังกล่าว หากมีเหตุความชำรุดบกพร่องหรือความเสียหายเกิดขึ้นจากงานที่จ้าง ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้าง อันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้ไม่เรียบร้อยหรือเลือกลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานไม่เหมาะสม หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบการแก้ไขให้ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน 1 ชั่วโมง นับตั้งแต่ได้รับทราบเหตุการณ์ หรือได้รับแจ้งจาก ททท. หรือผู้ที่ ททท. มอบหมาย หรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุกำหนด

โดย ททท. ไม่ต้องออกเงินใด ๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าวหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนดให้ ททท. มีสิทธิที่จะกระทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

เงื่อนไขอื่น ๆ

1. ผู้รับจ้างจะต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และหากมีความจำเป็นที่จะต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่ซึ่งจะต้องอ้างถึงและผ่าน ททท. ผู้รับจ้างจำเป็นต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อนทุกครั้ง

2. ผลงานทั้งหมดที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นตามขอบเขตงานจ้างนี้ให้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ ททท. ผู้รับจ้างจะนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ใดมิได้ หากผู้รับจ้างไปซื้อสิทธิมาเพื่อดำเนินการให้กับ ททท. จะต้องแจ้งให้ ททท. ทราบก่อน ลิขสิทธิ์ในรายงานนั้น ททท. จะไม่ถือเป็นสิทธิ์ของ ททท.

3. ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการประสานงาน ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการจัดงานฯ และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน และอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตามที่ ททท. แจ้ง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ททท. จะไม่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายอื่นใดที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากกิจกรรมที่นอกเหนือจากราคาจ้างที่ได้ตกลงไว้ที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการจัดกิจกรรม

4. ในส่วนของลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อบุคคลภายนอกในความเสียหายใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้นตามสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ (ใบสั่งจ้าง) ซึ่งมีผลเป็นการละเมิดสิทธิใด ๆ ของผู้อื่นนั้น อาทิ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น หาก ททท. ถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้อง หรือต้องชดเชยค่าเสียหายแก่บุคคลภายนอกไปแล้ว ผู้รับจ้างต้องดำเนินการทั้งปวง เพื่อให้มีการแก้ต่างให้ ททท. โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง รวมทั้งจะต้องชดเชยค่าเสียหายนั้น ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายใด ๆ อันเนื่องจากการถูกเรียกร้องหรือถูกฟ้องร้องให้ ททท. ทันท

5. หากผู้รับจ้างจำเป็นต้องใช้ภาพ เสียงบรรยาย เสียงประกอบ เสียงดนตรีประกอบ หรืออื่น ๆ ของบุคคล บริษัท องค์กรของรัฐหรือเอกชนใด ๆ ที่มีลิขสิทธิ์คุ้มครองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มาปรากฏในรายการที่ผู้รับจ้างดำเนินการผลิตให้แก่ ททท. ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมาย ก่อนนำมาใช้และต้องแสดงหลักฐานแก่ ททท. ด้วย โดย ททท. จะไม่รับผิดชอบทุกกรณี หากมีการดำเนินการทางกฎหมายเกิดขึ้น

6. หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการตามเงื่อนไขการดำเนินงานที่ระบุไว้ในขอบเขตของงานจ้าง (TOR) นี้ได้ด้วยเหตุสุดวิสัยอันเกิดจากสถานการณ์บ้านเมือง ภัยธรรมชาติ โรคระบาด หรืออื่น ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ผู้รับจ้างต้องแจ้งให้ ททท. ทราบและพิจารณาอนุญาตให้งดเว้นการดำเนินการดังกล่าวอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร

7. ผู้รับจ้างต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA และ GDPR)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองวางแผนลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ฝ่ายส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผู้จัดทำขอบเขตของงาน

ลงชื่อ_____ประธานกรรมการ

(นางสาวณัฐพรณ ตรีเตชา)

ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ลงชื่อ_____กรรมการ

(นางสาวปิยะรัตน์ สุริยะฉาย)

ผู้อำนวยการกองวางแผนลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ลงชื่อ_____กรรมการ

(นายปรีดีกมล ภาณุมาศ ณ อยู่ธยา)

หัวหน้างานกลยุทธ์ส่งเสริมการลงทุน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ลงชื่อ_____กรรมการ

(นายศุภกิจ พิมพ์เสน)

พนักงานส่งเสริมการลงทุน 5

ลงชื่อ_____กรรมการ

(นางสาวณัฐพร เริ่มก่อกุล) และเลขานุการ

พนักงานส่งเสริมการลงทุน 6

ภาคผนวก

หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

รายละเอียดการนำเสนอทางเทคนิค จ้างดำเนินโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026

| จำนวนคะแนน | รายละเอียดการให้คะแนน |
|---|--|
| 1. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) ร้อยละ 15 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน) | |
| 100 คะแนน | คำนวณโดยระบบ e-GP |
| 2. การนำเสนอทางเทคนิค ร้อยละ 85 (คะแนนเต็ม 100 คะแนน) | |
| 2.1 รูปแบบและแผนการดำเนินงาน (คะแนนเต็ม 15 คะแนน) | |
| 2.1.1 แผนการดำเนินงานและรายละเอียดระยะเวลาปฏิบัติงาน 5 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-5 คะแนน | - มีการนำเสนอครบถ้วน ระบุระยะเวลาการดำเนินงานชัดเจน - มีแผนการดำเนินงาน และวิธีการบริหารโครงการครอบคลุมขอบเขตของงานจ้างที่ชัดเจน |
| 2.1.2 แผนบริหารความเสี่ยงตลอดการจัดกิจกรรมโครงการ 5 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-5 คะแนน | มีการนำเสนอแผนบริหารความเสี่ยงตลอดกิจกรรมโครงการ |
| 2.1.3 รูปแบบการดำเนินงานตรงตามแนวคิดที่กำหนดใน TOR 5 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล / ดำเนินงานไม่ครอบคลุม และไม่ตรงตามแนวคิด วัตถุประสงค์โครงการ |
| 1-5 คะแนน | - มีการนำเสนอการดำเนินงานตรงตามแนวคิด วัตถุประสงค์โครงการ - มีการเสนอแผนงานเพิ่มเติมที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน |
| 2.2 ความครบถ้วนและน่าสนใจในการนำเสนอพันธมิตรและผู้ประกอบการที่จะเชิญชวนเข้าร่วมโครงการฯ 15 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-4 คะแนน | มีการนำเสนอเครือข่ายพันธมิตร แต่ยังไม่ครอบคลุมประเภทธุรกิจ |
| 5 - 10 คะแนน | มีการนำเสนอเครือข่ายพันธมิตรที่ครอบคลุมประเภทธุรกิจ |
| 11 - 15 คะแนน | มีการนำเสนอเครือข่ายพันธมิตรที่ครอบคลุมประเภทธุรกิจและน่าสนใจ มีการเสนอพันธมิตรรายใหม่ |
| 2.3 ความน่าสนใจในการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ (คะแนนเต็ม 20 คะแนน) | |
| 2.3.1 นำเสนอแนวคิดในการจัดทำข้อมูลเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ (Content) เพื่อสื่อสารกิจกรรมโครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2026 10 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-4 คะแนน | มีการนำเสนอแต่รายละเอียดไม่ครบถ้วน |
| 5 - 7 คะแนน | มีรูปแบบการนำเสนอที่ครบถ้วน |
| 8-10 คะแนน | มีรูปแบบการนำเสนอที่ครบถ้วน ชัดเจน น่าสนใจ แปลกใหม่ และสื่อถึงแนวคิดหลักของโครงการ |

| | |
|--|---|
| 2.3.2 ความน่าสนใจของชิ้นงาน สำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-4 คะแนน | มีการนำเสนอแต่รายละเอียดไม่ครบถ้วน |
| 5 - 7 คะแนน | มีรูปแบบการนำเสนอที่ครบถ้วน ชิ้นงานน่าสนใจ รายละเอียดครอบคลุมกิจกรรมโครงการ |
| 8 – 10 คะแนน | รูปแบบการนำเสนอที่ครบถ้วน ชิ้นงานน่าสนใจ รายละเอียดครอบคลุมกิจกรรมโครงการ แสดงให้เห็นถึงแนวคิดหลักของโครงการฯ |
| 2.4 การคัดเลือกรูปแบบ/ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 10 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-4 คะแนน | มีการนำเสนอแต่รายละเอียดไม่ครบถ้วน / ไม่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย |
| 5 - 7 คะแนน | การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ |
| 8-10 คะแนน | <ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ และมีการนำเสนอสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติม - มีการนำเสนอช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ - พัฒนาระบบและบริหารเว็บไซต์โครงการ ให้สวยงาม/ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งานและสามารถจัดเก็บสถิติข้อมูล ผู้ประกอบการ และผู้เข้าชมเว็บไซต์ |
| 2.5 นำเสนอรูปแบบการจัดงานแถลงข่าวได้เหมาะสมและน่าสนใจ 10 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-5 คะแนน | มีการนำเสนอรายละเอียดการจัดงานแถลงข่าว |
| 6 - 10 คะแนน | มีการนำเสนอรายละเอียดการจัดงานแถลงข่าว และมีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจภายในงาน |
| 2.6 นำเสนอแนวคิด รูปแบบ การสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 25 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-5 คะแนน | มีการนำเสนอแต่รายละเอียดไม่ครบถ้วน |
| 6 - 10 คะแนน | มีรูปแบบการนำเสนอที่ครบถ้วน แต่ยังไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ |
| 11-15 คะแนน | มีรูปแบบการนำเสนอที่ครบถ้วน ชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ |
| 16 - 20 คะแนน | นำเสนอรูปแบบและแนวคิดการจัดกิจกรรมได้ครบถ้วน ชัดเจน สร้างสรรค์ น่าสนใจ |
| 21 - 25 คะแนน | นำเสนอรูปแบบและแนวคิดการจัดกิจกรรมได้ครบถ้วน ชัดเจน สร้างสรรค์ น่าสนใจ แปลกใหม่ สามารถนำมาปรับใช้และปฏิบัติได้จริงกับการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดหลักและวัตถุประสงค์ |
| 2.7 นำเสนอรูปแบบวิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล 5 คะแนน | |
| 0 คะแนน | ไม่มีการนำเสนอข้อมูล |
| 1-3 คะแนน | มีการนำเสนอรายละเอียดแต่ไม่ระบุผู้เชี่ยวชาญ |
| 4 - 5 คะแนน | มีการนำเสนอรายละเอียดการจัดเก็บข้อมูล และระบุผู้เชี่ยวชาญ |