

ข้อกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

โครงการคำจ้างหมายระดับประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา

หลักการและเหตุผล

เมืองพัทยาคือพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงทั้งในเรื่องของภาคธุรกิจ และภาคการท่องเที่ยว พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งๆที่สร้างขึ้น ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว และสร้างรายได้ อย่างมหาศาลในพื้นที่ รวมทั้งกับสถานประกอบการต่างๆ เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหารและบริการอื่นๆ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรในช่วงอายุ ๒๐ - ๖๐ ปี อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่เป็นกำลังในการขับเคลื่อนและพัฒนาพื้นที่ รวมถึงจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวในช่วงวัยดังกล่าว เป็นกลุ่มที่มีกำลังและการเลือกตัดสินใจในการท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้ได้อย่างรวดเร็ว และมากพอที่จะช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจให้แก่เมืองพัทยา

เนื่องจากสถานการณ์ Covid-๑๙ ทำให้ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจหยุดชะงักและได้รับผลกระทบทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ห้างร้านและธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่ จึงทำให้ผู้ประกอบการ ห้างร้านและธุรกิจต่างๆ ประสบปัญหาขาดทุน เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการ ห้างร้านและธุรกิจต่างๆ ต้องปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-๑๙ คลี่คลาย เมืองพัทยาได้กำหนดยุทธศาสตร์การฟื้นฟูการท่องเที่ยว โดยการให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการเดินทางมาท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวในพัทยาเพิ่มมากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ รวมไปถึงผู้ประกอบการ SME และการจ้างงานภาคประชาชนในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ดังนั้น เมืองพัทยาก็มีความจำเป็นต้องเร่งฟื้นฟูสภาวะเศรษฐกิจ ปรับภาพลักษณ์องค์กร จึงจำเป็นต้องมีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน (Social Listening) เพื่อนำมาวางแผนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทันสมัยตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ ที่จะช่วยให้มีการเข้าถึงประชาชน และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างรวดเร็ว กว้างไกล และมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุดและรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ทันท่วงที ซึ่งจะช่วยในการฟื้นฟูเศรษฐกิจเมืองพัทยาได้หลายมิติหลังสถานการณ์ Covid-๑๙ คลี่คลาย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

๑. เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลปัจจุบันและทิศทางในอนาคต ด้านบริหารราชการเมืองพัทยา นำเสนอไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อกระตุ้นการรับรู้ และสร้างความจดจำในจุดแข็งด้านการบริหารราชการ โครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนธุรกิจ และการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา
๓. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นให้กับองค์กรภายนอกและภายใน ประชาชนทั่วไป นักลงทุน และนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาติดต่อหรือทำธุรกรรมกับเมืองพัทยา
๔. เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านระบบอินเตอร์ เพื่อรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ บนโลกออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก , ยูทูบ , อินสตาแกรม , ทวิตเตอร์ , พันทิป , เว็บบล็อก , ดิกด็อก ฯลฯ

- กลุ่มเป้าหมาย:
๑. ประชาชน ในพื้นที่เมืองพัทยาและใกล้เคียง
 ๒. นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ
 ๓. หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ / ภาคเอกชน
 ๔. หน่วยงานภายในเมืองพัทยา

ระยะเวลาดำเนินงานและส่งมอบ: ๑๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

ขอบเขตการดำเนินงาน

๑. เครื่องมือติดตามการรวบรวมปัญหา ข้อเสนอแนะจากทางช่องทางต่างๆ และจัดทำรายงานผล

ผู้รับจ้างต้องนำเสนอเครื่องมือ และทีมงานผู้มีความเชี่ยวชาญ งานด้านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้ติดตามการรายงานข่าวจากสื่อต่างๆ ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเมืองพัทยา และจัดทำรายงานผล เพื่อติดตามปัญหาและข้อเสนอแนะให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆ พร้อมให้คำปรึกษาเสนอแผนแนวทางแก้ไข รวมทั้งเสนอแผนการประชาสัมพันธ์ที่ทันต่อเหตุการณ์ในสถานการณ์ต่างๆ อย่างทันท่วงที เช่น กรณีเกิดวิกฤติ ที่มีผลกระทบต่อเมืองพัทยา องค์กร และผู้บริหาร ตลอดระยะเวลาในสัญญา (ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอทีมงานผู้เชี่ยวชาญในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑.๑ ระบบต้องอยู่ในแพลตฟอร์มประมวลผลแบบคลาวด์ ที่มีมาตรฐานในด้านการปกป้องความปลอดภัย ความถูกต้องสามารถรองรับการใช้งาน (Web Services) หรืออยู่บนแพลตฟอร์มที่ได้รับ ISO ๙๐๐๑ , ISO ๒๗๐๐๑ หรือเทียบเท่าระบบสามารถใช้คำค้นหา (Keyword) หรือข้อความได้ไม่จำกัด (Unlimited Keywords) และสามารถเพิ่มหรือลดคำค้นหา (Keyword) ได้ด้วยตนเอง

๑.๒ ระบบต้องสามารถตรวจจับข้อความผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังต่อไปนี้

- เฟสบุ๊ก (Facebook)
- ทวิตเตอร์ (Twitter)
- อินสตาแกรม (Instagram)
- พันทิป (Pantip)
- ยูทูบ (Youtube)
- ติกต็อก (TiKToK)
- เว็บบล๊อก

๑.๓ ระบบสามารถรองรับการใช้งานได้อย่างน้อย ๒ ภาษา เช่น ภาษาไทย , ภาษาอังกฤษ

๑.๔ ระบบสามารถรองรับการเก็บข้อมูลได้ไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ข้อความ

๑.๕ ระบบสามารถเข้าใช้งานได้ จำนวน ๑๐ บัญชี (Users) และผู้ใช้งาน (Users) สามารถเข้าใช้งานได้พร้อมกัน (Concurrent Users)

๑.๖ ระบบสามารถลบ (Exclude Message) ข้อความที่ไม่เกี่ยวข้องออกจากระบบได้

๑.๗ ต้องมีช่องทางการเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถบริหารจัดการข้อมูลในระบบเองได้

๑.๘ ระบบต้องสามารถให้ผู้ใช้งานเข้าไปแก้ไข ปรับคำค้นหา (Edit Keyword) ได้เอง

๑.๙ ระบบสามารถคำนวณค่าความรู้สึกเชิงลบและเชิงบวกได้ (Sentimental Analysis)

๑.๑๐ ผู้ใช้งานสามารถกำหนดค่าความรู้สึก (Sentiment) ของข้อความที่เข้ามาในระบบได้ เช่น เชิงบวก (Positive) , เชิงปานกลาง (Neutral) , เชิงลบ (Negative)

- ๑.๑๑ ระบบสามารถสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้อย่างน้อย ๓ เดือน นับจากวันปัจจุบันที่ทำการดึงข้อมูล
- ๑.๑๒ ระบบสามารถแสดงข้อความที่ได้รับความนิยมสูงสุด ตามช่วงเวลาที่ผู้ใช้งานเลือกได้
- ๑.๑๓ ระบบสามารถแสดงผลค่าสถิติ (Statistic) และค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement : Reaction , Comment, Share) โดยสามารถแยกแต่ละช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้
- ๑.๑๔ ระบบสามารถแสดงผลรายละเอียดต่างๆ เช่น จำนวนข้อความ (Message), จำนวนค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) และจำนวนบัญชีผู้ใช้งาน (User) ตามที่ระบบค้นหาได้
- ๑.๑๕ ระบบสามารถแสดงจำนวนผู้ติดตาม (Follower) ของแต่ละบัญชีบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้
- ๑.๑๖ ระบบมีแดชบอร์ด (Dashboard) แสดงแนวโน้มปริมาณการพูดถึง (Mention) โดยจะต้องสามารถเลือกช่วงเวลาในการแสดงผลได้ และมีการแสดงผลในรูปแบบกราฟเส้น และกราฟแท่ง
- ๑.๑๗ ผู้ใช้งานสามารถส่งออก (Export) กราฟเป็นไฟล์ในรูปแบบ PNG , JPEG , PDF ได้
- ๑.๑๘ ระบบสามารถแสดงผลข้อมูลได้ในรูปแบบ Campaign Dashboard เพื่อแสดงผลข้อมูลโดยรวมและการแสดงผลกราฟเฉพาะแยกตาม Channels , Keywords , Location (เฉพาะTwitter เท่านั้น) , Time , Influencer ได้
- ๑.๑๙ ระบบสามารถบอกสัดส่วนของเพศชายและหญิงในแต่ละช่วงอายุ ที่พูดถึง Keyword ที่ค้นหาเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ได้
- ๑.๒๐ ระบบสามารถบอกปริมาณรายละเอียดอย่างน้อย ดังต่อไปนี้
- ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Channels)
 - คำค้นหา (Keyword)
 - ตำแหน่งที่ตั้ง (Location)
 - Time , Influencer , Voice , Engagement , Channel , Sentiment
- ๑.๒๑ ระบบสามารถแสดงผลในรูปแบบของ เวิร์ดคลาวด์ (Word Cloud) และ แฮชแท็กคลาวด์ (Hashtag Cloud) และเจาะจงข้อมูล (Drill Down) ไปยังข้อมูลต้นทาง จากหน้าแสดงผลบนกราฟได้
- ๑.๒๒ ระบบสามารถแสดงผลเป็นรูปแบบ Comparison View Dashboard จากการจัดข้อมูลแบบกลุ่ม(Categories) โดยแสดงผลแบบแบ่งกลุ่มแยกตาม Voice , Engagement , Channel, Sentiment ได้
- ๑.๒๓ ระบบสามารถส่งรายงานสรุปไปยังอีเมลที่ผู้ใช้กำหนดแบบรายวัน (Daily Report) และสามารถกำหนดเวลาในการส่งแบบอัตโนมัติได้
- ๑.๒๔ ระบบสามารถดึงข้อมูล (Export) ในรูปแบบผลรวมหรือแยกตามช่องทาง ซึ่งสามารถส่งออกไฟล์ข้อมูลดิบ (Raw Data) ผ่านช่องทางอีเมล (Email) ได้ ในรูปแบบไฟล์ .xls ได้
- ๑.๒๕ ระบบสามารถติดตามข้อมูล (Track Account) ได้ในแพลตฟอร์ม Instagram , Facebook , Twitter , Pantip , YouTube Channel ได้
- ๑.๒๖ ระบบแสดงผลจำนวนข้อความที่ถูกใช้ไปในแต่ละแคมเปญ (Campaign) และจำนวนข้อความทั้งหมดที่ทำการเก็บข้อมูลได้
- ๑.๒๗ ระบบต้องสามารถแสดงผลเป็นข้อความหลังจากสร้างแคมเปญ (campaign) ระบบจะประมวลผลเพื่อนำข้อมูลมาแสดงเป็นกราฟภายในเวลา ๓๐ นาที
- ๑.๒๘ ระบบสามารถตรวจจับข้อความในภาพ (OCR technology) , โลโก้ (Logo Detection) และองค์ประกอบในภาพ (Image Label) ที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์ได้

๑.๒๙ ระบบมีกราฟที่แสดงข้อมูลที่พูดถึงแคมเปญอยู่ในหมวดหมู่ไหน แบ่งเป็น อุตสาหกรรม (Categories) , ประเภทบัญชี (Type) , จำนวนผู้ติดตาม (Audience size) ได้

๑.๓๐ ทีมงานและผู้เชี่ยวชาญงานด้านสื่อสังคมออนไลน์ ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- ต้องมีทีมงานและผู้เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า ๓ คน
- ผู้เชี่ยวชาญต้องมีวุฒิการศึกษาไม่น้อยกว่าปริญญาโท และจะต้องมีประสบการณ์ด้านวิเคราะห์

ข้อมูลไม่น้อยกว่า ๒ ปีขึ้นไป

๑.๓๑ ผู้รับจ้างต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการภาวะวิกฤตบนสื่อสังคมออนไลน์ (Monitor Crisis Alert)

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอระบบบริหารจัดการข้อมูลในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

๒. งานเฝ้าระวัง กรองข้อมูลและแจ้งเตือน ข้อมูลผ่านช่องทางไลน์ รายวัน รายเดือน และรายปี

๒.๑ ผู้รับจ้างต้องนำส่งข้อมูลที่มีการกล่าวถึงเมืองพัทยา (Monitor Crisis Alert) ในรูปแบบไฟล์ต่างๆ รายละเอียดเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ที่มาจากข้อมูลออนไลน์จากทุกช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ รวมถึงข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเมืองพัทยา โดยข้อมูลที่นำส่งต้องรวบรวมสรุปข้อมูลและนำส่งทุกวันจันทร์ – ศุกร์ (ยกเว้นเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์จะถูกรวบรวมส่งในวันทำการถัดไป) ผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- ผู้รับจ้างต้องสรุปประเด็นที่ถูกกล่าวถึงสูงสุดในแต่ละวัน (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปการมีส่วนร่วม (Engagement) ของประเด็นที่ถูกกล่าวถึงเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปปริมาณข้อความแบ่งแยกตามทัศนคติ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามภารกิจของเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปรายชื่อเว็บไซต์และผู้ใช้งานที่กล่าวถึงเมืองพัทยามากที่สุด (ถ้ามี)

๒.๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปข้อมูลข่าวสาร ข้อความ โปสต์ แชร์ จากสื่อสังคมออนไลน์ที่กล่าวถึงเมืองพัทยาโดยสรุปส่งเป็นรายวัน (Daily Report) ในรูปแบบไฟล์ต่างๆ รายละเอียดเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปผลิตสื่อวิทยุ สื่อวิดีโอ และนำไปต่อยอด วางแผนการประชาสัมพันธ์ของเมืองพัทยาโดยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ผู้รับจ้างต้องสรุปประเด็นที่ถูกกล่าวถึงสูงสุดในแต่ละวัน (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปการมีส่วนร่วม (Engagement) ของประเด็นที่ถูกกล่าวถึงเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปปริมาณข้อความแบ่งแยกตามทัศนคติ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามภารกิจของเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปรายชื่อเว็บไซต์และผู้ใช้งานที่กล่าวถึงเมืองพัทยามากที่สุด (ถ้ามี)

๒.๓ ผู้รับจ้างต้องสรุปภาพรวมของข้อความที่เกิดขึ้นในเดือนนั้นๆ โดยแบ่งตามช่องทางออนไลน์ (Chanel) , ข้อความแสดงความรู้สึก (Sentiment) , จำนวนคำปฏิสัมพันธ์ (Engagement)

- ผู้รับจ้างต้องสรุปคำศัพท์ที่ใช้สับสนในเครื่องมือโซเชียลมีเดีย (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปประเด็นที่ถูกกล่าวถึงสูงสุดในแต่ละเดือน (ถ้ามี)

- ผู้รับจ้างต้องสรุปการมีส่วนร่วม (Engagement) ของประเด็นที่ถูกกล่าวถึงเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปปริมาณข้อความแบ่งแยกตามทัศนคติ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามภารกิจเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปรายชื่อเว็บไซต์และผู้ใช้งานที่กล่าวถึงเมืองพัทยามากที่สุด (ถ้ามี)

๒.๔ ผู้รับจ้างต้องรวบรวมประเด็นสำคัญข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นของแต่ละเดือน ไฮไลท์ของแต่ละเดือน และประเด็นข่าวสารต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อเมืองพัทยาโดยนำมาสรุปเป็นรูปเล่มรายงานประจำปี และนำเสนอให้ยังเมืองพัทยาภายใน งบประมาณสุดท้าย โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- ผู้รับจ้างต้องสรุปคำศัพท์ที่ใช้สับสนในเครื่องมือโซเชียลมีเดีย (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปประเด็นที่ถูกกล่าวถึงสูงสุดในแต่ละเดือน (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปการมีส่วนร่วม (Engagement) ของประเด็นที่ถูกกล่าวถึงเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปปริมาณข้อความแบ่งแยกตามทัศนคติ (ถ้ามี)
- สรุปจำนวนข้อมูลแยกตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องสรุปจำนวนข้อมูลแยกตามภารกิจเมืองพัทยา (ถ้ามี)
- ผู้รับจ้างต้องจัดทำข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำ เพื่อให้เมืองพัทยานำไปพัฒนาต่อไป ลำดับต่อไป (ถ้ามี)

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรูปแบบรายงานในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิคการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์)

๓. งานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์และกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ (Content) เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยาให้มีความน่าเชื่อถือ (Trusted Destination) และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ในพัทยา ดังต่อไปนี้

- ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อเมืองพัทยา
- มุ่งเน้นสร้างการรับรู้การทำงานของเมืองพัทยาและสร้างจุดยืนที่ชัดเจนของเมืองพัทยา
- สร้างความมั่นใจ (Raise Awareness) ให้กับเมืองพัทยาในการเป็นเมืองน่าอยู่ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

๓.๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอกลยุทธ์และการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (Media Plan and Strategy) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นผ่านช่องทางสื่อต่างๆ โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และสื่อท้องถิ่นต่างๆ พร้อมออกแบบและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับข้อมูล Social listening โดยสามารถสื่อสารได้ชัดเจน มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย และน่าสนใจ และจัดทำรายละเอียดแผนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการยกระดับประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยาซึ่งประกอบด้วย

- ผู้รับจ้างจะต้องสร้างสรรค์ชิ้นงานสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบวิดีโอ
- ผู้รับจ้างจะต้องสร้างสรรค์ชิ้นงานสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่นต่างๆ
- ผู้รับจ้างจะต้องสร้างสรรค์ชิ้นงานสำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายไวเนล
- ผู้รับจ้างจะต้องกำหนดเวลาของการเผยแพร่สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์
- ผู้รับจ้างจะต้องกำหนดขั้นตอนระยะเวลาการทำงาน

- ผู้รับจ้างจะต้องสรุปผลการประเมินตัวชี้วัดและเกณฑ์ในการประเมินผลการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่างๆ

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแผนกลยุทธ์และแผนประชาสัมพันธ์ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

๓.๒ การผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงศักยภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ผู้รับจ้างต้องออกแบบเสนอกรอบความคิด และจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ วัสดุไวเนล พิมพ์อิงค์เจ็ท (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ขนาด ๔ X ๖ เมตร จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ แบบ และสามารถแก้ไขได้ ๒ ครั้ง โดยติดตั้งและรื้อถอน บริเวณเกาะกลางถนนสุขุมวิท-พัทยา ภาพที่ประกอบในการจัดทำป้าย จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด ลิขสิทธิ์ภาพชุดนี้จะต้องเป็นของผู้ว่าจ้าง โดยให้เมืองพัทยาพิจารณาก่อนการผลิตและเผยแพร่

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอกรอบความคิดการออกแบบและติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

๓.๓ การผลิตและเผยแพร่สื่อวีดีโอ โดยนำเสนอรูปแบบ/แนวคิด สร้างการรับรู้ภารกิจของเมืองพัทยา โดยนำเสนอเป็นภาษาไทย และมีข้อความบรรยาย (Subtitle) เป็นภาษาอังกฤษ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ผู้รับจ้างต้องออกแบบและดำเนินการผลิตวีดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจของเมืองพัทยา โดยอ้างอิงข้อมูลสรุปจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และมีความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒๐ เรื่อง

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาทีมงานและบุคลากรในการผลิตสื่อวีดีโอ ได้แก่ โปรดิวเซอร์ , ครีเอทีฟ , ช่างภาพ , ผู้ช่วยช่างภาพ , ผู้ประสานงาน , ช่างเทคนิคตัดต่อรายการ , ช่างเทคนิคด้านโสตทัศนูปกรณ์ให้ครบถ้วน

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำบทโทรทัศน์ภาษาไทย (Script) โดยมีเนื้อหาสาระที่กระชับเข้าใจง่าย และให้เมืองพัทยาพิจารณาก่อนดำเนินการผลิต

- ถ่ายทำด้วยระบบที่มีความคมชัดสูง Full HD การตัดต่อด้วยระบบ Digital HD ที่มีความคมชัดสูง พร้อมมีการจัดทำ Computer Graphic & Digital Effect และภาพประกอบ เพื่อความสวยงาม และสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชม

- ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาผู้บรรยาย มีอาชีพที่มีน้ำเสียงไพเราะ และออกเสียงอักขระได้ถูกต้องชัดเจนในการบันทึก และ Mix เสียงดนตรีประกอบ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากเมืองพัทยาก่อนทำการบันทึกเสียง

- ภาพและเสียงที่ประกอบในการจัดทำวีดีโอ จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

- ลิขสิทธิ์วีดีโอชุดนี้จะต้องเป็นของเมืองพัทยา

- ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่นไม่น้อยกว่า ๑ สถานี ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒๐ เรื่อง พร้อมหนังสือรับรองการออกอากาศ

- ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒๐ เรื่อง ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ไม่น้อยกว่า ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอกรอบความคิดการผลิตวีดีโอและช่องทางการเผยแพร่ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

๓.๔ การผลิตและเผยแพร่สื่อวิทยุ หรือบทความ (Scoop) โดยจะต้องนำเสนอรูปแบบ/แนวคิด เพื่อสร้างการรับรู้ภารกิจและภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ ตอน

ลอกอากาศผ่านช่องทางสี่วิทยุท้องถิ่น ไม่น้อยกว่า ๒ สถานี และมีความถี่ในการลอกอากาศไม่น้อยกว่า ๒๒ ครั้ง/เดือน พร้อมหนังสือรับรองการลอกอากาศ

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอกรอบความคิดการผลิตบทความวิทยุและช่องทางการเผยแพร่ในเอกสารข้อเสนอ ด้านเทคนิค)

๓.๕ การบริหารงานสื่อมวลชน โดยผู้รับจ้างต้องประสานงานเชิญสื่อมวลชนไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ จำนวน ๒ ครั้ง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของเมืองพัทยา และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมของสื่อ ที่มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน/เดือน ไม่น้อยกว่า ๕ สื่อ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมประเด็น เนื้อหา พร้อมเอกสารสำหรับสื่อมวลชน
- ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อมวลชนที่เชิญมาร่วมกิจกรรม เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารับรอง ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดต่างๆ ฯลฯ
- ผู้รับจ้างต้องสรุปผลการดำเนินงานหลังเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรม

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอสื่อที่ได้รับความนิยมหรือสื่อสังคมออนไลน์ในเอกสารข้อเสนอ ด้านเทคนิค)

๔. สรุปผลการดำเนินงานและการประเมินผล

- ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานทุกเดือน
- ผู้รับจ้างต้องประเมินผลการประชาสัมพันธ์จากการติดตามการรายงานข่าวจากสื่อต่างๆ

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรูปแบบการรายงานในเอกสารข้อเสนอ ด้านเทคนิค)

* ข้อมูลทุกอย่างที่ระบบรวบรวมได้ที่เกี่ยวข้องกับเมืองพัทยา ถือว่าเป็นลิขสิทธิ์ของเมืองพัทยา ห้ามนำไปเปิดเผยหรือเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร

งบประมาณ : ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ ส่วนอำนวยการ สำนักการท่องเที่ยวและกีฬา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ประชาชนได้รับรู้ เข้าใจ เข้าถึง ในสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ได้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทั้งปัจจุบันและทิศทางในการปฏิบัติงานในอนาคต ของเมืองพัทยา

๒. ได้รับรู้และเข้าใจถึงจุดแข็ง - จุดอ่อน ด้านการบริหารราชการ โครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนธุรกิจ และ การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

๓. ประชนทั่วไป นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงนักลงทุน นักธุรกิจ มีมุมมองที่ดีต่อเมืองพัทยา และมีความเชื่อมั่นในองค์กรทั้งภายในและภายนอก

๔. ได้รับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ บนโลกออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก , ยูทูบ , อินสตาแกรม , ทวิตเตอร์ , พันทิป , เว็บบล็อก , ดิกต็อก ฯลฯ

ข้อเสนอด้านเทคนิค

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอและยื่นข้อเทคนิคให้กรรมการพิจารณาผลอิเล็กทรอนิกส์ ได้พิจารณาและ ทราบโครงสร้างกรอบความคิดการยกระดับประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา


 นียอง นียวุฒิ ชัยมาคย์
 นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

การคิดค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง ไม่สามารถจัดส่งงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างจะต้องเสียค่าปรับ โดยคิดอัตราค่าปรับ ๐.๑ % ของค่าจ้าง

การรับประกันความชำรุดบกพร่องของงาน : ๑ เดือน

คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
๖. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
๗. เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
๘. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สำนักงาน กสทช. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
๙. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
๑๐. ต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ กรณีผู้เสนอราคายังมิได้ทำการลงทะเบียน ณ วันที่ยื่นข้อเสนอจะต้องดำเนินการลงทะเบียนให้เรียบร้อยก่อนการทำสัญญาหรือข้อตกลง
๑๑. ต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างโดยมีมูลค่าในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว และหนังสือรับรองผลงานโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น และสำเนาสัญญา หรือใบสั่งจ้าง หรือขอบเขตของงานที่สามารถยืนยันว่าเป็นงานผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างครั้งนี้


 นายจรรย์วุฒิ ขัยมาตย์
 นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค

ในการพิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอจะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังต่อไปนี้

๑. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๐
๒. ข้อเสนอทางด้านเทคนิคและข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๖๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพตามสัดส่วน ๑๐๐ คะแนน ดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายละเอียด	เกณฑ์การประเมิน	น้ำหนักร้อยละ
๑.	๑.๑ ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอแผนการดำเนินงาน และเอกสารแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโครงการในการดำเนินงาน	มีแผนการดำเนินงานโครงการ ได้ ๕๐ คะแนน	๒๐
	๑.๒ ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอประสบการณ์การทำงาน ผลงานด้านระบบ และความเชี่ยวชาญ ทางด้าน <ul style="list-style-type: none"> - Social Listening - Social Monitoring - Social Conversion - Social Academy หรืออื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความเชี่ยวชาญทั้ง ๔ ด้าน ได้ ๕๐ คะแนน - ความเชี่ยวชาญทั้ง ๓ ด้าน ได้ ๔๐ คะแนน - ความเชี่ยวชาญทั้ง ๒ ด้าน ได้ ๓๐ คะแนน - ความเชี่ยวชาญทั้ง ๑ ด้าน ได้ ๒๐ คะแนน - ความเชี่ยวชาญทั้ง ๒ ด้าน ได้ ๑๐ คะแนน - ความเชี่ยวชาญไม่มี ได้ ๐ คะแนน 	
๒.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรูปแบบแนวความคิดสร้างสรรค์ด้าน <ul style="list-style-type: none"> - ป้ายประชาสัมพันธ์ - สื่อวิดีโอ - สื่อวิทยุ - สื่อออนไลน์ หรืออื่นๆ <p>พร้อมเอกสารเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงาน และผลงานที่ผ่านมา เพื่อให้สอดคล้องกับบทบาท ภารกิจ กิจกรรมของเมืองพัทยา เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา ให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ในพัทยา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เสนอรูปแบบแนวความคิดครบ ๔ ด้าน ได้ ๑๐๐ คะแนน - เสนอรูปแบบแนวความคิดครบ ๓ ด้าน ได้ ๗๕ คะแนน - เสนอรูปแบบแนวความคิดครบ ๒ ด้าน ได้ ๕๐ คะแนน - เสนอรูปแบบแนวความคิดครบ ๑ ด้าน ได้ ๒๕ คะแนน - ไม่เสนอรูปแบบแนวความคิด ได้ ๐ คะแนน 	๑๐

ลำดับ	รายละเอียด	เกณฑ์การประเมิน	น้ำหนักร้อยละ
๓.	พิจารณารูปแบบของรายงานประจำวัน รายงานประจำเดือน และรายงานประจำปี	- มีรูปแบบรายงาน ครบ ๓ แบบ ได้คะแนน ๑๐๐ คะแนน - มีรูปแบบรายงาน ครบ ๒ แบบ ได้คะแนน ๗๕ คะแนน - มีรูปแบบรายงาน ครบ ๑ แบบ ได้คะแนน ๕๐ คะแนน - ไม่มีรูปแบบรายงาน ได้คะแนน ๐ คะแนน	๑๐
๔.	พิจารณาจาก จำนวนการตั้งข้อความไม่น้อย กว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ข้อความ และช่องทางการ ตั้งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ - เฟสบุ๊ก (Facebook) - ทวิตเตอร์ (Twitter) - อินสตาแกรม (Instagram) - พันทิป (Pantip) - ยูทูบ (Youtube) - ตี๊กต็อก (TIKToK) - เว็บไซต์อื่น ๆ	- ตั้งข้อมูลไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐,๐๐๐ ข้อความ และสามารถตั้งข้อมูลจากสื่อสังคม ออนไลน์ได้ ๗ สื่อ ได้ ๑๐๐ คะแนน - ตั้งข้อมูลไม่น้อยกว่า ๑,๘๐๐,๐๐๐ ข้อความ และสามารถตั้งข้อมูลจากสื่อสังคม ออนไลน์ได้ ๗ สื่อ ได้ ๗๕ คะแนน - ตั้งข้อมูลไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ ข้อความ และสามารถตั้งข้อมูลจากสื่อสังคม ออนไลน์ได้ ๗ สื่อ ได้ ๕๐ คะแนน - ตั้งข้อมูลไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐,๐๐๐ ข้อความ และสามารถตั้งข้อมูลจากสื่อสังคม ออนไลน์ได้ ๗ สื่อ ได้ ๒๕ คะแนน - ตั้งข้อมูลได้น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ข้อความ และสามารถตั้งข้อมูลจากสื่อสังคม ออนไลน์ได้น้อยกว่า ๗ สื่อ ได้ ๐ คะแนน	๑๐
๕.	ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอทีมงานผู้เชี่ยวชาญ (วุฒิ การศึกษาระดับปริญญาโทและมี ประสบการณ์ ๒ ปีขึ้นไป)	- ๓ คนขึ้นไป (๑๐๐ คะแนน) - ๒ คน (๗๕ คะแนน) - ๑ คน (๕๐ คะแนน) - ไม่มีผู้เชี่ยวชาญ (๐ คะแนน)	๑๐

การส่งมอบงานและเบิกจ่ายค่าจ้าง เมืองพัทยาจะจ่ายค่าจ้าง จำนวน ๑๒ งวด เมื่อคณะกรรมการฯ ตรวจสอบพัสดุได้
ดำเนินการตรวจรับถูกต้องครบถ้วนแล้ว ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๓ ภายในเวลา ๑ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ส่งแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินงานของส่วนต่างๆ

๑.๒ ติดตั้งระบบติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์

๑.๓ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๑ จำนวน ๑ เล่ม

๑.๔ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ภายในเวลา ๒ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๒.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๒ จำนวน ๑ เล่ม

๒.๒ ส่งแบบป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้ขึ้นป้ายประกาศเกาะกลาง ถนนสุขุมวิท-พญา ไม่น้อยกว่า ๘ แบบ

๒.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๑ - เรื่องที่ ๒)

๒.๔ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๑ - ตอนที่ ๕)

๒.๕ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๙ ภายในเวลา ๓ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๓.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๓ จำนวน ๑ เล่ม

๓.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๓ - เรื่องที่ ๔)

๓.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๖ - ตอนที่ ๑๐)


๓.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๑ - เรื่องที่ ๒) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๓.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๑ - ตอนที่ ๕) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๓.๖ ผลิตป้ายไวเนลพร้อมติดตั้งขึ้นป้ายประกาศเกาะกลาง ถนนสุขุมวิท-พญา จำนวน ๑๖ ป้าย

๓.๗ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๔ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๔ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้


นายอัจฉริยวุฒิ ชัยมาตย์
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

๔.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๔ จำนวน ๑ เล่ม

๔.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๕ - เรื่องที่ ๖)

๔.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๑๑ - ตอนที่ ๑๕)

๔.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๓ - เรื่องที่ ๔) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๔.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๖ - ตอนที่ ๑๐) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๔.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๕ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๕ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๕.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๕ จำนวน ๑ เล่ม

๕.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๗ - เรื่องที่ ๘)

๕.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๑๖ - ตอนที่ ๒๐)

๕.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๕ - เรื่องที่ ๖) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๕.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๑๑ - ตอนที่ ๑๕) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๕.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๖ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๖ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้


๖.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๖ จำนวน ๑ เล่ม

๖.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๙ - เรื่อง ๑๐)

๖.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (ตอนที่ ๒๑ - ตอนที่ ๒๕)

๖.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๗ - เรื่องที่ ๘) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๖.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๑๖ - ตอนที่ ๒๐) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน


นายอัจฉริยวุฒิ ชัยมาตย์
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

๖.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม
งวดที่ ๗ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๗ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๗.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปประจำวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๗ จำนวน ๑ เล่ม

๗.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๑๑ - เรื่องที่ ๑๒)

๗.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๒๖ - ตอนที่ ๓๐)

๗.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๙ - เรื่องที่ ๑๐) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๗.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๒๑ - ตอนที่ ๒๕) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๗.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๘ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๘ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๘.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปประจำวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๘ จำนวน ๑ เล่ม

๘.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๑๓ - เรื่องที่ ๑๔)

๘.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๓๑ - ตอนที่ ๓๕)

๘.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วีดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๑๑ - เรื่องที่ ๑๒) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๘.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สโปตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๒๖ - ตอนที่ ๓๐) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๘.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๙ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๙ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๙.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปประจำวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๙ จำนวน ๑ เล่ม

๙.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วีดีโอ (เรื่องที่ ๑๕ - เรื่องที่ ๑๖)

๙.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๓๖ - ตอนที่ ๔๐)


 นายอัจฉริวัฒน์ ชินมาศย์
 นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

๙.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๑๓ - เรื่องที่ ๑๔) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๙.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สปอตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๓๑ - ตอนที่ ๓๕) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๙.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๑๐ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๑๐ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑๐.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๑๐ จำนวน ๑ เล่ม

๑๐.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ (เรื่องที่ ๑๗ - เรื่องที่ ๑๘)

๑๐.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๔๑ - ตอนที่ ๔๕)

๑๐.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๑๕ - เรื่องที่ ๑๖) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๑๐.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สปอตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๓๖ - ตอนที่ ๔๐) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๑๐.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๑๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๗ ภายในเวลา ๑๑ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑๑.๑ ส่งมอบงานการเฝ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๑๑ จำนวน ๑ เล่ม

๑๑.๒ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ (เรื่องที่ ๑๙ - เรื่องที่ ๒๐)

๑๑.๓ ผู้รับจ้างต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิทยุ (ตอนที่ ๔๖ - ตอนที่ ๕๐)

๑๑.๔ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๑๗ - เรื่องที่ ๑๘) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๑๑.๕ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สปอตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๔๑ - ตอนที่ ๔๕) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๑๑.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม

งวดที่ ๑๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๒ ภายในเวลา ๑๒ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑๒.๑ ส่งมอบงานการเผ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ผ่านช่องทางไลน์ ส่งรายงานสรุปรายวัน และ ส่งรายงานสรุปรายเดือน เดือนที่ ๑๒ จำนวน ๑ เล่ม

๑๒.๒ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่วิดีโอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๒ เรื่อง/เดือน (เรื่องที่ ๑๙ - เรื่องที่ ๒๐) ผ่านช่องทางโทรทัศน์ท้องถิ่น จำนวน ๑ สถานี และช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๑๐ สื่อ โดยแต่ละสื่อมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม

๑๒.๓ ผู้รับจ้างต้องเผยแพร่สปอตวิทยุ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวน ๕ ตอน/เดือน (ตอนที่ ๔๕ - ตอนที่ ๕๐) ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน ๒ สถานี และมีความถี่ในการออกอากาศ จำนวน ๒๒ ครั้ง/เดือน

๑๒.๔ ผลิตป้ายไวเนลพร้อมติดตั้งขึ้นป้ายประกาศเกาะกลาง ถนนสุขุมวิท-พญา จำนวน ๑๖ ป้าย

๑๒.๕ ส่งมอบการจัดกิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชน จำนวน ๒ ครั้ง รวมทั้งส่งรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม จำนวน ๒ เล่ม

๑๒.๖ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน จำนวน ๑ เล่ม


๑๒.๗ ส่งมอบรายงานประเมินผลการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ เล่ม

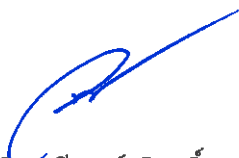
๑๒.๘ ส่งมอบงานการเผ้าระวัง กรองข้อมูล และแจ้งเตือนข้อมูล ภาพรวมการดำเนินงานประจำปี จำนวน ๑ เล่ม


๑๒.๙ ส่งมอบรายงานสรุปผู้บริหาร

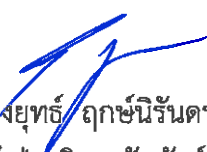

นายอัจฉริยวุฒิ ชัยมาตย์
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ


คณะกรรมการพิจารณาข้อกำหนดและขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) และราคากลาง


ลงชื่อ  ประธานกรรมการ
(นายสุรัตน์ เทพฉายโต)
ผู้อำนวยการสำนักการท่องเที่ยวและกีฬา


ลงชื่อ  กรรมการ
(นางสาววิภาวดี วงษ์บริสุทธิ)
ผู้อำนวยการส่วนอำนวยความสะดวก


ลงชื่อ  กรรมการ
(นางปิยชญา ท่องไธญ์)
ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยว


ลงชื่อ  กรรมการ
(นายยงยุทธ ฤกษ์นิรันดร์)
หัวหน้าฝ่ายวิเทศสัมพันธ์


ลงชื่อ  กรรมการ
(นายพันธุ์ธัช ปวงค์สร้อย)
หัวหน้าฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยว


ลงชื่อ  กรรมการ
(จ.อ.จตุพล นิธิวรรณะ)
หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป

ลงชื่อ  กรรมการ
(พ.จ.อ.ชุมพล เทียงธรรมดี)
หัวหน้าฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

ลงชื่อ  กรรมการ
(นายเอกสิทธิ์ แก้วสุวรรณ)
นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ

ลงชื่อ  กรรมการ
(นางสาวอมลรดา พิมพ์งาม)
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

ลงชื่อ  กรรมการและเลขานุการ
(นางสาวสุพินดา ทองเจริญ)
หัวหน้าฝ่ายการประชาสัมพันธ์

ลงชื่อ  กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
(นายอัษฎริยวุฒิ ชัยมาตย์)
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ