

## ข้อกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน (TOR)

### โครงการค่าจ้างหมายระดับประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา

#### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมเครือข่ายออนไลน์ นับเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมและใช้ในการสื่อสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ทำให้สามารถรับทราบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย สามารถโต้ตอบ ตอบคำถามกันได้ทันที อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ (Online) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นงานสื่อสารองค์กร ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ เมืองพัทยา ในฐานะผู้ดูแลสื่อออนไลน์ของเมืองพัทยา เช่น Page Facebook PRPATTAYA, YouTube, Line ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้โซเชียลมีเดียมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยสื่อออนไลน์ดังกล่าว เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ภายในเมืองพัทยา ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ อีกทั้งยังส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรตามนโยบายหลักของเมืองพัทยา และการติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดี และสร้างสรรค์คอนเทนต์ โดยรูปแบบต้องมีความทันสมัย น่าสนใจ น่าติดตาม มีความสวยงาม โดดเด่น และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรมากยิ่งขึ้น

#### วัตถุประสงค์

๑. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้มีทิศทางที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างจากเดิม
๒. เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ ผลงานของเมืองพัทยาและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพัทยาไปสู่กลุ่มเป้าหมาย
๓. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาตามนโยบายหลักของเมืองพัทยา
๔. เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของเมืองพัทยาให้กับทุกภาคส่วน ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ทันท่วงทีสถานการณ์ สร้างทัศนคติที่ดี และประชาสัมพันธ์ข้อมูลปัจจุบันและทิศทางในอนาคตด้านการบริหารราชการเมืองพัทยา นำเสนอไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

#### กลุ่มเป้าหมาย

๑. ประชาชน นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ
๒. หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ / ภาคเอกชน
๓. หน่วยงานภายในเมืองพัทยา

#### ขอบเขตการดำเนินงาน

๑. การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรม ความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้รับจ้างจะต้องวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Insight) บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ทราบถึงมุมมอง การพูดถึงเมืองพัทยบบนสื่อสังคมออนไลน์ และนำไปประกอบการจัดทำแผนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ จำนวน ๑ เล่ม

/ ๑.๑ ผู้รับจ้าง...

นพ

นายพร ไชยราช  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

๑.๑ ผู้รับจ้างจะต้องทำการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของค่าปฏิสัมพันธ์ (Engagement) การพูดถึงเมืองพัทยาบนสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย อาทิ Facebook, Twitter (X), YouTube, Instagram และ TikTok

๑.๒ ผู้รับจ้างจะต้องทำการวิเคราะห์คำสนทนาที่เกี่ยวข้องกับเมืองพัทยาบนสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ประเด็นต่างๆที่มีการกล่าวถึง และทัศนคติเชิงบวก ทัศนคติเชิงกลาง และ ทัศนคติเชิงลบ ที่มีผลต่อเมืองพัทยา

๑.๓ ผู้รับจ้างจะต้องแสดงผังโครงสร้างของบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการทำแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของเมืองพัทยา เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้ต่อเมืองพัทยา

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน และแผนการประชาสัมพันธ์ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

## ๒. แผนกลยุทธ์การสื่อสารของเมืองพัทยา

ผู้รับจ้างจะต้องทำแผนกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารของเมืองพัทยา จากข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ทัศนคติที่ดีต่อเมืองพัทยา จำนวน ๑ เล่ม

๒.๑ ผู้รับจ้างจะต้องศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง และ จุดอ่อน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย อาทิ Facebook, Twitter (X), YouTube, Instagram และ Tiktok เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ของเมืองพัทยา

๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ ความรู้ และความตระหนัก เพื่อสร้างข้อความสำคัญ (Key Message) ในการใช้วางแผนการสื่อสาร ตามการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Insight) ที่ได้จากข้อ ๑

๒.๓ ผู้รับจ้างต้องนำเสนอกลยุทธ์หรือแผนการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา และสร้างความน่าสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนนักท่องเที่ยว ได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ในเชิงบวกของเมืองพัทยามากยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับบทบาท ภารกิจ การดำเนินงานของเมืองพัทยา

๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องแสดงผังโครงสร้างของบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการทำแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของเมืองพัทยา เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้ต่อเมืองพัทยา

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน และแผนการประชาสัมพันธ์ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

๓. การผลิตสร้างสรรค์คอนเทนต์ (Content) ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงศักยภาพ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา

๓.๑ ผู้รับจ้างต้องนำข้อมูลจากการสืบค้นจากสื่อสังคมออนไลน์ จากข้อ ๑.๑ นำมาเสนอประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ พร้อมคิดคอนเทนต์หรือบทความต่างๆ (Content) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยเนื้อหา (Content) จะต้องได้รับความเห็นชอบจากเมืองพัทยาโดยเนื้อหา (Content) ต้องสามารถสื่อสารได้ชัดเจน เดือนละไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน/เดือน

๓.๒ ผู้รับจ้างต้องนำเนื้อหาหรือบทความ (Content) จากข้อ ๓.๑ มาจัดทำเนื้อหา ประกอบด้วยภาพ (Content) โดยการใช้ภาพนิ่ง (ArtWorks) นำเสนอในรูปแบบ (Content) ที่มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัย น่าสนใจ เดือนละไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน/เดือน โดยจะต้องจัดส่งเนื้อหาและรูปภาพ (Content) ต้องเป็นรูปแบบไฟล์ Ai และ Jpeg ชิ้นงานทุกชิ้นถือเป็นลิขสิทธิ์ของเมืองพัทยารูปภาพที่ประกอบในการจัดทำภาพนิ่ง (ArtWorks) จะต้องไม่ละเมิด

/ ลิขสิทธิ์...



ลิขสิทธิ์ใดๆ ทั้งสิ้น หากมีการร้องเรียนหรือฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียว

ในการจัดทำรายละเอียดเนื้อหาประกอบรูปภาพ (Content) ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อใช้สำหรับสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ของช่องทางออนไลน์ของเมืองพัทยา ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาของแผนดังต่อไปนี้

- ผู้รับจ้างจะต้องวางแผนการออกแบบและคิดเนื้อหาประกอบภาพสร้างสรรค์ชิ้นงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเมืองพัทยาในรูปแบบเนื้อหาประกอบภาพ

- ผู้รับจ้างจะต้องกำหนดเวลาของการเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- ผู้รับจ้างจะต้องกำหนดขั้นตอนระยะเวลาการทำงาน

- ผู้รับจ้างจะต้องสรุปผลการดำเนินงาน เป็นประจำทุกเดือน (Monthly Report) เดือนละ ๑ เล่ม

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอกรอบความคิดการออกแบบในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

#### ๔. สรุปผลการดำเนินงาน

๑ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำปี (Summary Report) จำนวน ๑ เล่ม

๒ ผู้รับจ้างต้องจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary Report)

จำนวน ๑ เล่ม

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอรูปแบบการรายงานในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

ระยะเวลาการดำเนินงาน

๖ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

งบประมาณ : ๓๖๕,๐๐๐ บาท (เจ็ดแสนหกหมื่นห้าพันบาทถ้วน) มาจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ของเมืองพัทยา แผนงานการศาสนา วัฒนธรรม และนันทนาการ หมวดค่าใช้สอย รายจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ ส่วนอำนวยการ สำนักการท่องเที่ยวและกีฬา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ประชาชนได้รับรู้ เข้าใจ เข้าถึงข้อมูลทั้งปัจจุบันและทิศทางการปฏิบัติงานในอนาคต ของเมืองพัทยา

๒. ได้รับรู้และเข้าใจถึงจุดแข็ง - จุดอ่อนด้านการบริหารราชการ โครงสร้างพื้นฐานและการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

๓. ประชาชนทั่วไป นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หน่วยงานทั้งภายในและภายนอก รวมไปถึงนักลงทุน นักธุรกิจ มีมุมมองที่ดีต่อเมืองพัทยา และมีความเชื่อมั่นในองค์กรทั้งภายในและภายนอก

/ข้อเสนอ...

พร  
นายพร ไซบ ๖  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

### ข้อเสนอด้านเทคนิค

ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอและยื่นข้อเทคนิคให้กรรมการพิจารณาผลอิเล็กทรอนิกส์ ได้พิจารณาและทราบโครงสร้างกรอบความคิดการยกระดับประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา

### การคิดค่าปรับ

ในกรณีที่ผู้รับจ้าง ไม่สามารถจัดส่งงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้รับจ้างจะต้องเสียค่าปรับ โดยคิดอัตราค่าปรับ ๐.๑ % ของค่าจ้าง

การรับประกันความชำรุดบกพร่องของงาน : ๑ เดือน

### คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๑. มีความสามารถตามกฎหมาย
๒. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๓. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
๕. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ 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 ๑๕๓,๐๐๐ บาท (หนึ่งแสนห้าหมื่นสามพันบาทถ้วน) ภายใต้สัญญาฉบับเดียวที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว และหนังสือรับรองผลงานโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ โดยยื่นสำเนาหนังสือรับรองผลงานจากหน่วยงานหรือองค์กรตามสัญญานั้น และสำเนาสัญญา หรือใบสั่งจ้าง หรือขอบเขตของงานที่สามารถยืนยันว่าเป็นงานผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่จ้างครั้งนี้

/ เกณฑ์การ...

พฟ

นายเพชร ไชยราช  
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.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและเอกสารแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโครงการในการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนแสดงโครงสร้างบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ มีความถูกต้องชัดเจน ได้ ๑๐๐ คะแนน</li> <li>- นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่ชัดเจน ได้ ๕๐ คะแนน</li> <li>- ไม่นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากรและไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้ ๐ คะแนน</li> </ul>	๒๐
๒.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และเอกสารแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโครงการในการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนแสดงโครงสร้างบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอแผนการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ มีความถูกต้องชัดเจน ได้ ๑๐๐ คะแนน</li> <li>- นำเสนอแผนการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่ชัดเจน ได้ ๕๐ คะแนน</li> <li>- ไม่นำเสนอแผนการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากรและไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้ ๐ คะแนน</li> </ul>	๒๐

/ ลำดับ...



ลำดับ	รายละเอียด	เกณฑ์การประเมิน	น้ำหนักร้อยละ
๓.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรูปแบบกรอบแนวคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบภาพนิ่ง (Artwork) และสร้างรูปแบบ (Content) ที่น่าสนใจให้สอดคล้องกับเมืองพัทยา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอรูปแบบกรอบแนวคิดสร้างสรรค์สวยงามและทันสมัยในการออกแบบที่สอดคล้องครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา ได้ ๑๐๐ คะแนน</li> <li>- นำเสนอรูปแบบกรอบแนวคิดสร้างสรรค์สวยงามและทันสมัยในการออกแบบแต่ไม่สอดคล้องครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา ได้ ๕๐ คะแนน</li> <li>- ไม่นำเสนอรูปแบบกรอบแนวคิดสร้างสรรค์สวยงามและทันสมัยในการออกแบบที่สอดคล้องครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา ได้ ๐ คะแนน</li> </ul>	๑๐
๔.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรูปแบบรายงาน <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานประจำเดือน (Monthly Report)</li> <li>- รายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำปี (Summary Report)</li> <li>- รายงานสรุปผลการดำเนินงานสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary Report)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอรูปแบบรายงานครบทั้งสามรูปแบบ ได้ ๑๐๐ คะแนน</li> <li>- นำเสนอรูปแบบรายงาน อย่างไม่อย่างหนึ่ง ได้ ๕๐ คะแนน</li> <li>- ไม่นำเสนอรูปแบบรายงาน ได้ ๐ คะแนน</li> </ul>	๑๐

การส่งมอบงานและเบิกจ่ายค่าจ้าง เมืองพัทยาจะจ่ายค่าจ้าง จำนวน ๖ งวด เมื่อคณะกรรมการฯ ตรวจรับพัสดุได้ ดำเนินการตรวจรับถูกต้องครบถ้วนแล้ว ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๐ ภายในเวลา ๑ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้าง จะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ส่งมอบแผนดำเนินการและแผนผังบุคลากรในการทำงานของโครงการ จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม

/ งวดที่ ๒...

พช

นายพชร ไชยราช  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ภายในเวลา ๒ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย (รายงานวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (insight) บนสื่อสังคมออนไลน์) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ จัดทำและนำเสนอแผนกลยุทธ์การสื่อสารของเมืองพัทยา จำนวน ๑ เล่ม

๑.๓ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๔ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน ๑๖ ชิ้น

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๕ ภายในเวลา ๓ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน ๘ ชิ้น

๑.๓ ส่งสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork) ชิ้นงานที่ ๑-๑๖

งวดที่ ๔ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๕ ภายในเวลา ๔ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน ๘ ชิ้น

๑.๓ ส่งสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork) ชิ้นงานที่ ๑๗-๒๔

งวดที่ ๕ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๕ ภายในเวลา ๕ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน ๘ ชิ้น

๑.๓ ส่งสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork) ชิ้นงานที่ ๒๕-๓๒

งวดที่ ๖ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๐ ภายในเวลา ๖ เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานพร้อมจัดทำและนำเสนอรายงานประจำเดือน ภายใน ๑๐ วันของเดือนถัดไป และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว ดังต่อไปนี้

๑.๑ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวน ๘ ชิ้น

๑.๓ ส่งสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork) ชิ้นงานที่ ๓๓-๔๘

๑.๔ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำปี (Summary Report) จำนวน ๑ เล่ม


๑.๕ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary Report) จำนวน ๑ เล่ม


คณะกรรมการพิจารณาข้อกำหนดและขอบเขตการดำเนินงาน (TOR) และราคากลาง


ลงชื่อ  ประธานกรรมการ  
(นายสุรัตน์ เทพฉายโต)  
ผู้อำนวยการสำนักการท่องเที่ยวและกีฬา

ลงชื่อ  กรรมการ  
(นางสาววิภาวดี วงษ์บริสุทธิ์)  
ผู้อำนวยการส่วนอำนวยการ

ลงชื่อ  กรรมการ  
(นายยงยุทธ ฤกษ์นิรันดร์)  
หัวหน้าฝ่ายวิเทศสัมพันธ์

ลงชื่อ  กรรมการ  
(นายพันธุ์ชัช ปางค์สร้อย)  
หัวหน้าฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยว

ลงชื่อ  กรรมการและเลขานุการ  
(นายอัจฉริยวดี ชัยมาตย์)  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

ลงชื่อ  กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ  
(นายพชร ไชยราช)  
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ