

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 อีกทั้งยังส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรตามแนวนโยบายหลักของเมืองพัทยา 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 ทันต่อสถานการณ์ สร้างทัศนคติที่ดี และประชาสัมพันธ์ข้อมูลปัจจุบันและทิศทางในอนาคตด้านการบริหารราชการเมืองพัทยา นำเสนอไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มเป้าหมาย


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

ขอบเขตการดำเนินงาน

๑. การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรม ความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมาย

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

/ ๑.๑ ผู้รับจ้าง...


(นางสาวอรุณรัตน์ พิมพ์งาม)
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 เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อเมืองพัทยา 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 ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอกยุทธ์หรือแผนการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา และสร้างความน่าสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนนักท่องเที่ยว ได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ในเชิงบวกของเมืองพัทยามากยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับบทบาท ภารกิจ การดำเนินงานของเมืองพัทยา

๒.๔ ผู้รับจ้างจะต้องแสดงผังโครงสร้างของบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการทำแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของเมืองพัทยา เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้ต่อเมืองพัทยา

(ผู้เสนอราคาต้องนำเสนอแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน และแผนการประชาสัมพันธ์ในเอกสารข้อเสนอด้านเทคนิค)

๓. การผลิตสร้างสรรค์คอนเทนต์ (Content) ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงศักยภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา

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

/ โดยผู้รับจ้าง...


(นางสาวอมลรดา พิมพ์งาม)
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

โดยผู้รับจ้างจะต้องทำการออกแบบ (ArtWorks) ใหม่ ให้มีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา เดือนละไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน/เดือน โดยจะต้องจัดส่งเนื้อหาและรูปภาพ (Content) ต้องเป็นรูปแบบไฟล์ Ai และ Jpeg ชิ้นงานทุกชิ้นถือเป็นลิขสิทธิ์ของเมืองพัทยาภาพที่ประกอบในการจัดทำภาพนิ่ง (ArtWorks) จะต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ใดๆ 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 : ๗๖๕,๐๐๐ 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...


(นางสาวอมรดา พิมพ์งาม)
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...

Camphig

(นางสาวอมลอรดา พิมพ์งาม)

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"> - นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ มีความถูกต้องชัดเจน ได้ ๑๐๐ คะแนน - นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่ชัดเจน ได้ ๕๐ คะแนน - ไม่นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากรและไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้ ๐ คะแนน 	๒๐
๒.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอแผนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และเอกสารแสดงความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับโครงการในการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนแสดงโครงสร้างบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอแผนการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ มีความถูกต้องชัดเจน ได้ ๑๐๐ คะแนน - นำเสนอแผนการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากร มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่ชัดเจน ได้ ๕๐ คะแนน - ไม่นำเสนอแผนการดำเนินงาน พร้อมด้วยแผนผังโครงสร้างบุคลากรและไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ได้ ๐ คะแนน 	๒๐

/ ลำดับ...

(นางสาวอมลรดา พิมพ์งาม)
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

ลำดับ	รายละเอียด	เกณฑ์การประเมิน	น้ำหนักร้อยละ
๓.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรูปแบบกรอบแนวความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบภาพนิ่ง (Artwork) และสร้างรูปแบบ (Content) ที่น่าสนใจ โดยการออกแบบใหม่ ให้สอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา พร้อมด้วยเสนอตัวอย่างผลงานที่เคยจัดทำ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ภาพอินโฟกราฟิก แบนเนอร์ ที่มีความสวยงาม ทันสมัย น่าสนใจ โดยผลงานดังกล่าวจะต้องเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอรูปแบบกรอบแนวความคิดสร้างสรรค์สวยงามและทันสมัย ในการออกแบบที่สอดคล้องครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา ได้ ๑๐๐ คะแนน - นำเสนอรูปแบบกรอบแนวความคิดสร้างสรรค์สวยงามและทันสมัยในการออกแบบแต่ไม่สอดคล้องครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา ได้ ๕๐ คะแนน - ไม่นำเสนอรูปแบบกรอบแนวความคิดสร้างสรรค์สวยงามและทันสมัยในการออกแบบที่สอดคล้องครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของเมืองพัทยา ได้ ๐ คะแนน 	๑๐
๔.	ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอรูปแบบรายงาน <ul style="list-style-type: none"> - รายงานประจำเดือน (Monthly Report) - รายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำปี (Summary Report) - รายงานสรุปผลการดำเนินงานสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary Report) 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอรูปแบบรายงานครบทั้งสามรูปแบบ ได้ ๑๐๐ คะแนน - นำเสนอรูปแบบรายงาน อย่างไม่อย่างหนึ่ง ได้ ๕๐ คะแนน - ไม่นำเสนอรูปแบบรายงาน ได้ ๐ คะแนน 	๑๐

การส่งมอบงานและเบิกจ่ายค่าจ้าง เมืองพัทยาจะจ่ายค่าจ้าง จำนวน ๖ งวด เมื่อคณะกรรมการฯ ตรวจรับพัสดุได้ ดำเนินการตรวจรับถูกต้องครบถ้วนแล้ว ดังนี้

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

๑.๑ ส่งมอบแผนดำเนินการและแผนผังบุคลากรในการทำงานของโครงการ จำนวน ๑ เล่ม

๑.๒ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำเดือน (Monthly Report) จำนวน ๑ เล่ม


 (นางสาวอมลรดา พิมพ์งาม)
 นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

/ งวดที่ ๒...

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 ๑๖ 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 ส่งสื่อประชาสัมพันธ์ (Artwork) ชิ้นงานที่ ๓๓-๔๘

๑.๓ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานประจำปี (Summary Report) จำนวน ๑ เล่ม

๑.๔ ส่งมอบรายงานสรุปผลการดำเนินงานสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary Report) จำนวน ๑ เล่ม

Completed

(นางสาวอมลรดา พิมพ์งาม)
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ