



ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างเหมานิติบุคคล (Terms of Reference)

ดำเนินการโครงการบริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียและพัฒนาช่องทางสื่อสารเพื่อสนับสนุนด้านตลาดของ กทท.

๑. หลักการและเหตุผล

การทำเรือแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดของ กทท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๖-๒๕๗๐ (ฉบับทบทวนปี ๒๕๖๗) และแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาดของ กทท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เพื่อเป็นกรอบแนวทางกำหนดทิศทางการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานด้านลูกค้าและตลาดให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยนำยุทธศาสตร์และกรอบนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน แผนแม่บทต่าง ๆ ของการทำเรือฯ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านลูกค้าและตลาดมาเป็นปัจจัยนำเข้าในการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าฯ ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดของการทำเรือฯ ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้ มีวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการรับรู้ของการทำเรือฯ ในการเป็นประตูการค้าหลักของประเทศ และเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียน รวมถึงบริหารจัดการสื่อดิจิทัลและพัฒนาช่องทางสื่อสารเพื่อสนับสนุนงานด้านตลาดของการทำเรือฯ เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงการพัฒนากลไกและกระบวนการในการบริหารจัดการสินทรัพย์ในเชิงพาณิชย์ มุ่งเน้นการทำการตลาดเชิงรุก และการให้บริการที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ สนับสนุนการเป็นท่าเรือชั้นนำระดับโลก หรือ World Class Port ตามวิสัยทัศน์ของการทำเรือฯ และสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของการทำเรือฯ ได้แก่ สายการบินเรือ ท่าเรือ ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ เจ้าของสินค้า ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ รวมถึงนักลงทุน และกลุ่มลูกค้ารายใหม่ ครอบคลุมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เนื่องด้วยในปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูล ผ่านช่องทางสื่อสมัยใหม่หรือการติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทุกภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัวโดยใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนงานด้านการตลาดขององค์กร เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงฐานลูกค้าจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ในการนี้ เพื่อให้เกิดการรับรู้ การสื่อสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการให้บริการต่าง ๆ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ให้ครอบคลุมท่าเรือทั้ง ๕ (ห้า) แห่งของการทำเรือฯ ประกอบด้วย ท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือพาณิชย์เชียงแสน ท่าเรือเชียงของ และท่าเรือระนอง ซึ่งการทำเรือฯ จำเป็นต้องพัฒนาช่องทางสื่อสารทั้งในรูปแบบดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย โดยผลิตสื่อในรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนงานด้านการตลาดให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น จึงเห็นควรให้มีการจ้างเหมานิติบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด หรือมีความรู้ความชำนาญในการดำเนินการผลิตและบริหารสื่อโซเชียลมีเดียฯ ช่องทางต่าง ๆ ในด้านอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าทางทะเล ทั้งในธุรกิจสายเรือ ธุรกิจท่าเทียบเรือ ธุรกิจการขนส่งทางทะเลและด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการทำเรือฯ

/๒. วัตถุประสงค์ ...

(นายเดชา นุชพุ่ม) (นางริณิดา บุญนาค) (นางปณิดา ภักตร์พงศ์) (นางสาวอินทิรา กุลสุนัน) (นายณัฐชัย เลิศสุรัง) (นายอมรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปิรญา ไม่หวาดยุทธ)
อผต. อภต.ผต. ขภต.ผต. ทผส.ภต.ผต. จบท.๘ ผสภ.ภต.ผต. จบท.๘ ผสภ.ภต.ผต. จบท.๖ ผสภ.ภต.ผต.



๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารของการท่าเรือฯ ในการสร้างการรับรู้และยกระดับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของการท่าเรือฯ ในฐานะผู้นำด้านการให้บริการท่าเรือและโลจิสติกส์ของประเทศและภูมิภาค ผ่านสื่อการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

๒.๒ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย ในการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก และสนับสนุนข้อมูลด้านการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการท่าเรือฯ (Content Marketing) ได้แก่ สายการบินเรือ ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ เจ้าของสินค้า ผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ รวมถึงนักลงทุน ครอบคลุมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยจัดทำ Content Marketing (Owned/Paid media) ให้มีสัดส่วนจำนวนที่เหมาะสม โดยมีรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ Still photo, GIF, Motion, Infographic, VDO ฯลฯ ให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะสื่อสารตลอดระยะเวลาในสัญญา

๒.๓ เพื่อเพิ่มการรับรู้และสร้างความเข้าใจในบทบาท พันธกิจ และความสำคัญของการท่าเรือฯ และสร้างฐานผู้ติดตามของ Social Media Network อีกทั้งเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมสูง และเข้าถึงผู้ใช้บริการจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

๒.๔ เพื่อดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดของการท่าเรือฯ และสนับสนุนแนวทางตามระบบประเมินผลรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Assessment Model : SE-AM) ใน Core Business Enablers ด้านที่ ๔ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (Stakeholder and Customer Management : SCM)

๒.๕ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการท่าเรือฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกแบบ บริหารจัดการ และพัฒนาช่องทางการสื่อสารและสื่อโซเชียลมีเดีย ภายใต้โครงการบริหารจัดการช่องทางสื่อสารเพื่อสนับสนุนด้านตลาดของ กทท. ต่อเนื่องจากการดำเนินการในปี ๒๕๖๗ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทาง คือ บริหารจัดการ Microsite, Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube หรือช่องทางที่เหมาะสมในอนาคต โดยทุก ๆ ช่องทางจะต้องมีฟังก์ชันการทำงานที่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาไปยังเว็บไซต์หลักของการท่าเรือฯ (www.port.co.th) และสื่อต่าง ๆ ของการท่าเรือฯ โดยมีขอบเขตและรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

๓.๑ Microsite

ดำเนินการบริหารจัดการและปรับปรุง Microsite : pat.marketing ให้เป็นปัจจุบัน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมงานด้านการตลาดของการท่าเรือฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๓.๑.๑ บริหารจัดการ Microsite : pat.marketing พร้อมชำระค่าธรรมเนียมรายปีและต่ออายุการใช้งาน Domain Name และ Web Hosting ให้มีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปีนับจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

๓.๑.๒ ปรับปรุงข้อมูลสำคัญของการท่าเรือฯ และฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด ให้เป็นปัจจุบัน (Update)

/๓.๒ ออกแบบ ...

นายเดชา นุชพุ่ม (นางวันวิดา บุณนาค) (นางปณิดา ภัทรพงศ์กร) (นางสาวอินทรา กุลสนั่น) (นายณัฐชัย เลิศสุรัง) (นายอมรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปวีณา ไม่หวาดยุทธ)
อ.ฟ.ต. อ.ก.ต.ฟ.ต. ช.ก.ต.ฟ.ต. ท.ส.ต.ก.ต.ฟ.ต. จ.บ.ท.๘ ผ.ส.ต.ก.ต.ฟ.ต. จ.บ.ท.๖ ผ.ส.ต.ก.ต.ฟ.ต.



๓.๒ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของการทำเรือฯ ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์, บทความ, Motion Graphic, คลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ และ Infographic ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เผยแพร่ตามความเหมาะสมของแต่ละ Content บนสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, X, และ Microsite : pat.marketing เพื่อสนับสนุนงานด้านการตลาดของการทำเรือฯ รวมถึงการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความจำเป็นเร่งด่วนตามการทำเรือฯ กำหนด จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้นงาน

๓.๓ การบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดีย

๓.๓.๑ จัดทำแผนเพิ่มยอดผู้ติดตามโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง โดยให้เสนอแผนการดำเนินงานให้ชัดเจนตลอดระยะเวลาในสัญญาจ้าง อาทิ การซื้อโฆษณาเพื่อกระตุ้นยอดผู้ติดตามของแต่ละช่องทางโซเชียลมีเดียบริหารจัดการ Online Advertising เช่น Google Ads, Social Media Ads เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

๓.๓.๒ จัดทำ SEO (Search Engine Optimization) ของ Microsite และช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและอันดับความนิยมในการค้นหาข้อมูลของการทำเรือฯ ให้ง่ายต่อการค้นหบน Search Engine

๓.๓.๓ ติดตามความเคลื่อนไหว ดูแลตอบคำถามของผู้ใช้งานหรือผู้ติดตามบน Microsite และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ พร้อมทั้งสรุปรายงานการเข้าถึงตลอดการดำเนินงาน

๓.๓.๔ จัดทำสรุปผลการดำเนินงานและการกล่าวถึงการทำเรือฯ ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening) ประจำเดือน พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงสถิติของผู้ใช้งานหรือผู้ติดตามบน Microsite และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เกี่ยวกับการเข้าถึงและการมีปฏิสัมพันธ์ต่อนเนื้อหาที่จัดทำขึ้น

๓.๓.๕ เสนอข้อเสนออื่นใดที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานการบริหารเนื้อหาบน Microsite และวิธีการสื่อสารบน Microsite และช่องทางโซเชียลมีเดียทุกช่องทางของการทำเรือฯ

๓.๔ จัดกิจกรรมเพื่อสำรวจการรับรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ในแต่ละช่องทางโซเชียลมีเดีย จำนวน ๒ ครั้ง พร้อมสรุปผลจากการดำเนินกิจกรรม และจัดเตรียมของที่ระลึกให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๑๐๐ ชิ้น ราคาไม่ต่ำกว่าชิ้นละ ๒๐๐ บาท

๔. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๔.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๔.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๔.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๔.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๔.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลางซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

(นายเตชา นุชพุ่ม) (นางวันิตา บุญนาค) (นางปณิดา ภัทรพงศ์กร) (นางสาวอินทิรา กุลสนั่น) (นายณัฐชัย เลิศสุรัส) (นายอมรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปวีณา ไม่หวาดยุทธ)
อ.พต. อ.กต.พต. ข.กต.พต. ท.ส.กต.พต. จ.บ.๘ ผ.ส.กต.พต. จ.บ.๘ ผ.ส.กต.พต. จ.บ.๖ ผ.ส.กต.พต.



-๔-

๔.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๔.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๔.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่การทำเรือฯ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๔.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๔.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นเสนอราคาในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

๔.๑๐.๑ กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

๔.๑๐.๒ กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

๔.๑๐.๓ สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

๔.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่ได้มีการรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันยื่นข้อเสนอ มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

/(๔) กรณี ...

นายเดชา นุชพุ่ม (นางวันिता บุนนาค) (นางปณิดา ภักทรพงศ์กร) (นางสาวอินทรา กุลสนัน) (นายณัฐชัย เลิศสุรัง) (นายอมรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปวีณา ไหมหวาดยุทธ)
อ.ฝ.พ. อ.ก.ต.ฝ.พ. ช.ก.ต.ฝ.พ. ท.ผ.ส.ก.ต.ฝ.พ. จ.บ.ท.๘ ผ.ส.ก.ต.ฝ.พ. จ.บ.ท.๘ ผ.ส.ก.ต.ฝ.พ. จ.บ.ท.๖ ผ.ส.ก.ต.ฝ.พ.



(๔) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมิ่วงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

(๑) ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑

๕. หลักเกณฑ์การพิจารณา

๕.๑ ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพกำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๙๐ มีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน ตาม ภาคผนวก

และรายได้ที่เสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดจะได้คะแนนตามอัตราส่วนผกผันของราคากับคะแนน

ด้านคุณภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ มิฉะนั้นจะถือว่าไม่ผ่านคุณสมบัติด้านคุณภาพ โดยการทำเรื่องฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้ที่ผ่านคุณสมบัติด้านคุณภาพและผ่านคุณสมบัติตามข้อกำหนดทุกประการ และมีคะแนนรวมสูงสุดให้เป็นผู้ชนะการเสนอราคา

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จสมบูรณ์ตามข้อกำหนดขอบเขตการดำเนินงานภายใน **๑๕๐** วัน (หนึ่งร้อยห้าสิบ) วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา



๗. การเสนอราคา

ผู้เสนอราคาต้องปฏิบัติ ดังนี้

๗.๑ ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

๗.๒ ห้ามผู้เสนอราคาถอนการเสนอราคา

๗.๓ การทำเรื่องฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะลงนามในสัญญาจ้างต่อเมื่อได้รับอนุมัติงบประมาณแล้วเท่านั้น

๗.๔ กำหนดการยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน นับแต่วันที่ยื่นราคาสุดท้ายโดยภายในเวลากำหนดยื่นราคา ห้ามผู้เสนอราคาถอนการเสนอราคา

๗.๕ คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยจัดทำแผนการทำงานตามเอกสารแนบท้ายเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นกรณีการเช่า สัญญาอายุไม่เกิน ๙๐ วัน หรือสัญญาที่มีวงเงินไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๘. การส่งมอบงาน

๘.๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานงวดที่ ๑ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีการจัดทำแผนการดำเนินงานบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสาร เพื่อสนับสนุนงานด้านตลาดของการทำเรื่องฯ ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ โดยระบุแผนการบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดีย และแผนเพิ่มยอดผู้ติดตามโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง

๘.๒ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานงวดที่ ๒ ภายใน ๔๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้
หลักฐานการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ชิ้นงาน พร้อม File ชิ้นงานที่ผลิตสมบูรณ์แล้ว

๘.๓ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานงวดที่ ๓ ภายใน ๙๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียด ดังนี้
๘.๓.๑ รายงานผลการบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดีย (ครั้งที่ ๑) โดยมีการระบุรายละเอียดการดำเนินงานตามข้อ ๓ ประกอบด้วย

๘.๓.๑.๑ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงสถิติของผู้ใช้งานหรือผู้ติดตาม Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเข้าถึงและการตอบสนองต่อเนื้อหาที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๓.๒

๘.๓.๑.๒ การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานหรือผู้ติดตามต่อสื่อประชาสัมพันธ์บน Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

๘.๓.๑.๓ หลักฐานการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๗ ชิ้นงาน พร้อม File ชิ้นงานที่ผลิตสมบูรณ์แล้ว

๘.๓.๒ รายงานผลการจัดกิจกรรมสำรวจการรับรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ในแต่ละช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย (ครั้งที่ ๑)

๘.๔ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานงวดที่ ๔ ภายใน ๑๕๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้

๘.๔.๑ รายงานผลการบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดีย (ครั้งที่ ๒) โดยมีการระบุรายละเอียดการดำเนินงานตามข้อ ๓ ประกอบด้วย

๘.๔.๑.๑ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงสถิติของผู้ใช้งานหรือผู้ติดตาม Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเข้าถึงและการตอบสนองต่อเนื้อหาที่จัดทำขึ้น ตามข้อ ๓.๒

/๘.๔.๑.๒ ...

(นายเตชา นุชพุม) (นางวินิดา บุนนาค) (นางปณิดา ภักทรพงศ์กร) (นางสาวอนิตรา กุลสนั่น) (นายณัฐชัย เลิศสุรัง) (นายอมรรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปิวิภา ไม่หวาดยุทธ)
อ.พต. อ.กธ.พต. ข.กธ.พต. ท.พต.กธ.พต. จ.บ.พ.พต.กธ.พต. จ.บ.พ.พต.กธ.พต. จ.บ.พ.พต.กธ.พต. จ.บ.พ.พต.กธ.พต.



๘.๔.๑.๒ การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานหรือผู้ติดตามต่อสื่อประชาสัมพันธ์บน Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

๘.๔.๑.๓ หลักฐานการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อ ๓.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ชิ้นงาน พร้อม File ชิ้นงานที่ผลิตสมบูรณ์แล้ว

๘.๔.๑.๔ สรุปผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อสนับสนุนงานด้านตลาดของการท่าเรือฯ ปีงบประมาณ ๒๕๖๘

๘.๔.๒ รายงานผลการจัดกิจกรรมสำรวจการรับรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ในแต่ละช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย (ครั้งที่ ๒)

๘.๔.๓ บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) รายงานผลการดำเนินงานโครงการบริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียและพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อสนับสนุนด้านตลาดของ กทท. ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ โดยระบุผลการดำเนินงานบริหารจัดการ Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียตลอดโครงการฯ จำนวน ๒๐ ชุด

๘.๔.๔ ฮาร์ดดิสก์ขนาดพกพา (External Hard disk) ที่สามารถรองรับข้อมูลพร้อมบันทึกข้อมูลและผลงานตลอดระยะเวลาในสัญญาจ้าง จำนวน ๒ ชุด

๙. การชำระเงินค่าจ้าง

การท่าเรือฯ จะดำเนินการจ่ายค่าจ้างให้ผู้รับจ้าง ภายหลังจากผู้รับจ้างส่งมอบงานครบถ้วน ถูกต้องตามขอบเขต และระยะเวลาการดำเนินงานที่กำหนด และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว เป็นราย ๔ (สี่) งวด รายละเอียดดังนี้

๙.๑ งวดที่ ๑ (หนึ่ง) จ่ายค่าจ้างจำนวนร้อยละ ๑๐ (สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภายหลังจากที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานตามข้อ ๘.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๙.๒ งวดที่ ๒ (สอง) จ่ายค่าจ้างจำนวนร้อยละ ๒๐ (ยี่สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภายหลังจากที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานตามข้อ ๘.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๙.๓ งวดที่ ๓ (สาม) จ่ายค่าจ้างจำนวนร้อยละ ๓๐ (สามสิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภายหลังจากที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานตามข้อ ๘.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๙.๔ งวดที่ ๔ (สี่) จ่ายค่าจ้างจำนวนร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมด รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภายหลังจากที่ผู้รับจ้าง ส่งมอบงานตามข้อ ๘.๔ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับมอบงานเรียบร้อยแล้ว

๑๐. หลักประกันสัญญา

ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ชนะการยื่นข้อเสนอต่อการท่าเรือฯ จะต้องมอบหลักประกันสัญญาให้แก่การท่าเรือฯ เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาในอัตราร้อยละ ๕ (ห้า) ของค่าจ้างตามสัญญารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยหลักประกันสัญญาให้ใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(๑) เงินสด

(๒) เช็คหรือตราพดที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพดที่ลงวันที่ที่ใช้เช็คหรือตราพดนั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ (สาม) วันทำการ

/(๓) หนังสือ ...

นายเดชา นุชพุ่ม (นางวันวิดา บุณนาค) (นางปณิดา ภัทรพงศ์ศรี) (นางสาวอินทิรา กุลสนั่น) (นายณัฐชัย เลิศสุรัง) (นายอมรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปิรญา ไม่หวาดยุทธ)
อผต. อกต.ผต. ขกต.ผต. ผสต.อกต.ผต. จบท.๘ ผสต.อกต.ผต. จบท.๘ ผสต.อกต.ผต. จบท.๖ ผสต.อกต.ผต.



-๘-

(๓) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด โดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

(๔) หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

(๕) พันธบัตรรัฐบาลไทย หลักประกันสัญญาจะคืนไม่เกิน ๑๕ (สิบห้า) วัน นับถัดจากวันที่พ้นจากข้อผูกพันตามสัญญาแล้ว

๑๑. ค่าปรับ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้างต้นในแต่ละงวดให้ครบถ้วน หากดำเนินการไม่ถูกต้องครบถ้วน การทำเรื่องฯ สงวนสิทธิ์ที่จะคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคาค่าจ้างเหมาทั้งหมดรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท

๑๒. ข้อสงวนสิทธิ์

เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามข้อกำหนดเงื่อนไขตามความเห็นชอบของการทำเรื่องฯ แล้วผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบสิทธิ์ในการครอบครองบัญชี Microsite (Domain name และ Web Hosting) และบัญชีสื่อโซเชียลมีเดียช่องทางต่าง ๆ พร้อม Username และ Password ให้กับการทำเรื่องฯ รวมทั้งจัดอบรมการจัดการและการบริหาร พร้อมทั้งเอกสารคู่มือการใช้งาน Microsite และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ก่อนสิ้นสุดสัญญา ทั้งนี้ ให้ถือว่าผลงานที่ผู้รับจ้างสร้างขึ้นทั้งหมดเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ว่าจ้างแต่เพียงผู้เดียว ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์แห่งกฎหมายไทยที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และการทำเรื่องฯ สามารถนำไปดัดแปลงหรือเผยแพร่ซ้ำได้

๑๓. วงเงินงบประมาณ

วงเงินงบประมาณรวมภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวนทั้งสิ้น ๒,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (สองล้านบาทถ้วน)

๑๔. หน่วยงานผู้รับผิดชอบดำเนินการ

กองธุรกิจสัมพันธ์และการตลาด ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด การทำเรื่องแห่งประเทศไทย

๔๔๔ ถนนท่าเรือ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

โทรศัพท์ ๐-๒๒๖๙-๕๘๔๕, ๐-๒๒๖๙-๕๓๘๖ โทรสาร ๐-๒๒๖๙-๕๑๓๕

e-mail : marketingteam.pat@gmail.com

/ลงชื่อ...

(นายเดชา นุชพุ่ม) (นางวันนิดา บุนนาค) (นางปณิดา ภักธรพงศ์กร) (นางสาวอินทรี ฤกษ์สิน) (นายณัฐชัย เลิศสุรัง) (นายอมรชัย พรหมประยูร) (นางสาวปวีณา ไม่หวาดยุทธ)
อ.พต. อ.กต.พต. ข.กต.พต. พ.กต.พต. จ.พ.๘ ผ.กต.พต. จ.พ.๘ ผ.กต.พต. จ.พ.๖ ผ.กต.พต.



-๙-

ลงชื่อ..........ประธานกรรมการ
(นายเดชา นุชพุ่ม)
อฝพต.

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นางวินิตา บุณนาค)
อกธต.ฝพต.

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นางปณิดา ภัทรพงศ์กร)
ชกธต.ฝพต.

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นางสาวอินทิรา กุลสนั่น)
หผสต.กธต.ฝพต.

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นายณัฐชัย เลิศสุรัง)
จบท.๘ ผสธ.กธต.ฝพต.

ลงชื่อ..........กรรมการ
(นายอมรชัย พรหมประยูร)
จบท.๘ ผสธ.กธต.ฝพต.

ลงชื่อ..........กรรมการและเลขานุการ
(นางสาวปวีณา ไม่หวาดยุทธ)
จบท.๖ ผสธ.กธต.ฝพต.

 (นายเดชา นุชพุ่ม)  (นางวินิตา บุณนาค)  (นางปณิดา ภัทรพงศ์กร)  (นางสาวอินทิรา กุลสนั่น)  (นายณัฐชัย เลิศสุรัง)  (นายอมรชัย พรหมประยูร)  (นางสาวปวีณา ไม่หวาดยุทธ)
อฝพต. อกธต.ฝพต. ชกธต.ฝพต. หผสต.กธต.ฝพต. จบท.๘ ผสธ.กธต.ฝพต. จบท.๘ ผสธ.กธต.ฝพต. จบท.๖ ผสธ.กธต.ฝพต.



ภาคผนวก

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน

ข้อเสนอด้านคุณภาพ กำหนดน้ำหนักที่ร้อยละ ๙๐

ทั้งนี้ การทำเรื่องฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาที่ผ่านคุณสมบัติยื่นข้อเสนอครบถ้วนตามข้อกำหนดทุกประการ และได้คะแนนรวมด้านคุณภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ มิฉะนั้นจะถือว่าไม่ผ่านคุณสมบัติด้านคุณภาพ โดยการทำเรื่องฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้ผ่านคุณสมบัติด้านคุณภาพและผ่านคุณสมบัติตามข้อกำหนดทุกประการ และมีคะแนนรวมสูงสุด ให้เป็นผู้ชนะการเสนอราคา ซึ่งการทำเรื่องฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้เสนอราคาที่มีผลรวมคะแนนข้อเสนอมากที่สุด มาพิจารณาต่อรองให้อยู่ในเกณฑ์ราคากลาง ที่การทำเรื่องฯ กำหนด และจะประกาศให้เป็นผู้ชนะการเสนอราคา หากพิจารณาแล้วไม่สำเร็จ การทำเรื่องฯ ขอสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาผู้เสนอราคารายที่ได้ผลรวมคะแนนข้อเสนอในลำดับรองลงมา โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน			น้ำหนัก	คะแนน
๑. ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		(น้ำหนัก ๑๐)	๑๐	๑๐๐
๒. กระบวนการทำงานและแนวคิดการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์		(น้ำหนัก ๖๐)		
- การนำเสนอรายละเอียดแผนงาน และแนวทางการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างเหมานิติบุคคล			๒๐	๑๐๐
- การนำเสนอแนวคิด และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์			๒๐	๑๐๐
- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของการทำเรื่องฯ			๒๐	๑๐๐
๓. ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการฯ		(น้ำหนัก ๒๐)	๒๐	๑๐๐
รวมน้ำหนัก			๙๐	

อ.พต.
(นายเดชา นุชพิมพ์)
อ.กธต.พต.

อ.กธต.พต.
(นางวิไลดา บุณนาค)
อ.กธต.พต.

อ.กธต.พต.
(นางเบญจมา ภัทรพงศ์)
อ.กธต.พต.

อ.กธต.พต.
(นางสาวอัมมิตรา กุศลรัมย์)
อ.กธต.พต.

อ.กธต.พต.
(นายอัมมิตรา เลิศสุริ)
อ.กธต.พต.

อ.กธต.พต.
(นายอมรรชัย พรหมประยูร)
อ.กธต.พต.

อ.กธต.พต.
(นางสาวปิยนุช ไม้หวาดยทุธ)
อ.กธต.พต.



เกณฑ์การให้คะแนน		รายละเอียดการให้คะแนน
๑. ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (แบบสำเนาสัญญาจ้างประกอบการพิจารณา) (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนัก ๑๐)		
ได้ ๒๕ คะแนน	มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ๒ ปี	
ได้ ๕๐ คะแนน	มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ๓ ปี	
ได้ ๗๕ คะแนน	มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ๔ ปี	
ได้ ๑๐๐ คะแนน	มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ มากกว่า ๕ ปี ขึ้นไป	
๒. กระบวนการทำงานและแนวคิดการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนัก ๖๐)		
การนำเสนอรายละเอียดแผนงาน และแนวทางการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างเหมาจ้างบุคคล		
ได้ ๒๕ คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดแผนงาน และแนวทางการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างเหมาจ้างบุคคล อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย	
ได้ ๕๐ คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดแผนงาน และแนวทางการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างเหมาจ้างบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง	
ได้ ๗๕ คะแนน	มีการนำเสนอรายละเอียดแผนงาน และแนวทางการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างเหมาจ้างบุคคล	
ได้ ๑๐๐ คะแนน	มีการนำเครื่องมือหรือเทคนิคที่มีความทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการ และวัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน	
	มีการนำเสนอรายละเอียดแผนงาน และแนวทางการดำเนินงานตามขอบเขตงานจ้างเหมาจ้างบุคคล	
	มีการนำเครื่องมือหรือเทคนิคที่มีความทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการและวัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน	
มีรูปแบบการแสดงผลการดำเนินงานที่ครบถ้วน เข้าใจง่าย และเป็นประโยชน์ต่อการทำเรื่อง		
การนำเสนอแนวคิด และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์		
ได้ ๒๕ คะแนน	มีการนำเสนอแนวคิด และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย	
ได้ ๕๐ คะแนน	มีการนำเสนอแนวคิด และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง	
ได้ ๗๕ คะแนน	มีการนำเสนอแนวคิด และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง	

นายเดชา นุชพิมพ์
อ.พด.

นางวันิดา บุญภาค
อ.พด.

นางปณิดา ภัทรพงษ์ศรี
ช.กธ.พ.

นางสาวอัมรินทร์ ฤกษ์งาม
ท.พ.

นายอัมรินทร์ ฤกษ์งาม
ท.พ.

นางสาวปณิดา ฤกษ์งาม
ท.พ.



เกณฑ์การให้คะแนน		รายละเอียดการให้คะแนน
ได้ ๑๐๐ คะแนน		มีการนำเสนอแนวคิด และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง มีรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย มีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของการทำเรือฯ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
		มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของการทำเรือฯ
ได้ ๒๕ คะแนน		มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของการทำเรือฯ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย
ได้ ๕๐ คะแนน		มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของการทำเรือฯ อยู่ในระดับปานกลาง
ได้ ๗๕ คะแนน		มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของการทำเรือฯ อยู่ในระดับดี
ได้ ๑๐๐ คะแนน		มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของการทำเรือฯ เป็นอย่างดี สามารถนำประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำเรือฯ มาเป็นแนวคิดในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ได้
๓. ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการฯ (๑๐๐ คะแนน) (น้ำหนัก ๒๐)		
ได้ ๒๕ คะแนน		มีการยื่นข้อเสนอเพิ่มเติม และข้อเสนออื่นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการฯ อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย
ได้ ๕๐ คะแนน		มีการยื่นข้อเสนอเพิ่มเติม และข้อเสนออื่นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการฯ อยู่ในระดับปานกลาง
ได้ ๗๕ คะแนน		มีการยื่นข้อเสนอเพิ่มเติม และข้อเสนออื่นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการฯ อยู่ในระดับดี
ได้ ๑๐๐ คะแนน		มีการยื่นข้อเสนอเพิ่มเติม และข้อเสนออื่นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานโครงการฯ อยู่ในระดับดีมาก รวมถึงมีการนำเสนอวิธีเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศของการทำเรือฯ

นายเดชา นุชพุม
อ.พต.

(นางวิมลดา บุญมาค)

อภิศ.พต.

ชกธ.พต.

(นางปณิดา ภักพวงค์กร)

ทสศ.พต.

(นางสาวอัมพิกา กุลสนั่น)

ทสศ.พต.

(นายณัฐชัย เลิศสุรัง)

ทสศ.พต.

(นายอมรรชัย พรหมประยูร)

(นางสาวปริมา ไม่หวาดยุทธ)

ทสศ.พต.

A.P

๒๕๖๒