

## 「後疫情時代公共媒體面臨的挑戰與機會」調查研究案

### 評選項目及評審標準

#### 一、評選項目及配分

1 投標廠商對本案計畫之瞭解與組織、規劃及執行：(本項權重小計：30%)

- ◆ 調查架構
- ◆ 調查內容與執行步驟
- ◆ 文獻探討

2 研究設計：(本項權重小計：45%)

- ◆ 研究方法
- ◆ 研究規劃 (含樣本抽樣、問卷設計、訪談題綱、學者名單等)

3 廠商相關經驗與實績：(本項權重小計：25%)

- ◆ 分工及人力配置 (量化調查、質化研究、總結報告之撰寫)
- ◆ 研究團隊 (研究調查小組組成、人員素質、經驗及實績以及實際參與本案的顧問群)
- ◆ 計畫管控及執行能力
- ◆ 調查研究實績

#### 二、評審標準

- 1 全部評選項目合計總分為一百分。各廠商其平均總分七十分 (含) 以上者為合格廠商，低於七十分者為不合格廠商。不合格者不得作為最有利標。
- 2 評選委員辦理序位評比，應就各評選項目分別評分後予以加總，並依加總分

## 附件

數高低轉換為序位，得分最高者序位第一。前項評選委員各評審項目之分項評分加總轉換為序位後，應彙整合計各廠商之序位，以合計值高低（最低者最優），並經出席委員過半數同意後，評定各廠商優勝序位名次，再行簽報本會機關首長或其授權人員以核定各廠商優勝序位名次。

- 3 序位第一之廠商有二家以上，且均得為決標對象時，將擇配分最高之評選項目之得分合計值較高者決標。得分仍相同者，抽籤決定之。