

เงื่อนไขและรายละเอียดของงานที่จะจ้าง
โครงการประชาสัมพันธ์ผลงานกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ครอบคลุม ๒๕ ปี

๑. ที่มาและเหตุผล

กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (กทอ.) ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ๒๕๓๕ เพื่อกำหนดมาตรการกำกับดูแล และส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนและเป็นเงินช่วยเหลือ หรืออุดหนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานทั้งด้านการลงทุนและดำเนินงานในการอนุรักษ์พลังงานของประเทศ ซึ่งในปี ๒๕๖๐ จะครบรอบการก่อตั้ง ๒๕ ปี สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายเลขานุการและบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานเห็นว่า มุ่งหวังที่จะประชาสัมพันธ์ภารกิจที่หลากหลายของกองทุนฯ และโครงการที่กองทุนฯ ให้การสนับสนุนไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หวังผล และประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ประวัติ ผลงาน และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการสำคัญไปสู่ทุกภาคส่วน ในวาระครบรอบ ๒๕ ปี (วันสถาปนา ตรงกับวันที่ ๒๓ มีนาคมของทุกปี)

สนพ. มีเป้าหมายที่จะจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ผลงานกองทุนฯ และยกระดับการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลโครงการสำคัญในทุกมิติการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ความก้าวหน้าการดำเนินงานตามแผนอนุรักษ์พลังงาน ๒๐ ปี เพื่อขับเคลื่อนแผนให้บรรลุเป้าหมายทั้งมีมาตรการบังคับควบคุมไปกับมาตรการจูงใจ การประหยัดพลังงานในโรงงานและอาคารควบคุมของรัฐ การประหยัดพลังงานโดยผู้ให้บริการด้านไฟฟ้า การส่งเสริมตลาดแอลอีดีและสนับสนุนสินค้าเบอร์ ๕ ตลอดจนช่วยเหลือและอุดหนุนด้านเงินลงทุนเพื่อการประหยัดพลังงาน ฯลฯ รวมถึงปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านและก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Thailand 4.0) ระบบพลังงานของประเทศก็เช่นเดียวกัน กระทรวงพลังงาน จึงได้มอบหมายให้ สนพ. ดูแลนโยบายฐานนวัตกรรมพลังงาน (Energy 4.0) ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านนี้เป็นหัวใจสำคัญ โดยจะเน้นการสร้างการรับรู้และเข้าใจที่ถูกต้องต่อนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน โครงการสำคัญที่เห็นผลประจักษ์ และคัดเลือกช่องทางสื่อสารที่เพิ่มการเข้าถึงข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ โดย สนพ. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการดำเนินงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ จึงได้วางกรอบและขอบเขตการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็น ๓ ส่วน การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ผ่าน Selective Media และเพิ่มการสื่อสารแนวคิดให้สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัล ซึ่งเงื่อนไขและรายละเอียดของงานที่จะจ้าง ฉบับนี้เป็นส่วนของการว่าจ้างดำเนินงานผลิตและเผยแพร่ทั้งโครงการ เพื่อเชิญชวนนิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรงทางด้านการสร้างสรรค์ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่าน Selective Media และการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์ เพื่อร่วมเสนอความคิดสร้างสรรค์ และยื่นข้อเสนอเพื่อนำสาร “กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ขับเคลื่อนพลังงานไทย” สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและเห็นผล โดยมีวัตถุประสงค์ ขอบเขตการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินงาน และข้อกำหนดอื่นๆ ดังนี้

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน เป็นกองทุนหลักของประเทศในการดำเนินงานตามแผนอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนของประเทศ และนำสาร “สร้างสรรค์นโยบาย บริหารโปร่งใสอย่างมีอาชีพ เพื่อพลังงานที่มั่นคงอย่างยั่งยืน” ไปสื่อสารในทุกช่องทางสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และ สนพ. ในฐานะเลขานุการและเป็นหน่วยงานกลางด้านข้อมูลความรู้ด้านบริหารจัดการนโยบายและพลังงานของประเทศ

✓

- ๒.๒ เพื่อเผยแพร่สื่อสารภารกิจสำคัญ ผลงานและโครงการเด่นเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ที่กองทุน เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงผลงานของ สนพ. ในโอกาสที่ครบรอบ ๒๕ ปี แห่งการก่อตั้ง ให้การสนับสนุนไปประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผล
- ๒.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เชิงรุกและสร้างช่องทางสื่อสารประจำให้มีข่าวสารและ สื่อประชาสัมพันธ์ของ กองทุนฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการส่งต่อข้อมูลที่ต้องการและลดการ ปิดเป็นข้อมูลในช่องทางที่ไม่เป็นทางการ
- ๒.๔ เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงานของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ พลังงาน รวมถึง สนพ. เพื่อมุ่งหวังที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์นโยบายและโครงการ สำคัญตามแผนอนุรักษ์พลังงาน การสร้างจิตสำนึกและแรงจูงใจให้ใช้พลังงานอย่าง มีประสิทธิภาพและใช้เท่าที่จำเป็นเพื่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

๓. กลุ่มเป้าหมาย

- ๓.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก
- ๓.๑.๑ ภาคประชาชน
 - ๓.๑.๒ กลุ่มบุคคล หรือองค์กรที่ได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนฯ หรือให้ความสนใจข่าวสาร ด้านอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน
- ๓.๒ กลุ่มเป้าหมายรอง
- ๓.๒.๑ สื่อมวลชน
 - ๓.๒.๒ นักวิชาการ ผู้นำทางความคิด บุคคลหรือเพจที่มีชื่อเสียง
 - ๓.๒.๔ เยาวชน และสถาบันการศึกษา
- ๓.๓ กลุ่มเป้าสนับสนุน
- ๓.๓.๑ บุคคลและหน่วยงานที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนฯ
 - ๓.๓.๒ หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพลังงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางตรงและอ้อม กับนโยบาย

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

โครงการประชาสัมพันธ์ผลงานกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ครบรอบ ๒๕ ปี สนพ. มุ่งหวัง ที่จะสื่อสารไม่น้อยกว่า ๓ ด้านหลัก คือ

- ๑. ภารกิจของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
- ๒. ผลงานและโครงการเด่นของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
- ๓. ๒๕ ปีกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน

และหรือ งานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านอนุรักษ์พลังงานอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เห็นสมควร โดยก่อนเริ่มดำเนินงาน สนพ. จะกำหนดภารกิจและคัดเลือกผลงานเด่นเพื่อเป็นแนวทางการ สื่อสารของโครงการ

การดำเนินงานจะแบ่งออกเป็น ๓ ส่วนสำคัญ ได้แก่ ๑) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ๒) การประชาสัมพันธ์ผ่าน Selective Media และเพิ่มการสื่อสารให้สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัล ๓) การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์ โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

Handwritten signature

๔.๑ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑.๑. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

- ๑) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท Content Clip (Thematic) เพื่อสร้างการรับรู้และรู้จักกองทุนฯ ให้มุมมองใหม่ที่ใครหลายคนอาจไม่รู้มาก่อนและมีวิธีนำเสนอที่น่าสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เรื่อง มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑-๓ นาที
- ๒) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท Viral Clip (๒๕ ปีกองทุนฯ) เพื่อสร้างการรับรู้ผลงาน ๒๕ ปีกองทุนฯ แต่ละโครงการที่กองทุนให้การสนับสนุน คือ ฟันเฟืองที่จะขับเคลื่อนเพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับอนาคตพลังงานไทยและมีวิธีนำเสนอที่น่าสนใจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เรื่อง มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑-๕ นาที
- ๓) ดำเนินการวางแผนและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารสมัยใหม่และหรือโซเชียลมีเดีย โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
 - กลยุทธ์การวางแผนสื่อออนไลน์และหรือโซเชียลมีเดีย
 - วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ ประเภทของช่องทางที่เลือก
 - ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และระยะเวลาในการเผยแพร่
 - ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Reach, Engagement, Clip View, Total Impression และการันตียอดการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ
 - ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อ
- ๔) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๒. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลและหรือเพจสนับสนุน

- ๑) ประสานให้เกิดการเผยแพร่เนื้อหาภารกิจ ผลงานและโครงการเด่นของกองทุนฯ (ผ่านสื่อบุคคล อาทิ นักวิชาการ คอลัมน์นิสต์ ผู้นำทางความคิด บุคคลที่มีชื่อเสียงและหรือเพจดัง) ไม่น้อยกว่า เดือนละ ๒ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้งตลอดระยะเวลาในสัญญา
- ๒) ดำเนินการวางแผนและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารสมัยใหม่และหรือโซเชียลมีเดีย โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
 - โปรไฟล์ของสื่อบุคคลและหรือเพจสนับสนุน
 - ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Reach, Engagement, Clip View, และการันตียอดการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ
 - ตารางการวางแผนการเผยแพร่
 - ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๓. ประชาสัมพันธ์และอัปเดตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารหลักของกองทุนฯ ได้แก่ www.enconfund.go.th และหรือช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่ สนพ. ได้เปิดดำเนินการไว้แล้ว ให้มีความเคลื่อนไหวด้านเนื้อหาและการเข้าถึงข้อมูลกองทุนฯ ตลอดระยะเวลาในสัญญา

- ๑) ประสานให้เกิดการเผยแพร่เนื้อหาภารกิจ ผลงานและโครงการเด่นของกองทุนฯ (ผ่านช่องทางสื่อสารหลัก) ไม่น้อยกว่าเดือนละ ๔ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๔๐ ครั้งตลอดระยะเวลาในสัญญา

๒) สร้างให้เกิดการขยายผลด้วยการนำข้อมูลใน www.enconfund.go.th และหรือช่องทางสื่อสารอื่นๆ ที่ สนพ. ได้เปิดดำเนินการไว้แล้วไปเผยแพร่สู่สื่อเทรดิชั่นแนลและสื่อดิจิทัล สร้างการจดจำช่องทางหลักของการเข้าถึงข้อมูลกองทุนฯ กับกลุ่มเป้าหมายที่โครงการหวังผล

๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๔. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

๑) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่เนื้อหาภารกิจ ผลงานและโครงการเด่นของกองทุนฯ และงานเผยแพร่เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (ให้เสนอตัวอย่างประเด็นจะสื่อสารและรูปแบบให้พิจารณาแนวทางไม่น้อยกว่า ๓ ทางเลือก) ขนาดไม่น้อยกว่า Junior Page ทั้งสี่สีและขาวดำ และหรือ Magazine Full Page ทั้งสี่สีและขาวดำ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ เรื่อง

๒) วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ขนาด Junior Page และหรือ Magazine Full Page ขาวดำและหรือสี่สี จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ครั้ง โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนสื่อสิ่งพิมพ์
- วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ น้ำหนักการวางสื่อ ประเภทและฉบับสิ่งพิมพ์ที่เลือก
- ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Readership, Reach, CPM และ Total Insertion
- ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์
- ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๕. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ

๑) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ พุดประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์พิเศษ สปอตประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อชี้แจงนโยบาย ภารกิจ ผลงานและโครงการเด่น และงานเผยแพร่เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (ให้เสนอตัวอย่างประเด็นจะสื่อสารและรูปแบบให้พิจารณาแนวทางไม่น้อยกว่า ๒ ทางเลือก) ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐-๖๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง

๒) วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐-๖๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนสื่อวิทยุ
- วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ น้ำหนักการวางสื่อ ประเภทรายการและสถานีที่เลือก
- ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Coverage, Reach และ Total Spot
- ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อวิทยุ
- ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๖. การผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรม

๑) ผลิตอาร์ตเวิร์คสื่อสนับสนุนกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์ (สนพ. เปิดให้เสนอแนวคิดและรูปแบบ แต่สื่อดังกล่าวต้องสามารถผลิตได้จริงและใช้ในกิจกรรมรณรงค์เพื่อการจดจำโครงการไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ ทั้งนี้ให้ระบุ Specification และจำนวนที่จะผลิตมาโดยละเอียด

๒) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๗. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เน้นสื่อเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่เป็นช่องทางสื่อสารหลักที่จะเพิ่มการเข้าถึงกองทุนฯ)

๑) ออกแบบชิ้นงานสนับสนุนเนื้อหาการสื่อสารตามสถานการณ์และหรือภารกิจ สนพ. ตลอดระยะเวลาในสัญญา และนำชิ้นงานที่ผลิตนี้ไปเผยแพร่ในช่องทางของสื่อออนไลน์ ตามที่ สนพ. มอบหมาย

๒) จัดซื้อสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง เลือกประเภทที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่โครงการมุ่งหวังผล จำนวน ๔ เรื่อง ระยะเวลาเผยแพร่รวมไม่น้อยกว่า ๔ เดือน โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนสื่อออนไลน์
- วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ น้าหนักการวางสื่อ ประเภทและสื่อออนไลน์ที่เลือก
- ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Reach, Engagement, View, Like, Impression ฯลฯ
- ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อออนไลน์
- ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๒ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ (Selective Media)

สนพ. เปิดให้ผู้รับจ้างเสนอเครื่องมือสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเนื้อหาและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผลงานกองทุนฯ เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลภารกิจ ผลงานและโครงการเด่น วาระครบรอบ ๒๕ ปี และงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านอนุรักษ์พลังงานอื่นๆ คัดเลือกช่องทางสื่อสาร Selective Media ที่เหมาะสมกับเนื้อหาโครงการ เพิ่มการเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องในยุทธการสื่อสารผ่านสังคมดิจิทัล หรือสื่ออื่นๆ ที่ สนพ. เห็นสมควร

๔.๒.๑ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อ Selective Media ที่เจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กองทุนฯ คาดหวังในช่องทาง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เรื่อง (ประเด็นที่จะสื่อสารสนับสนุนแนวคิดตามภารกิจ และหรือผลงานและโครงการเด่น และหรือ ๒๕ ปีกองทุนฯ และหรืองานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านอนุรักษ์พลังงานอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เห็นสมควร ให้นำเสนอ)

๔.๒.๒ เผยแพร่ในสื่อที่ สนพ. เห็นสมควร ในการซื้อพื้นที่ และหรือการสร้างพื้นที่ประจำ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ แพคเกจและหรือไม่น้อยกว่าจำนวน ๑๒ ครั้งอย่างต่อเนื่อง

๔.๒.๓ จัดให้มีแผนโปรโมทให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบช่องทางการสื่อสารนี้ตลอดระยะเวลาในสัญญา

๔.๒.๔ ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๗ ๗

๔.๓ การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์

๔.๓.๑ จัดกิจกรรมลงพื้นที่เยี่ยมชมโครงการผลงานกองทุนฯ ที่ประสบผลสำเร็จและหรือติดตามความก้าวหน้าของโครงการ (กำหนดการไม่น้อยกว่า ๓ วัน ๒ คืน หรือตามที่ สนพ. เห็นสมควร) หรือจัดกิจกรรมเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างภาพลักษณ์กองทุนฯ ในรูปแบบสร้างการมีส่วนร่วมและรับรู้ภารกิจผ่านงานสัมมนาวิชาการ หรืองานมหกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กองทุนฯ หวังผล และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง เพื่อนำเสนอบทบาทกองทุนฯ และทิศทางการขับเคลื่อนพลังงานไทย ผลงานและโครงการเด่น หรือกิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์พลังงานอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นสมควร รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วม รวมไม่น้อยกว่า ๑๒๐ คน โดยรายละเอียดของกิจกรรมต้องประกอบด้วย

๑) จัดกำหนดการ เอกสารประกอบการลงพื้นที่เยี่ยมชมโครงการหรือกิจกรรม รายชื่อผู้ร่วมกิจกรรมแผนจัดการให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์ การประกันการเดินทาง ตารางดำเนินงานโดยละเอียด

๒) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์เสริมเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและรับรู้งานอย่างเหมาะสม ในสื่อเทรดิชันแนลและสื่อดิจิทัล (Control Media) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวัง

๓) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม

๔) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๓.๒ จัดกิจกรรมเกี่ยวกับภารกิจ ผลงานและโครงการเด่นที่กองทุนฯ ให้การสนับสนุน เกี่ยวข้องด้านพลังงานระดับประเทศ ไม่น้อยกว่าจำนวน ๒ ครั้ง อาทิ จัดกิจกรรมในงาน ASEAN SUSTAINABLE ENERGY WEEK ๒๐๑๗ จำนวน ๑ ครั้ง และกิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์พลังงานอื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๑ ครั้ง โดยรายละเอียดของกิจกรรมต้องประกอบด้วย

๑) จัดให้มีพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการเรื่องที่เกี่ยวข้องงานสัมมนาไม่น้อยกว่า ๕๐-๙๐ ตารางเมตร และหรือจัดมุมสื่อสารการส่งเสริมตลาดเปลี่ยนใหม่ประหยัดคาร์บอนหรือหัวข้ออื่นที่ สนพ. เห็นสมควร

๒) จัดให้มีผู้บริหาร สนพ. เข้าร่วมงานแถลงข่าว และหรือพิธีเปิดงานอย่างเหมาะสม

๓) จัดให้มีผู้บริหาร สนพ. หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ร่วมการอภิปรายและหรือบรรยายพิเศษหรือร่วมสัมมนา (ถ้ามี)

๔) จัดเอกสารแจกผู้ร่วมงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุดต่อ ๑ ครั้ง

๕) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์เสริมเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและรับรู้งานอย่างเหมาะสม ในสื่อเทรดิชันแนลและสื่อดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวัง

๖) ประชาสัมพันธ์งานในรูปแบบที่เหมาะสม อาทิ รอบสถานที่จัดงาน ป้ายบอกทางสู่สถานที่จัดงาน อย่างเหมาะสม และระบุ Specification ของสื่อและจำนวนที่จะผลิตมาให้ครบถ้วน

๗) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม

๘) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

ทั้งนี้ ขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔.๑ – ๔.๓ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมภายใต้
วงเงินงบประมาณ ด้วยความเห็นชอบของหัวหน้าส่วนราชการ (เป็นมติของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ)

๔.๔ ข้อกำหนดอื่นๆ

- ๔.๔.๑ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่ (ตามข้อ ๔.) พร้อมเสนอรวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา
- ๔.๔.๒ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Selective Media ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนตามข้อ ๔.๒ (Master PR Plan) โดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และนำเสนอแผนรายเดือน (PR Monthly Plan) ให้ สนพ. พิจารณาล่วงหน้า ๑๐ วันก่อนเริ่มปฏิบัติงานในแต่ละเดือน
- ๔.๔.๓ การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์ ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนดำเนินกิจกรรมตามข้อ ๔.๓ พร้อมเสนอแผนประชาสัมพันธ์ก่อนงาน-ระหว่างงาน-หลังงาน เพื่อสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง รวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์จะต้องจัดทำรายละเอียดของกิจกรรมและรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่อรายการสำหรับกิจกรรมเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง
- ๔.๔.๔ ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีการนำไฟล์ไปปรับเปลี่ยนแปลงต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง
- ๔.๔.๕ ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (การจัดประชุม ในสำนักงานและหรือนอกสำนักงาน ค่าเดินทางไปร่วมงาน ค่าที่พัก และอาหารเครื่องดื่มสำหรับ สนพ. และที่ปรึกษาบริหารฯ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ)
- ๔.๔.๖ ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านคอนเท้นท์ เพื่อวางแผนทางการลำดับเนื้อหา สื่อสาร กลั่นกรองข้อมูลและถ่ายทอดให้เข้าใจง่ายก่อนนำเสนอให้ สนพ. พิจารณาทุกครั้งและจัดให้มีอาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านพลังงาน เพื่อกลั่นกรองและตรวจสอบข้อมูลด้านวิชาการ
- ๔.๔.๗ ผู้รับจ้างจะต้องบันทึกต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเสร็จแล้วทั้งหมดลงในแผ่น DVD หรืออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม ในรูปแบบไฟล์ PDF File, JPEG File, Art Work File (.ai) และ Movie Clip คุณภาพไฟล์ระดับ HD ขึ้นไป หรือประเภทไฟล์ที่เหมาะสมที่สามารถเปิดได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป (Window/ Macintosh) หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกับชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๓ ชุด และส่งมอบให้ สนพ. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ต่อไป
- ๔.๔.๘ ผู้รับจ้างสามารถขอข้อมูลเกี่ยวกับพลังงาน หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาได้ที่ “ศูนย์ประชาสัมพันธ์ของ สนพ.”, “www.รวมพลัง๒.com”, “www.eppo.go.th”, “www.enconfund.go.th”
- ๔.๔.๙ ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และหรือเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว

- ๔.๔.๑๐ ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด เป็นเวลาอย่างน้อย ๖ เดือน หลังจากสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- ๔.๔.๑๑ ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว
- ๔.๔.๑๒ ในกรณีที่ สนพ. เรียกประชุม ผู้รับจ้างจะต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมตลอดระยะเวลาของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย และต้องทำรายงานการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้รับจ้างส่งให้ สนพ. ทุกครั้งทางอีเมล ภายใน ๔๘ ชั่วโมงหลังจากการประชุมเสร็จสิ้น ตลอดระยะเวลาของสัญญา

๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๕.๑ ทำให้ภารกิจกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ผลงานและโครงการเด่น และงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผล มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร
- ๕.๒ ทำให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน มีแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีช่องทางสื่อสารประจำสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และลดการบิดเบือนข้อมูลในช่องทางที่ไม่เป็นทางการ และทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจบทบาทหน้าที่และภารกิจในการกำกับนโยบายและโครงการสำคัญตามแผนอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน รวมถึงการสร้างจิตสำนึกและแรงจูงใจให้ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและใช้เท่าที่จำเป็นเพื่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ
- ๕.๓ ทำให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน นำสาร “สร้างสรรค์นโยบาย บริหารโปร่งใสอย่างมีอาชีพ เพื่อพลังงานที่มั่นคงอย่างยั่งยืน” ไปสื่อสารในทุกช่องทางสื่อสารอย่างต่อเนื่อง
- ๕.๔ ทำให้ กองทุนฯ มีภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะกองทุนหลักของประเทศในกาดำเนินงานตามแผนอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนของประเทศ และสร้างการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ กองทุนฯ ในทางตรงและทางอ้อมสู่กลุ่มเป้าหมาย และ สนพ. ในฐานะเลขานุการและเป็นหน่วยงานกลางด้านข้อมูลความรู้ด้านบริหารจัดการนโยบายและพลังงานของประเทศ

๖. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง และมีประสบการณ์ได้แก่
 - ๑) การผลิตเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ๒) การประชาสัมพันธ์ผ่าน Selective Media
 - ๓) การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์อย่างครบวงจร
- ๖.๒ ผู้เสนอราคาต้องเคยมีผลงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร ในรูปแบบ Full campaign มีผลงานโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า ๕ ล้านบาทต่อสัญญา ให้แนบหนังสือรับรองผลงานและสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิคไม่น้อยกว่า ๑ งาน
- ๖.๓ ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่มีความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ มีศักยภาพและความพร้อมที่จะทำงานได้ทันที ตลอดจนความสามารถ ในการขอรับความอนุเคราะห์จากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน
- ๖.๔ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

- ๖.๕ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- ๖.๖ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- ๖.๗ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคา และห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด
- ๖.๘ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ
- ๖.๙ บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- ๖.๑๐ คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

๗. การยื่นข้อเสนอ

สนพ. จัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรง โดยมีข้อกำหนดให้ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อ สนพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

๗.๑ ข้อเสนอด้านเทคนิค ได้แก่

๗.๑.๑ รายละเอียดแผนงานตามขอบเขตดำเนินงานตามข้อ ๔. และตารางดำเนินงาน โดยละเอียดทุกขั้นตอน

๗.๑.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๑) บทสรุปแนวทางการสื่อสารภาพรวมและข้อเสนอแนะ แผนการผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลและหรือเพจสนับสนุน แผนประชาสัมพันธ์และอัปเดตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารหลักของกองทุนฯ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งพิมพ์ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ แผนการผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรม แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

๒) ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงานด้านมีเดีย

การประชาสัมพันธ์ผ่าน Selective Media

๑) Rationale การคัดเลือกช่องทางสื่อสารที่มีเนื้อหาเหมาะสมผ่าน Selective Media

๒) แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และแผนเผยแพร่ที่ครบถ้วน

๓) แผนโปรโมทตลอดระยะเวลาในสัญญา

การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมและภาพลักษณ์

๑) แผนลงพื้นที่เยี่ยมชมโครงการผลงานกองทุนฯ

๒) แผนจัดกิจกรรมรูปแบบสัมมนาทางวิชาการ และหรืองานมหกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กองทุนฯ มุ่งหวังจะสื่อสาร

๓) แผนจัดกิจกรรมในงาน ASEAN SUSTAINABLE ENERGY WEEK 2017

- ๗.๑.๓ ระบุข้อกำหนดอื่นๆ ให้ครบถ้วน
- ๗.๑.๔ รายชื่อ ประวัติการทำงาน และผลงานของคณะทำงาน (ทีมหลัก) ประวัติและผลงานของบริษัทที่ผ่านมา เฉพาะงานที่สำคัญ รายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา (ความยาวไม่เกิน ๑๕ หน้า)
- ๗.๑.๕ เอกสารยืนยันงานจากหน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า ๕ ล้านบาทต่อสัญญา ไม่น้อยกว่า ๑ งาน (แนบหนังสือรับรองผลงานและสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิค)

๗.๒ ข้อเสนอด้านราคา

กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน นับแต่วันเสนอราคา

๘. หลักเกณฑ์และส่วนในการพิจารณา

ข้อเสนอด้านเทคนิคจะต้องมีรายละเอียดอย่างน้อย ต้องเป็นไปตามข้อ ๔. ขอบเขตดำเนินงาน, ข้อ ๖. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และข้อ ๗. การยื่นข้อเสนอ โดย สนพ. จะพิจารณาความพร้อมและประสบการณ์ของผู้รับจ้าง และคุณสมบัติของบุคลากร (ทีมหลัก) โดยรวมเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก

๙. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

สนพ. ใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๙.๑ ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๙.๒ คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐

พิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคซึ่งอย่างน้อยต้องเป็นไปตามข้อ ๔. ขอบเขตดำเนินงาน ข้อ ๖. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และข้อ ๗. การยื่นข้อเสนอ โดย สนพ. จะพิจารณาด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ดังนี้

๙.๒.๑ แนวคิดหลัก รูปแบบงาน และรายละเอียดแผนงานโดยรวม คะแนน ๓๐ คะแนน

๑) ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลัก และความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจในภารกิจกองทุนฯ ผลงานและโครงการ และงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้โครงการอย่างมีประสิทธิภาพ

๒) การนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารใหม่ๆ ที่ต่อยอดจากแผนงานโครงการในอดีต

๓) รายละเอียดการนำเสนอ ขั้นตอนการสื่อสาร แผนปฏิบัติงาน และความสมบูรณ์ ถูกต้องครบถ้วนของข้อเสนอโดยรวม

๙.๒.๒ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ คะแนน ๒๕ คะแนน

๑) แผนงานมีความชัดเจนด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ความเข้าใจที่จะยกระดับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นเชิงรุก

๒) การบริหารเนื้อหาตามภารกิจ ผลงานและโครงการเด่น ๒๕ ปีกองทุนฯ และงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ที่ชัดเจน

๓) แผนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ครบถ้วน มีความทันสมัยในรูปแบบ และมีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดและเห็นผล

๔) แผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ มีความชัดเจนและมีตัวชี้วัดที่ครบถ้วน (แผนเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล ผ่านสื่อบุคคลและหรือเพจสนับสนุน ผ่าน

ช่องทางการสื่อสารหลักของกองทุนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านสื่อวิทยุ สื่อสนับสนุนกิจกรรม และผ่านสื่อออนไลน์)

๕) แผนงานมีความยืดหยุ่นและพัฒนาต่อไปได้ง่ายตามภารกิจที่ สนพ. กำหนด

๖) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๓ การประชาสัมพันธ์ผ่าน Selective Media

คะแนน ๒๐ คะแนน

๑) แผนงานมีความชัดเจนด้านการคัดเลือกช่องทางสื่อสารใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่กองทุนฯ จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

๒) แผนการผลิตสื่อมีความชัดเจนและทันสมัย และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

๓) แผนการเผยแพร่สื่อระบุตัวชีวิตที่ครบถ้วน เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กองทุนฯ หวัง

๔) ผลทางการสื่อสาร

๕) แผนโปรโมท Selective Media มีความชัดเจน

๖) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๔ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์

คะแนน ๑๕ คะแนน

๑) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ ข้อมูลผู้จัดงานเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกกิจกรรม แนวคิดและรูปแบบใหม่ มีกิจกรรมที่ดึงดูดน่าสนใจ และเป็นไปตามที่กองทุนฯ คาดหวังผล

๒) แผนงานสามารถดำเนินการได้จริง มีความสามารถในการจัดหาพื้นที่จัดงานได้จริง แผนงานมีรูปแบบและรายละเอียดงานทั้งหมดสามารถพัฒนาต่อไปได้ง่าย และสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด

๓) แผนประชาสัมพันธ์ก่อน-ระหว่าง-หลังงาน มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร (Control Media)

๔) ตารางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโครงการ

๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๕ คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และคณะทำงาน

คะแนน ๑๐ คะแนน

๑) หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของคณะทำงาน (Company Profile)

๒) ผลงานที่ผ่านมาด้านที่เห็นผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน รวมถึงการจัดกิจกรรมโครงการสำคัญที่ผ่านมา

๓) ความพร้อมของผู้รับจ้างที่พร้อมจะเริ่มงานได้ทันที

๔) ประวัติและผลงานผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ

๕) ประวัติ, ผลงานและความพร้อมของทีมงานหลักที่จะมาปฏิบัติงาน ได้แก่ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงานจริง การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ของทีมงาน

๑๐. ข้อกำหนดการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงิน

กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายใน ๑๒ เดือน โดยแบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๒ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๑ ข้อ ๑) - ๓) แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๔ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๗ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๕ แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๖ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๑๒ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๘ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๔ ข้อ ๑)

๒. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๗ ข้อ ๒)

งวดที่ ๔ (งวดสุดท้าย) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๘ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๑๒ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๒ ข้อ ๑) และ ๒)

๒. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๓ ข้อ ๑) และ ๒)

๓. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๔ ข้อ ๒)

๔. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๖

๕. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๗ ข้อ ๑)

๖. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๒.๑ - ๔.๒.๓

๗. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๓

ทั้งนี้ เมื่อผู้ชนะการเสนอราคาได้รับทราบผลการพิจารณาการประกวดราคาแล้ว ผู้ชนะการเสนอราคาต้องดำเนินการจัดทำรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่อรายการ ส่งให้ สนพ. ที่กลุ่มกองทุนพลังงาน ชั้น ๓ ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งผลการพิจารณาการประกวดราคา เพื่อประกอบการทำสัญญาและเบิกจ่ายเงินตามงวดงานดังกล่าว

๑๑. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ติดตั้งเดิมภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

ลงนาม..... พจวิธ ไพรรัตน์ ประธานกรรมการ
(นางสาวนุจรีย์ เพชรรัตน์)

ลงนาม..... กัญญา วัฒนกุล กรรมการ
(นางสาวจงดี ผลพิบูลย์)

ลงนาม..... ธีรยุทธ บุญรอด กรรมการ
(นายคีตภรณ์ บุญรอด)

ลงนาม..... สมิทธิ์ กรรมการ
(นายสุทธิรัตน์ กาสา)

ลงนาม..... กนกวรรณ เส็งประถม กรรมการ
(นางสาวกนกวรรณ เส็งประถม)