

**เงื่อนไขและรายละเอียดของงานที่จะจ้าง**  
**โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน**

**๑. ที่มาและเหตุผล**

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) มีบทบาทสำคัญในการบริหารสำคัญในการการบริหารงานด้านพลังงานของประเทศในฐานะหน่วยงานของรัฐ ที่มีพันธกิจด้านการเสนอแนะนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านพลังงาน ไม่ว่าจะเป็นแผนบริหารพลังงานของประเทศ ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน การป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งในระยะสั้นและระยะยาวรวมถึงในสถานการณ์ฉุกเฉิน อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการกำกับ ติดตาม และประเมินผลนโยบายและแผนบริหารพลังงานของประเทศ ซึ่ง สนพ. ได้ดำเนินการขับเคลื่อนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จโดยผ่านกลไกของคณะกรรมการ คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน คณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน เป็นประธาน และคณะกรรมการกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (กทอ.) มีรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน โดย สนพ. ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการของทั้งสามคณะกรรมการ เพื่อเป็นกลไกการบริหารนโยบายพลังงานของประเทศ

ภาพรวมสถานการณ์พลังงาน ปี ๒๕๕๘ การผลิตพลังงานในประเทศลดลง ส่งผลให้มีการนำเข้ามากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการใช้ในประเทศ การใช้พลังงานขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น ๔% จากเศรษฐกิจไทยที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น โดย GDP ขยายตัว ๒.๘% ประกอบกับราคาพลังงานที่อยู่ในช่วงขาลง ทั้งราคาน้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน จากอุปทานส่วนเกินในตลาดโลก การใช้น้ำมันของอุตสาหกรรมการบินเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งในปี ๒๕๕๘ ที่ผ่านมามีอยู่ที่ ๒๙.๙ ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นประมาณ ๕ ล้านคน ส่วนการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจากสภาพอากาศที่ร้อนจัดเป็นเวลานานและการขยายตัวของภาคธุรกิจ สำหรับแนวโน้มพลังงานปี ๒๕๕๙ การบริโภคพลังงานในประเทศยังคงเพิ่มสูงขึ้น ตัวเลขการใช้พลังงานในช่วงครึ่งปีแรก (ม.ค.-มิ.ย. ๒๕๕๙) การใช้พลังงานเชิงพาณิชย์ขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น ๔.๓% เมื่อเทียบกับครึ่งปีที่แล้ว โดยมีปริมาณการใช้ที่ ๑.๔๙ ล้านบาร์เรลเทียบเท่าน้ำมันดิบ ซึ่งประเทศไทยยังต้องนำเข้าน้ำมันดิบในสัดส่วนสูงถึง ๘๓% ของการจัดหาน้ำมันในปริมาณรวม ๙.๙ แสนบาร์เรล/วัน โดยผลิตได้ในประเทศเพียง ๑๗% เท่านั้น ส่วนการใช้ไฟฟ้า ช่วง ๖ เดือนแรกปีนี้ ใช้รวม ๙๑,๕๔๖ กิกะวัตต์ชั่วโมง เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๖.๓๑% เป็นการเพิ่มขึ้นเกือบทุกสาขา ยกเว้นภาคเกษตรกรรมที่ใช้ไฟฟ้าลดลงมากจากปัญหาภัยแล้งและการใช้ไฟฟ้าสูบน้ำเพื่อการเกษตรลดลงเนื่องจากเข้าสู่ฤดูฝน ซึ่งภาคอุตสาหกรรม เป็นภาคที่มีสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าสูงสุด คือ ๔๑.๗% ของการใช้ทั้งหมด เพิ่มขึ้น ๓.๑% จากอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยที่ภาคครัวเรือนมีการใช้ไฟฟ้ามากเป็นอันดับสอง ๒๔.๕% หรืออยู่ที่ประมาณ ๒๒,๔๘๗ กิกะวัตต์ชั่วโมง แต่มีอัตราการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นถึง ๑๐.๖% เมื่อเทียบกับครึ่งปีก่อนสูงเป็นอันดับต้นซึ่งก็เป็นผลมาจากอากาศที่ร้อนกว่าปีก่อน

ตลอดปี ๒๕๕๙ สนพ. มีผลงานที่สำคัญในหลายด้าน ได้แก่ ด้านไฟฟ้าการปฏิรูประบบพลังงานของประเทศและแผนจัดหาไฟฟ้าในระยะยาว ด้านปิโตรเลียมมีการดำเนินการจัดหาแปรรูปขนส่งและติดตามสถานการณ์การใช้น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และแผนโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างราคา ด้านอนุรักษ์พลังงานได้จัดทำแผนอนุรักษ์พลังงาน ๒๐ ปี เพื่อขับเคลื่อนแผนให้บรรลุเป้าหมายทั้งมีมาตรการบังคับควบคุมไปกับมาตรการจูงใจ การประหยัดพลังงานในโรงงานและอาคารควบคุมของรัฐ การประหยัดพลังงานโดยผู้ให้บริการด้านไฟฟ้า การส่งเสริมตลาดแอลอีดีและสนับสนุนสินค้าเบอร์ ๕ ตลอดจนช่วยเหลือและอุดหนุนด้านเงินลงทุนเพื่อการประหยัดพลังงาน ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านและก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Thailand 4.0) ระบบพลังงานของประเทศก็เช่นเดียวกัน กระทรวงพลังงาน จึงได้มอบหมายให้ สนพ.

ดูแลนโยบายฐานนวัตกรรมพลังงาน (Energy 4.0) ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านนี้เป็นหัวใจสำคัญ ภารกิจที่หลากหลายข้างต้น การเปลี่ยนผ่านนโยบายด้านพลังงานและก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงการเผยแพร่ผลงานของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วนและผู้ที่เกี่ยวข้องและติดตามข้อมูลอย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างมีกลยุทธ์

สำหรับภารกิจของโครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สนพ. มุ่งหวังที่จะประชาสัมพันธ์ภารกิจที่หลากหลายข้างต้นไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หวังผล และประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ประวัติ ผลงาน และความภาคภูมิใจของหน่วยงานไปสู่ทุกภาคส่วน ในวาระครบรอบ ๒๕ ปี (วันสถาปนา ตรงกับวันที่ ๑๓ กุมภาพันธ์ของทุกปี) ในฐานะองค์กรหลักในการสร้างสรรค์และบริหารจัดการนโยบายและแผนพลังงานเพื่อความยั่งยืนทุกมิติการสื่อสาร โดยจะเน้นการสร้างการรับรู้และเข้าใจที่ถูกต้องต่อนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านต่างๆ และคัดเลือกช่องทางสื่อสารที่เพิ่มการเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องลดการบิดเบือนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยโครงการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการดำเนินงานโฆษณาประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ จึงได้วางกรอบและขอบเขตการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็น ๔ ส่วน การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ การผลิตสื่อปีใหม่ประจำปี ๒๕๖๑ และสื่อสารแนวคิดให้สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัล) ซึ่งเงื่อนไขและรายละเอียดของงานที่จะจ้าง ฉบับนี้ เป็นส่วนของการว่าจ้างดำเนินงานผลิตและเผยแพร่ทั้งโครงการ เพื่อเชิญชวนนิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรงทางด้านการสร้างสรรค์ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ภารกิจและสร้างภาพลักษณ์ และการออกแบบสื่อปีใหม่ เพื่อร่วมเสนอความคิดสร้างสรรค์และยื่นข้อเสนอเพื่อนำสาร “สร้างสรรค์ บริหารจัดการนโยบายและแผน เพื่อพลังงานที่มั่นคงอย่างยั่งยืน” สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและเห็นผล โดยมีวัตถุประสงค์ ขอบเขตการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินงาน และข้อกำหนดอื่นๆ ดังนี้

## ๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์พลังงาน และสร้างความเข้าใจเรื่องพลังงานทดแทนสู่ทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้อย่างกว้างขวาง
- ๒.๒ เพื่อสื่อสารภารกิจ นโยบาย มาตรการด้านพลังงานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลตรงจุดและเห็นผล
- ๒.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เชิงรุกและสร้างช่องทางสื่อสารประจำ ให้มีข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ของ สนพ. อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้องและลดการบิดเบือนข้อมูลในช่องทางที่ไม่เป็นทางการ
- ๒.๔ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์บริหารจัดการนโยบายและแผนด้านพลังงานเพื่อความมั่นคงอย่างยั่งยืน
- ๒.๕ เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการต่างๆ ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกลุ่มเป้าหมายรับรู้บทบาทของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

### ๓. กลุ่มเป้าหมาย

- ๓.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก
  - ๓.๑.๑ ภาคประชาชน
  - ๓.๑.๒ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และธุรกิจ SMEs
- ๓.๒ กลุ่มเป้าหมายสนับสนุน
  - ๓.๒.๑ สื่อมวลชน
  - ๓.๒.๒ นักวิชาการ ผู้นำทางความคิด บุคคลหรือเพจที่มีชื่อเสียง
  - ๓.๒.๓ หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพลังงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางตรงและอ้อมกับนโยบาย

### ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

โครงการประชาสัมพันธ์ณรงค์ภาคประชาชน สนพ. มุ่งเน้นที่จะสื่อสารไม่น้อยกว่า ๔ ภารกิจเด่นของปี และหรือตามสถานการณ์ โดยก่อนเริ่มดำเนินงาน สนพ. จะได้กำหนดภารกิจเพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารของโครงการ และการดำเนินงานจะแบ่งออกเป็น ๔ ส่วนสำคัญ ได้แก่ ๑) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ๒) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ๓) การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภารกิจและสร้างภาพลักษณ์ ๔) การผลิตสื่อปีใหม่ประจำปี ๒๕๖๑ โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

#### ๔.๑ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

##### ๔.๑.๑. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

- ๑) ประสานให้เกิดการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อโทรทัศน์ เพื่อชี้แจงนโยบาย ภารกิจ มาตรการด้านพลังงาน และงานเผยแพร่เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (ผ่านรายการประเภทรายงานข่าว เล่าข่าว สารคดีเจาะลึกวิเคราะห์เชิงข่าว จุดประกายความสนใจสังคม ปกิณกะ ฯลฯ) ที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ สนพ. จะสื่อสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ตอนใน ๑ รายการ หรือไม่น้อยกว่า ๘ ตอน ครอบคลุมไม่น้อยกว่า ๒-๓ รายการ ทั้งนี้ต้องเป็นรายการยอดนิยมสูงในกลุ่มเป้าหมายที่โครงการหวังผล ตลอดระยะเวลาในสัญญา
- ๒) สนพ. เปิดให้ผู้รับจ้างเสนอความยาว รูปแบบที่มีความเหมาะสม และสามารถวัดผล การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
- ๓) จัดให้มีแผนสร้างกระแสเนื้อหารายการบนสื่อสังคมออนไลน์ (ก่อนและหรือหลัง การเผยแพร่อย่างเหมาะสม) เพื่อเพิ่มการรับรู้เข้าถึงเนื้อหารายการของกลุ่มเป้าหมายที่โครงการหวังผล
- ๔) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

##### ๔.๑.๒. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

- ๑) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ บทความพิเศษ บทความวิชาการ บทสัมภาษณ์ อินโฟกราฟฟิค ฯลฯ เพื่อชี้แจงนโยบาย ภารกิจ มาตรการด้านพลังงาน และงานเผยแพร่ เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (ให้เสนอตัวอย่างประเด็นจะสื่อสารและรูปแบบให้พิจารณาแนวทางไม่น้อยกว่า ๒ ทางเลือก) ขนาดไม่น้อยกว่า Junior Page ทั้งสี่สีและขาวดำ และหรือ Magazine Full Page ทั้งสี่สีและขาวดำ ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน

- ๒) ผลิตชิ้นงานสนับสนุนงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามที่ สนพ. มอบหมาย ขนาดไม่น้อยกว่า Junior Page ทั้งสี่สีและขาวดำ และหรือ Magazine Full Page ทั้งสี่สีและขาวดำ ไม่น้อยกว่า ๔ ชิ้นงาน
- ๓) วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ขนาด Junior Page และหรือ Magazine Full Page ขาวดำและหรือสี่สี จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
- (๑) กลยุทธ์การวางแผนสื่อสิ่งพิมพ์
  - (๒) วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ น้าหนักการวางสื่อ ประเภทและฉบับสิ่งพิมพ์ที่เลือก
  - (๓) ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
  - (๔) ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Readership, Reach, CPM และ Total Insertion
  - (๕) ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์
  - (๖) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๓. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ

- ๑) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ พุดประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์พิเศษ สปอตประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อชี้แจงนโยบาย ภารกิจ มาตรการด้านพลังงาน และงานเผยแพร่เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย (ให้เสนอตัวอย่างประเด็นจะสื่อสารและรูปแบบให้พิจารณาแนวทางไม่น้อยกว่า ๒ ทางเลือก) ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ - ๖๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เรื่อง
- ๒) ผลิตชิ้นงานสนับสนุนงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามที่ สนพ. มอบหมาย ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ - ๖๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง
- ๓) วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ - ๖๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ครั้ง โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
- (๑) กลยุทธ์การวางแผนสื่อวิทยุ
  - (๒) วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ น้าหนักการวางสื่อ ประเภทรายการและหรือสถานีที่เลือก
  - (๓) ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
  - (๔) ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Coverage, Reach และ Total Spot
  - (๕) ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อวิทยุ
  - (๖) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๑.๔. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Video Content

- ๑) ผลิต Video Content ประเภท Viral Video เพื่อสร้างการส่งเสริมการสื่อสารนโยบาย ภารกิจ มาตรการด้านพลังงาน และงานเผยแพร่เพื่อสร้างการรับรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๔ เรื่อง ความยาวไม่น้อยกว่า ๑-๒ นาที
- ๒) วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ในช่องทางหลักของ สนพ. และ Social Media อื่นๆ ที่กลุ่มเป้าหมายของโครงการให้ความสนใจ จำนวน ๔ เรื่อง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- (๑) กลยุทธ์การวางแผนสื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย
  - (๒) วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ ประเภทของช่องทางที่เลือก
  - (๓) ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และระยะเวลาในการเผยแพร่
  - (๔) ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Reach, Engagement, Clip View และหรือ Impression ฯลฯ
  - (๕) ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อ
  - (๖) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)
- ๔.๑.๕. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหาการสื่อสาร (Selective Media)
- ๑) ผลิตอาร์ตเวิร์คและหรือผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (รูปแบบ Artwork และหรือ File สำเร็จ) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เรื่อง (ประเด็นที่สื่อสารสนับสนุนแนวคิดตามภารกิจ นโยบาย และหรือมาตรการด้านพลังงาน และหรืองานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์)
  - ๒) เผยแพร่ในสื่อที่ สนพ. เห็นสมควร ในการซื้อพื้นที่และการลงประชาสัมพันธ์ในสื่อ Selective Media จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง
  - ๓) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)
- ๔.๑.๖. การผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์
- ๑) ผลิตอาร์ตเวิร์คสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ (สนพ. เปิดให้เสนอแนวคิดและรูปแบบ แต่สื่อดังกล่าวต้องสามารถผลิตได้จริงและใช้ในกิจกรรมรณรงค์เพื่อการจดจำ โครงการไม่น้อยกว่า ๓ สื่อ ทั้งนี้ให้ระบุ Specification และจำนวนที่จะผลิตมา โดยละเอียด
  - ๒) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)
- ๔.๑.๗. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เน้นสื่อเว็บไซต์ ไมโครไซต์ เฟสบุ๊ก และสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่เป็นช่องทางสื่อสารหลักของโครงการ)
- ๑) ออกแบบชิ้นงานสนับสนุนเนื้อหาการสื่อสารตามสถานการณ์และหรือภารกิจ สนพ. ตลอดระยะเวลาในสัญญา และนำชิ้นงานที่ผลิตนี้ไปเผยแพร่ในช่องทางของสื่อสารหลักของ สนพ. ได้แก่ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook EPPO Thailand และ YouTube ตามที่ สนพ. มอบหมาย
  - ๒) จัดซื้อสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง เลือกประเภทที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่โครงการมุ่งหวังผล จำนวน ๔ เรื่อง ระยะเวลาเผยแพร่รวมไม่น้อยกว่า ๔ เดือน โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
    - (๑) กลยุทธ์การวางแผนสื่อออนไลน์
    - (๒) วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ น้าหนักการวางสื่อ ประเภทและสื่อออนไลน์ที่เลือก
    - (๓) ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
    - (๔) ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Reach, Engagement, View, Like, Impression ฯลฯ
    - (๕) สำหรับสื่อ Video content จำนวน ๔ เรื่องจะต้องเสนอยอดการันตีการเห็นสื่อไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ View (วิวต่อเรื่อง)
    - (๖) ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อออนไลน์
    - (๗) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

#### ๔.๑.๘. การบริหารเฟสบุ๊คเพจ EPPO Thailand (@EPPO Knowledge)

- ๑) ดำเนินการบริหารเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร การผลิตชิ้นงานทั้งภาพ, กราฟฟิก, คลิป และเทคนิคที่เหมาะสม อาทิ Live บนเฟสบุ๊ค ฯลฯ บนเฟสบุ๊คเพจ EPPO Thailand (@EPPO Knowledge) และหรือสื่ออื่นๆ ที่ สนพ. เปิดช่องทางสื่อสารไว้แล้ว ตลอดระยะเวลาในสัญญา
- ๒) สร้างกระแสการติดตาม และการเพิ่มยอด Page Like & Boost Engagement โดยจะต้องเสนอแผนและยอดการันตีการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับเพจ โดยต้องมียอด Page Like เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ลงนามในสัญญา ไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐ Page Like ตลอดระยะเวลาในสัญญา
- ๓) จัดให้มี Influencer อาทิ นักวิชาการ ผู้นำทางความคิด สื่อมวลชน และบุคคลที่มีชื่อเสียง และเพจดังที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนมาก ไม่น้อยกว่า ๖ คน และหรือ ๖ เพจ เชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายที่ สนพ. หวังผลติดตามเนื้อหา ของเพจ และภารกิจของ สนพ. และหรือกิจกรรมที่จัดขึ้น
- ๔) จัดทำบทความพิเศษเพื่อเผยแพร่บนเพจเป็นซีรีส์ (Series) อย่างน่าสนใจ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง เพื่อสื่อสารภารกิจ นโยบาย มาตรการด้านพลังงาน งานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ที่ สนพ. มอบหมายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่หวังผลตรงจุดและเห็นผล
- ๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

#### ๔.๒ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

บริหารเนื้อหาและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตามสถานการณ์ และตามประเด็นหลัก ที่จะสื่อสารของปี ๒๕๖๐ เพื่อนำไปสู่สร้างการรับรู้และเข้าใจที่ถูกต้องต่อนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านต่างๆ และคัดเลือกช่องทางสื่อสารที่เพิ่มการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องลดการบิดเบือนอย่างมีประสิทธิภาพบนสื่อหลัก

- ๔.๒.๑. จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง และให้มีการเผยแพร่ในสื่อหลัก (หนังสือพิมพ์ และหรือวิทยุ และหรือออนไลน์) และจัดทำสรุปและวิเคราะห์ข่าว (News Clipping & Monitoring) เมื่อได้รับการเผยแพร่ ต้องรายงานให้ สนพ. รับทราบในห้อง LINE ผู้บริหาร และจัดทำสรุปรูปแบบจัดส่งหลังข่าวได้รับการเผยแพร่แล้ว จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เล่ม
- ๔.๒.๒. จัดทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (Control Media) ในสื่อหลักที่มีความนิยมสูง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลของโครงการ ได้แก่
  - ๑) จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษและหรือพูดประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
  - ๒) จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษและหรือบทความพิเศษทางสื่อหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
  - ๓) จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษและหรือพูดประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง
  - ๔) จัดทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์และหรือเว็บสื่อ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง
  - ๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

#### ๔.๓ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภารกิจและสร้างภาพลักษณ์

๔.๓.๑. จัดกิจกรรมเสริมภารกิจ และภาพลักษณ์ สนพ. กับผู้ประกอบการจัดงานในรูปแบบสัมมนาทางวิชาการ หรืองานความร่วมมือกับผู้จัดงานที่มีความชำนาญในการจัดงาน และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง เพื่อนำเสนอบทบาท สนพ. และทิศทางการขับเคลื่อนภารกิจ นโยบาย และมาตรการพลังงานที่สำคัญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง โดยรายละเอียดของกิจกรรมต้องประกอบด้วย

- ๑) จัดทำข้อเสนอโครงการ อย่างน้อยประกอบด้วย ข้อเสนอจากผู้จัดงาน กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบงาน แนวทางดำเนินงาน ตารางดำเนินงาน แผนประชาสัมพันธ์ ข้อมูลจำเพาะของผู้จัดงาน
- ๒) จัดให้มีพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการเรื่องที่เกี่ยวข้องงานสัมมนาไม่น้อยกว่า ๕๐-๙๐ ตารางเมตร และหรือจัดมุมสื่อสาร ๒๕ ปี สนพ. หรือหัวข้ออื่นที่ สนพ. เห็นสมควร
- ๓) จัดให้มีผู้บริหาร สนพ. เข้าร่วมงานแถลงข่าว และหรือพิธีเปิดงานอย่างเหมาะสม
- ๔) จัดให้มีผู้บริหาร สนพ. หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ร่วมการอภิปรายและหรือบรรยายพิเศษ หรือร่วมสัมมนา
- ๕) จัดเอกสารแจกผู้ร่วมงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุดต่อการจัดงาน ๑ ครั้ง
- ๖) จะต้องเสนอสิทธิประโยชน์ (ในงานสัมมนา ในสื่อประชาสัมพันธ์งานก่อน-วันงาน-หลังงาน) ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมงานให้ สนพ. พิจารณาเห็นชอบ
- ๗) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์เสริมเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและรับรู้งานอย่างเหมาะสมในสื่อเทรตดิชั่นแนลและสื่อดิจิทัลเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวัง
- ๘) ประชาสัมพันธ์งานในรูปแบบที่เหมาะสม อาทิ ครอบสถานที่จัดงาน ป้ายบอกทางสู่สถานที่จัดงาน อย่างเหมาะสม และระบุ Specification ของสื่อและจำนวนที่จะผลิตมาให้ครบถ้วน
- ๙) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม
- ๑๐) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๓.๒. จัดกิจกรรมภารกิจการส่งเสริมตลาดแอลอีดีและสนับสนุนสินค้าเบอร์ ๕ ตลอดจนช่วยเหลือและอุดหนุนด้านเงินทุนเพื่อเป็นแรงจูงใจการประหยัดพลังงานจากภาครัฐในงาน LED EXPO 2017 จำนวน ๑ ครั้ง โดยรายละเอียดของกิจกรรมต้องประกอบด้วย

- ๑) จัดให้มีพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการเรื่องที่เกี่ยวข้องงานสัมมนาไม่น้อยกว่า ๕๐-๙๐ ตารางเมตร และหรือจัดมุมสื่อสารการส่งเสริมตลาดเปลี่ยนใหม่ประหยัดคาร์บอนหรือหัวข้ออื่นที่ สนพ. เห็นสมควร
- ๒) จัดให้มีผู้บริหาร สนพ. เข้าร่วมงานแถลงข่าว และหรือพิธีเปิดงานอย่างเหมาะสม
- ๓) จัดให้มีผู้บริหาร สนพ. หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ร่วมการอภิปรายและหรือบรรยายพิเศษ หรือร่วมสัมมนา (ถ้ามี)
- ๔) จัดเอกสารแจกผู้ร่วมงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุดต่อการจัดงาน ๑ ครั้ง
- ๕) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์เสริมเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและรับรู้งานอย่างเหมาะสมในสื่อเทรตดิชั่นแนลและสื่อดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวัง

๖) ประชาสัมพันธ์งานในรูปแบบที่เหมาะสม อาทิ รอบสถานที่จัดงาน ป้ายบอกทางสู่สถานที่จัดงาน อย่างเหมาะสม และระบุ Specification ของสื่อและจำนวนที่จะผลิตมาให้ครบถ้วน

๗) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรม

๘) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ (ถ้ามี)

๔.๓.๓. จัดกิจกรรมตามสถานการณ์ หรือสร้างภาพลักษณ์ สนพ. ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๑ ครั้ง

#### ๔.๔ การออกแบบและผลิตสื่อปีใหม่

๔.๔.๑ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลปีใหม่ ประจำปี ๒๕๖๑ โดยคุณสมบัติเฉพาะของสื่อ (Specification) วัสดุที่ใช้ ขนาด ตามที่ สนพ. เคยผลิตมาแล้ว (ปี ๒๕๖๐) และต้องแล้วเสร็จและจัดส่งให้ สนพ. ภายในวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๐ ประกอบด้วย

๑) ปฏิทินตั้งโต๊ะ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ เล่ม

- ขนาด : ๗ x ๑๐ นิ้ว แนวนอน กระดาษกรีนแม็ทการ์ด (Green Matt Card) (กระดาษรีไซเคิลไม่น้อยกว่า ๖๐%) ความหนาไม่น้อยกว่า ๒๕๐ แกรม พิมพ์สี่สี โดยระบุวันที่ เดือนละ ๑ แผ่น (พิมพ์ทั้ง ๒ หน้า) ๑๕ แผ่นรวมปก เข้ากระดุกงู ๔ หรือ ๖ ข้อ จำนวน ๒ ช่วง

- มีรูปภาพประกอบสอดคล้องกับแนวคิดการใช้ชีวิตทาง ๒ หรืออื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร และมีสัญลักษณ์ (Logo) “รวมพลังหาร ๒ ประหยัดข้าว” สนพ. และกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ปรากฏบนปก

- ฐาน : กระดาษปอนด์ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ แกรม พิมพ์ไม่น้อยกว่า ๑ สี หุ้มด้วยกระดาษจำปัง เบอร์ ๑๖ ขนาดสำเร็จ ๗.๕๐ x ๑๐ นิ้ว (ฐานกว้าง ๓.๕๐ นิ้ว) หรือกระดาษที่มีคุณสมบัติใกล้เคียง คุณภาพดี

- เนื้อใน : จำนวน ๑๔ แผ่น กระดาษกรีนแม็ทการ์ด (Green Matt Card) ความหนาไม่น้อยกว่า ๒๕๐ แกรม พิมพ์สี่สี หน้าที่แสดงวันที่ของแต่ละเดือน

๒) สมุดบันทึก จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ เล่ม

- ขนาด : ๗.๒๕ x ๑๐.๓๕ นิ้ว

- ปก : ปกหน้าและปกหลังปลิวปิดปกด้านในด้วยกระดาษกรีนแม็ท (กระดาษรีไซเคิลไม่น้อยกว่า ๖๐%) ความหนาไม่น้อยกว่า ๑๒๕ แกรม พิมพ์สี่สี หุ้มปกด้วยกระดาษแข็งหนา ๑ มม. เคลือบ PVC Spot UV บางจุด (ขึ้นอยู่กับรูปแบบ / Design)

- เนื้อใน : แบ่งเป็น ๒ ส่วน คือ

- พิมพ์ ๔ สี กระดาษกรีนออฟเซต อีโค ไฟเบอร์ ๑๐๐ แกรม ประกอบด้วย ข้อมูลและเนื้อหาหน่วยงาน อาทิ วิสัยทัศน์ ภารกิจ ผู้บริหาร ข้อมูลพลังงานที่มุ่งเน้น และข้อมูลพลังงานอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับการประหยัดพลังงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ หน้า (หรือมากกว่าไม่เกิน ๕ หน้า)



- พิมพ์ ๑ สี กระดาษกรีนออฟเซต อีโค ไฟเบอร์ ๘๐ แกรม จำนวน ๑๐๐-๑๕๐ หน้า ประกอบด้วย หน้าบันทึก หน้าข้อมูลส่วนตัว หมายเลขโทรศัพท์และหรือ โทรสารผู้บริหาร ผู้อำนวยการสำนัก ผู้อำนวยการกลุ่ม และแต่ละส่วนงานของ สนพ.
- หน้าบันทึกมีเส้นบรรทัดบางๆ ทั้งหน้าขวา-หน้าซ้าย
- มีหน้าสำหรับบันทึกชื่อผู้ติดต่อ และข้อมูลของผู้ติดต่อ จำนวน ๒ แผ่น โดยไว้ ๒ หน้าสุดท้ายของเล่ม แต่หน้าสุดท้ายให้เป็นหน้าว่าง
- มีปฏิทินประจำปี พ.ศ.๒๕๖๑ และปี พ.ศ.๒๕๖๒ และหน้าปฏิทินวันหยุดประจำปี ๒๕๖๑
- เย็บกึ่งทากาว

๓) กระเป๋าผ้าหรือกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ใช้บรรจุสื่อ (ปฏิทิน และ สมุดบันทึก) ที่มีรูปแบบสวยงามเหมาะกับสื่อที่บรรจุ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ ชิ้น

๔.๔.๒ ออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ อาทิ สติกเกอร์ และหรือโปสเตอร์ และหรือ อินโฟกราฟฟิค และหรือรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เห็นสมควร จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ชิ้น

ทั้งนี้ ขอบเขตการดำเนินงานในข้อ ๔.๑ - ๔.๔ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมภายใต้วงเงินงบประมาณ ด้วยความเห็นชอบของหัวหน้าส่วนราชการ (เป็นมติของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ)

#### ๔.๕ ข้อกำหนดอื่นๆ

##### ๔.๕.๑. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

- ๑) ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการผลิตและเผยแพร่ (ตามข้อ ๔.๑) พร้อมเสนอรวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา
- ๒) ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการบริหารเฟสบุ๊ค EPP0 Thailand และแผนการบริหารเนื้อหาและเพิ่มยอดติดตามเพจ ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และนำเสนอแผนเผยแพร่เป็นรายสัปดาห์ (Monthly Plan) ให้ สนพ. พิจารณาล่วงหน้าก่อนเริ่มปฏิบัติงาน และจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานรายสัปดาห์
- ๓) ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนประชาสัมพันธ์และเนื้อหาที่จะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ให้ สนพ. พิจารณาล่วงหน้า ๑๐ วัน ก่อนเริ่มปฏิบัติงานในแต่ละเดือน

##### ๔.๕.๒. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนตามข้อ ๔.๒ (Master PR Plan) โดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และนำเสนอแผนรายเดือน (PR Monthly Plan) ให้ สนพ. พิจารณาล่วงหน้า ๑๐ วันก่อนเริ่มปฏิบัติงานในแต่ละเดือน

##### ๔.๕.๓. การจัดกิจกรรมรณรงค์

ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนดำเนินกิจกรรมตาม ข้อ ๔.๓ พร้อมเสนอแผนประชาสัมพันธ์ก่อนงาน-ระหว่างงาน-หลังงาน เพื่อสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง รวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และก่อนการจัดกิจกรรมรณรงค์จะต้องจัดทำรายละเอียดของกิจกรรมและรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่อรายการสำหรับกิจกรรม เสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง

#### ๔.๕.๔. การออกแบบและผลิตสื่อปีใหม่

- ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนดำเนินงานกิจกรรมตาม ข้อ ๔.๔ พร้อมเสนอแนวทางและ  
ชี้แจงการออกแบบ รวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน ๓๐ วันนับจาก  
วันที่ลงนามในสัญญา
- ๔.๕.๕. ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีการนำไฟล์ไปปรับเปลี่ยนแปลงต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะ  
กรรมการฯ ทุกครั้ง
- ๔.๕.๖. ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (การจัด  
ประชุม ในสำนักงานและหรือนอกสำนักงาน ค่าเดินทางไปร่วมงาน ค่าที่พัก และ  
อาหารเครื่องดื่มสำหรับ สนพ. และที่ปรึกษาบริหารฯ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ)
- ๔.๕.๗. ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการที่มี  
ความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านการพลังงาน ในการกลั่นกรองข้อมูลและ  
ถ่ายทอดข้อมูลออกมาให้เข้าใจง่ายก่อนนำเสนอให้ สนพ. พิจารณาทุกครั้ง
- ๔.๕.๘. ผู้รับจ้างจะต้องบันทึกต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเสร็จแล้วทั้งหมดลงในแผ่น DVD  
หรืออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม ในรูปแบบไฟล์ PDF File,  
JPEG File, Art Work File (.ai) และ Movie Clip คุณภาพไฟล์ระดับ HD ขึ้นไป  
หรือประเภทไฟล์ที่เหมาะสมที่สามารถเปิดได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป  
(Window/ Macintosh) หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกับชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์  
ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๓ ชุด และส่งมอบให้ สนพ. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์  
ในการเผยแพร่ต่อไป
- ๔.๕.๙. ผู้รับจ้างสามารถขอข้อมูลเกี่ยวกับพลังงาน หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาได้ที่ “ศูนย์  
ประชาสัมพันธ์ของ สนพ.” “www.รวมพลังหาร2.com” หรือ “www.eppo.go.th”
- ๔.๕.๑๐. ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และหรือเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน  
สื่อดิจิทัลทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์  
รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว
- ๔.๕.๑๑. ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด เป็นเวลา  
อย่างน้อย ๑ ปี หลังจากสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- ๔.๕.๑๒. ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และ  
กรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว
- ๔.๕.๑๓. ในกรณีที่ สนพ. เรียกประชุม ผู้รับจ้างจะต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมตลอด  
ระยะเวลาของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย และต้องทำ  
รายงานการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้รับจ้างส่งให้ สนพ. ทุกครั้ง  
ทางอีเมล ภายใน ๔๘ ชั่วโมงหลังจากการประชุมเสร็จสิ้น ตลอดระยะเวลาของ  
สัญญา

#### ๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๕.๑ กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน และมีความเข้าใจเรื่องพลังงาน  
ทดแทน
- ๕.๒ ทำให้ภารกิจ นโยบาย และมาตรการด้านพลังงาน และงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เข้าถึง  
กลุ่มเป้าหมายที่หวังผล มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร

- ๕.๓ ทำให้ สนพ. มีแผนประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เชิงรุก มีช่องทางสื่อสารประจำสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และลดการบิดเบือนข้อมูลในช่องทางที่ไม่เป็นทางการ
- ๕.๔ ทำให้ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน มีภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ สนพ. ในทางตรงและทางอ้อมสู่กลุ่มเป้าหมาย
- ๕.๕ กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกลุ่มเป้าหมาย รับรู้บทบาทของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

## ๖. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- ๖.๑ ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง และมีประสบการณ์ได้แก่ ๑) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ๒) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ๓) การจัดกิจกรรมรณรงค์ อย่างครบวงจร
- ๖.๒ ผู้เสนอราคาต้องเคยมีผลงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของภาครัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ 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) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรงทั้ง ๓ ส่วนงาน ได้แก่ ๑) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ๒) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ๓) การจัดกิจกรรมรณรงค์ โดยมีข้อกำหนดให้ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อ สนพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

### ๗.๑ ข้อเสนอด้านเทคนิค ได้แก่

๗.๑.๑ รายละเอียดแผนงานตามขอบเขตดำเนินงานตามข้อ ๔. และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน

๗.๑.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

#### การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

- ๑) บทสรุปแนวทางการสื่อสารภาพรวมข้อเสนอแนะ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านวิดีโอคอนเทนท์ แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหาการสื่อสาร (Selective Media) แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์แผนการผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ แผนการผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ แผนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และแผนการบริหารเฟสบุ๊คเพจ EPPO Thailand (@EPPO Knowledge)
- ๒) ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงานด้านมีเดียจึงจะได้รับการพิจารณา

#### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

รายละเอียดแผนงาน การบริหารเนื้อหาและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการ แผนจัดทำประชาสัมพันธ์แถลงข่าว (Press Conference) และแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (Control Media)

#### การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภารกิจและสร้างภาพลักษณ์

- ๑) รายละเอียดแผนงานจัดกิจกรรมเสริมภารกิจ และภาพลักษณ์ สนพ. รูปแบบสัมมนาทางวิชาการ
- ๒) จัดกิจกรรมภารกิจการส่งเสริมตลาดแอลอีดี
- ๓) จัดกิจกรรมตามสถานการณ์

#### การออกแบบและผลิตสื่อปีใหม่ประจำปี ๒๕๖๑

- ๑) ความคิดสร้างสรรค์ตรงตามวัตถุประสงค์ของ สนพ. และสามารถนำไปพัฒนาต่อได้
- ๒) รูปแบบที่นำเสนอมีความโดดเด่น สอดคล้องแนวคิด (Concept) ที่ สนพ. ตั้งไว้
- ๓) รูปแบบที่นำเสนอมีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของ สนพ. ได้เป็นอย่างดี
- ๔) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการจัดทำสื่อทุกชนิด
- ๕) แผนการดำเนินงานโดยละเอียด ระบุขั้นตอนการดำเนินงานที่สามารถจัดทำได้จริง เช่น การจัดทำต้นฉบับรวมเวลาที่ใช้ในการแก้ไขปรับปรุง เวลาที่ใช้ในการตรวจทานการผลิต และส่งมอบงาน

- ๗.๑.๓ ระบุข้อกำหนดอื่นๆ ให้ครบถ้วน
- ๗.๑.๔ รายชื่อและประวัติการทำงานของคุณะทำงาน (ทีมหลัก) รวมทั้งประวัติและผลงานของบริษัท ที่ผ่านมา รายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษา ด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา (ความยาวไม่เกิน ๑๕ หน้า)
- ๗.๑.๕ เอกสารยืนยันงานจากหน่วยงานภาครัฐ และหรือรัฐวิสาหกิจ และหรือเอกชน โดดเด่น เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า ๕ ล้านบาทต่อสัญญา (ให้แนบหนังสือรับรองผลงานและสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิค) ไม่น้อยกว่า ๑ งาน

#### 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 ๒๕ คะแนน

๑) ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลัก และความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจในภารกิจ นโยบาย มาตรการ และการรับรู้โครงการ อย่างมีประสิทธิภาพ

๒) การนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารใหม่ๆ ที่ต่อยอดจากแผนงานโครงการในอดีต

๓) รายละเอียดการนำเสนอ ขั้นตอนการสื่อสาร แผนปฏิบัติงาน และความสมบูรณ์ ถูกต้องครบถ้วนของข้อเสนอโดยรวม

๙.๒.๒ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ คะแนน ๒๐ คะแนน

๑) แผนงานมีความชัดเจนด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ความเข้าใจที่จะยกระดับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นเชิงรุก

๒) การบริหารเนื้อหาตามภารกิจ นโยบาย และมาตรการ และงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ชัดเจน

๓) แผนประชาสัมพันธ์แถลงข่าวครบถ้วน และมีความทันสมัยในรูปแบบ และการได้พื้นที่ข่าวที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดและเห็นผล

๔) แผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีความชัดเจน และเสนอมีตัวชี้วัดที่ครบถ้วน

๕) แผนงานมีความยืดหยุ่นและพัฒนาต่อไปได้ง่ายตามภารกิจ สนพ. กำหนด

๖) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๓ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

คะแนน ๑๕ คะแนน

- ๑) แผนงานมีความชัดเจนด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
- ๒) แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์
- ๓) แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
- ๔) แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ
- ๕) แผนการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านวิดีโอคอนเทนท์
- ๖) แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหาการสื่อสาร (Selective Media)
- ๗) แผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์
- ๘) แผนการผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์
- ๙) แผนการบริหารเฟสบู๊คเพจ EPPO Thailand
- ๑๐) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๔ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์

คะแนน ๑๕ คะแนน

- ๑) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดและรูปแบบใหม่ มีกิจกรรมที่ดึงดูด น่าสนใจ และเป็นไปตามโครงการคาดหวังผล
- ๒) แผนงานสามารถดำเนินการได้จริง มีความสามารถในการจัดหาพื้นที่จัดงานได้จริง แผนงานมีรูปแบบและรายละเอียดงานทั้งหมดสามารถพัฒนาต่อไปได้ง่าย และสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด
- ๓) แผนประชาสัมพันธ์ก่อน-ระหว่าง-หลังงาน มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร (Controlled Media)
- ๔) ตารางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโครงการ
- ๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๕ การออกแบบและผลิตสื่อปีใหม่ประจำปี ๒๕๖๑

คะแนน ๑๕ คะแนน

- ๑) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดและรูปแบบที่นำเสนอดึงดูด น่าสนใจ และเป็นไปตามโครงการคาดหวังผล
- ๒) จำนวนและ Specification มีความชัดเจนและเป็นประโยชน์
- ๓) แผนงานสามารถดำเนินการได้จริง และสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด
- ๔) ตารางดำเนินงานโดยละเอียด
- ๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

๙.๒.๖ คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และคณะทำงาน

คะแนน ๑๐ คะแนน

- ๑) หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของ คณะทำงาน (Company Profile)
- ๒) ผลงานที่ผ่านมาด้านที่เห็นผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ ด้านการผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน รวมถึงการจัดกิจกรรมโครงการสำคัญที่ผ่านมา
- ๓) ความพร้อมของผู้รับจ้างที่พร้อมจะเริ่มงานได้ทันที
- ๔) ประวัติและผลงานผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ
- ๕) ประวัติ, ผลงานและความพร้อมของทีมงานหลักที่จะมาปฏิบัติงาน ได้แก่ จำนวน บุคลากรที่ร่วมงานจริง การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ของ ทีมงาน

๑๐. ข้อกำหนดการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงิน

กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายใน ๑๒ เดือน โดยแบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๘ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๑ ข้อ ๑) และ ๒) แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๔ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๒ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๖ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

- ๑. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๒ ข้อ ๑) - ๓)
- ๒. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๔ ข้อ ๑) และ ๒)

งวดที่ ๓ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๔ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๘ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

- ๑. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๓ ข้อ ๑) - ๓)
- ๒. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๕ ข้อ ๑) และ ๒)
- ๓. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๔.๓.๑

งวดที่ ๔ (งวดสุดท้าย) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๓๖ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๑๒ เดือน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

- ๑. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๖
- ๒. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๗ ข้อ ๑) และ ๒)
- ๓. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๑.๘ ข้อ ๑) - ๔)
- ๔. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๒
- ๕. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๓ ข้อ ๔.๓.๒ และ ๔.๓.๓
- ๖. งานตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๔

ทั้งนี้ เมื่อผู้ชนะการเสนอราคาได้รับทราบผลการพิจารณาการประกวดราคาแล้ว ผู้ชนะการเสนอราคาต้องดำเนินการจัดทำ รายละเอียดค่าใช้จ่ายต่อรายการ ส่งให้ สทพ. ที่กลุ่มกองทุนพลังงาน ชั้น ๓ ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งผลการพิจารณาการประกวดราคา เพื่อประกอบการทำสัญญาและเบิกจ่ายเงินตามงวดงานดังกล่าว

๑๑. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

ลงนาม..... พอรช /พรชณ ..... ประธานกรรมการ  
(นางสาวนุจรีย์ เพชรรัตน์)

ลงนาม..... ชองดี ผลพิบูลย์ ..... กรรมการ  
(นางสาวจงดี ผลพิบูลย์)

ลงนาม..... ช. บุณรอด ..... กรรมการ  
(นายศศิภัณฑ์ บุณรอด)

ลงนาม..... สุทธีร์ตัน กาสา ..... กรรมการ  
(นายสุทธีร์ตัน กาสา)

ลงนาม..... กนกวรรณ เล็งประณม ..... กรรมการ  
(นางสาวกนกวรรณ เล็งประณม)