

รายละเอียดและข้อกำหนด

(Terms of Reference : TOR)

โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ส่วนที่ ๑
ภายใต้ โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน

๑. ที่มาและเหตุผล

พลังงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยปริมาณการใช้พลังงานจะเติบโตควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และจากสถานการณ์พลังงานของประเทศในช่วงที่ผ่านมาปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่การจัดการพลังงานให้มีความพอเพียงมีข้อจำกัด จึงต้องพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศ ส่งผลต่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ กระทรวงพลังงาน จึงมอบหมายให้ สำนักงานนโยบายแผนพลังงาน (สนพ.) จัดทำแผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๗๙ เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์พลังงานของประเทศให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม และเพื่อให้แผนดังกล่าวมีความสมบูรณ์สามารถนำไปดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกรอบแผนอนุรักษ์พลังงานฯ ๑๐ มาตรการ และมาตรการสนับสนุนการรณรงค์สร้างจิตสำนึกใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ เป็นอีกหนึ่งมาตรการของกรอบแผนอนุรักษ์พลังงาน ๒๐ ปี

สนพ. มีบทบาทสำคัญในการบริหารงานด้านพลังงานของประเทศในฐานะหน่วยงานของรัฐ ที่มีพันธกิจด้านการเสนอแนะนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านพลังงาน ไม่ว่าจะเป็นแผนบริหารพลังงานของประเทศ ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน การป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งในระยะสั้นและระยะยาวรวมถึงในสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงมีหน้าที่ในการกำกับ ติดตาม และประเมินผลนโยบายและแผนบริหารพลังงานของประเทศ ซึ่ง สนพ. ได้ดำเนินการขับเคลื่อนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จโดยผ่านกลไกของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน คณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานเป็นประธาน และคณะกรรมการกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (กทอ.) มีรองนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน โดย สนพ. ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการของทั้ง ๓ คณะฯ เพื่อเป็นกลไกการบริหารนโยบายพลังงานของประเทศ ซึ่งภาพรวมสถานการณ์พลังงาน ครึ่งปีแรก ๒๕๖๐ ซึ่งสัดส่วนใช้พลังงานเติบโตน้อยกว่าเศรษฐกิจ ขณะที่การผลิตไฟฟ้าที่คาดการณ์ไว้ โดยมีสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าต่ำกว่าแผน PDP กว่า ๔,๙๙๘ ล้านหน่วย หรือคิดลร้อยละ ๔.๘ สัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจริงเติบโตน้อยกว่าแผน PDP ทุกเดือน ขณะที่ความต้องการใช้ไฟฟ้าสูงสุดหรือ Peak ในปีนี้น้อยกว่าที่ผ่านมา กว่า ๒,๐๐๐ เมกะวัตต์ และใช้น้ำมันสำเร็จรูปเฉลี่ยที่ ๑๔๑ ล้านลิตรต่อวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑.๔ เติบโตน้อยกว่า GDP ที่เติบโตสูงถึงร้อยละ ๓ ทั้งนี้การใช้น้ำมันกลุ่มเบนซินและดีเซลเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาขายปลีกในประเทศอยู่ระดับต่ำ โดยผู้ใช้รถยนต์ LPG และ NGV บางส่วนหันมาใช้น้ำมันแทน ทั้งนี้ยอดการใช้พลังงานที่ไม่เติบโตส่วนหนึ่งเป็นเพราะภาคเอกชนมีทางเลือกมากขึ้น โดยหันไปผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนเพื่อใช้เอง

ตลอดปี ๒๕๖๐ สนพ. มีผลงานที่สำคัญในหลายด้าน ได้แก่ ด้านไฟฟ้าการปฏิรูประบบพลังงานของประเทศและแผนจัดหาไฟฟ้าในระยะยาว ด้านปิโตรเลียมมีการดำเนินการจัดหาแปรรูปขนส่งและติดตามสถานการณ์การใช้น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติเหลว LNG ถ่านหิน HELE แหล่งพลังงานทางเลือกใหม่ๆ และแผนโครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างราคา ด้านการดำเนินงานตามแผนอนุรักษ์พลังงาน ๒๐ ปี เพื่อขับเคลื่อนแผนให้บรรลุเป้าหมายทั้งมีมาตรการบังคับควบคู่ไปกับมาตรการจูงใจ การประหยัดพลังงานในโรงงานและอาคารควบคุมของรัฐ การประหยัดพลังงานโดยผู้ให้บริการด้านไฟฟ้า การส่งเสริมตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าและพลังงานเบอร์ ๕ ตลอดจนช่วยเหลือและอุดหนุนด้านเงินลงทุนเพื่อการประหยัดพลังงาน ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วง

เปลี่ยนผ่านและก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Thailand ๔.๐) ระบบพลังงานของประเทศก็เช่นเดียวกัน กระทรวงพลังงาน จึงได้มอบหมายให้ สนพ. ดูแลนโยบายฐานนวัตกรรมพลังงาน (Energy ๔.๐) ที่เกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนผ่านนี้เป็นหัวใจสำคัญ การเปลี่ยนผ่านนโยบายด้านพลังงานและก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานไปสู่กลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วนและผู้สนใจและติดตาม ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างมีกลยุทธ์

สำหรับภารกิจของโครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน สนพ. มุ่งหวังที่จะประชาสัมพันธ์ภารกิจที่หลากหลายข้างต้นไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หวังผล และประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่ประวัติ ผลงาน และความภาคภูมิใจของหน่วยงานไปสู่ทุกภาคส่วน ในฐานะองค์กรหลักในการ สร้างสรรค์และบริหารจัดการนโยบายและแผนพลังงานเพื่อความยั่งยืนทุกมิติการสื่อสาร โดยจะเน้นการสร้าง การรับรู้และเข้าใจที่ถูกต้องต่อนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านต่างๆ และคัดเลือกช่องทางสื่อสารที่เพิ่มการ เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการลดการบิดเบือนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยโครงการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการดำเนินงานโฆษณาประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ซึ่งรายละเอียด และข้อกำหนดขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR) ฉบับนี้ เป็นส่วนของการว่าจ้างดำเนิน โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อเชิญชวนนิติบุคคลที่มีอาชีพและมี ประสบการณ์ตรงทางการสร้างสรรค์ การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมรณรงค์ และ การประชาสัมพันธ์นโยบายไปสู่สาธารณะ เพื่อร่วมเสนอความคิดสร้างสรรค์และยื่นข้อเสนอเพื่อนำสาร “นโยบาย เป้าหมาย ภารกิจ และมาตรการสำคัญ ของ สนพ.” และ “สนพ. ขับเคลื่อนนโยบายอย่างสร้างสรรค์ ก้าวที่มั่นคง เพื่อพลังงานไทยที่ยั่งยืน” สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและเห็นผล โดยมีวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสาร ขอบเขตการดำเนินงาน ระยะเวลาดำเนินงาน และข้อกำหนดอื่นๆ ดังนี้

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการต่างๆ ที่มี ผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกลุ่มเป้าหมาย รับรู้บทบาทของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ใน การขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เชิงรุกและสร้างช่องทางสื่อสารประจำ ให้มีข่าวสารและสื่อ ประชาสัมพันธ์ของ สนพ. อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการส่งต่อข้อมูลที่ต้องการและลดการบิดเบือนข้อมูลใน ช่องทางที่ไม่เป็นทางการ

๒.๓ เพื่อจัดทำแผนการสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้านนโยบายการอนุรักษ์ พลังงาน รวมถึงทำให้ข้าราชการและบุคลากรในองค์กรเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมกับนโยบายการ อนุรักษ์พลังงานในฐานะตัวแทนองค์กร

๒.๔ เพื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการสื่อสาร ตลอดจน เป็นช่องทางหลักที่นำเชื่อถือสูงในการสื่อสารเพื่อตอบสนองนโยบายด้านพลังงานของประเทศ

๒.๕ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์ บริหารจัดการนโยบายและแผนด้านพลังงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพลังงานไทยที่ยั่งยืน

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก

- ภาคประชาชน
- กลุ่มสังคมออนไลน์
- นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน และธุรกิจ SMEs
- ผู้ที่ให้ความสนใจข่าวสารด้านนโยบายพลังงานและแผนอนุรักษ์พลังงาน

๓.๒ กลุ่มเป้าหมายรอง

- สื่อมวลชน

๓.๓ กลุ่มเป้าหมายภายใน

- ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน สนพ.

- หน่วยงานภายในสังกัดกระทรวงพลังงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ นำเสนอทสรุปสำหรับการสื่อสารโครงการ

๔.๑.๓ นำเสนอบทวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารเพื่อยกระดับการสื่อสารแคมเปญ “สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน” ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อเทรดิชันแนลในปี ๒๕๖๑

๔.๑.๔ นำเสนอกยุทธ์การสื่อสารใหม่ให้กับแคมเปญ เพื่อเพิ่มสีสันการประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัลและสื่อเทรดิชันแนล ที่มีเป้าหมายให้การวัดผลแคมเปญทั้งการเข้าถึงและความคุ้มค่า

๔.๑.๕ นำเสนอแนวทางสร้างสรรค์ (Creative Direction) และโทนการนำเสนอ (Mood & Tone) ให้น่าสนใจสำหรับแผนดำเนินงานโครงการ เพื่อสร้างแรงกระแทกทางการสื่อสารและสร้างให้เกิดการรับรู้และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สนพ.

๔.๒ รูปแบบการดำเนินการ

โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน จะแบ่งการดำเนินงานโครงการออกเป็น ๓ แคมเปญหลัก ดังนี้

แคมเปญที่ ๑ สร้างการรับรู้ การกิจบทบาท สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ตามสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการสำคัญที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกลุ่มเป้าหมาย ให้มีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายมีรูปแบบที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อสารสมัยใหม่

แคมเปญที่ ๒ สร้างการรับรู้โครงการเด่นของ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ให้มีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายมีรูปแบบที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อสารสมัยใหม่

แคมเปญที่ ๓ สร้างการรับรู้มาตรการลดฟืนฟางและหรือตามสถานการณ์ฉุกเฉิน ของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ให้มีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายมีรูปแบบที่เหมาะสมกับช่องทางสื่อสารสมัยใหม่

โดยกำหนดให้มี รายละเอียดการดำเนินงานแต่ละแคมเปญ อย่างน้อยต้องประกอบด้วย

๔.๒.๑ ผลิตสื่อดิจิทัลประเภท Video Content จำนวน ๑ เรื่องต่อแคมเปญ จำนวนรวม ๓ เรื่อง ความยาวเรื่องละไม่น้อยกว่า ๒ นาที โดยให้เสนอทางเลือกการสื่อสารแต่ละแคมเปญ ไม่น้อยกว่า ๒ ทางเลือก

๔.๒.๒ ดำเนินการวางแผนเผยแพร่ Video Content ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒.๑ ผ่านสื่อดิจิทัล โดยแต่ละเรื่อง ให้มียอดผู้ชม (Views) ไม่น้อยกว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ Views และให้มียอดการมีส่วนร่วมและเข้าถึง (Engagement) ในเพจ EPPO Thailand ไม่น้อยกว่า ๑๕% (รวมทุกช่องทางสื่อสารเมื่อสิ้นสุดแคมเปญ) โดยมีระยะเวลาเผยแพร่ ๖๐ วัน ดังนี้

๑) ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางหลัก Facebook เพจ EPPO Thailand (facebook.com/EppoKnowledge) และ YouTube EPPO Channel (@epPOCHannel)

๒) ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางรอง ได้แก่

- สร้างกระแสผ่าน Influencer ทั้งบุคคลหรือเพจดังที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ Page Likes ขึ้นไป เพจดังกล่าวต้องมีภาพลักษณ์ดีมีแนวทางสื่อสารสอดคล้องกับ

แคมเปญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ บุคคลหรือเพจดังต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๕ บุคคลหรือเพจดัง

- สร้างกระแสให้แคมเปญเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง แต่แต่ละครั้งให้มิข่าวได้รับการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑๐ ซีนข่าว

๔.๒.๓ ดำเนินการวางแผนบริหารสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Selective Media ที่เจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม อาทิ Display Ads. หรือ Social Media Ads. (Instagram, Twitter) หรือ Google Adwords หรือ Creative Video หรือ Google Display Network หรือ Line TV Exclusive Content หรือ Native Ad. และหรือแพลตฟอร์มสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมกับแคมเปญ และทำให้แคมเปญสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลได้มากขึ้น โดยให้ดำเนินการภายในช่วงระยะเวลาเผยแพร่ของแคมเปญ

๔.๒.๔ ผลิตและเผยแพร่สื่อสนับสนุน ได้แก่

๑) ออกแบบผลิตและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความนิยมสูง ๕ อันดับแรก ในรูปแบบ Press Ad. หรือ Magazine Ad. หรือ Info-graphic Ad. หรือ Special Scoop ขนาด Junior Page ขาวดำและหรือสีสี จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนสื่อสิ่งพิมพ์
- วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ หน้าหน้การวางสื่อ ประเภทและฉบับสิ่งพิมพ์ที่เลือก
- ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Readership, Reach, CPM และ Total Insertion
- ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์

๒) ออกแบบผลิตและเผยแพร่สื่อ Banner Online บนเว็บไซต์ที่มีความนิยมสูง ๕ อันดับที่มีกลุ่มเป้าหมายตรงกับแคมเปญ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ เว็บไซต์ต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๙ เว็บไซต์ โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- กลยุทธ์การวางแผนสื่อ Banner Online
- วิเคราะห์ในการวางแผนเลือกใช้สื่อ ขนาด-หน้า-และตำแหน่งที่เลือก ระยะเวลาในการเผยแพร่
- ประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- ระบุตัวชี้วัดสำคัญ Impression ฯลฯ
- ตารางการวางแผนเผยแพร่สื่อ Banner Online

๔.๒.๕ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (Control PR) ประกอบด้วย

๑) จัดทำ TV tie-in ในรูปแบบที่น่าสนใจ กลมกลืนกับรูปแบบเนื้อหาผ่านรายการโทรทัศน์ที่มีความนิยมสูงด้านการรับชม จำนวน ๑ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง

๒) จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษหรือทำประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านรายการโทรทัศน์ที่มีความนิยมสูงด้านการรับชม ๓ อันดับแรก จำนวน ๒ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง

๓) จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษหรือทำประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และหรือนิตยสารที่มีความนิยมสูง ๕ อันดับแรก จำนวน ๒ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง

๔) จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษหรือทำประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านสื่อวิทยุที่มีความนิยมสูง ๓ อันดับแรก จำนวน ๒ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง

๕) จัดทำการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์หรือเว็บไซต์ที่มีความนิยมสูง ๕ อันดับแรก จำนวน ๕ ครั้งต่อแคมเปญ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง

๔.๒.๖ ข้อเสนอการสื่อสารในช่องทางอื่นเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับแคมเปญ (ถ้ามี)

๔.๓ การบริหารโซเชียลมีเดีย “EPPO Thailand” (ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter และ Website) ตลอดระยะเวลาในสัญญา ดังนี้

๔.๓.๑ ประสานการนำเนื้อหาทุกประเภทเพื่อส่งไปเผยแพร่ใน www.eppo.go.th และจัดทำรายงานการดำเนินงานทุกเดือนหรือตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุมอบหมาย

๔.๓.๒ ดำเนินการบริหาร ชิงงาน เพื่อโพสต์ใน Facebook เพจ EPPO Thailand (facebook.com/EppoKnowledge) ไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิงงานต่อเดือน ตลอดระยะเวลาในสัญญา

๔.๓.๓ เพิ่มยอดผู้ติดตาม Facebook เพจ EPPO Thailand (facebook.com/EppoKnowledge) ไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ Page Likes และจัดทำรายงานการบริหารทุกสัปดาห์หรือตามที่ สนพ. (โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ) มอบหมาย

๔.๓.๔ จัดทำเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารผ่าน News media website และหรือ Web board และหรือ Blogger ที่ได้รับความนิยมสูงไม่น้อยกว่า ๓ URL และให้เสนอแผนโปรโมทให้เนื้อหาได้รับรู้อย่างกว้างขวาง และสร้างการเชื่อมโยงการส่งเสริมการรับรู้กับโครงการ

๔.๓.๕ จัดให้มีกิจกรรมสร้างแรงจูงใจกับกลุ่มเป้าหมายใน Facebook เพจ EPPO Thailand (facebook.com/EppoKnowledge) โดยจัดให้มีของที่ระลึกมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บาทต่อครั้ง จำนวน ๓ ครั้ง

๔.๔ จัดกิจกรรมรณรงค์ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการและหรือมีกลุ่มเป้าหมายตรงกับเป้าหมายที่โครงการมุ่งหวังที่จะสื่อสาร หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ สนพ. มอบหมาย จำนวน ๒ ครั้ง โดยรายละเอียดของกิจกรรมต้องประกอบด้วย

๑) วิเคราะห์การจัดอันดับและกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมที่จะเสนอ

๒) นำเสนอสถานที่/พื้นที่จัดกิจกรรม/จำนวน KPI กลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าถึง

๓) นำเสนอแนวคิดและรูปแบบกิจกรรม

๔) จัดให้มี Influencer / Endorsers / Net Idol ร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ คน

๕) จัดให้มีสื่อโปรโมทกิจกรรมรณรงค์ โดยระบุจำนวนและ Specification มาโดยละเอียด

๖) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

๗) ข้อเสนออื่นเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมรณรงค์ (ถ้ามี)

๔.๕ จัดให้มีสื่อสนับสนุนกิจกรรม (ของที่ระลึก) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์โครงการ จำนวน ๒ รายการ จำนวนผลิตรวม ๑,๐๐๐ ชิ้น ในวงเงินไม่ต่ำกว่าชิ้นละ ๑๕๐ บาท หรือตามที่ สนพ. เห็นสมควร โดยให้เสนอแนวคิดการออกแบบที่ทันสมัยเหมาะสมกับการสื่อสารของแคมเปญ ให้ระบุประเภท จำนวนผลิตต่อรายการ และ Specification ให้ชัดเจน

๔.๖ ข้อกำหนดอื่นๆ เมื่อผู้เสนอราคารายใดได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็นผู้ชนะการประกวดราคาแล้ว จะต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้

๔.๖.๑ ต้องเสนอแผนการดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) พร้อมเสนอวิธีการคำนวณมูลค่าการเผยแพร่ในสื่อดิจิทัล (Digital PR Value) ของทั้ง ๓ แคมเปญ เพื่อประกอบการพิจารณาแผนงาน ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ภายใน ๑๕ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

- ๔.๖.๒. ต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานของแคมเปญรวมถึงการเผยแพร่สื่อรวมทุกช่องทาง ตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๒ ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อพิจารณาภายใน ๗ วันหลังได้รับอนุมัติแนวทางการผลิต Video Content ของแคมเปญนั้นๆ
- ๔.๖.๓. ต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานรายเดือน (Media Monthly Plan) ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อพิจารณาล่วงหน้า ๑๕ วันก่อนดำเนินงานในเดือนถัดไป
- ๔.๖.๔. ต้องนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมรณรงค์ ตามขอบเขตการดำเนินงาน ๔.๔ พร้อมรายละเอียดค่าใช้จ่าย ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของการจัดกิจกรรมรณรงค์ในแต่ละครั้ง ล่วงหน้า ๑๕ วันก่อนดำเนินงาน
- ๔.๖.๕. ต้องนำเสนอแผนการบริหารเนื้อหาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง รวมถึงแผนเพิ่มยอดการติดตามผ่าน Facebook เพจ EPPO Thailand (facebook.com/EppoKnowledge) และ YouTube EPPO Channel (@eppochannel) รายสัปดาห์ ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุพิจารณาล่วงหน้า ๗ วันทำการราชการก่อนดำเนินงานในสัปดาห์ถัดไป
- ๔.๖.๖. ต้องจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานทุกสัปดาห์ หรือตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุมอบหมาย ตลอดระยะเวลาในสัญญา
- ๔.๖.๗. ต้องประสานงานกับที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่บริหารโครงการประชาสัมพันธ์ฯ เพื่อร่วมกันพิจารณาภาพรวมของแผนการดำเนินงานต่างๆ ก่อนนำเสนอ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ
- ๔.๖.๘. กรณีที่มีการนำไฟล์ไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง
- ๔.๖.๙. ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ
- ๔.๖.๑๐. ต้องจัดให้มีผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ศึกษาด้านวิชาการที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านการพลังงาน อย่างน้อย ๑ คน พร้อมรับรองการเป็นที่ปรึกษาของโครงการฯ เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อกลั่นกรองและถ่ายทอดข้อมูลทางวิชาการออกมาให้เข้าใจง่าย ก่อนนำเสนอให้ สนพ. พิจารณา และต้องลงนามรับรองข้อมูลนั้นด้วยทุกครั้ง
- ๔.๖.๑๑. ต้องบันทึกต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเสร็จแล้วทั้งหมดลงในแผ่น 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
- ๔.๖.๑๒. ต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมาย ด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ หรือปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว
- ๔.๖.๑๓. ต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด (ถ้ามี) เป็นเวลาอย่างน้อย ๖ เดือน นับจากวันสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- ๔.๖.๑๔. ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว
- ๔.๖.๑๕. ต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมกับ สนพ. คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ หรือที่ปรึกษาบริหารโครงการฯ ตลอดระยะเวลาของสัญญา ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย และต้องทำรายงานการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง ภายใน ๔๘ ชั่วโมงหลังจากการประชุมเสร็จสิ้น

- หมายเหตุ** ๑) ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม (ถ้ามี) จะไม่นำมาพิจารณาในการให้คะแนนข้อเสนอด้านเทคนิค
- ๒) ข้อเสนอทางเทคนิคตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔. รวมถึงข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม (ถ้ามี) สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมและจำเป็น ภายใต้วงเงินงบประมาณ โดยความเห็นชอบของ สนพ. ผ่านคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ทั้งนี้การดำเนินงานนั้นต้องเป็นประโยชน์แก่ทางราชการและไม่ทำให้ราชการเสียประโยชน์
- ๓) กรณีที่ผู้ชนะการประกวดราคาไม่สามารถดำเนินการตามข้อกำหนดในขอบเขตการดำเนินงานได้ คณะกรรมการฯ ขอสงวนสิทธิ์พิจารณาความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นนอกเหนือจากค่าปรับตามสัญญาจ้างด้วย
- ๔) ผู้เสนอราคาสามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับพลังงาน หรือสื่อประชาสัมพันธ์ของ สนพ. ที่ผ่านมาได้ที่ “www.eppo.go.th” หรือ Facebook เพจ EPPO Thailand (facebook.com/EppoKnowledge) หรือ YouTube EPPO Channel (@eppochannel)

๕. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๕.๑ กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการต่างๆ ที่มีผลกระทบ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกลุ่มเป้าหมาย รับรู้บทบาทของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

๕.๒ ทำให้ สนพ. มีช่องทางสื่อสารที่น่าเชื่อถือ เพื่อส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้องและลดการบิดเบือนข้อมูลในช่องทางที่ไม่เป็นทางการ

๕.๓ ทำให้ สนพ. มีแผนการสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้านนโยบายการอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงทำให้ข้าราชการและบุคลากรในองค์กรเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมกับนโยบายในฐานะตัวแทนองค์กร

๕.๔ ทำให้ สนพ. มีช่องทางสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นช่องทางหลักที่น่าเชื่อถือสูงในการสื่อสารเพื่อตอบสนองนโยบายด้านพลังงานของประเทศ

๕.๕ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ซึ่งเป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์บริหารจัดการนโยบายและแผนด้านพลังงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพลังงานไทยที่ยั่งยืน

๖. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๖.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลผู้ประกอบการอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง และมีประสบการณ์ ได้แก่ ๑) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล ๒) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชันแนล และสื่อมวลชน ๓) การจัดกิจกรรมรณรงค์ อย่างครบวงจร

๖.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเคยมีผลงานการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของภาครัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร ในรูปแบบ Full campaign มีผลงานโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า ๖ ล้านบาท ต่อสัญญา ให้แนบหนังสือรับรองผลงานและสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิคไม่น้อยกว่า ๑ ผลงาน

๖.๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีทีมงานที่มีความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ มีศักยภาพและความพร้อมที่จะทำงานได้ทันที ตลอดจนความสามารถ ในการขอรับความอนุเคราะห์จากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน

๖.๔ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๖.๕ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖.๖ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๖.๗ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๖.๘ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๖.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๖.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญา ต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๖.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๖.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

๗. การยื่นข้อเสนอ

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

๗.๑ ข้อเสนอด้านเทคนิค ได้แก่

๗.๑.๑ รายละเอียดแผนงานตามขอบเขตดำเนินงานตามข้อ ๔. และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน

๗.๑.๒ ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

๑) บทสรุปสำหรับการสื่อสารโครงการ บทวิเคราะห์แนวทางการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร แนวทางสร้างสรรค์และโหนดการนำเสนอ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑

๒) แผนดำเนินงานโครงการ ๓ แคมเปญหลัก ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒

๓) แผนการบริหารสื่อโซเชียลมีเดีย “EPPO Thailand” ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓

๔) แผนการจัดกิจกรรมรณรงค์ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔

๕) แผนการผลิตของที่ระลึก ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๕

๖) ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม (ถ้ามี)

๗.๑.๓ รายชื่อ ประวัติการทำงาน และผลงานของคณะทำงาน (ทีมงานหลักที่จะทำงานในโครงการ) ประวัติและผลงานของผู้เสนอราคาที่ผ่านมา เฉพาะงานที่สำคัญ รายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา (ความยาวไม่เกิน ๑๕ หน้า)

๗.๑.๔ เอกสารยืนยันงานจากหน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า ๖ ล้านบาทต่อสัญญา ไม่น้อยกว่า ๑ งาน (แนบหนังสือรับรองผลงานและสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิค)

๗.๒ ข้อเสนอด้านราคา

กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน นับแต่วันเสนอราคา

๘. การนำเสนองาน

เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาผลการประกวดราคา และโดยสภาพของงานจ้างครั้งนี้จำเป็นต้องทราบรายละเอียดให้ชัดเจนเพิ่มขึ้น สนพ. จึงกำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอเข้านำเสนองาน ณ สนพ. ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคา โดยจัดลำดับการนำเสนอจากผู้ที่ยื่นข้อเสนอเข้าสู่ระบบก่อน - หลัง ซึ่งจะกำหนดวันและเวลาในการนำเสนอ ให้ทราบต่อไป ทั้งนี้ ขอให้ผู้ที่ได้ยื่นข้อเสนอ นำสำเนาเอกสาร(สี) ที่ได้ยื่นในระบบแล้ว จำนวน ๓ ชุด มาประกอบการนำเสนอในงานในครั้งนี้ด้วย

๙. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

สนพ. ใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์ข้อเสนอด้านเทคนิค โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด และพิจารณาจ้างผู้ที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเท่านั้น ดังนี้

๙.๑ ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๓๐

๙.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

คะแนนเต็มรวม ๑๐๐ คะแนน

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๗๐

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิคต้องมีรายละเอียดเป็นไปตามข้อ ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ ๖. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และข้อ ๗. การยื่นข้อเสนอ โดย สนพ. จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ ดังนี้

๙.๒.๑ แนวคิดหลัก รูปแบบงาน และรายละเอียดแผนงานโดยรวม คะแนน ๘๐ คะแนน

๑) ความเข้าใจในเป้าหมายหลักในการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสารให้เห็นผล

๒) บทวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารเพื่อยกระดับการสื่อสารแคมเปญผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อเทร็ดดิชันแนล ในปี ๒๕๖๑

๓) ความชัดเจนของกลยุทธ์การสื่อสารพร้อมเหตุผลสนับสนุน เพื่อให้แคมเปญมีประสิทธิภาพการเข้าถึง

๔) ความชัดเจนการนำเสนอสิ่งใหม่ของแนวทางสร้างสรรค์ โทนาการนำเสนอที่ต่อยอดจากแผนงาน/โครงการในอดีต

๕) ความคิดสร้างสรรค์ของ ๓ แคมเปญหลัก

๖) ประสิทธิภาพของแผนการเผยแพร่ของ ๓ แคมเปญหลัก พร้อมการันตียอดผู้ชม ยอดการเข้าถึง ยอดการมีส่วนร่วมกับแคมเปญ หรือตัวชี้วัด KPIs ของสื่อ Selective Media

๗) ประสิทธิภาพของแผนการเผยแพร่สื่อสนับสนุน พร้อมการันตียอดการเข้าถึงหรือมีตัวชี้วัด KPIs

๘) ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน (Control PR)

๙) ประสิทธิภาพและรูปแบบกิจกรรมรณรงค์ที่มีความชัดเจน

๑๐) แนวทางการบริหารสื่อโซเชียลมีเดีย รูปแบบ และตัวชี้วัด KPIs

๑๑) แนวทาง รูปแบบ ดีไซน์ และจำนวนที่จะผลิตของที่ระลึก

๙.๒.๒ คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และคณะทำงาน คะแนน ๑๐ คะแนน

๑) หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของคณะทำงาน (Company Profile)

๒) ผลงานที่ผ่านมาด้านที่เห็นผลงานเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ ด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ผ่าน

สื่อเทรดิชั่นแนล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน รวมถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์
โครงการสำคัญที่ผ่านมา

ก) ความพร้อมของผู้รับจ้างที่พร้อมจะเริ่มงานได้ทันที

ข) ประวัติและผลงานผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ศึกษาด้านวิชาการ

ค) ประวัติ, ผลงานและความพร้อมของทีมงานหลักที่จะมาปฏิบัติงาน ได้แก่ จำนวน
บุคลากรที่ร่วมงานจริง ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ของทีมงาน

๙.๒.๓ รายละเอียดและความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อเสนอโดยรวม คะแนน ๑๐ คะแนน

๑๐. ข้อกำหนดการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงิน

กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายใน ๑๒ เดือน โดยแบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น
๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการ
ดำเนินงานข้อ ๔.๒ (แคมเปญที่ ๑) และรายงานผลการบริหารสื่อโซเชียลมีเดีย “EPPO Thailand” เดือนที่ ๑
- ๔ แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๔ เดือนนับถัดจากวันลงนามในสัญญา และผู้ว่าจ้างได้
ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๒๕ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการ
ดำเนินงานข้อ ๔.๒ (แคมเปญที่ ๒) และรายงานผลการบริหารสื่อโซเชียลมีเดีย “EPPO Thailand” เดือนที่ ๕
- ๘ แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๘ เดือนนับถัดจากวันลงนามในสัญญา และผู้ว่าจ้างได้
ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ (งวดสุดท้าย) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ ๕๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตาม
ขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ (แคมเปญที่ ๓) ข้อ ๔.๓ ข้อ ๔.๔ และรายงานผลการบริหารสื่อโซเชียลมีเดีย
“EPPO Thailand” เดือนที่ ๙ - ๑๒ แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน ๑๒ เดือนนับถัดจากวัน
ลงนามในสัญญา และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ เมื่อผู้ชนะการประกวดราคาได้รับทราบผลการพิจารณาการประกวดราคาแล้ว จะต้องดำเนินการ
จัดทำรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่อรายการ ส่งให้ สนพ. ที่กลุ่มกองทุนพลังงาน ชั้น ๓ ภายใน ๕ วันทำการ
นับถัดจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งผลการพิจารณาการประกวดราคา เพื่อประกอบการทำสัญญาและ
เบิกจ่ายเงินตามงวดงานดังกล่าว

๑๑. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ไม่น้อยกว่า ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ สนพ. ได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้
ใช้การได้ดีดังเดิมภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

ลงนาม ปิยะ ไทศรี ประธานกรรมการ
(นางสาวนุจรีย์ เพชรรัตน์)

ลงนาม อังศุมาลิน กรรมการ
(นางสาวจตุรพร ผลพิบูลย์)

ลงนาม พิเชฐ บุญรอด กรรมการ
(นายคีตภรณ์ บุญรอด)

ลงนาม สุวิทย์ กรรมการ
(นายสุวิทย์ ธิรัตน์ กาศา)

ลงนาม กนกวรรณ กรรมการ
(นางสาวกนกวรรณ เส็งประถม)