

ขอบเขตโดยละเอียดของงานที่จะจ้าง
(Terms of Reference : TOR)
โครงการบริหารการสื่อสารด้านพลังงานบนสื่อโซเชียลมีเดีย ปี 2562

1. เหตุผลและที่มา

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์บริหารจัดการนโยบายและแผนด้านพลังงานเพื่อความยั่งยืนของประเทศ ในฐานะหน่วยงานของรัฐที่มีพันธกิจด้านการเสนอแนะนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านพลังงานของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแผนบริหารพลังงานของประเทศ ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน การป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงสถานการณ์ฉุกเฉิน อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการกำกับ และติดตาม นโยบายและบริหารพลังงานของประเทศ รวมทั้งเป็นหน่วยงานด้านนโยบายที่ขับเคลื่อนและมาตรการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์หรือสถานการณ์ในประเทศโดยผ่านกลไกของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) ผ่านกลไกของคณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) เป็นต้น

การสื่อสารของ สนพ. ส่วนใหญ่เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร การกระจายข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย มติที่ประชุม มาตรการ และแผนดำเนินงาน เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน อันจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และกลุ่มเป้าหมายเกิดการสนับสนุน ขับเคลื่อน งานด้านพลังงานต่อไปโดยการดำเนินงานที่ผ่านมาของ สนพ. ได้มีการติดตามผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ระหว่างปี 2560 - 2561 โดย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5,400 ตัวอย่างที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ พบว่า มีการรับรู้ ว่า สนพ. เป็นหน่วยงานด้านนโยบาย ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์พลังงาน และให้ความรู้ความเข้าใจด้านการประหยัดพลังงาน รวมถึงเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ที่ตรงต่อให้ประหยัดพลังงานทั้งในสถานการณ์ฉุกเฉินและสถานการณ์ปกติ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการดำเนินงานด้านการรณรงค์และงานเผยแพร่ที่ผ่านมา และกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเนื้อหาสาระเกี่ยวกับสถานการณ์พลังงาน การอนุรักษ์พลังงาน การประหยัดพลังงานจากการเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลและสื่อออนไลน์สม่ำเสมอมากที่สุด

สนพ. ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านพลังงาน ติดตามสถานการณ์พลังงาน เพื่อประชาชนจะได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในประเด็นนโยบายด้านพลังงานอย่างต่อเนื่องและการทำความเข้าใจเรื่องสถานการณ์ราคาน้ำมัน รวมถึงการนำเข้าก๊าซแอลเอ็นจี รวมถึงขับเคลื่อนภารกิจที่อาจมีประเด็นต่อสาธารณะในปี 2562 เช่น ประเด็นการจัดทำแผนการพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้า การสร้างโรงไฟฟ้าในภูมิภาคต่างๆ โซลาร์ภาคประชาชน เพื่อส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าเสรี เป็นต้น จึงจำเป็นต้องมีการเฝ้าระวังสถานการณ์ข่าวสาร มีการเตรียมพร้อมข้อมูลเพื่อทำคำชี้แจง และมีกลยุทธ์ด้านการสื่อสารเพื่อตอบโต้ได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งโครงการนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ กระทรวงพลังงาน ด้านการบริหารสถานการณ์ข่าวสารในปี 2562 เพื่อสนับสนุนงานด้านการบริหารสถานการณ์ข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานในกระทรวง การรายงานความก้าวหน้าเพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นข่าวสารในการเผยแพร่ในแต่ละสัปดาห์ การกำหนดระยะเวลาการดำเนินการให้ทันตามสถานการณ์ การเลือกใช้เครื่องมือและช่องทางสื่อสารบนสื่อโซเชียลที่เหมาะสมกับการนำสารที่ถูกต้องไปเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมายหวังผล

สนพ. ตระหนักถึงความจำเป็นต้องมีการบริหารการสื่อสารประเด็นพลังงานบนสื่อโซเชียลมีเดีย การประชาสัมพันธ์นโยบาย มติที่ประชุม มาตรการต่างๆ ตลอดจนแผนอนุรักษ์พลังงานและแผนพลังงานทดแทน รวมถึงภารกิจที่ สนพ. ได้รับมอบหมายสู่กลุ่มเป้าหมายบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้ Facebook ประมาณ 52 ล้านคน ซึ่ง สนพ. มี Facebook Fanpage ในการดูแลและยอดผู้ติดตามดังนี้ Facebook EPPO Thailand มีกว่า 260,000 Page likes, Facebook ENCONFUND Thailand มีกว่า 140,000 Page likes และยอด Facebook รวมพลังงาน 2 มีกว่า 370,000 Page likes

เพื่อให้การดำเนินงานการบริหารการสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. เป็นไปอย่างมีเอกภาพ มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น สอดคล้องกับข้อสั่งการนายกรัฐมนตรีที่ได้มอบนโยบายให้ส่วนราชการจัดทำงบประมาณอิงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี สอดประสานยุทธศาสตร์ที่ 2 ของประเทศ โดยให้หน่วยงานราชการต้องยกระดับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างมีกลยุทธ์สู่ยุคดิจิทัลให้มากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของโลกการสื่อสาร และเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์นโยบายรัฐผ่านการสื่อสารดิจิทัลเพื่อมุ่งสู่ Thailand 4.0 สนพ. จึงเห็นควรดำเนินโครงการบริหารการสื่อสารด้านพลังงานบนสื่อโซเชียลมีเดีย ปี 2562 โดยดำเนินการบริหารการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่ สนพ. มีอยู่ในปัจจุบันแบบรวมศูนย์ พร้อมทั้งจะนำเรื่องการบริหารสถานการณ์ด้านพลังงานปี 2562 และการขับเคลื่อนภารกิจที่ประเด็นอาจกระทบต่อสาธารณะมาเป็นตัวชี้วัดในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน และบูรณาการทำงานเชิงรุกร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงพลังงานเพื่อเฝ้าระวังข่าวสารบนสื่อโซเชียลมีเดีย การจัดทำเนื้อหาเพื่อทำคำชี้แจงตอบโต้ โดยแลกเปลี่ยนข้อมูลจากสื่อหลักและสื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงมีสื่อรณรงค์ที่ช่วยสร้างการจดจำและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สนพ.

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อบริหารการสื่อสารด้านพลังงานผ่าน Facebook ของ สนพ. และเฝ้าระวังการขับเคลื่อนภารกิจที่ประเด็นอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ บนสื่อโซเชียลมีเดียให้มีประสิทธิภาพ

2.2 เพื่อควบคุมเนื้อหาที่จะสื่อสารแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงพลังงาน และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจบรรลุตามเป้าประสงค์

2.3 เพื่อเป็นช่องทางหลักที่มีความน่าเชื่อถือในการเข้าถึงข้อมูลด้านพลังงานของประเทศ และมีแผนเพิ่มยอดผู้ติดตามเพจของ สนพ. เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มุ่งหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มภาคประชาชนบนสังคมออนไลน์ (กลุ่มหลัก มีช่วงอายุระหว่าง 13-44 ปี)

3.2 กลุ่มสถาบันการศึกษา นักวิชาการ ผู้นำความคิด

3.3 กลุ่มสื่อมวลชน

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินโครงการบริหารการสื่อสารด้านพลังงานบนสื่อโซเชียลมีเดีย ปี 2562 โดยมีรายละเอียดหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

4.1 ให้คำปรึกษาการบริหารการสื่อสารประเด็นพลังงานบนสื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงให้คำแนะนำ สนพ. ในการวางแผนการสื่อสารโครงการประชาสัมพันธ์ฯ ปีงบประมาณ 2562 ให้มีกลยุทธ์การสื่อสาร ภายใต้กรอบเวลา และเป็นไปตามสัญญาจ้าง เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เกิดความรัดกุมในการใช้จ่ายงบประมาณหรือตามที่ สนพ. (โดย คณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา) มอบหมายดังนี้

4.1.1 โครงการรณรงค์ประหยัดพลังงานภาคประชาชน “โครงการรวมพลังหาร 2” ปี 2562

4.1.2 งานประชาสัมพันธ์โครงการที่ สนพ. มอบหมายเพิ่มเติม (ถ้ามี)

4.2 ดำเนินโครงการบริหารการสื่อสารด้านพลังงานบนสื่อโซเชียล ปี 2562 ดังนี้

4.2.1 วิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์การบริหารการสื่อสารด้านพลังงานปี 2562 ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ให้คำปรึกษา แนะนำ วิเคราะห์ และวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร รวมถึงเข้าร่วมประชุม แลกเปลี่ยนข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดีย หรืองานอื่นๆ ตามที่ สนพ. มอบหมาย
- 2) ติดตามสถานการณ์ข่าวสารจากแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการให้ข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่ให้ทันกับสถานการณ์
- 3) วางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร คัดเลือกช่องทางที่ต้องการสื่อสารบนสื่อโซเชียลมีเดียให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสารอย่างตรงจุด
- 4) รายงานความก้าวหน้าการปฏิบัติงานตลอดระยะเวลาในสัญญา

4.2.2 วิเคราะห์และวางแผนการบริหารการสื่อสารในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาคอนเทนต์ Facebook Fanpage แผนเพิ่มยอดผู้ติดตามเพจ วิเคราะห์ และวางแผนบริหารการสื่อสารโดยจัดทำเป็นคอนเทนต์เนื้อหาที่จะสื่อสารบน Facebook Fanpage ที่ สนพ. รับผิดชอบ รวมถึงวิเคราะห์และกำหนดเป้าหมายในการเพิ่มยอดผู้ติดตามเพจเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นโดยดำเนินการให้แล้วเสร็จตามเป้าหมายภายในระยะเวลาโครงการ ดังนี้

- 1) งานนโยบายด้านพลังงาน งานภารกิจของ สนพ. สนับสนุนยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน และหรือยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ผ่านช่องทางเพจ EPPO Thailand พร้อมดำเนินการดังนี้
 - จัดทำคอนเทนต์เนื้อหาที่จะสื่อสาร ผลิตและเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 160 ชิ้นตลอดระยะเวลาในสัญญา
 - เสนอแผนเพิ่มยอดผู้ติดตาม และต้องมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 50,000 Page likes เมื่อสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- 2) งานด้านอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนหรือโครงการและผลงานเด่นด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน ผ่านช่องทางเพจ ENCONFUND Thailand หรืออาจจะมีการเปลี่ยนเป็นชื่ออื่น หรือเพจอื่นที่ สนพ. มอบหมาย พร้อมดำเนินการดังนี้
 - จัดทำคอนเทนต์เนื้อหาที่จะสื่อสาร ผลิตและเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 24 ชิ้นตลอดระยะเวลาในสัญญา
 - เสนอแผนเพิ่มยอดผู้ติดตาม และต้องมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 30,000 Page likes เมื่อสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- 3) งานด้านการรณรงค์ประหยัดพลังงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานพลังงานภาคประชาชนที่เห็นผลเป็นรูปธรรมจะเผยแพร่ผ่านช่องทางเพจ รวมพลังหาร 2
 - จัดทำคอนเทนต์เนื้อหาที่จะสื่อสาร ผลิตและเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 240 ชิ้นตลอดระยะเวลาในสัญญา
 - เสนอแผนเพิ่มยอดผู้ติดตาม และต้องมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 100,000 Page likes เมื่อสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- 4) ดำเนินงานเผยแพร่เนื้อหาคอนเทนต์ และความคืบหน้าผ่านเพจต่างๆ ในข้อ 1) – 3) พร้อมจัดทำรายงานความก้าวหน้าการปฏิบัติงานเสนอ สนพ. ตลอดระยะเวลาในสัญญาตามที่คณะกรรมการฯ กำหนด

4.2.3 จัดกิจกรรมสร้างแรงจูงใจกับกลุ่มเป้าหมายบนเพจ โดยจัดให้มีของที่ระลึกรวมมูลค่าไม่น้อยกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง ดำเนินการจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 18 ครั้ง ในเพจต่างๆ ดังนี้

- 1) เพจ EPPO Thailand เสนอแผนพร้อมจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 8 ครั้ง
- 2) เพจ ENCONFUND Thailand หรือที่อาจจะมีการเปลี่ยนเป็นชื่ออื่น หรือเพจอื่นที่ สนพ. มอบหมาย เสนอแผนพร้อมจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง
- 3) เพจ รวมพลังหาร2 เสนอแผนพร้อมจัดกิจกรรม จำนวนไม่น้อยกว่า 8 ครั้ง

4.2.4 จัดอบรมด้าน Digital Media Training หรืออบรมเรื่องการบริหารการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ในหัวข้อที่ สนพ. เห็นชอบเพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ด้านการสื่อสารเฉพาะทาง โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมไม่น้อยกว่า 20 คน จำนวน 1 ครั้ง

4.3 ดำเนินการเฝ้าระวังประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อสาธารณะตามที่ สนพ. มอบหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 ติดตามเฝ้าระวังการบิดเบือนเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบการดำเนินนโยบาย ผู้บริหาร หรือโครงการทั้งในสื่อหลักและสื่อโซเชียลทุกประเภท เสนอแนวทางเพื่อลดผลกระทบหรือแนวทางการสื่อสารเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงอย่างทันท่วงที พร้อมจัดทำรายงานสรุปสถานการณ์และประเมินแนวโน้มความเคลื่อนไหวตามที่ได้รับมอบหมายตามที่ สนพ. เห็นสมควร

4.3.2 เข้าร่วมประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และหรือร่วมรายงานสถานการณ์งานที่ได้รับมอบหมายจากที่ประชุมโฆษกกระทรวงพลังงาน และหรือตามที่ สนพ. มอบหมาย ตลอดระยะเวลาในสัญญา

4.3.3 ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ สนพ. ในการบริหารเนื้อหาที่จะสื่อสารบนสื่อโซเชียลมีเดีย วางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร และการเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่โครงการรองรับไว้ในการตอบโต้ชี้แจงและทำความเข้าใจทันที เพื่อลดการบิดเบือนและการให้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ครบถ้วนไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับนโยบายและภารกิจขับเคลื่อนโดย สนพ. พร้อมประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน สนพ. และหรือผู้รับจ้างโครงการประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ขอบเขตการดำเนินงานสามารถเปลี่ยนแปลงรายละเอียดแผนการดำเนินงานหรือกิจกรรมและรายจ่ายได้ตามความเหมาะสมตามความเห็นชอบของ สนพ. โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ และสามารถถ่วงจ่ายระหว่างรายการได้

5. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน 8 เดือน นับถัดจากลงนามในสัญญา

6. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

6.1 ต้องเป็นนิติบุคคลไทยที่ประกอบกิจการหรือให้บริการงานที่ปรึกษา โดยทีมงานที่มีความรู้ความชำนาญในด้านการบริหารโครงการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ และสามารถบูรณาการกรอบการสื่อสาร วางกลยุทธ์การสื่อสารด้านเนื้อหาและช่องทางสื่อสาร และได้ขึ้นทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง สาขาการประชาสัมพันธ์ (PR: Public Relations Sector)

6.2 มีความรู้ ความชำนาญในด้านการประชาสัมพันธ์ มีความรู้ในนโยบาย มาตรการด้านพลังงาน และแผนประชาสัมพันธ์อย่างมีกลยุทธ์ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน การคัดเลือกเครื่องมือสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารที่แม่นยำ ภายในเวลาที่เหมาะสมทางการสื่อสาร และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนประชาสัมพันธ์

6.3 มีความรู้ ความชำนาญในการตรวจสอบข้อมูล วิเคราะห์ตรวจแก้ไขและกลั่นกรองงานประชาสัมพันธ์ก่อนเผยแพร่ทางช่องทางสื่อสารต่างๆ

6.4 ต้องเคยมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการให้กับหน่วยงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือ เอกชน และเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ โดยมีมูลค่างานจ้างไม่น้อยกว่า 8 ล้านบาทต่อสัญญา จำนวน 1 งาน ซึ่งเป็น ผลงานย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี

6.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงาน และได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของ หน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

6.6 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สนพ. หรือไม่เป็น ผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้

6.7 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่น ข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

6.8 ต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้อง ครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

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

6.10 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร พัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

6.11 คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสาม หมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

6.12 ต้องมีบุคลากรหลักและบุคลากรสนับสนุน ดังนี้

บุคลากรหลัก

- 1) **หัวหน้าโครงการ (ที่ปรึกษาอาวุโส)** จำนวน 1 คน มีประสบการณ์ด้านวิเคราะห์นโยบายและ การวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ การติดตามประเมินผล มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 11 ปี ขึ้นไป (วุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาธุรกิจและการจัดการ สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาบริหารธุรกิจ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิทยาศาสตร์ หรือสาขา อื่นที่เกี่ยวข้อง)
- 2) **ผู้จัดการโครงการ** จำนวน 1 คน มีประสบการณ์ด้านการสื่อสาร หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารและบริหารโครงการ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 20 ปี (วุฒิการศึกษาระดับปริญญา ตรีขึ้นไป สาขาวิทยาศาสตร์ สาขาการประชาสัมพันธ์ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)
- 3) **ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารคอนเทนต์** จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน มีประสบการณ์ด้านการ สื่อสารและบริหารโครงการ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีทักษะการสื่อสารเพื่อ การประชาสัมพันธ์ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 16 ปี (วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขาวิทยาศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)
- 4) **เจ้าหน้าที่ฝ่ายสร้างสรรค์และออกแบบ** จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน มีประสบการณ์ด้านออกแบบ ด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กราฟฟิคดีไซน์ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 16 ปี ขึ้นไป (วุฒิ การศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาทัศนศิลป์ หรือสาขาอื่นที่ เกี่ยวข้อง)

บุคลากรสนับสนุน

- 1) **เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตคอนเทนต์** จำนวน 3 คน มีประสบการณ์ด้านการเขียนเนื้อหาบนเพจ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1-5 ปี (วุฒิมัธยมศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิเทศศาสตร์ สาขาการจัดการธุรกิจโซเชียล สาขานวัตกรรมเพื่อการสื่อสาร สาขาบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)
- 2) **เจ้าหน้าที่แอดมินดูแลบริหารเพจ** จำนวน 3 คน มีประสบการณ์ด้านนิเทศศาสตร์ หรือนิติศาสตร์ มีทักษะการบริหารเพจ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1-5 ปี (วุฒิมัธยมศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิเทศศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาศิลปศึกษา หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)
- 3) **เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนมีเดียแพลนเนอร์** จำนวน 1 คน มีประสบการณ์ด้านการวางแผน มีทักษะด้านการวิเคราะห์ และสรุปประสิทธิภาพในการใช้มีเดียและแผนเพิ่มยอดผู้ติดตาม มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1-5 ปี (วุฒิมัธยมศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิเทศศาสตร์ สาขาการจัดการธุรกิจโซเชียล สาขานวัตกรรมเพื่อการสื่อสาร สาขาบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง)

โดยบุคลากรที่จะต้องเข้ามาปฏิบัติงานตามสัญญาฯ ให้เข้ามาปฏิบัติงานประจำที่ สนพ. (ถนนเพชรบุรี) รวมไม่น้อยกว่า 4 คน ในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนบุคลากรเพื่อความเหมาะสมผู้รับจ้างจะต้องแจ้ง สนพ. ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร และต้องได้รับความเห็นชอบจาก สนพ. ก่อนการปรับเปลี่ยน

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สนพ. มีการบริหารการสื่อสารด้านพลังงานและประเด็นอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะในปี 2562 ผ่าน Facebook มีประสิทธิภาพ

7.2 สนพ. สามารถควบคุมเนื้อหาที่จะสื่อสารแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงพลังงาน และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจบรรลุตามเป้าประสงค์

7.3 ทำให้สื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. เป็นช่องทางหลักที่มีความน่าเชื่อถือในการเข้าถึงข้อมูลด้านพลังงานของประเทศเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และมียอดผู้ติดตามเพจตามเป้าเมื่อสิ้นสุดสัญญาจ้าง

8. การยื่นข้อเสนอ

ผู้ที่ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอที่ปิดผนึกเรียบร้อย โดยข้อเสนอทั้งหมดจะต้องส่งถึง สนพ. ภายในวันที่ ระหว่างเวลา 08.30 - 16.30 น. เมื่อพ้นกำหนดเวลาแล้ว สนพ. จะไม่รับซองข้อเสนอด้านคุณภาพด้านราคาหรือเอกสารประกอบอื่นใดโดยเด็ดขาด และจะต้องยื่นซองแยกเป็น 3 ซอง ดังนี้

- 1) ซองข้อเสนอด้านคุณภาพ จำนวน 6 ซุด (ตัวจริง 1 ซุด และ สำเนา 5 ซุด)
- 2) ซองข้อเสนอด้านราคา จำนวน 1 ซุด
- 3) ซองเอกสารหลักฐานคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน 1 ซุด

ทั้งนี้ ผู้ที่ยื่นข้อเสนอจะต้องระบุไว้ที่หน้าซองด้วยว่าเป็น “ซองข้อเสนอด้านคุณภาพ” หรือ “ซองข้อเสนอด้านราคา” หรือ “ซองเอกสารหลักฐานคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ” ปิดผนึกให้เรียบร้อยจำหน่ายถึง

ประธานคณะกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษาโดยวิธีคัดเลือก

ยื่นโดยตรง ณ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (กลุ่มกองทุนพลังงาน ชั้น 3)

121/1-2 ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานแนบมาพร้อมกับซองข้อเสนอด้านคุณภาพ อย่างน้อยต้องประกอบด้วยเอกสาร ดังนี้

- 1) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หรือการจดทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท หนังสือบริษัทสนธิ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
- 2) สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 3) สำเนาประวัติและพระราชบัญญัติจัดตั้ง (กรณีเป็นสถาบันการศึกษาของรัฐ)
- 4) สำเนาหนังสือรับรองการขึ้นทะเบียนที่ปรึกษาจากสำนักบริหารนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง
- 5) หนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย (ถ้ามี) ในกรณีที่มอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามผูกพันนิติบุคคล หรือกระทำการอื่นใดในการติดต่อกับสำนักงานแทน
- 6) หนังสือรับรองการชำระภาษีเงินได้ของบุคลากรหลัก หรือ หลักฐานการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร

9. การจัดทำข้อเสนอ

9.1 ข้อเสนอด้านคุณภาพ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแสดงรายละเอียดที่จะดำเนินการตามขอบเขตของการดำเนินงาน ดังนี้

9.1.1 นำเสนอบทวิเคราะห์สำหรับการสื่อสารโครงการ ได้แก่ นำเสนอสรุปภาพรวมการสื่อสาร ด้านพลังงานบนสื่อสารบนสื่อโซเชียลมีเดีย นำเสนอวิธีวัดการสื่อสารบนสื่อโซเชียลมีเดีย

9.1.2 บทวิเคราะห์และแผนกลยุทธ์การบริหารการสื่อสารด้านพลังงานผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของ สนพ.

9.1.3 บทวิเคราะห์และตัวอย่างการวางแผนการบริหารการสื่อสารในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาคอนเทนต์ ตัวอย่างรูปแบบที่จะเผยแพร่บน Facebook Fanpage ที่ สนพ. รับผิดชอบ ตามข้อ 4. และแผนเพิ่มยอดผู้ติดตามเพจ

9.1.4 วิธีการดำเนินการเฝ้าระวังประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ

9.1.5 แผนบริหารการสื่อสารตลอดสัญญา

9.1.6 รายละเอียด ประวัติ คุณวุฒิ ผลงาน และประสบการณ์ การทำงานที่ผ่านมาของบุคลากร

9.2 ข้อเสนอด้านราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และอื่นๆ (ถ้ามี) ในแต่ละส่วนตามขอบเขตของงานของโครงการนี้ ให้ สนพ. พิจารณา ดังนี้

9.2.1 รายละเอียดค่าจ้างบุคลากรของที่ปรึกษา

9.2.2 รายละเอียดค่าใช้จ่ายเหมาจ่ายเพื่อดำเนินโครงการ ได้แก่ ค่าจัดทำแผนบริหารการสื่อสาร ค่าจัดทำคอนเทนต์ ค่าบริหารจัดการเพิ่มยอดผู้ติดตามเพจ ค่าดำเนินงานกิจกรรมสร้างแรงจูงใจ ค่าจัดอบรม ค่าเช่าอุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น

10. หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

สนพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ กรณีงานจ้างที่ปรึกษาที่มีความซับซ้อน โดยพิจารณาให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

เกณฑ์ด้านคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70

	คะแนนเต็ม 60 คะแนน
1) วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน	(คะแนนเต็ม 60 คะแนน)
- การวิเคราะห์การสื่อสารและแนวคิดการบริหารโครงการ	15 คะแนน
- แผนกลยุทธ์การสื่อสารด้านพลังงานผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของ สนพ.	15 คะแนน
- การวางแผนการสื่อสารการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาคอนเทนต์	10 คะแนน
- วิธีการดำเนินการเฝ้าระวังประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ	10 คะแนน
- แผนบริหารการสื่อสารตลอดสัญญา	5 คะแนน
- กรอบระยะเวลาและขั้นตอนการปฏิบัติงาน	5 คะแนน

- 2) ผลงานและประสบการณ์ของผู้ที่เสนออื่น (คะแนนเต็ม 35 คะแนน)
- ผลงานที่ผ่านมาที่เห็นเป็นประจักษ์ต่อสาธารณะ
 - ประวัติ ผลงาน และประสบการณ์ของที่ปรึกษา
 - โครงสร้างทีมและขอบเขตหน้าที่การปฏิบัติงาน
- 3) ประเภทของที่ปรึกษาที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน 5 คะแนน

คะแนนเต็มรวม 100 คะแนน

เกณฑ์ด้านราคา

กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30

โดย ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ ไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และ สนพ. จะนำคะแนนของผู้ที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพมาพิจารณารวมกับคะแนนด้านราคา ซึ่งเกณฑ์ด้านราคามีคะแนนเต็ม 100 คะแนน สนพ. จะให้คะแนนผู้เสนอราคาต่ำสุดได้ 100 คะแนน และผู้เสนอราคาต่ำเป็นอันดับถัดไป จะได้รับคะแนนลดหลั่นกันไป

ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ ไม่น้อยกว่า 80 คะแนน และ สนพ. จะนำคะแนนของผู้ที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพมาพิจารณารวมกับคะแนนด้านราคา โดย ผู้ที่ได้คะแนนรวมด้านคุณภาพและด้านราคามากที่สุด จะเป็นผู้ชนะคะแนนรวมสูงสุด และหากราคาที่เสนอ สูงกว่างบประมาณที่ได้ตั้งไว้ สนพ. จะเจรจาต่อรองให้ได้ราคาที่เหมาะสม หากการเจรจาไม่ได้ผล สนพ. จะพิจารณายกเลิกเจรจากับผู้ยื่นเสนอรายนั้น และเจรจาต่อรองผู้ยื่นเสนอที่มีคะแนนลำดับถัดไป และเจรจาต่อรองให้ได้ราคาที่เหมาะสม เมื่อเจรจาได้ราคาที่เหมาะสมแล้วให้พิจารณาเงื่อนไขต่างๆ ที่จะกำหนดในสัญญา

ในกรณีที่มีผู้ได้คะแนนเท่ากันหลายราย จะพิจารณาผู้ชนะจากที่ได้รับคะแนนคุณภาพมากที่สุด

สนพ. อาจจะให้ผู้ยื่นข้อเสนอเข้านำเสนอแผนงาน หรือชี้แจงงานที่นำเสนอโดยละเอียด (ถ้ามี) ทั้งนี้ สนพ. จะได้แจ้งกำหนดการให้ทราบล่วงหน้า

11. การส่งมอบงานและเบิกจ่ายเงิน

ค่าจ้างตามสัญญา เบิกจ่ายเงินเป็นจำนวน 4 งวด ประกอบด้วย

- งวดที่ 1 เป็นจำนวนร้อยละ 20 ของค่าจ้างจะจ่ายเมื่อที่ปรึกษาส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานฉบับที่ 1 ประกอบด้วย แผนการดำเนินงานทั้งโครงการ บทวิเคราะห์การบริหารการสื่อสารฯ แนวทางการบริหารเพจฯ แนวทางการจัดกิจกรรมสร้างแรงจูงใจ แนวทางการเฝ้าระวังฯ ภายใน 1 เดือนนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว
- งวดที่ 2 เป็นจำนวนร้อยละ 30 ของค่าจ้างจะจ่ายเมื่อที่ปรึกษาส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานฉบับที่ 2 ประกอบด้วย รายงานผลการดำเนินงานตามข้อ 4.1, 4.3, 4.2.1, 4.2.2 และ 4.2.3 ในเดือนที่ 1-2 ภายใน 3 เดือนนับถัดจากลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว
- งวดที่ 3 เป็นจำนวนร้อยละ 30 ของค่าจ้างจะจ่ายเมื่อที่ปรึกษาส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานฉบับที่ 3 ประกอบด้วย รายงานผลการดำเนินงานตามข้อ 4.1, 4.3, 4.2.1, 4.2.2 และ 4.2.3 ในเดือนที่ 3-5 ภายใน 6 เดือนนับถัดจากลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว
- งวดที่ 4 เป็นจำนวนร้อยละ 20 ของค่าจ้างจะจ่ายเมื่อที่ปรึกษาส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ ประกอบด้วย รายงานผลการดำเนินงานตามข้อ 4.1, 4.3, 4.2.1, 4.2.2 และ 4.2.3 ในเดือนที่ 6-8 รายงานการดำเนินงานตามข้อ 4.2.3 และรายงานสรุปผลการดำเนินงานทั้งโครงการ ภายใน 8 เดือนนับถัดจากลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

13. กรรมสิทธิ์

ทรัพย์สินทางปัญญา ผลงาน ผลการศึกษา เอกสาร ตลอดจนข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการดำเนินงานตามสัญญา นี้ ไม่ว่าจะจัดเก็บในรูปแบบใดๆ ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ สนพ. ผู้ใดจะนำไปใช้ในกิจการอื่น เผยแพร่ ทำซ้ำ หรือส่งมอบให้แก่ผู้อื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจาก สนพ.

14. เงื่อนไขประกอบ

14.1 การปรับ หากผู้ว่าจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา และ สนพ. มิได้บอกเลิกสัญญา สนพ. จะปรับที่ปรึกษาเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของค่าจ้างทั้งหมดต่อวัน นับถัดจากวันที่ครบกำหนดแล้วเสร็จตามสัญญา

14.2 หากผู้ว่าจ้างละทิ้งงาน สนพ. จะพิจารณาตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 มาตรา 109

ลงนาม ชานันท์ ม่วงกิม ประธานกรรมการ
(นางสาวชานันท์ ม่วงกิม)

ลงนาม อุษณีย์ เพชรรัตน์ กรรมการ
(นางสาวอุษณีย์ เพชรรัตน์)

ลงนาม จงดี ผลพิบูลย์ กรรมการ
(นางสาวจงดี ผลพิบูลย์)

ลงนาม [ลายเซ็น] กรรมการ
(นายสุทธิรัตน์ กาศา)

ลงนาม กนกวรรณ เส็งประถม กรรมการ
(นางสาวกนกวรรณ เส็งประถม)