

รายละเอียดและข้อกำหนด

(Terms of Reference : TOR)

การว่าจ้างดำเนินโครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน

1. ที่มาและเหตุผล

พลังงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยปริมาณการใช้พลังงานจะเติบโตควบคู่ไปกับการขยายตัวของเศรษฐกิจ และจากสถานการณ์พลังงานของประเทศ ในช่วงที่ผ่านมาปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่การจัดหาพลังงานให้มีความพอเพียง มีข้อจำกัด จึงต้องพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศส่งผลต่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

กระทรวงพลังงาน จึงจำเป็นต้องวางโครงสร้างพลังงานให้มีความสมดุลเพื่อความมั่นคงทางพลังงาน ควบคู่กับการส่งเสริมด้านประสิทธิภาพการใช้พลังงานและพลังงานหมุนเวียน ซึ่งการส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ภาวถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยลดภาระในการจัดหาพลังงานและลดอัตราการเติบโตการใช้พลังงานภายในประเทศ จึงมอบหมายให้ สำนักงานนโยบายแผนพลังงาน (สนพ.) จัดทำแผนอนุรักษ์พลังงาน เพื่อเร่งการส่งเสริมและผลักดันการอนุรักษ์พลังงานให้ลดระดับการใช้พลังงานต่อผลผลิตลงร้อยละ 25 ภายใน 20 ปี พร้อมทั้งดำเนินการรณรงค์สร้างจิตสำนึกผู้บริโภคพลังงานให้เกิดใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กระทรวงพลังงาน ได้มีการจัดทำแผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าในประเทศ (Power Development Plan : PDP) ขึ้น โดยสาระสำคัญของแผน PDP คือ ขยายการจัดหาไฟฟ้าในประเทศเพื่อสร้างความมั่นคงด้านไฟฟ้าให้เกิดขึ้น ทั้งการกระจายชนิดเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้า การส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพและมีต้นทุนที่เหมาะสม ลดการพึ่งพาพลังงานจากประเทศเพื่อนบ้านทั้งในรูปแบบของพลังงานไฟฟ้า และเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตไฟฟ้า โดยเฉพาะก๊าซธรรมชาติ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงานไฟฟ้าของประเทศ

สนพ. ตระหนักดีว่าการสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในประเทศ เป็นเรื่อง ที่จริงจังและต้องรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ด้วยการให้ข้อมูลและความรู้ความเข้าใจรวมถึงแนะนำวิธีใช้พลังงาน อย่างประหยัดที่สามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ทันที รวมถึงการขอความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคประชาชน ภาคอุตสาหกรรม และภาคเอกชน ในการช่วยกันประหยัดพลังงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ตลอดทั้งปี เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าของประเทศ โดยมุ่งเน้นเรื่องที่สามารถทำได้ทันทีโดยการปรับวิธีการใช้ พลังงานในชีวิตประจำวัน

สนพ. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการดำเนิน โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ภายใต้แผนปฏิบัติการ “รวมพลัง ทหาร 2 คัดก่อนใช้” มุ่งหวังที่จะส่งเสริมสนับสนุนตัวบุคคลให้มีวินัยคัดก่อนการใช้พลังงานและเน้นการสร้าง ความรู้ความเข้าใจถึงสถานการณ์พลังงาน การอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน การสร้างจิตสำนึกและ รณรงค์ให้ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและใช้เท่าที่จำเป็นเพื่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ พร้อมทั้งนโยบาย สนพ. มุ่งเน้นให้เผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้นเนื่องจากเป็นสื่อที่นิยมและสื่อสารได้รวดเร็ว ในวงกว้าง จึงเห็นควรแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

ในสื่อเทรดิชชั่นแนล สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ 2) กิจกรรมรณรงค์ร่วมมือกับกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร (Co-Sponsor) หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร 3) การออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ (สื่อเทศกาลปีใหม่ สื่อโปสเตอร์ สื่อสติ๊กเกอร์ และสื่อรณรงค์) ซึ่งรายละเอียดและข้อกำหนด (Terms of Reference: TOR) ฉบับนี้ เป็นส่วนของการว่าจ้างดำเนินโครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ปีงบประมาณ 2559 ที่จัดทำขึ้นเพื่อเชิญชวนนิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรงทางด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ได้ร่วมเสนอความคิดสร้างสรรค์และยื่นข้อเสนอเพื่อนำสาร “สนพ. เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์และบริหารจัดการนโยบายและแผนด้านพลังงานเพื่อความยั่งยืนของประเทศ” และ “การคิดก่อนใช้พลังงาน” สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและเห็นผล โดยมีวัตถุประสงค์ ขอบเขตการดำเนินงาน และเงื่อนไข ดังนี้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการต่างๆ ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม รับรู้บทบาทของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 2.2 เพื่อสร้างจิตสำนึกในการประหยัดพลังงาน เข้าใจและรู้วิธีใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านแผนปฏิบัติการรวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้พลังงาน
- 2.3 เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้ร่วมมือกับ สนพ. และปรับเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายไปในทางที่พึงประสงค์
- 2.4 เพื่อสร้างความรู้สึกรักอันดีเมื่อได้รับสื่อจาก สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน และกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน และสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 กลุ่มเป้าหมายหลักโครงการ
 - ภาคประชาชน
 - ภาคสถานศึกษา และเยาวชน
 - ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และสื่อมวลชน
- 3.2 กลุ่มเป้าหมายหวังผลผ่านการสื่อสาร
 - กลุ่มเด็กและเยาวชน อายุตั้งแต่ 12-19 ปี ทั่วประเทศ
 - กลุ่มวัยทำงานตอนต้น อายุตั้งแต่ 20-29 ปี ทั่วประเทศ
 - กลุ่มวัยทำงานตอนกลางและวัยมีครอบครัว อายุตั้งแต่ 30-59 ปี ทั่วประเทศ
 - กลุ่มผู้สูงอายุ อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั่วประเทศ
 - บุคคลที่มีจิตสำนึกในการประหยัดพลังงานและทำเป็นนิสัย
 - บุคคลที่ยังไม่มีจิตสำนึกในการประหยัดพลังงาน ไม่มีพฤติกรรมประหยัดพลังงานเป็นนิสัย

4. ขอบเขตและรูปแบบการดำเนินงาน

โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อเทรตดิชั่นแนล สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ 2) กิจกรรมรณรงค์ร่วมมือกับกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร (Co-Sponsor) หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร 3) การออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ (สื่อเทศกาลปีใหม่ สื่อโปสเตอร์ สื่อสติ๊กเกอร์ และสื่อรณรงค์) โดยมีแนวคิดและรายละเอียดเบื้องต้น ดังนี้

4.1 การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อเทรตดิชั่นแนล สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์

- 4.1.1 นำเสนอแนวคิดการพัฒนาโจทย์เพื่อนำสาร “การคิดก่อนใช้พลังงาน” ได้แก่ สถานการณ์พลังงาน นโยบายพลังงาน การอนุรักษ์พลังงาน พลังงานทดแทน การประหยัดพลังงาน หรือการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในฐานะองค์กรหลักในการสร้างสรรค์และบริหารจัดการนโยบายและแผนด้านพลังงาน เพื่อความยั่งยืนของประเทศ
- 4.1.2 เสนอชื่อแผนงานหลักสำหรับการสื่อสารสำหรับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ สนพ. พิจารณาเลือก ไม่น้อยกว่า 3 ทางเลือกจากข้อ 4.1.1 โดยมีเหตุผลและแนวคิดในการเสนอชื่อแผนงานดังกล่าว พร้อมทั้งเสนอดีไซน์ไอคอน (Design Icon) และหรือสัญลักษณ์ที่เหมาะสมให้กับแผนงาน และมีความเป็นสากลทางการสื่อสาร
- 4.1.3 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอความทันสมัย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอไปสื่อสารได้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย
 - (1) ผลิตสื่อ Animation ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
 - (2) ออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร) ขนาด Junior Page หรือ Full Page สีสี่และขาวดำ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
 - (3) ออกแบบและผลิตสื่อ Info-graphic ขนาด Junior Page สีสี่และขาวดำ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
 - (4) ผลิตสโปตและหรือสกุ๊ปวิทย์ ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
 - (5) ออกแบบและผลิต Banner Online จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
- 4.1.4 จัดทำแผนงานที่จะผลิต โดยมีเป้าหมายที่จะประชาสัมพันธ์ทำให้โครงการเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว สร้างการจดจำได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งแสดงเหตุผลหรือแนวคิดในการวางแผนสื่อสารตามที่เสนอมา และระบุตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนสื่อสารโดยละเอียด
- 4.1.5 วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีความคุ้มค่าในงบประมาณ ประกอบด้วย

- (1) เผยแพร่สื่อ Animation ที่ผลิตไว้แล้วในข้อ 4.1.3 (1) ทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 1 เดือนต่อเรื่อง พร้อมบริหารให้มียอดผู้เข้าชมรวมไม่น้อยกว่า 300,000 ครั้ง ตลอดระยะเวลาสัญญา
 - (2) เผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ผลิตไว้แล้วในข้อ 4.1.3 (2) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง รวมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง
 - (3) เผยแพร่สื่อ Info-graphic ที่ผลิตไว้แล้วในข้อ 4.1.3 (3) ในสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง
 - (4) เผยแพร่สปอตหรือสื่อบริการ ที่ผลิตไว้แล้วในข้อ 4.1.3 (4) จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ครั้ง
 - (5) เผยแพร่ Banner Online ที่ผลิตไว้แล้วในข้อ 4.1.3 (5) ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 5 อันดับ ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 1 เดือน และเว็บไซต์ของ สนพ.
- 4.1.6 บริหาร Facebook Page EPPO Thailand (www.facebook.com/EppoKnowledge) ตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยจะต้องเสนอแผนการนำเสนอเนื้อหาให้ครอบคลุม (ภารกิจ สนพ. / โครงการสำคัญ / ปณิณกะ / โดยจะต้องเสนอรูปแบบและดีไซน์ที่เหมาะสมกับ Corporate Identity ของ สนพ. อย่างเหมาะสม) รวมถึงต้องมีแผนเพิ่มจำนวนยอด Follow ในเพจให้ Facebook มีจำนวนผู้ติดตามเพจเพิ่มจากยอดเดิมก่อนทำสัญญาไม่น้อยกว่า 10,000 ราย และเฝ้าระวังข่าวเชิงลบหรือบิดเบือนทางสื่อสังคมออนไลน์ และตอบโต้ตามความเหมาะสม ตลอดระยะเวลาในสัญญา
- 4.1.7 สร้าง Game Online ที่สร้างสรรค์ ทันสมัย เหมาะกับการรณรงค์ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 เกม เพื่อดึงดูดในการเพิ่มยอดผู้ติดตาม Facebook Fanpage EppoThailand หรือรวมพลังหาร 2 ผ่านทางสื่อดิจิทัล พร้อมเสนอแผนมีเดียและหรือแผนโปรโมทให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง
- 4.1.8 ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับทางราชการ

4.2 จัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมมือกับกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร (Co-Sponsor) หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามความเห็นชอบของ สนพ. จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง ดังนี้

- 4.2.1. กิจกรรมรณรงค์ มหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 ณ สถานที่ที่ สนพ. กำหนด หรือกิจกรรมรณรงค์อื่นๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นสมควรให้ดำเนินการ จำนวน 1 ครั้ง พร้อมทั้งดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งก่อนและหลังงานอย่างเหมาะสม
- 4.2.2. กิจกรรมรณรงค์ลดไฟฟ้ เพื่อสร้างให้เกิดกระแสธารแห่งชาติ หรือกิจกรรมรณรงค์อื่นๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นสมควร ณ สถานที่ในกรุงเทพฯ ตามที่ สนพ. กำหนด หรือ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล จำนวน 1 ครั้ง พร้อมทั้งเชิญภาคีเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 200 คน และมีการจัดทำพิธีเชลนเทศน์ และจัดให้มีเอกสาร

เผยแพร่มาตรการแก่ผู้เข้าร่วมงาน และมีการประชาสัมพันธ์ขยายผลการรณรงค์อย่างเหมาะสม

- 4.2.3. กิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์พลังงานอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุเห็นสมควรให้ดำเนินการ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง
- 4.2.4. ผู้เสนอราคาจะต้องมีบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (Influencers) อาทิ ศิลปิน/ดารานักร้อง/นักแสดง/Net Idol ที่มีกระแสและมีภาพลักษณ์ที่ดี และให้ความสำคัญเกี่ยวกับวิถีลดฟีดไฟฟ้า/ลดการใช้พลังงาน/วิธการ 2/วิธีประหยัดพลังงานเข้าร่วมทุกกิจกรรมในข้อ 4.2 จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คนต่อกิจกรรม
- 4.2.5. ผู้เสนอราคาต้องจัดทำแผนการดำเนินงาน รูปแบบกิจกรรม/สื่อประชาสัมพันธ์ และสิ่งที่สนพ. จะได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรมมาโดยละเอียด

ทั้งนี้ การดำเนินงานตามข้อ 4.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำแผนและเสนอบประมาณขออนุมัติต่อสนพ. ก่อนดำเนินการทุกครั้ง

4.3 การออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ (สื่อเทศกาลปีใหม่ สื่อโปสเตอร์ สื่อสติ๊กเกอร์ และสื่อรณรงค์) โดย คุณสมบัติเฉพาะของสื่อ (Specification) วัสดุที่ใช้ ขนาด ตามที่ สนพ. เคยผลิตมาแล้ว

- 4.3.1. ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลปีใหม่ ประจำปี 2560 ดังนี้
 - ปฏิทินตั้งโต๊ะ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,200 เล่ม
 - สมุดบันทึก จำนวนไม่น้อยกว่า 3,200 เล่ม
 - Monthly Planner จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 เล่ม
 - บัตรอวยพรพร้อมซอง จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 ชุด
 - กระเป๋าผ้าหรือพัสดู่ใช้บรรจุสื่อ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,200 ชิ้นทั้งนี้จะต้องแล้วเสร็จและจัดส่งให้ สนพ. ภายในวันที่ 1 ธันวาคม 2559
- 4.3.2. ออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ตามเทศกาล หรือตามสถานการณ์ อาทิ เสื้อยืด หรือสื่ออื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า 5,000 ชิ้น
- 4.3.3. ออกแบบและผลิตของที่ระลึก บรรจุในกล่องที่มีสัญลักษณ์ สนพ. จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชิ้น มูลค่าชิ้นละ 1,000 – 1,500 บาท
- 4.3.4. ออกแบบและผลิตโปสเตอร์ ในรูปแบบ Infographic และหรือรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ สนพ. เห็นสมควร ดำเนินการผลิตด้วยกระดาษอาร์ตการ์ด และหรือกระดาษที่มีคุณภาพเทียบเท่า ความหนาไม่น้อยกว่า 190 แกรม พิมพ์สี ขนาด 15 x 20 นิ้ว จำนวน 4 แบบ แบบละ 10,000 แผ่น รวมทั้งสิ้น 40,000 แผ่น
- 4.3.5. ออกแบบและผลิตสติ๊กเกอร์ ที่มีข้อความเชิญชวนให้ประหยัดพลังงาน ภาพประกอบ/ภาพกราฟฟิค ต้องสะดุดตา จัดจำ ดูทันสมัย และมีความน่าสนใจเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พิมพ์สี 1 หน้า ในระบบอิงค์เจ็ทบนสติ๊กเกอร์ PVC และหรือวัสดุที่มีคุณภาพที่เทียบเท่า ขนาด 12 x 7 เซนติเมตร และหรือขนาดใหม่ที่เหมาะสมกับ

กลุ่มเป้าหมาย ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน 6 แบบๆ ละ 10,000 ชิ้น รวมทั้งสิ้น 60,000 ชิ้น

ทั้งนี้ ขอบเขตการดำเนินงานในข้อ 4.1 – 4.3 สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมภายใต้วงเงินงบประมาณ ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ โดยไม่ทำให้ราชการเสียประโยชน์

4.4 ข้อกำหนดอื่นๆ

- 4.4.1 ผู้รับจ้างต้องจัดทำวิจัย Ad. Pre-testing สำหรับสื่อหลักที่ สนพ. เลือกในรูปแบบการสนทนากลุ่ม อย่างน้อย 3 กลุ่ม ตามข้อ 4.1.2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ กรณีที่ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะและจำเป็นจะต้องมีการปรับการสื่อสาร ผู้รับจ้างจะต้องมีความพร้อมด้านทีมงานและงบประมาณในการดำเนินการให้แล้วเสร็จในเวลาที่กำหนด โดยจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อการประชุมสัมมนาภาพรวมของโครงการ
- 4.4.2 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ ที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านพลังงาน ในการกลั่นกรองข้อมูลและถ่ายทอดข้อมูลออกมาให้เข้าใจง่าย
- 4.4.3 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 3 ชุด และส่งมอบให้ สนพ. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ต่อไป
- 4.4.4 ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในโครงการให้บรรลุผลสำเร็จ
- 4.4.5 สามารถขอข้อมูลเกี่ยวกับพลังงาน หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาได้ที่ “ศูนย์ประชาสัมพันธ์ของ สนพ.” หรือ “www.eppo.go.th”
- 4.4.6 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว
- 4.4.7 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด เป็นเวลาอย่างน้อย 6 เดือน หลังจากสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- 4.4.8 ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว
- 4.4.9 ในกรณีที่ สนพ. เรียกประชุม ผู้รับจ้างจะต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมตลอดระยะเวลาของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย

4.4.10 สนพ. สงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงรูปแบบ/ดีไซน์จำนวนของสื่อประชาสัมพันธ์
ที่ผลิต โดยจะคิดอัตราค่าจ้างสำหรับงานพิเศษหรืองานที่เพิ่มเติมขึ้น หรือตัดทอนลง
ทั้งปวงตามราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา หรือตามที่ คณะกรรมการพัสดุ เห็นว่าเหมาะสม
และถูกต้องในกรณีที่เกิดตกลงกันไม่ได้

5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจสถานการณ์พลังงาน นโยบายและมาตรการต่างๆ
ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม รับรู้บทบาทของสำนักงานนโยบายแผนพลังงาน
กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดความมั่นคง
ด้านพลังงานของประเทศ
- 5.2 กลุ่มเป้าหมายเกิดจิตสำนึกในการประหยัดพลังงาน เข้าใจและรู้วิธีใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
ผ่านแผนปฏิบัติการรวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้พลังงาน
- 5.3 กลุ่มเป้าหมายเกิดแรงกระตุ้นเร่งเร้ากลุ่มเป้าหมายให้ร่วมมือกับ สนพ. และปรับเปลี่ยนทัศนคติ
ของกลุ่มเป้าหมายไปในทางที่พึงประสงค์
- 5.4 กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกอันดีเมื่อได้รับสื่อจาก สำนักงานนโยบายแผนพลังงาน และกองทุน
เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน และสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

6. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 6.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง และมีประสบการณ์ทางการผลิต
สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อณรงค์ เพื่อใช้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
- 6.2 ผู้เสนอราคาต้องเคยมีผลงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของภาครัฐ หรือภาครัฐ
วิสาหกิจ หรือภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร ในรูปแบบ Full campaign มีผลงาน
โดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาทต่อสัญญา
- 6.3 ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่มีความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจน
ความสามารถ ในการขอรับความอนุเคราะห์จากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน
- 6.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่ใช่ผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียน
ชื่อแล้ว หรือไม่ใช่ผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบ
ของทางราชการ
- 6.5 ผู้เสนอราคาต้องไม่ใช่ผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอการรายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคา
อิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่ใช่ผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 6.6 ผู้เสนอราคาต้องไม่ใช่ผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่
รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 6.7 ผู้เสนอราคาต้องไม่ใช่ผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคา และห้าม
ทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด
- 6.8 บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย
หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ

- 6.9 บุคคลหรือนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- 6.10 คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้

7. การยื่นข้อเสนอ

สนพ. จัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรง 1) การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อเทรตดิชั่นแนล สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ 2) กิจกรรมรณรงค์ร่วมมือกับกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร (Co-Sponsor) หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร 3) การออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ (สื่อเทศกาลปีใหม่ สื่อโปสเตอร์ สื่อสติ๊กเกอร์ และสื่อรณรงค์) โดยมีข้อกำหนดให้ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อ สนพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

7.1 ข้อเสนอทางด้านเทคนิค ได้แก่

- 7.1.1 รายละเอียดแผนงาน กลยุทธ์การสื่อสาร การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลตามที่กำหนด และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน
- 7.1.2 ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่
- Rationale สนับสนุนแนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสาร, Storyboard, Design & Layout, Radio Script, Digital Concept & Reference, รูปแบบกิจกรรม หรืองานมหกรรมฯ สื่อสนับสนุนการรณรงค์ และ Specification การผลิตมาโดยละเอียด ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงานด้านมีเดียและด้านการพิจารณาบุคคล
 - แผนการเผยแพร่สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ มาโดยละเอียด ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงานด้านมีเดีย
 - แผนกิจกรรมรณรงค์ หรือแผนรณรงค์ร่วมกับผู้ประกอบการ หรือแผนจัดกิจกรรมอีเว้นท์ที่เกี่ยวข้อง แผนประชาสัมพันธ์งาน (Controlled PR) ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงาน
- 7.1.3 รายชื่อและประวัติการทำงานของคุณะทำงาน (ทีมหลัก) รวมทั้งประวัติและผลงานของบริษัทที่ผ่านมา รายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา

7.2 ข้อเสนอด้านราคา

กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 60 วัน นับแต่วันเสนอราคา พร้อมรายละเอียดของค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วน และเงื่อนไขการส่งมอบงาน

8. หลักเกณฑ์และส่วนในการพิจารณา

- 8.1 ข้อเสนอด้านเทคนิคอย่างน้อยต้องเป็นไปตามข้อ 4. ขอบเขตดำเนินงาน, ข้อ 6. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และข้อ 7. การยื่นข้อเสนอ โดย สนพ. จะพิจารณาความพร้อมและประสบการณ์ของผู้รับจ้าง และคุณสมบัติของบุคลากร (ทีมหลัก) โดยรวมเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก
- 8.2 ผู้เสนอราคาจะต้องพร้อมเข้านำเสนอ หรือชี้แจงแผนงานโดยละเอียดได้ทันที ทั้งนี้ สนพ. จะได้แจ้งกำหนดการให้ทราบล่วงหน้า
- 8.3 สนพ. จะพิจารณาราคาเฉพาะผู้เสนอราคาที่ผ่านมาการพิจารณาคัดเลือกตามข้อ 8.1 ซึ่งได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

9. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

สนพ. ใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา โดยจะพิจารณาจากราคารวมและให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

9.1 ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30

9.2 คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70

พิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคซึ่งอย่างน้อยต้องเป็นไปตามข้อ 4. ขอบเขตและรูปแบบการดำเนินงาน และข้อ 7. การยื่นข้อเสนอ โดย สนพ. จะพิจารณาด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ดังนี้

9.2.1 แนวคิดหลัก กลยุทธ์การสื่อสาร และรายละเอียดแผนงานโดยรวม คะแนน 15 คะแนน

- 1) ความเข้าใจในเป้าหมายหลักและความสามารถในการปฏิบัติงานให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ
- 2) ความชัดเจนของแนวคิดหลัก กลยุทธ์การสื่อสาร และแผนงานประชาสัมพันธ์โดยรวม
- 3) รายละเอียด ขั้นตอนการสื่อสาร ความสมบูรณ์ ถูกต้อง ครบถ้วนของแผนงานโดยรวม
- 4) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

9.2.2 คุณภาพและประสิทธิภาพของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อเทรดิชั่นแนล คะแนน 20 คะแนน

- 1) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ สร้างการจดจำ และเหมาะสมกับเป้าประสงค์โครงการ ของ แผนการเผยแพร่สื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อนอกบ้าน (ถ้ามี)
- 2) ประสิทธิภาพของความคิดสร้างสรรค์โดยรวมและเหตุผลสนับสนุน
- 3) ความพร้อมในการผลิต และพัฒนาต่อไปได้ง่ายในเวลาที่กำหนด และตารางดำเนินงานที่ชัดเจน

9.2.3 คุณภาพและประสิทธิภาพของการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัล คะแนน 20 คะแนน

- 1) ความชัดเจนของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แพลตฟอร์ม ใหม่ สร้างการจดจำ และเหมาะสมกับเป้าประสงค์โครงการ Digital Animation Info-Graphic Facebook Fanpage YouTube Channel Webboard/Blog Banner Online Google AdWords และ Game Online
- 2) ประสิทธิภาพของความคิดสร้างสรรค์โดยรวมและเหตุผลสนับสนุน
- 3) ความพร้อมในการผลิต และพัฒนาต่อไปได้ง่ายในเวลาที่กำหนด และตารางดำเนินงานที่ชัดเจน
- 4) ประสิทธิภาพของแผนมีเดียดิจิทัล (ภาพรวม)
- 5) ประสิทธิภาพการการันตียอดวิว และยอด Engagement (ภาพรวม)
- 6) ประสิทธิภาพกิจกรรมรายเดือน และหรือรางวัลจูงใจ
- 7) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ

9.2.4 คุณภาพและประสิทธิภาพของการออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ (สื่อเทศกาลปีใหม่ สื่อโปสเตอร์ สื่อสติ๊กเกอร์ และสื่อรณรงค์) คะแนน 15 คะแนน

- 1) ความคิดสร้างสรรค์ตรงตามวัตถุประสงค์ของ สนพ. และสามารถนำไปพัฒนาต่อได้
- 2) รูปแบบที่นำเสนอมีความโดดเด่น สอดคล้องแนวคิด (Concept) ที่ สนพ. ตั้งไว้
- 3) รูปแบบที่นำเสนอมีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของ สนพ. ได้เป็นอย่างดี
- 4) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการจัดทำสื่อทุกชนิด
- 5) นำเสนอแผนการดำเนินงานโดยละเอียด ระบุขั้นตอนการดำเนินงาน ที่สามารถจัดทำได้จริง เช่น การจัดทำต้นฉบับรวมเวลาที่ใช้ในการแก้ไขปรับปรุง เวลาที่ใช้ในการตรวจทานการผลิต และส่งมอบงาน

9.2.5 การจัดกิจกรรมรณรงค์ คะแนน 20 คะแนน

- 1) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดและรูปแบบน่าสนใจ และเป็นไปตามผลที่คาดหวังของโครงการ
- 2) แผนงานสามารถดำเนินการได้จริง มีความสามารถในการจัดหาพื้นที่จัดงานได้จริง แผนงาน-รูปแบบ-และรายละเอียดงานทั้งหมดสามารถพัฒนาต่อไปได้ง่ายและสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด
- 3) แผนประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร
- 4) ตารางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโครงการ
- 5) ความชัดเจนของแผนส่งเสริมตลาด ให้เกิดงานได้จริงตามที่ MOU กำหนด (โดยรวม)
- 6) มีคณะทำงานและมีความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย
- 7) แผนประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร

- 8) ตารางดำเนินงานการผลิต การเจรจา การติดตาม การส่งมอบ การรายงาน และข้อเสนอแนะชัดเจนทุกขั้นตอน

9.2.6 คุณสมบัติขององค์กรและคณะทำงาน คะแนน 10 คะแนน

- 1) หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของคณะทำงานที่สำคัญ และผลงานที่ผ่านมา (Company Profile)
- 2) ผลงานที่ผ่านมาในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญที่ผ่านมาและมีผลงานโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ
- 3) ความพร้อมของผู้รับจ้างที่พร้อมจะเริ่มงานได้ทันที
- 4) ประวัติและผลงานผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ
- 5) คุณสมบัติและความพร้อมของทีมงานที่จะมาปฏิบัติงาน ได้แก่ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงานจริง ลักษณะการมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ของทีมงานในโครงการสำคัญ

10. ข้อกำหนดการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงิน

กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายใน 270 วัน โดยแบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อเทรดิชั่นแนล สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์ แบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น 3 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 10 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จและส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 90 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

1. เสนอชื่อแผนงานหลักสำหรับการสื่อสารสำหรับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ สนพ. พิจารณาเลือกไม่น้อยกว่า 3 แนวทาง
2. ผลิตสื่อ Animation ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
3. ออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร) ขนาด Junior Page หรือ Full Page สีสี่และขาวดำ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
4. ออกแบบและผลิตสื่อ Info-graphic ขนาด Junior Page สีสี่และขาวดำ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
5. ผลิตสโปตหรือสกุ๊ปวิทย์ ความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง
6. ออกแบบและผลิต Banner Online จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 23 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จและส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 180 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

1. เผยแพร่สื่อ Animation ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.3 (1) ทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 1 เดือนต่อเรื่อง พร้อมบริหารให้มียอดผู้เข้าชมรวมไม่น้อยกว่า 300,000 ครั้ง ตลอดระยะเวลาสัญญา
2. เผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.3 (2) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เรื่อง รวมไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง
3. เผยแพร่สื่อ Info-graphic ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.3 (3) ในสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง
4. เผยแพร่สโปตหรือสกุ๊ปวิทย์ ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.3 (4) จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ครั้ง

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 9 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 270 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

1. เผยแพร่ Banner Online ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.3 (5) ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 5 อันดับ ระยะเวลาเผยแพร่ไม่น้อยกว่า 1 เดือน และเว็บไซต์ของ สนพ.
2. บริหาร Facebook Page EPPO Thailand (www.facebook.com/EppoKnowledge) ตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยจะต้องเสนอแผนการนำเสนอเนื้อหาให้ครอบคลุม (ภารกิจ สนพ. / โครงการสำคัญ / ปกิณกะ / โดยจะต้องเสนอรูปแบบและดีไซน์ที่เหมาะสมกับ Corporate Identity ของ สนพ. อย่างเหมาะสม) รวมถึงต้องมีแผนเพิ่มจำนวนยอด Follow ในเพจให้ Facebook มีจำนวนผู้ติดตามเพจเพิ่มจากยอดเดิมก่อนทำสัญญาไม่น้อยกว่า 10,000 ราย และเผื่อระวางข่าวเชิงลบหรือบิดเบือนทางสื่อสังคมออนไลน์ และตอบโต้ตามความเหมาะสม ตลอดระยะเวลาในสัญญา
3. สร้าง Game Online ที่สร้างสรรค์ ทันสมัย เหมาะกับการรณรงค์ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 เกม เพื่อดึงดูดในการเพิ่มยอดผู้ติดตาม Facebook Fanpage EppoThailand หรือ รวมพลังหาร 2 ผ่านทางสื่อดิจิทัล พร้อมเสนอแผนมีเดียและหรือแผนโปรโมทให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง

2. กิจกรรมรณรงค์ร่วมมือกับกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร (Co-Sponsor) หรือกิจกรรมอื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร แบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น 3 งวดดังนี้

- งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงิน ร้อยละ 13 เมื่อดำเนินการกิจกรรม ครั้งที่ 1 แล้วเสร็จภายใน 90 วัน
 งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงิน ร้อยละ 13 เมื่อดำเนินการกิจกรรม ครั้งที่ 2 แล้วเสร็จภายใน 180 วัน
 งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงิน ร้อยละ 14 เมื่อดำเนินการกิจกรรม ครั้งที่ 3 แล้วเสร็จภายใน 270 วัน

3. การออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ (สื่อเทศกาลปีใหม่ สื่อโปสเตอร์ สื่อสติ๊กเกอร์ และสื่อรณรงค์) แบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น 3 งวดดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 6 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จและส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 180 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

1. ออกแบบและผลิตสื่อรณรงค์ตามเทศกาล หรือตามสถานการณ์ อาทิ เสื้อยืด หรือสื่ออื่นๆ ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวนไม่น้อยกว่า 5,000 ชิ้น
2. ออกแบบและผลิตของที่ระลึก บรรจุในกล่องที่มีสัญลักษณ์ สนพ. จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ชิ้น

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 5 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จและส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 270 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

1. ออกแบบและผลิตโปสเตอร์ ในรูปแบบ Infographic และหรือรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ สนพ. เห็นสมควร ดำเนินการผลิตด้วยกระดาษอาร์ตการ์ด และหรือกระดาษที่มีคุณภาพเทียบเท่า ความหนาไม่น้อยกว่า 190 แกรม พิมพ์สี่สี ขนาด 15 x 20 นิ้ว จำนวน 4 แบบ แบบละ 10,000 แผ่น รวมทั้งสิ้น 40,000 แผ่น
2. ออกแบบและผลิตสติ๊กเกอร์ ที่มีข้อความเชิญชวนให้ประหยัดพลังงาน ภาพประกอบ/ภาพกราฟิก ต้องสะดุดตา จัดจำ ดูทันสมัย และมีความน่าสนใจ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พิมพ์สี่สี 1 หน้า ในระบบอิงค์เจ็ทบนสติ๊กเกอร์ PVC และหรือวัสดุที่มีคุณภาพที่เทียบเท่า ขนาด 12 x 7 เซนติเมตร และหรือขนาดใหม่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน 6 แบบๆ ละ 10,000 ชิ้น รวมทั้งสิ้น 60,000 ชิ้น

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 7 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลปีใหม่ ประจำปี 2560 แล้วเสร็จและส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายในวันที่ 1 ธันวาคม 2559 และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยดังนี้

- ปฏิทินตั้งโต๊ะ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,200 เล่ม
- สมุดบันทึก จำนวนไม่น้อยกว่า 3,200 เล่ม
- Monthly Planner จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 เล่ม
- บัตรอวยพรพร้อมซอง จำนวนไม่น้อยกว่า 1,500 ชุด
- กระเป๋าผ้าหรือพัสตูใช้บรรจุสื่อ จำนวนไม่น้อยกว่า 3,200 ชิ้น

11. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ไม่น้อยกว่า 1 เดือน นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ติดตั้งเดิมภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

12. ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่

ชื่อผู้ติดต่อ : คุณสุทธิรัตน์ กาศา
สำนักนโยบายอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน
อีเมล : suttirat.kas@eppo.go.th
โทรศัพท์ : 0 2612 1555 ต่อ 375
ข้อมูล : ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน หรือ www.eppo.go.th