



รายละเอียดและข้อกำหนด (Terms of Reference : TOR)
การว่าจ้างดำเนินโครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้”
ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ภาคประชาชน

1. ที่มาและเหตุผล

พลังงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยปริมาณการใช้พลังงานจะเติบโตควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และจากสถานการณ์พลังงานของประเทศในช่วงที่ผ่านมาปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) คาดการณ์การใช้ไฟฟ้าตลอดทั้งปี 2558 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 หรือคิดเป็น 173,863 ล้านหน่วย เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนจัดเป็นช่วงเวลานาน ประกอบกับการขยายตัวของภาคธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจการท่องเที่ยว การบริการ และการก่อสร้าง จะส่งผลให้ความต้องการใช้ไฟฟ้าสูงสุด (Peak) ในปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 และคาดการณ์ความต้องการใช้ไฟฟ้าสูงสุด (Peak) ในปี 2559 จะอยู่ที่ระดับ 28,300 - 29,000 เมกะวัตต์ ด้านการใช้น้ำมันสำเร็จรูป รวมทั้งสิ้น 141 ล้านลิตร/วัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของการใช้เบนซิน ดีเซล และน้ำมันเครื่องบิน ในขณะที่ LPG มีการใช้ลดลงลดจลลงร้อยละ 10.3 สัดส่วนการใช้ น้ำมันสำเร็จรูปสูงสุด คือ ดีเซล ร้อยละ 42 รองลงมาคือเบนซิน ร้อยละ 18 และการใช้ NGV ลดลงร้อยละ 3.3 เนื่องจากราคาน้ำมันปรับตัวลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคหันกลับไปใช้น้ำมันแทน ทั้งนี้สอดคล้องกับการคาดการณ์ GDP ในปี 2559 คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวร้อยละ 3.0 - 4.0 เนื่องจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ดังนั้น สนพ. จึงได้คาดการณ์การใช้พลังงานภาพรวมของประเทศปี 2559 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 - 3.5 เนื่องจากปัจจัยการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ รวมทั้งราคาน้ำมันยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

ในขณะที่การจัดหาพลังงานให้มีความพอเพียงมีข้อจำกัด จึงต้องพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศ ส่งผลต่อความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ กระทรวงพลังงาน จึงมอบหมายให้ สนพ. จัดทำแผนอนุรักษ์พลังงานปี 2558 - 2579 เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์พลังงานของประเทศให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม และเพื่อให้แผนดังกล่าวมีความสมบูรณ์สามารถนำไปดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกรอบแผนอนุรักษ์พลังงานฯ 10 มาตรการ และมาตรการสนับสนุนการรณรงค์สร้างจิตสำนึกใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ เป็นอีกหนึ่งมาตรการของกรอบแผนอนุรักษ์พลังงาน 20 ปี

สนพ. ตระหนักดีว่า มาตรการสนับสนุนการรณรงค์สร้างจิตสำนึกใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าและเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ การสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของประชาชนในประเทศ เป็นเรื่องจริงจั่งและต้องรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ด้วยการให้ข้อมูลและความรู้ความเข้าใจ รวมถึงแนะนำวิธีใช้พลังงานอย่างประหยัดที่สามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ทันที รวมถึงการขอความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาคประชาชน ภาคอุตสาหกรรม และภาคเอกชน ในการช่วยกันประหยัดพลังงานอย่างจริงจังและต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าของประเทศ โดยมุ่งเน้นเรื่องที่สามารถ

ทำได้ทันทีโดยการปรับวิธีการใช้พลังงานในชีวิตประจำวัน เช่น การปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศเพิ่มขึ้น 1 องศา จาก 25 องศา เป็น 26 องศา จะช่วยประหยัดไฟฟ้าได้ 10% การล้างเครื่องปรับอากาศ ทำความสะอาด แผ่นกรองอากาศอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้ 5% การปิดไฟดวงที่ไม่จำเป็น (โดยหากวัดจาก จำนวนครัวเรือน 20 ล้านครัวเรือน) หากต้องการจะประหยัดให้เห็นผลจริงจัง สนพ. จึงได้เชิญชวนประชาชน “เปลี่ยน” มาใช้อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ประสิทธิภาพสูง เช่น การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED เบอร์ 5 ที่ช่วยประหยัดไฟฟ้าได้ถึง 85% (เมื่อเปรียบเทียบกับหลอดไส้ขนาดที่เท่ากัน) ใช้พลังงานน้อย แต่ให้ประสิทธิภาพการส่องสว่างสูง มีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่าหลอดไฟทุกประเภท และการรณรงค์ ใช้เครื่องปรับอากาศ เบอร์ 5 ที่ผ่านการทดสอบแบบ SEER ที่ช่วยประหยัดไฟฟ้าได้ถึง 30% (เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องปรับอากาศแบบ FIXED SPEED) สามารถรักษาอุณหภูมิได้คงที่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันการพัฒนาของทั้ง 2 เทคโนโลยีได้ก้าวหน้าไปอย่างมาก ทั้งด้านอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ประหยัดไฟฟ้าได้มากขึ้น

กระทรวงพลังงาน จึงมอบหมายให้ สนพ. เร่งสร้างจิตสำนึกอีกครั้งผ่าน “โครงการรวมพลังหาร 2” คาดหวังที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้ภาคประชาชนมาเป็นแนวร่วม สร้างความรู้ความเข้าใจ ย้ำเตือนการคิดก่อนใช้ พลังงานทุกครั้งและทำให้เป็นนิสัยเพื่อพลังงานที่มั่นคงอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ความหมายของรวมพลังหาร 2 คือ “การร่วมแรงร่วมใจกัน ลดใช้พลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติลงครึ่งหนึ่ง ซึ่งครึ่งหนึ่งหรือหาร 2 ในที่นี้ ไม่สามารถวัดเป็นปริมาณค่าได้ แต่เป็นความรู้สึกของจิตสำนึกที่มีต่อการลดปริมาณการใช้พลังงาน โดยไม่กระทบกระเทือนต่อคุณภาพชีวิต และไม่ลดความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตประจำวัน และยังทำให้เรายังมีความสุข เท่ากับการหาร 2 คือ การประหยัด หรือลดใช้พลังงานส่วนเกินจำเป็น”

สนพ. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการดำเนิน “โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ภาคประชาชน” ภายใต้แผนปฏิบัติการรวมพลังหาร 2 ซึ่งเป็น Project Champion ที่เคยสร้างชื่อเสียงให้กับ สนพ. มาเกือบ 2 ทศวรรษ การปลุกยักษ์รวมพลังหาร 2 ให้กลับมาเป็น โครงการสร้างจิตสำนึกการประหยัดพลังงานของประเทศอีกครั้ง จึงเป็นภารกิจที่สำคัญและมุ่งหวังการรณรงค์ สู่ภาคประชาชนที่หวังผล ส่งเสริมสนับสนุนตัวบุคคลให้มีวินัยคิดก่อนใช้พลังงานทุกครั้ง โดยแบ่ง การดำเนินงานออกเป็น 3 กิจกรรมหลักคือ (1) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชันแนลและผ่านสื่อมวลชน (3) การจัดกิจกรรมรณรงค์ ซึ่งรายละเอียด และข้อกำหนด (Terms of Reference : TOR) ที่จัดทำขึ้นเพื่อเชิญชวนผู้รับจ้างที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรง ได้ร่วมเสนอความคิดสร้างสรรค์และยื่นข้อเสนอเพื่อนำสาร “รวมพลังหาร 2” สู่กลุ่มเป้าหมายภาคประชาชน ได้อย่างตรงจุดและเห็นผล โดยมีวัตถุประสงค์ ขอบเขตการดำเนินงานและเงื่อนไข ดังนี้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อสื่อสารให้เกิดกระแสการประหยัดพลังงาน ภายใต้โครงการ “รวมพลังหาร 2” กลับมา รณรงค์ให้เป็นโครงการสร้างจิตสำนึกแห่งปีอีกครั้ง
- 2.2 เพื่อกระตุ้นและย้ำเตือนให้คิดก่อนใช้พลังงานทุกครั้ง และทำให้เป็นนิสัย เพื่อพลังงานที่มั่นคง อย่างยั่งยืน



- 2.3 เพื่อแนะนำวิธีประหยัดพลังงานที่ทำได้จริงและเห็นผลผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หวังผล และเชิญชวนให้เป็นแนวร่วมกับโครงการ
- 2.4 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน และ กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในฐานะที่เป็นหน่วยงานกลางที่ขับเคลื่อนนโยบายอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนของประเทศ

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มเป้าหมายหลักโครงการ

- ภาคประชาชน และสังคมออนไลน์

3.2 กลุ่มเป้าหมายหวังผลผ่านกิจกรรมรณรงค์

- ประชาชนทั่วประเทศ มีอายุ 12 ปีขึ้นไป
- บุคคลที่รับผิดชอบบิลค่าไฟฟ้าในครัวเรือน และบุคคลที่ใช้ชีวิตในยุคดิจิทัล
- บุคคลที่ไม่ได้รับผิดชอบบิลค่าไฟฟ้า และไม่มีพฤติกรรมประหยัดพลังงานเป็นนิสัย

3.3 กลุ่มเป้าหมายสนับสนุน

- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพลังงาน ฯลฯ
- ผู้นำทางความคิด บุคคลที่มีชื่อเสียง และสื่อมวลชน
- ภาคเอกชน และผู้จัดงานอีเว้นท์ที่เกี่ยวข้อง

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ภาคประชาชน แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนลและผ่านสื่อมวลชน และ 3) การจัดกิจกรรมรณรงค์ โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

4.1 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

4.1.1. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

(1) ดำเนินการพัฒนาสัญลักษณ์โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” ไม่น้อยกว่า 3 แนวทาง

- ปรับเปลี่ยนสี รูปแบบตัวอักษร กราฟฟิก และการสื่อสารความให้ร่วมสมัยยิ่งขึ้น มีเอกลักษณ์ และเป็นสัญลักษณ์ที่มีอายุการใช้งานได้นานที่สุด
- พร้อมนำเสนอข้อความ (เพื่อพิจารณาแทนคำว่าคิดก่อนใช้) และให้เสนอคำที่สามารถสื่อความหมายได้ครอบคลุมหลักคิดโครงการ และเหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อต่อย้ำให้ได้นานที่สุด



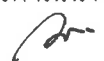
- นำเสนอแนวทางการจัดวางสัญลักษณ์วางเดี่ยว การนำไปใช้คู่กับชื่อหน่วยงาน การนำไปใช้กับหน่วยงานอื่น และในกรณีที่มีโครงการมีโครงการย่อยหรือเฉพาะกิจ ให้มีหลักการจัดวางได้อย่างเหมาะสม-ลงตัว-แต่ยังคงความโดดเด่น
- จัดทำแนวทางการนำสัญลักษณ์ไปใช้งาน อาทิ สื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อออนไลน์ กิจกรรมและเวที บุชขนาดต่างๆ รวมถึงหัวกระดาษ ของเอกสาร ของจดหมาย และของที่ระลึกโครงการ
- เมื่อสัญลักษณ์ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ (คณะกรรมการฯ) แล้ว ให้ผู้รับจ้างจัดทำคู่มือ จำนวน 3 ชุด ในรูปแบบสวยงาม และจัดทำไฟล์ PDF สำหรับการเผยแพร่อย่างเหมาะสม

(2) ดำเนินการผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ความยาว 60 วินาที จำนวน 1 เรื่อง และ Cut down 30 วินาที จำนวน 1 เรื่อง

- เพื่อสื่อสารกระแสการประหยัด ให้คณะกรรมการฯ พิจารณไม่น้อยกว่า 3 แนวทางการสื่อสาร โดยเลือกจากหัวข้อดังนี้
 - 1) “รวมพลังหาร 2 = คิดก่อนใช้พลังงานทุกครั้ง”
 - 2) “รวมพลังหาร 2 = ประหยัดซั้วร์”
 - 3) “รวมพลังหาร 2 = เพื่อพลังงานที่มั่นคงอย่างยั่งยืน”
 - 4) “รวมพลังหาร 2 = ลดใช้พลังงานอย่างสร้างสรรค์”
 - 5) “รวมพลังหาร 2 = ใครๆ ก็ลงมือทำได้”
 - 6) เปิดให้ผู้รับจ้างเสนอแนวทางเพิ่มเติม
- ต้องสร้างแรงจูงใจ ถ่ายทอดแนวคิดทางการสื่อสารให้เข้าใจง่าย และมี Storyline ในแบบฉบับการสื่อสารอารมณ์ดีในแบบรวมพลังหาร 2

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำวิจัย Concept testing สำหรับการพัฒนาสัญลักษณ์โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” ในข้อ 4.1.1 (1) และภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ในข้อ 4.1.1 (2) หรือประเด็นอื่นๆ ที่ คณะกรรมการฯ เห็นสมควร ก่อนดำเนินการผลิต โดยจัดทำในรูปแบบการสนทนากลุ่มอย่างน้อย 3 กลุ่มๆ ละ ไม่น้อยกว่า 6 คน เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อ ความคิดสร้างสรรค์ และความคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และหากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะและจำเป็นจะต้องมีการปรับการสื่อสาร เปลี่ยนแปลงบุคคล ผู้รับจ้างจะต้องมีความพร้อมด้านทีมงานและงบประมาณในการดำเนินการให้ ลุล่วงแล้วเสร็จในเวลาที่กำหนด โดยจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อการประชุมสัมพันธ์ ภาพรวมของโครงการ

(3) ออกแบบและผลิตอาร์ตเวิร์คสื่อสิ่งพิมพ์ (รูปแบบ Press Ad. และหรือ Info-graphic) จำนวนไม่น้อยกว่า 1 เรื่อง ขนาด Junior Page สีสี่และขาวดำ ที่มีแนวคิดทางการสื่อสารสัมพันธ์หรือต่อยอดจากภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตการดำเนินงาน



ข้อ 4.1.1 (2) ทั้งนี้ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบในการปรับขนาด Artwork สำหรับเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์และหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเหมาะสม โดยผู้รับจ้างยินดีปรับขนาดชิ้นงานตามประเภทสื่อที่คณะกรรมการฯ สรุปรายการ

(4) ออกแบบและผลิตสื่อ Banner Online จำนวนไม่น้อยกว่า 4 แบบ ได้แก่

- แนวคิดธีมหลัก
- งานเปิดตัวโครงการ
- โปสเตอร์กิจกรรมรณรงค์
- การสร้างกระแสโครงการ
- และหรือหัวข้ออื่นตามความเห็นชอบของคณะกรรมการฯ เห็นสมควร โดยสามารถปรับขนาดและหรือเทคนิคได้ มอบหมายให้นำไปเผยแพร่ในกรณีต่างๆ อย่างเหมาะสม

(5) ออกแบบสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ ได้แก่

- บูทกิจกรรม (รวม 4 ขนาด) ขนาดไม่น้อยกว่า 50 ตร.ม., 90 ตร.ม., 120 ตร.ม. และ 150 ตร.ม.
- ออกแบบเวทีเปิดตัวโครงการ และนิทรรศการโครงการรวมพลังหาร 2 (อดีต-ปัจจุบัน) บนพื้นที่สัมพันธ์กับบูทกิจกรรมข้างต้น โดยผู้รับจ้างยินดีปรับขนาดชิ้นงานตามประเภทสื่อที่คณะกรรมการฯ พิจารณาเลือก

(6) ออกแบบสื่อของที่ระลึกตามแนวคิดรวมพลังหาร 2 ชิ้นละไม่น้อยกว่า 1 แบบ ได้แก่ เสื้อโปโล, เสื้อที่เช็ด, ผ้ากันเปื้อน, เข็มกลัดติดเสื้อสูท และถุงผ้า

(7) ออกแบบสื่อสนับสนุนการรณรงค์ ดังนี้

- แผ่นพับขนาด A4 พับสาม จำนวน 1 แบบ
- โปสเตอร์ ขนาดไม่น้อยกว่า A3 จำนวน 1 แบบ
- Standee ขนาด 0.6x1.6 เมตร จำนวน 1 แบบ และ ขนาด 0.8x1.8 เมตร จำนวน 1 แบบ

4.1.2. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

- 1) จัดทำเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารผ่าน Web Board หรือ Blogger ไม่น้อยกว่า 12 URL มีความน่าเชื่อถือ และเสนอแผนงานที่จะทำให้เนื้อหาของ Blogger เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และสร้างการเชื่อมโยงการส่งเสริมกิจกรรมกับโครงการตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยจะต้องนำเสนอแผน เนื้อหา และการบริหารจัดการให้คณะกรรมการฯ พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินงาน
- 2) ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง (Endorser) บุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ของกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 คน ต้องเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ดี มีผู้ติดตามบน



- Social Media สูง (มีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า 50,000 คน) และสามารถจัดสรรเวลาร่วมกิจกรรมกับโครงการได้ตลอดระยะเวลาในสัญญา และต้องมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการบน Social Media ของบุคคลที่คัดเลือกมา รวมไม่น้อยกว่า 24 ครั้งตลอดระยะเวลาในสัญญา โดยให้สรุปแนวทางการบริหารจัดการมาโดยละเอียด และเป็นไปในแนวทางที่โครงการต้องการจะสื่อสารเพื่อหวังผล ทั้งนี้ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลดังกล่าว จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ก่อนการดำเนินงาน และไม่ซ้ำกับบุคคลเดิมที่ สนพ. เคยจ้างดำเนินกิจกรรมในปีที่ผ่านมา
- 3) เผยแพร่ Banner online ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.1 (5) บนเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จำนวน 4 เว็บไซต์ๆ ละไม่น้อยกว่า 1 เดือน และหรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลที่น่าสนใจรูปแบบอื่นๆ ตามแต่ผู้รับจ้างนำเสนอ
 - 4) ข้อเสนออื่นที่เป็นประโยชน์กับราชการ

4.2 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนลและผ่านสื่อมวลชน

4.2.1 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนล

- 1) เผยแพร่ภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ที่ผลิตไว้แล้วในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.1 (2) ทางสื่อโทรทัศน์ ความยาว 60 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ครั้ง และ Cut-down ความยาว 30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ครั้ง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง โดยแผนการเผยแพร่ (Media Plan) จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
 - การวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ และการวางแผนกลยุทธ์การวางแผนสื่อโทรทัศน์ ประเภทและรายการที่เลือก
 - การวางน้ำหนักในช่วงเวลา Primetime ในที่นี้หมายถึงเวลา 07.00 - 08.30 น. และ 18.30 - 22.30 น.
 - สรุปประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จะต้องนำเสนอผลรวม GRPs Reach CPRP Total Spot และตารางการเผยแพร่สื่อโทรทัศน์ (รวม)
 - ข้อเสนอเพิ่มเติม (ถ้ามี)
- 2) เผยแพร่สื่อหนังสือพิมพ์ที่ผลิตไว้แล้ว ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.1 (3) ขนาด Junior Page สีสี จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง และขาว-ดำ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง เพื่อสร้างกระแสการประหยัดพลังงาน โดยแผนการเผยแพร่จะต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้
 - การวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และการวางแผนกลยุทธ์สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทและฉบับที่เลือก

- สรุปประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จะต้องนำเสนอ Rational & Readership, Reach, CPM Total Insertion และตารางการเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ (รวม)
 - ข้อเสนอเพิ่มเติม (ถ้ามี)
- 3) สรุปประสิทธิภาพโดยรวมของแผน (รวม) และระบุตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนสื่อสารโดยละเอียด

4.2.2 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

- 1) บริหารเนื้อหาและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการในแต่ละช่วงเวลาตามเทศกาล ตามวาระสำคัญ ตลอดระยะเวลาในสัญญา และสอดรับการงานเผยแพร่การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล กิจกรรมรณรงค์ โดยจะต้องนำเสนอเนื้อหาให้คณะกรรมการฯ พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินงานเป็นรายเดือน เพื่อนำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจต่อโครงการ สร้างแรงจูงใจ สร้างแรงกระตุ้นจนนำไปสู่การปรับเปลี่ยน และเป็นแนวร่วมกับโครงการ
- 2) ประชาสัมพันธ์แนวคิดและสัญลักษณ์ใหม่โครงการให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางตลอดระยะเวลาในสัญญา
- 3) จัดทำประชาสัมพันธ์แถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมงานรวมไม่น้อยกว่า 30 คน โดยต้องจัดเตรียมประเด็นแถลงข่าว จัดเตรียมพิธีเชนเทชั่นสำหรับผู้บริหาร แนวคำถามคำตอบสำหรับผู้บริหารและกำหนดประเด็นสำหรับผู้ร่วมแถลงข่าวอย่างเหมาะสม จัดเตรียมแฟ้มข่าวประชาสัมพันธ์ และผลิตของที่ระลึกเพื่อใช้ในงานแถลงข่าวรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ชิ้น
- 4) จัดทำประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) ได้แก่
 - จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
 - จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
 - จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อวิทยุ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
 - จัดทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์หรือเว็บไซต์ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง
 - จัดทำการเปิดประเด็นโครงการผ่านรายการโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง ในรายการที่มีความนิยมสูงด้านการรับชม และตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่หวังผล โดยจะต้องเสนอแผนการสื่อสารให้คณะกรรมการฯ พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการ
- 6) จัดทำสรุปข่าวของโครงการ รายงานเป็นประจำทุกสัปดาห์จัดส่ง สนพ. ทางอีเมลล์ เพื่อรายงานต่อผู้บริหาร สนพ. ตลอดระยะเวลาในสัญญา
- 7) ข้อเสนออื่นที่เป็นประโยชน์กับราชการ

4.3 การจัดกิจกรรมรณรงค์

4.3.1 จัดงานเปิดตัวโครงการ ณ สถานที่จัดงานที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างน่าสนใจ และจัดกิจกรรมรณรงค์ในรูปแบบการจัดทอล์กโชว์ หรือการเสวนา (บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นผู้รู้จักในวงกว้าง) หรือการจัดนิทรรศการโครงการ หรือการจัดกิจกรรมดึงดูดมวลชนให้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 คน

4.3.2 จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) ก่อนงาน (ไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์)-ระหว่างงาน-หลังงาน (ไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์) ให้มีประสิทธิภาพการรับรู้ของภาคประชาชนอย่างมีกลยุทธ์

4.3.3 ผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ที่ได้ออกแบบไว้ ในขอบเขตการดำเนินงาน ข้อ 4.1.1 (6)

- บูธกิจกรรม (รวม 4 ขนาด) ขนาดไม่น้อยกว่า 50 ตร.ม., 90 ตร.ม., 120 ตร.ม. และ 150 ตร.ม.
- ออกแบบเวทีเปิดตัวโครงการ และนิทรรศการโครงการรวมพลังหาร 2 (อดีต-ปัจจุบัน) บนพื้นที่สัมพันธ์กับบูธกิจกรรมข้างต้น โดยผู้รับจ้างยินดีปรับขนาดขึ้นงานตามประเภทสื่อที่คณะกรรมการฯ พิจารณาเลือก

4.3.4 ผลิตของที่ระลึกที่ได้ออกแบบไว้ ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.1 (7) ดังนี้

- | | | | |
|-----------------------|-------|-------|------|
| • เสื้อโปโล | จำนวน | 500 | ตัว |
| • เสื้อที่ขีด | จำนวน | 1,000 | ตัว |
| • ผ้ากันเปื้อน | จำนวน | 1,000 | ชิ้น |
| • เข็มกลัดติดเสื้อสุท | จำนวน | 200 | ชิ้น |
| • ถุงผ้า | จำนวน | 500 | ใบ |

4.3.5 ผลิตสื่อสนับสนุนการรณรงค์ที่ได้ออกแบบไว้ ในขอบเขตการดำเนินงานข้อ 4.1.1 (8) ดังนี้

- แผ่นพับขนาด A4 พับสาม จำนวนไม่น้อยกว่า 20,000 แผ่น
- โปสเตอร์ ขนาดไม่น้อยกว่า A3 จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 แผ่น
- Standee ขนาด 0.6x1.6 เมตร จำนวน 20 ชิ้น และ ขนาด 0.8x1.8 เมตร จำนวน 20 ชิ้น รวมไม่น้อยกว่า 40 ชิ้น

4.3.6 ต้องสื่อสารแนวคิดและสัญลักษณ์ใหม่โครงการ ภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์โครงการ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในกิจกรรมเปิดตัว

ทั้งนี้ แผนการจัดงานตาม ข้อ 4.3 ในแต่ละงานต้องระบุให้ครบถ้วน ดังนี้

- (1) จัดประชุมการเตรียมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง
- (2) แนวคิดหลักในการจัดงาน
- (3) การจัดหาพื้นที่จัดงาน โดยมีทางเลือกให้พิจารณามากกว่า 1 ทางเลือก พร้อมเปรียบเทียบข้อเด่นข้อด้อยและเหตุผลสนับสนุน (ในกรณีที่ต้องมีการปรับเปลี่ยน

สถานที่จัดงาน ต้องได้รับความเห็นชอบจาก สนพ. และนำเสนอแนวทางอื่นที่เหมาะสมและมีกลุ่มเป้าหมายไม่ต่ำกว่าข้อเสนอเดิม)

- (4) รูปแบบการจัดงาน ความพร้อมคณะทำงาน และแผนดำเนินงานโดยละเอียด
- (5) จัดให้มี Influencer / Endorsers / Net Idol ร่วมงาน อย่างน้อย 1 คน
- (6) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และผ่านการฝึกอบรม และภายในบูธจะต้องมีการนำเสนอโครงการอย่างน่าสนใจ ที่เป็นแนวทางที่ สนพ. ต้องการจะสื่อสาร
- (7) จัดให้มีกิจกรรมย่อย และหรือกิจกรรมถาม-ตอบ และหรือรางวัลจูงใจ และหรือการเพิ่มยอด Like ในช่องทางสื่อสารของโครงการอย่างเหมาะสม
- (8) การจัดทำชุดเอกสารประกอบการนำเสนอผู้บริหารที่จะไปร่วมงานทุกงาน
- (9) การสรุปการประชุมทุกครั้งในรูปรายงาน และผลการจัดกิจกรรมพร้อมข้อเสนอแนะ
- (10) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์งานในรูปแบบที่เหมาะสม อาทิ รอบสถานที่จัดงาน ป้ายบอกทางสู่สถานที่จัดงาน อย่างเหมาะสม และระบุ Specification ของสื่อที่จะผลิตมาให้ครบถ้วน
- (11) ประสานการการนำเทปและหรือคลิปและหรือสื่อที่บริษัทรับผิดชอบ ไปเผยแพร่ในช่องทาง Social Media ของโครงการตลอดระยะเวลาสัญญา
- (12) ข้อเสนอเพิ่มเติม ที่เป็นประโยชน์

ทั้งนี้ ขอบเขตการดำเนินงานในข้อ 4.1 – 4.3 สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมภายใต้วงเงินงบประมาณ ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการฯ ทั้งนี้ต้องไม่ทำให้ราชการต้องเสียประโยชน์

4.4 ข้อกำหนดอื่นๆ ดังนี้

4.4.1 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

- 1) ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนดำเนินกิจกรรมตาม ข้อ 4.1.1 (1) - (6) และข้อ 4.1.2 (1) - (4) พร้อมเสนอกยุทธ์การสื่อสารที่พัฒนาก่อนดำเนินการผลิต รวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน 60 วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนลและผ่านสื่อมวลชน ผู้รับจ้างต้องดำเนินการดังนี้

- 1) ส่งแผนมีเดียโดยรวม (Master Plan) โดยละเอียด ภายใน 30 วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และนำเสนอแผนรายเดือน (Media Monthly Plan) ให้ สนพ. พิจารณาล่วงหน้าก่อน 15 วันทำการ
- 2) ส่งแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนโดยรวม (Master Plan) โดยละเอียด ภายใน 30 วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา และนำเสนอแผนประชาสัมพันธ์รายเดือน (PR Monthly Plan) ให้ สนพ. พิจารณาล่วงหน้าก่อน 15 วันทำการ
- 3) ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีการนำไฟล์ไปปรับเปลี่ยนแปลงต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ ทุกครั้ง



- 4.4.3 การจัดกิจกรรมรณรงค์ ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนดำเนินงานกิจกรรมตาม ข้อ 4.3 รวมถึงตารางดำเนินงานโดยละเอียด ภายใน 45 วันนับจากวันที่ลงนามในสัญญา
- 4.4.4 ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ (การจัดประชุมในสำนักงานและหรือนอกสำนักงาน ค่าเดินทางไปร่วมงาน ค่าที่พัก และอาหารเครื่องดื่มสำหรับ สนพ. และที่ปรึกษาบริหารฯ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ)
- 4.4.5 ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงานและมีประสิทธิภาพสูง ในการกลั่นกรองข้อมูลและถ่ายทอดข้อมูลออกมาให้เข้าใจง่ายก่อนนำเสนอให้ สนพ. พิจารณาทุกครั้ง
- 4.4.6 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
- 4.4.7 สามารถขอข้อมูลเกี่ยวกับพลังงาน หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาได้ที่ “ศูนย์ประชาสัมพันธ์ของ สนพ.” “www.รวมพลังหาร2.com” หรือ “www.eppo.go.th”
- 4.4.8 ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และหรือเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว
- 4.4.9 ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด เป็นเวลาอย่างน้อย 6 เดือน หลังจากสิ้นสุดสัญญาจ้าง
- 4.4.10 ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว
- 4.4.11 ในกรณีที่ สนพ. เรียกประชุม ผู้รับจ้างจะต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมตลอดระยะเวลาของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย

5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 ทำให้เกิดกระแสโครงการ “รวมพลังหาร 2” เป็นโครงการรณรงค์สร้างจิตสำนึกประหยัดพลังงานของประเทศ
- 5.2 ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความตระหนักรู้เพิ่มขึ้น คิดก่อนใช้พลังงานทุกครั้งเพิ่มขึ้น ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านที่ดีขึ้น และบอกต่อคนใกล้ชิด

- 5.3 ทำให้เกิดต้นแบบจากหลากหลายวงการ ที่เห็นผลด้านความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ได้รับ และขยายการเป็นแนวร่วมทั้งสังคมออนไลน์และในครัวเรือน
- 5.4 เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน และกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในฐานะเลขานุการและเป็นหน่วยงานกลางด้านข้อมูลความรู้ด้านบริหารจัดการนโยบายและพลังงานของประเทศ

6. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 6.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง และมีประสบการณ์ได้แก่
 - 1) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล
 - 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทร็ดดิซันแนลและผ่านสื่อมวลชน และ
 - 3) การจัดกิจกรรมรณรงค์
- 6.2 ผู้เสนอราคาต้องเคยมีผลงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญของภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือภาคเอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร ในรูปแบบ Full campaign มีผลงานโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาทต่อสัญญา
- 6.3 ผู้เสนอราคาต้องมีทีมงานที่มีความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนความสามารถในการขอรับความอนุเคราะห์จากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน
- 6.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- 6.5 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 6.6 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 6.7 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคา และห้ามทำสัญญาตามที่ 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) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรงทั้ง 3 ส่วนงาน ได้แก่ 1) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนลและผ่านสื่อมวลชน และ 3) การจัดกิจกรรมรณรงค์ โดยมีข้อกำหนดให้ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อ สนพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

7.1 ข้อเสนอทางด้านเทคนิค ได้แก่

7.1.1 รายละเอียดแผนงานตามขอบเขตดำเนินงาน ข้อ 4. และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน

7.1.2 ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

1) รายละเอียดแผนงาน กลยุทธ์การสื่อสาร การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลตามที่กำหนด และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน

2) ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่ Rationale สนับสนุนแนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสาร, Storyboard, Design & Layout, Radio Script, Digital Concept & Reference, การสื่อสารโครงการ ณ จุดขาย, รูปแบบงานมหกรรมฯ, สื่อสนับสนุนการรณรงค์ และ Specification การผลิตมาโดยละเอียด ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงานด้านมีเดียและด้านการพิจารณาบุคคล จึงจะได้รับการพิจารณา

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนลและผ่านสื่อมวลชน

3) รายละเอียดแผนงาน กลยุทธ์การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนที่กำหนด และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน

4) ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่ แผนการเผยแพร่ภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ แผนการเผยแพร่สื่อวิทยุ แผนการเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ และแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนมาโดยละเอียด ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงานด้านมีเดีย จึงจะได้รับการพิจารณา

การจัดกิจกรรมรณรงค์

5) ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่ แผนกิจกรรมรณรงค์ แผนจัดกิจกรรมอีเว้นท์ที่เกี่ยวข้อง แผนประชาสัมพันธ์งาน (Controlled PR) ข้อมูลและสถิติอัปเดตที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงาน จึงจะได้รับการพิจารณา



7.1.3 รายชื่อและประวัติการทำงานของคณะทำงาน (ทีมหลัก) รวมทั้งประวัติและผลงานของบริษัทหรือทีมงาน (ทีมหลัก) ที่ผ่านมา รายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิ และหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา

7.2 ข้อเสนอด้านราคา

กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 60 วัน นับแต่วันเสนอราคา พร้อมรายละเอียดของค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วน และเงื่อนไขการส่งมอบงาน

8. หลักเกณฑ์และส่วนในการพิจารณา

ข้อเสนอด้านเทคนิคจะต้องมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

- 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. จะพิจารณาราคาเฉพาะผู้เสนอราคาที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกตามข้อ 8.1 ซึ่งได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

9. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

สนพ. ใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

9.1 ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 30

9.2 คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 70

พิจารณาจากข้อเสนอทางด้านเทคนิคซึ่งอย่างน้อยต้องเป็นไปตามข้อ 4. ขอบเขตดำเนินงาน ข้อ 6. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และข้อ 7. การยื่นข้อเสนอ โดย สนพ. จะพิจารณาด้านคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ ดังนี้

9.2.1 แนวคิดหลัก รูปแบบงาน และรายละเอียดแผนงานโดยรวม คะแนน 20 คะแนน

- 1) ความเข้าใจในเป้าหมายหลักและความสามารถในการปฏิบัติงานให้กลุ่มเป้าหมาย เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ และเข้าถึง (Reach) อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
- 2) ความชัดเจนของแนวคิดหลัก กลยุทธ์การสื่อสาร การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนโดยรวม
- 3) รายละเอียด ขั้นตอน การสื่อสาร การปฏิบัติงาน ความสมบูรณ์ ถูกต้อง ครบถ้วนของข้อเสนอโดยรวม



- 9.2.2 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล คะแนน 20 คะแนน
- 1) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์และผลที่คาดหวังของโครงการ
 - 2) แผนงานสามารถพัฒนาการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไปได้ง่ายและภายในเวลาที่กำหนด
 - 3) แผนงานมีเอกลักษณ์ด้านการสร้างกระแส การให้ความรู้ความเข้าใจ การสร้างแรงจูงใจ การสร้างนิสัยประหยัดพลังงาน
 - 4) ตารางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโครงการ
 - 5) ความชัดเจนของแผนการบริหารเนื้อหา และกลยุทธ์การสื่อสาร (โดยรวม)
 - 6) ประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer
 - 7) ประสิทธิภาพของแผนมีเดียดิจิทัล (ภาพรวม)
 - 8) ประสิทธิภาพกิจกรรมรายเดือน และหรือรางวัลจูงใจ
 - 9) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ
- 9.2.3 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรตดิชั่นแนลและผ่านสื่อมวลชน คะแนน 25 คะแนน
- 1) ความชัดเจนของกลยุทธ์ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์และผลที่คาดหวังของโครงการ
 - 2) ประสิทธิภาพโดยรวมของแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ (สื่อหลัก)
 - 3) ประสิทธิภาพโดยรวมของแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ (สื่อสนับสนุน)
 - 4) ประสิทธิภาพโดยรวมของแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (สื่อสนับสนุน)
 - 5) ตารางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโครงการ
 - 6) ความชัดเจนของแผนประชาสัมพันธ์โดยรวม การบริหารเนื้อหาที่สอดคล้องกับขับเคลื่อนโครงการ และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มุ่งสู่ผลสำเร็จ
 - 7) ประสิทธิภาพของแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน (ภาพรวม)
 - 8) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ
- 9.2.4 การจัดกิจกรรมรณรงค์ คะแนน 25 คะแนน
- 1) ความชัดเจนด้านความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดและรูปแบบน่าสนใจ และเป็นไปตามผลที่คาดหวังของโครงการ
 - 2) แผนงานสามารถดำเนินการได้จริง มีความสามารถในการจัดหาพื้นที่จัดงานได้จริง แผนงาน-รูปแบบ-และรายละเอียดงานทั้งหมดสามารถพัฒนาต่อไปได้ง่ายและสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด
 - 3) แผนประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร
 - 4) ตารางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโครงการ
 - 5) ข้อเสนอเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ



9.2.5 คุณสมบัติของผู้เสนอราคา และคณะทำงาน

คะแนน 10 คะแนน

- 1) หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของคณะทำงาน และผลงานที่ผ่านมา (Company Profile)
- 2) ผลงานที่ผ่านมาในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเทรดิชั่นแนล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน รวมถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์และส่งเสริมตลาดโครงการสำคัญที่ผ่านมาและมีผลงานโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ
- 3) ความพร้อมของผู้รับจ้างที่พร้อมจะเริ่มงานได้ทันที
- 4) ประวัติและผลงานผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ศึกษาด้านวิชาการ
- 5) ประวัติ, ผลงานและความพร้อมของทีมงานหลักที่จะมาปฏิบัติงาน ได้แก่ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงานจริง การมอบหมายงาน ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ของทีมงาน

10. ข้อกำหนดการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงิน

กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายใน 240 วัน โดยแบ่งการส่งมอบงานและการเบิกจ่ายเงินออกเป็น 3 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 9 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 60 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้วประกอบด้วย

1. การพัฒนาสัญลักษณ์โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” ไม่น้อยกว่า 3 แนวทาง
2. จัดทำวิจัย Concept testing สำหรับการพัฒนาสัญลักษณ์โครงการ “รวมพลังหาร 2 คิดก่อนใช้” และภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ หรือประเด็นอื่นๆ ที่ คณะกรรมการฯ เห็นสมควรก่อนดำเนินการผลิต ในรูปแบบการสนทนากลุ่ม อย่างน้อย 3 กลุ่มๆ ละ ไม่น้อยกว่า 6 คน
3. ผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ความยาว 60 วินาที จำนวน 1 เรื่อง และ Cut-down 30 วินาที จำนวน 1 เรื่อง
4. ออกแบบและผลิตอาร์ตเวิร์คสิ่งพิมพ์ (รูปแบบ Press Ad. และหรือ Info-graphic) จำนวน ไม่น้อยกว่า 1 เรื่อง ขนาด Junior Page สีสี่และขาวดำ
5. ออกแบบและผลิตสื่อ Banner Online จำนวนไม่น้อยกว่า 4 แบบ
6. ออกแบบสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ ได้แก่
 - บุษบกกิจกรรม (รวม 4 ขนาด) ขนาดไม่น้อยกว่า 50 ตร.ม., 90 ตร.ม., 120 ตร.ม. และ 150 ตร.ม.
 - ออกแบบเวทีเปิดตัวโครงการ และนิทรรศการโครงการรวมพลังหาร 2 (อดีต-ปัจจุบัน)
7. ออกแบบสื่อของที่ระลึกตามแนวคิดรวมพลังหาร 2 ชิ้นละไม่น้อยกว่า 1 แบบ ได้แก่ เสื้อโปโล, เสื้อที่เช็ด, ผ้ากันเปื้อน, เข็มกลัดติดเสื้อสูท และถุงผ้า
8. ออกแบบสื่อสนับสนุนการรณรงค์ ดังนี้
 - แผ่นพับขนาด A4 พับสาม จำนวน 1 แบบ

- โปสเตอร์ ขนาดไม่น้อยกว่า A3 จำนวน 1 แบบ
- Standee ขนาด 0.6x1.6 เมตร จำนวน 1 แบบ และ ขนาด 0.8x1.8 เมตร จำนวน 1 แบบ

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 83 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 180 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้วประกอบด้วย

1. เผยแพร่ภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ที่ผลิตไว้แล้ว ทางสื่อโทรทัศน์ ความยาว 60 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ครั้ง และ Cut-down ความยาว 30 วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ครั้ง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง
2. เผยแพร่สื่อหนังสือพิมพ์ที่ผลิตไว้แล้ว ขนาด Junior Page สีสี่ จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง และข่าว-ดำ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง
3. จัดทำเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารผ่าน Web Board และหรือ Blogger ไม่น้อยกว่า 12 Blog
4. ประชาสัมพันธ์โครงการผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง (Influencer) บุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิดของกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 คน
5. จัดทำประชาสัมพันธ์แถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 30 คน และผลิตของที่ระลึกเพื่อใช้ในงานแถลงข่าวรวมจำนวนไม่น้อยกว่า 120 ชิ้น
6. กิจกรรมรณรงค์
 - จัดงานเปิดตัวโครงการ ณ สถานที่จัดงานที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างน่าสนใจ และจัดกิจกรรมรณรงค์ในรูปแบบการจัดทอล์กโชว์ หรือการเสวนา (บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นผู้รู้จักในวงกว้าง) หรือการจัดนิทรรศการโครงการ หรือการจัดกิจกรรมดึงดูดมวลชนให้เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 1,000 คน
 - จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) ก่อนงานไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์ – ระหว่างงาน-หลังงานไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ให้มีประสิทธิภาพการรับรู้ของภาคประชาชนอย่างมีกลยุทธ์
 - ผลิตสื่อสนับสนุนกิจกรรมรณรงค์ตามที่ได้ออกแบบไว้ ได้แก่
 - บูธกิจกรรม (รวม 4 ขนาด) ขนาดไม่น้อยกว่า 50 ตร.ม., 90 ตร.ม., 120 ตร.ม. และ 150 ตร.ม.
 - เวทีเปิดตัวโครงการ และนิทรรศการโครงการรวมพลังหาร 2 (อดีต-ปัจจุบัน)
 - ผลิตของที่ระลึกตามที่ได้ออกแบบไว้ ดังนี้
 - เสื้อโปโล จำนวน 500 ตัว
 - เสื้อที่เช็ด จำนวน 1,000 ตัว
 - ผ้ากันเปื้อน จำนวน 1,000 ชิ้น
 - เข็มกลัดติดเสื้อสุท จำนวน 200 ชิ้น
 - ถุงผ้า จำนวน 500 ใบ
 - ผลิตสื่อสนับสนุนการรณรงค์ตามที่ได้ออกแบบไว้ ดังนี้
 - แผ่นพับขนาด A4 พับสาม จำนวนไม่น้อยกว่า 20,000 แผ่น



- โปสเตอร์ ขนาดไม่น้อยกว่า A3 จำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 แผ่น
- Standee ขนาด 0.6x1.6 เมตร จำนวน 20 ชิ้น และ ขนาด 0.8x1.8 เมตร จำนวน 20 ชิ้น รวมไม่น้อยกว่า 40 ชิ้น

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 8 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้แล้วเสร็จ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ว่าจ้างภายใน 240 วัน และผู้ว่าจ้างได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

1. เผยแพร่ Banner online ที่ผลิตไว้แล้ว บนเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการ จำนวน 4 เว็บไซต์ๆ ละ ไม่น้อยกว่า 1 เดือน
2. บริหารเนื้อหาและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการในแต่ละช่วงเวลา ตามเทศกาลตามวาระสำคัญ ตลอดระยะเวลาในสัญญา
3. จัดทำประชาสัมพันธ์ (Controlled PR) ได้แก่
 - จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
 - จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อหนังสือพิมพ์และหรือนิตยสาร จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
 - จัดทำการสัมภาษณ์พิเศษทางสื่อวิทยุ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
 - จัดทำการประชาสัมพันธ์เว็บข่าวหรือเว็บสื่อ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง
 - จัดทำการเปิดประเด็นโครงการผ่านรายการโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง

11. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง

ไม่น้อยกว่า 1 เดือน นับถัดจากวันที่สำนักงานได้รับมอบงาน โดยผู้รับจ้างต้องบริหารจัดการซ่อมแซมแก้ไขให้ใช้งานได้ดังเดิมภายใน 5 วันทำการ นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งความชำรุดบกพร่อง

12. ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

ชื่อผู้ติดต่อ : คุณสุทธิรัตน์ กาศา
 สำนักนโยบายอนุรักษพลังงานและพลังงานทดแทน

อีเมล : suttirat.kas@eppo.go.th

โทรศัพท์ : 0 2612 1555 ต่อ 375

ข้อมูล : ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
 สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน หรือ www.eppo.go.th



ตัวอย่าง สัญญาจ้าง

สัญญาเลขที่

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้น ณ ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต
จังหวัด เมื่อวันที่ เดือน พ.ศ. ระหว่าง
โดย ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ว่าจ้าง” ฝ่ายหนึ่ง กับ
ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท
มีสำนักงานใหญ่อยู่เลขที่ ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด
โดย ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคลปรากฏตามหนังสือรับรองของ
สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท ลงวันที่ (และหนังสือมอบอำนาจลงวันที่)
แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้ เรียกว่า “ผู้รับจ้าง” อีกฝ่ายหนึ่ง

คู่สัญญาได้ตกลงกันมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ ๑. ข้อตกลงว่าจ้าง

ผู้ว่าจ้างตกลงจ้างและผู้รับจ้างตกลงรับจ้างทำงาน
ณ ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด
ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้ รวมทั้งเอกสารแนบท้ายสัญญา
ผู้รับจ้างตกลงที่จะจัดหาแรงงานและวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ตลอดจนอุปกรณ์ต่างๆ ชนิดดี เพื่อใช้
ในงานจ้างตามสัญญานี้

ข้อ ๒. เอกสารอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

๒.๑	ผนวก ๑	รายละเอียดแผนการดำเนินงาน	จำนวน หน้า
๒.๒	ผนวก ๒	เอกสารหลักฐานของผู้รับจ้าง	จำนวน หน้า
๒.๓	ผนวก ๓	ใบเสนอราคา	จำนวน หน้า

ความใดในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ
และในกรณีที่เอกสารแนบท้ายสัญญาขัดแย้งกันเอง ผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของผู้ว่าจ้าง

ข้อ ๓. หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

ในขณะที่ทำสัญญานี้ ผู้รับจ้างได้นำหลักประกันเป็น
เป็นจำนวนเงิน บาท (.....) มามอบให้แก่ผู้ว่าจ้าง
เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญานี้

หลักประกันที่ผู้รับจ้างนำมามอบไว้ตามวรรคหนึ่ง ผู้ว่าจ้างจะคืนให้เมื่อผู้รับจ้างพ้นจาก
ข้อผูกพันตามสัญญานี้แล้ว

ข้อ ๔. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายและผู้รับจ้างตกลงรับเงินค่าจ้างเป็นจำนวนเงิน.....บาท
(.....) ซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน.....บาท ตลอดจน
ภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้ว โดยถือราคาเหมารวมเป็นเกณฑ์และกำหนดการจ่ายเงินโดยแบ่ง
ออกเป็นงวด ดังนี้

งวดที่ ๑ เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....)
เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน.....ให้แล้วเสร็จภายใน.....

งวดที่ ๒ เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....)
เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงาน.....ให้แล้วเสร็จภายใน.....

..... ฯลฯ

งวดสุดท้าย เป็นจำนวนเงิน.....บาท (.....)
เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามสัญญา

หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานหรือกำหนดการ
ปฏิบัติงานหรือให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลาส่งมอบงานตามเงื่อนไขการขอเบิกเงินค่าจ้างดังกล่าว เนื่องจากเหตุ
ใดๆ ที่ผู้รับจ้างไม่สามารถคาดการณ์ได้ ผู้รับจ้างจะต้องทำหนังสือแจ้งให้ผู้ว่าจ้างได้ทราบถึงเหตุต่างๆ เพื่อขอ
อนุญาตในการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานหรือกำหนดการปฏิบัติงานและหรือข้อตกลงในจำนวนเงินค่าจ้าง
ที่ขอเบิกในแต่ละงวด เพื่อให้เหมาะสมกับผลงานที่ปฏิบัติได้จริง

ลิขสิทธิ์ใดๆ ที่ได้ทำขึ้นเกี่ยวกับสัญญานี้ให้ตกเป็นของผู้ว่าจ้าง หากผู้รับจ้างจะนำลิขสิทธิ์
ดังกล่าวนี้ไปใช้ในกิจการอื่นที่ไม่เกี่ยวกับสัญญานี้ จะต้องได้รับความยินยอมล่วงหน้าจากผู้ว่าจ้างก่อน

ข้อ ๕. กำหนดเวลาแล้วเสร็จและสิทธิของผู้ว่าจ้างในการบอกเลิกสัญญา

ผู้รับจ้างต้องเริ่มทำงานที่รับจ้างภายในวันที่.....และจะต้องทำงาน
ให้แล้วเสร็จบริบูรณ์ภายในวันที่.....ถ้าผู้รับจ้างมิได้ลงมือทำงานภายในกำหนดเวลา
หรือไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา หรือมีเหตุให้เชื่อได้ว่าผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จ
ภายในกำหนดเวลาหรือจะแล้วเสร็จล่าช้าเกินกว่ากำหนดเวลา หรือ ผู้รับจ้างทำผิดสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือ
ตกเป็นผู้ล้มละลาย หรือเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ หรือผู้ควบคุมงานหรือ
บริษัทที่ปรึกษาซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ว่าจ้าง ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญานี้ได้และมีสิทธิจ้างผู้รับจ้าง
รายใหม่เข้าทำงานของผู้รับจ้างให้ลุล่วงไปได้ด้วย

การที่ผู้ว่าจ้างไม่ใช้สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างพ้นจากความรับผิด
ตามสัญญา

ข้อ ๖. ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่
ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาตามข้อ ๕ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากงานจ้างนี้ ภายใน
กำหนด ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ผู้รับจ้างได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจาก
ความบกพร่องของผู้รับจ้าง อันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้อง หรือทำไว้มิเรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตาม
มาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดยผู้ว่าจ้างไม่ต้อง
ออกเงินใดๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างบิดพลิ้วไม่กระทำการดังกล่าวภายในกำหนด ๕ วัน นับแต่วันที่
ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างหรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนดให้ผู้ว่าจ้าง
มีสิทธิที่จะทำการนั้นเอง หรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นโดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

ข้อ ๗. การจ้างช่วง

ผู้รับจ้างจะต้องไม่เอางานทั้งหมดหรือบางส่วนแห่งสัญญาไปจ้างช่วงอีกต่อหนึ่งโดยไม่ได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ว่าจ้างก่อน ทั้งนี้ นอกจากในกรณีที่สัญญานี้จะได้ระบุไว้เป็นอย่างอื่น ความยินยอมดังกล่าวนี้ไม่เป็นเหตุให้ผู้รับจ้างหลุดพ้นจากความรับผิด หรือพันธะหน้าที่ตามสัญญานี้ และผู้รับจ้างจะยังคงต้องรับผิดชอบในความผิดและความประมาทเลินเล่อของผู้รับจ้างช่วงหรือของตัวแทนหรือลูกจ้างของผู้รับจ้างช่วงนั้นทุกประการ

ข้อ ๘. การควบคุมงานของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องควบคุมงานที่รับจ้างอย่างเอาใจใส่ด้วยประสิทธิภาพและความชำนาญ และในระหว่างทำงานที่รับจ้างจะต้องจัดให้มีผู้แทนซึ่งทำงานเต็มเวลาเป็นผู้ควบคุมงาน ผู้ควบคุมงานดังกล่าวจะต้องเป็นผู้แทนที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้รับจ้าง คำสั่ง หรือคำแนะนำต่างๆ ที่ได้แจ้งแก่ผู้แทน ผู้ได้รับมอบอำนาจนั้นให้ถือว่าเป็นคำสั่งหรือคำแนะนำที่ได้แจ้งแก่ผู้รับจ้าง การแต่งตั้งผู้ควบคุมงานนั้นจะต้องทำเป็นหนังสือและต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง การเปลี่ยนตัวหรือแต่งตั้งผู้ควบคุมงานใหม่จะทำได้หากไม่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าจ้างก่อน

ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะขอให้เปลี่ยนตัวผู้แทนที่ได้รับมอบอำนาจนั้น โดยแจ้งเป็นหนังสือไปยังผู้รับจ้าง และผู้รับจ้างจะต้องทำการเปลี่ยนตัวโดยพลัน โดยไม่คิดราคาเพิ่มหรืออ้างเป็นเหตุเพื่อขยายอายุสัญญาอันเนื่องมาจากเหตุนี้

ข้อ ๙. ความรับผิดของผู้รับจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่ออุบัติเหตุ ความเสียหาย หรือภัยอันตรายใดๆ อันเกิดจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง และจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายจากการกระทำของลูกจ้างของผู้รับจ้าง

ความเสียหายใดๆ อันเกิดแก่งานที่ผู้รับจ้างได้ทำขึ้น แม้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุสุดวิสัย นอกจากกรณีอันเกิดจากความผิดของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบโดยซ่อมแซมให้คืนดีหรือเปลี่ยนให้ใหม่โดยค่าใช้จ่ายของผู้รับจ้างเอง ความรับผิดของผู้รับจ้างดังกล่าวในข้อนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อผู้ว่าจ้างได้รับมอบงานครั้งสุดท้าย ซึ่งหลังจากนั้นผู้รับจ้างคงต้องรับผิดชอบเพียงในกรณีชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายดังกล่าวในข้อ ๖ เท่านั้น

ข้อ ๑๐. การจ่ายเงินแก่ลูกจ้าง

ผู้รับจ้างจะต้องจ่ายเงินแก่ลูกจ้างที่ผู้รับจ้างได้จ้างมาในอัตราและตามกำหนดเวลาที่ผู้รับจ้างได้ตกลงหรือทำสัญญาไว้ต่อลูกจ้างดังกล่าว

ถ้าผู้รับจ้างไม่จ่ายเงินค่าจ้างหรือค่าทดแทนอื่นใดแก่ลูกจ้างดังกล่าวในวรรคแรก ผู้ว่าจ้าง มีสิทธิที่จะเอาเงินค่าจ้างที่จะต้องจ่ายแก่ผู้รับจ้างมาจ่ายให้แก่ลูกจ้างของผู้รับจ้างดังกล่าว และให้ถือว่าผู้ว่าจ้างได้จ่ายเงินจำนวนนั้นเป็นค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้างตามสัญญาแล้ว

ผู้รับจ้างจะต้องจัดให้มีการประกันภัยสำหรับลูกจ้างทุกคนที่จ้างมาทำงานโดยให้ครอบคลุมถึงความรับผิดทั้งปวงของผู้รับจ้างรวมทั้งผู้รับจ้างช่วงอันหากจะมีในกรณีความเสียหายที่คิดค่าสินไหมทดแทนได้ตามกฎหมายซึ่งเกิดจากอุบัติเหตุหรือภัยอันตรายใดๆ ต่อลูกจ้างหรือบุคคลอื่นที่ผู้รับจ้างหรือผู้รับจ้างช่วงจ้างมาทำงาน ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบกรมธรรม์ประกันภัยดังกล่าวพร้อมทั้งหลักฐานการชำระเบี้ยประกันให้แก่ผู้ว่าจ้างเมื่อผู้ว่าจ้างเรียกร้อง

ข้อ ๑๑. การตรวจงานจ้าง

ถ้าผู้ว่าจ้างแต่งตั้งกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ควบคุมงานหรือบริษัทที่ปรึกษาเพื่อควบคุมการทำงานของผู้รับจ้าง กรรมการตรวจรับพัสดุหรือผู้ควบคุมงานหรือบริษัทที่ปรึกษานั้น มีอำนาจเข้าไปตรวจการงานในสถานที่ปฏิบัติงานได้ทุกเวลา และผู้รับจ้างจะต้องอำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือในการนั้นตามสมควร

การที่มีกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ควบคุมงานหรือบริษัทที่ปรึกษาหาทำให้ผู้รับจ้างพ้นความรับผิดชอบตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใดไม่

ข้อ ๑๒. แบบรูปและรายการละเอียดคลาดเคลื่อน

ผู้รับจ้างจะต้องรับรองว่าได้ตรวจสอบและทำความเข้าใจในแบบรูปและรายการละเอียดโดยถี่ถ้วนแล้ว หากปรากฏว่าแบบรูปและรายการละเอียดนั้นผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากหลักการทางวิชาการหรือทางเทคนิค ผู้รับจ้างตกลงที่จะปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของกรรมการตรวจรับพัสดุหรือ ผู้ควบคุมงานหรือบริษัทที่ปรึกษาที่ผู้ว่าจ้างแต่งตั้งเพื่อให้งานแล้วเสร็จบริบูรณ์โดยจะคิดค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มขึ้นจากผู้ว่าจ้างไม่ได้

ข้อ ๑๓. การควบคุมงานโดยผู้ว่าจ้าง

ผู้รับจ้างตกลงว่า กรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ควบคุมงานหรือบริษัทที่ปรึกษาที่ผู้ว่าจ้างแต่งตั้ง มีอำนาจที่จะตรวจสอบและควบคุมงานเพื่อให้เป็นไปตามเอกสารสัญญาและมีอำนาจที่จะสั่งให้แก้ไขเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม หรือตัดทอนซึ่งงานตามสัญญา หากผู้รับจ้างขัดขืนไม่ปฏิบัติตามกรรมการตรวจรับพัสดุ ผู้ควบคุมงานหรือบริษัทที่ปรึกษามีอำนาจที่จะสั่งให้หยุดกิจการนั้นชั่วคราวได้ ความล่าช้าในกรณีเช่นนี้ผู้รับจ้างจะถือเป็นเหตุขอขยายวันทำการออกไปไม่ได้

ข้อ ๑๔. งานพิเศษและการแก้ไขงาน

ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะสั่งให้ผู้รับจ้างทำงานพิเศษซึ่งไม่ได้แสดงไว้ หรือรวมอยู่ในเอกสารสัญญา หากงานพิเศษนั้นๆ อยู่ในขอบข่ายทั่วไปแห่งวัตถุประสงค์ของสัญญา นอกจากนั้นผู้ว่าจ้างยังมีสิทธิสั่งให้เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขแบบรูป และข้อกำหนดต่างๆ ในเอกสารสัญญานี้ด้วย โดยไม่ทำให้สัญญาเป็นโมฆะแต่อย่างใด

อัตรากำลังหรือราคาที่กำหนดไว้ในสัญญานี้ให้กำหนดใช้สำหรับงานพิเศษหรืองานที่เพิ่มเติมขึ้นหรือตัดทอนลงทั้งปวงตามคำสั่งของผู้ว่าจ้าง หากในสัญญาไม่ได้กำหนดไว้ถึงอัตรากำลัง หรือราคาใดๆ ที่จะนำมาใช้สำหรับงานพิเศษหรืองานที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว ผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างจะได้ตกลงกันที่จะกำหนดอัตรากำลังหรือราคารวมทั้งการขยายระยะเวลา (ถ้ามี) กันใหม่เพื่อความเหมาะสม ในกรณีที่ตกลงกันไม่ได้ ผู้ว่าจ้างจะกำหนดอัตรากำลังหรือราคาตายตัวตามแต่ผู้ว่าจ้างจะเห็นว่าเหมาะสมและถูกต้อง ซึ่งผู้รับจ้างจะต้องปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้าง

ข้อ ๑๕. ค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา และผู้ว่าจ้างยังมีได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นจำนวนเงินวันละ.....บาท (.....) นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จตามสัญญาหรือวันที่ผู้ว่าจ้างได้ขยายให้จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จจริง นอกจากนี้ผู้รับจ้างยอมให้ผู้ว่าจ้างเรียกค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับจ้างทำงานล่าช้าเฉพาะส่วนที่เกินกว่าจำนวนค่าปรับ และค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้อีกด้วย

ในระหว่างที่ผู้ว่าจ้างยังไม่ได้บอกเลิกสัญญานั้น หากผู้ว่าจ้างเห็นว่าผู้รับจ้างจะไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาต่อไปได้ ผู้ว่าจ้างจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและใช้สิทธิตาม ข้อ ๑๖ ก็ได้ และถ้าผู้ว่าจ้างได้แจ้งข้อเรียกร้องไปยังผู้รับจ้างเมื่อครบกำหนดแล้วเสร็จของงานขอให้ชำระค่าปรับแล้ว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะปรับผู้รับจ้างจนถึงวันบอกเลิกสัญญาได้อีกด้วย

ข้อ ๑๖. สิทธิของผู้ว่าจ้างภายหลังบอกเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญา ผู้ว่าจ้างอาจทำงานนั้นเองหรือว่าจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้นต่อจนแล้วเสร็จได้ ผู้ว่าจ้างหรือผู้ที่รับจ้างทำงานนั้นต่อมีสิทธิใช้เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ และวัสดุต่างๆ ซึ่งเห็นว่าจะต้องสงวนเอาไว้เพื่อการปฏิบัติงานตามสัญญาตามที่เห็นสมควร

ในกรณีดังกล่าว ผู้ว่าจ้างมีสิทธิริบหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาทั้งหมด หรือบางส่วนตามแต่จะเห็นสมควร นอกจากนั้นผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบในค่าเสียหายซึ่งเป็นจำนวนเกินกว่าหลักประกันการปฏิบัติงานและค่าเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการทำงานนั้นต่อให้แล้วเสร็จตามสัญญา และค่าใช้จ่ายในการควบคุมงานเพิ่ม (ถ้ามี) ซึ่งผู้ว่าจ้างจะหักเอาจากจำนวนเงินใดๆ ที่จะจ่ายให้แก่ผู้รับจ้างก็ได้

ข้อ ๑๗. การกำหนดค่าเสียหาย

ค่าปรับหรือค่าเสียหายซึ่งเกิดขึ้นจากผู้รับจ้างตามสัญญานี้ ผู้ว่าจ้างมีสิทธิที่จะหักเอาจากจำนวนเงินค่าจ้างที่ค้างจ่ายหรือบังคับจากหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาก็ได้

หากมีเงินค่าจ้างตามสัญญาที่หักไว้จ่ายเป็นค่าปรับ และค่าเสียหายแล้วยังเหลืออยู่ก็เท่าใดผู้ว่าจ้างจะคืนให้แก่ผู้รับจ้างทั้งหมด

ข้อ ๑๘. การขยายเวลาปฏิบัติงานตามสัญญา

ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใดๆ อันเนื่องมาจากความผิดหรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง หรือเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ผู้รับจ้างไม่ต้องรับผิดชอบตามกฎหมายทำให้ผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ได้ ผู้รับจ้างจะต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ว่าจ้างทราบ เพื่อขอขยายเวลาทำงานออกไปภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่เหตุอันสิ้นสุดลง

ถ้าผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามความในวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้รับจ้างได้สละสิทธิเรียกร้องในการที่จะขอขยายเวลาทำงานออกไป โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ทั้งสิ้น เว้นแต่กรณีเหตุเกิดจากความผิด หรือความบกพร่องของฝ่ายผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีหลักฐานชัดเจน หรือผู้ว่าจ้างทราบที่อยู่แล้วตั้งแต่นั้น

การขยายกำหนดเวลาทำงานตามวรรคหนึ่ง อยู่ในดุลพินิจของผู้ว่าจ้างที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความโดยละเอียดตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตรา (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และคู่สัญญาต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้ว่าจ้าง
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้รับจ้าง
(.....)

ลงชื่อ.....พยาน
(.....)

ลงชื่อ.....พยาน
(.....)

แบบหนังสือค้ำประกัน

(หลักประกันของงานจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์)

เลขที่..... วันที่.....

ข้าพเจ้า..... (ชื่อธนาคาร/บริษัทเงินทุน)..... สำนักงานตั้งอยู่เลขที่..... ถนน.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....

โดย..... ผู้มีอำนาจลงนามผูกพันธนาคาร/บริษัทเงินทุน ขอทำหนังสือค้ำประกันฉบับนี้ให้ไว้ต่อ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ดังมีข้อความต่อไปนี้

๑. ตามที่..... (ชื่อผู้ประสงค์จะเสนอราคา)..... ได้ยื่นขอประกวดราคาสำหรับการจัดจ้าง

..... ตามเอกสารประกวดราคา เลขที่..... ซึ่งต้องวางหลักประกันของตามเงื่อนไขการประกวดราคาต่อสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน เป็นจำนวนเงิน..... บาท (.....) นั้น

ข้าพเจ้ายอมผูกพันตนโดยไม่มีเงื่อนไขที่จะค้ำประกันชนิดเพิกถอนไม่ได้เช่นเดียวกับลูกหนี้ชั้นต้นในการชำระเงินตามสิทธิเรียกร้องของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน จำนวนไม่เกิน.....

..... บาท (.....) ในกรณี..... (ชื่อผู้ประสงค์จะเสนอราคา)..... ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขในการประกวดราคา อันเป็นเหตุให้สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน มีสิทธิริบหลักประกันของประกวดราคาหรือให้ชดใช้ค่าเสียหายใด ๆ รวมทั้งกรณีที่..... (ชื่อผู้ประสงค์จะเสนอราคา)..... ได้ถอนใบเสนอราคาของตนภายในระยะเวลาที่ใบเสนอราคายังมีผลอยู่ หรือมิได้ไปลงนามในสัญญาเมื่อได้รับแจ้งไปทำสัญญา หรือมิได้วางหลักประกันสัญญาภายในระยะเวลาที่กำหนดในเอกสารประกวดราคา โดยข้าพเจ้าจะไม่อ้างสิทธิใดๆ เพื่อโต้แย้ง และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานไม่จำเป็นต้องเรียกร้องให้..... (ชื่อผู้ประสงค์จะเสนอราคา)..... ชำระหนี้ก่อน

๒. หนังสือค้ำประกันนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันยื่นของข้อเสนอด้านเทคนิค ครบคลุมไปจนถึงวันสิ้นสุดการยื่นราคา และข้าพเจ้าจะไม่เพิกถอนการค้ำประกันนี้ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

๓. ถ้า..... (ชื่อผู้ประสงค์จะเสนอราคา)..... ขยายกำหนดเวลายื่นราคาของการเสนอราคาออกไป ข้าพเจ้ายินยอมที่จะขยายกำหนดระยะเวลาการค้ำประกันนี้ออกไปเป็นเวลาเท่ากับระยะเวลายื่นราคาที่ได้ขยายออกไปดังกล่าว

ข้าพเจ้าได้ลงนามและประทับตราไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ

(ลงชื่อ)..... ผู้ค้ำประกัน

(.....)

ตำแหน่ง.....

(ลงชื่อ)..... พยาน

(.....)

(ลงชื่อ)..... พยาน

(.....)

แบบหนังสือค้ำประกัน
(หลักประกันสัญญา)

เลขที่..... วันที่.....
 ข้าพเจ้า..... (ชื่อธนาคาร)..... สำนักงานตั้งอยู่เลขที่.....
 ถนน..... ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต.....
 จังหวัด..... โดย..... ผู้มีอำนาจลงนาม
 ผูกพันธนาคาร ขอทำหนังสือค้ำประกันฉบับนี้ให้ไว้ต่อ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า
 “ผู้ว่าจ้าง” ดังมีข้อความต่อไปนี้

๑. ตามที่..... (ชื่อผู้รับจ้าง)..... ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้รับจ้าง”
 ได้ทำสัญญาจ้าง..... กับผู้ว่าจ้างตามสัญญาเลขที่.....
 ลงวันที่..... ซึ่งผู้รับจ้างต้องวางหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาต่อผู้ว่าจ้าง
 เป็นจำนวนเงิน..... บาท (.....) ซึ่งเท่ากับร้อยละ..... (%)
 ของมูลค่าทั้งหมดของสัญญา

ข้าพเจ้ายอมผูกพันตนโดยไม่มีเงื่อนไขที่จะค้ำประกันชนิดเพิกถอนไม่ได้เช่นเดียวกับลูกหนี้ขั้นต้น
 ในการชำระเงินให้ตามสิทธิเรียกร้องของผู้ว่าจ้าง จำนวนไม่เกิน..... บาท
 (.....) ในกรณีที่ผู้รับจ้างก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ หรือต้องชำระค่าปรับหรือ
 ค่าใช้จ่ายใดๆ หรือผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามภาระหน้าที่ใดๆ ที่กำหนดในสัญญาดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ โดยข้าพเจ้า
 จะไม่อ้างสิทธิใดๆ เพื่อโต้แย้ง และผู้ว่าจ้างไม่จำเป็นต้องเรียกร้องให้ผู้รับจ้างชำระหนี้ขึ้นก่อน

๒. หากผู้ว่าจ้างได้ขยายระยะเวลาให้แก่ผู้รับจ้างหรือยินยอมให้ผู้รับจ้างปฏิบัติผิดแผกไปจากเงื่อนไขใดๆ
 ในสัญญา ให้ถือว่าข้าพเจ้าได้ยินยอมในกรณีนั้น ๆ ด้วย

๓. หนังสือค้ำประกันนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันทำสัญญาจ้างดังกล่าวข้างต้น จนถึงวันที่ภาระหน้าที่ทั้งหลาย
 ของผู้รับจ้างจะได้ปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงไป และข้าพเจ้าจะไม่เพิกถอนการค้ำประกันไม่ว่ากรณีใดๆ トラバเท่าที่
 ผู้รับจ้างยังต้องรับผิดชอบต่อผู้ว่าจ้างตามสัญญาจ้างอยู่

ข้าพเจ้าได้ลงนามและประทับตราไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ

(ลงชื่อ)..... ผู้ค้ำประกัน
 (.....)

ตำแหน่ง.....

(ลงชื่อ)..... พยาน
 (.....)

(ลงชื่อ)..... พยาน
 (.....)

บทนิยาม

“ผู้ประสงค์จะเสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน” หมายความว่า บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่เข้าเสนอราคาในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักงาน เป็นผู้มีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในกิจการของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลอื่นที่เข้าเสนอราคาในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักงานในคราวเดียวกัน

การมีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลดังกล่าวข้างต้น ได้แก่ การที่บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบริหาร โดยผู้จัดการ หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลรายหนึ่ง มีอำนาจหรือสามารถใช้อำนาจในการบริหารจัดการกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลอีกรายหนึ่งหรือหลายราย ที่เสนอราคาให้แก่สำนักงานและผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

(๒) มีความสัมพันธ์กันในเชิงทุน โดยผู้เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือผู้เป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด อีกรายหนึ่งหรือหลายรายที่เสนอราคาให้แก่สำนักงานและผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ครั้งนี้

คำว่า “ผู้ถือหุ้นรายใหญ่” หมายความว่า

(ก) กรณีผู้ประสงค์จะเสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ประสงค์จะเสนอราคาด้วยกัน หมายความว่าผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นเกินกว่าร้อยละห้าในกิจการนั้น หรือในอัตราอื่นตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุเห็นสมควรประกาศกำหนดสำหรับกิจการบางประเภทหรือบางขนาด

(ข) กรณีผู้ประสงค์จะเสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ประสงค์จะเสนอราคากับผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ หมายความว่า ผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นเกินกว่าร้อยละห้าในกิจการนั้น หรือในอัตราอื่นตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุเห็นสมควรประกาศกำหนดสำหรับกิจการบางประเภทหรือบางขนาด

(๓) มีความสัมพันธ์กันในลักษณะไขว่กันระหว่าง (๑) และ (๒) โดยผู้จัดการ หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของบุคคลธรรมดาหรือของนิติบุคคลรายหนึ่ง เป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด อีกรายหนึ่งหรือหลายรายที่เข้าเสนอราคาให้แก่สำนักงานผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ หรือในนัยกลับกัน

การดำรงตำแหน่ง การเป็นหุ้นส่วน หรือเข้าถือหุ้นดังกล่าวข้างต้นของคู่สมรส หรือบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของบุคคลใน (๑) (๒) หรือ (๓) ให้ถือว่าเป็นการดำรงตำแหน่งการเป็นหุ้นส่วน หรือการถือหุ้นของบุคคลดังกล่าว

ในกรณีที่บุคคลใดใช้ชื่อบุคคลอื่นเป็นผู้จัดการ หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นโดยที่ตนเองเป็นผู้ใช้อำนาจในการบริหารที่แท้จริง หรือเป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นที่แท้จริงของห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด แล้วแต่กรณีและห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดที่เกี่ยวข้อง ได้เสนอราคาให้แก่สำนักงานฯ ในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์คราวเดียวกัน ให้ถือว่าผู้ประสงค์จะเสนอราคาหรือผู้เสนองานนั้นมีความสัมพันธ์กันตาม (๑) (๒) หรือ (๓) แล้วแต่กรณี

“การขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม” หมายความว่า การที่ผู้ประสงค์จะเสนอราคาหรือผู้มีสิทธิเสนอราคารายหนึ่งหรือหลายรายกระทำการอย่างใด ๆ อันเป็นการขัดขวาง หรือเป็นอุปสรรคหรือไม่เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรมในการเสนอราคาต่อสำนักงาน ไม่ว่าจะกระทำโดยการสมยอมกัน หรือโดยการให้ ขอให้หรือรับว่าจะให้ เรียกรับ หรือยอมจะรับเงินหรือทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด หรือใช้กำลังประทุษร้าย หรือข่มขู่ว่าจะใช้กำลังประทุษร้าย หรือแสดงอาการอันเป็นเท็จ หรือกระทำการใดโดยทุจริต ทั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสวงหาประโยชน์ในระหว่างผู้ประสงค์จะเสนอราคาหรือผู้มีสิทธิเสนอราคาด้วยกัน หรือเพื่อให้ประโยชน์แก่ผู้ประสงค์จะเสนอราคาหรือผู้มีสิทธิเสนอราคารายหนึ่งรายใดเป็นผู้มีสิทธิทำสัญญากับสำนักงาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม หรือเพื่อให้เกิดความได้เปรียบสำนักงาน โดยมีใช่เป็นไปในทางประกอบธุรกิจปกติ

บัญชีเอกสารส่วนที่ ๑

๑. ในกรณีผู้ประสงค์จะเสนอราคาเป็นนิติบุคคล
- (ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด
 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน.....แผ่น
 บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ จำนวน.....แผ่น
 ผู้มีอำนาจควบคุม จำนวน.....แผ่น
- (ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด
 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน.....แผ่น
 สำเนาหนังสือบริคณห์สนธิ จำนวน.....แผ่น
 บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ จำนวน.....แผ่น
 บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จำนวน.....แผ่น
 ผู้มีอำนาจควบคุม จำนวน.....แผ่น
- ๒ ในกรณีผู้ประสงค์จะเสนอราคาไม่เป็นนิติบุคคล
- (ก) บุคคลธรรมดา
 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น จำนวน.....แผ่น
- (ข) คณะบุคคล
 สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน จำนวน.....แผ่น
 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน จำนวน.....แผ่น
๓. ในกรณีผู้ประสงค์จะเสนอราคาเป็นผู้เสนอราคาพร้อมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า
- สำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า จำนวน.....แผ่น
- (ก) ในกรณีผู้ร่วมค้าเป็นบุคคลธรรมดา
- บุคคลสัญชาติไทย
 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน จำนวน.....แผ่น
 - บุคคลที่มีเชื้อสัญชาติไทย
 สำเนาหนังสือเดินทาง จำนวน.....แผ่น
- (ข) ในกรณีผู้ร่วมค้าเป็นนิติบุคคล
- ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด
 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน.....แผ่น
 บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ จำนวน.....แผ่น
 ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) จำนวน.....แผ่น
 - บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด
 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน.....แผ่น
 หนังสือบริคณห์สนธิ จำนวน.....แผ่น
 บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ จำนวน.....แผ่น
 ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) จำนวน.....แผ่น
 บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จำนวน.....แผ่น

๔. อื่นๆ (ถ้ามี)



ข้าพเจ้าขอรับรองว่า เอกสารหลักฐานที่ข้าพเจ้ายื่นพร้อมของใบเสนอราคาในการประกวดราคา
จ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อ ผู้ประสงค์จะเสนอราคา
(.....)

บัญชีเอกสารส่วนที่ ๒

- แบบรูปและรายการละเอียดของงานจ้าง จำนวน.....แผ่น
- หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีและผู้เสนอราคา จำนวน.....แผ่น
มอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามในใบเสนอราคา
- อื่นๆ (ถ้ามี) จำนวน.....แผ่น
-
-
-
-
-

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า เอกสารหลักฐานที่ข้าพเจ้าได้ยื่นเสนอในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

ลงชื่อผู้ประสงค์จะเสนอราคา
(.....)