

ข้อกำหนดและขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา  
โครงการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน

สำนักงานเลขานุการกรม  
สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

นาย อดิสร วัฒน  
วิเศษ ๑ (พิมพ์)

**ขอบเขตของงานจ้าง**  
**(Terms of Reference : TOR)**  
**โครงการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน**

---

**๑. ที่มาและเหตุผล**

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์นโยบายและสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมพลังงาน เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของประเทศ ภายในปี ๒๕๗๙ มีหน้าที่ในการบริหารงานด้านพลังงานของประเทศ การเสนอแนะนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการด้านพลังงาน การบริหารพลังงานของประเทศ ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน มาตรการด้านเชื้อเพลิงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงในสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงมีหน้าที่ในการกำกับ ติดตาม และประเมินผลนโยบายและแผนบริหารพลังงานของประเทศ ซึ่งขับเคลื่อนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ โดยผ่านกลไกของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) คณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) และคณะกรรมการกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน (กทอ.) โดย สนพ. ปฏิบัติหน้าที่กรรมการและเลขานุการของทั้ง ๓ คณะฯ

จากยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงพลังงาน ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การประชาสัมพันธ์สถานการณ์ขัดแย้งและหรือวิกฤต ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์กระทรวงพลังงาน และยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาการสื่อสารองค์กรและสร้างเอกภาพทิศทางการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งมติที่ประชุมคณะทำงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงพลังงาน เมื่อวันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๒ ได้เห็นชอบประเด็น Strategic PR ของกระทรวงพลังงาน โดยได้มอบหมายให้ทุกหน่วยงานติดตามประเด็นที่มีความอ่อนไหวในช่วงปี ๒๕๖๓-๒๕๖๔ ทุกหน่วยงานจะต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและบริหารเนื้อหาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทั้งด้าน ราคาพลังงาน ข้อพิพาทด้านการรื้อถอนติดตั้งปิโตรเลียม การส่งเสริมน้ำมันดีเซลพื้นฐาน B๑๐ โรงไฟฟ้าชุมชน การอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน ประเด็นที่มีถูกตั้งข้อสงสัยเกิดความโปร่งใสประเด็นด้านการรักษาผลประโยชน์ประเทศ และประเด็นนโยบายที่อาจมีผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การรักษาประโยชน์ของประชาชน โดยประเด็นสำคัญที่ต้องอยู่ในแผนการสื่อสารของ สนพ. ได้แก่ การสร้างความเข้าใจต่อนโยบายพลังงานของประเทศ การสร้างความเข้าใจต่อนโยบายการกำหนดราคาพลังงาน และ FAQ การส่งเสริมการแข่งขันในกิจการก๊าซธรรมชาติ นโยบายด้านไฟฟ้า ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของพลังงานโลก Disruptive การแข่งขันด้านการอนุรักษ์พลังงานพลังงานทดแทนต่างๆ และเรื่องอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย ที่ต้องการความเร่งด่วน ถูกต้อง ลดความขัดแย้งทางความคิดของประชาชนต่อนโยบายพลังงานของกระทรวงพลังงาน และรัฐบาลในประเด็นต่างๆ

การดำเนินงานที่ผ่านมา สนพ. ได้ดำเนินการนโยบายที่สำคัญ อาทิ ด้านไฟฟ้าการปฏิรูประบบพลังงานของประเทศและแผนจัดหาไฟฟ้าในระยะยาว ด้านปิโตรเลียม มีการดำเนินการจัดทำแผนการจัดหาก๊าซธรรมชาติและติดตามสถานการณ์ราคาน้ำมัน น้ำมันเชื้อเพลิงชีวภาพ และโครงสร้างราคา ด้านการอนุรักษ์พลังงานในทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนแผนให้บรรลุเป้าหมาย การประหยัดพลังงานในโรงงานและอาคารควบคุมของรัฐ การประหยัดพลังงานโดยผู้ให้บริการด้านไฟฟ้า ตลอดจนอุดหนุนด้านเงินลงทุนเพื่อการประหยัดพลังงาน ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านและก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Thailand ๔.๐) กระทรวงพลังงานจึงได้มอบหมายให้ สนพ. ดูแลนโยบายฐานนวัตกรรมพลังงาน (Energy ๔.๐) การจัดทำฐานข้อมูลพลังงาน (Energy ๕.๐) ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านนี้ เป็นนโยบายสำคัญ สนพ. ตระหนักและเห็นความสำคัญจึงต้องมีการ

*(Handwritten signatures and initials)*

ประชาสัมพันธ์นโยบาย และจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ระยะสั้นของ สนพ. เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์กระทรวงพลังงานดังกล่าว

ดังนั้น สนพ. จึงได้จัดทำโครงการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน เพื่อจัดหาผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา วางแผน กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วน รวมถึงประชาสัมพันธ์ผู้ที่มีความสนใจข่าวสารด้านพลังงานและผู้มีส่วนได้เสียกับนโยบายพลังงาน นโยบายไฟฟ้า นโยบายปิโตรเลียม นโยบายพลังงานทดแทน และแผนอนุรักษ์พลังงาน ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อนโยบายและแผนดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และนโยบายพลังงานของประเทศ การเผยแพร่มาตรการ แก้ไขและป้องกันในสถานการณ์ฉุกเฉินด้านการจัดการพลังงาน รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจและการ สร้างจิตสำนึกการประหยัดพลังงานอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ปกติ เพื่อร่วมขับเคลื่อนให้ “พลังงานไทยมั่นคง เศรษฐกิจไทยมั่นคง สังคมไทยยั่งยืน” เห็นผลสำเร็จเป็นที่ประจักษ์ผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สื่อสมัยใหม่อย่างน่าสนใจ และบูรณาการการประชาสัมพันธ์ทุกมิติ ทั้งการบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ การบริหาร ข่าวสารประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ในภาวะวิกฤต การชี้แจงข้อเท็จจริงภายใต้ แนวทางที่ สนพ. กำหนด และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน

## ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ให้คำปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์และการ สื่อสารตามภารกิจของกระทรวงพลังงาน และภารกิจ สนพ. ที่ได้รับมอบหมาย

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกและบริหารเนื้อหา ประเด็นประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อควบคุมทิศทางและเนื้อหาไปในทิศทางที่พึงประสงค์ และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อกลุ่มเป้าหมายที่หวังผล

๒.๓ เพื่อประชาสัมพันธ์นโยบาย มติที่ประชุม มาตรการสำคัญที่ได้รับมอบหมาย โดยการ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน งานการข่าวและหรืองานที่ สนพ. ได้รับมอบหมาย

๒.๔ เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ชี้แจงข้อเท็จจริงในสภาวะวิกฤติ ให้กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ติดตาม ข่าวสารได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและรอบด้าน เพื่อป้องกันความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนส่งผลกระทบทำ ให้เกิดภาวะวิกฤตด้านข่าวสาร ที่อาจมีผลกระทบและเป็นเหตุให้ไม่สามารถขับเคลื่อนภารกิจและนโยบายได้ ตามเป้าประสงค์

๒.๕ เพื่อบริหารประเด็นร่วมกับสื่อมวลชน สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐหรือเอกชน เพื่อสร้างสัมพันธ์ พัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ขยายผลต่อกลุ่มเป้าหมายและผลที่คาดหวัง ตามที่ สนพ. ได้รับมอบหมาย

๒.๖ เพื่อติดตามข่าวสารในแพลตฟอร์มสำคัญและเฝ้าระวังการข่าว เพื่อเพิ่มพื้นที่ข่าวด้านบวกและลด พื้นที่ข่าวบิดเบือนที่อาจส่งผลกระทบต่อหน่วยงาน

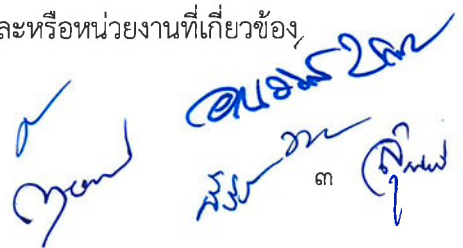
## ๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก : ภาคประชาชน ภาคเอกชน และธุรกิจ SMEs และกลุ่มภาคประชาสังคม,

๓.๒ กลุ่มสื่อมวลชน (สายพลังงาน สายเศรษฐกิจ สายอุตสาหกรรม และหรือสายที่เกี่ยวข้อง) ,

๓.๓ กลุ่มเป้าหมายรอง : กลุ่มที่ให้ความสนใจข่าวสารด้านนโยบาย และหรือผู้มีส่วนได้เสียกับนโยบาย พลังงาน มติที่ประชุม มาตรการสำคัญ การอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน ,

๓.๔ กลุ่มเป้าหมายสนับสนุน : กลุ่มหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพลังงานและหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง,



#### ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

##### ๔.๑ / ส่วนที่ ๑ การศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

๔.๑.๑ ดำเนินการศึกษาและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ตามหลักวิชาการจากโมเดลที่มีประสิทธิผลในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลงานได้รับการยอมรับ

๔.๑.๒ จัดทำข้อเสนอการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ กระบวนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน จะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ กรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๔.๑.๓ การจัดทำข้อเสนอการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ โดยต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของบริบทการสื่อสาร สอดคล้องกับนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารตามสถานการณ์ การวางแผนใช้ช่องทางสื่อประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมหรือสื่อมวลชนทุกแขนง ให้ทันตามสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสารอย่างตรงจุด

๔.๑.๔ วิเคราะห์ และติดตามสถานการณ์ข่าวสารเชิงลบ ข่าวบิดเบือนข้อเท็จจริง (Fake News) จากกลุ่ม NGOs กลุ่มภาคประชาสังคม และให้ข้อเสนอแนะ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์รองรับในกรณีเกิด Crisis ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ ด้านการข่าวและเนื้อหาที่ถูกบิดเบือนหรือมีผลกระทบต่อหน่วยงาน ผู้บริหาร หรือโครงการ พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางพร้อมจัดทำข้อมูลการสื่อสาร กำหนดประเด็นเนื้อหา ดำเนินการชี้แจงและเผยแพร่ข่าวสารได้ทันสถานการณ์ ให้ข้อเสนอแนะทางกฎหมายในกรณีจำเป็น

๔.๑.๕ วิเคราะห์ และดำเนินการกระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ในช่วง ๓ ปีข้างหน้า (ปี ๒๕๖๔-๒๕๖๖) โดยจะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ เชื่อมโยงกรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อกำหนดเป้าหมายการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นกรอบการจัดทำแผน/โครงการ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เป้าหมายหลักในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับจากประชาชน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สนพ. และกระทรวงพลังงาน

##### ๔.๒ ส่วนที่ ๒ วิเคราะห์ วางแผน บริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านพลังงาน บริหารประเด็นที่มีความอ่อนไหวและอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ ให้คำปรึกษาและดำเนินงานประชาสัมพันธ์/กิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชนหรือเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน

๔.๒.๑ วิเคราะห์ วางแผนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์รายเดือน เพื่อบริหารประเด็นงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับสื่อมวลชน เนื้อหานโยบายพลังงาน ได้แก่

- |                                                     |                            |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|
| - บริหารการจัดแถลงข่าวและเชิญสื่อมวลชน              | จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง/ |
| - บริหารการเขียนข่าวและส่งข่าว                      | จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง/ |
| - บริหารการจัดพบปะสื่อมวลชน บรรณาธิการ คอลัมน์นิสต์ | จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง/  |
| - บริหารประเด็นการจัดสัมภาษณ์พิเศษและเผยแพร่        | จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง/  |
| - จัดทำเนื้อหาเสนอแนะแนวทางและการจัดทำอินโฟกราฟิก   |                            |
| เพื่อให้ความรู้ด้านพลังงาน                          | จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ชิ้น   |

- จัดทำ Influencers ด้านพลังงาน จัดทำประเด็นและ

เผยแพร่ในสื่อ Social

จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง

- บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย

๔.๒.๒ วิเคราะห์ประเด็นข่าว สรุปประเด็นการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับนโยบายพลังงาน พร้อมจัดทำประเด็นชี้แจง ข้อเท็จจริงเสนอ สนพ. บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย ไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม

๔.๒.๓ นำเสนอหรือการสนับสนุนกิจกรรมสร้างสัมพันธ์อันดีร่วมกับพันธมิตรสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่นโยบายพลังงาน หรือองค์การภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารในสภาวะวิกฤติ อาทิ การสัมมนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การเสวนา การอบรม หรือกิจกรรมอื่นๆ ในรูปแบบที่เหมาะสม และผลิตสื่อสำหรับเผยแพร่ภาพลักษณ์องค์กร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม

๔.๒.๔ นำเสนอกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้แก่สื่อมวลชน การศึกษา ดูงาน หรือการไปเรียนรู้ในสถานที่จริง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข้อเท็จจริง และนำไปขยายผลต่อสู่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๒ ครั้ง

ทั้งนี้ จำนวนกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาการดำเนินงานต้องได้รับความเห็นชอบจาก สนพ. โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ และสามารถกระจายระหว่างรายการได้

#### ๔.๓ ส่วนที่ ๓ เสนอแผนการวางสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมประเด็นและพื้นที่สื่อที่เหมาะสม

๔.๓.๑ จัดทำกลยุทธ์หรือแผนการเผยแพร่สื่อ ข้อเสนอการคัดเลือกสื่อต่างๆ เป็นรายเดือน

๔.๓.๒ จัดซื้อ หรือจัดหาพื้นที่สื่อเพื่อควบคุมเนื้อหาประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ สนพ. เห็นสมควร โดยให้เลือกมีเดียที่มีประสิทธิภาพการเข้าถึงและได้รับความนิยม ได้แก่

- |                                            |                           |
|--------------------------------------------|---------------------------|
| - สื่อโทรทัศน์                             | จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง |
| - สื่อสิ่งพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ออนไลน์        | จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง |
| - เว็บไซต์สำนักข่าวหรือสื่อมวลชน           | จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง |
| - โซเชียลมีเดียสำนักข่าวหรือมวลชน Facebook | จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๔ ครั้ง |
| - ทวิตเตอร์สื่อมวลชน                       | จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ ครั้ง |

๔.๓.๓ นำเสนอสื่อความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านพลังงาน และผลิตสื่อดิจิทัลหรือ Video Content ประเภท Motion Graphic จำนวน ๑ เรื่อง มีความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที พร้อมนำเสนอ Concept, Consumer Insight, Synopsis, Mood & Tone และ Storyboard โดยมีรายละเอียดดังนี้

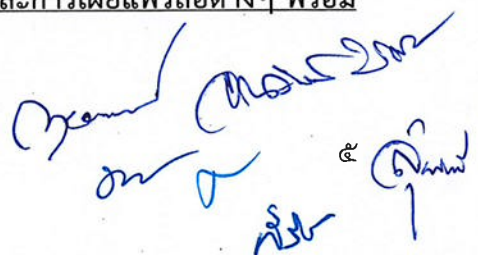
- ดำเนินการวางแผนเผยแพร่ Video Content ประเภท Motion Graphic ผ่านสื่อดิจิทัลอย่างมีกลยุทธ์ด้านมีเดีย (Youtube, Social Media อื่นๆ ที่ได้รับความนิยม)

- ให้มียอดผู้ชม (Views) ในกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ Views และ ๑๕,๐๐๐ Engagements

- เผยแพร่ผ่าน ๒ Influencers ที่มีภาพลักษณ์เป็นที่น่าเชื่อถือ (ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ follower) รวมทุกช่องทางสื่อสารเมื่อสิ้นสุดแคมเปญ โดยมีระยะเวลาเผยแพร่ ๖๐ วัน

๔.๓.๔ นำเสนอข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านนโยบายพลังงานด้านต่างๆ เข้าภารกิจของ สนพ. กระทรวงพลังงาน

๔.๔ ส่วนที่ ๔ ดำเนินการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และการเผยแพร่สื่อต่างๆ พร้อมจัดทำรายงานผลในส่วนของกิจกรรม ส่วนที่ ๓



๔.๔.๑ จัดทำสรุปรายงานจำนวนพื้นที่สื่อประชาสัมพันธ์ หรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ และประเมินประสิทธิภาพการสื่อสาร การเผยแพร่สื่อต่างๆ การเข้าถึง และมูลค่าสื่อจากการประเมิน

๔.๔.๒ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการพัฒนาและข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ในอนาคตในการสื่อสาร การซื้อสื่อ กิจกรรมรณรงค์หรือกิจกรรมอื่นๆ

๔.๔.๓ ทีมติดตามประเมินผลต้องมีประสบการณ์ด้านการติดตามโครงการประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีผลงานการศึกษาสำรวจติดตามประเมินด้านงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร

ทั้งนี้ ขั้นตอน/ขอบเขตการดำเนินงานสามารถเปลี่ยนแปลงรายละเอียดแผนการดำเนินงานหรือกิจกรรมและรายจ่ายได้ตามความเหมาะสม ตามความเห็นชอบของ สนพ. โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ และสามารถถ่วงจ่ายระหว่างรายการได้

## ๕. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินโครงการ

### ๕.๑ ผลผลิต

๑) สนพ. ในฐานะองค์กรหลักในการสร้างสรรค์บริหารจัดการ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายพลังงานเพื่อทุกคนมีแผนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ หรือแผนประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ในระยะสั้นสามารถนำกลยุทธ์เผยแพร่ข้อมูลและเนื้อหาคอนเทนต์ต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด สามารถขยายการรับรู้ผ่านสื่อมวลชน สื่อประชาสัมพันธ์ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒) สนพ. มีผู้เชี่ยวชาญด้านการติดตามเฝ้าระวังประเด็นที่มีความอ่อนไหวและประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อนโยบายพลังงานของกระทรวงพลังงาน ของ สนพ. มีพื้นที่ประจำกับเครือข่ายสื่อมวลชน เพื่อควบคุมเนื้อหาประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ สนพ. เห็นสมควร

### ๕.๒ ผลลัพธ์

๑) สนพ. มีกลยุทธ์การสื่อสาร แผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อควบคุมเนื้อหาที่จะสื่อสารต่อเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางที่ สนพ. เห็นสมควร และเป็นไปตามสถานการณ์เพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์ ลดวิกฤติการสื่อสารที่ทำให้การขับเคลื่อนและนโยบายผิดตามเป้าประสงค์

๒) มาตรการสำคัญด้านพลังงานสามารถเผยแพร่ได้ตรงจุดและกระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หวังผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถประชาสัมพันธ์นโยบายพลังงานได้ตามสถานการณ์ เพิ่มพื้นที่ข่าวด้านบวก และลดพื้นที่ข่าวบิดเบือนที่อาจส่งผลกระทบต่อนโยบายและแผนด้านพลังงาน

๓) สนพ. มีเครือข่ายพันธมิตร องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน และหรือการสนับสนุน กิจกรรมของสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่นโยบายพลังงาน หรือเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

## ๖. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

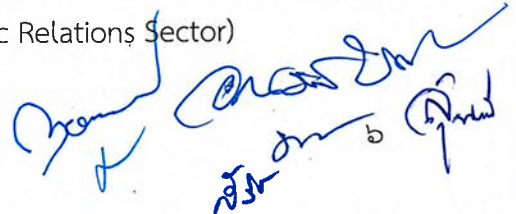
๖.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๖.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๖.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๖.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๖.๕ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นที่ปรึกษาในสาขาที่จะจ้าง และได้ขึ้นทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษา กระทรวงการคลัง สาขาประชาสัมพันธ์ (PR : Public Relations Sector)



๖.๖ ไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐแล้ว

๖.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนด

๖.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับที่ปรึกษารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

๖.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย

๖.๑๐ ไม่เป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

๖.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นเสนอราคาในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ดังนี้

(๑) กรณีที่กิจการร่วมค้าได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ กิจการร่วมค้าจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในหนังสือเชิญชวน และการเสนอราคาให้เสนอราคาในนาม “กิจการร่วมค้า” ส่วนคุณสมบัติด้านผลงานของที่ปรึกษา กิจการร่วมค้าดังกล่าวสามารถนำผลงานของที่ปรึกษา ของผู้เข้าร่วมค้ามาใช้แสดงเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่เข้าเสนอราคาได้

(๒) กรณีที่กิจการร่วมค้าไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่ นิติบุคคลแต่ละบุคคลที่เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในหนังสือเชิญชวน เว้นแต่ ในกรณีที่กิจการร่วมค้าได้มีข้อตกลงหลักในการเข้าเสนอราคากับหน่วยงานของรัฐ และแสดงหลักฐานดังกล่าวมาพร้อมการยื่นข้อเสนอ ราคากิจการร่วมค้านั้นสามารถใช้ผลงานของที่ปรึกษา ของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดือนเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นเสนอราคาได้

ทั้งนี้ “กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใหม่” หมายความว่า กิจการร่วมค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

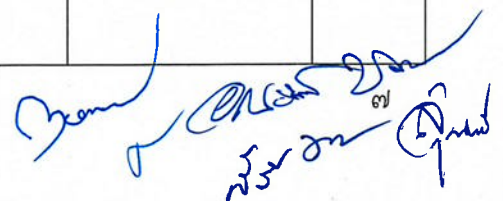
๖.๑๒ บุคลากรหลักของผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องมีระยะเวลาปฏิบัติงานไม่ซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่นๆ ของที่ปรึกษาที่ดำเนินการในช่วงเวลาเดียวกัน

๖.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานประเภทเดียวกันในวงเงินไม่น้อยกว่า ๗,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒ งาน ภายในระยะเวลาไม่เกิน ๕ ปี พร้อมแนบผลงานที่อ้างอิงได้

๖.๑๔ ต้องจัดให้มีทีมผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญด้านการบริหารโครงการฯ การสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีกลยุทธ์ ด้านกฎหมายนโยบาย ด้านพลังงาน ประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยให้เสนอทีมพร้อมประสบการณ์มาในแผนงาน

## ๗. คุณสมบัติของที่ปรึกษา

| รายการ                              | ระดับ/วุฒิการศึกษา                                  | ประสบการณ์<br>ในการทำงาน (ปี) | จำนวน<br>(คน) |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------|---------------|
| <b>๑. บุคลากรหลัก</b>               |                                                     |                               |               |
| ๑) ผู้เชี่ยวชาญบริหารโครงการ        | ปริญญาโทขึ้นไป สาขานิติศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง  | ไม่น้อยกว่า ๖ ปี              | ๑             |
| ๒) ผู้ช่วยผู้เชี่ยวชาญบริหารโครงการ | ปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิติศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง | ไม่น้อยกว่า ๖ ปี              | ๑             |



| รายการ                                               | ระดับ/วุฒิการศึกษา                                                                                                                      | ประสบการณ์<br>ในการทำงาน (ปี)                                                  | จำนวน<br>(คน) |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| ๓) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร<br>เชิงกลยุทธ์         | ปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ สาขา<br>การจัดการ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ<br>สาขานิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่<br>เกี่ยวข้อง                         | ไม่น้อยกว่า ๖ ปี                                                               | ๑             |
| ๔) ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย                            | ปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิติศาสตร์                                                                                                          | ไม่น้อยกว่า ๒๐                                                                 | ๑             |
| ๕) ผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงาน                           | ปริญญาโทขึ้นไป สาขาวิศวกรรมศาสตร์<br>หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง                                                                              | ไม่น้อยกว่า ๖ ปี                                                               | ๑             |
| ๖) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและ<br>การประชาสัมพันธ์ | ปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิเทศศาสตร์<br>สาขามนุษยศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ<br>สาขาศิลปศาสตร์ สาขาการตลาด หรือ<br>สาขาที่เกี่ยวข้อง             | ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี                                                              | ๑             |
| ๗) นักความคิดสร้างสรรค์และ<br>ออกแบบ                 | ปริญญาตรีขึ้นไป สาขาสถาปัตยกรรม<br>ศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์ สาขานิเทศ<br>ศิลป์ สาขาศิลปกรรมศาสตร์ สาขาการ<br>ออกแบบ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง | ไม่น้อยกว่า ๒ - ๕<br>ปี ทางด้านการ<br>ออกแบบ และ<br>สร้างสรรค์งานสื่อ<br>ต่างๆ | ๑             |
| ๘) นักวางแผนการใช้สื่อ<br>(มีเดียแพลนเนอร์)          | ปริญญาตรีขึ้นไป สาขานิเทศศาสตร์<br>สาขานวัตกรรมเพื่อการสื่อสาร สาขา<br>มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขา<br>การตลาด หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง  | ไม่น้อยกว่า ๒ - ๕<br>ปี                                                        | ๑             |
| <b>๒. บุคลากรสนับสนุน</b>                            |                                                                                                                                         |                                                                                |               |
| เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ                          | ปริญญาตรีขึ้นไปทุกสาขา                                                                                                                  | ไม่น้อยกว่า ๒ - ๕<br>ปี                                                        | ๑             |

เนื่องจากเป็นงานที่ต้องดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญในการวางแผนการดำเนินการจัดทำโครงการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ความรู้ความชำนาญด้านการบริหารโครงการฯ การสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีกลยุทธ์ ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย ด้านพลังงาน ประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยให้เสนอทีมพร้อมประสบการณ์มาในแผนงาน รวมทั้งประเมินผลโครงการซึ่งต้องใช้องค์ความรู้หลายด้านบูรณาการให้เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการในเวลาเดียวกัน จึงเป็นงานที่ซับซ้อนไม่ใช่งานที่มีลักษณะเป็นงานประจำของหน่วยงานของรัฐ หรืองานที่มีมาตรฐานตามหลักวิชาชีพและมีผู้เชี่ยวชาญซึ่งสามารถทำงานนั้นได้เป็นการทั่วไป

*(Handwritten signatures and initials)*

## ๘. ข้อกำหนดอื่นๆ

เมื่อที่ปรึกษารายใดได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็นผู้ชนะการเสนอราคาแล้วจะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

๘.๑ ต้องเสนอแผนการดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) เพื่อประกอบการพิจารณาแผนงานต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ภายใน ๓๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญา

๘.๒ ต้องนำเสนอแผนการดำเนินงานรายเดือน (Media Monthly Plan) ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ เพื่อพิจารณาล่วงหน้า ๓๐ วันก่อนดำเนินงาน

๘.๓ ต้องนำเสนอแผนการจัดกิจกรรมตามขอบเขตการดำเนินงาน (ข้อ ๔.๒.๒ และ ๔.๒.๓) ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของการจัดกิจกรรมรณรงค์ในแต่ละครั้ง

๘.๔ กรณีที่มีการนำไฟล์ไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงต้องได้รับความเห็นชอบจาก สนพ. ทุกครั้ง

๘.๕ ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ

๘.๖ ต้องบันทึกต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเสร็จแล้วทั้งหมดลงในแผ่น DVD หรืออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม ในรูปแบบไฟล์ PDF File, JPEG File, Art Work File (.ai) และ Movie Clip คุณภาพไฟล์ระดับ HD ขึ้นไป หรือประเภทไฟล์ที่เหมาะสมที่สามารถเปิดได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป (Window/ Macintosh) หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกับชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๓ ชุด และส่งมอบให้ สนพ. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ต่อไป

๘.๗ ต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ หรือปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว

๘.๘ ต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด (ถ้ามี) เป็นเวลาอย่างน้อย ๓ เดือน นับจากวันสิ้นสุดสัญญาจ้าง

๘.๙ ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว

๘.๑๐ ต้องจัดบุคลากรหลักหรือเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการมาประจำที่ สนพ. จำนวน ๑ คน พร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมกับ สนพ. คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ หรือทีมงานที่ สนพ. มอบหมายให้ดูแลงานแทนเพื่อทำหน้าที่บริหาร/ประสานโครงการฯ ตลอดระยะเวลาของสัญญา ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย และต้องทำรายงานการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ทุกครั้งภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ หรือ สนพ. กำหนด

## ๙. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ภายใน ๑๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

## ๑๐ การยื่นข้อเสนอ

๑๐.๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นข้อเสนอที่ปิดผนึกซองให้เรียบร้อย โดยข้อเสนอทั้งหมดจะต้องส่งถึง สนพ. ภายในวันที่ ..... เวลา ๐๘.๓๐-๑๖.๐๐ น. เมื่อพ้นกำหนดแล้ว สนพ. จะไม่รับซองข้อเสนอหรือเอกสารประกอบอื่นใดเด็ดขาดโดยที่ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นซองแยกเป็น ๓ ซอง ดังนี้

(๑) ซองข้อเสนอด้านคุณภาพ

จำนวน ๖ ชุด

(ตัวจริง ๒ ชุด และสำเนา ๔ ชุด)

(๒) ซองข้อเสนอด้านราคา

จำนวน ๑ ชุด

(๓) ขอบเอกสารหลักฐานคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ จำนวน ๑ ชุด

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องระบุไว้ที่หน้าซองด้วยว่าเป็น “ซองข้อเสนอด้านคุณภาพ” หรือ “ซองข้อเสนอด้านราคา” หรือ “ขอบเอกสารหลักฐานคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ” พร้อมทั้งปิดผนึกให้เรียบร้อยและยื่นต่อ

ประธานคณะกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษาโดยวิธีคัดเลือก  
สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (กลุ่มกองทุนพลังงาน ชั้น ๓)  
เลขที่ ๑๒๑/๑-๒ ถนนเพชรบุรี แขวงทุ่งพญาไท  
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐

๑๐.๒ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอแนบมาพร้อมกับซองข้อเสนอด้านคุณภาพ ดังนี้

(๑) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท และสำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง ในกรณีเป็นสถาบันการศึกษา ต้องมีสำเนาหนังสือแสดงระเบียบ วัตถุประสงค์ และอำนาจหน้าที่ของสถาบัน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้องหรือสำเนาพระราชบัญญัติจัดตั้งสถาบันการศึกษา และรายชื่อสถาบันการศึกษา

(๒) สำเนาหนังสือแจ้งผลการจดทะเบียนที่ปรึกษา

(๓) หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามผูกพันนิติบุคคลหรือกระทำการอื่นใดในการติดต่อสำนักงานแทน

(๔) หนังสือแสดงผลประกอบการของบริษัท (ถ้ามี)

(๕) สำเนาหนังสือรับรองการชำระภาษีเงินได้ของบุคลากรหลัก หรือหลักฐานแสดงการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร

## ๑๑. การจัดทำข้อเสนอ

### ๑๑.๑ ข้อเสนอด้านคุณภาพ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแสดงรายละเอียดที่จะดำเนินการตามขอบเขตของการดำเนินงาน ได้แก่

(๑) แนวคิดกลยุทธ์หลักของโครงการ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

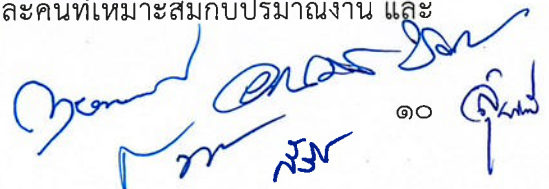
๑.๑ ส่วนที่ ๑ นำเสนอแนวทางการศึกษา วิเคราะห์ การจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑

๑.๒ ส่วนที่ ๒ นำเสนอการวิเคราะห์ วางแผน บริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านพลังงานการบริหารประเด็นที่มีความอ่อนไหวและอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ ให้คำปรึกษาและดำเนินงานประชาสัมพันธ์/กิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชนหรือเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒

๑.๓ ส่วนที่ ๓ นำเสนอแผนการวางสื่อประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมประเด็นและพื้นที่สื่อที่เหมาะสม ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๓

๑.๔ ส่วนที่ ๔ นำเสนอแนวทางการดำเนินการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และการเผยแพร่สื่อต่างๆ วิธีการรายงานผลในส่วนของกิจกรรม ส่วนที่ ๓ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๔

(๒) รายละเอียดประวัติ คุณวุฒิและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบุคลากรที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาทำงาน โดยสรุปย่อความเหมาะสม ปริมาณคน-เดือนของแต่ละคนที่เหมาะสมกับปริมาณงาน และระยะเวลาการทำงานที่สอดคล้องกับแผนงานที่กำหนด

 ๑๐

(๓) ประวัติผลงานของผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านมา (Company Profile) กรณีไม่ใช่หน่วยงานของรัฐต้องแสดงรายละเอียดบุคลากรหลักที่ประจำหรือไม่ประจำบริษัทด้วย ในกรณีที่มีการเปลี่ยนบุคลากรเพื่อความเหมาะสมผู้รับจ้างจะต้องแจ้งให้ สนพ. ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร และจะต้องได้รับความยินยอม/เห็นชอบจาก สนพ. ก่อนจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้

(๔) เอกสารยืนยันงานจากหน่วยงานภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน โดยมีวงเงินค่าจ้างไม่น้อยกว่า ๗ ล้านบาทต่อสัญญา (แนบหนังสือรับรองผลงานและหรือสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิค)

(๕) ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ (ถ้ามี) เพื่อให้การดำเนินงานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

(๖) ผู้มีอำนาจจะต้องลงนามเพื่อรับรองเอกสารทุกหน้า พร้อมตราประทับ (ถ้ามี)

#### ๑๑.๒ ข้อเสนอด้านราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องจัดทำข้อเสนอด้านราคาเป็นเงินบาทสอดคล้องกับข้อเสนอด้านคุณภาพ ทั้งนี้ ราคาที่เสนอจะต้องตรงกันทั้งตัวเลขและตัวหนังสือ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกัน ให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญโดยเป็นราคารวมทั้งสิ้น ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีอากรอื่น และค่าใช้จ่ายทั้งปวงแล้ว โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องระบุรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จะต้องใช้ในการดำเนินการตามขอบเขตของงานนี้ให้ สนพ. พิจารณา ดังนี้

๑๑.๒.๑ รายละเอียดค่าจ้างบุคลากร โดยแสดงรายละเอียดจำนวนคน-เดือน และอัตราค่าจ้างเป็นรายบุคคล

๑๑.๒.๒ รายละเอียดค่าใช้จ่ายการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ

๑๑.๒.๓ กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายให้ครบถ้วนครอบคลุมขั้นตอนการดำเนินงาน และจะถอนการเสนอราคามีได้

#### ๑๑.๓ การนำเสนองาน

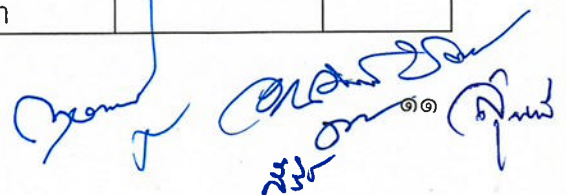
สนพ. อาจะจัดให้มีการชี้แจงแผนงานโดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ซึ่งผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องพร้อมในการนำเสนอได้ทันที

#### ๑๒. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

๑๒.๑ ก่อนการพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ สนพ. จะดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้น แต่ละรายว่าเป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับรายอื่นหรือไม่

๑๒.๒ สนพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณากรณีงานจ้างที่ปรึกษาที่มีความซับซ้อน โดย สนพ. ใช้เกณฑ์คุณภาพประกอบเกณฑ์ด้านราคาในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ โดยคัดเลือกจากผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพไม่น้อยกว่า ๘๐ คะแนน และได้คะแนนรวมด้านคุณภาพและด้านราคามากที่สุด ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่คัดเลือกไว้ไม่ยอมเข้าทำสัญญา หรือข้อตกลงกับ สนพ. ในเวลาที่กำหนด คณะกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษา โดยวิธีคัดเลือก จะพิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนมากที่สุดลำดับถัดไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

| รายละเอียด                                        | น้ำหนัก   | คะแนน |
|---------------------------------------------------|-----------|-------|
| ๑. ด้านคุณภาพ                                     | ร้อยละ ๘๐ | ๑๐๐   |
| (๑) วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน             |           | ๘๐    |
| ๑.๑ แผนปฏิบัติการ                                 |           | ๒๐    |
| - ความเข้าใจที่มีต่อวัตถุประสงค์โครงการและกิจกรรม |           |       |
| - ความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการดำเนินการและระยะเวลา |           |       |



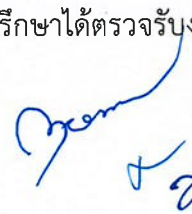
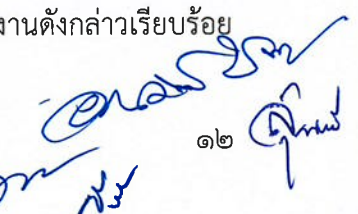
| รายละเอียด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | น้ำหนัก   | คะแนน |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|
| <p>๑.๒ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติการและการบริหารแผนงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนที่ ๑ นำเสนอแนวทางการศึกษา วิเคราะห์ การจัดทำแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร</li> <li>- ส่วนที่ ๒ นำเสนอการวิเคราะห์ วางแผน บริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านพลังงาน บริหารประเด็นที่มีความอ่อนไหวและอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ ให้คำปรึกษาและดำเนินงานประชาสัมพันธ์/กิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชนหรือเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน</li> <li>- ส่วนที่ ๓ นำเสนอแผนการวางสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมประเด็นและพื้นที่สื่อที่เหมาะสม</li> <li>- ส่วนที่ ๔ นำเสนอแนวทางดำเนินการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และการเผยแพร่สื่อต่างๆ วิธีการรายงานผลในส่วนของกิจกรรม</li> </ul> |           | ๔๐    |
| <p>๑.๓ คุณภาพทั่วไปของข้อเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบการดำเนินงาน ความละเอียดของเนื้อหาซึ่งครอบคลุมตามข้อเสนอ</li> <li>- ความครบถ้วนของเอกสารหลักฐานประกอบข้อเสนอ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |           | ๒๐    |
| <p>(๒) ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของคณะกรรมการ (Company Profile) โครงสร้างของทีมงาน ความพร้อมของผู้รับจ้างที่พร้อมจะเริ่มงานได้ทันที</li> <li>- ผลงานที่ผ่านมาซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ ด้านการจัดทำประชาสัมพันธ์โครงการให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                |           | ๒๐    |
| รวมคะแนนด้านคุณภาพทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |       |
| <p>๒. ด้านราคา</p> <p>ผู้ยื่นเสนอราคาต่ำสุดจะได้รับคะแนนเต็ม และผู้ยื่นเสนอราคาต่ำเป็นอันดับถัดไปจะได้คะแนนลดหลั่นกันไปอันดับ ๕ คะแนน</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ร้อยละ ๒๐ | ๑๐๐   |
| รวมคะแนนด้านราคาทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |           |       |
| คะแนนด้านคุณภาพ + คะแนนด้านราคา = ๑๐๐                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |           |       |

๑๒.๓ สนพ. จะเปิดซองราคาเฉพาะผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกตามข้อ ๑๑.๑ ซึ่งได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ โดยคัดเลือกจากผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคะแนนรวมด้านคุณภาพและราคามากที่สุด

### ๑๓. การส่งมอบงานและเบิกจ่ายเงิน

สนพ. จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่นๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้ผู้รับจ้าง โดยแบ่งออกเป็น ๔ งวด ดังนี้

**งวดที่ ๑** เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างเมื่อที่ปรึกษาส่งมอบงานภายใน ๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑๒

๑) แผนการดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) เช่น แผนการดำเนินงานรายเดือน (Media Monthly Plan) แผนการจัดกิจกรรมตามขอบเขตการดำเนินงาน แผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร รวมทั้งตามข้อกำหนดอื่นๆ ข้อ ๘.๑, ๘.๒, ๘.๓, ๘.๘ และ ๘.๑๐

๒) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑) ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๕ ชุด และ USB Drive จำนวน ๕ ชุด

**งวดที่ ๒** เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างเมื่อที่ปรึกษาส่งมอบงานภายใน ๘ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว รายงานความก้าวหน้า ฉบับที่ ๑ (เดือนที่ ๑ – เดือนที่ ๕) ประกอบด้วย

๑) ส่วนที่ ๑ การศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

(๑) ดำเนินการศึกษาและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ตามหลักวิชาการจากโมเดลที่มีประสพการณ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลงานได้รับการยอมรับ

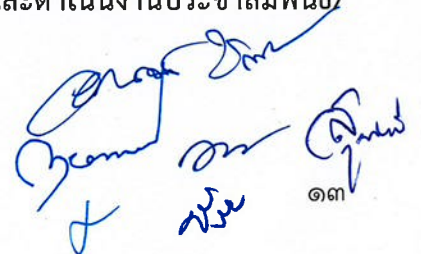
(๒) จัดทำข้อเสนอการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ กระบวนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน จะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ กรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(๓) จัดทำข้อเสนอการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ โดยต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของบริบทการสื่อสาร สอดคล้องกับนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารตามสถานการณ์ การวางแผนใช้ช่องทางสื่อประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมหรือสื่อมวลชนทุกแขนง ให้ทันตามสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสารอย่างตรงจุด

(๔) วิเคราะห์ และติดตามสถานการณ์ข่าวสารเชิงลบ ข่าวบิดเบือนข้อเท็จจริง (Fake News) จากกลุ่ม NGOs กลุ่มภาคประชาสังคม และให้ข้อเสนอแนะ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์รองรับในกรณีเกิด Crisis ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ ด้านการข่าวและเนื้อหาที่ถูกบิดเบือนหรือมีผลกระทบต่อหน่วยงาน ผู้บริหาร หรือโครงการ พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางพร้อมจัดทำข้อมูลการสื่อสาร กำหนดประเด็นเนื้อหา ดำเนินการชี้แจงและเผยแพร่ข่าวสารได้ทันสถานการณ์ ให้ข้อเสนอแนะทางกฎหมายในกรณีจำเป็น

(๕) วิเคราะห์ และดำเนินการกระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ในช่วง ๓ ปีข้างหน้า (ปี ๒๕๖๔-๒๕๖๖) โดยจะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ เชื่อมโยงกรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อกำหนดเป้าหมายการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นกรอบการจัดทำแผน/โครงการ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เป้าหมายหลักในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับจากประชาชน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สนพ. และกระทรวงพลังงาน

๒) ส่วนที่ ๒ วิเคราะห์ วางแผน บริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านพลังงาน บริหารประเด็นที่มีความอ่อนไหวและอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ ให้คำปรึกษาและดำเนินงานประชาสัมพันธ์/กิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชนหรือเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน



๑๓

(๑) วิเคราะห์ วางแผนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์รายเดือน เพื่อบริหารประเด็น งาน ประชาสัมพันธ์ร่วมกับสื่อมวลชน เนื้อหานโยบายพลังงาน ได้แก่

- บริหารการจัดแถลงข่าวและเชิญสื่อมวลชน
- บริหารการเขียนข่าวและส่งข่าว
- บริหารการจัดพบปะสื่อมวลชน บรรณาธิการ คอลัมน์นิสต์
- บริหารประเด็นการจัดสัมภาษณ์พิเศษและเผยแพร่
- จัดทำเนื้อหาเสนอแนะแนวทางและการจัดทำอินโฟกราฟฟิกเพื่อให้ความรู้ด้านพลังงาน
- จัดหา Influencers ด้านพลังงาน จัดทำประเด็นและเผยแพร่ในสื่อ Social
- บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย

๓) ส่วนที่ ๓ เสนอแผนการวางสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมประเด็นและพื้นที่สื่อที่เหมาะสม

(๑) จัดทำกลยุทธ์หรือแผนการเผยแพร่สื่อ ข้อเสนอการคัดเลือกสื่อต่างๆ เป็นรายเดือน

(๒) จัดซื้อ หรือจัดหาพื้นที่สื่อเพื่อควบคุมเนื้อหาประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ สนพ. เห็นสมควร โดยให้เลือกมีเดียที่มีประสิทธิภาพการเข้าถึงและได้รับความนิยม ได้แก่

- สื่อโทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ออนไลน์
- เว็บไซต์สำนักข่าวหรือสื่อมวลชน
- โซเชียลมีเดียสำนักข่าวหรือสื่อมวลชน Facebook
- ทวิตเตอร์สื่อมวลชน

(๓) นำเสนอสื่อความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านพลังงาน และผลิตสื่อดิจิทัลหรือ Video Content ประเภท Motion Graphic จำนวน ๑ เรื่อง มีความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที พร้อมนำเสนอ Concept, Consumer Insight, Synopsis, Mood & Tone และ Storyboard โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ดำเนินการวางแผนเผยแพร่ Video Content ประเภท Motion Graphic ผ่านสื่อ ดิจิทัลอย่างมีกลยุทธ์ด้านมีเดีย (Youtube, Social Media อื่นๆ ที่ได้รับความนิยม)

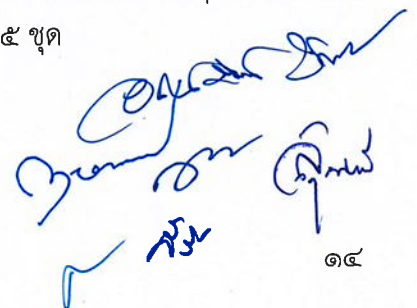
- ให้มียอดผู้ชม (Views) ในกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าจำนวนที่กำหนด

- เผยแพร่ผ่าน Influencers ที่มีภาพลักษณ์เป็นที่น่าเชื่อถือ (ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ follower) ตามช่องทางที่กำหนด และมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน

(๔) นำเสนอข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจด้านนโยบายพลังงานด้านต่างๆ เข้าภารกิจของ สนพ. กระทรวงพลังงาน

ทั้งนี้ กิจกรรม จำนวนครั้ง ลำดับ ของการจัดกิจกรรมต่างๆ จะต้องเป็นไปตามแผนการ ดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) ตามการส่งงานงวดที่ ๑ โดย สนพ. และคณะกรรมการ ตรวจสอบพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ให้ความเห็นชอบ

๔) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑) ๒) และ ๓) รวมทั้งตามข้อกำหนดอื่นๆ ข้อ ๘.๘ และ ๘.๑๐ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๕ ชุด และ USB Drive จำนวน ๕ ชุด



๑๔

**งวดที่ ๓** เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้างเมื่อที่ปรึกษาส่งมอบงานภายใน ๑๐ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยรายงานความก้าวหน้า ฉบับที่ ๒ (เดือนที่ ๑ - เดือนที่ ๙) ประกอบด้วย

**๑) ส่วนที่ ๑ การศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร**

(๑) ดำเนินการศึกษาและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ตามหลักวิชาการจากโมเดลที่มีประสิทธิผลในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลงานได้รับการยอมรับ

(๒) จัดทำข้อเสนอบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ ครอบคลุมการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน จะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ กรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(๓) จัดทำข้อเสนอบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ โดยต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของบริบทการสื่อสาร สอดคล้องกับนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารตามสถานการณ์ การวางแผนใช้ช่องทางสื่อประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมหรือสื่อมวลชนทุกแขนง ให้ทันตามสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสารอย่างตรงจุด

(๔) วิเคราะห์ และติดตามสถานการณ์ข่าวสารเชิงลบ ข่าวบิดเบือนข้อเท็จจริง (Fake News) จากกลุ่ม NGOs กลุ่มภาคประชาสังคม และให้ข้อเสนอแนะ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์รองรับในกรณีเกิด Crisis ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ ด้านการข่าวและเนื้อหาที่ถูกบิดเบือนหรือมีผลกระทบต่อหน่วยงาน ผู้บริหาร หรือโครงการ พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางพร้อมจัดทำข้อมูลการสื่อสาร กำหนดประเด็นเนื้อหา ดำเนินการชี้แจงและเผยแพร่ข่าวสารได้ทันสถานการณ์ ให้ข้อเสนอแนะทางกฎหมายในกรณีจำเป็น

(๕) วิเคราะห์ และดำเนินการกระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ในช่วง ๓ ปีข้างหน้า (ปี ๒๕๖๔-๒๕๖๖) โดยจะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ เชื่อมโยงกรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อกำหนดเป้าหมายการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นกรอบการจัดทำแผน/โครงการ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เป้าหมายหลักในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับจากประชาชน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สนพ. และกระทรวงพลังงาน

**๒) ส่วนที่ ๒ วิเคราะห์ วางแผน บริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านพลังงาน บริหารประเด็นที่มีความอ่อนไหวและอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ ให้คำปรึกษาและดำเนินงานประชาสัมพันธ์/กิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชนหรือเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน**

(๑) วิเคราะห์ วางแผนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์รายเดือน เพื่อบริหารประเด็นงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับสื่อมวลชน เนื้อหานโยบายพลังงาน ได้แก่

- บริหารการจัดแถลงข่าวและเชิญสื่อมวลชน
- บริหารการเขียนข่าวและส่งข่าว
- บริหารการจัดพบปะสื่อมวลชน บรรณาธิการ คอลัมน์นิสต์
- บริหารประเด็นการจัดสัมภาษณ์พิเศษและเผยแพร่
- จัดทำเนื้อหาเสนอแนะแนวทางและการจัดทำอินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้ด้านพลังงาน

๑๕  
สง  
กัม

- จัดทำ Influencers ด้านพลังงาน จัดทำประเด็นและเผยแพร่ในสื่อ Social
- บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย

(๒) วิเคราะห์ประเด็นข่าว สรุปประเด็นการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับนโยบายพลังงาน พร้อมจัดทำประเด็นชี้แจง ข้อเท็จจริงเสนอ สนพ. บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย ไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม

(๓) นำเสนอหรือการสนับสนุนกิจกรรมสร้างสัมพันธ์อันดีร่วมกับพันธมิตร สื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่นโยบายพลังงาน หรือองค์การภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารในสภาวะวิกฤติ อาทิ การสัมมนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การเสวนา การอบรม หรือกิจกรรมอื่นๆ ในรูปแบบที่เหมาะสม และผลิตสื่อสำหรับเผยแพร่ภาพลักษณ์องค์กร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม

(๔) นำเสนอกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้แก่สื่อมวลชน การศึกษา ดูกาน หรือการไปเรียนรู้ ในสถานที่จริง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข้อเท็จจริง และนำไปขยายผลต่อสู่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๒ ครั้ง

๓) ส่วนที่ ๓ เสนอแผนการวางสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมประเด็นและพื้นที่สื่อที่เหมาะสม

(๑) จัดทำกลยุทธ์หรือแผนการเผยแพร่สื่อ ข้อเสนอการคัดเลือกสื่อต่างๆ เป็นรายเดือน

(๒) จัดซื้อ หรือจัดหาพื้นที่สื่อเพื่อควบคุมเนื้อหาประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ สนพ. เห็นสมควร โดยให้เล็กมีเดียที่มีประสิทธิภาพการเข้าถึงและได้รับความนิยม ได้แก่

- สื่อโทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ออนไลน์
- เว็บไซต์สำนักข่าวหรือสื่อมวลชน
- โซเชียลมีเดียสำนักข่าวหรือสื่อมวลชน Facebook
- ทวิตเตอร์สื่อมวลชน

(๓) นำเสนอสื่อความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านพลังงาน และผลิตสื่อดิจิทัลหรือ Video Content ประเภท Motion Graphic จำนวน ๑ เรื่อง มีความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที พร้อมนำเสนอ Concept, Consumer Insight, Synopsis, Mood & Tone และ Storyboard โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ดำเนินการวางแผนเผยแพร่ Video Content ประเภท Motion Graphic ผ่านสื่อ ดิจิทัลอย่างมีกลยุทธ์ด้านมีเดีย (Youtube, Social Media อื่นๆ ที่ได้รับความนิยม)

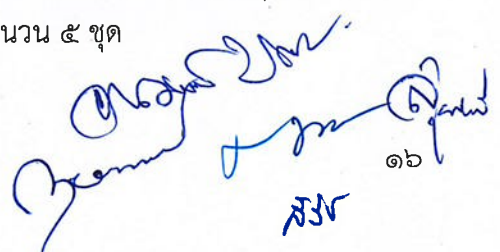
- ให้มียอดผู้ชม (Views) ในกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าจำนวนที่กำหนด

- เผยแพร่ผ่าน Influencers ที่มีภาพลักษณ์เป็นที่น่าเชื่อถือ (ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ follower) ตามช่องทางที่กำหนด และมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน

(๔) นำเสนอข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เพื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจด้านนโยบายพลังงานด้านต่างๆ เข้าภารกิจของ สนพ. กระทรวงพลังงาน

ทั้งนี้ กิจกรรม จำนวนครั้ง ลำดับ ของการจัดกิจกรรมต่างๆ จะต้องเป็นไปตามแผนการ ดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) ตามการส่งงานงวดที่ ๑ โดย สนพ. และคณะกรรมการ ตรวจสอบพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ให้ความเห็นชอบ

๔) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑) ๒) และ ๓) รวมทั้งตามข้อกำหนดอื่นๆ ข้อ ๘.๘ และ ๘.๑๐ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๕ ชุด และ USB Drive จำนวน ๕ ชุด

 ๑๖

**งวดที่ ๔** เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้างเมื่อที่ปรึกษาส่งมอบงานภายใน ๑๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วยรายงานความก้าวหน้าฉบับสมบูรณ์ (เดือนที่ ๑ - เดือนที่ ๑๒) ประกอบด้วย

**๑) ส่วนที่ ๑ การศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร**

(๑) ดำเนินการศึกษาและวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร แผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ตามหลักวิชาการจากโมเดลที่มีประสิทธิผลในการดำเนินการงานที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลงานได้รับการยอมรับ

(๒) จัดทำข้อเสนอบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ กระบวนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน จะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ กรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(๓) จัดทำข้อเสนอบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ โดยต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของบริบทการสื่อสาร สอดคล้องกับนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารตามสถานการณ์ การวางแผนใช้ช่องทางสื่อประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมหรือสื่อมวลชนทุกแขนง ให้ทันตามสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลทางการสื่อสารอย่างตรงจุด

(๔) วิเคราะห์ และติดตามสถานการณ์ข่าวสารเชิงลบ ข่าวบิดเบือนข้อเท็จจริง (Fake News) จากกลุ่ม NGOs กลุ่มภาคประชาสังคม และให้ข้อเสนอแนะ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์รองรับในกรณีเกิด Crisis ในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ ด้านการข่าวและเนื้อหาที่ถูกบิดเบือนหรือมีผลกระทบต่อหน่วยงาน ผู้บริหาร หรือโครงการ พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางพร้อมจัดทำข้อมูลการสื่อสาร กำหนดประเด็นเนื้อหา ดำเนินการชี้แจงและเผยแพร่ข่าวสารได้ทันสถานการณ์ ให้ข้อเสนอแนะทางกฎหมายในกรณีจำเป็น

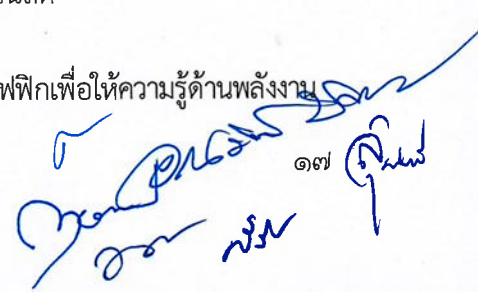
(๕) วิเคราะห์ และดำเนินการกระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ในช่วง ๓ ปีข้างหน้า (ปี ๒๕๖๔-๒๕๖๖) โดยจะต้องคำนึงถึงหลักวิชาการ เชื่อมโยงกรอบยุทธศาสตร์ แผนแม่บท นโยบายที่เกี่ยวข้อง และให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน วิสัยทัศน์และอำนาจหน้าที่ของ สนพ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เพื่อกำหนดเป้าหมายการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นกรอบการจัดทำแผน/โครงการ/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เป้าหมายหลักในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับจากประชาชน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สนพ. และกระทรวงพลังงาน

**๒) ส่วนที่ ๒ วิเคราะห์ วางแผน บริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านพลังงาน บริหารประเด็นที่มีความอ่อนไหวและอาจมีผลกระทบต่อสาธารณะ ให้คำปรึกษาและดำเนินงานประชาสัมพันธ์/กิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชนหรือเครือข่ายองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน**

(๑) วิเคราะห์ วางแผนการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์รายเดือน เพื่อบริหารประเด็นงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับสื่อมวลชน เนื้อหานโยบายพลังงาน ได้แก่

- บริหารการจัดแถลงข่าวและเชิญสื่อมวลชน
- บริหารการเขียนข่าวและส่งข่าว
- บริหารการจัดพบปะสื่อมวลชน บรรณาธิการ คอลัมน์นิสต์
- บริหารประเด็นการจัดสัมภาษณ์พิเศษและเผยแพร่
- จัดทำเนื้อหาเสนอแนะแนวทางและการจัดทำอินโฟกราฟฟิกเพื่อให้ความรู้ด้านพลังงาน

๑๗



- จัดทำ Influencers ด้านพลังงาน จัดทำประเด็นและเผยแพร่ในสื่อ Social
- บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย

(๒) วิเคราะห์ประเด็นข่าว สรุปประเด็นการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับนโยบายพลังงาน พร้อมจัดทำประเด็นชี้แจง ข้อเท็จจริงเสนอ สนพ. บริหารการประชาสัมพันธ์ตามสถานการณ์ หรืองานตามที่ สนพ. มอบหมาย ไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม

(๓) นำเสนอหรือการสนับสนุนกิจกรรมสร้างสัมพันธ์อันดีร่วมกับพันธมิตร สื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่นโยบายพลังงาน หรือองค์การภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารในสภาวะวิกฤติ อาทิ การสัมมนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การเสวนา การอบรม หรือกิจกรรมอื่นๆ ในรูปแบบที่เหมาะสม และผลิตสื่อสำหรับเผยแพร่ภาพลักษณ์องค์กร จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ กิจกรรม

(๔) นำเสนอกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้แก่สื่อมวลชน การศึกษา ดูงาน หรือการไปเรียนรู้ ในสถานที่จริง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข้อเท็จจริง และนำไปขยายผลต่อสู่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๒ ครั้ง

๓) ส่วนที่ ๓ เสนอแผนการวางสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมประเด็นและพื้นที่สื่อที่เหมาะสม

(๑) จัดทำกลยุทธ์หรือแผนการเผยแพร่สื่อ ข้อเสนอการคัดเลือกสื่อต่างๆ เป็นรายเดือน

(๒) จัดซื้อ หรือจัดหาพื้นที่สื่อเพื่อควบคุมเนื้อหาประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางที่ สนพ. เห็นสมควร โดยให้สื่อที่มีประสิทธิภาพการเข้าถึงและได้รับความนิยม ได้แก่

- สื่อโทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ออนไลน์
- เว็บไซต์สำนักข่าวหรือสื่อมวลชน
- โซเชียลมีเดียสำนักข่าวหรือสื่อมวลชน Facebook
- ทวิตเตอร์สื่อมวลชน

(๓) นำเสนอสื่อความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านพลังงาน และผลิตสื่อดิจิทัลหรือ Video Content ประเภท Motion Graphic จำนวน ๑ เรื่อง มีความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที พร้อมนำเสนอ Concept, Consumer Insight, Synopsis, Mood & Tone และ Storyboard โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ดำเนินการวางแผนเผยแพร่ Video Content ประเภท Motion Graphic ผ่านสื่อ ดิจิทัลอย่างมีกลยุทธ์ด้านมีเดีย (Youtube, Social Media อื่นๆ ที่ได้รับความนิยม)

- ให้มียอดผู้ชม (Views) ในกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่าจำนวนที่กำหนด

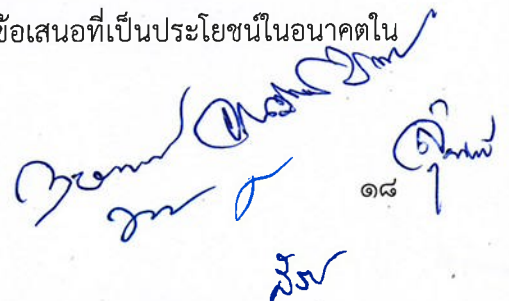
- เผยแพร่ผ่าน Influencers ที่มีภาพลักษณ์เป็นที่น่าเชื่อถือ (ผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ follower) ตามช่องทางที่กำหนด และมีระยะเวลาในการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน

(๔) นำเสนอข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ความรู้ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้านนโยบายพลังงานด้านต่างๆ เข้าภารกิจของ สนพ. กระทรวงพลังงาน

๔) ส่วนที่ ๔ ดำเนินการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และการเผยแพร่สื่อต่างๆ พร้อมจัดทำรายงานผลในส่วนของกิจกรรม ส่วนที่ ๓

(๑) จัดทำสรุปรายงานจำนวนพื้นที่สื่อประชาสัมพันธ์ หรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ และ ประเมินประสิทธิภาพการสื่อสาร การเผยแพร่สื่อต่างๆ การเข้าถึง และมูลค่าสื่อจากการประเมิน

(๒) จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการพัฒนาและข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ในอนาคตในการสื่อสาร การซื้อสื่อ กิจกรรมรณรงค์หรือกิจกรรมอื่นๆ

 ๑๘

(๓) ทีมติดตามประเมินผลต้องมีประสบการณ์ด้านการติดตามโครงการประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีผลงานการศึกษาสำรวจติดตามประเมินด้านงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร

ทั้งนี้ กิจกรรม จำนวนครั้ง ลำดับ ของการจัดกิจกรรมต่างๆ จะต้องเป็นไปตามแผนการดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) ตามการส่งงานงวดที่ ๑ โดย สนพ. และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษาได้ให้ความเห็นชอบ

๕) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑) ๒) ๓) และ ๔) รวมทั้งตามข้อกำหนดอื่นๆ ข้อ ๘.๘ และ ๘.๑๐ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๕ ชุด และ USB Drive จำนวน ๕ ชุด

๖) ต้องบันทึกต้นฉบับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตเสร็จแล้วทั้งหมดลงในแผ่น DVD หรืออุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นตามความเหมาะสม ในรูปแบบไฟล์ PDF File, JPEG File, Art Work File (.ai) และ Movie Clip คุณภาพไฟล์ระดับ HD ขึ้นไป หรือประเภทไฟล์ที่เหมาะสมที่สามารถเปิดได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป (Window/ Macintosh) หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกับชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๓ ชุด และส่งมอบให้ สนพ. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ต่อไป

#### ๑๔. การหักเงินประกันผลงานและหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา

๑๔.๑ กรณีคู่สัญญาเป็นหน่วยงานของรัฐ การจ่ายเงินค่าจ้างในแต่ละงวด สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน จะหักเงินค่าจ้างไว้ร้อยละ ๕ ของเงินที่ต้องจ่ายในงวดนั้น เพื่อเป็นเงินประกันผลงาน และผู้ว่าจ้างจะคืนเงินประกันผลงานโดยไม่มีดอกเบี้ย พร้อมกับการจ่ายเงินค่าจ้างงวดสุดท้าย

๑๔.๒ กรณีคู่สัญญาไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ คู่สัญญาจะต้องนำหลักประกันดังต่อไปนี้ เป็นจำนวนเงินร้อยละ ๕ (ห้า) ของราคาค่าจ้างตามสัญญา มอบไว้แก่ผู้ว่าจ้าง ในขณะทำสัญญา เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา ดังนี้

(๑) เงินสด

(๒) เช็คหรือตราพดท์ ที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพดท์ลงวันที่ที่ใช้เช็ค หรือตราพดท์นั้น ชำระต่อเจ้าหนี้ที่ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

(๓) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนด โดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

(๔) หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้ำประกัน ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือค้ำประกันของธนาคาร ที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

(๕) พันธบัตรรัฐบาลไทย

#### ๑๕. สถานที่ดำเนินโครงการ

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน หรือตามที่ สนพ. เห็นสมควร

#### ๑๖. วงเงินงบประมาณ

ภายในวงเงิน ๑๕,๕๒๔,๘๐๐ บาท

Handwritten signatures and stamps are present at the bottom right of the page. There are three distinct signatures in blue ink. Below the signatures, there is a circular official stamp with Thai text and a date stamp that reads '๑๕' (15).

## ๑๗. กรรมสิทธิ์

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

## ๑๘. ค่าปรับ

กรณีที่ปรึกษาทำงานไม่แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด ที่ปรึกษาจะต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ ของราคางานจ้างที่ปรึกษา

## ๑๙. ข้อสงวนสิทธิ์

๑๙.๑ สนพ. ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ในการปรับปรุงรูปแบบและแผนการดำเนินงาน รวมทั้งปรับเปลี่ยนแผนงานตามสถานการณ์ และที่ปรึกษาพร้อมแก้ไขตามที่ สนพ. เห็นสมควร เพื่อความเหมาะสมอันเป็นประโยชน์แก่ทางราชการ

๑๙.๒ งบประมาณสำหรับการว่าจ้างเพื่อดำเนินโครงการการบริหารการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายพลังงาน เบิกจ่ายจากเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ สนพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการดำเนินการจ้างที่ปรึกษาฯ ในกรณีมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาตามที่ได้เจรจาตกลงว่าจ้างที่ปรึกษา หรือมีเหตุจำเป็นอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดทำสัญญาจ้างได้ ไม่ว่าด้วยกรณีใด ๆ สนพ. จะไม่รับผิดชอบต่อบรรดาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเสนอโครงการของผู้ยื่นข้อเสนอ

๑๙.๓ หากผู้รับจ้างมีการละทิ้งงาน สนพ. จะพิจารณาดำเนินการตามมาตรา ๑๐๙ แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

## ๒๐. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มช่วยอำนวยการและสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขาธิการกรม

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๒ ๑๕๕๕ ต่อ ๔๘๐, ๔๘๖

โทรสาร ๐ ๒๖๑๒ ๑๓๕๗

ลงนาม ..... ประธานกรรมการ

(นางดวงสุดา จิรประดิษฐกุล)

ลงนาม ..... กรรมการ  
(นายทงศักดิ์ วงษ์ลา)

ลงนาม ..... กรรมการ  
(นายอณวัชร ชำนาญโชติ)

ลงนาม ..... กรรมการ  
(นางกฤษณา สุภาจรรยา)

ลงนาม ..... กรรมการ  
(นางสาวสิริธร นุชรักษา)

ลงนาม ..... กรรมการ  
(นางสุพรรณิ เพ็งศาสตร์)

๒๐