



ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา

(Terms of Reference : TOR)

โครงการจ้างที่ปรึกษาบริหารงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์
เพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศไทย

สำนักงานเลขานุการกรม
สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา
(Terms of Reference: TOR)
โครงการจ้างที่ปรึกษการบริหารงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์
เพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศไทย

๑. ความเป็นมา

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการวางแผนและเสนอแนะนโยบายพลังงานของประเทศ จึงมีภารกิจสำคัญในการสื่อสารนโยบายอย่างเป็นระบบ เข้าถึงประชาชน และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ครบคลุม และมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม สนพ. ยังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเชิงลึกในด้านการวางกลยุทธ์การสื่อสารสาธารณะ การจ้างที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง จึงเป็นกลไกสำคัญในการเติมเต็มศักยภาพด้านการสื่อสารเชิงนโยบายด้านพลังงานของหน่วยงาน

โครงการ “จ้างที่ปรึกษการบริหารงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการวางแผนยุทธศาสตร์การสื่อสาร ถ่ายทอดความรู้ด้านพลังงานในเชิงนโยบายสู่ประชาชนในวงกว้าง โดยเน้นการสื่อสารเชิงระบบที่ใช้เนื้อหาเข้าใจง่ายแต่มีสาระ ชัดเจนในภาพรวม (Macro Level) ครอบคลุมประเด็นด้านพลังงาน เศรษฐกิจ และภูมิรัฐศาสตร์ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานตั้งแต่การจัดการ การใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ไปจนถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ตลอดจนสามารถตัดสินใจและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ด้านพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการสื่อสารผ่านเนื้อหา (content) ที่เข้าใจง่าย จากการวิเคราะห์ชุดข้อมูลความรู้ของผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางด้านพลังงานเป็นอย่างดี ในการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบเพื่อสื่อสารในวงกว้าง

ทั้งสื่อ Traditional Media และสื่อออนไลน์ Social Media บนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ทันสมัยครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และทักษะในการบริหารจัดการ พลังงานอย่างยั่งยืน ช่วยลดการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศ ลดภาระค่าใช้จ่าย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้พลังงานฟอสซิล

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสนับสนุนภารกิจหลักของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ในการวางแผนเสนอแนะ และกำหนดทิศทางนโยบายพลังงานของประเทศ ผ่านการจัดทำแนวทางการสื่อสารเชิงนโยบายที่มีโครงสร้างชัดเจน และสามารถนำไปใช้สนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายในระดับประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๒ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารสาธารณะในระดับยุทธศาสตร์ ที่เชื่อมโยงสาระสำคัญของนโยบายพลังงานกับประชาชน โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างทีมที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ สนพ. ในการวางระบบ วิเคราะห์ข้อมูล และออกแบบแนวทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล

๒.๓ เพื่อสร้างความเข้าใจในระดับภาพรวมของนโยบายพลังงานของประเทศ ครอบคลุมประเด็นด้านพลังงาน เศรษฐกิจ และภูมิรัฐศาสตร์ (Energy-Economy-Geopolitics) โดยเน้นการสื่อสารในระดับนโยบายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง และสามารถมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้านนโยบายพลังงานของประเทศไทยได้

๒.๔ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของ สนพ. ในฐานะหน่วยงานนโยบายระดับประเทศ ที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านพลังงานอย่างมีระบบ รอบด้าน และเปิดกว้างต่อการมีส่วนร่วมของสาธารณชน

๒.๕ เพื่อวางรากฐานระบบการสื่อสารเชิงนโยบายที่ยืดหยุ่นและยั่งยืน ซึ่งสามารถนำไปใช้ซ้ำปรับขยายหรือประยุกต์ในประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพลังงานในอนาคต

๓. คุณสมบัติของผู้ที่ปรึกษา

ที่ปรึกษาต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อได้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานดังกล่าว

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้พิจารณารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สนพ. ณ วันที่ได้ประกาศเชิญชวนหรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกาศเชิญชวนในครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

(๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้ำหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ำรายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก กิจการร่วมค้ำนั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้ำหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้ำที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้ำหลัก ผู้เข้าร่วมค้ำทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้ำ

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้ำ การยื่นข้อเสนอดังกล่าว ไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้ำทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ำรายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้ำ

๓.๑๑ ที่ปรึกษาที่จะเข้าร่วมการเสนองานกับ สนพ. ต้องเป็นที่ปรึกษาที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษา กระทรวงการคลัง ในสาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations Sector)

๓.๑๒ จะต้องเสนอรายชื่อที่ปรึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ จำนวน ๑๐ คน ที่กำหนดไว้ตามข้อ ๑๐. บุคลากรที่ต้องการ

๓.๑๓ บุคลากรหลักของที่ปรึกษา ต้องมีระยะเวลาปฏิบัติงานตามสัญญาไม่ซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่นๆ ของที่ปรึกษาที่ดำเนินการในช่วงเวลาเดียวกัน หาก สนพ. พบว่ามีบุคลากรหลักไม่ว่าคนหนึ่งคนใดหรือหลายคนปฏิบัติงานซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่น ๆ ไม่ว่าจะในระหว่างปฏิบัติงานตามสัญญาหรือในภายหลัง สนพ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาจ้างและหรือเรียกค่าเสียหายหรือปรับลดค่าจ้างได้

๓.๑๔ คุณสมบัติอื่น ๆ เช่น ไม่เป็นผู้ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือฟื้นฟูกิจการ

๓.๑๕ ที่ปรึกษาต้องมีผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) ต่อ ๑ สัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน (ย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ จนถึงปัจจุบัน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน แล้วเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

๔. ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา

๔.๑ การวางแผนประชาสัมพันธ์/กลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร รวมถึงการสื่อสารเชิงรุก

การวางแผนและขับเคลื่อนงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการบริหารภาพลักษณ์องค์กรของ สนพ. อย่างเป็นระบบและเชิงรุก โดยเริ่มจากการจัดทำแผนการดำเนินงานโครงการ (Inception Plan) ที่กำหนดขั้นตอนและระยะเวลาที่ชัดเจน พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ภาพรวมองค์กรครอบคลุมภาพลักษณ์ ผู้บริหาร วิสัยทัศน์ บทบาท และนโยบาย ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทการสื่อสารในปัจจุบัน ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวคิด วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด กลยุทธ์ และแผนการสื่อสารที่เหมาะสม รวมถึงให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหารและบุคลากรในด้านการสื่อสาร การรับมือกับสื่อมวลชน ตลอดจนการเสริมสร้างบุคลิกภาพและภาพลักษณ์องค์กร และติดตามสถานการณ์ด้านพลังงาน ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง พร้อมเฝ้าระวังและบริหารจัดการประเด็นข่าวเชิงลบที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยต้องรายงานและเสนอแนวทางแก้ไขภายใน ๒๔ ชั่วโมง เพื่อลดผลกระทบและปรับกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที จัดทำและขับเคลื่อนแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างการรับรู้ต่อบทบาทและผลงานของ สนพ. อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล พร้อมทั้งรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน และเข้าร่วมประชุมให้คำปรึกษา เสนอแนะ และติดตามการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของ สนพ. อย่างใกล้ชิดตลอดระยะเวลาของโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑.๑ จัดทำแผนการดำเนินงานโครงการ (Inception Plan) ประกอบด้วยขั้นตอน และระยะเวลาดำเนินการ

๔.๑.๒ จัดทำรายงานเสนอแนวคิดการประชาสัมพันธ์ภาพรวมของ สนพ. โดยนำเสนอเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ผู้บริหาร วิสัยทัศน์ บทบาทและนโยบายของ สนพ. ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับแนวโน้มการสื่อสารในปัจจุบัน

๔.๑.๓ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด (Concept) วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด กลยุทธ์และแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของ สนพ. รวมถึงจัดให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้บริหาร และบุคลากรของ สนพ. ที่ปฏิบัติงานด้านสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการรับมือกับสื่อ รวมถึงบุคลิกภาพและภาพลักษณ์

๔.๑.๔ ติดตามประเด็นด้านพลังงาน ภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งทิศทางและนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงพลังงาน รวมถึงติดตามเฝ้าระวังการข่าวในเชิงลบ หรือข่าวที่มีผลกระทบต่อ สนพ./ผู้บริหาร/นโยบาย/โครงการ เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์หากมีความจำเป็นตามความเหมาะสมและเสนอแนะวิธีการจัดการข่าวดังกล่าวอย่างทันท่วงที รวมทั้งบริหารประเด็นปัญหา หากมีประเด็นเชิงลบจากการประชาสัมพันธ์ตามแผนการดำเนินงาน โดยต้องรายงานให้ สนพ. ทราบ และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหภายใน ๒๔ ชั่วโมง นับแต่ทราบเรื่อง เพื่อลดทอนประเด็นปัญหา

๔.๑.๕ ให้คำแนะนำและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทและผลงานของสนพ. ที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับนโยบายของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน โดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล

๔.๑.๖ จัดประชุมนำเสนอแผนงาน และรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานช่วงเดือนที่ผ่านมา โดยจัดประชุมเดือนละไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง ตลอดระยะเวลาโครงการ

๔.๑.๗ ร่วมประชุมกับ สนพ. เพื่อให้คำปรึกษาและเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย และสื่อมวลชนตลอดระยะเวลาของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมายโดยประธานงาน และติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานของ สนพ. อย่างใกล้ชิด

๔.๒ การผลิตสื่อและการจัดกิจกรรมมวลชนสัมพันธ์

ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทั้งสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) และสื่อดิจิทัล (Digital Campaign) ควบคู่กับการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยในส่วนของสื่อดั้งเดิม จะดำเนินการผลิตบทความ สกู๊ปข่าว และรายงานพิเศษเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงผลิตสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสกู๊ปข่าวและการสัมภาษณ์ผู้บริหารผ่านสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่ได้รับความนิยม เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร ในส่วนของสื่อดิจิทัลจะดำเนินการผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอ เนื้อหาบทความ และสกู๊ปข่าวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย ควบคู่กับการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer/Creator) ในการสื่อสารประเด็นด้านพลังงานให้เข้าใจง่ายและเข้าถึงประชาชนมากขึ้น พร้อมทั้งบริหารจัดการการเผยแพร่สื่อเพื่อให้เกิดการเข้าถึง (Reach) ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง และพัฒนาช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ผ่าน AI Agent หรือ Chatbot บน LINE เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านพลังงานที่สามารถโต้ตอบและให้บริการข้อมูลแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการผลิตสื่อวีดิทัศน์เชิงคุณภาพเพื่อยกระดับภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ การจัดทำสารคดีสั้น (Mini-Documentary) ที่นำเสนอการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานของประเทศในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารในระดับนานาชาติ และการจัดทำวิดีโอ Branding/Presentation สำหรับใช้ในเวที Energy Forum ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสื่อสารบทบาทของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านพลังงานสะอาดในภูมิภาคอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๒.๑ สื่อ Traditional Media

(๑) กิจกรรมผลิตและเผยแพร่บทความหรือรายงานพิเศษหรือสกู๊ปข่าวเผยแพร่ผ่านคอลัมน์นิสต์ คอลัมน์พิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม จำนวน ๕ ครั้ง

(๒) กิจกรรมผลิตสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสกู๊ปข่าวโทรทัศน์ หรือผู้ประกาศข่าวพูดประชาสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที ในรายการประเภทข่าวที่ได้รับความนิยมทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลติดอันดับ ๑ ใน ๑๕ จากบริษัทวิจัยและวัดผลที่เชื่อถือได้ เช่น AC Nielson หรือ สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ สำนักงาน กสทช. เป็นต้น จำนวน ๒ ครั้ง

(๓) กิจกรรมจัดสัมภาษณ์ผู้บริหาร ความยาวไม่น้อยกว่า ๕ นาที ผ่านรายการประเภทข่าวที่ได้รับความนิยมทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลติดอันดับ ๑ ใน ๑๕ จากบริษัทวิจัยและวัดผลที่เชื่อถือได้ เช่น AC Nielson หรือ สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ สำนักงาน กสทช. เป็นต้น จำนวน ๒ ครั้ง และ การเผยแพร่การสัมภาษณ์ต้องผ่านช่องทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์เดียวกับที่เผยแพร่การสัมภาษณ์ไม่น้อยกว่า ๒ แพลตฟอร์ม

๔.๒.๒ สื่อ Digital Campaign

(๑) ผลิตและเผยแพร่สื่อคลิปวิดีโอสั้น (Video Content) ความยาวไม่น้อยกว่า ๒ นาที จำนวน ๕ ครั้ง เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางการเปลี่ยนผ่านพลังงาน ผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ ตามแพลตฟอร์ม Facebook, Website, YouTube, TikTok ที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า ๒ แพลตฟอร์ม

(๒) จัดทำสื่อกฎบัตรหรือบทความประกอบและเผยแพร่ผ่านสำนักข่าวออนไลน์ ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ตามแพลตฟอร์ม Facebook, Website, YouTube, TikTok ที่เหมาะสม ครั้งละไม่น้อยกว่า ๒ แพลตฟอร์ม จำนวน ๕ ครั้ง

(๓) การจัดหาช่องทางหรือพื้นที่สื่อ โดยดำเนินการผ่านผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer/Creator) ที่มีภาพลักษณ์ หรือความรู้ในด้านวิทย์ - เทคโนโลยี - พลังงาน - เศรษฐศาสตร์พลังงาน ซึ่งนำเสนอโดยการเล่าเรื่องการเปลี่ยนผ่านพลังงาน ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เนื้อหาด้านพลังงานเข้าเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ลดการต่อต้านประเด็นด้านพลังงาน เป็นต้น จำนวน ๕ ครั้ง

(๔) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโครงการฯ ผ่านการมองเห็นบนสื่อออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และเสริมสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ กำหนดเป้าหมายการเข้าถึง (Reach) ของสื่อ Digital Campaign รวมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ (๑ ล้าน) ครั้ง ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินประสิทธิผลของกิจกรรมประชาสัมพันธ์อย่างเป็นรูปธรรมและวัดผลได้

(๕) สื่อสารข้อมูลทางดิจิทัลผ่านโปรแกรม AI agent หรือ โปรแกรม chatbot บน LINE ที่เข้าใจภาษาและสั่งงาน โดยเป็นคลังข้อมูลทางด้านพลังงาน เพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลด้านพลังงาน วิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผล ตัดสินใจ และโต้ตอบกับระบบหรือผู้ใช้งานสามารถทำงานแทนองค์กรได้อัตโนมัติ ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

๔.๒.๓ สื่อวีดิทัศน์ สารคดี Mini - Documentary เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ภาพลักษณ์องค์กร

(๑) จัดทำสารคดีสั้น ความยาว ๗ - ๑๐ นาที (Mini - Documentary) เพื่อยกระดับบทบาทของ สนพ. ในฐานะผู้กำหนดทิศทางการนโยบายด้านพลังงานของประเทศให้มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล ผ่านการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเครื่องมือสื่อสารเชิงนโยบายที่มีคุณภาพ มีรูปแบบทันสมัย และสามารถนำไปใช้ได้อย่างหลากหลายและต่อเนื่องนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิด การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน ในบริบทของประเทศไทย ใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling) ผสมผสาน footage จริง และ กราฟิกเคลื่อนไหว (Motion graphic) มีบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักนโยบาย และประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ (English Subtitles) เพื่อใช้ในเวทีนานาชาติ โดยเผยแพร่ผ่าน YouTube, Facebook, และในกิจกรรมสาธารณะ จำนวน ๑ ครั้ง

(๒) จัดทำวิดีโอ Branding , Presentation สำหรับเวที Energy Forum ทั้งในและต่างประเทศ วิดีโอความยาว ๒ - ๓ นาที ใช้ภาษาอังกฤษพร้อมคำบรรยายภาษาไทย (Thai Subtitles) นำเสนอภาพรวมการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานของประเทศไทย และมีข้อความหลัก (Key Message) นานาชาติ สื่อภาพลักษณ์ “ไทย = ผู้นำพลังงานสะอาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” เพื่อใช้ประกอบการนำเสนอในงาน Energy Forum ต่างๆ หรือเวทีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๑ ครั้ง

๔.๒.๔ การบริหารและพัฒนาสัมพันธ์ภาพสื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้เสียกับ สนพ.

(๑) บริหารการจัดแถลงข่าวเชิงสื่อมวลชน (นอกสถานที่ราชการ) พร้อมจัดให้มีการ Live สด ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีสื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า ๔๐ คน จำนวน ๑ ครั้ง

(๒) บริหารการจัดพบปะสื่อมวลชน บรรณาธิการ คอลัมน์นิสต์ จำนวน ๓ ครั้ง

(๓) จัดงานสัมมนาเชิงวิชาการ (Onsite) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน หรือประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สนพ. ในฐานะที่ สนพ. เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการวางแผนและกำหนดนโยบายพลังงานของประเทศ และเป็น Think Tank ของกระทรวงพลังงาน โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ คน จำนวน ๑ ครั้ง

๔.๓ บริหารจัดการและติดตามผล

ดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ โดยทำการประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารและการเผยแพร่สื่อในรูปแบบต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์และการตอบรับของกลุ่มเป้าหมาย จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ครอบคลุมจำนวนและประเภทของพื้นที่สื่อที่ได้รับการเผยแพร่ การเข้าถึง (Reach) และมูลค่าสื่อ (Media Value) พร้อมทั้งวิเคราะห์ประสิทธิภาพของสื่อแต่ละช่องทาง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสาร นอกจากนี้ ต้องจัดทำข้อเสนอแนะเชิงพัฒนา เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานด้านการสื่อสารในอนาคต รวมถึงเสนอแนวทางการจัดกิจกรรมรณรงค์หรือการใช้สื่อในรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๓.๑ ดำเนินการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และการเผยแพร่สื่อต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง

๔.๓.๒ จัดทำสรุปรายงานจำนวนพื้นที่สื่อประชาสัมพันธ์ หรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ และประเมินประสิทธิภาพการสื่อสาร การเผยแพร่สื่อต่าง ๆ การเข้าถึง และมูลค่าสื่อจากการประเมิน

๔.๓.๓ จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการพัฒนาและข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ในอนาคตในการสื่อสาร การจัดหาสื่อกิจกรรมรณรงค์หรือกิจกรรมอื่น ๆ

๔.๔ บุคลากรดำเนินงานโครงการ

จัดให้มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้แก่ ที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ด้านพลังงาน ด้านกลยุทธ์และภาพลักษณ์องค์กร ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลและสื่อดั้งเดิม นักออกแบบกราฟิกและผู้ประสานงานโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๕. กำหนดเวลาแล้วเสร็จของงานจ้างที่ปรึกษา

ระยะเวลาดำเนินการภายใน ๑๔ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. ผลงานที่จะต้องส่งมอบ

ที่ปรึกษา/ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการศึกษาและส่งมอบงานตามเงื่อนไข และเวลาที่กำหนด โดยแบ่งการส่งมอบงานออกเป็น ๔ งวด ดังนี้

งวดงาน	งานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบ
งวดงานที่ ๑	ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามข้อ ๔.๑ (๔.๑.๑ - ๔.๑.๓) ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ พร้อมทั้งส่งมอบรายงานแผนการดำเนินงานทั้งโครงการ (Inception Plan) และบทสรุปผู้บริหาร ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด (ต้นฉบับ ๑ ชุด สำเนา ๕ ชุด) และ USB Drive จำนวน ๑ ชุด โดยบรรจุไฟล์ทั้ง .doc หรือ .docx และ PDF พร้อมทั้งบันทึกเอกสารอ้างอิงที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	ภายใน ๑ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

งวดงาน	งานที่จะส่งมอบ	กำหนดส่งมอบ
งวดงานที่ ๒	ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามข้อ ๔.๑ (๔.๑.๒ - ๔.๑.๗), ข้อ ๔.๒.๑ (๑), ข้อ ๔.๒.๒ (๑ - ๕), ข้อ ๔.๒.๔ (๒ - ๓) ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ พร้อมทั้งส่งมอบรายงานความก้าวหน้า ฉบับที่ ๑ และบทสรุปผู้บริหาร ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด (ต้นฉบับ ๑ ชุด สำเนา ๕ ชุด) และ USB Drive จำนวน ๑ ชุด โดยบรรจุไฟล์ทั้ง .doc หรือ .docx และ PDF พร้อมทั้งบันทึกเอกสารอ้างอิง ที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	ภายใน ๖ เดือน (เดือนที่ ๑ - ๕) นับถัดจากวันที่ ลงนามในสัญญา
งวดงานที่ ๓	ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามข้อ ๔.๑ (๔.๑.๒ - ๔.๑.๗), ข้อ ๔.๒.๑ (๑ - ๓), ข้อ ๔.๒.๒ (๑ - ๕), ข้อ ๔.๒.๓ (๒), ข้อ ๔.๒.๔ (๑ - ๓), ข้อ ๔.๓ (๔.๓.๑) ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ พร้อมทั้งส่งมอบรายงานความก้าวหน้า ฉบับที่ ๒ และบทสรุปผู้บริหาร ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด (ต้นฉบับ ๑ ชุด สำเนา ๕ ชุด) และ USB Drive จำนวน ๑ ชุด โดยบรรจุไฟล์ทั้ง .doc หรือ .docx และ PDF พร้อมทั้งบันทึกเอกสารอ้างอิง ที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	ภายใน ๑๐ เดือน (เดือนที่ ๖ - ๙) นับถัดจากวันที่ ลงนามในสัญญา
งวดงานที่ ๔	ที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามข้อ ๔.๑ (๔.๑.๒ - ๔.๑.๗) ข้อ ๔.๒.๑ (๑ - ๓), ข้อ ๔.๒.๒ (๑ - ๕), ข้อ ๔.๒.๓ (๑), ข้อ ๔.๒.๔ (๑ - ๒), ข้อ ๔.๓ (๔.๓.๑ - ๔.๓.๓) ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ พร้อมทั้งส่งมอบรายงานโครงการฉบับ สมบูรณ์ และบทสรุปผู้บริหาร ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด (ต้นฉบับ ๑ ชุด สำเนา ๕ ชุด) และ USB Drive จำนวน ๑ ชุด โดยบรรจุ ไฟล์ทั้ง .doc หรือ .docx และ PDF พร้อมทั้งบันทึกเอกสารอ้างอิง ที่ใช้ประกอบการจัดทำรายงานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	ภายใน ๑๔ เดือน (เดือนที่ ๑๐ - ๑๔) นับถัดจากวันที่ลง นามในสัญญา

๗. เงื่อนไขการชำระเงิน

สนพ. จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วย
แล้วให้แก่ที่ปรึกษา โดยแบ่งเป็น ๔ งวด ดังนี้

๗.๑ งวดที่ ๑ ชำระเงินจำนวนร้อยละ ๒๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบรายงานแผนการ
ดำเนินงานทั้งโครงการ (Inception Plan) พร้อมบทสรุปผู้บริหาร ตามข้อ ๖ ผลงานที่จะต้องส่งมอบ (งวดงานที่ ๑)
และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๗.๒ งวดที่ ๒ ชำระเงินจำนวนร้อยละ ๓๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบรายงาน
ความก้าวหน้า ฉบับที่ ๑ ตามข้อ ๖ ผลงานที่จะต้องส่งมอบ (งวดงานที่ ๒) และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ
ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

๗.๓ งวดที่ ๓ ชำระเงินจำนวนร้อยละ ๓๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบรายงาน
ความก้าวหน้า ฉบับที่ ๒ ตามข้อ ๖ ผลงานที่จะต้องส่งมอบ (งวดงานที่ ๓) และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ
ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

กสอ

หน้าที่ ๘/๒๔

๕

๕๐๗๖

๗.๔ งวดที่ ๔ ชำระเงินจำนวนร้อยละ ๒๐ ของวงเงินตามสัญญา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบรายงานโครงการฉบับสมบูรณ์ ตามข้อ ๖ ผลงานที่จะต้องส่งมอบ (งวดงานที่ ๔) และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ สนพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาเบิกจ่ายค่าจ้างในแต่ละงวด โดยพิจารณาจากความก้าวหน้าคุณภาพ และปริมาณงานที่ดำเนินการได้จริงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ซึ่งผลงานดังกล่าวจะต้องผ่านการตรวจรับจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุว่ามีความถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์

การเบิกจ่ายค่าจ้างในแต่ละงวดให้เป็นไปตามผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงและสอดคล้องกับผลงานที่ส่งมอบ ทั้งนี้ หากผลการดำเนินงานในงวดใดมีปริมาณหรือความก้าวหน้าไม่เป็นไปตามที่กำหนด สนพ. อาจพิจารณาเบิกจ่ายตามสัดส่วนของผลงานที่ตรวจรับได้จริง โดยส่วนของค่าจ้างที่ยังไม่ได้รับการเบิกจ่ายสามารถนำมาพิจารณาเบิกจ่ายในงวดถัดไปได้ เมื่อมีผลงานรองรับและผ่านการตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๘. วงเงินในการจัดหา

ภายในวงเงิน ๗,๖๗๙,๒๒๐ บาท (เจ็ดล้านหกแสนเจ็ดหมื่นเก้าพันสองร้อยยี่สิบบาทถ้วน) โดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

๙. เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

๙.๑ สนพ. ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๗๕ (๑) ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา (๒) วิธีการบริหารและวิธีปฏิบัติงาน (๓) จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน ประกอบกับระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๒๖ (๑) กรณีงานจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานประจำงานที่มีมาตรฐานเชิงคุณภาพตามหลักวิชาชีพอยู่แล้ว หรืองานที่ไม่ซับซ้อน ให้หน่วยงานของรัฐคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพแล้ว และให้คัดเลือกจากรายที่เสนอราคาต่ำสุด กำหนดสัดส่วนของน้ำหนักในการให้คะแนน ร้อยละ ๑๐๐ โดยต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕

ในการพิจารณาผู้ผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพจะพิจารณาจากคะแนนและน้ำหนัก ดังนี้

๙.๑.๑ เกณฑ์ด้านคุณภาพ กำหนดสัดส่วนของน้ำหนักในการให้คะแนน เพื่อใช้ในการประเมินการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอร้อยละ ๑๐๐ โดยต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ	ร้อยละ
๑. ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา	ร้อยละ ๑๐
๑.๑ ผลงานด้านการวางแผน จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ	๑๐๐ คะแนน
๒. วิธีการบริหารและวิธีปฏิบัติงาน	ร้อยละ ๘๐
๒.๑ หลักฐานการทำงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของบริษัท (Company Profile) โครงสร้างองค์กร โครงสร้างของทีมงาน ความรับผิดชอบ ความพร้อม และประสบการณ์ของทีมงาน	๑๐ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ	ร้อยละ
๒.๒ รายละเอียดแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) และวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการ มีความเหมาะสม	๑๐ คะแนน
๒.๓ การวิเคราะห์บริบททางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางสื่อ	๒๐ คะแนน
๒.๔ การวิเคราะห์ภาวะวิกฤตการสื่อสารด้านพลังงาน และวิธีการสื่อสารเพื่อป้องกันหรือแก้ไข	๒๐ คะแนน
๒.๕ ตัวอย่างการออกแบบชิ้นงานเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ	๑๐ คะแนน
๒.๖ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย	๑๐ คะแนน
๒.๗ เอกสารหลักฐานประกอบประกอบตามข้อ ๑๔.๒ ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพ มีความครบถ้วน รายละเอียดเนื้อหาถูกต้อง เรียบร้อย	๑๐ คะแนน
๒.๘ ความเข้าใจง่ายในการนำเสนอ ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการสื่อสาร	๑๐ คะแนน
๓. จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน	ร้อยละ ๑๐
๓.๑ ความเหมาะสมของบุคลากรหลักและบุคลากรผู้ช่วย ในด้านความรู้ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์	๑๐๐ คะแนน

วิธีการประเมินและให้คะแนน

๑. ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา (ร้อยละ ๑๐)

ที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดผลงานและประสบการณ์ โดยจะพิจารณาจากจำนวนผลงานประเภทเดียวกันกับผลงานที่ประกวดราคาจ้างในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) ต่อ ๑ สัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน (ย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ จนถึงปัจจุบัน)

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
๑.๑ ผลงานด้านการวางแผน จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ มีผลงานด้านการวางแผนในการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ และเป็นผลงานที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวนตั้งแต่ ๓ โครงการขึ้นไป	๑๐๐ คะแนน
มีผลงานด้านการวางแผนในการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ และเป็นผลงานที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน ๒ โครงการ	๘๐ คะแนน
มีผลงานด้านการวางแผนในการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ และเป็นผลงานที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน ๑ โครงการ	๖๐ คะแนน

๒. วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน (ร้อยละ ๘๐)

โดยนำเสนอแนวคิด การบริหารแผนงาน การบริหารบุคคล และวิธีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
๒.๑ หลักฐานการทำงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของบริษัท (Company Profile) โครงสร้างองค์กร โครงสร้างของทีมงาน ความรับผิดชอบ ความพร้อม และประสิทธิภาพของทีมงาน - มีหลักฐานการทำงานในอดีตขององค์กรที่ชัดเจน โดยสามารถแสดงรายละเอียดตัวอย่างชิ้นงานที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์หรือการให้คำปรึกษาในการสื่อสารเรื่องภาพลักษณ์องค์กรที่แล้วเสร็จ จำนวนตั้งแต่ ๔ ชิ้นงาน ขึ้นไป - รูปแบบองค์กร โดยสามารถแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้ ครบถ้วน (๑) ประวัติการทำงานของบริษัท Company Profile (๒) โครงสร้างองค์กร (๓) โครงสร้างทีมงาน (๔) ความรับผิดชอบ ความพร้อม (๕) ประสิทธิภาพของทีมงาน	๑๐ คะแนน ๘ – ๑๐ คะแนน
- มีหลักฐานการทำงานในอดีตขององค์กรที่ชัดเจน โดยสามารถแสดงรายละเอียดตัวอย่างชิ้นงานที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์หรือการให้คำปรึกษาในการสื่อสารเรื่องภาพลักษณ์องค์กรที่แล้วเสร็จ จำนวน ๓ ชิ้นงาน - รูปแบบองค์กร โดยสามารถแสดงรายละเอียดได้เพียง ๓ – ๔ ข้อ ดังต่อไปนี้ (๑) ประวัติการทำงานของบริษัท Company Profile (๒) โครงสร้างองค์กร (๓) โครงสร้างทีมงาน (๔) ความรับผิดชอบ ความพร้อม (๕) ประสิทธิภาพของทีมงาน	๔ – ๗ คะแนน
- มีหลักฐานการทำงานในอดีตขององค์กรที่ชัดเจน โดยสามารถแสดงรายละเอียดตัวอย่างชิ้นงานที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์หรือการให้คำปรึกษาในการสื่อสารเรื่องภาพลักษณ์องค์กรที่แล้วเสร็จ จำนวน ๑ – ๒ ชิ้นงาน - รูปแบบองค์กร โดยสามารถแสดงรายละเอียดได้เพียง ๑ ข้อ ดังต่อไปนี้ (๑) ประวัติการทำงานของบริษัท Company Profile (๒) โครงสร้างองค์กร (๓) โครงสร้างทีมงาน (๔) ความรับผิดชอบ ความพร้อม (๕) ประสิทธิภาพของทีมงาน	๐ – ๓ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
๒.๒ รายละเอียดแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการมีความเหมาะสม แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) มีรายละเอียดแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการมีความเหมาะสม ครบถ้วน สามารถปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการอย่างแท้จริง	๑๐ คะแนน ๘ – ๑๐ คะแนน
แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) มีรายละเอียดแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการไม่ครบถ้วน สามารถปฏิบัติได้จริงบางส่วน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการบางส่วน	๔ – ๗ คะแนน
แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) มีรายละเอียดแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการไม่ครบถ้วน อาจยากต่อการปฏิบัติจริง และไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	๐ – ๓ คะแนน
๒.๓ การวิเคราะห์บริบททางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางสื่อ การวิเคราะห์บริบททางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร มีความครบถ้วน ชัดเจน ระบุสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางสื่อได้ตรงประเด็นและเหมาะสม มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และสามารถนำไปใช้ได้จริง	๒๐ คะแนน ๑๖ – ๒๐ คะแนน
การวิเคราะห์บริบททางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร มีรายละเอียดไม่ครบถ้วน ระบุสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางสื่อได้บ้าง แต่ยังไม่ชัดเจน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการเพียงบางส่วน	๑๑ – ๑๕ คะแนน
การวิเคราะห์บริบททางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร มีรายละเอียดไม่ครบถ้วน ระบุสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางสื่อไม่ตรงประเด็น ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งยากต่อการนำไปใช้จริง	๐ – ๑๐ คะแนน
๒.๔ การวิเคราะห์ภาวะวิกฤตการสื่อสารด้านพลังงาน และวิธีการสื่อสารเพื่อป้องกันหรือแก้ไข วิเคราะห์ภาวะวิกฤตการสื่อสารด้านพลังงานครบทุกมิติ พร้อมเสนอแนวทางวิธีการสื่อสารเพื่อป้องกันหรือแก้ไขได้อย่างเป็นระบบ ชัดเจน สามารถนำไปใช้ได้จริง เพื่อลดผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๒๐ คะแนน ๑๖ – ๒๐ คะแนน
วิเคราะห์ภาวะวิกฤตการสื่อสารด้านพลังงานได้บางมิติ เสนอวิธีการสื่อสารเพื่อป้องกันหรือแก้ไขได้ แต่ยังไม่เป็นระบบหรือไม่ชัดเจน สามารถนำไปใช้ได้จริงเพียงบางส่วน	๑๑ – ๑๕ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
วิเคราะห์ภาวะวิกฤตการสื่อสารด้านพลังงานได้บางมิติ เสนอวิธีการสื่อสารเพื่อป้องกันหรือแก้ไขไม่สอดคล้องกับสถานการณ์หรือไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	๐ – ๑๐ คะแนน
๒.๕ ตัวอย่างการออกแบบชิ้นงานเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ตัวอย่างชิ้นงานมีความคิดสร้างสรรค์ ชัดเจน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถสื่อสารประเด็นนโยบายพลังงานได้อย่างเข้าใจง่ายและน่าสนใจ	๑๐ คะแนน ๘ – ๑๐ คะแนน
ตัวอย่างชิ้นงานมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ยังไม่โดดเด่น แม้จะเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสื่อสารประเด็นนโยบายพลังงานได้ แต่ยังมีบางจุดที่เข้าใจยากหรือไม่น่าสนใจ	๔ – ๗ คะแนน
ตัวอย่างชิ้นงานขาดความคิดสร้างสรรค์ ไม่ชัดเจน หรืออาจจะยังไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่สามารถสื่อสารประเด็นนโยบายพลังงานได้ เข้าใจยาก และขาดความน่าสนใจ	๐ – ๓ คะแนน
๒.๖ กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย มีกลยุทธ์ในการบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย ที่ชัดเจน เหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้จริง และสร้างความสัมพันธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ	๑๐ คะแนน ๘ – ๑๐ คะแนน
มีกลยุทธ์ในการบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย ที่เหมาะสมบางส่วน สามารถนำไปใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์บางส่วน	๔ – ๗ คะแนน
มีกลยุทธ์ในการบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ชัดเจน ไม่สามารถนำไปใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ได้	๐ – ๓ คะแนน
๒.๗ เอกสารหลักฐานประกอบตามข้อ ๑๔.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพ มีความครบถ้วน รายละเอียดเนื้อหาถูกต้อง เรียบร้อย เอกสารหลักฐานประกอบตามข้อ ๑๔.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพ (ข้อ ๑ – ๕) มีความครบถ้วน รายละเอียดเนื้อหา ถูกต้อง เรียบร้อย สามารถเข้าใจง่ายโดยไม่ต้องสอบถามเพิ่มเติม	๑๐ คะแนน ๘ – ๑๐ คะแนน
เอกสารหลักฐานประกอบตามข้อ ๑๔.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพ (ข้อ ๑ – ๕) ไม่ครบถ้วน โดยขาดเอกสารหลักฐาน ไม่เกิน ๑ หัวข้อ การเรียงลำดับรายละเอียดเนื้อหาไม่เป็นระบบ ทำให้ต้องใช้เวลาเพิ่มเติมในการทำความเข้าใจ	๔ – ๗ คะแนน
เอกสารหลักฐานประกอบตามข้อ ๑๔.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพ (ข้อ ๑ – ๕) ไม่ครบถ้วน โดยขาดเอกสารหลักฐานตั้งแต่ ๒ หัวข้อขึ้นไป ขาดรายละเอียดเนื้อหาสำคัญ มีความผิดพลาดหลายจุด และเข้าใจยาก	๐ – ๓ คะแนน

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	คะแนน
๒.๘ ความเข้าใจง่ายในการนำเสนอ ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการสื่อสาร การนำเสนอชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย สามารถสื่อสารประเด็นสำคัญได้ตรงประเด็น และเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยใช้สื่อและเครื่องมือช่วยนำเสนออย่างเหมาะสม ทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจและสนใจ ซึ่งแสดงถึงทักษะการสื่อสารที่มั่นใจ และสามารถตอบคำถามได้ชัดเจน	๑๐ คะแนน ๘ – ๑๐ คะแนน
การนำเสนอโดยรวมเข้าใจได้ แต่บางส่วนอาจซับซ้อนหรือไม่ชัดเจน สื่อสารประเด็นสำคัญได้บางส่วน มีบางเรื่องไม่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ ใช้สื่อช่วยนำเสนอได้บางส่วน แต่ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ สามารถตอบคำถามได้บ้าง	๔ – ๗ คะแนน
การนำเสนอไม่ชัดเจน เข้าใจยากหรือผู้ฟังสับสน สื่อสารประเด็นสำคัญไม่ชัดเจนหรือไม่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ ใช้สื่อช่วยนำเสนอได้บางส่วนแต่ไม่เหมาะสม หรือขาดเครื่องมือสนับสนุน ตอบคำถามไม่ชัดเจน	๐ – ๓ คะแนน
รวม	๑๐๐ คะแนน

๓. จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน (ร้อยละ ๑๐)

โดยที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดคุณวุฒิการศึกษา ความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ของบุคลากรหลักและบุคลากรผู้ช่วย แต่ละคนที่รับผิดชอบโครงการ พร้อมเอกสารอ้างอิง ตามข้อ ๑๔.๒ ข้อเสนอ ด้านคุณภาพ

ลำดับ	รายการ	ประสบการณ์ (ปี)	วุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน	
					ด้านประสบการณ์	
(๑)	ผู้จัดการโครงการ	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี	ปริญญาตรี	กลุ่มวิชาชีพ ประชาสัมพันธ์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๑๕ ปีขึ้นไป	๑๕ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๒)	ที่ปรึกษาด้านพลังงาน	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี	ปริญญาโท	กลุ่มวิชาชีพวิจัย หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๑๕ ปีขึ้นไป	๑๕ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๓)	ที่ปรึกษาแก่วิทยุต และยุทธศาสตร์ บริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี	ปริญญาโท	กลุ่มวิชาชีพ ประชาสัมพันธ์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๑๐ ปีขึ้นไป	๑๐ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน

ลำดับ	รายการ	ประสบการณ์ (ปี)	วุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน	
					ด้านประสบการณ์	
(๔)	ที่ปรึกษา ด้านสื่อดิจิทัลและสื่อ ออนไลน์	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี	ปริญญาโท	กลุ่มวิชาชีพ เทคโนโลยี สารสนเทศ และการสื่อสาร หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๑๐ ปีขึ้นไป	๑๐ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๕)	ที่ปรึกษาด้าน ภาพลักษณ์องค์กร	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี	ปริญญาโท	กลุ่มวิชาชีพ บริหารและการ พัฒนาองค์กร หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๑๕ ปีขึ้นไป	๑๕ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๖)	ที่ปรึกษาด้าน สื่อสารมวลชน	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี	ปริญญาโท	กลุ่มวิชาชีพ ประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๑๐ ปีขึ้นไป	๑๐ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๗)	เจ้าหน้าที่บริหาร จัดการภาพลักษณ์ และจัดการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์	ไม่น้อยกว่า ๗ ปี	ปริญญาตรี	กลุ่มวิชาชีพ ประชาสัมพันธ์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๗ ปีขึ้นไป	๗ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๘)	เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อดิจิทัล	ไม่น้อยกว่า ๗ ปี	ปริญญาตรี	กลุ่มวิชาชีพ ประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	๗ ปีขึ้นไป	๗ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน
(๙)	เจ้าหน้าที่ ประสานงานโครงการ คนที่ ๑	ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	ปริญญาตรี	มีประสบการณ์ ด้านการจัดการ หรือการ ประสานงาน โครงการ	๕ ปีขึ้นไป	๕ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน

ลำดับ	รายการ	ประสบการณ์ (ปี)	วุฒิ การศึกษา	สาขาวิชา	คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน	
					ด้านประสบการณ์	
(๑๐)	เจ้าหน้าที่ ประสานงานโครงการ คนที่ ๒	ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	ปริญญาตรี	มีประสบการณ์ ด้านการจัดการ หรือการ ประสานงาน โครงการ	๕ ปีขึ้นไป	๕ ปี
					๑๐ คะแนน	๘ คะแนน

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องผ่านการพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้นตามข้อ ๓ คุณสมบัติของที่ปรึกษา ก่อนจึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ ทั้งนี้ หากผู้ยื่นข้อเสนอรายใดไม่ผ่านการพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้น จะไม่ได้รับการพิจารณาข้อเสนอด้านคุณภาพ

คณะกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษาโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปจะพิจารณาข้อเสนอด้านราคา เฉพาะผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพ โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพ ไม่น้อยกว่า ๘๕ คะแนน โดยจะพิจารณาคัดเลือกรายที่เสนอราคาต่ำสุดเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก

๙.๑.๒ สนพ. อาจกำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอเข้านำเสนอแผนงาน หรือชี้แจงงานที่นำเสนอโดยละเอียด ณ สนพ. ภายใน ๕ วันทำการ นับถัดจากวันเสนอราคา โดยระยะเวลาในการนำเสนอรายละเอียดไม่เกิน ๓๐ นาที รวมถาม – ตอบ ซึ่งจะกำหนดวันและเวลาในการนำเสนอ และจะแจ้งให้ทราบต่อไป

๑๐. บุคลากรที่ต้องการ

ที่ปรึกษาต้องเสนอจำนวนบุคลากรให้เหมาะสมกับปริมาณงานในการจ้างครั้งนี้ โดยรายชื่อบุคลากร แต่ละคนจะต้องไม่รับตำแหน่งซ้ำซ้อน และส่งรายชื่อบุคลากรและประสบการณ์การทำงานอย่างละเอียด ต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับงานที่ได้รับลักษณะการดำเนินการ หน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ร่วมงาน เป็นภาษาไทยเท่านั้น ตามประวัติบุคลากรในเอกสารประกอบที่ ๑ โดยเจ้าของประวัติต้องลงนามรับรองด้วยตนเองทุกแผ่นทุกครั้ง และแนบหนังสือยืนยันเข้าร่วมปฏิบัติงานในการจ้างครั้งนี้ ตามเอกสารประกอบที่ ๒ โดยการว่าจ้างครั้งนี้ต้องมีบุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ จำนวน ๑๐ คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายการ	วุฒิการศึกษา	ประสบการณ์ (ปี)	จำนวน (คน)
๑.บุคลากรหลัก			
ผู้จัดการโครงการ	ปริญญาตรี กลุ่มวิชาชีพประชาสัมพันธ์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี	๑
ที่ปรึกษาด้านพลังงาน	ปริญญาโท กลุ่มวิชาชีพวิจัย หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี	๑
ที่ปรึกษาแก้วิกฤติและยุทธศาสตร์บริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์	ปริญญาโท กลุ่มวิชาชีพประชาสัมพันธ์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี	๑

รายการ	วุฒิการศึกษา	ประสบการณ์ (ปี)	จำนวน (คน)
ที่ปรึกษาด้านสื่อดิจิทัล และสื่อออนไลน์	ปริญญาโท กลุ่มวิชาชีพเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี	๑
ที่ปรึกษาด้านภาพลักษณ์ องค์กร	ปริญญาโท กลุ่มวิชาชีพบริหารและ การพัฒนาองค์กร หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ปี	๑
ที่ปรึกษาด้าน สื่อสารมวลชน	ปริญญาโท กลุ่มวิชาชีพประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี	๑
๒.บุคลากรผู้ช่วย			
เจ้าหน้าที่บริหารจัดการ ภาพลักษณ์และจัดการ สื่อสารประชาสัมพันธ์	ปริญญาตรี กลุ่มวิชาชีพประชาสัมพันธ์ หรือ สาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๗ ปี	๑
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อดิจิทัล	ปริญญาตรี กลุ่มวิชาชีพประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	ไม่น้อยกว่า ๗ ปี	๑
เจ้าหน้าที่ประสานงาน โครงการ	ปริญญาตรี และมีประสบการณ์ด้านการ จัดการหรือการประสานงานโครงการ	ไม่น้อยกว่า ๕ ปี	๒

๑๑. อัตราค่าปรับ

กรณีที่ที่ปรึกษาไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ที่ปรึกษาจะต้อง เสียค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ (ศูนย์จุดหนึ่ง) ของค่าจ้างทั้งหมด นับถัดจากวันที่ ครบกำหนดจนถึงวันที่ที่ปรึกษาปฏิบัติตามสัญญาถูกต้อง ครบถ้วน และได้ตรวจรับงานแล้ว

๑๒. เงินประกันผลงาน

ในการจ่ายเงินให้แก่ที่ปรึกษาแต่ละงวด ผู้ว่าจ้างจะหักเงินจำนวนร้อยละห้าของเงินค่าจ้าง เพื่อเป็น การประกันผลงาน หรือจะให้หน่วยงานของรัฐที่เป็นที่ปรึกษาใช้หนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือหนังสือ ค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศซึ่งมีอายุการค้ำประกันตลอดอายุสัญญามามอบให้ผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ เพื่อเป็นหลักประกันแทนก็ได้

๑๓. หลักประกันสัญญา

๑๓.๑ ที่ปรึกษาซึ่งมิใช่หน่วยงานของรัฐที่ได้รับคัดเลือกให้ทำสัญญาจ้างที่ปรึกษากับสำนักงานนโยบาย และแผนพลังงาน ต้องวางหลักประกันสัญญาจ้างที่ปรึกษาในอัตราร้อยละห้าของราคาจ้างที่ปรึกษา ให้สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ยึดถือไว้ในขณะทำสัญญา โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(๑) เงินสด

(๒) เช็คหรือตราพดด้งที่ธนาคารเซ็นสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คหรือตราพดด้งลงวันที่ที่ใช้เช็ค หรือตราพดด้งนั้น ชำระต่อเจ้าหน้าที่ หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

(๓) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามตัวอย่างที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด โดยอาจเป็นหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดก็ได้

(๔) หนังสือคำประกันของบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยอนุโลมให้ใช้ตามตัวอย่างหนังสือคำประกันของธนาคารที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

(๕) พันธบัตรรัฐบาลไทย

๑๓.๒ ในกรณีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ยื่นข้อเสนอหรือเป็นคู่สัญญาไม่ต้องวางหลักประกัน

๑๔. เอกสารการยื่นข้อเสนอ

๑๔.๑ ที่ปรึกษาจะต้องยื่นของข้อเสนอโครงการที่ปิดผนึกเรียบร้อย จ่าหน้าซองถึงประธานคณะกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษาโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป โดยข้อเสนอทั้งหมดจะต้องส่งถึง ส.น.พ. ในวันที่ เวลาราชการ (๐๘.๓๐ น. - ๑๖.๓๐ น.) เมื่อพ้นกำหนดเวลาแล้ว ส.น.พ. จะไม่รับซองข้อเสนอหรือเอกสารประกอบอื่นใดเด็ดขาด โดยยื่นข้อเสนอโครงการแบ่งเป็น ๒ ซอง ดังนี้

(๑) ซองข้อเสนอด้านคุณภาพ จำนวน ๖ ชุด (ตัวจริง ๑ ชุด และเอกสารสำเนา ๕ ชุด)

(๒) ซองข้อเสนอด้านราคา จำนวน ๑ ชุด

ทั้งนี้ จะต้องระบุไว้ที่หน้าซองด้วยว่าเป็น “ซองข้อเสนอด้านคุณภาพ” หรือ “ซองข้อเสนอด้านราคา” ปิดผนึกซองให้เรียบร้อยและยื่นต่อ

ประธานคณะกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษาโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป
สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (กลุ่มช่วยอำนวยความสะดวกและสื่อสารองค์กร ชั้น ๔)

๑๒๑/๑-๒ ถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๑๔.๒ ข้อเสนอด้านคุณภาพ

ที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดที่จะดำเนินการตามขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา ดังนี้

(๑) แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ประกอบด้วยรายละเอียดแผนงานและวิธีการดำเนินงานตามขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา

(๒) กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย (๑) การวิเคราะห์บริบททางการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางสื่อ (๒) การวิเคราะห์ภาวะวิกฤตการสื่อสารด้านพลังงาน และวิธีการสื่อสารเพื่อป้องกันหรือแก้ไข (๓) ตัวอย่างการออกแบบชิ้นงานเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ และ (๔) กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรดังกล่าว ในรูปแบบตารางการดำเนินงาน และเจาะจงวิธีการดำเนินการมาโดยละเอียดทุกขั้นตอน

(๓) ประวัติและรูปแบบองค์กรของผู้เสนอราคา (Company Profile) โครงสร้างองค์กร โครงสร้างของทีมงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ ความพร้อม และประสบการณ์ของทีมงาน โดยจะต้องจัดเตรียมข้อมูลและแสดงเอกสารหลักฐานดังนี้

(ก) ประวัติการทำงานของบริษัท (Company Profile) โดยแสดงภาพรวมองค์กร และความเชี่ยวชาญของบริษัทที่ปรึกษา

(ข) ผังโครงสร้างองค์กร (Organization Chart) โดยแสดงโครงสร้างการบริหารจัดการภายในสายบังคับบัญชา และการสนับสนุนของหน่วยงานสนับสนุนภายใน

(ค) แนวทางบริหารจัดการความพร้อมซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยอธิบาย กระบวนการควบคุมคุณภาพงาน และความพร้อมด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินโครงการ

(๔) หลักฐานผลงานในอดีตที่เป็นที่ประจักษ์ ด้านการวางแผนและจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ ให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน ที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) ต่อ ๑ สัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้นงาน (ย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๔ จนถึงปัจจุบัน) พร้อมแนบรายละเอียดโครงการ สำเนาหนังสือรับรองผลงาน ตัวอย่างชิ้นงานในโครงการ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ที่เคยเผยแพร่จริง การให้คำปรึกษาในการสื่อสารเรื่องภาพลักษณ์องค์กร (ความยาวไม่เกิน ๑๕ หน้า)

(๕) รายละเอียดประวัติ คุณวุฒิ และประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบุคลากรที่ที่ปรึกษา ได้เสนอมาทำงานนี้ โดยสรุปย่อความเหมาะสม ปริมาณคน – เดือนของแต่ละคนที่เหมาะสมกับปริมาณงาน และ ระยะเวลาการทำงานที่สอดคล้องกับแผนงานที่กำหนด โดยต้องแสดงเอกสารประกอบดังนี้

- (ก) แบบประวัติบุคลากร พร้อมลงนาม ตามเอกสารประกอบที่ ๑
- (ข) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือสำเนาหนังสือเดินทาง พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
- (ค) หนังสือยืนยันการเข้าร่วมปฏิบัติงานในการจ้างครั้งนี้ (ฉบับจริง) ตามเอกสารประกอบที่ ๒
- (ง) ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ นอกจากที่กำหนดไว้ (ถ้ามี) เพื่อให้การดำเนินงานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- (จ) ที่ปรึกษาผู้มีอำนาจจะต้องลงนามเพื่อรับรองเอกสารทุกหน้า พร้อมตราประทับ (ถ้ามี)

๑๔.๓ ข้อเสนอด้านราคา

- (๑) กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน
- (๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่าย ทั้งปวงไว้ด้วยแล้ว

๑๔.๔ ที่ปรึกษาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอแนบมาพร้อมกับซองข้อเสนอ ด้านคุณภาพ โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วยเอกสาร ดังนี้

- (๑) ในกรณีที่ผู้เสนองานเป็นนิติบุคคล
 - (ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลบัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ และผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
 - (ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชน ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลหลักฐานแสดงวัตถุประสงค์ในการทำการค้า หรือประกอบธุรกิจของนิติบุคคลนั้น ๆ หนังสือ บริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) และสำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง
 - (ค) มหาวิทยาลัยของรัฐ ให้ยื่นสำเนาพระราชบัญญัติจัดตั้งมหาวิทยาลัย และรายชื่อ คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง (การยื่นข้อเสนอ ด้านคุณภาพและข้อเสนอด้านราคาต้องลงลายมือชื่อโดยผู้มีอำนาจของมหาวิทยาลัย หรือผู้รับมอบอำนาจตามหนังสือมอบอำนาจ)
 - (ง) นิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ให้ยื่นสำเนาเอกสารหลักฐานการจัดตั้งเป็นนิติบุคคลข้อบังคับ และบัญชีรายชื่อผู้มีอำนาจควบคุมและบริหารกิจการของนิติบุคคลนั้น ๆ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

- (๒) หนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย ในกรณีที่ที่ปรึกษามอบอำนาจให้บุคคลอื่นลงนามผูกพันนิติบุคคล หรือกระทำการอื่นใดแทนในการติดต่อกับสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน
- (๓) สำเนาหนังสือแจ้งผลการต่อทะเบียนที่ปรึกษาไทย จากสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง
- (๔) สำเนาหนังสือแสดงผลประกอบการ/ผลงานของบริษัทย้อนหลัง ๓ ปี (ถ้ามี)
- (๕) สำเนาหนังสือการลงทะเบียนการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement : e-GP)
- (๖) การเสนอที่ปรึกษาหลักจะต้องแสดงหลักฐานเพื่อการตรวจสอบ ดังนี้

(๖.๑) กรณีบริษัท มูลนิธิและสมาคม

๖.๑.๑ หลักฐานแสดงการเป็นพนักงานประจำเต็มเวลา โดยมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน

๖.๑.๒ หนังสือแสดงเงินเดือนเพื่อนำไปใช้เป็นอัตราเงินเดือนพื้นฐาน (Basic Salary) ในการคิดค่าตอบแทน ซึ่งจะต้องเป็นหลักฐานแสดงการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร ที่สามารถแสดงความเป็นพนักงานประจำของบริษัท (แบบ ภ.ง.ด. ๙๐ หรือ ภ.ง.ด. ๙๑ หรือ ภ.ง.ด. ๑ หรือหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย (๕๐ ทวิ) เฉพาะบุคคล ที่เสนอเท่านั้น พร้อมใบปะหน้าและใบเสร็จรับเงินจากกรมสรรพากร)

๖.๑.๓ หลักฐานประวัติบุคคล (CV) และเอกสารแสดงวุฒิการศึกษาของบุคลากร เช่น ปริญญาบัตร หรือ Transcript หรือหนังสือรับรองวุฒิการศึกษา

๖.๑.๔ หลักฐานการพัฒนาของบริษัท มูลนิธิ และสมาคม (ถ้ามี) ได้แก่ ใบรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ ตามมาตรฐานสากล (ISO) หลักฐานการมีซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมาย ใบรับรองการประกันวิชาชีพ (Professional Indemnity Insurance)

(๖.๒) กรณีที่ปรึกษาอิสระ

๖.๒.๑ กรณีหน่วยงานของรัฐจ้างบริษัท/มูลนิธิ สมาคม/องค์กรของรัฐ/สถาบันการศึกษาของรัฐ โดยมีที่ปรึกษาอิสระเป็นทีมงานผู้เชี่ยวชาญ สามารถแบ่งได้เป็น ๒ กรณี ดังนี้

๖.๒.๑.๑ กรณีที่ปรึกษาอิสระถูกยืมตัวจากองค์กรอื่น ที่ปรึกษาอิสระดังกล่าวจะต้องแสดงหลักฐาน ดังนี้

๖.๒.๑.๑.๑ หลักฐานแสดงการเป็นพนักงานประจำเต็มเวลาขององค์กรที่ยืมตัวมา และหนังสือแสดงเงินเดือนเพื่อพิจารณาใช้เป็นอัตราเงินเดือนพื้นฐาน (Basic Salary) ในการคิดค่าตอบแทน ซึ่งจะต้องเป็นหลักฐานแสดงการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร ที่สามารถแสดงความเป็นพนักงานประจำของบริษัทต้นสังกัด (แบบ ภ.ง.ด. ๙๐ หรือ ภ.ง.ด. ๙๑ หรือ ภ.ง.ด. ๑ หรือหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย (๕๐ ทวิ) เฉพาะบุคคล ที่เสนอเท่านั้น พร้อมใบปะหน้าและใบเสร็จรับเงินจากกรมสรรพากร)

๖.๒.๑.๑.๒ หลักฐานประวัติบุคคล (CV) และเอกสารแสดงวุฒิการศึกษาของบุคลากร เช่น ปริญญาบัตร หรือ Transcript หรือหนังสือรับรองวุฒิการศึกษา

๖.๒.๑.๒ กรณีที่ปรึกษาอิสระไม่ได้เป็นพนักงานประจำในองค์กรใดๆ ที่ปรึกษาอิสระดังกล่าวจะต้อง แสดงหลักฐาน ดังนี้

๖.๒.๑.๒.๑ หลักฐานอัตราค่าตอบแทนที่เคยได้รับและสามารถอ้างอิงได้

๖.๒.๑.๒.๒ หลักฐานประวัติบุคคล (CV) และเอกสารแสดงวุฒิการศึกษาของบุคลากร เช่น ปริญญาบัตร หรือ Transcript หรือหนังสือรับรองวุฒิการศึกษา

๖.๒.๒ กรณีหน่วยงานของรัฐจ้างที่ปรึกษาอิสระโดยตรงเพื่อทำงานในโครงการใดโครงการหนึ่ง ที่ปรึกษาอิสระดังกล่าวจะต้องแสดงหลักฐาน ดังนี้

๖.๒.๒.๑ หลักฐานอัตราค่าตอบแทนที่เคยได้รับและสามารถอ้างอิงได้

๖.๒.๒.๒ หลักฐานประวัติบุคคล (CV) และเอกสารแสดงวุฒิการศึกษาของบุคลากร เช่น ปริญญาบัตร หรือ Transcript หรือหนังสือรับรองวุฒิการศึกษา

(๖.๓) กรณีองค์กรของรัฐและสถาบันการศึกษาของรัฐ

๖.๓.๑ หลักฐานแสดงการเป็นพนักงานประจำเต็มเวลา โดยมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน

๖.๓.๒ หนังสือแสดงเงินเดือนเพื่อนำไปใช้เป็นอัตราเงินเดือนพื้นฐาน (Basic Salary) ในการคิดค่าตอบแทน ซึ่งจะต้องเป็นหลักฐานแสดงการขึ้นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากรที่สามารถแสดงความเป็นพนักงาน ประจำของบริษัท (แบบ ภ.ง.ด. ๕๐ หรือ ภ.ง.ด. ๕๑ หรือ ภ.ง.ด. ๑ หรือ หนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย (๕๐ ทวิ) เฉพาะบุคคลที่เสนอเท่านั้น พร้อมใบปะหน้าและใบเสร็จรับเงินจากกรมสรรพากร)

๖.๓.๓ หลักฐานประวัติบุคคล (CV) และเอกสารแสดงวุฒิการศึกษาของบุคลากร เช่น ปริญญาบัตร หรือ Transcript หรือหนังสือรับรองวุฒิการศึกษา

๑๔.๕ ก่อนยื่นข้อเสนอทางด้านคุณภาพและข้อเสนอด้านราคา ให้ที่ปรึกษาตรวจสอบเอกสารขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาฉบับนี้ ก่อนที่จะตกลงยื่นข้อเสนอทางด้านคุณภาพและข้อเสนอด้านราคา ตามเงื่อนไขที่กำหนดของ สนพ. ทั้งนี้ การจัดทำสัญญาจ้างที่ปรึกษาเป็นไปตามแบบสัญญาจ้างที่ปรึกษาของทางราชการ ตามแบบที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดไว้

๑๕. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสารและผลการดำเนินงาน

ข้อมูลและเอกสารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของผู้รับจ้างภายใต้โครงการจ้างที่ปรึกษาบริหารงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศไทย นี้ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ มิได้ เว้นแต่จะได้รับการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างเท่านั้น

๑๖. เงื่อนไขประกอบ

๑๖.๑ หากมีการประชุมร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ สนพ. และที่ปรึกษาเกี่ยวกับความก้าวหน้าปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข การดำเนินการศึกษา ทั้งนี้ที่ปรึกษาต้องจัดทำรายงานการประชุมดังกล่าว ทุกครั้ง

๑๖.๒ หากที่ปรึกษาละทิ้งงาน สนพ. จะพิจารณาตามพระราชบัญญัติ การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๑๐๙

๑๖.๓ สนพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการดำเนินการจ้างฯ ในกรณีมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาตามที่ได้เจรจากล่าวว่าจ้างโครงการจ้างที่ปรึกษาบริหารงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศไทย หรือมีเหตุจำเป็นอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดทำสัญญาจ้างได้ ไม่ว่าด้วยกรณีใด ๆ ผู้ชนะการประกวดราคาจะเรียกร้องรับผลประโยชน์ใด ๆ มิได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

๑๗. หน่วยงานผู้รับผิดชอบดำเนินการ

กลุ่มช่วยอำนวยความสะดวก สำนักงานเลขาธิการกรม สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน
โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๒ ๑๕๕๕ ต่อ ๔๘๐, ๒๐๑, ๔๘๖
โทรสาร ๐ ๒๖๑๒ ๑๓๕๗

๑๘. สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลเพิ่มเติมหรือเสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นโดยเปิดเผยตัว

ผู้สนใจหรือต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูรายละเอียดได้ที่ www.eppo.go.th หรือ
สอบถามมายังหมายเลขโทรศัพท์ ๐๒ ๖๑๒ ๑๕๕๕ ต่อ ๔๘๐, ๒๐๑, ๔๘๖ ในวัน เวลาราชการ

ลงนาม..........ประธานกรรมการ
(นางรัชฎาวรรณ คงเปรม)

ลงนาม..........กรรมการ
(นางสาวสุรัสวดี โสภารการ)

ลงนาม..........กรรมการ
(นายวัชรพล แก้มสมนึก)

ประวัติบุคลากร

๑. ชื่อ - นามสกุล
๒. วัน - เดือน - ปีเกิด
๓. อายุ
๔. สัญชาติ
๕. การศึกษา (ระบุนุฒิการศึกษาในทุกระดับตั้งแต่ปริญญาตรีเป็นต้นไป และระบุปีที่จบการศึกษา พร้อมแนบสำเนาแสดงคุณวุฒิการศึกษาหรือเอกสารอื่นที่แสดงจบการศึกษา ตรงกับตำแหน่งที่รับงาน)
๖. ประวัติการทำงาน (ระบุสังกัดการทำงานตั้งแต่เริ่มต้นทำงานถึงปัจจุบัน)
๗. ประสบการณ์การทำงาน (โดยระบุให้ชัดเจน สังกัด ลักษณะงานที่รับผิดชอบ เริ่มปฏิบัติงานและสิ้นสุด)

รับรองว่าเป็นความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ).....

...../...../.....

หมายเหตุ ๑) หากประวัติบุคลากรแต่ละท่านมากกว่า ๑ แผ่น ให้ลงชื่อรับรองทุกแผ่น

หนังสือยืนยันเข้าร่วมปฏิบัติงาน

ข้าพเจ้า.....ขอยืนยันการรับหน้าที่เป็น.....ตำแหน่ง.....
ให้กับ.....(ชื่อผู้ยื่นข้อเสนอ)..... ภายใต้โครงการโครงการจ้างที่ปรึกษาบริหารงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์
เพื่อการเปลี่ยนผ่านพลังงานของประเทศไทย จนบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการและขอยืนยัน
ว่าระยะเวลาการปฏิบัติงานโครงการดังกล่าวไม่ซ้ำซ้อนกับงานในโครงการอื่น ๆ ที่ดำเนินการในช่วงเวลาเดียวกัน

เพื่อเป็นหลักฐานในการยืนยันการรับหน้าที่เป็น.....(ตำแหน่ง).....ในการดำเนินงาน
โครงการดังกล่าว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ

ลงชื่อ.....
(.....)

...../...../.....

หมายเหตุ

- ๑) ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถนำข้อความข้างต้นไปใช้ในแบบฟอร์มอื่นได้

ศิริสวัสดิ์

หน้าที่ ๒๔/๒๔

ศิริสวัสดิ์