

รายละเอียดและข้อกำหนด
(Terms of Reference : TOR)
การว่าจ้างดำเนินกิจกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
ภายใต้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน

๑. ที่มา

คณะกรรมการกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ในการประชุมเมื่อวันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๕๕ ได้มีมติเห็นชอบในหลักการให้เพิ่มกรอบเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน งบประมาณปี ๒๕๕๖ จำนวนไม่เกิน ๑,๑๐๐ ล้านบาท สำหรับโครงการในด้านการสร้างความตระหนัก ปลุกจิตสำนึก และสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ฝ่ายเลขานุการฯ จัดทำรายละเอียดข้อเสนอโครงการสำหรับการทำกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เรื่องการอนุรักษ์พลังงานเพิ่มเติม โดยเฉพาะในกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ยังไม่มีพฤติกรรมประหยัดพลังงาน

ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน โดย สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ได้ดำเนินการตามมติคณะกรรมการกองทุนฯ ดังกล่าว โดยได้จัดทำร่างและกรอบงบประมาณโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ปีงบประมาณ ๒๕๕๖ เพื่อรณรงค์และสร้างจิตสำนึกในภาคประชาชน แบ่งเป็น ๔ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้ใช้รถส่วนบุคคล กลุ่มอาคาร/สำนักงาน และกลุ่มครัวเรือน เพื่อให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ชัดเจนและเข้าถึงในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดความตระหนัก มีความรู้ความเข้าใจในด้านการอนุรักษ์พลังงานเพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ โดย สนพ. ได้รับมอบหมายให้ดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน ภายในวงเงิน ๔๙๐ ล้านบาท ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ

สนพ. ได้ดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน โดยมีแนวคิดที่จะผลักดันให้ปี ๒๕๕๖ เป็นปีเริ่มต้นการลดการใช้พลังงานภาคประชาชน โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารว่า ความสุขจะเกิดขึ้นได้ เกิดจากการเปลี่ยนมุมมองการประหยัดพลังงาน เท่ากับชีวิตยังมีความสุข รวมพลังเยาวชนไทยลดการใช้พลังงาน และสร้างให้เกิดยุทธวิธีสื่อสาร ครั้งแรกของการแข่งขันลดการใช้พลังงานครั้งสำคัญ (ตัวชี้วัดหลัก ได้แก่ พลังงานไฟฟ้า และตัวชี้วัดรอง ทรัพยากรสิ้นเปลืองพลังงาน) ที่จะทำให้เยาวชนไทยได้เห็นผลการประหยัดอย่างจริงจัง มีรางวัลใหญ่เป็นสิ่งจูงใจ ระยะเวลาณรงค์ไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน หรือ ๓ เดือน หรือ ๑ เทอมการศึกษา โดยมุ่งหวังให้กลุ่มเยาวชนได้รับข้อมูลการอนุรักษ์พลังงานอย่างต่อเนื่องและเกิดกระแสการประหยัดพลังงานผ่านช่องทาง การสื่อสารต่างๆ อย่างทั่วถึง กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการประหยัดพลังงาน เห็นถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงาน เกิดจิตสำนึกที่ดีในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการอนุรักษ์พลังงานอย่างจริงจัง ขยายผลสนับสนุนยกย่องเชิดชูโรงเรียนและคณะนักเรียนที่ได้รับรางวัลเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วนเห็นผลลัพธ์จากการร่วมแรงร่วมใจเป็นรูปธรรม

ในการนี้ สนพ. จึงเห็นควรให้ดำเนินกิจกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ สำหรับใช้ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน ให้เกิดกระแสการรับรู้โครงการหรือกิจกรรมรณรงค์ประหยัดพลังงานต่างๆ อย่างทั่วถึง

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อสร้างกระแสการลดใช้พลังงานในกลุ่มเยาวชน
- ๒.๒ เพื่อให้เยาวชนมีความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน และประหยัดพลังงานอย่างจริงจัง
- ๒.๓ เพื่อสร้างแนวร่วมในการเข้าร่วมการแข่งขัน ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผ่านรูปแบบการแข่งขัน และให้เกิดพฤติกรรมการประหยัดพลังงานเป็นนิสัย

๓. กลุ่มเป้าหมาย

- ๓.๑ กลุ่มเป้าหมายหลัก
 - เยาวชนระดับอนุบาล - ประถมศึกษา ทั่วประเทศ (จำนวนประมาณ ๗ ล้านคน)
 - เยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลายหรือเทียบเท่าทั่วประเทศ (จำนวนประมาณ ๕ ล้านคน)
 - เยาวชนระดับอุดมศึกษา หรือเทียบเท่าทั่วประเทศ (จำนวนประมาณ ๒ ล้านคน)
- ๓.๒ กลุ่มเป้าหมายรอง
 - สถาบันการศึกษา / ครู-อาจารย์-เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
 - หน่วยงานสังกัดกระทรวงพลังงาน / กระทรวงศึกษาธิการ
 - ผู้นำความคิด / สื่อมวลชน / คอลัมน์นิสต์

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๔.๑ ดำเนินการผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ เรื่อง เพื่อสนับสนุนและสร้างกระแสกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน โดยมีแนวคิดการสื่อสาร ดังนี้

แนวคิดการสื่อสารที่ ๑ สำหรับโปรโมทภาพรวมโครงการ ภายใต้แนวคิดการสื่อสาร (Key Message) ดังนี้

เชิญชวน
พลังเล็กเล็กที่ยิ่งใหญ่ ลดใช้พลังงาน
กับโครงการแข่งขันครั้งสำคัญการลดใช้พลังงานครั้งสำคัญที่จะทำเยาวชนทั่วไทย
ให้ทำและเห็นผลได้จริง มีรางวัลใหญ่จูงใจ

แนวคิดการสื่อสารที่ ๒ สำหรับโปรโมทโค้งสุดท้าย และหรือวิธีหลากหลายจากผู้เข้าแข่งขัน ภายใต้แนวคิดการสื่อสาร (Key Message) ดังนี้

โค้งสุดท้าย
พลังเล็กเล็กที่ยิ่งใหญ่ ลดใช้พลังงาน
รีบส่งผลงาน และรายงานตัวด่วน
ติดตามไอเดียไหนจะโดนใจคนไทยที่สุด

หมายเหตุ : เมื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ได้รับการอนุมัติให้เผยแพร่จาก สนพ. ให้ผู้รับจ้าง นำภาพยนตร์ดังกล่าวไปเพิ่มเติมวิธีการสื่อสารกับกลุ่มเด็กพิเศษ ทั้งภาษามือ และข้อความภาษาไทย (Subtitle) เพื่อนำไปเผยแพร่กับกลุ่มเด็กพิเศษในช่องทางที่เหมาะสม

๔.๒ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Ad.) ตามขนาดและชนิดของสิ่งพิมพ์ ดังนี้

- สื่อหนังสือพิมพ์ ให้นำเสนอ Layout ขนาด Full page, Junior Page, Half Page และ Strip
- สื่อนิตยสารและหนังสือพิมพ์แจกฟรี ให้นำเสนอ Layout ขนาด Full page

ทั้งนี้ ทั้งสองสื่อต้องนำเสนอแบบทั้ง สีสี่ และขาวดำ ขนาดและชนิดละไม่น้อยกว่า ๓ แบบ โดยจำนวนผลิตให้สัมพันธ์กับ ข้อ ๔.๑ การผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ พร้อมกับรายละเอียดแนวคิดที่จะต่อยอดให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น (ถ้ามี)

๔.๓ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์ (เอ้าท์ออฟโฮม) จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แบบ ป้ายโฆษณา ในกรุงเทพฯ และป้ายโฆษณาใน ๖ ภูมิภาค อาทิ ป้ายโฆษณาริมถนน ป้ายโฆษณาบริเวณเสาไฟฟ้า ป้ายดิจิตอล ป้ายในสถานที่ที่มีมวลชน ป้ายในสถานที่สาธารณะหรือใกล้สถานศึกษา หรือสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ ที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นได้ชัดเจน โดยให้เสนอประเภท ขนาดป้าย และเลย์เอ้าท์ที่เหมาะสม

๔.๔ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อแผ่นพับ (Leaflet) จำนวน ๑ แบบ ขนาดไม่น้อยกว่า A๔ พับ ๓ สีสี่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ แผ่น เพื่อโปรโมทรายละเอียดโครงการไปยังครู อาจารย์ และนักเรียน นักศึกษา ทั่วประเทศ โดยนำเสนอเลย์เอ้าท์ และรูปแบบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แนวทาง และส่งมอบให้กับทีมจัดกิจกรรม รณรงค์นำไปเผยแพร่ต่อไป

๔.๕ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อดิจิตอล เอนิเมชัน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓ นาที จำนวน ๑ เรื่อง เพื่อเผยแพร่ในสื่อ Social Network ในรูปแบบวิดีโอ ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนัก และเห็นความสำคัญ ต่อตัวเองที่จะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถช่วยลดใช้พลังงาน ด้วยการเริ่มต้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตัวเอง โดยจะต้องจัดทำสื่อดิจิตอลให้มี Storyline ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เพื่อก่อให้เกิดกระแสการนำสื่อดิจิตอลดังกล่าว ไปเผยแพร่ต่อใน Social Network อย่างกว้างขวาง

๔.๖ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อ Electronic Direct Mail (EDM) เพื่อสร้างให้เป็นฟอร์ม สำหรับ สนพ. หรือบริษัทผู้รับจ้างดำเนินกิจกรรมต่างๆ สามารถนำไปใช้และเป็นเอกภาพเดียวกัน โดยนำเสนอ Design Layout และรูปแบบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แนวทาง

๔.๗ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อโปสเตอร์ (Poster) จำนวน ๑ แบบ ขนาดไม่น้อยกว่า A๓ สีสี่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ แผ่น เพื่อโปรโมทรายละเอียดโครงการไปยังสถานศึกษา โดยนำเสนอเลย์เอ้าท์ และรูปแบบ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ แนวทาง พร้อมจัดส่งไปยังสถานศึกษาทางไปรษณีย์

๔.๘ ดำเนินการผลิตสื่อวิทยุ (Radio Spot) ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แบบ โดยให้นำเสนอรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ Loose spot, Scoop, Tie-in, Jingle In-tro & Out-tro หรือ แนวคิดอื่นๆ ที่เปิดให้สื่อวิทยุสามารถสร้างสรรค์ให้สื่อสารกับกลุ่มเยาวชนได้อย่างน่าสนใจ และต้องสัมพันธ์กับ ข้อ ๔.๑ การผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ พร้อมกับนำเสนอรายละเอียดแนวคิด รูปแบบ ความยาวของสปอต ที่จะต่อยอดให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น (ถ้ามี)

๔.๙ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อ เพื่อใช้เป็นที่ประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน ดังนี้

- เสื้อโปโล ขนาด S, M, L, XL และ XXL จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ตัว เนื้อผ้าคอตตอน คุณภาพพรีเมียม
- เสื้อยืดคอกกลม ขนาดฟิตส์สำหรับผู้ชาย และผู้หญิง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐ ตัว เนื้อผ้าคอตตอนคุณภาพพรีเมียม

๔.๑๐ เสนอแผนงานทำวิจัย (Ad. Pre-test) ในรูปแบบการสนทนากลุ่มไม่น้อยกว่า ๔ กลุ่ม ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายเพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อสร้างสรรค์ก่อนการเผยแพร่ในด้านความน่าสนใจของเนื้อหา วิธีการดำเนินเรื่องความเข้าใจง่ายและการสร้างความจดจำเกี่ยวกับเนื้อหาการดำเนินเรื่องที่มีการสื่อสารที่ชัดเจนต่อกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ เพื่อนำผลจากการวิจัยมาพัฒนา Storyboard และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ก่อนดำเนินการผลิต

๔.๑๑ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อ Infographic จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ แบบ เพื่อเผยแพร่กับกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความตระหนัก ความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์พลังงาน ในสื่อหนังสือพิมพ์ที่มียอดผู้อ่านสูงสุด ขนาด Junior Page สีสี่ เผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง และเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๓ เดือน โดยจะต้องจัดทำเป็นเรื่องราวที่มีความต่อเนื่องกันให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และทำให้เกิดกระแสการนำสื่อ Infographic นี้ไปเผยแพร่ต่อ ซึ่งทีมงานที่ดูแลและรับผิดชอบงานส่วนนี้ต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ข้อมูลและถ่ายทอดข้อมูลออกมาให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

๔.๑๒ ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์ จำนวน ๑ ไมโครไซต์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ดีไซน์ และสื่อ Cover Page ให้สามารถปรับได้ตามเทศกาลและความก้าวหน้าของโครงการ โดยให้นำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับรายละเอียดทั้งหมดของโครงการ และนำเสนอรูปแบบ Navigation และหัวข้อเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งจัดโดเมนเนม ระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑๒ เดือน โดยมีสื่อที่ต้องผลิต อาทิ Microsite, Online Banner, Landing Page, Games) และเสนอแผน Maintenance ตลอดระยะเวลาในสัญญา และต้องประสานกับบริษัทผู้รับจ้างดำเนินกิจกรรมรณรงค์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน เพื่อบริหารข้อมูลในการอัปเดตในช่องทางออนไลน์มีข้อมูลอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับนำเสนอ กลยุทธ์ แนวคิด รูปแบบ ที่จะต่อยอดให้แผนโปรโมทออนไลน์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น (ถ้ามี)

หลังจากเสร็จสิ้นโครงการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบไมโครไซต์ พร้อม username และ password ของผู้ดูแลไมโครไซต์ และจัดอบรมการจัดการและบริหารไมโครไซต์ให้กับ สนพ.

๔.๑๓ ข้อกำหนดอื่นๆ

(๑) ผู้รับจ้างต้องดำเนินกิจกรรมตาม ข้อ ๔.๑ – ข้อ ๔.๑๐ ให้แล้วเสร็จและส่งมอบให้แก่ผู้ว่าจ้าง ภายใน ๓ เดือน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา

(๒) เมื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จ บริษัทผู้ผลิตจะต้องดำเนินการบันทึกต้นฉบับลงในแผ่น DVD ในรูปแบบของ PDF File, JPEG File และ Art Work File (.ai) ที่สามารถเปิดได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป (Window/ Macintosh) หรือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกับชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ สนพ. เห็นสมควร จำนวน ๓ ชุด มอบให้ สนพ. เพื่อสามารถนำไปใช้เผยแพร่ต่อไป

(๓) บริษัทดำเนินกิจกรรมเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในโครงการให้บรรลุผลสำเร็จ

(๔) ผู้ดำเนินการจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดให้ถูกต้องตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว

(๕) ภาพและวัสดุอื่นใดที่จัดทำหรือผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ และกรรมสิทธิ์ของ สนพ. แต่เพียงผู้เดียว

(๖) ในกรณีที่ สนพ. เรียกประชุม บริษัทจะต้องพร้อมที่จะเข้าร่วมประชุมตลอดระยะเวลาของสัญญา ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย

(๗) ผู้ประสงค์จะเสนอราคาสามารถขอข้อมูลเกี่ยวกับพลังงาน หรือสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการในปีที่ผ่านมาได้ที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์ของ สนพ. หรือ www.eppo.go.th หรือสอบถามจากที่ปรึกษาบริหารโครงการฯ

(๘) เนื่องจาก สนพ. มีสถานที่ในการจัดเก็บสื่อที่ผลิตไม่เพียงพอ ผู้เสนอราคาต้องจัดหาสถานที่จัดเก็บสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นทั้งหมด เป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๖ เดือน หลังจากสิ้นสุดสัญญาจ้าง

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา ๓ เดือน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. เงื่อนไข

งบประมาณของการดำเนินกิจกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ภายใต้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน : กลุ่มเยาวชน ในการประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ เป็นเงินทั้งสิ้น ๒๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (ยี่สิบห้าล้านบาทถ้วน)

ในการเสนอราคาผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาขั้นต่ำ (Minimum Bid) ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท จากราคาสูงสุดของการประกวดราคา และการเสนอราคาครั้งถัดๆ ไป ต้องเสนอราคาครั้งละไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐.๐๐ บาท จากราคาครั้งสุดท้ายที่เสนอแล้ว

๗. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๗.๑ กลุ่มเยาวชน และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้รับรู้ เกิดความเข้าใจโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน และเกิดกระแสการประหยัดพลังงานอย่างจริงจัง

๗.๒ กลุ่มเยาวชนเกิดความตระหนักในฐานะการเป็นส่วนสำคัญที่จะลดใช้พลังงาน และสามารถคำนวณเป็นผลที่ได้รับจากการประหยัดพลังงานเพื่อประชาสัมพันธ์ไปสู่สาธารณชนได้

๗.๓ กลุ่มเยาวชน และกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมหรือเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน และเกิดพฤติกรรมการประหยัดพลังงานเป็นนิสัย

๘. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

๘.๑ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างตามลักษณะงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

๘.๒ เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ต่างๆ ให้กับโครงการรัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน

๘.๓ ในกรณีที่จะต้องจัดหาบริษัทผู้รับจ้างช่วง จะต้องเลือกบริษัทที่ดี มีคุณภาพและควบคุมงานให้ได้มาตรฐาน เป็นผู้ที่มีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และหรือเอกชน

๘.๔ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๘.๕ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ประสงค์จะเสนอราคารายอื่น และ/หรือต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันประกาศประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

๘.๖ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ประสงค์จะเสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๘.๗ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อว่าเป็นคู่สัญญาที่ไม่ได้แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปราม การทุจริตแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔

๘.๘ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่ได้ลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ทั้งนี้ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือก และหากมีการทำสัญญาซึ่งมีมูลค่าตั้งแต่ ๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าแสนบาท) ขึ้นไป กับสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ให้รับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท สามารถจ่ายเงินเป็นเงินสดได้ และให้จัดทำบัญชี แสดงรายรับรายจ่ายยื่นต่อกรมสรรพากร และปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริต แห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคลหรือนิติบุคคล เป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. ๒๕๕๔ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๔ และ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๕๕

๙. การยื่นข้อเสนอด้านเทคนิค

ผู้ประสงค์จะเสนอราคาจะต้องจัดทำข้อเสนอด้านเทคนิค จำนวน ๑๐ ชุด (ต้นฉบับ ๑ ชุด สำเนา ๙ ชุด) ประกอบด้วย

๙.๑ แนวคิด กลยุทธ์และแผนการปฏิบัติงานในการสร้างสรรค์งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยละเอียด ชัดเจน

๙.๒ การผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ Storyline Storyboard และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๓ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ Layout และแผนดำเนินการผลิต อย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๔ การผลิตสื่อออนไลน์ ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ เหตุผลสนับสนุนการเลือกใช้สื่อออนไลน์ Layout และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๕ การผลิตสื่อแผ่นพับ ต้องนำเสนอ Design & Layout จำนวนที่จะผลิต คุณลักษณะเฉพาะ และวัสดุ ตัวอย่างวัสดุ และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๖ การผลิตสื่อดิจิทัลแอนิเมชัน ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ Storyline Storyboard Design & Layout ตัวละครดำเนินเรื่อง และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๗ การผลิตสื่อ EDM ต้องนำเสนอ Design & Layout และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียด ชัดเจน (Work Plan)

๙.๘ การผลิตสื่อโปสเตอร์ ต้องนำเสนอ Design & Layout จำนวนที่จะผลิต คุณลักษณะเฉพาะ และวัสดุ ตัวอย่างวัสดุ แผนการจัดส่ง และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดและชัดเจน (Work Plan)

๙.๙ แผนการผลิตสื่อวิทยุ ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ เทคนิคการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการเลือกใช้สื่อวิทยุ Script Spot ตัวอย่างของสื่อที่จะผลิต และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๑๐ การผลิตสื่อโปโลและสื่อยืดคอกกลม ต้องนำเสนอ Design & Layout จำนวนที่จะผลิต ตัวอย่างผ้า ตัวอย่างขนาดไซส์ต่างๆ และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๑๑ การผลิตสื่อ Infographic ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล Design & Layout และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๑๒ การผลิตสื่อออนไลน์ ต้องนำเสนอกลยุทธ์การสร้างสรรค์ เทคนิคการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการเลือกใช้สื่อออนไลน์ และนวัตกรรมในการสื่อสารให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างและ Design ของสื่อที่จะผลิต และแผนดำเนินการผลิตอย่างละเอียดชัดเจน (Work Plan)

๙.๑๓ รายชื่อ และประวัติการทำงานของคณะทำงานที่สำคัญ ประวัติและผลงานของบริษัท (Company Profile) ที่ผ่านมา

ผู้ประสงค์จะเสนอราคาจะต้องแจ้งเงื่อนไขการขอรับเงินค่าจ้าง ซึ่ง สนพ. และผู้เสนอราคาจะต้องมีการตกลงระหว่างกันก่อนการทำสัญญา และให้เป็นไปตามที่ สนพ. เห็นสมควรอีกครั้ง

๑๐. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเบื้องต้น

๑๐.๑ ข้อเสนอด้านเทคนิคอย่างน้อยต้องเป็นไปตาม ข้อ ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน และข้อ ๙ การยื่นข้อเสนอด้านเทคนิค

๑๐.๒ คณะกรรมการประกวดราคา จะดำเนินการคัดเลือกเบื้องต้นเพื่อหาผู้มีสิทธิเสนอราคา โดยผู้มีสิทธิเสนอราคาต้องเป็นผู้มีคุณสมบัติครบถ้วน ข้อเสนอด้านเทคนิคมีความเหมาะสม และไม่เป็นผู้ประสงค์จะเสนอราคาที่มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ประสงค์จะเสนอราคารายอื่น โดยได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ คณะกรรมการประกวดราคาจะแจ้งผลการพิจารณาเบื้องต้นให้ผู้ประสงค์จะเสนอราคาทุกรายทราบ โดยไม่เปิดเผยรายชื่อต่อสาธารณชน

๑๐.๓ ผู้เสนอราคาจะต้องพร้อมเข้านำเสนอ หรือชี้แจงแผนงานโดยละเอียดได้ทันที ทั้งนี้ สนพ. จะได้แจ้งกำหนดการให้ทราบล่วงหน้า

๑๑. เกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิค

สนพ. จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคและข้อเสนออื่นๆ ของผู้เสนอราคาที่คุณสมบัติถูกต้อง หลักฐานเอกสารถูกต้อง โดยจะพิจารณาให้คะแนนในรายละเอียดและเกณฑ์ ดังนี้

๑๑.๑ แนวคิด และกลยุทธ์หลักของการสื่อสาร

(๓๐ คะแนน)

- ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลัก และการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการได้อย่างชัดเจน
- ความมีเหตุมีผลทางความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลถึงคุณภาพและประสิทธิภาพของแผนงาน
- รูปแบบการนำเสนอ และความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างให้เกิดการจดจำ จูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำไปปฏิบัติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

๑๑.๒ ประสิทธิภาพของแผนงานการออกแบบ

(๓๐ คะแนน)

- ประสิทธิภาพของแผนงานการออกแบบสร้างสรรค์
- ประสิทธิภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์ ดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม ตรงเป้าประสงค์ของ สนพ.

๑๑.๓ ประสิทธิภาพของแผนงานการผลิต

(๒๕ คะแนน)

- ประสิทธิภาพของคุณภาพสื่อที่จะผลิต จำนวนที่เสนอจะผลิตแต่ละรายการ ระยะเวลาดำเนินการผลิตและส่งมอบ

๑๑.๔ รายละเอียด และขั้นตอนดำเนินการ

(๑๐ คะแนน)

- ขั้นตอนดำเนินงาน
- ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ได้ทันตามกำหนดเวลา

๑๑.๕ ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท

(๕ คะแนน)

- ผลงาน และประวัติการทำงานของคณะกรรมการและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท
- รายละเอียดการจัดบุคลากรเพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน