






รายละเอียดและข้อกำหนด

(Terms of Reference : TOR)

โครงการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อนโยบายและแผนพลังงาน

สำนักงานเลขานุการกรม  
สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

---

  
 คู่สักดิ์  
หน้าที่ย   
หน้าที ๑/๑๕

**รายละเอียดและข้อกำหนด**  
**(Terms of Reference : TOR)**  
**โครงการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อนโยบายและแผนพลังงาน**

---

**๑. ที่มาและเหตุผล**

พลังงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยปริมาณการใช้พลังงานจะเติบโตควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และจากสถานการณ์พลังงานของประเทศในช่วงที่ผ่านมาปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่การจัดหาพลังงานจากแหล่งในประเทศให้มีความพอเพียงมีข้อจำกัด จึงต้องพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศ ทำให้มีปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ อาทิ การกำหนดราคาตลาดโลกโดยกลุ่มผู้ส่งออกน้ำมันหรือโอเปค หรือการนำเข้าก๊าซธรรมชาติก็มีช่วงที่ราคาสูง รวมทั้ง การพัฒนาพลังงานทดแทนในประเทศยังพึ่งพิงการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อราคาพลังงาน การพัฒนาเศรษฐกิจ การประกอบธุรกิจ การดำเนินชีวิต และความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

ในปี ๒๕๖๔ กระทรวงพลังงาน ได้วางทิศทางการขับเคลื่อนพลังงาน โดยใช้หลัก “พลังงานเข้มแข็ง” เป็นกรอบการพัฒนาแผนภาครัฐและเป็นกรอบการลงทุนที่ชัดเจนของภาคเอกชน โดยกระทรวงพลังงาน ได้มอบหมายให้ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) จัดทำแผนพลังงานชาติ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี เพื่อเป็นกรอบเป็นแนวทาง การพัฒนาเศรษฐกิจ ส่งเสริมการลงทุน ในเรื่องนโยบายและแผนพลังงานไฟฟ้า นโยบายและแผนปิโตรเลียม โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนด้วย นอกจากนี้ ยังมอบหมายให้ สนพ. ดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างราคาพลังงานให้เป็นธรรม การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศด้านพลังงานให้มีความทันสมัย รวดเร็ว ถูกต้องตามหลักสากล มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้

เพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ ตามแผนพลังงานชาติ เป็นไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพและเกิดการยอมรับจากประชาชน สนพ. กระทรวงพลังงาน ซึ่งดำเนินงานภายใต้พันธกิจตามกฎหมาย ในการสร้างสรรค์บริหารจัดการนโยบาย และแผนด้านพลังงาน เพื่อความยั่งยืนของประเทศมีบทบาทในการบริหารงานและเสนอแนะนโยบายยุทธศาสตร์ด้านพลังงาน และภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงพลังงาน ในการจัดทำแผนพัฒนาพลังงานของประเทศ การสร้างความรู้ความเข้าใจ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันตามสถานการณ์พลังงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเผยแพร่ผลดำเนินการตามการขับเคลื่อนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการต่าง ๆ ด้านราคาพลังงาน เห็นควรให้มีการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความรู้และความเข้าใจต่อนโยบายและแผนพลังงานชาติ มาตรการสำคัญ ๆ ข้อมูลด้านราคาพลังงาน และข้อมูลสารสนเทศพลังงาน เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจสู่กลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วน ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุก ทั้งสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) และสื่อใหม่ (New Media) ตามพัฒนาการของรูปแบบของการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ที่ปรับเปลี่ยนไปตามพัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร อันมีอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในวิถีชีวิตประจำวัน เพื่อให้เข้าใจง่าย มีความถูกต้อง ครอบคลุม เหมาะสม ทันเวลา ลดข้อขัดแย้ง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล แผนปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน และยุทธศาสตร์ของกระทรวงพลังงาน ประสบผลสำเร็จอย่างต่อเนื่อง มีความยั่งยืน

  
  
  
หน้าที ๒/๑๕

ดังนั้น เพื่อให้นโยบายและแผนพลังงานชาติ ราคาพลังงาน ข้อมูลสารสนเทศพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุก สู่กลุ่มเป้าหมายทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ที่ให้ความสนใจข่าวสารด้านพลังงานและผู้มีส่วนได้เสียกับนโยบายพลังงาน ให้เกิดความเข้าใจ ที่ถูกต้อง ผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สื่อสมัยใหม่ที่น่าสนใจ และบูรณาการการประชาสัมพันธ์ทุกมิติ ทั้งการบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ การบริหารข่าวสาร การชี้แจงข้อเท็จจริงภายใต้สถานการณ์ในภาวะวิกฤต ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครอบคลุม รอบด้าน สอดคล้องตามเจตนารมณ์การส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ยอมรับนโยบายสาธารณะร่วมกัน สู่สังคมที่มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดย **โครงการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุก ต่อ นโยบายและแผนพลังงาน** มีความสอดคล้องกับแผนของประเทศ อาทิ

๑.๑ แผนระดับที่ ๒ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้านพลังงาน ได้แก่ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์และดิจิทัล แผนปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน และแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕

๑.๒ แผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย แผนอนุรักษ์พลังงาน แผนพัฒนาพลังงาน ทดแทนและพลังงานทางเลือก แผนบริหารจัดการก๊าซธรรมชาติ และแผนบริหารจัดการน้ำมัน เป็นต้น

๑.๓ ยุทธศาสตร์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์กระทรวงพลังงาน

๑) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์นโยบายกระทรวง

๒) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การประชาสัมพันธ์สถานการณ์ขัดแย้งและหรือวิกฤต

๓) ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์กระทรวงพลังงาน

๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาการสื่อสารองค์กรและสร้างเอกภาพทิศทางการประชาสัมพันธ์

## ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อวิเคราะห์ประเด็น สื่อสาร สร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อนโยบายแผนพลังงาน ชาติ ข้อมูลราคาพลังงาน ข้อมูลสารสนเทศพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน ของกระทรวงพลังงาน ให้ขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทุกภาคส่วน

๒.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร การใช้เครื่องมือสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในช่องทาง การสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกสมัยใหม่ สื่อสารแบบดิจิทัล เทรตดิชั่นแนล และอื่น ๆ ด้านแผนพลังงานชาติ ข้อมูลราคาพลังงาน ข้อมูลสารสนเทศพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมี ประสิทธิภาพ

๒.๓ เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับสื่อมวลชน องค์กรภาครัฐหรือเอกชน ในการประชาสัมพันธ์นโยบาย แผนพลังงานชาติ ข้อมูลราคาพลังงาน ข้อมูลสารสนเทศพลังงาน และ การอนุรักษ์พลังงาน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกระทรวงพลังงาน และ สนพ. ในการสร้างสรรค์บริหารจัดการ นโยบายและแผนด้านพลังงาน

## 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 : กลุ่มหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพลังงานและหรือหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง

หน้า ๓/๑๕

#### ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

เพื่อให้ขอบเขตการดำเนินงานและวิธีการ โครงการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อบริษัทและแผนพลังงาน เป็นไปด้วยความเรียบร้อย สนพ. จะดำเนินการจัดจ้างผู้มาดำเนินโครงการโดยวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีกิจกรรม ดังนี้

##### ๔.๑ นำเสนอแผนการดำเนินงาน การวางแผนเชิงกลยุทธ์การสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกตลอดโครงการ

##### ๔.๒ กิจกรรมการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อแผนพลังงานชาติ หรือแผนพลังงานอื่น ๆ

๔.๒.๑ นำเสนอแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ บทวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารเพื่อยกระดับการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารใหม่เพื่อเพิ่มสีสันการประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัลและสื่อเทรตดิชั่นแนล เป้าหมายในการวัดผลการเข้าถึง และความคุ้มค่า แนวทางสร้างสรรค์ (Creative Direction) และโทนการนำเสนอ (Mood & Tone) ที่น่าสนใจเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการรับรู้ ภาพลักษณ์ที่ดีต่อแผนพลังงานชาติ หรือแผนพลังงานอื่น ๆ

๔.๒.๒ ดำเนินการจัดกิจกรรมประชุม สัมมนา หรือเสวนา แผนพลังงานชาติหรือแผนพลังงานอื่น ๆ มีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจหรือรับฟังความคิดเห็นต่อแผนพลังงานชาติหรือแผนพลังงานอื่น ๆ แก่บุคลากรภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจ ในส่วนกลางกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง รายละเอียดดังนี้

- ๑) นำเสนอแผนจัดประชุม สัมมนา หรือเสวนา รูปแบบที่เหมาะสมตามสถานการณ์ จัดทำเอกสารเผยแพร่ และจัดทำมูนิทรรคการเผยแพร่ข้อมูล ฯลฯ
- ๒) จัดหาอาหาร เครื่องดื่ม อาหารว่าง เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกให้เพียงพอ
- ๓) ค่าเอกสาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เหมาะจ่าย (ค่าอุปกรณ์สำนักงานและเอกสารการประชุม ค่าสถานที่ ตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ระบบแสง สี เสียง ผู้ดำเนินรายการ ของที่ระลึก ค่าบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก วิทยากร ค่าลิขสิทธิ์ เป็นต้น)
- ๔) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรมหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ภายใน ๑๕ วันทำการ

๔.๒.๓ ดำเนินการจัดกิจกรรมประชุม สัมมนา หรือเสวนา แผนพลังงานชาติหรือแผนพลังงานอื่น ๆ มีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจหรือรับฟังความคิดเห็นต่อแผนพลังงานแห่งชาติหรือแผนพลังงานอื่น ๆ แก่ภาคเอกชนและผู้ประกอบการ ในส่วนกลางกรุงเทพฯ หรือปริมณฑล และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

- ๑) นำเสนอแผนจัดประชุม สัมมนา หรือเสวนา รูปแบบที่เหมาะสมตามสถานการณ์ จัดทำเอกสารเผยแพร่ และจัดทำมูนิทรรคการเผยแพร่ข้อมูล ฯลฯ
- ๒) จัดหาอาหาร เครื่องดื่ม อาหารว่าง เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกให้เพียงพอ
- ๓) ค่าเอกสาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เหมาะจ่าย (ค่าอุปกรณ์สำนักงานและเอกสารการประชุม ค่าสถานที่ ตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ระบบแสง สี เสียง ผู้ดำเนินรายการ ของที่ระลึก ค่าบริหารจัดการ อำนวยความสะดวก วิทยากร ค่าลิขสิทธิ์ เป็นต้น)
- ๔) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรมหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ภายใน ๑๕ วันทำการ

หน้า ๔/๑๕



๔.๒.๔ กิจกรรมประชุม สัมมนา หรือเสวนา แผนพลังงานชาติหรือแผนพลังงานอื่น ๆ รูปแบบที่เหมาะสมหรือผ่านการสื่อสารออนไลน์ ผ่านช่องทางหรือระบบการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย ที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ ออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ คนต่อครั้ง จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง สำหรับส่วนภูมิภาค โดยรับผิดชอบ (เหมาจ่าย)

- ๑) นำเสนอแผนจัดประชุม สัมมนา หรือเสวนา รูปแบบที่เหมาะสมตามสถานการณ์ และจัดทำเอกสารเผยแพร่ ฯลฯ
- ๒) จัดหาสถานที่จัดกิจกรรมสัมมนา หรือเสวนา ดำเนินการรับผิดชอบค่ารับรอง วิทยากร ค่าเดินทางและหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมฯ (ถ้ามี)
- ๓) ค่าดำเนินการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารการประชุมออนไลน์ ระบบแสง สี เสียง ระบบควบคุมการประชุม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ค่าเช่าต่าง ๆ ค่าลิขสิทธิ์ต่าง ๆ
- ๔) ค่าทีมงานควบคุมระบบสื่อสาร การเอกสารนำเสนอ ค่าดำเนินการประสานงาน และสรุปผลการประชุม สัมมนา หรือเสวนา
- ๕) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรมหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม ภายใน ๑๕ วันทำการ

๔.๒.๕ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ก่อนกิจกรรมประชุม สัมมนา หรือเสวนา แผนพลังงานชาติ หรือแผนพลังงานอื่น ๆ ของกิจกรรม ๔.๒.๒, ๔.๒.๓ และ ๔.๒.๔ ตามที่ สนพ. กำหนด อาทิ

- ๑) นำเสนอแผนการจัดหาสื่อก่อนกิจกรรม
- ๒) เขียนข่าว หรือบทวิเคราะห์เชิงข่าว ให้เป็นข้อความสื่อสารที่เข้าใจง่าย เหมาะสม สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในห้องสื่อสารออนไลน์นักข่าวสายพลังงาน อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง
- ๓) นำเสนอกรอบความคิดพร้อมแนวทางการผลิต Infographic และเผยแพร่ผ่าน สื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น
- ๔) ผลิตสืู่ปข่าว หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น
- ๕) เผยแพร่สืู่ปข่าว หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ผ่านโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

๔.๒.๖ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ระหว่างจัดกิจกรรมประชุม สัมมนา หรือเสวนา แผนพลังงานชาติหรือแผนพลังงานอื่น ๆ ของกิจกรรม ๔.๒.๒, ๔.๒.๓ และ ๔.๒.๔ ตามที่ได้รับมอบหมาย อาทิ

- ๑) เขียนข่าว หรือบทวิเคราะห์เชิงข่าว ให้เป็นข้อความสื่อสารที่เข้าใจง่าย เหมาะสมสำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในห้องสื่อสารออนไลน์นักข่าวสายพลังงาน อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง
- ๒) นำเสนอกรอบความคิด ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอ Animation หรือ Motion-Graphic ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย

สุภัคดิ์  
หน้าที ๕/๑๕

- ๓) ประชาสัมพันธ์สร้างกระแสการรับรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook หรือ Twitter ที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย หรือ YouTube ที่มียอดผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Views จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๒.๗ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์หลังกิจกรรมประชุม สัมมนา หรือเสวนา แผนพลังงานชาติ หรือแผนพลังงานอื่น ๆ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตลอดสัญญาโครงการฯ อาทิ

- ๑) เขียนข่าว หรือบทวิเคราะห์เชิงข่าว ให้เป็นข้อความสื่อสารที่เข้าใจง่าย เหมาะสม สำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในท้องสื่อสารออนไลน์นักข่าวสายพลังงาน อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- ๒) นำเสนอกรอบความคิด ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอ Animation หรือ Motion-Graphic ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ชิ้น และเผยแพร่ผ่าน สื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ website Facebook และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ได้รับมอบหมาย
- ๓) ประชาสัมพันธ์สร้างกระแสการรับรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook หรือ Twitter ที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย หรือ YouTube ที่มียอดผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Views จำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๘ ครั้ง
- ๔) ออกแบบผลิตและเผยแพร่สื่อ Banner Online บนเว็บไซต์ที่มีความนิยมสูง จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เว็บไซต์ โดยจะต้องนำเสนอชื่อเว็บไซต์ การออกแบบ ขนาด-หน้า-และตำแหน่งที่เลือก เสนอต่อ สนพ. พิจารณาก่อนเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์
- ๕) นำเสนอกรอบความคิดพร้อมแนวทางการผลิต Infographic และเผยแพร่ผ่าน สื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ www.eppo.go.th, Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ชิ้น
- ๖) เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บบอร์ด เว็บบล็อก ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่ได้รับความนิยมสูง อาทิ Facebook, Website, Twitter เผยแพร่จำนวน ๕ สื่อ สื่อละไม่น้อยกว่า ๓ ครั้ง รวมไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง
- ๗) ผลิตสกู๊ปข่าว หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่ น้อยกว่า ๙ ชิ้น
- ๘) เผยแพร่สกู๊ปข่าว หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ผ่านโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๙ ครั้ง
- ๙) นำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ที่มีอิทธิพลทางความคิด ต่อกลุ่มเป้าหมายและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย เพื่อการสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมาย อย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทาง การสื่อสารออนไลน์ที่เหมาะสม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์, Facebook, Podcast, Instagram หรือตามที่ได้รับมอบหมาย รวมไม่น้อยกว่า ๔ Influencers และเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง/สื่อ

สุวิมล  
หน้าที ๖/๑๕

#### ๔.๓ กิจกรรมการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อราคาพลังงาน

๔.๓.๑ นำเสนอแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ บทวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารเพื่อยกระดับการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารใหม่เพื่อเพิ่มสีสันการประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัล เป้าหมายในการวัดผลการเข้าถึง และความคุ้มค่า แนวทางสร้างสรรค์ (Creative Direction) และโทนการนำเสนอ (Mood & Tone) ที่น่าสนใจเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการรับรู้ต่อนโยบายและมาตรการด้านราคาพลังงาน

๔.๓.๒ จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์นโยบายและมาตรการด้านราคาพลังงาน อาทิ

- ๑) เขียนข่าว หรือบทวิเคราะห์เชิงข่าว ให้เป็นข้อความสื่อสารที่เข้าใจง่าย เหมาะสมสำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในท้องสื่อสารออนไลน์ นักข่าวสายพลังงาน อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง
- ๒) นำเสนอกรอบความคิดพร้อมแนวทางการผลิต Infographic และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น
- ๓) นำเสนอกรอบความคิด ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสารคดีสั้น หรือ Motion-Graphic ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ เรื่องหรือตอนหรือคลิป ประกอบด้วยเนื้อหาราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ราคาก๊าซหุงต้ม ราคาก๊าซธรรมชาติ ราคาเอทานอล/แก๊สโซฮอล ราคาไบโอดีเซล และราคาไฟฟ้า และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย
- ๔) เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ เว็บสื่อมวลชน ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับความนิยมสูง หรือสื่อโซเชียลมีเดียอื่น ๆ อาทิ Facebook หรือ Twitter ที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย หรือ YouTube ที่มียอดผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ Views รวมเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง
- ๕) ออกแบบผลิตและเผยแพร่สื่อ Banner Online บนเว็บไซต์ที่มีความนิยมสูง จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ เว็บไซต์ โดยจะต้องนำเสนอชื่อเว็บไซต์ การออกแบบ ขนาด-หน้า-และตำแหน่งที่เลือก เสนอต่อ สนพ. พิจารณาก่อนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์
- ๖) นำเสนอกรอบความคิดพร้อมแนวทางการผลิต Infographic และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น
- ๗) ผลิตสื่อบข่า หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น
- ๘) เผยแพร่สื่อบข่า หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ผ่านโทรทัศน์ หรือโทรทัศน์ออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง

- ๙) นำเสนอการรับรู้ข่าวสารผ่าน Influencer ทั้งบุคคลหรือเพจดังหรือเพจสื่อที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับความนิยมสูง และมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย เพื่อการสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่เหมาะสม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ Facebook, Podcast, Instagram หรือตามที่ได้รับมอบหมาย รวมไม่น้อยกว่า ๔ Influencers และเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง/สื่อ

#### ๔.๔ กิจกรรมการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อข้อมูลสารสนเทศพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

๔.๔.๑ นำเสนอแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ บทวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารเพื่อยกระดับการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารใหม่เพื่อเพิ่มสีสันการประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัล เป้าหมายในการวัดผลการเข้าถึง และความคุ้มค่า แนวทางสร้างสรรค์ (Creative Direction) และโทนการนำเสนอ (Mood & Tone) ที่น่าสนใจเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการรับรู้ต่อนโยบายข้อมูลสารสนเทศพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

๔.๔.๒ ประชาสัมพันธ์นโยบาย ข้อมูลสารสนเทศพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน อาทิ

- ๑) เขียนข่าว หรือบทวิเคราะห์เชิงข่าว ให้เป็นข้อความสื่อสารที่เข้าใจง่าย เหมาะสมสำหรับเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อออนไลน์นักข่าวสายพลังงาน อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- ๒) นำเสนอกรอบความคิดพร้อมแนวทางการผลิต Infographic และประสานการนำเนื้อหาไปเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ชิ้น
- ๓) นำเสนอกรอบความคิด ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสารคดีสั้น หรือ Motion-Graphic ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่องหรือตอน ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสารสนเทศพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย
- ๔) เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ เว็บไซต์มวลชน ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับความนิยมสูง หรือสื่อโซเชียลมีเดียอื่น ๆ อาทิ Facebook หรือ Twitter ที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย รวมเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ครั้ง
- ๕) นำเสนอกรอบความคิดพร้อมแนวทางการผลิต Infographic และเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. อาทิ [www.eppo.go.th](http://www.eppo.go.th), Facebook Fanpage EPPO Thailand และ Twitter ในชื่อ EPPO Thailand หรือตามที่ สนพ. มอบหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น
- ๖) ผลิตสื่ूपข่าว หรือรายงานพิเศษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น

หน้า ๘/๑๕



- ๗) เผยแพร่สื่อบทสัมภาษณ์ หรือรายงานพิเศษ และความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ผ่านโทรทัศน์หรือโทรทัศน์ออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง
- ๘) สร้างกระแสการรับรู้ข่าวสารผ่าน Influencer ทั้งบุคคลหรือเพจดังหรือเพจสื่อที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับความนิยมสูงและมีผู้ติดตามจำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ราย เพื่อการสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่เหมาะสม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ Facebook, Podcast, Instagram หรือตามที่ได้รับมอบหมาย รวมไม่น้อยกว่า ๒ Influencers และเผยแพร่จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง/สื่อ

#### ๔.๕ กิจกรรมการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกตามสถานการณ์ และสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชน อาทิ

๔.๕.๑ ดำเนินการจัดการแถลงข่าว ผลการประชุม ความคืบหน้าผลการดำเนินการ ด้านนโยบายพลังงาน และมีข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่ออย่างน้อย ๑๐ สื่อ จัดในสถานที่ราชการหรือระบบประชุมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง

๔.๕.๒ จัดการแถลงข่าว ข้อมูลด้านนโยบายพลังงาน และมีข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่ออย่างน้อย ๑๐ สื่อ จัดนอกสถานที่ราชการหรือระบบประชุมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๕.๓ ดำเนินการจัดกิจกรรมการศึกษาดูงานโครงการด้านพลังงานมีสื่อมวลชนเข้าร่วมไม่น้อยกว่า ๓๐ คน ระยะเวลา ๒ วัน ๑ คืน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง

๔.๕.๔ ดำเนินการบริหารจัดการเนื้อหา เผยแพร่ข้อมูล ให้ข้อมูล ตอบคำถาม และสร้างการมีส่วนร่วมสื่อบนสื่อโซเชียลมีเดียของ สนพ. ที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งติดตามข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่บนสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ (News & monitoring Report) ตลอดระยะเวลา ๑๒ เดือน

๔.๕.๕ ดำเนินการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม YouTube Channel: EPPO Thailand ของ สนพ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ subscribes

#### ๔.๖ กิจกรรมการติดตามประเมินผล

ดำเนินการติดตามและประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ ด้วยการทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ เพื่อวัดระดับการรับรู้โครงการ และความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๕๐ กลุ่มตัวอย่าง โดยให้เสนอระเบียบวิธีติดตามประเมินผลที่เหมาะสม และรายงานผลการดำเนินงานเพื่อนำผลที่ได้รับมาพัฒนาปรับปรุงโครงการต่อไป ดังนี้

๔.๖.๑ การติดตามและประเมินผลการรับรู้ ประสิทธิภาพการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ จะต้องดำเนินการโดยสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานเอกชนที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านการติดตามโครงการประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีผลงานการศึกษาสำรวจติดตามประเมินงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการยอมรับจากภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน หรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เป็นที่ประจักษ์และได้รับการยอมรับ

๔.๖.๒ นำเสนอแผนการศึกษา สํารวจ วิเคราะห์ ติดตามประเมินผลในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) หรือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะต้องเสนอรูปแบบมาให้ชัดเจน ประกอบด้วย กรอบการศึกษาวิจัย วัตถุประสงค์การศึกษา ขอบเขตการศึกษา กลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษา ระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดโควตาของกลุ่มประชากรและตัวอย่างให้ชัดเจนตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดพื้นที่ในการสำรวจ การกลั่นกรองคุณภาพการติดตามประเมินผล การจัดทำรายงาน ตารางการดำเนินงาน และตัวอย่างแบบสอบถามหรือประเด็นคำถาม

ผู้จัดทำ  
หน้าที ๙/๑๕

๔.๖.๓ จัดส่งข้อมูลผลการวิเคราะห์เบื้องต้น ให้ สนพ. ภายใน ๓๐ วัน (นับจากวันสุดท้ายของการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้นตามแผนงานเก็บข้อมูลที่ได้รับการอนุมัติ) ประกอบด้วย สรุปรายงานจำนวนพื้นที่สื่อหรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ ข้อมูลการซื้อสื่อ และประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย และมูลค่าสื่อจากการประเมิน เพื่อการปรับปรุงพัฒนาและข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ในอนาคต

๔.๖.๔ จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาให้ สนพ. ประกอบด้วยรายงานผลเบื้องต้น จำนวน ๓ เล่ม และรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน ๓ เล่ม

ทั้งนี้ ขั้นตอน/ขอบเขตการดำเนินงานสามารถเปลี่ยนแปลงรายละเอียดแผนการดำเนินงานหรือกิจกรรมและรายจ่ายได้ตามความเหมาะสม ตามความเห็นชอบของ สนพ. โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ และสามารถถ่วงจ่ายระหว่างรายการได้

## ๕. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการ

### ๕.๑ ผลผลิต

๑) เกิดการพัฒนารูปแบบ เครื่องมือ และช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุก มาบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อน มาตรการ นโยบายและแผนพลังงานแห่งชาติ ราคาพลังงาน ข้อมูลสารสนเทศพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒) เกิดการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย และแผนพลังงานแห่งชาติ ราคาพลังงาน ข้อมูลพลังงานสารสนเทศพลังงาน และการอนุรักษ์พลังงาน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ สนพ. และกระทรวงพลังงาน

๓) สามารถดำเนินการชี้แจงข้อเท็จจริงที่ถูกต้องต่อกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลในสภาวะวิกฤตได้อย่างทันท่วงที เกิดการยอมรับจากประชาชนในการขับเคลื่อนนโยบายและแผนพลังงาน ราคาพลังงาน ข้อมูลพลังงานสารสนเทศพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

### ๕.๒ ผลลัพธ์

๑) สื่อมวลชน รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ มีความรู้ความเข้าใจต่อนโยบาย และแผนพลังงานแห่งชาติ ราคาพลังงาน ข้อมูลสารสนเทศพลังงาน มาตรการสำคัญ ๆ และให้ความร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง และสามารถต่อยอดการประชาสัมพันธ์ด้านนโยบาย พลังงาน มาตรการ ข้อมูลสำคัญ ๆ และภารกิจของ สนพ.

๒) กลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ความเข้าใจและเล็งเห็นถึงความสำคัญของแผนพลังงานชาติ ข้อมูลราคาพลังงาน และพร้อมที่จะสนับสนุนให้การดำเนินนโยบายประสบผลสัมฤทธิ์สูงสุด

๓) กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงภารกิจของ สนพ. มีภาพลักษณ์อันดีในฐานะเป็นองค์กรในการขับเคลื่อนแผนพลังงานแห่งชาติและมาตรการด้านราคาพลังงานอย่างสร้างสรรค์

## ๖. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๖.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๖.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๖.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๖.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว

เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

  
ผู้ซื้อสื่อ  
วันที่ ๑๐/๑๕

๖.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๖.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๖.๗ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ สนพ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๖.๘ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๖.๙ ผู้ยื่นข้อเสนอที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลางที่เว็บไซต์ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

๖.๑๐ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลผู้ประกอบอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง และมีประสบการณ์ได้แก่

- การผลิต การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารองค์กร
- การผลิต การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์
- การจัดกิจกรรม อาทิ อบรม สัมมนา เสวนา หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๖.๑๑ ต้องเคยมีผลงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการให้กับหน่วยงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน และเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ โดยมีมูลค่างานจ้างไม่น้อยกว่า ๒ ล้านบาทต่อสัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ผลงาน โดยจะต้องแนบหนังสือรับรองผลงานและหรือสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิค

๖.๑๒ ต้องมีทีมงานที่มีความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ มีศักยภาพและความพร้อมที่จะทำงานได้ทันที ตลอดจนมีความเชี่ยวชาญและความชำนาญ ด้านประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนสายหลักและสายอื่นที่เกี่ยวข้อง ด้านการติดต่อ ประสานงาน และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลกับสื่อมวลชนทุกแขนง มีความสัมพันธ์อันดีกับนักวิชาการ ผู้นำทางความคิด องค์กรอิสระ และสังคมโซเชียลมีเดีย

๖.๑๓ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

- กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

- สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

## ๗. การยื่นข้อเสนอ

สนพ. จัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพและมีประสบการณ์ตรง โดยมีข้อกำหนดให้ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อ สนพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

สำหรับ  
หน้า ๑๑/๑๕

### ๗.๑ ข้อเสนอด้านราคา

- ๑) กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๖๐ วัน
- ๒) ราคาที่เสนอจะต้องเป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีอื่น ๆ (ถ้ามี) รวมค่าใช้จ่ายที่ส่งไปเรียบร้อยแล้ว

### ๗.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

- ๑) รายละเอียดแผนงานตามขอบเขตดำเนินงานตามข้อ ๔ (กิจกรรมที่ ๔.๑ - กิจกรรมที่ ๔.๕) และตารางแผนการดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน
- ๒) รายละเอียดแผนงาน กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ตารางการดำเนินงาน และ Specification การผลิตมาโดยละเอียด
- ๓) รายละเอียดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายพลังงานของประเทศไทย สถานการณ์พลังงานที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หรือแผนพลังงานชาติหรือแผนพลังงานอื่นที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาแผนงาน
- ๔) รายชื่อ ประวัติการทำงาน และผลงานของคณะทำงาน (ทีมงานหลักหรือผู้เชี่ยวชาญที่จะมาปฏิบัติงานในโครงการนี้) ประวัติและผลงานของผู้เสนอราคาที่ผ่านมา เฉพาะงานที่สำคัญ รายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา (ความยาวไม่เกิน ๑๕ หน้า)
- ๕) เอกสารรับรองผลงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการให้กับหน่วยงานรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือเอกชน โดยมีมูลค่างานจ้างไม่น้อยกว่า ๒ ล้านบาทต่อสัญญา จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ผลงาน โดยจะต้องแนบหนังสือรับรองผลงานและหรือสัญญาจ้างมาในข้อเสนอทางเทคนิค
- ๖) ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องพร้อมเข้านำเสนอ หรือชี้แจงแผนงานโดยละเอียดทันที ทั้งนี้ สนพ. จะได้แจ้งกำหนดการให้ทราบล่วงหน้า

### ๗.๓ หลักฐานและข้อเสนออื่น ๆ

ผู้เสนอราคาต้องยื่นเอกสารและหลักฐานอื่น มาพร้อมกับการเสนอราคาทางระบบ e-GP ดังนี้

- ๑) หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล
- ๒) บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการหรือกรรมการผู้จัดการ
- ๓) ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี)
- ๔) บัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี)
- ๕) หนังสือบริคณห์สนธิ (ถ้ามี)

โดยต้องรับรองสำเนาถูกต้องทุกฉบับ

## ๘. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์ด้านเทคนิค คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณาคัดเลือกจากผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นผู้ชนะการจ้าง โดยให้คะแนนตามปัจจัยและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

### ๘.๑ ด้านเทคนิค กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐

การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิคต้องมีรายละเอียดเป็นไปตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔ คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ ข้อ ๖ และการยื่นข้อเสนอข้อ ๗ โดย สนพ. จะพิจารณาข้อเสนอด้านเทคนิคที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

สุวิมล  
หน้าที ๑๒/๑๕



รายละเอียด	น้ำหนัก	คะแนน
<b>๑. ด้านเทคนิค</b>	<b>ร้อยละ ๘๐</b>	<b>๑๐๐</b>
<b>(๑) แนวคิดหลัก รูปแบบงาน และรายละเอียดแผนงานโดยรวม</b>		<b>๘๐</b>
๑.๑ แผนงานและวิธีการดำเนินงาน - แนวคิด ในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ - ความรู้ความเข้าใจในนโยบายพลังงานของประเทศไทย - ความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการดำเนินการและระยะเวลาการดำเนินงานในภาพรวม (Action Plan) พร้อมตารางการดำเนินงาน (Timeline) ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการในกรอบเวลาที่กำหนด		๓๐
๑.๒ กลยุทธ์การสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุก - วิธีการสื่อสารผ่านสื่อเทรดิชั่นแนล และสื่อออนไลน์ - รูปแบบคลิปวิดีโอสารคดีสั้น หรือ Motion-Graphic - รูปแบบกิจกรรมเสวนา หรือ สัมมนา		๓๐
๑.๓ คุณภาพทั่วไปของข้อเสนอ - รูปแบบการดำเนินงาน ความละเอียดของเนื้อหาซึ่งครอบคลุมตามข้อเสนอ - การเสนอตัวอย่างการออกแบบชิ้นงานเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ - ความครบถ้วนของเอกสารหลักฐานประกอบข้อเสนอ		๒๐

<b>(๒) คุณสมบัติของผู้เสนอราคา คณะทำงาน ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ</b> - หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงาน ของคณะทำงาน (Company Profile) โครงสร้างของทีมงาน ความรับผิดชอบ ความพร้อม และประสบการณ์ของทีมงาน - ผลงานที่ผ่านมาซึ่งเป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณะ ด้านการจัดทำประชาสัมพันธ์ โครงการให้กับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน การบริหารสื่อมวลชนสัมพันธ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ - ประวัติและผลงานผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ		<b>๒๐</b>
<b>รวมคะแนนด้านคุณภาพทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน</b>		

**๘.๒ ด้านราคา กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐**

ผู้ยื่นเสนอราคาต่ำสุดจะได้รับคะแนนเต็ม และผู้ยื่นเสนอราคาต่ำเป็นอันดับถัดไปจะได้คะแนนลดหลั่นกันไป

<b>๒. ด้านราคา</b>	<b>ร้อยละ ๒๐</b>	<b>๑๐๐</b>
<b>รวมคะแนนด้านราคาทั้งสิ้น ๑๐๐ คะแนน</b>		






หน้าที ๑๓/๑๕

#### ๙. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

สนพ. จะจ่ายค่าจ้างซึ่งได้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มตลอดจนภาษีอากรอื่น ๆ และค่าใช้จ่ายทั้งปวงด้วยแล้วให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้รับจ้าง โดยแบ่งเป็น ๔ งวด ดังนี้

**งวดที่ ๑** เป็นจำนวนเงินอัตราร้อยละ ๒๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ภายใน ๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. รายงานแผนการดำเนินงานโครงการ (Inception Plan) ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๑
๒. รายงานผลการดำเนินงาน ฉบับที่ ๑ (เดือนที่ ๑ - ๒) ความก้าวหน้าการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒
๓. จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑ และ ๒ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด และ USB Drive จำนวน ๖ ชุด

**งวดที่ ๒** เป็นจำนวนเงินอัตราร้อยละ ๓๐ เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ภายใน ๖ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. รายงานผลการดำเนินงาน ฉบับที่ ๒ (เดือนที่ ๓ - ๖) ความก้าวหน้าการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๕
๒. จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด และ USB Drive จำนวน ๖ ชุด

**งวดที่ ๓** เป็นจำนวนเงินอัตราร้อยละ ๓๐ เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ภายใน ๑๐ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. รายงานผลการดำเนินงาน ฉบับที่ ๓ (เดือนที่ ๗ - ๑๐) ความก้าวหน้าการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๕
๒. จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด และ USB Drive จำนวน ๖ ชุด

**งวดที่ ๔ (งวดสุดท้าย)** เป็นจำนวนเงินอัตราร้อยละ ๒๐ เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบงาน ภายใน ๑๒ เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับงานเรียบร้อยแล้ว ประกอบด้วย

๑. รายงานผลการดำเนินงาน ฉบับที่ ๔ (เดือนที่ ๑๑ - ๑๒) ความก้าวหน้าการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๒ - ๔.๕
๒. รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการ ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ ๔.๖
๓. จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ ๑ และ ๒ ในรูปแบบเอกสารให้แก่ สนพ. จำนวน ๖ ชุด และ USB Drive จำนวน ๖ ชุด

#### ๑๐. อัตราค่าปรับ

๑. กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่งโดยมิได้รับอนุญาตจาก สนพ. จะกำหนดค่าปรับสำหรับการฝ่าฝืนดังกล่าวเป็นจำนวนร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานจ้างช่วงนั้น

๒. กรณีที่ผู้รับจ้างผิดสัญญาอันเนื่องมาจากไม่สามารถปฏิบัติงานให้คล่องตามระยะเวลาที่สิ้นสุดสัญญาที่กำหนดไว้ ผู้รับจ้างยินยอมให้ผู้ว่าจ้างปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๒๐ (ศูนย์จุดสอง) ของราคาพัสดุที่ยังไม่ได้ส่งมอบ จนกว่าผู้รับจ้างจะปฏิบัติงานเสร็จสิ้นตามสัญญา

ศิริสวัสดิ์  
หน้า ๑๔/๑๕

อน

**๑๑. งบประมาณในการจ้าง**

๑๒,๘๐๘,๑๐๐ บาท (สิบสองล้านแปดแสนแปดพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

**๑๒. ข้อสงวนสิทธิ์**

สนพ. ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการดำเนินการจ้างฯ ในกรณีมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาตามที่ได้เจรจาตกลงว่าจ้าง โครงการสื่อสารสร้างความเข้าใจเชิงรุกต่อนโยบายและแผนพลังงาน หรือมีเหตุจำเป็นอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดทำสัญญาจ้างได้ ไม่ว่าด้วยกรณีใด ๆ ผู้ชนะการประกวดราคา จะเรียกร้องรับผลประโยชน์ใด ๆ มิได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

**๑๓. รายละเอียดเพิ่มเติม**

โปรดสอบถามไปยังสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) จะชี้แจงผ่านทางโทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๒ ๑๕๕๕ ต่อ ๔๘๐ ภายในวันกำหนดตามประกาศ

**๑๔. ผู้รับผิดชอบโครงการ**


กลุ่มช่วยอำนวยความสะดวกและสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขานุการกรม

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๒ ๑๕๕๕ ต่อ ๔๘๐, ๔๘๖

โทรสาร ๐ ๒๖๑๒ ๑๓๕๗

ลงนาม..........ประธานกรรมการ  
(นางดวงสุดา จิรประดิษฐกุล)

ลงนาม..........กรรมการ  
(นายทองศักดิ์ วงษ์ลา)

ลงนาม..........กรรมการ  
(นางสุพรรณิ เพ็งศาสตร์)

ลงนาม..........กรรมการ  
(นางสาวฉันทยา จันทร์เรือง)

ลงนาม..........กรรมการ  
(นางสาวสุรัสวดี โสภาการ)

 สรัสวดี  ฉันทยา   
หน้าที ๑๕/๑๕