



กรมพัฒนาพลังงานทดแทน
และอนุรักษ์พลังงาน
กระทรวงพลังงาน

รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของงานจ้าง
โครงการเผยแพร่นโยบายและข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทน
และอนุรักษ์พลังงานผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล
งบประมาณกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

โดย

กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม
กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน


(นายฤทธิชัย กิจประชากร)
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ


(นายชัยวัฒน์ ไชยสุข)
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ


(นางสาวฉัตรแก้ว ดีปัญญา)
เจ้าพนักงานประชาสัมพันธ์

มิถุนายน 2569

รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของงานจ้าง
การสื่อสารโครงการเผยแพร่นโยบายและข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์
พลังงานผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล

.....

1. หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสถานการณ์พลังงานโลกและประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงรอยต่อสำคัญของการเปลี่ยนผ่านทางพลังงาน (Energy Transition) โดยมีเป้าหมายหลักในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการลดก๊าซเรือนกระจก ซึ่งถือเป็นวาระแห่งชาติที่ต้องอาศัยการขับเคลื่อนร่วมกันจากทุกภาคส่วน กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจในการส่งเสริมผลักดัน และกำกับดูแลด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน จึงมีความจำเป็นต้องสื่อสารนโยบาย แผนงาน และผลสำเร็จของโครงการต่าง ๆ สู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางบริบทของการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Digital Disruption) ข้อมูลข่าวสารมีปริมาณมหาศาลและแพร่กระจายอย่างรวดเร็วผ่านหลากหลายแพลตฟอร์ม ก่อให้เกิดปัญหาการแพร่กระจายของข้อมูลที่คลาดเคลื่อนหรือบิดเบือน (Fake News) โดยเฉพาะในประเด็นด้านพลังงานซึ่งเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและมีเนื้อหาทางเทคนิคสูง ส่งผลให้ประชาชน นักลงทุน และผู้ประกอบการเกิดความสับสน และอาจนำไปสู่ทัศนคติในเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานตามนโยบายภาครัฐได้

นอกจากนี้ ในยุคที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบอัลกอริทึมของ Search Engine เข้ามามีบทบาทสำคัญในการคัดกรองและนำเสนอข้อมูลให้กับผู้ใช้งาน การสร้าง "ร่องรอยทางดิจิทัล" (Digital Footprint) ที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และตรวจสอบได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ข้อมูลของ พพ. เป็นชุดข้อมูลหลักที่ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าถึงและนำไปประมวลผลได้อย่างแม่นยำ

กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) จึงได้จัดทำ "โครงการเผยแพร่นโยบายและข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล" ขึ้น เพื่อเป็นกลไกเชิงรุกในการบริหารจัดการประเด็นสาธารณะ (Agenda Setting) ผ่านเครือข่ายสื่อมวลชนกระแสหลัก และสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อประชาชน โดยมุ่งเน้นการนำเสนอผลงานเชิงประจักษ์และการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างร่องรอยดิจิทัลที่มีมาตรฐาน อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายพลังงานของประเทศให้บรรลุเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงานที่ถูกต้อง ทันสมัย และเข้าใจง่ายผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของประชาชนและสร้าง "ดิจิทัล ฟุตพริ้นท์" ที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้

2.2 เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเชิงบวกของประชาชนต่อแนวนโยบายและภารกิจด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) การส่งเสริมพลังงานสะอาด และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกที่สามารถกำหนดประเด็นสาธารณะ (agenda setting) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งลดผลกระทบจากข่าวสารที่คลาดเคลื่อนหรือบิดเบือน

2.4 เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสื่อมวลชน และกลุ่มผู้นำทางความคิดหรือผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ ในการสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลด้านพลังงานอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม และสร้างผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชาชนทั่วไป

3.2 สื่อมวลชน

3.3 นักลงทุน/ผู้ประกอบการ

3.4 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

4. คุณสมบัติผู้ประสงค์จะเสนอราคา

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ พพ. ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

(1) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลัก มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(2) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

mp

gc

2 sw

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(3) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(3.1) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

(3.2) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้าที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (3.1) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มีการจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ 1 ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอ นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก 1 ปี ได้

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีรายงานงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศซึ่งยังไม่มีรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

(3) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน 500,000 บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน 90 วันก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

(4) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(4.1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทย

๗

๒๔๔

๖๖

แจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขา
รับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

(4.2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดา
ที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่า
งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือ
บริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์
และประกอบธุรกิจ ค่าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคาร
แห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับ
อนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค่าประกันตามประกาศของธนาคารกลาง
ต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวม
ของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่)
ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

(5) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่ไม่ได้
ถือสัญชาติไทยตามข้อ 2 ข้อ 3 และข้อ 4 (2) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศ
ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบ
จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการ
แล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศว่าด้วย
การรับรองเอกสาร พ.ศ. 2539 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ
หากผู้ยื่นข้อเสนอไม่ได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น
ยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(6) กรณีตาม ข้อ 1 – ข้อ 5 ไม่ใช่บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(6.1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(6.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติ
ล้มละลาย พ.ศ. 2483 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(6.3) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงาน
จ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว
ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(6.4) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา 56 วรรคหนึ่ง (2) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(6.5) การซื้ออสังหาริมทรัพย์และการเช่าอสังหาริมทรัพย์

(6.6) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ
ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

4.13 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ หรืองานที่คล้ายคลึงกับการจ้าง
ครั้งนี้ โดยมีผลงานในสัญญาเดียวกันวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สัญญา ภายในระยะเวลา
ไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันที่ยื่นเสนอราคา และเป็นผลงานที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จครบถ้วนตามสัญญา ทั้งนี้ ผลงานดังกล่าว
จะต้องเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้
โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบสำเนาสัญญาจ้างหรือสำเนาหนังสือรับรองผลงานตามสัญญา และขอบเขตของงาน (TOR)
มาพร้อมกับการเสนอราคาเพื่อประกอบการพิจารณา

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการโครงการเผยแพร่นโยบายและข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทน และการอนุรักษ์พลังงานผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล โดยยึดแนวทางการดำเนินงานเชิงรุก ครอบคลุม การวางแผน การผลิต การเผยแพร่ การจัดกิจกรรม และการติดตามประเมินผล เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีต่อการดำเนินนโยบายด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงานของกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 การรวบรวมข้อมูลและจัดทำแผนการสื่อสาร

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลนโยบาย มาตรการ แผนงาน และทิศทางการดำเนินงานด้านพลังงานทดแทน การอนุรักษ์พลังงาน และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) เพื่อจัดทำข้อมูลหลัก (Key Messages) ประเด็นสื่อสาร (Communication Themes) และสารสำคัญ (Core Messages) สำหรับใช้เป็นกรอบแนวทางในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลอดระยะเวลาโครงการ

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดทำแผนการสื่อสาร ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

- 1) การวิเคราะห์สถานการณ์และบริบทการสื่อสารด้านพลังงาน
- 2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
- 3) การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสาร
- 4) กลยุทธ์และแนวทางการสื่อสาร
- 5) รูปแบบสื่อและช่องทางการเผยแพร่
- 6) แผนระยะเวลาและลำดับการดำเนินงาน (Timeline) และ
- 7) แนวทางการติดตามและประเมินผลการสื่อสาร โดยต้องจัดทำในรูปแบบเอกสารรายงาน

พร้อมสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) และนำเสนอให้ พพ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

5.2 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 11 ครั้ง เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการรับรู้ในวงกว้างเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานด้านพลังงานทดแทน และการอนุรักษ์พลังงานของ พพ. ทั้งนี้ การดำเนินงานต้องครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน การจัดกิจกรรม การประสานงานสื่อมวลชน การบริหารจัดการหน้างาน และการสรุปผลการดำเนินงาน ดังนี้

5.2.1 กิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบาย จำนวน 7 ครั้ง

กิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบาย จำนวน 7 ครั้ง ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดกิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การแถลงข่าว พิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) การเสวนาเชิงนโยบาย หรือกิจกรรมให้ความรู้แก่สื่อมวลชน และกลุ่มเป้าหมาย โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 50 คน โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานอย่างน้อย ดังนี้

- 1) จัดทำข้อเสนอรูปแบบกิจกรรม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ แนวคิด รูปแบบกิจกรรม สถานที่จัดงาน กลุ่มเป้าหมาย แผนการประชาสัมพันธ์ก่อนและหลังการจัดกิจกรรม และตารางกำหนดการดำเนินงาน เสนอให้ พพ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ

- 2) ประสานงานเชิญผู้บริหาร พพ. ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นวิทยากร เพื่อถ่ายทอดข้อมูลนโยบายและสร้างความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย
- 3) จัดเตรียมและจัดทำเอกสารประกอบกิจกรรม (Press Kit) เช่น กำหนดการ ข่าวประชาสัมพันธ์ เอกสารข้อมูลนโยบาย และสื่อประกอบการนำเสนอ พร้อมสิ่งบรรจุเอกสาร จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชุด สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 4) จัดเตรียมและตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรมให้มีความเหมาะสม สวยงาม เช่น มุมนิทรรศการ ฉากหลังเวที (Backdrop) ระบบภาพและเสียง ระบบถ่ายทอดสด (ถ้ามี)
- 5) จัดเตรียมอาหาร จำนวน 1 มื้อ และอาหารว่างพร้อมเครื่องดื่ม จำนวน 1 มื้อ สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 50 คนต่อครั้ง
- 6) ดำเนินการประชาสัมพันธ์และขยายผลการจัดกิจกรรม เพื่อให้เกิดการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักไม่น้อยกว่า 10 สื่อ และสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง
- 7) จัดเตรียมรถตู้รับ - ส่ง สำหรับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และผู้เข้าร่วมงาน
- 8) จัดทำรายงานสรุปผลการจัดกิจกรรม พร้อมสรุปผลการตอบรับของผู้เข้าร่วม และสื่อมวลชน และจัดทำ Clipping News เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการประเมินผลโครงการ

5.2.2 กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร จำนวน 4 ครั้ง

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจรเพื่อเผยแพร่ข้อมูลนโยบาย และผลการดำเนินงานด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงานในพื้นที่จริง โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน อย่างน้อย ดังนี้

- 1) จัดทำข้อเสนอการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ รูปแบบกิจกรรม สถานที่ หรือพื้นที่ดำเนินงาน กลุ่มสื่อมวลชนที่จะเข้าร่วม แนวคิดการนำเสนอประเด็นข่าว ตารางกำหนดการ (Timeline) แผนการประชาสัมพันธ์ก่อนและหลังการจัดกิจกรรม และลำดับกิจกรรมโดยละเอียด เสนอให้ พพ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ
- 2) ดำเนินการประสานงานการเข้าเยี่ยมชมพื้นที่หรือโครงการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวางแผนการเดินทางให้เหมาะสมและปลอดภัย โดยต้องมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 20 คนต่อครั้ง และต้องมีสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 10 สื่อต่อครั้ง ผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางของสื่อมวลชนและผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยจัดให้มีพาหนะที่ปลอดภัย เหมาะสม และเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- 3) จัดเตรียมสถานที่พักที่จัดระเบียบถูกต้องตามกฎหมาย และมีมาตรฐานระดับ ไม่น้อยกว่า 3 ดาว หรือเทียบเท่า โดยต้องได้รับการจัดระดับจาก กรมการท่องเที่ยว หรือระบบการจัดระดับสากล/เอกชนที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (เช่น มาตรฐานการจัดระดับโรงแรมขององค์กรวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว หรือแพลตฟอร์มสากล) มีความสะอาด ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสมต่อการเข้าพัก และการปฏิบัติงาน
- 4) จัดเตรียมอาหารและอาหารว่างและเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับลักษณะกิจกรรม และเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยคำนึงถึงความเหมาะสม ความสะอาด และความปลอดภัย
- 5) จัดเตรียมเอกสารประกอบกิจกรรม (Press Kit) เช่น กำหนดการ ข่าวประชาสัมพันธ์ เอกสารข้อมูล และสื่อประกอบการบรรยาย พร้อมสิ่งบรรจุเอกสาร
- 6) ดำเนินการบริหารจัดการอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชน การประสานงาน วิทยากรหรือผู้ให้ข้อมูล และการดูแลความเรียบร้อยตลอดระยะเวลากิจกรรม

7) ดำเนินการขยายผลการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์จากกิจกรรมผ่านสื่อมวลชน และสื่อออนไลน์ พร้อมจัดทำ Clipping News

8) จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นและวัดผลความพึงพอใจจากสื่อมวลชนที่เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมจัดทำรายงานสรุปผลและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานในครั้งถัดไป

5.3 การผลิตสื่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงานตามแผนปฏิบัติการสื่อสารที่ได้รับความเห็นชอบจาก พพ. โดยครอบคลุมการวางแผนการผลิต การดำเนินการผลิต การเผยแพร่ และการรายงานผลการดำเนินงาน ดังนี้

5.3.1 สื่อโทรทัศน์

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตคลิปข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารนโยบาย มาตรการ และผลการดำเนินงานด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน โดยมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

- 1) ความยาวคลิปไม่น้อยกว่า 2 นาทีต่อชิ้นงาน จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ชิ้น
- 2) ดำเนินการตั้งแต่การวางแผนการนำเสนอ การจัดทำสคริปต์ข่าว การถ่ายทำ การตัดต่อ และการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ก่อนเผยแพร่
- 3) รูปแบบการนำเสนอเป็นเชิงข่าวหรือสารคดีข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์
- 4) เผยแพร่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข่าวสารระดับประเทศ หรือระดับภูมิภาค โดยผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมหลักฐานการออกอากาศเพื่อใช้ประกอบการตรวจรับงาน

5.3.2 สื่อออนไลน์และสื่อดิจิทัล

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยครอบคลุมขั้นตอนการวางแผน การผลิต การเผยแพร่ และการติดตามประเมินผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) อินโฟกราฟิก ผู้รับจ้างต้องออกแบบและจัดทำอินโฟกราฟิก จำนวนไม่น้อยกว่า 180 ชิ้นงาน โดยดำเนินการตั้งแต่การกำหนดประเด็นเนื้อหา การออกแบบแนวคิด (Concept) การเรียบเรียงข้อมูลให้ เข้าใจง่าย ถูกต้องตามนโยบายและข้อมูลทางวิชาการด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน การออกแบบกราฟิก และการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มออนไลน์แต่ละประเภท ทั้งนี้ ต้องเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของ พพ. และเครือข่ายพันธมิตร โดยมุ่งเป้าให้มียอดการเข้าถึง อินโฟกราฟิก จำนวนไม่น้อยกว่า 180 ชิ้นงาน สะสมรวมกันไม่น้อยกว่า 1,000,000 ครั้ง พร้อมจัดเก็บสถิติ การเข้าถึงและลิงก์การเผยแพร่เป็นหลักฐานประกอบการตรวจรับ

(2) บทความข่าวประชาสัมพันธ์ ผู้รับจ้างต้องจัดทำและเผยแพร่บทความข่าว ประชาสัมพันธ์เชิงข้อมูลหรือเชิงอธิบายนโยบาย จำนวน 5 ชิ้นงาน โดยครอบคลุมประเด็นนโยบาย มาตรการ หรือผลการดำเนินงานด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน ดำเนินการตั้งแต่การค้นคว้าข้อมูล การเรียบเรียงบทความ การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และการประสานงานเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ข่าว หรือบล็อกที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์สะสมไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้งต่อเดือน พร้อมจัดทำ หลักฐานการเผยแพร่และสถิติการเข้าชมเพื่อใช้ประกอบการรายงานผล

(3) วิดีโอสัมภาษณ์หรือการถ่ายทอดสด (Live) ผู้รับจ้างต้องผลิตวิดีโอสัมภาษณ์ หรือการถ่ายทอดสด ความยาวไม่น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 5 ครั้ง โดยดำเนินการครบถ้วนตั้งแต่การกำหนด

๗

24

7

ประเด็นและแนวคำถาม การประสานงานผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การถ่ายทำ หรือถ่ายทอดสด การควบคุมคุณภาพด้านภาพและเสียง การตัดต่อ (กรณีเป็นวิดีโอบันทึกเทป) และการเผยแพร่ผ่านเพจข่าว ช่องยูทูบ หรือช่องทางของ KOL/Influencer ที่มียอดผู้ติดตามมากกว่า 1,000,000 คน โดยต้องมียอดการมีส่วนร่วม (Like, Share, Comment) รวมไม่น้อยกว่า 5,000 ครั้ง พร้อมจัดทำรายงาน ผลการเผยแพร่

(4) การเผยแพร่ผ่าน KOL/Influencer ผู้รับจ้างต้องผลิตและเผยแพร่ข่าว และอินโฟกราฟิกผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL/Influencer) ที่มียอดผู้ติดตามมากกว่า 1,000,000 คน จำนวน 10 ครั้ง โดยต้องกำหนดรูปแบบเนื้อหา แนวทางการนำเสนอ ระยะเวลาและช่วงการเผยแพร่ที่เหมาะสม รวมถึงติดตามและสรุปผลการมีส่วนร่วม (Like, Share, Comment) รวมไม่น้อยกว่า 10,000 ครั้ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการประเมินประสิทธิภาพการสื่อสาร

(5) สารคดีเชิงข่าวออนไลน์ ผู้รับจ้างต้องผลิตสารคดีเชิงข่าวออนไลน์ ความยาว ไม่น้อยกว่า 5 นาที จำนวน 10 ชิ้นงาน โดยมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหานโยบาย ผลลัพธ์การดำเนินงาน หรือกรณีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม (Case Study) ดำเนินการตั้งแต่การวางแผนคิด การเขียนบท การถ่ายทำ การตัดต่อ และการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามมากกว่า 1,000,000 คน โดยตั้งเป้าหมายให้มียอดการมีส่วนร่วม (Like, Share, Comment) รวมไม่น้อยกว่า 10,000 ครั้ง

ทั้งนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดเก็บไฟล์ต้นฉบับ (Source File) ลิงก์การเผยแพร่ และสถิติ การเข้าถึง/การมีส่วนร่วมของสื่อออนไลน์ทุกประเภท โดยใช้สถิติจากแพลตฟอร์มของสื่อหรือเครื่องมือ วิเคราะห์ที่เป็นมาตรฐานสากล เพื่อใช้ประกอบการรายงานผลการดำเนินงานและการตรวจรับงานของ พพ.

5.3.3 สื่อมวลชน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน เพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และการยอมรับของข้อมูลนโยบายด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน โดยต้องดำเนินงานอย่างเป็นระบบ การผลิตเนื้อหา การประสานงานสื่อ การเผยแพร่ และการติดตาม ประเมินผล ดังนี้

(1) การจัดทำและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ผู้รับจ้างต้องจัดทำ ข่าวประชาสัมพันธ์ข้อมูลนโยบาย มาตรการ และผลการดำเนินงานของโครงการ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ข่าว โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างน้อย ได้แก่ การกำหนดประเด็นข่าวและมุมการนำเสนอการรวบรวม และตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การเรียบเรียงข่าวในรูปแบบข่าวมาตรฐาน การเสนอ ร่างข่าวให้ พพ. พิจารณาให้ความเห็นชอบก่อนเผยแพร่ และการประสานงานนำส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนกระแสหลัก ทุกแขนง ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ วิทยุ และโทรทัศน์ พร้อมจัดเก็บหลักฐานการเผยแพร่เพื่อใช้ประกอบการ ตรวจรับงาน

(2) การติดตามและสรุปผลการเผยแพร่ข่าว (Clipping News) ผู้รับจ้างต้องติดตาม รวบรวม และจัดทำสรุปผลการเผยแพร่ข่าวจากสื่อมวลชนทุกแขนงที่ได้นำข่าวประชาสัมพันธ์ไปเผยแพร่ โดยต้องจัดทำ Clipping News ระบุชื่อสื่อ วันที่เผยแพร่ รูปแบบการนำเสนอ และช่องทางการเผยแพร่ พร้อม จัดทำรายงานที่แสดงถึงจำนวนครั้งของการเผยแพร่ มูลค่าการเผยแพร่ข่าว (PR Value) และประสิทธิภาพ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการประเมินผลการดำเนินงานและความคุ้มค่า ของโครงการ

5.4 การติดตามและประเมินผล

ดำเนินการติดตามประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ด้วยการทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพเพื่อวัดระดับการรับรู้โครงการ และความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 350 กลุ่มตัวอย่าง โดยให้เสนอระเบียบวิธีติดตามประเมินผลที่เหมาะสม และรายงานผลการดำเนินงานเพื่อนำผลที่ได้รับมาพัฒนาปรับปรุงโครงการ ต่อไป ดังนี้

5.4.1 นำเสนอแผนการศึกษา สํารวจ วิเคราะห์ ติดตามประเมินผลในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) หรือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะต้องนำเสนอรูปแบบประกอบด้วย กรอบการศึกษาวิจัย วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตการศึกษากลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษา ระเบียบวิธีวิจัย การกำหนดพื้นที่ในการสำรวจ การกลั่นกรองคุณภาพ การติดตามประเมินผล การจัดทำรายงานตารางการดำเนินงาน และตัวอย่างแบบสอบถามหรือประเด็นคำถาม

5.4.2 จัดส่งข้อมูลผลการวิเคราะห์เบื้องต้นให้ พพ. ภายใน 30 วัน (นับจากวันสุดท้ายของการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้นตามแผนงานเก็บข้อมูลที่ได้รับการอนุมัติ) ประกอบด้วย สรุปรายงานจำนวนพื้นที่สื่อหรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ และประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย และมูลค่าสื่อจากการประเมิน เพื่อปรับปรุงพัฒนาและข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ในอนาคต

ทั้งนี้ ขั้นตอน/ขอบเขตการดำเนินงานสามารถเปลี่ยนแปลงรายละเอียดผลการดำเนินงานหรือกิจกรรมและรายจ่ายได้ตามความเหมาะสม ตามความเห็นชอบของ พพ. โดยคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

6. ข้อกำหนดรายละเอียด

6.1 ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) โดยละเอียดตลอดจนการดำเนินงาน เพื่อประกอบการพิจารณาแผนงาน ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ

6.2 ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีบุคลากรดำเนินงานโครงการ ดังนี้

6.2.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) จำนวน 1 คน ทำหน้าที่กำกับ ควบคุม และบริหารจัดการโครงการในภาพรวม วางแผนการดำเนินงาน กำหนดทิศทางการสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ และต้องมีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารองค์กรกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

6.2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน ทำหน้าที่วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย วางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร กำหนดแนวทางและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบาย เพื่อให้กิจกรรมและสื่อภายใต้โครงการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องมีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารองค์กรกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

6.2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์งาน จำนวน 1 คน ทำหน้าที่กำหนดแนวคิด (Concept) รูปแบบการนำเสนอ และการออกแบบกิจกรรมและสื่อภายใต้โครงการให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และต้องมีประสบการณ์ด้านการสร้างสรรค์งานสื่อหรือกิจกรรมประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

6.2.4 เจ้าหน้าที่บริหารโครงการและประสานงาน จำนวน 1 คน ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานโครงการ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดเตรียมเอกสาร จัดประชุม และติดตามความก้าวหน้าของโครงการ และต้องมีประสบการณ์ด้านการประสานงานโครงการ หรือการบริหารงานทั่วไปกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

6.3 ต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมาย ด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์หรือปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับผิดชอบในกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว

6.4 ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนงานให้ พพ. พิจารณาก่อนดำเนินงาน โดยเข้าร่วมประชุมกับ พพ. คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ และต้องทำรายงานการประชุมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง

6.5 ผู้รับจ้างต้องเสนอข้อมูลให้ พพ. ตรวจสอบก่อนการดำเนินงานทุกครั้ง หากมีการแก้ไขต้องดำเนินการแก้ไขโดยด่วนและต้องส่งให้ พพ. ตรวจสอบก่อนดำเนินการเผยแพร่หรือจัดกิจกรรมใดๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ พพ. ทุกครั้ง

6.6 ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ

7 วงเงินในการจัดจ้าง

9,587,700 บาท (เก้าล้านห้าแสนแปดหมื่นเจ็ดพันเจ็ดร้อยบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

หมายเหตุ ได้รับจัดสรรงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

8. ระยะเวลาดำเนินการ

แล้วเสร็จภายใน 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

9. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

9.1 การส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้าง

พพ. กำหนดให้มีการส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้างแบ่งเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 20 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานแล้วเสร็จ พร้อมส่งมอบงานภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) แผนการดำเนินงานทั้งหมดโดยละเอียด ตามข้อ 6.1 - 6.2 ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา
- 2) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลและจัดทำแผนการสื่อสาร คัดเลือกเนื้อหาและสื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย พิจารณาประสิทธิภาพการเข้าถึงสื่อ สร้างความน่าเชื่อถือและการอ้างอิงข้อมูล และจัดทำแผนปฏิบัติการสื่อสาร ตามข้อ 5.1 - 5.4
- 3) ผลิตอินโฟกราฟิก และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ของ พพ. ตามข้อ 5.3.2 (1) จำนวน 30 ชิ้น
- 4) จัดทำบทความข่าวประชาสัมพันธ์เชิงข้อมูลหรือเชิงอธิบายนโยบาย ตามข้อ 5.3.2 (2) จำนวน 1 ชิ้น
- 5) ผลิตและเผยแพร่ข่าวหรืออินโฟกราฟิกผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL/Influencer) ตามข้อ 5.3.2 (4) จำนวน 1 ครั้ง
- 6) ผลิตสารคดีข่าวออนไลน์ ความยาวไม่น้อยกว่า 5 นาที และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก ตามข้อ 5.3.2 (5) จำนวน 1 ชิ้นงาน

- 7) ผลิตรายการสัมภาษณ์หรือการถ่ายทอดสด ความยาวไม่น้อยกว่า 15 นาที ตามข้อ 5.3.2 (3) จำนวน 1 ครั้ง
- 8) จัดกิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบาย ตามข้อ 5.2.1 จำนวน 1 ครั้ง
- 9) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ 1) - 8) ในรูปแบบของเอกสารให้แก่ พพ. จำนวน 5 ชุด และ USB Drive จำนวน 5 ชุด

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานแล้วเสร็จ พร้อมส่งมอบงานภายใน 120 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) ผลิตคลิปข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงข่าว ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที และเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวน 4 ชิ้น/ ครั้ง
- 2) ผลิตอินโฟกราฟิก และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ของ พพ. ตามข้อ 5.3.2 (1) จำนวน 60 ชิ้น
- 3) จัดทำบทความข่าวประชาสัมพันธ์เชิงข้อมูลหรือเชิงอธิบายนโยบาย ตามข้อ 5.3.2 (2) จำนวน 2 ชิ้น
- 4) ผลิตและเผยแพร่ข่าวหรืออินโฟกราฟิกผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL/Influencer) ตามข้อ 5.3.2 (4) จำนวน 3 ครั้ง
- 5) ผลิตสารคดีข่าวออนไลน์ ความยาวไม่น้อยกว่า 5 นาที และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก ตามข้อ 5.3.2 (5) จำนวน 4 ชิ้นงาน
- 6) ผลิตรายการสัมภาษณ์หรือการถ่ายทอดสด ความยาวไม่น้อยกว่า 15 นาที ตามข้อ 5.3.2 (3) จำนวน 2 ครั้ง
- 7) จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour/ Press Visit) ตามข้อ 5.2.2 จำนวน 1 ครั้ง
- 8) จัดกิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบาย ตามข้อ 5.2.1 จำนวน 3 ครั้ง
- 9) จัดทำและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ตามข้อ 5.3.3 จำนวน 4 ข่าว
- 10) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ 1) - 9) ในรูปแบบของเอกสารให้แก่ พพ. จำนวน 5 ชุด และ USB Drive จำนวน 5 ชุด

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานแล้วเสร็จ พร้อมส่งมอบงานภายใน 210 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

- 1) ผลิตคลิปข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงข่าว ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที และเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวน 4 ชิ้น/ ครั้ง
- 2) ผลิตอินโฟกราฟิก และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ของ พพ. ตามข้อ 5.3.2 (1) จำนวน 60 ชิ้น
- 3) จัดทำบทความข่าวประชาสัมพันธ์เชิงข้อมูลหรือเชิงอธิบายนโยบาย ตามข้อ 5.3.2 (2) จำนวน 2 ชิ้น
- 4) ผลิตและเผยแพร่ข่าวหรืออินโฟกราฟิกผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL/Influencer) ตามข้อ 5.3.2 (4) จำนวน 3 ครั้ง

MT

29

11

29

- 5) ผลิตสารคดีข่าวออนไลน์ ความยาวไม่น้อยกว่า 5 นาที และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก ตามข้อ 5.3.2 (5) จำนวน 3 ชิ้นงาน
- 6) ผลิตวิดีโอสัมภาษณ์หรือการถ่ายทอดสด ความยาวไม่น้อยกว่า 15 นาที ตามข้อ 5.3.2 (3) จำนวน 2 ครั้ง
- 7) จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour/ Press Visit) ตามข้อ 5.2.2 จำนวน 1 ครั้ง
- 8) จัดกิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบาย ตามข้อ 5.2.1 จำนวน 2 ครั้ง
- 9) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ 1) – 8) ในรูปแบบของเอกสารให้แก่ พพ. จำนวน 5 ชุด และ USB Drive จำนวน 5 ชุด

งวดที่ 4 (งวดสุดท้าย) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 20 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 5 แล้วเสร็จทั้งหมด พร้อมส่งมอบงานภายใน 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) ผลิตอินโฟกราฟิก และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ของ พพ. ตามข้อ 5.3.2 (1) จำนวน 30 ชิ้น
- 2) ผลิตคลิปข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงข่าว ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที และเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์ ตามข้อ 5.3.1 จำนวน 2 ชิ้น/ครั้ง
- 3) ผลิตและเผยแพร่ข่าวหรืออินโฟกราฟิกผ่านช่องทางของผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL/Influencer) ตามข้อ 5.3.2 (4) จำนวน 3 ครั้ง
- 4) ผลิตสารคดีข่าวออนไลน์ ความยาวไม่น้อยกว่า 5 นาที และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก ตามข้อ 5.3.2 (5) จำนวน 2 ชิ้นงาน
- 5) จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร (Press Tour/ Press Visit) ตามข้อ 5.2.2 จำนวน 2 ครั้ง
- 6) จัดกิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารและสร้างการรับรู้ด้านนโยบาย ตามข้อ 5.2.1 จำนวน 1 ครั้ง
- 7) จัดทำและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) ตามข้อ 5.3.3 จำนวน 6 ข่าว
- 8) การติดตามประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสาร
- 9) ส่งมอบเนื้อหาจัดทำเป็นรูปเล่มพร้อมบันทึกในรูปแบบไฟล์ word และ pdf ลงใน USB Drive จำนวน 5 ชุด ประกอบด้วย
 - ที่มาและขั้นตอนการดำเนินโครงการดังกล่าว
 - บทสรุปผู้บริหาร
 - บทสรุปของการดำเนินงานทั้งหมด
 - ส่งมอบไฟล์ทั้งหมด (สื่อและไฟล์ต้นฉบับ) ของโครงการที่ผลิตแล้วเสร็จที่มีความละเอียดสูง พร้อมบันทึกลงใน external hard disk เพื่อ พพ. จะได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ทั้งนี้ ในการส่งมอบงานแต่ละงวด ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุอาจกำหนดให้มีการประชุมเพื่อติดตามความก้าวหน้าเป็นระยะตามความจำเป็นและเหมาะสม

9.2 การปรับ

9.2.1 หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและ พพ. มิได้บอกเลิกสัญญา พพ.จะปรับผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 ของค่าจ้างทั้งหมดต่อวัน นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จตามสัญญา

9.2.2 ห้ามผู้รับจ้าง นำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่ง หากฝ่าฝืน พพ. กำหนดโทษปรับเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา

10. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

พพ. จัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพประสบการณ์ตรงในโครงการที่มีการดำเนินการงานประชาสัมพันธ์ โดยมีข้อกำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องจัดทำเอกสารข้อเสนอ สำหรับเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นคนรับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่ พพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

10.1 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานตามเอกสารประกวดราคาจ้างโดยการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โครงการเผยแพร่นโยบายและข้อมูลข่าวสารด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานผ่านสื่อมวลชนและสื่อดิจิทัล

ส่วนที่ 1 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(ข) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(2) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช่นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่ได้ถือสัญชาติไทย พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(3) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า และเอกสารตามที่ระบุไว้ใน (1) หรือ (2) ของผู้ร่วมค้า แล้วแต่กรณี

(4) ผู้ยื่นข้อเสนอต้องยื่นสำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม สำเนาหนังสือแสดงวัตถุประสงค์ในการทำการค้าหรือประกอบธุรกิจของนิติบุคคลนั้น ๆ พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

ส่วนที่ 2 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนให้แนบหนังสือมอบอำนาจซึ่งติดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย โดยมีหลักฐานแสดงตัวตนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ทั้งนี้ หากผู้รับมอบอำนาจเป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นผู้ที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายแล้วเท่านั้น

(2) สำเนาใบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (ถ้ามี)

(3) ผู้ยื่นข้อเสนอ จะต้องแนบใบเสนอราคาพร้อมกรอกข้อมูลให้ครบถ้วน (แบบฟอร์มตามเอกสารแนบท้าย)

10.2 รายละเอียดแผนงานตามข้อกำหนดรายละเอียดการดำเนินงานตามข้อ 5 และตารางดำเนินงานโดยละเอียดทุกขั้นตอน

10.3 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ หรืองานที่คล้ายคลึงกับการจ้างครั้งนี้ โดยมีผลงานในสัญญาเดียวกันวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สัญญา ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันที่ยื่นเสนอราคา และเป็นผลงานที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จครบถ้วนตามสัญญา ทั้งนี้ ผลงานดังกล่าวจะต้องเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบสำเนาสัญญาจ้าง หรือสำเนาหนังสือรับรองผลงานตามสัญญา และขอบเขตของงาน (TOR) มาพร้อมกับการเสนอราคาเพื่อประกอบการพิจารณา

10.4 ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

การนำเสนอแนวคิดรูปแบบรายละเอียดการดำเนินโครงการตามข้อ 5 ขอบเขตการดำเนินงาน และข้อ 6 ข้อกำหนดรายละเอียด ทั้งหมด ประกอบด้วย

(1) รายละเอียดแผนงาน ตามข้อ 5 ขอบเขตการดำเนินงาน และข้อ 6 ข้อกำหนดรายละเอียด และตารางแผนการดำเนินงานโดยละเอียด

(2) รายละเอียดแผนงาน กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมและสื่อต่างๆ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และ Specification การผลิตมาโดยละเอียด

(3) ตัวอย่างชิ้นงานประชาสัมพันธ์

(4) รายชื่อ ประวัติการทำงาน และผลงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโครงการนี้ ประวัติ และผลงานของผู้เสนอราคาที่ผ่านมา เฉพาะงานที่สำคัญรายชื่อและประวัติการทำงานผู้ทรงคุณวุฒิและหรืออาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการ รวมถึงประสบการณ์และผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา

10.5 ข้อเสนอด้านราคา กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 120 วัน นับแต่วันเสนอราคา พร้อมรายละเอียดของค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วน และเงื่อนไขการส่งมอบงาน

11. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ในข้อ 4 จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอตามข้อกำหนดรายละเอียดต่อไป

11.1 หลักเกณฑ์การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอราคาใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น ซึ่งผู้เสนอราคาต้องทำข้อเสนอตามข้อ 5 ขอบเขตการดำเนินงาน และข้อ 6 ข้อกำหนดรายละเอียดการดำเนินงาน โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

(1) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (100 คะแนน)

(2) ราคาที่ยื่นเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 (100 คะแนน)

11.2 การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค พพ. กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 เพื่อใช้ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ โดยมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
1.	แนวคิดและแผนการดำเนินงาน	15 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 12) แบ่งเป็น		
	1.1 แนวคิดและแผนการสื่อสาร ให้ครอบคลุมรายละเอียด ตามข้อ 5.1 (1) นำเสนอแนวคิดในการปฏิบัติงานสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ ชัดเจน และครบถ้วนสมบูรณ์ (10 คะแนน) (2) นำเสนอแนวคิดในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการบางส่วน (5 คะแนน) (3) นำเสนอแนวคิดในการปฏิบัติงาน ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ (3 คะแนน) (4) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)	10 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 8)	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยให้แสดงแนวคิดในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้าใจ และวิเคราะห์สถานการณ์ได้ดี และมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานได้จริง	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำเสนอ และพิจารณาจากผู้แนะนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา
	1.2 ความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการ และระยะเวลาการดำเนินงานในภาพรวม (Action Plan) พร้อมตารางดำเนินงาน (Timeline) ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการในกรอบเวลาที่กำหนด (1) นำเสนอแผนปฏิบัติการและระยะเวลาการดำเนินงานในภาพรวม (Action Plan) พร้อมตารางดำเนินงาน (Timeline) ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการในกรอบเวลาที่กำหนด ได้อย่างชัดเจน สอดคล้องการขอบเขตการดำเนินงานได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ (5 คะแนน) (2) นำเสนอแผนปฏิบัติการและระยะเวลาการดำเนินงานในภาพรวม (Action Plan) พร้อมตารางดำเนินงาน (Timeline) ที่สามารถแสดงให้เห็นถึง	5 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 4)	พิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่ผู้ยื่นเสนอมานำเสนอ โดยตรวจสอบ Action Plan และ Timeline ในด้านโครงสร้างและลำดับกิจกรรมความเชื่อมโยงของขั้นตอนการดำเนินงานกับกรอบระยะเวลาและความสอดคล้องกับขอบเขตของโครงการรวมถึงความชัดเจนของรายละเอียดกิจกรรมและ	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำเสนอ และพิจารณาจากผู้แนะนำเสนอที่ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	ความสำเร็จของโครงการในรอบเวลาที่กำหนด ได้อย่างชัดเจน สอดคล้องการขอบเขตการดำเนินงานได้ดี แต่ยังไม่ครบถ้วน (4 คะแนน) (3) นำเสนอแผนปฏิบัติการและระยะเวลาการดำเนินงานในภาพรวม (Action Plan) พร้อมตารางดำเนินงาน (Timeline) ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการในรอบเวลาที่กำหนด ยังไม่ชัดเจน สอดคล้องการขอบเขตการดำเนินงานบางส่วน (3 คะแนน) (4) นำเสนอแผนปฏิบัติการและระยะเวลาการดำเนินงานในภาพรวม (Action Plan) พร้อมตารางดำเนินงาน (Timeline) ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการในรอบเวลาที่กำหนด ยังไม่ชัดเจน ไม่สอดคล้องการขอบเขตการดำเนินงาน (2 คะแนน) (5) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)		ช่วงเวลาดำเนินงานตลอดจนความเป็นไปได้ในการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	
2.	กลยุทธ์การสื่อสารสร้างการรับรู้และความเข้าใจเชิงรุก	25 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 20) แบ่งเป็น		
	2.1 รูปแบบและรายละเอียดการดำเนินการกิจกรรม ตามข้อ 5.2 (1) นำเสนอรูปแบบรายละเอียดการดำเนินการ ครบถ้วนและชัดเจน (10 คะแนน) (2) นำเสนอรูปแบบและรายละเอียดการดำเนินการครบถ้วน แต่ไม่ชัดเจน (5 คะแนน) (3) นำเสนอรูปแบบและรายละเอียดการดำเนินการไม่ครบถ้วน และ/หรือไม่ชัดเจน (3 คะแนน) (4) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)	10 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 8)	พิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่ผู้ยื่นเสนอมานำ โดยตรวจสอบแนวคิดและรูปแบบกิจกรรม การออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ความน่าสนใจและความสามารถในการสร้างการมีส่วนร่วม ลำดับขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำ และการให้คะแนนคิดจากผู้ยื่นเสนองานที่ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	2.2 รูปแบบและวิธีการสื่อสารผ่านสื่อ เทรตดิชั่นแนล สื่อออนไลน์ ตามข้อ 5.3 (1) นำเสนอรูปแบบและวิธีการ สื่อสารผ่านสื่อเทรตดิชั่นแนล สื่อออนไลน์ ได้อย่างชัดเจน สื่อที่ใช้มีความเหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างครบถ้วน สมบูรณ์ (15 คะแนน) (2) นำเสนอรูปแบบและวิธีการ สื่อสารผ่านสื่อเทรตดิชั่นแนล สื่อออนไลน์ ได้อย่างชัดเจน สื่อที่ใช้มีความเหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ครบถ้วน (10 คะแนน) (3) นำเสนอรูปแบบและวิธีการ สื่อสารผ่านสื่อเทรตดิชั่นแนล สื่อออนไลน์ ยังไม่ชัดเจน สื่อที่ใช้ยังไม่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย (5 คะแนน) (4) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)	15 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 12)	พิจารณาจาก เอกสารข้อเสนอที่ ผู้ยื่นเสนอมา โดย ตรวจสอบการ เลือกใช้สื่อ เทรตดิชั่นแนลและ สื่อออนไลน์ ความ เหมาะสมของ ประเภทสื่อและ ช่องทางการสื่อสาร กับกลุ่มเป้าหมาย ความหลากหลาย และประสิทธิภาพ ของการใช้สื่อ ความสามารถใน การสร้างการรับรู้ และการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความ สอดคล้องกับแผน ประชาสัมพันธ์และ วัตถุประสงค์ของ โครงการ	คณะกรรมการจะ พิจารณาโดย เปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน คิดจากผู้ที่น่าเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียง ตามลำดับลงมา
3	คุณภาพทั่วไปของข้อเสนอ	40 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 32) แบ่งเป็น		
	การนำเสนอตัวอย่างการออกแบบชิ้นงาน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ตามข้อ 5.3 ประกอบด้วย 3.1 สื่อโทรทัศน์ นำเสนอ Script หรือ Storyboard คลิปข่าวความยาว	40 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 32)	พิจารณาจาก เอกสารข้อเสนอ และตัวอย่างชิ้นงาน ที่ผู้ยื่นเสนอมา โดย ตรวจสอบแนวคิด	คณะกรรมการจะ พิจารณาโดย เปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	ไม่น้อยกว่า 2 นาทีพร้อมเสนอชื่อ สถานีโทรทัศน์ที่จะเผยแพร่ (1) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลได้ ชัดเจน น่าสนใจ (8 คะแนน) (2) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลไม่ ชัดเจน และ/หรือไม่น่าสนใจ (4 คะแนน) (3) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.2 อินโฟกราฟิก นำเสนอตัวอย่าง การออกแบบกราฟิก การสื่อสารแนวคิด การเรียบเรียงข้อมูล (1) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลได้ ชัดเจน น่าสนใจ (8 คะแนน) (2) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลไม่ ชัดเจน และ/หรือไม่น่าสนใจ (4 คะแนน) (3) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.3 บทความข่าวผ่านสื่อออนไลน์ นำเสนอตัวอย่างบทความพร้อมเสนอชื่อ เว็บไซต์ข่าวหรือบล็อกที่จะเผยแพร่ (1) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลได้ ชัดเจน น่าสนใจ (8 คะแนน) (2) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลไม่ ชัดเจน และ/หรือไม่น่าสนใจ (4 คะแนน) (3) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.4 สารคดีเชิงข่าวออนไลน์ นำเสนอ Script หรือ Storyboard ความยาวไม่ น้อยกว่า 5 นาที พร้อมเสนอชื่อช่องทางที่ จะเผยแพร่ (1) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลได้ ชัดเจน น่าสนใจ (8 คะแนน) (2) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูล ไม่ชัดเจน และ/หรือไม่น่าสนใจ (4 คะแนน)		และคุณภาพของ การออกแบบในด้าน ความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงาม ความ ทันสมัย และความ โดดเด่นของ องค์ประกอบภาพ ตลอดจน ความสามารถใน การสื่อสาร สาระสำคัญ (Key Message) ได้อย่าง ชัดเจน ความ เหมาะสมของ รูปแบบงานกับ ประเภทสื่อและ กลุ่มเป้าหมาย ความน่าสนใจใน การดึงดูดการรับรู้ รวมถึงความ สอดคล้องกับเนื้อหา ภาพลักษณ์ และ วัตถุประสงค์ของ โครงการโดยรวม	และการให้คะแนน คิดจากผู้ที่น่าเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียง ตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	(3) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.5 ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) (1) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลได้ชัดเจน น่าสนใจ (8 คะแนน) (2) ตัวอย่างชิ้นงานสื่อสารข้อมูลไม่ชัดเจน และ/หรือไม่น่าสนใจ (4 คะแนน) (3) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
4.	การนำเสนอแนวทางการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ	10 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 8)		
	(1) มีการนำเสนอแนวทางการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ ที่สอดคล้องกับขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงานอย่างชัดเจน ครบถ้วน มีตัวอย่างการประเมินผลที่หลากหลาย และสามารถนำไปใช้ได้จริง (10 คะแนน) (2) มีการนำเสนอแนวทางการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ ที่สอดคล้องกับขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงาน มีตัวอย่างการประเมินผล แต่ยังขาดความครบถ้วนหรือความชัดเจนในรายละเอียดบางส่วน (8 คะแนน) (3) มีการนำเสนอแนวทางการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ ที่สอดคล้องกับขั้นตอน/	10 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 8)	พิจารณาจากเอกสารข้อเสนอที่ผู้ยื่นเสนอมา โดยตรวจสอบแนวทางวิธีการ และเครื่องมือในการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ ความสอดคล้องกับขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงาน ความครบถ้วนและความชัดเจนของรายละเอียดการประเมินผล รวมถึงความเหมาะสมของตัวชี้วัด	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ให้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	กระบวนการดำเนินงาน แต่ไม่มีตัวอย่างการประเมินผล (6 คะแนน) (4) มีการนำเสนอแนวทางการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ แต่ยังไม่สอดคล้องกับขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงาน หรือมีความไม่ครบถ้วนอย่างมีนัยสำคัญ (4 คะแนน) (5) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)		กลุ่มเป้าหมาย วิธีการเก็บข้อมูล และตัวอย่างแบบประเมินหรือ รูปแบบการรายงานผล ตลอดจนความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์และประสิทธิภาพของโครงการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	
5.	คุณสมบัติผู้เสนอราคา ผลงานและประสบการณ์ของผู้ยื่นข้อเสนอ	10 คะแนน (กำหนดวงน้ำหนัก ร้อยละ 8)		
	ข้อมูลบริษัท ความเชี่ยวชาญ ประวัติและประสบการณ์ทำงานของบริษัท (Company Profile) (1) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวนตั้งแต่ 5 สัญญาขึ้นไป (10 คะแนน) (2) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวน 4 สัญญา (7 คะแนน) (3) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวน 3 สัญญา (5 คะแนน) (4) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดย	10 คะแนน (กำหนดวงน้ำหนัก ร้อยละ 8)	พิจารณาจากเอกสารข้อมูลบริษัท (Company Profile) และเอกสารผลงานที่ผู้ยื่นเสนอมาน โดยเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยจะต้องมีสำเนาหนังสือรับรองผลและ/หรือสำเนาสัญญา ที่มีวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท (สัญญาเดียว) และเป็นผลงานย้อนหลังไม่เกิน 5 ปี นับจากวันที่ดำเนินงานแล้วเสร็จจนถึงวันยื่นข้อเสนอ และเป็นผลงานด้านการ	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาน และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	มีวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวน 2 สัญญา (3 คะแนน) (5) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงาน ทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดย มีวงเงินไม่น้อยกว่า 4,500,000 บาท จำนวน 1 สัญญา (1 คะแนน) (6) ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)		สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ งานที่คล้ายคลึง กับการจ้างครั้งนี้ ทั้งนี้ จะพิจารณา จำนวนสัญญาที่เป็น คู่สัญญาโดยตรงกับ หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่ พพ. พิจารณา แล้วเชื่อถือได้	

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำในรูปแบบไฟล์ประเภท Netware Print Definition File (PDF File) โดยผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจนของเอกสาร PDF File โดยแนบเอกสารมาพร้อมกับเอกสารเสนอราคา

11.3 พพ. ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาที่เสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวนหรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิก การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของ พพ. เป็นเด็ดขาด ผู้เสนอราคาจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ มิได้

ในกรณีที่ผู้เสนอราคารายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามสัญญาได้ คณะกรรมการจะพิจารณาผลประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะให้ ผู้เสนอราคานั้นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้เสนอราคาสามารถดำเนินงานตามประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ให้สมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่ยอมรับได้ คณะกรรมการจะพิจารณาผลประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอ หรือไม่รับราคาของผู้เสนอราคารายนั้น

12. กรรมสิทธิ์

ทรัพย์สินทางปัญญา ผลงาน ผลการศึกษา เอกสาร ตลอดจนข้อมูลต่างๆ หรือวัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ได้จากการดำเนินงานตามสัญญานี้ไม่ว่าจะจัดเก็บในรูปแบบใด ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ พพ. ผู้ใดจะนำไปใช้ในกิจกรรมอื่น เผยแพร่ ทำซ้ำ หรือส่งมอบให้แก่ผู้อื่นมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน

13. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

13.1 พพ. ทรงไว้ซึ่งสิทธิในการปรับปรุงรายละเอียด รวมทั้งปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องตามสถานการณ์ และผู้เสนอราคาพร้อมดำเนินการปรับเปลี่ยนตามที่ พพ. เห็นสมควร เพื่อความเหมาะสมและเป็นประโยชน์แก่ทางราชการ

13.2 ผู้รับจ้างจะต้องเสนอข้อมูลและรายละเอียดการดำเนินงานให้ พพ. พิจารณาเห็นชอบ ก่อนดำเนินการทุกครั้ง

13.3 กรณีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนน้อยกว่าที่ประมาณการไว้หรือเข้าร่วมฯ ไม่ครบตามกำหนด หรือดำเนินการไม่ครบถ้วน ในส่วนการชำระค่าใช้จ่ายผู้ว่าจ้างจะทำการปรับลดค่าใช้จ่ายโดยคิดตามจำนวนที่ได้ดำเนินการจริง โดยคำนวณจากใบเสนอราคาของผู้รับจ้าง

หากมีข้อสงสัย สามารถสอบถามได้ที่ กลุ่มประชาสัมพันธ์ (อาคาร 8 ชั้น 1)

สำนักงานเลขาธิการกรม กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.)

เชิงสะพานกษัตริย์ศึก ถนนพระราม 1 แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทร. 0-2223-0021-9 ต่อ 1339
