



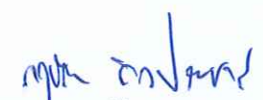
กรมพัฒนาพลังงานทดแทน
และอนุรักษ์พลังงาน
กระทรวงพลังงาน

ข้อกำหนดรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของงานว่าจ้าง
โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
และพลังงานทดแทน (สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน)

งบประมาณกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

โดย

สำนักงานเลขานุการกรม
กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน


(นายกฤษณะ กิจประชากร)
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ


(นายชัยวัฒน์ ไชยสุข)
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ


(นางสาวกวิยา ดีเรือง)
นักประชาสัมพันธ์

มิถุนายน 2569

ข้อกำหนดรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของงานว่าจ้าง
โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน
(สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน)

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านพลังงานจากสถานการณ์พลังงานโลก ทั้งในมิติของความมั่นคงทางพลังงาน ภาระค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้น และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยรวม

การส่งเสริมการผลิตและใช้พลังงานทดแทนควบคู่กับการอนุรักษ์พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นภารกิจสำคัญที่กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) ต้องเร่งขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแผนพลังงานชาติ แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก (AEDP) และแผนอนุรักษ์พลังงาน (EEP) ซึ่งมีเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน และลดความเข้มของการใช้พลังงาน (Energy Intensity) ในทุกภาคส่วน

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนแล้ว แต่ระดับการรับรู้และความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และประชาชนทั่วไป ยังไม่ครอบคลุม อีกทั้งรูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ พพ. จึงจัดทำโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน (สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน) โดยมุ่งเน้นการผลิต “สื่อสร้างสรรค์” ที่เข้าใจง่าย เข้าถึงได้ และสามารถนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านพลังงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ไม่เพียงเป็นการให้ข้อมูลเชิงเทคนิค แต่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

โครงการดังกล่าวมุ่งใช้ “พลังของสื่อ” เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านการปรับพฤติกรรมการใช้พลังงาน การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีพลังงานทดแทน และการตัดสินใจลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างจิตสำนึกด้านพลังงานในระดับบุคคล องค์กร และสังคม อันจะนำไปสู่การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน และสนับสนุนการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมคาร์บอนต่ำในระยะยาว

ทั้งนี้ การสื่อสารของโครงการจะครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานด้านพลังงาน ตัวอย่างความสำเร็จจากภาคส่วนต่าง ๆ แนวทางการประหยัดพลังงานในชีวิตประจำวัน นวัตกรรมด้านพลังงาน และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยถ่ายทอดผ่านสื่อที่หลากหลาย ได้แก่ รายการวาไรตี้ “E Journey” สารคดีพลังงาน คลิปวิดีโอสั้น วารสาร “รักษ์พลังงาน” ในรูปแบบ E-Magazine และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook / YouTube / TikTok) รวมถึงการจัดแสดงนิทรรศการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านพลังงาน เพื่อให้สื่อและกิจกรรมภายใต้โครงการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน ที่ถูกต้อง เข้าถึงง่าย และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2.2 เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ

2.3 เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมและพฤติกรรมที่เอื้อต่อการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

3. กลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม (นักลงทุน ผู้ประกอบการ อาคาร/โรงงานควบคุม SME)
- 3.2 ภาคสังคม (ชุมชน วิชาชีพชุมชน)
- 3.3 ภาครัฐ (ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค)
- 3.4 ประชาชนทั่วไป

4. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

- 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 การแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- 4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่นข้อเสนอ ได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
 - (1) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา
กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลัก มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย
 - (2) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลักกิจการร่วมค้านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ
สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกราย จะต้องมียุทธศาสตร์ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน
 - (3) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า
 - (3.1) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นเสนอดังกล่าวต้องมีหนังสือมอบอำนาจ
สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกราย จะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

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

4.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ งบแสดงฐานะการเงิน 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงินย้อนไปก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ 1 ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคลยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนออยู่นั้นยังอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก 1 ปี ได้

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

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

(4) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(4.1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดาที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

(4.2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่

ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน

(5) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ (2) ข้อ (3) และข้อ (4) (4.2) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา

ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าวจะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวงการต่างประเทศ ว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. 2539 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสารดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอมิได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่าผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

(6) กรณีตาม ข้อ (1) – ข้อ (5) ไม่ใช้บังคับกรณีดังต่อไปนี้

(6.1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(6.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(6.3) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

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

(6.5) การซื้อสังหาริมทรัพย์และการเช่าสังหาริมทรัพย์

(6.6) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ข้าราชการต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

4.13 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ หรืองานที่คล้ายคลึงกับการจ้างครั้งนี้ โดยมีผลงานในสัญญาเดียวกันวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สัญญา ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันยื่นเสนอราคา และเป็นผลงานที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จครบถ้วนตามสัญญา ทั้งนี้ ผลงานดังกล่าวจะต้องเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบสำเนาสัญญาจ้างหรือสำเนาหนังสือรับรองผลงานตามสัญญา และขอบเขตของงาน (TOR) มาพร้อมกับการเสนอราคาเพื่อประกอบการพิจารณา

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน (สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน) จัดทำขึ้นเพื่อผลิตและเผยแพร่สื่อในรูปแบบที่ทันสมัย หลากหลาย เข้าถึงง่าย และเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารครบวงจร ทั้งในรูปแบบรายการวาไรตี้ E Journey สารคดีด้านพลังงาน คลิปวิดีโอสั้น วารสาร “รักษ์พลังงาน” ในรูปแบบ E-Magazine และการจัดนิทรรศการในงานพลังงานระดับประเทศ ภายใต้แนวคิด “สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน” เมื่อ ‘สื่อ’ ไม่ได้แค่บอกเล่า แต่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

การดำเนินโครงการนี้จึงมีความจำเป็นและมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความรู้ และแรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานของทุกภาคส่วนในสังคมไทย เพื่อก้าวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ และสร้างความยั่งยืนทางด้านพลังงานให้กับประเทศอย่างแท้จริง และเพื่อให้โครงการประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจของ พพ. จึงได้กำหนด Theme หลักในการสื่อสารคือ “สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน” โดยมีแนวทางการเล่าเรื่อง ดังนี้

- พลังงานใกล้ตัว นำเสนอพลังงานในมิติที่เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของคนทั่วไป
- คนธรรมดาทำได้ ใช้กรณีศึกษา/ตัวอย่างผู้ประกอบการ ชุมชน ที่สามารถใช้พลังงานทดแทนหรือประหยัดพลังงานได้จริง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ
- พลังของการเลือก กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าทุกคนมีส่วนร่วมได้ ผ่านการเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน การเปลี่ยนพฤติกรรม และการเข้าถึงนโยบายสนับสนุนด้านพลังงานทดแทน

1. กลยุทธ์การสื่อสาร

การดำเนินงานโครงการได้กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารออกเป็น 6 ด้านสำคัญ ดังนี้

1.1. กลยุทธ์ด้านเนื้อหา

- คัดเลือกหัวข้อที่สอดคล้องกับภารกิจของ พพ. และแผนพลังงานชาติ เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังน้ำ ชีวมวล ESCO ภาครัฐ รวมถึงการใช้พลังงานในระดับครัวเรือนและชุมชน
- นำเสนอเนื้อหาแบบ “เข้าใจง่าย ต่อยอดได้จริง” โดยใช้เรื่องเล่าจากชุมชนต้นแบบ กรณีศึกษาที่ พพ. เคยสนับสนุน และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
- แบ่งเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ ได้แก่
 - รู้จริงเรื่องพลังงาน ความรู้พื้นฐานเรื่องการส่งเสริมด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน ตามภารกิจ พพ.
 - พลังงานเปลี่ยนชีวิต ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน โซลาร์เซลล์ ลดค่าไฟ ชุมชนพลังงานสะอาด เป็นต้น
 - ทำได้จริงที่บ้าน แนวทางประหยัดพลังงานสำหรับภาคครัวเรือน/ ประชาชน อาทิ วิธีประหยัดไฟฟ้า การใช้อุปกรณ์ที่ติดฉลากประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูง เป็นต้น
 - พลังงานเพื่ออนาคต นวัตกรรมพลังงาน ต้นแบบอาคารประหยัดพลังงาน เป็นต้น
 - ลงทุนคุ้มค่า : สิทธิประโยชน์และมาตรการสนับสนุนจากรัฐ

1.2 กลยุทธ์ด้านการผลิตสื่อ

- การวางแผนโครงสร้างรายการวาไรตี้ E Journey สารคดีพลังงาน คลิปวิดีโอสั้น และวารสาร “รักษ์พลังงาน (E-Magazine) เพื่อให้เนื้อหามีความถูกต้องทางวิชาการ และมีความดึงดูดใจในเชิงการเล่าเรื่อง
- ผลิตสื่อให้มีความหลากหลายของรูปแบบ ได้แก่

- รายการวาไรตี้ E Journey ที่มีความบันเทิงควบคู่ความรู้
 - สารคดีพลังงานที่เป็นสารคดีเชิงลึก เข้าใจง่าย
 - คลิปวิดีโอสั้นที่มีความน่าสนใจ เข้าถึงง่ายในผู้ชมทุกกลุ่ม
 - วารสาร ‘รักษ์พลังงาน (E-Magazine)’ ที่รวบรวมองค์ความรู้ทั้งภาพ/ ข้อความ/ กราฟิก
- คำนึงถึงมาตรฐานการเข้าถึงสำหรับทุกคน (Accessibility) เช่น การมีคำบรรยาย (Subtitle) และ การใช้ภาษาที่เป็นมิตรกับผู้ชมทุกวัย

1.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการสื่อสาร

- บูรณาการช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์แบบ “สื่อสารรอบด้าน (360°)”
 - Facebook เน้นการสร้าง Engagement และแชร์ง่าย
 - YouTube เจาะกลุ่มที่สนใจเนื้อหาเชิงลึก
 - TikTok / Facebook Reels / YouTube Shorts ช่องทางวิดีโอสั้นที่มาแรง เหมาะสำหรับการเผยแพร่สาระที่เข้าใจง่ายในเวลาอันสั้น เน้นการเข้าถึงกลุ่มวัยทำงานตอนต้น และ ผู้ใช้งานมือถือจำนวนมาก
 - เว็บไซต์ พพ. และ Facebook ‘รักษ์พลังงาน’ เป็นแหล่งเก็บข้อมูลที่เชื่อถือได้
 - นิทรรศการพลังงานในงานระดับประเทศ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทาง

1.4 กลยุทธ์ด้านการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย

- เชิญชวนผู้เชี่ยวชาญในวงการด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม นักวิชาการพลังงาน หรือบุคคลต้นแบบ มาร่วมเป็นผู้เล่าเรื่องผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ
- สร้างพื้นที่ร่วมเรียนรู้ เช่น คลังความรู้ E-Library ทางเว็บไซต์ พพ. และ Facebook ‘รักษ์พลังงาน’

1.5 กลยุทธ์ด้านการประเมินผลและปรับปรุง

- กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จอย่างชัดเจนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ (เช่น ยอดเข้าถึง ระดับความพึงพอใจ เป็นต้น)
- จัดทำแบบสอบถามออนไลน์หลังรับชมรายการ หรือแบบประเมินท้ายบทความในวารสาร ‘รักษ์พลังงาน (E-Magazine)’

1.6 กลยุทธ์ด้านการขยายผลและความยั่งยืน (Sustainability Strategy)

- จัดเก็บสื่อทุกประเภทไว้ในระบบคลังความรู้พลังงานของ พพ. อาทิ เว็บไซต์ พพ. และ Facebook ‘รักษ์พลังงาน’ เพื่อใช้อ้างอิงได้อย่างต่อเนื่อง
- เผยแพร่สื่อที่ผลิตผ่านช่องทางของหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ มุลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อเผยแพร่ต่อในระบบการศึกษาทางไกล
- ผลิตสื่อให้อยู่ในรูปแบบที่ปรับปรุงต่อได้ (Reusable Format) เช่น รายการ E Journey และ สารคดีพลังงาน ที่สามารถตัดเป็นคลิปสั้นเพื่อนำไปใช้ใน TikTok / Facebook Reel ได้ เป็นต้น

2. การขยายผลให้เกิดความยั่งยืน

การดำเนินงานโครงการกำหนดให้มีแนวทางการขยายผล เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนี้

- 1) จัดเก็บสื่อทุกประเภทไว้ในระบบคลังความรู้พลังงานของ พพ. อาทิ เว็บไซต์ พพ. และ Facebook ‘รักษ์พลังงาน’ เพื่อใช้อ้างอิงได้อย่างต่อเนื่อง
- 2) เผยแพร่สื่อที่ผลิตผ่านช่องทางของหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ มุลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อเผยแพร่ต่อในระบบการศึกษาทางไกล
- 3) ผลิตสื่อให้อยู่ในรูปแบบที่ปรับปรุงต่อได้ (Reusable Format) เช่น รายการ E Journey สารคดีพลังงาน ที่ตัดเป็นคลิปสั้นเพื่อนำไปใช้ใน TikTok / Facebook Reel ได้ เป็นต้น

3. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาคส่วนอื่น

การดำเนินงานโครงการจำเป็นต้อง สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายผลสู่ ประชาสัมพันธ์โครงการ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนี้

- มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อเผยแพร่สื่อสู่ระบบการศึกษาทางไกล
- ศูนย์บริการวิชาการที่ 1-10 ของ พพ. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการให้ความร่วมมือถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านพลังงานที่ถูกต้องในส่วนภูมิภาค

6. ขั้นตอน/ กระบวนการดำเนินงาน

การดำเนินโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน (สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน) กำหนดขอบเขตงานและแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับภารกิจของกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) อย่างชัดเจน โดยเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์จะครอบคลุมประเด็นสำคัญ เพื่อสะท้อนบทบาทภารกิจ ของ พพ. และสนับสนุนเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการ 5 ปี ของ พพ. ดังนี้

6.1 การรวบรวมข้อมูลและออกแบบเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์

1) รวบรวมข้อมูล นโยบาย แผนยุทธศาสตร์ และภารกิจที่เกี่ยวข้องกับ พพ.

1.1) นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านพลังงานของรัฐ นำเสนอสาระสำคัญของแผนพลังงานชาติ แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก (AEDP) และแผนอนุรักษ์พลังงาน (EEP) ของ พพ. ที่เน้นการผลักดัน “การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในประเทศ” และ “การลดความเข้มการใช้พลังงาน (Energy Intensity: EI)” รวมถึงการถ่ายทอดนโยบาย BCG Economy Model ที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านพลังงานสะอาด และนวัตกรรมพลังงานที่ยั่งยืน

1.2) การส่งเสริมพลังงานทดแทน ผลิตเนื้อหาเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบพลังงานทดแทน ได้แก่ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานชีวมวล พลังงานลม พลังน้ำ และชีวภาพ รวมถึงโครงการสนับสนุนจาก พพ. เช่น โซลาร์เซลล์ พาราโบลาโดม ระบบสูบน้ำพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

1.3) การอนุรักษ์พลังงานในภาคส่วนต่าง ๆ นำเสนอข้อมูลความรู้และนโยบาย อาทิ การใช้มาตรการ ESCO ในหน่วยงานภาครัฐ การปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูงเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน การปรับพฤติกรรมเพื่อลดใช้พลังงาน เป็นต้น

1.4) กรณีศึกษาจากโครงการที่ พพ. สนับสนุน คัดเลือกพื้นที่หรือโครงการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อใช้เป็นตัวอย่างสร้างแรงบันดาลใจ เช่น ผู้ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด Thailand Energy Awards ผู้ประกอบการ โรงงาน/อาคารควบคุม SME และวิสาหกิจชุมชน ที่ได้รับการสนับสนุนโครงการจาก พพ. และสามารถนำปilotต้นทุนด้านพลังงาน ต่อยอดสร้างอาชีพ สร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

1.5) การลงทุนและการสนับสนุนจากภาครัฐ ประชาสัมพันธ์มาตรการจูงใจการลงทุน การเข้าถึงแหล่งทุน/ สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับโครงการด้านพลังงาน

1.6) การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน ส่งเสริมจิตสำนึกด้านพลังงานผ่านกิจกรรม/ สื่อที่เข้าถึงง่าย พร้อมเน้นว่าทุกคนสามารถร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) สำรวจและรวบรวมกรณีศึกษาจากพื้นที่เป้าหมาย หรือหน่วยงานที่เคยได้รับการส่งเสริมจาก พพ. เพื่อนำมาใช้เป็นเนื้อหาสื่อ

3) ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ผลการดำเนินงาน และบทเรียนจากโครงการและกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์การอนุรักษ์พลังงานที่หน่วยงานได้ดำเนินการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเน้น

การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา รูปแบบการสื่อสาร และการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาสื่อในโครงการ (รายละเอียดผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ตามภาคผนวก)

4) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และออกแบบโครงสร้างเนื้อหา เพื่อกำหนดรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้สื่อที่ผลิตมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

5) พัฒนาและผลิตสื่อเชิงองค์ความรู้ โดยนำข้อมูลที่ได้รวบรวม มาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภายใต้กรอบเนื้อหาที่กำหนด โดยมุ่งเน้นความถูกต้องทางวิชาการ ความสอดคล้องกับนโยบายด้านพลังงาน และการนำเสนอที่เชื่อมโยงกับบริบทการใช้พลังงานในชีวิตประจำวัน โดยให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อที่สามารถใช้เป็นต้นแบบ หรือแหล่งอ้างอิงสำหรับการสื่อสารด้านพลังงานในโครงการต่อไป

6.2 การจัดนิทรรศการ เผยแพร่ความรู้ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน

ดำเนินการจัดนิทรรศการ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมรวมกันไม่น้อยกว่า 1,200 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) รูปแบบการจัดนิทรรศการ ประกอบด้วย

- ร่วมจัดนิทรรศการในงานมหกรรมหรือกิจกรรมด้านพลังงานระดับประเทศและภูมิภาค อาทิ ASEAN Sustainable Energy Week หรืองาน Powerex Asia หรืองาน LED Expo Thailand หรืองาน Solar & Storage Live Thailand หรืองานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
- จัดแสดงนวัตกรรม เทคโนโลยี หรือ ตัวอย่างโครงการที่ พพ. ส่งเสริม หรือมาตรการสนับสนุนด้านการลงทุน หรือให้ข้อมูลเชิงนโยบาย หรือสถิติแนวทางการอนุรักษ์พลังงานที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

ทั้งนี้ เนื้อหาข้อมูลที่น่าไปจัดแสดงนิทรรศการ ให้ดูตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบและเนื้อหาของงาน ที่ พพ. เข้าร่วมจัดนิทรรศการในแต่ละครั้ง

2) การจัดนิทรรศการฯ ต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- ดำเนินการจัดนิทรรศการ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 วัน/ครั้ง โดยมีขนาดพื้นที่ ไม่น้อยกว่า 9 ตารางเมตร พร้อมทั้งรับผิดชอบค่าเช่าสถานที่และสาธารณูปโภค
- ออกแบบและจัดทำนิทรรศการ อาทิ backdrop/ บอร์ดนิทรรศการขนาดใหญ่/ จอทีวี/ เคาท์เตอร์แจกเอกสาร/ ชั้นวางเอกสาร/ ชุดโต๊ะเก้าอี้/ระบบแสงและเสียง เป็นต้น พร้อมทั้งตกแต่งสถานที่ให้ครบถ้วนและสวยงาม
- เชิญศูนย์บริการวิชาการในส่วนภูมิภาคของ พพ. มาร่วมออกบูธแสดงเทคโนโลยีด้านพลังงาน พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการจัดแสดง (ถ้ามี)
- จัดหาพิธีกร ที่มีความสามารถและมีประสบการณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้เข้าชมนิทรรศการ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน/ครั้ง
- จัดทำเอกสารแจกและเบ็ดเตล็ด จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 1,200 ชุด
- จัดทำของรางวัลสำหรับเล่นเกมกิจกรรมภายในบูธนิทรรศการ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 120 ชิ้น
- ผู้รับจ้าง ต้องนำเสนอรูปแบบการจัดนิทรรศการ เพื่อให้ พพ. พิจารณาเห็นชอบก่อนการดำเนินงานทุกครั้ง

6.3 การผลิตและเผยแพร่รายการวาไรตี้ “E Journey”

ดำเนินการผลิตและเผยแพร่รายการวาไรตี้ “E Journey” ความยาวไม่น้อยกว่า 10 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) รูปแบบการผลิตรายการวาไรตี้ “E Journey” ความยาวไม่น้อยกว่า 10 นาที ประกอบด้วย
 - นำเสนอเรื่องราวความสำเร็จด้านพลังงานในระดับชุมชน เช่น การใช้โซลาร์เซลล์ พลังน้ำ เตาชีวมวล เตาประสิทธิภาพสูง รวมถึงพลังงานจากเศษวัสดุทางการเกษตร หรือผลงานด้านพลังงานอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายตามความเหมาะสม เป็นต้น
 - ถ่ายทำแบบ Documentary Storytelling โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ หรือประชาชนเพื่อสร้างความใกล้ชิดและความน่าเชื่อถือ

2) การผลิตและเผยแพร่รายการวาไรตี้ “E Journey” ความยาวไม่น้อยกว่า 10 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ตอน ต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- กำหนดแนวคิด และการนำเสนอรายละเอียดรูปแบบ เทคนิคขั้นตอนการผลิตรายการวาไรตี้ให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย สนุกและน่าติดตาม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ
- จัดทำเนื้อหา สคริปต์ หัวข้อของแต่ละตอน หรือบทสรุปย่อของรายการวาไรตี้ ให้ พ.พ. พิจารณา พร้อมสถานที่การถ่ายทำที่เหมาะสม โดยเนื้อหาต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และแต่ละตอนที่เผยแพร่ ต้องให้ พ.พ. ตรวจสอบความถูกต้องจึงจะเผยแพร่ได้
- จัดหาพิธีกรที่มีความสามารถและมีประสบการณ์ มีชื่อเสียงในระดับกลาง เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบของรายการ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน
- ถ่ายทำด้วยระบบดิจิทัล ที่มีความละเอียดระดับ Full HD
- เผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook: E Journey และ YouTube: E Journey หรือช่องทางอื่น ๆ ตามความเหมาะสม จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ครั้ง

3) ขยายผลการเผยแพร่ ดังนี้

- เมื่อผลิตรายการเชิงวาไรตี้ รายการ E Journey ความยาวไม่น้อยกว่า 10 นาที ครบทั้ง 20 ตอน ให้นำส่งให้แก่มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางของมูลนิธิฯ ให้แก่ผู้ที่ศึกษาผ่านระบบการศึกษาทางไกล ได้เกิดองค์ความรู้ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สร้างความรู้ความเข้าใจทางด้านพลังงานเพิ่มมากขึ้น และนำส่งให้ศูนย์บริการวิชาการที่ 1-10 ของ พ.พ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

6.4 การผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน

ดำเนินการผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ความยาวไม่น้อยกว่า 3 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) รูปแบบการผลิตสารคดีพลังงาน ความยาวไม่น้อยกว่า 3 นาที ประกอบด้วย
 - ผลิตสารคดีที่ให้ความรู้ด้านพลังงานที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจ เช่น มาตรการบริษัทจัดการพลังงาน (ESCO) ระบบผลิตพลังงานความร้อน/ไฟฟ้า/ เชื้อเพลิงชีวภาพ เป็นต้น
 - สื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ประกอบการ โรงงาน/อาคารควบคุม ภาครัฐ และภาคประชาชน เป็นต้น

2) การผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ความยาวไม่น้อยกว่า 3 นาที จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ตอน ต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- กำหนดแนวคิด และการนำเสนอรายละเอียดรูปแบบ เทคนิคขั้นตอนการผลิตสารคดี ให้มีความน่าสนใจ และเข้าใจง่าย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ
- จัดทำเนื้อหา สคริปต์ หัวข้อของแต่ละตอน ให้ พพ. พิจารณา พร้อมสถานที่การถ่ายทำที่เหมาะสม โดยเนื้อหาสารคดีต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และแต่ละตอนที่จะเผยแพร่ ต้องให้ พพ. ตรวจสอบความถูกต้องจึงจะเผยแพร่ได้
- จัดหานักแสดงหรือผู้ดำเนินรายการ เพื่อให้ความรู้ และเสริมเรื่องราวให้น่าสนใจ
- ถ่ายทำด้วยเทคนิคที่ทันสมัยในระบบดิจิทัล ที่มีความละเอียดระดับ Full HD ใช้เทคนิคพิเศษในการตัดต่อภาพ อาทิ การใช้กราฟฟิก หรือแอนิเมชันประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและน่าติดตาม
- เผยแพร่ผ่าน Facebook: รัชชพลังงาน หรือช่องทางอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

3) ขยายผลการเผยแพร่ ดังนี้

- เมื่อผลิตสารคดีพลังงาน ความยาวไม่น้อยกว่า 3 นาที ครบทั้ง 10 ตอน ให้นำส่งให้แก่ มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางของมูลนิธิฯ ให้แก่ผู้ที่ศึกษาผ่านระบบการศึกษาทางไกล ได้เกิดองค์ความรู้ ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สร้างความรู้ความเข้าใจทางด้านพลังงานเพิ่มมากขึ้น และนำส่งให้ศูนย์บริการวิชาการที่ 1-10 ของ พพ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

6.5 การผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น

ดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวน 40 เรื่อง และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น TikTok หรือ Reels โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ดำเนินการผลิตคลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวน 40 เรื่อง แบ่งเป็น

- คลิปให้ความรู้ (Knowledge Clip) เช่น แนวทางด้านการลดใช้พลังงานในอาคาร/ บ้าน เป็นต้น
- คลิปบอกต่อ (Awareness Clip) เช่น ความเคลื่อนไหวของ พพ./ มาตรการใหม่ ๆ เป็นต้น
- คลิปชวนปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Action Clip) เช่น เทคนิคปิดแอร์อย่างไรให้คุ้มค่า เป็นต้น
- คลิปไฮไลต์กิจกรรม (PR Clip) เช่น สรุปกิจกรรมสำคัญของ พพ. ในช่วงเวลานั้น ๆ เป็นต้น
- หรือคลิปอื่น ๆ ที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับภารกิจ พพ. เป็นต้น

2) กำหนดแนวคิด และการนำเสนอรายละเอียดรูปแบบ เทคนิคขั้นตอนการผลิตคลิปวิดีโอสั้น ให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย สนุกและน่าติดตาม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ

3) จัดทำเนื้อหา สคริปต์ หัวข้อของแต่ละตอน ให้ พพ. พิจารณา พร้อมสถานที่การถ่ายทำที่เหมาะสม โดยเนื้อหาต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โครงการ และแต่ละตอนที่จะเผยแพร่ ต้องให้ พพ. ตรวจสอบความถูกต้องจึงจะเผยแพร่ได้

4) จัดหาพิธีกร หรือนักแสดง หรือผู้บรรยายเสียง ตามความเหมาะสมของเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มความสุขและน่าสนใจ

5) ถ่ายทำด้วยเทคนิคที่ทันสมัยในระบบดิจิทัล ที่มีความละเอียดระดับ Full HD ใช้เทคนิคพิเศษในการตัดต่อภาพ อาทิ การใช้กราฟฟิก หรือแอนิเมชันประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและน่าติดตาม

6) เผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวน 40 เรื่อง ผ่านช่องทาง TikTok หรือ Facebook Reel หรือ YouTube Shorts ของ พพ. หรือช่องทางอื่น ๆ ตามความเหมาะสม และวางแผนการโพสต์อย่างสม่ำเสมอ

7) ขยายผลการเผยแพร่ กับศูนย์บริการวิชาการที่ 1-10 ของ พพ. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

8) เก็บสถิติการเข้าชม/การมีส่วนร่วม (Reach/Engagement) เพื่อประเมินผลและวิเคราะห์แนวโน้มของผู้ชม

6.6 การผลิตวารสาร “รักษ์พลังงาน” ในรูปแบบ E-Magazine

ดำเนินการผลิตวารสาร “รักษ์พลังงาน” ในรูปแบบ E-Magazine จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ฉบับ ๆ ละไม่น้อยกว่า 36 หน้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ออกแบบและจัดทำวารสารให้มีความสวยงาม น่าสนใจ ทันสมัย และเข้าใจง่าย ประกอบด้วยข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมความเคลื่อนไหว เทคโนโลยีด้านพลังงาน นวัตกรรมด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน ทั้งในและต่างประเทศ บทความทางวิชาการจากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ หรือสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์

2) ดำเนินการผลิตและบริหารเนื้อหาวารสาร ‘รักษ์พลังงาน (E-Magazine) ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook : วารสารรักษ์พลังงาน หรือเว็บไซต์ พพ. โดยมีรายละเอียดดังนี้

- วางแผนการเผยแพร่วารสาร ‘รักษ์พลังงาน (E-Magazine) ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างมีประสิทธิภาพ
- เผยแพร่วารสาร ‘รักษ์พลังงาน (E-Magazine) ผ่านเพจ Facebook : วารสารรักษ์พลังงาน หรือเว็บไซต์ พพ. จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง เพื่อให้ผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถดาวน์โหลดเนื้อหาวารสารได้อย่างเป็นระบบและสมบูรณ์ทั้งเล่ม
- บริหารการโพสต์ การแชร์ เนื้อหาในเล่มวารสาร ‘รักษ์พลังงาน (E-Magazine) หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ ผ่านทาง Facebook : วารสารรักษ์พลังงาน เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารทางด้านพลังงาน และเกิดการติดตามของกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น
- จัดทำแบบประเมินการรับรู้และประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านวารสารรายเดือน ในรูปแบบออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง พร้อมจัดทำเป็นรายงานสรุปผล ส่งให้ พพ.
- ขยายผลการเผยแพร่ กับศูนย์บริการวิชาการที่ 1-10 ของ พพ. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำสื่อที่ผลิตไปใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงาน การเรียนรู้ และกิจกรรมด้านการอนุรักษ์พลังงานของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย และเชิงพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

3) จัดให้มีบรรณาธิการ นักเขียน และช่างภาพ เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวด้านพลังงาน สถานการณ์พลังงาน และการดำเนินงานของ พพ. เพื่อจัดทำข้อมูลและเนื้อหาสาระของวารสารให้ทันเหตุการณ์ และสถานการณ์ปัจจุบัน

4) เชิญนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีชื่อเสียง จากหน่วยงานภายนอก หรือนักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่ของ พพ. ร่วมเขียนบทความในโอกาสต่าง ๆ พร้อมทั้งพิจารณาให้คำลิขสิทธิ์หรือค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

5) พพ. มีสิทธิ์ในการปรับปรุงแบบและรายละเอียด แผนการดำเนินงาน แผนการเผยแพร่ รวมทั้งปรับระยะเวลาการดำเนินงานดังกล่าว โดยให้เพิ่มเนื้อหาได้ตามที่เห็นสมควร หากพิจารณาเห็นว่าจำเป็นประโยชน์แก่ทางราชการ

6) ก่อนการดำเนินงานทุกครั้ง ผู้รับจ้างต้องเสนอข้อมูลให้ พพ. ตรวจสอบ หากมีการแก้ไข ต้องดำเนินการแก้ไขโดยด่วนและส่งให้ พพ. ตรวจสอบอีกครั้ง และก่อนการดำเนินการเผยแพร่หรือจัดทำเนื้อหาใดต้องได้รับการอนุมัติจาก พพ. ทุกครั้ง และผู้รับจ้างจะต้องสามารถเข้าร่วมประชุมหรือหารือกับ พพ. ได้ตลอดเวลา

6.7 การประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ

1) ประเมินผลความพึงพอใจหลังเข้าร่วมกิจกรรม (นิทรรศการ) และการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการ เพื่อวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงาน และนำข้อมูลไปปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคต จำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชุด

2) ตั้งเป้าหมายการเข้าถึงและการเข้าชมสื่อของโครงการผ่าน Facebook: E Journey และ Facebook: รัชภัฏพลังงาน หรือช่องทางออนไลน์อื่น ๆ รวมไม่น้อยกว่า 1,000,000 ครั้ง พร้อมจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลลัพธ์อย่างเป็นทางการ

3) จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงานในระยะต่อไป เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนโครงการในอนาคต

สำหรับรูปแบบ วิธีการและรายละเอียดการดำเนินงาน พพ. สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด

7. ข้อกำหนดรายละเอียด

7.1. ผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการดำเนินงานเบื้องต้นทั้งโครงการ (Inception Plan) โดยละเอียด ตลอดจนการดำเนินงาน เพื่อประกอบการพิจารณาแผนงาน ต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

7.2. ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีบุคลากรดำเนินงานโครงการ ดังนี้

7.2.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager) จำนวน 1 คน ทำหน้าที่กำกับ ควบคุม และบริหารจัดการโครงการในภาพรวม วางแผนการดำเนินงาน กำหนดทิศทางการสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ และต้องมีประสบการณ์ด้านการบริหารหรือจัดการโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

7.2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน ทำหน้าที่วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย วางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร กำหนดแนวทางและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบาย เพื่อให้กิจกรรมและสื่อภายใต้โครงการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องมีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารองค์กร กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

7.2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์งาน จำนวน 1 คน ทำหน้าที่กำหนดแนวคิด (Concept) รูปแบบการนำเสนอ และการออกแบบกิจกรรมและสื่อภายใต้โครงการให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงพัฒนารูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร และต้องมีประสบการณ์ด้านการสร้างสรรค์งานสื่อหรือ

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

- 7.2.4 บรรณาธิการ จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ควบคุมคุณภาพเนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องของ ข้อมูลและภาษา ปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และกำกับมาตรฐานของการ จัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน' (E-Magazine) ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และต้องมี ประสบการณ์ด้านบรรณาธิการหรือการควบคุมเนื้อหา กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้
- 7.2.5 เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์/รูปเล่ม จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ออกแบบรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ ดิจิทัล จัดวางองค์ประกอบ (Layout) และพัฒนาอัตลักษณ์ของสื่อให้มีความเหมาะสม สวยงาม และสอดคล้องกับเนื้อหา และต้องมีประสบการณ์ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์หรือ สื่อดิจิทัล กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้ว เชื่อถือได้
- 7.2.6 นักเขียน จำนวน 2 คน ทำหน้าที่จัดทำบทความ ข่าวประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาสำหรับ จัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน' (E-Magazine) ให้มีความถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย และต้องมีประสบการณ์ด้านการเขียนหรือจัดทำเนื้อหาสื่อ กับหน่วยงาน ราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้
- 7.2.7 เจ้าหน้าที่พิสูจน์อักษร จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของภาษา การสะกด คำ และความครบถ้วนของเนื้อหา เพื่อให้สื่อมีมาตรฐานและไม่มีข้อผิดพลาด และต้องมี ประสบการณ์ด้านการพิสูจน์อักษรหรือการตรวจสอบเนื้อหา กับหน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้
- 7.2.8 ช่างภาพนิ่ง จำนวน 1 คน ทำหน้าที่ถ่ายภาพกิจกรรม ภาพประกอบสื่อ และจัดเก็บภาพเพื่อ ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพเหมาะสมกับการใช้งาน และต้องมีประสบการณ์ ด้านการถ่ายภาพ กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณา แล้วเชื่อถือได้
- 7.2.9 เจ้าหน้าที่บริหารโครงการและประสานงาน จำนวน 1 คน ทำหน้าที่สนับสนุนการ ดำเนินงานโครงการ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดเตรียมเอกสาร จัดประชุม และ ติดตามความก้าวหน้าของโครงการ และต้องมีประสบการณ์ด้านการประสานงานโครงการ หรือการบริหารงานทั่วไป กับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้
- 7.3. ต้องผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์โครงการทั้งหมดบนความถูกต้องตามกฎหมาย ด้านทรัพย์สิน ทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์หรือปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับผิดชอบในกรณี สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตนั้นละเมิดกฎหมายดังกล่าว
- 7.4. ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนงานให้ พพ. พิจารณาก่อนดำเนินงาน โดยเข้าร่วมประชุมกับ พพ. คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ และต้องทำรายงานการประชุมในส่วน ที่เกี่ยวข้องกับงานส่งให้คณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง
- 7.5. ผู้รับจ้างต้องเสนอข้อมูลให้ พพ. ตรวจสอบก่อนการดำเนินงานทุกครั้ง หากมีการแก้ไขต้องดำเนินการ แก้ไขโดยด่วนและต้องส่งให้ พพ. ตรวจสอบก่อนดำเนินการเผยแพร่หรือจัดกิจกรรมใดๆ ต้องได้รับ ความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุของ พพ. ทุกครั้ง

7.6. ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ

8. วงเงินในการจัดจ้าง

10,584,000.00 บาท (สิบล้านห้าแสนแปดหมื่นสี่พันบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

หมายเหตุ : ได้รับจัดสรรงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

9. ระยะเวลาการดำเนินการ

ภายในระยะเวลา 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

10. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

10.1 การส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้าง

พพ. กำหนดให้มีการส่งมอบงานและการจ่ายเงินค่าจ้างแบ่งเป็น 4 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 5 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานแล้วเสร็จ พร้อมส่งมอบงานภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) แผนการดำเนินงานทั้งหมดโดยละเอียด ตามข้อ 7.1-7.2
- 2) ดำเนินการรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานฯ ตาม TOR ข้อ 6.1
- 3) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ 1) - ข้อ 2) ในรูปแบบของเอกสารให้แก่ พพ. จำนวน 5 ชุด และ USB Drive จำนวน 5 ชุด

งวดที่ 2 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานแล้วเสร็จ พร้อมส่งมอบงานภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) จัดนิทรรศการฯ ตาม TOR ข้อ 6.2 จำนวน 2 ครั้ง
- 2) ผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ตาม TOR ข้อ 6.3 จำนวน 6 ตอน
- 3) ผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ตาม TOR ข้อ 6.4 จำนวน 4 ตอน
- 4) ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ตาม TOR ข้อ 6.5 จำนวน 15 เรื่อง
- 5) ออกแบบและจัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน E-Magazine และเผยแพร่ผ่าน Facebook วารสารรักษ์พลังงาน หรือเว็บไซต์ พพ. ตาม TOR ข้อ 6.6 จำนวน 4 ฉบับ
- 6) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ 1) - ข้อ 5) ในรูปแบบของเอกสารให้แก่ พพ. จำนวน 5 ชุด และ USB Drive จำนวน 5 ชุด

งวดที่ 3 เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 30 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานแล้วเสร็จทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงาน พร้อมส่งมอบงานภายใน 270 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

- 1) จัดนิทรรศการฯ ตาม TOR ข้อ 6.2 จำนวน 2 ครั้ง
- 2) ผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ตาม TOR ข้อ 6.3 จำนวน 6 ตอน

- 3) ผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ตาม TOR ข้อ 6.4 จำนวน 4 ตอน
- 4) ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ตาม TOR ข้อ 6.5 จำนวน 15 เรื่อง
- 5) ออกแบบและจัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน E-Magazine และเผยแพร่ผ่าน Facebook วารสารรักษ์พลังงาน หรือเว็บไซต์ พพ. ตาม TOR ข้อ 6.6 จำนวน 4 ฉบับ
- 6) จัดส่งผลการดำเนินงานตามข้อ 1) - ข้อ 5) ในรูปแบบของเอกสารให้แก่ พพ. จำนวน 5 ชุด และ USB Drive จำนวน 5 ชุด

งวดที่ 4 (งวดสุดท้าย) เป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 35 ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานตามขอบเขตการดำเนินงานข้อ 6 แล้วเสร็จทั้งหมด พร้อมส่งมอบงานภายใน 360 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ได้ตรวจรับงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

- 1) จัดนิทรรศการฯ ตาม TOR ข้อ 6.2 จำนวน 2 ครั้ง
- 2) ผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ตาม TOR ข้อ 6.3 จำนวน 8 ตอน
- 3) ผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ตาม TOR ข้อ 6.4 จำนวน 2 ตอน
- 4) ผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ตาม TOR ข้อ 6.5 จำนวน 10 เรื่อง
- 5) ออกแบบและจัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน E-Magazine และเผยแพร่ผ่าน Facebook วารสารรักษ์พลังงาน หรือเว็บไซต์ พพ. ตาม TOR ข้อ 6.6 จำนวน 4 ฉบับ
- 6) ประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึง ตาม TOR ข้อ 6.7 จำนวน 200 ชุด

ทั้งนี้ ในงานงวดสุดท้าย จะต้องจัดทำเนื้อหาเป็นรูปเล่มพร้อมบันทึกในรูปแบบไฟล์ word และ pdf ลงใน Thumb drive จำนวน 5 ชุด ประกอบด้วย

- ที่มาและขั้นตอนการดำเนินโครงการดังกล่าว
- บทสรุปผู้บริหาร
- บทสรุปของการดำเนินงานทั้งหมด
- ส่งมอบไฟล์ทั้งหมด (สื่อและไฟล์ต้นฉบับ) ของโครงการที่ผลิตแล้วเสร็จ พร้อมบันทึกลงใน external hard disk เพื่อ พพ. จะได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ทั้งนี้ ในการส่งมอบงานแต่ละงวด ผู้รับจ้างจะต้องมานำเสนอรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการตรวจรับพัสดุทุกครั้ง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุอาจกำหนดให้มีการประชุมเพื่อติดตามความก้าวหน้า เป็นระยะๆ ตามความจำเป็นและเหมาะสม

10.2 การปรับ

10.2.1 หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและ พพ. มิได้บอกเลิกสัญญา พพ. จะปรับผู้รับจ้างเป็นจำนวนเงินในอัตราร้อยละ 0.1 ของค่าจ้างทั้งหมดต่อวัน นับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จตามสัญญา

10.2.2 ห้ามผู้รับจ้าง นำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่ง หากฝ่าฝืน พพ. กำหนดโทษปรับเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา

11. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

พพ. จัดจ้างโดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ในการสรรหานิติบุคคลที่มีอาชีพประสบการณ์ตรงในโครงการที่มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมีข้อกำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการจัดทำเอกสารข้อเสนอ สำหรับเสนอราคาในรูปแบบไฟล์เอกสารประเภท PDF File (Portable Document Format) โดยผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการรับผิดชอบตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องและชัดเจนของเอกสาร PDF File ก่อนที่จะยื่นการเสนอราคา แล้วจึงส่งข้อมูล (Upload) เพื่อเป็นการเสนอราคาให้แก่ พพ. ผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

11.1 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานตามเอกสารประกวดราคาจ้างโดยการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน (สื่อพลังงานสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน)

ส่วนที่ 1 อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอนิติบุคคล

(ก) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

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

(2) ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน หรือสำเนาหนังสือเดินทางของผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีได้ถือสัญชาติไทย 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)

11.2 รายละเอียดแผนงานตามขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงาน ข้อ 6 และตารางดำเนินงาน โดยละเอียดทุกขั้นตอน

11.3 ผู้ยื่นข้อเสนอดำเนินการเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ หรืองานที่คล้ายคลึงกับการจ้างครั้งนี้ โดยมีผลงานในสัญญาเดียวกันวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท จำนวนไม่น้อยกว่า 1 สัญญา ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี นับถึงวันที่ยื่นเสนอราคา และเป็นผลงานที่ได้ดำเนินการ

แล้วเสร็จครบถ้วนตามสัญญา ทั้งนี้ ผลงานดังกล่าวจะต้องเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้ โดยผู้ยื่นข้อเสนอต้องแนบสำเนาสัญญาจ้างหรือ สำเนาหนังสือรับรองผลงานตามสัญญา และขอบเขตของงาน (TOR) มาพร้อมกับการเสนอราคาเพื่อ ประกอบการพิจารณา

11.4 ข้อเสนอทางเทคนิค ต้องมีรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่

การนำเสนอแนวคิดรูปแบบรายละเอียดการดำเนินโครงการตามข้อ 5 ขอบเขตการดำเนินงาน และข้อ 6 ขั้นตอน/ กระบวนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

(1) นำเสนอแนวคิดหลัก (Theme) /กลยุทธ์ภาพรวมในการดำเนินงานโครงการ

(2) แนวคิด กลยุทธ์ และรูปแบบการจัดนิทรรศการ

(3) แนวคิดการผลิตสื่อ และตัวอย่างชิ้นงานประชาสัมพันธ์

(3.1) แนวคิดการผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ความยาว 10 นาที พร้อมตัวอย่างชิ้นงาน อย่างน้อย 1 ตัวอย่าง

(3.2) แนวคิดการผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ความยาว 3 นาที พร้อมตัวอย่างชิ้นงานอย่างน้อย 1 ตัวอย่าง

(3.3) แนวคิดการผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ความยาว 1 นาที พร้อมตัวอย่างชิ้นงานอย่างน้อย 3 ตัวอย่าง

(3.4) แนวคิดการผลิตและเผยแพร่วารสาร 'รักษ์พลังงาน ในรูปแบบ E-Magazine พร้อมตัวอย่างชิ้นงานอย่างน้อย 1 ตัวอย่าง/ ฉบับ

(4) แนวทางการประเมินผลความพึงพอใจ และการเข้าถึงสื่อโครงการ

(5) แผนการดำเนินงานโครงการโดยละเอียด

(6) ประสบการณ์การทำงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (Company Profile)

11.5 ข้อเสนอด้านราคา กำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 120 วัน นับแต่วันเสนอราคา พร้อมรายละเอียดของค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วน และเงื่อนไขการส่งมอบงาน

12. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

ผู้เสนอราคาต้องมีคุณสมบัติและยื่นเอกสารหลักฐานแสดงคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ จึงจะได้รับการพิจารณาข้อเสนอตามข้อกำหนดรายละเอียดต่อไป

12.1 หลักเกณฑ์การพิจารณา จะพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น (ด้านคุณภาพ) ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณภาพและคุณสมบัติถูกต้องครบถ้วน ซึ่งได้คะแนนรวมของเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นสูงสุดเป็นผู้ชนะการจัดจ้าง หรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก โดยให้ตามปัจจัยและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

(1) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 (100 คะแนน)

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

12.2 การพิจารณาข้อเสนอทางด้านเทคนิค กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 พพ. เพื่อใช้ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอทางด้านเทคนิคที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ โดยมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน ดังนี้

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
1.	นำเสนอแนวคิดหลัก (Theme)/กลยุทธ์ภาพรวมในการดำเนินงานโครงการ (1) แนวคิดหลัก (Theme) ของโครงการ กำหนด Theme ชัดเจน สอดคล้องนโยบายด้านพลังงานของประเทศ/พพ. มี Key Message ที่สามารถสื่อสารได้จริง (2) กลยุทธ์ภาพรวมในการดำเนินงาน มีกลยุทธ์ชัดเจน ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน ผลิตสื่อ เผยแพร่ และประเมินผล (3) แนวทางการรวบรวมข้อมูลนโยบายด้านพลังงาน มีแนวทางการรวบรวมข้อมูล และกรอบเนื้อหาข้อมูล เพื่อนำมาออกแบบสื่อโครงการที่ชัดเจน (4) การวิเคราะห์และแปลงข้อมูลสู่การผลิตสื่อโครงการ สามารถนำข้อมูลเชิงวิชาการมาวิเคราะห์ และแปลงเป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีรายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (15 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน แต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (12 คะแนน) - นำเสนอ 3 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (8 คะแนน) - นำเสนอ 2 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน)	15 คะแนน (กำหนด ถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 12)	เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอขึ้นมา โดย ให้แสดงแนวคิดหลัก (Theme) กลยุทธ์ ภาพรวม ในการ ดำเนินงานโครงการ ให้มีความสอดคล้อง ตาม TOR ข้อ 5 และการรวบรวม ข้อมูล ตาม TOR ข้อ 6.1 ให้มี ความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจ ทันสมัย และความ เป็นไปได้ในการ ดำเนินงานจริง	คณะกรรมการ จะพิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน คิดจากผู้ที่น่าเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียง ตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	- นำเสนอ 1 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (3 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
2.	แนวคิด กลยุทธ์ และรูปแบบการจัดนิทรรศการ (1) แนวคิด และกลยุทธ์การจัดนิทรรศการ กำหนด Concept ชัดเจน สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน และมีกลยุทธ์การนำเสนอที่เหมาะสม (2) ความน่าสนใจ และความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบนิทรรศการมีความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ (3) ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ออกแบบเนื้อหาหรือรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แสดงถึงการสื่อสารที่เข้าใจง่าย (4) การออกแบบพื้นที่และการจัดแสดง มีนำเสนอพื้นที่ (Layout) ชัดเจน ใช้งานได้ง่าย การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ รายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (10 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน แต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (8 คะแนน) - นำเสนอ 3 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน) - นำเสนอ 2 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (3 คะแนน) - นำเสนอ 1 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน	10 คะแนน (กำหนด ถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 8)	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยให้แสดงแนวคิด กลยุทธ์ และรูปแบบการจัดนิทรรศการ ให้มีความสอดคล้องตามขอบเขตการดำเนินงานและวิธีดำเนินงาน ข้อ 6.2 มีรูปแบบการจัดนิทรรศการ และการออกแบบพื้นที่ ที่แสดงถึงความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ชัดเจน และน่าสนใจ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำเสนอ และการให้คะแนนคิดจากผู้ให้นำเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	(1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
3.	แนวคิดการผลิตสื่อ และตัวอย่างชิ้นงาน ประชาสัมพันธ์	55 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 44) แบ่งเป็น		
3.1	การผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ความยาว 10 นาที 3.1.1 แนวคิดการผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ความยาว 10 นาที (10 คะแนน) (1) แนวคิดและรูปแบบกำหนด Theme/ รูปแบบรายการชัดเจน สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (2) การผลิตและกระบวนการดำเนินงาน นำเสนอขั้นตอนการผลิต แผนถ่ายทำ สถานที่ และหัวข้อที่จะผลิตทั้ง 20 ตอน (3) ความเหมาะสมของเนื้อหาและการสื่อสาร เนื้อหาเข้าใจง่าย สนุก เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (4) การเผยแพร่และการขยายผล นำเสนอแผนการเผยแพร่ผ่าน Facebook YouTube (E Journey) และมีแนวทางการขยายผลกับหน่วยงานเครือข่าย ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีรายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (10 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน แต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (8 คะแนน) - นำเสนอ 3 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน) - นำเสนอ 2 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความ	15 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนัก ร้อยละ 12)	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยให้แสดงแนวคิดกลยุทธ์ในการผลิตและเผยแพร่รายการ E Journey ความยาว 10 นาที ให้มีความสอดคล้องตามขอบเขตการดำเนินงานและวิธีดำเนินงานข้อ 6.3 มีโครงสร้างรายการชัดเจน มีเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจ ทันสมัย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ พร้อมแนวทางการขยายผล และมีตัวอย่างประกอบการนำเสนอ	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมานำเสนอ และการให้คะแนนคิดจากผู้ให้นำเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (3 คะแนน) - นำเสนอ 1 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.1.2 ตัวอย่างชิ้นงาน อย่างน้อย 1 ตัวอย่าง (5 คะแนน) การให้คะแนน - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจมากกว่า 1 ตัวอย่าง มีความชัดเจน ในการเล่าเรื่อง (5 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจจำนวน 1 ตัวอย่าง มีความชัดเจน ในการเล่าเรื่อง (3 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจ แต่ไม่มีความชัดเจนในการเล่าเรื่อง (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
3.2	การผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ความยาว 3 นาที 3.2.1 แนวคิดการผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ความยาว 3 นาที (7 คะแนน) (1) แนวคิดและรูปแบบสารคดี กำหนดแนวคิดชัดเจน ถ่ายทอดความรู้ด้านพลังงาน เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสอดคล้องวัตถุประสงค์โครงการ (2) การผลิตและกระบวนการดำเนินงาน นำเสนอขั้นตอนการผลิต และหัวข้อที่จะผลิตทั้ง 10 ตอน (3) ความเหมาะสมของเนื้อหาและการสื่อสาร เนื้อหาเข้าใจง่าย เหมาะสม	10 คะแนน (กำหนดล่วงหน้า นัก ร้อยละ 8)	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยให้แสดงแนวคิดกลยุทธ์ในการผลิตและเผยแพร่สารคดีพลังงาน ความยาว 3 นาที ให้มีความสอดคล้องตามขอบเขตการดำเนินงานและวิธีดำเนินงานข้อ 6.4 นำเสนอรูปแบบสารคดี การเล่าเรื่องมีความน่าสนใจ เข้าใจ	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาร และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าสนใจงานได้ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	กับกลุ่มเป้าหมายและถ่ายทอดองค์ความรู้ได้ชัดเจน (4) การเผยแพร่และการขยายผล นำเสนอแผนการเผยแพร่ผ่าน Facebook ริกซ์พลังงานหรือช่องทางอื่นๆ และมีแนวทางการขยายผลกับหน่วยงานเครือข่าย ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ รายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (7 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน แต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (5 คะแนน) - นำเสนอ 3 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (3 คะแนน) - นำเสนอ 2 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (2 คะแนน) - นำเสนอ 1 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.2.2 ตัวอย่างชิ้นงาน อย่างน้อย 1 ตัวอย่าง (3 คะแนน) การให้คะแนน - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจมากกว่า 1 ตัวอย่าง มีความชัดเจนในการเล่าเรื่อง (3 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจจำนวน 1 ตัวอย่าง มีความชัดเจน ในการเล่าเรื่อง (2 คะแนน)		ง่าย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ พร้อมแนวทางการขยายผล และมีตัวอย่างประกอบการนำเสนอ	

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	- นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจ แต่ไม่มีความชัดเจนในการเล่าเรื่อง (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
3.3	การผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ความยาว 1 นาที 3.3.1 แนวคิดการผลิตและเผยแพร่คลิปวิดีโอสั้น ความยาว 1 นาที (10 คะแนน) (1) แนวคิดและประเภทเนื้อหา กำหนดแนวคิดชัดเจน ครอบคลุมประเภทคลิป ตามขอบเขตการดำเนินงาน และสอดคล้องภารกิจ พพ. ใช้งานได้จริง (2) การผลิตและกระบวนการดำเนินงาน นำเสนอขั้นตอนการผลิตที่ชัดเจน และหัวข้อที่จะผลิตทั้ง 40 เรื่อง (3) ความเหมาะสมของเนื้อหาและการสื่อสาร เนื้อหาเข้าใจง่าย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย กระตุ้นการรับรู้/การปรับพฤติกรรมได้จริง (4) การเผยแพร่และการขยายผล นำเสนอแผนการเผยแพร่ผ่าน TikTok หรือ Facebook Reel หรือ YouTube Shorts ของ พพ. หรือช่องทางอื่นๆ และมีแนวทางการขยายผลกับหน่วยงานเครือข่าย ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีรายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (10 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 4 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงานแต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (8 คะแนน)	15 คะแนน (กำหนดวง น้ำหนัก ร้อยละ 12)	เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอขึ้นมา โดย ให้แสดงแนวคิด กลยุทธ์ในการผลิต และเผยแพร่คลิป วิดีโอสั้น ความยาว 1 นาที ให้มีความ สอดคล้องตาม ขอบเขตการ ดำเนินงานและวิธี ดำเนินงานข้อ 6.5 นำเสนอรูปแบบคลิป วิดีโอสั้นที่น่าสนใจ สนุก น่าติดตาม เหมาะสมกับบริบท การสื่อสารผ่าน Social Media และกลุ่มเป้าหมาย และมีกลยุทธ์ในการ เผยแพร่ พร้อม แนวทางการขยาย ผล และมีตัวอย่าง ประกอบการ นำเสนอ	คณะกรรมการ จะพิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน คิดจากผู้ให้นำเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียง ตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	- นำเสนอ 3 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน) - นำเสนอ 2 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (3 คะแนน) - นำเสนอ 1 ข้อ จาก 4 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.3.2 ตัวอย่างชิ้นงาน อย่างน้อย 3 ตัวอย่าง (5 คะแนน) การให้คะแนน - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจ มากกว่ากว่า 3 ตัวอย่าง มีความชัดเจนในการเล่าเรื่อง (5 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจ จำนวน 3 ตัวอย่าง มีความชัดเจนในการเล่าเรื่อง (3 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่างชิ้นงานในรูปแบบ Storyboard หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่น่าสนใจ แต่ไม่มีความชัดเจนในการเล่าเรื่อง (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
3.4	การผลิตและเผยแพร่วารสาร 'รักษ์พลังงาน' ในรูปแบบ E-Magazine 3.4.1 แนวคิดการผลิตและเผยแพร่วารสาร 'รักษ์พลังงาน' ในรูปแบบ E-Magazine (10 คะแนน) (1) แนวคิดและโครงสร้างเนื้อหา กำหนดโครงสร้างเล่มชัดเจน ครอบคลุมข่าวสาร เทคโนโลยี นวัตกรรม บทความวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องภารกิจ พพ.	15 คะแนน (กำหนดวง หน้านัก ร้อยละ 12)	เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอขึ้นมา โดย ให้แสดงแนวคิด กลยุทธ์ในการผลิต และเผยแพร่วารสาร 'รักษ์พลังงาน' ใน รูปแบบ E- Magazine ให้มี ความสอดคล้องตาม ขอบเขตการ	คณะกรรมการ จะพิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน คิดจากผู้ที่น่าสนใจ งานได้ดีที่สุดเรียง ตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	เข้าใจง่าย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (2) การออกแบบและคุณภาพงานผลิต รูปแบบเล่มสวยงาม ทันสมัย อ่านง่าย จัดวางเลย์เอาต์/อินโฟกราฟิกเหมาะสม (3) กระบวนการผลิตและการบริหารเนื้อหา มีขั้นตอน (วางแผน-จัดทำ-ตรวจทาน-เผยแพร่) และขั้นตอนตรวจทานความถูกต้องก่อนเผยแพร่ชัดเจน (4) การเผยแพร่และการขยายผลนำเสนอ แผนการเผยแพร่ผ่าน Facebook/ เว็บไซต์ พพ. แผนการโพสต์คอนเทนต์จากในเล่ม เพื่อสร้างการติดตามและความเคลื่อนไหวต่อเนื่อง พร้อมนำเสนอแนวทางการขยายผลกับหน่วยงานเครือข่าย ที่สอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5) การติดตามและประเมินผลผู้อ่าน นำเสนอแบบประเมินออนไลน์ (2 ครั้ง) เพื่อประเมินผลผลตอบรับ/พฤติกรรมผู้อ่าน เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพ การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 5 ข้อ มีรายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (10 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 5 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงานแต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (8 คะแนน) - นำเสนอ 4 ข้อ จาก 5 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน) - นำเสนอ 3 ข้อ จาก 5 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (3 คะแนน)		ดำเนินงานและวิธีดำเนินงานข้อ 6.6 รูปแบบโครงสร้างเนื้อหา และการออกแบบมีความสวยงาม น่าสนใจ ทันสมัย และเข้าใจง่าย และมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่ พร้อมแนวทางการขยายผล และมีตัวอย่างประกอบการนำเสนอ	

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	- นำเสนอ 2 ข้อ จาก 5 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (2 คะแนน) - นำเสนอ 1 ข้อ จาก 5 ข้อ ที่มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน) 3.4.2 ตัวอย่างชิ้นงาน อย่างน้อย 1 ตัวอย่าง/ ฉบับ (5 คะแนน) การให้คะแนน - นำเสนอตัวอย่าง E-Magazine มากกว่า 1 ตัวอย่าง/ ฉบับ โครงสร้างเล่มครบถ้วน อยู่ในระดับใช้งานจริง (5 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่าง E-Magazine จำนวน 1 ตัวอย่าง/ ฉบับ โครงสร้างเล่มครบถ้วน อยู่ในระดับใช้งานจริง (4 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่าง E-Magazine โครงสร้างเล่มครบถ้วน การนำไปใช้งานอยู่ในระดับพอใช้ (3 คะแนน) - นำเสนอตัวอย่าง E-Magazine โครงสร้างเล่มไม่ครบถ้วน การนำไปใช้งานอยู่ในระดับพอใช้ (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)			
4.	แนวทางการประเมินผลความพึงพอใจและการเข้าถึงสื่อโครงการ (1) แนวทางการประเมินความพึงพอใจ นำเสนอเครื่องมือประเมิน (แบบสอบถาม) ที่เหมาะสม ครอบคลุมการประเมินหลังเข้าร่วมกิจกรรม (นิทรรศการ) และการเข้าถึงสื่อ (2) การวิเคราะห์และจัดทำรายงานผล มีแนวทางวิเคราะห์ข้อมูล (เชิงสถิติ/ พฤติกรรมผู้ชม) และจัดทำรายงานผลลัพธ์อย่างเป็นระบบ	5 คะแนน (กำหนดวง น้ำหนัก ร้อยละ 4)	เอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอขึ้นมา โดย ให้แสดงแนวทางการ ประเมินผลความพึง พอใจ และการ เข้าถึงสื่อ ให้มีความ สอดคล้องตาม ขอบเขตการ ดำเนินงานและวิธี ดำเนินงานข้อ 6.7 พร้อมตัวอย่างการ	คณะกรรมการ จะพิจารณาโดย เปรียบเทียบ จากเอกสารที่ผู้ยื่น ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน คิดจากผู้ที่น่าเสนอ งานได้ดีที่สุดเรียง ตามลำดับลงมา

ลำดับ	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน	วิธีการให้คะแนน
	(3) การนำผลไปใช้และข้อเสนอแนะเชิงพัฒนา มีแนวทางสรุปผลและข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนาสื่อและโครงการในระยะต่อไปอย่างเป็นรูปธรรม การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 3 ข้อ มีรายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 3 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน แต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (3 คะแนน) - นำเสนอไม่ครบถ้วน รายละเอียดไม่ชัดเจน (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)		ประเมินผล	
5.	แผนการดำเนินงานโครงการโดยละเอียด (1) ความครบถ้วนของแผนงาน แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน ครบถ้วนครอบคลุมทุกกิจกรรมหลักของโครงการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ (2) ระยะเวลาและแผนปฏิบัติงาน มีการกำหนดระยะเวลาในแต่ละกิจกรรมเหมาะสม สอดคล้องกับขอบเขตโครงการ การให้คะแนน - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 2 ข้อ มีรายละเอียดชัดเจน สามารถดำเนินงานได้จริง และมีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน (5 คะแนน) - นำเสนอครบถ้วนทั้ง 2 ข้อ มีความสอดคล้องกับขอบเขตการดำเนินงาน แต่รายละเอียดยังไม่ชัดเจน (3 คะแนน) - นำเสนอไม่ครบถ้วน รายละเอียดไม่ชัดเจน (1 คะแนน) - ไม่มีการนำเสนอ (0 คะแนน)	5 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 4)	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยให้นำเสนอแผนการดำเนินงานโครงการ สอดคล้องกับรายละเอียดขั้นตอน/กระบวนการดำเนินงาน ข้อ 6 และมีความเป็นไปได้จริง	คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมารายละเอียด และการให้คะแนนคิดจากผู้ให้นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงตามลำดับลงมา

	เกณฑ์การพิจารณา	คะแนนเต็ม (100 คะแนน)	วิธีประเมิน
6.	ประสบการณ์การทำงานของผู้ยื่นข้อเสนอ (Company Profile) (1) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท ตั้งแต่ 5 สัญญาขึ้นไป (10 คะแนน) (2) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 4 สัญญา (7 คะแนน) (3) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 3 สัญญา (5 คะแนน) (4) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 2 สัญญา (3 คะแนน) (5) จำนวนสัญญาที่เป็นผลงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรืองานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับงานที่จ้าง โดยมีวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 1 สัญญา (1 คะแนน)	10 คะแนน (กำหนดถ่วงน้ำหนักร้อยละ 8)	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอยื่นมา โดยจะต้องมีสำเนาหนังสือรับรองผลและ/หรือสำเนาสัญญา ที่มีในวงเงินไม่น้อยกว่า 5,000,000 บาท (สัญญาเดียว) และเป็นผลงานย้อนหลัง ไม่เกิน 5 ปี นับจากวันที่ดำเนินงานแล้วเสร็จจนถึงวันยื่นข้อเสนอ และเป็น ผลงาน ด้าน การ สื่อ สาร ประชาสัมพันธ์ หรืองานที่คล้ายคลึงกับการจ้างครั้งนี้ ทั้งนี้ จะพิจารณาจากจำนวนสัญญาที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชน ที่ พพ. พิจารณาแล้วเชื่อถือได้

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

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

ในกรณีที่ผู้เสนอราคารายที่เสนอราคาต่ำสุด เสนอราคาต่ำจนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินงานตามสัญญาได้ คณะกรรมการจะพิจารณาผลประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์จะให้ ผู้เสนอราคานั้นชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้เสนอราคาสามารถดำเนินงานตามประกวดราคาจ้างอิเล็กทรอนิกส์ให้สมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ คณะกรรมการจะพิจารณาผลประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้เสนอราคารายนั้น

13. กรรมสิทธิ์

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

14. เงื่อนไขอื่นๆ และข้อสงวนสิทธิ์

14.1 พพ. ทรงไว้ซึ่งสิทธิในการปรับปรุงรายละเอียด รวมทั้งปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องตามสถานการณ์ และผู้เสนอราคาพร้อมดำเนินการปรับเปลี่ยนตามที่ พพ. เห็นสมควร เพื่อความเหมาะสมและเป็นประโยชน์แก่ทางราชการ

14.2 ผู้รับจ้างจะต้องเสนอข้อมูลและรายละเอียดการดำเนินงานให้ พพ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการทุกครั้ง

14.3 กรณีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนน้อยกว่าที่ประมาณการไว้หรือเข้าร่วมฯ ไม่ครบถ้วนตามกำหนดหรือดำเนินการไม่ครบถ้วน 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 1017, 1339

ภาคผนวก

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา :

การดำเนินงานด้านการสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน ผ่านเครื่องมือประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านมา พพ. ได้ดำเนินการผ่านกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. การจัดกิจกรรมเผยแพร่องค์ความรู้ด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน ในรูปแบบการจัดแสดงนิทรรศการ ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มภาคเอกชน/นักลงทุน/ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และประชาชนทั่วไป โดยมีผลการดำเนินงานที่ผ่านมา (เดือนเมษายน 2566 - มกราคม 2567) ได้ดำเนินการจัดนิทรรศการจำนวน 10 ครั้ง กำหนดให้มีผู้เข้าชมนิทรรศการ จำนวน 2,000 คน ดังนี้

- ผลการดำเนินงาน : มีผู้สนใจเข้าชมนิทรรศการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 2,217 คน เกิดความรู้ความเข้าใจนโยบายด้านพลังงาน และความรู้ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน เกิดการต่อยอดนำไปปรับใช้ในธุรกิจ องค์กร สังคม และตนเองเพิ่มมากขึ้น
- สรุปการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดนิทรรศการ :

เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยระดับ	4.51 – 5.00	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระดับ	3.51 – 4.50	มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระดับ	2.51 – 3.50	มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับ	1.51 – 2.50	มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระดับ	1.00 – 1.50	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการประเมินผลความความพึงพอใจต่อการจัดนิทรรศการ จำนวน 10 ครั้ง

- 1) รูปแบบการจัดนิทรรศการมีความเหมาะสม ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.60
- 2) ได้รับความรู้ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานจากการเข้าชมนิทรรศการ มากน้อยเพียงใด ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.60
- 3) ระยะเวลาการจัดนิทรรศการ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.62
- 4) การให้ข้อมูลและการบริการของเจ้าหน้าที่ประจำบูธนิทรรศการ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.64
- 5) สถานที่จัดกิจกรรมมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.62
- 6) สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้จากการเข้าชมนิทรรศการเพื่อไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้มากน้อยเพียงใด ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.63
- 7) ภาพรวมความพึงพอใจในการจัดนิทรรศการ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.65

ทั้งนี้ การการจัดแสดงนิทรรศการสาธิต ฯ ได้รับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าชมนิทรรศการไปในทิศทางเดียวกัน คือ รูปแบบการจัดนิทรรศการมีความน่าสนใจ ได้ความรู้ด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สามารถนำความรู้จากข้อมูลในนิทรรศการไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และอยากให้มีการจัดนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง



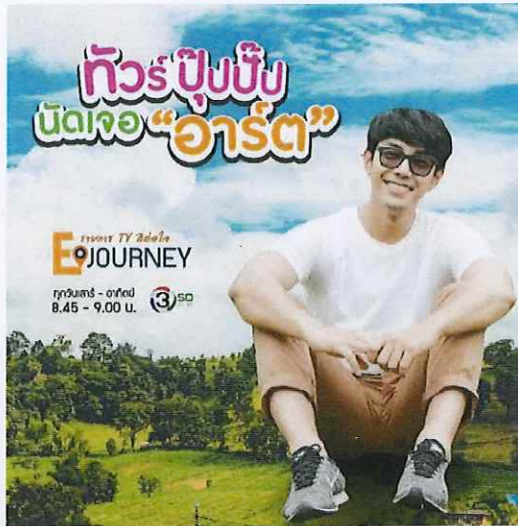
2. การผลิตและเผยแพร่รายการเชิงวาไรตี้ ในชื่อรายการ E Journey ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ดังนี้

การผลิตและเผยแพร่รายการเชิงวาไรตี้ ในชื่อรายการ E Journey พว. ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการนำเสนอรูปแบบที่มีหลากหลาย ตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา โดยมีรูปแบบในการนำเสนอดังต่อไปนี้

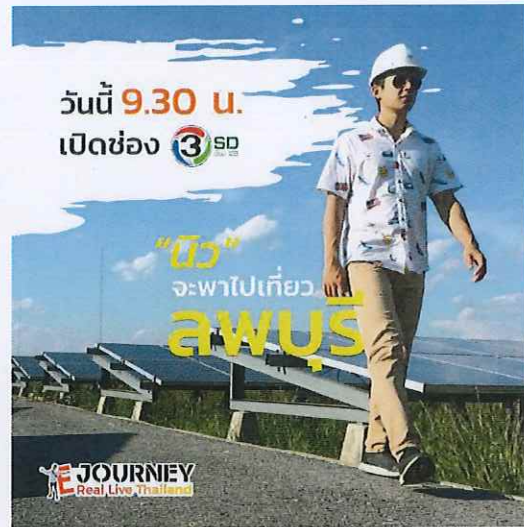
- ปี 2560 ดำเนินการผลิตรายการเชิงวาไรตี้ ภายใต้ชื่อ Energy Journey หรือ E Journey ความยาว 15 นาที จำนวน 50 ตอน เป็นรายการสารคดีเชิงท่องเที่ยว ที่จะพาผู้ชมไปเรียนรู้ เรื่องการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน นวัตกรรมพลังงาน ที่ก่อให้เกิด การสร้างงาน สร้างรายได้ ดำเนินเรื่องในรูปแบบของสารคดีท่องเที่ยวเชิงเรียลลิตี้ ที่พิธีกร จะได้รับการกิจ เพื่อนำไปสู่การ ค้นหาพลังงาน ที่ไม่มีวันสิ้นสุด ดำเนินรายการโดยอาร์ต พศุทธิ์ บานแย้ม เผยแพร่ทาง สถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 SD (หมายเลข 28) ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.45 - 09.00 น.
- ปี 2561 ดำเนินการผลิตรายการเชิงวาไรตี้ ภายใต้ชื่อ E JOURNEY Real Live Thailand ความยาว 15 นาที จำนวน 50 ตอน เป็นรายการท่องเที่ยวที่จะพาผู้ชมไปพบกับสถานที่สวยๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านพลังงาน วิถีชีวิตของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดำเนินรายการโดยนิว ชัยพล จูเลียน พุพาร์ท เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 SD (หมายเลข 28) ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 09.30 - 09.45 น.
- ปี 2562 ดำเนินการผลิตรายการเชิงวาไรตี้ ภายใต้ชื่อ E journey พลังงาน DEDE ความยาว 10 นาที จำนวน 30 ตอน รูปแบบรายการในปีนี้จะปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการจากการเน้นการ ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเรื่องราวด้านพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานเข้าด้วยกัน เป็นการนำเรื่อง ของการทำอาหารจากวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากนวัตกรรมด้านพลังงาน นำเสนอโดยพิธีกร 2 ท่าน คือ คริสโตเฟอร์ โจนธาณ รอย เซฟ (คริส คนหัวครีว) ลงพื้นที่เข้าไปใช้ชีวิตอยู่กับชุมชน นำเสนอ เล่าเรื่องราวของชุมชนที่ไปในตอนนั้น จากอดีตเคยมีความเป็นอยู่อย่างไร และในปัจจุบัน ได้รับการสนับสนุนเรื่องของพลังงานทดแทนในรูปแบบใดบ้าง และเซฟจากัวร์ ธีรวิธ ดิษยะไชยพงษ์ เซฟชื่อดังจากรายการเซฟกระทะเหล็ก นำผลผลิตที่ได้จากพลังงานทดแทนมาต่อยอดให้มีความ น่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยจะเป็นการคิดเมนูอาหาร แนะนำวัตถุดิบอาหารและลดต้นทุนการผลิต ด้วยนวัตกรรมพลังงาน รวมไปถึงวิธีการในการพัฒนาสินค้าให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เผยแพร่ รายการผ่านช่องทาง YouTube: E journey และ Facebook : E journey
- ปี 2565 ดำเนินการผลิตรายการเชิงวาไรตี้ ภายใต้ชื่อ E journey พลังงาน DEDE ความยาว 10 นาที จำนวน 30 ตอน รูปแบบรายการต่อยอดจากปี 2562 ขยายเรื่องราวให้ครอบคลุม ทั่วทุก ภูมิภาค ดำเนินรายการโดย เซฟจากัวร์ ธีรวิธ ดิษยะไชยพงษ์ เซฟชื่อดังจากรายการเซฟ กระทะ เหล็ก ที่จะมานำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรม การท่องเที่ยว อาหาร และพลังงาน ที่จะเดินทาง

ขับเคลื่อนความสุขเข้าสู่ชุมชน โดยเซฟจะนำผลผลิตประจำชุมชน มาสร้างสรรค์และพัฒนาให้เป็นเมนูที่ชาวบ้าน สามารถที่จะนำไปใช้ในการสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น เผยแพร่รายการผ่านช่องทาง YouTube : E journey และ Facebook : E journey

ตัวอย่างรายการ E Journey ปีที่ 1 - 4



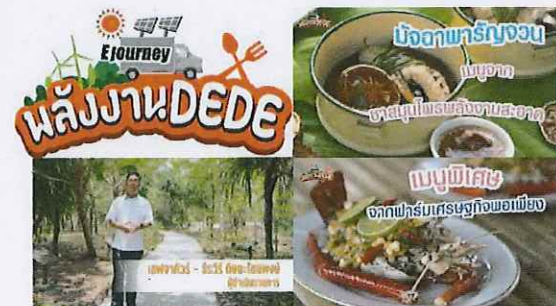
E Journey season 1



E Journey season 2



E Journey season 3



E Journey season 4

การเผยแพร่ผ่านช่องทางอื่นๆ

พพ. ได้รับความอนุเคราะห์จากสถานีโทรทัศน์การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ของมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในพระบรมราชูปถัมภ์ เผยแพร่รายการ E journey ดังนี้

รายการ	จำนวน ตอน	ออกอากาศช่อง Dltv	ประเภท	เวลาออกอากาศ							
				จ.	อ.	พ.	พฤ.	ศุ.	ส.	อา.	วันหยุด
ออกอากาศระหว่างวันที่ 16 พ.ค. 68 – 30 ก.ย. 68 (ปิดภาคเรียนที่ 1/2568)											
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master	20.30							
ออกอากาศระหว่างวันที่ 1 พ.ย. 67 – 23 มี.ค. 68 (ปิดภาคเรียนที่ 2/2567)											
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master	20.35							
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master		20.35						
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master			20.35					
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master				20.35				
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master					20.35			
ออกอากาศระหว่างวันที่ 16 พ.ค. – 30 ต.ค. 67 (ปิดภาคเรียนที่ 1/2567)											
E Journey พลังงาน DEDE	60	9	Master	20.35							
		9	Rerun		20.35	20.35	20.35	20.35			
เริ่มออกอากาศวันที่ 16 พ.ค. 67 เป็นต้นไป											
E Journey พลังงาน DEDE	30	3	หลังจบการเรียนการสอน เวลา 14.30 – 15.00 น.								
		9	ออกอากาศเวลา 15.30 – 16.00 น.								
ออกอากาศระหว่างวันที่ 6 – 31 ต.ค. 65 (ปิดภาคเรียนที่ 1/2565)											
E Journey พลังงาน DEDE	30	9	Master		18.00						2.00
E Journey พลังงาน DEDE	30	9	Rerun	0.00	0.30	1.00	1.30	2.00	5.30	0.30	8.01
		9	Rerun	6.00	6.30	7.00	7.30	8.00		18.00	12.00
		9	Rerun	17.30		18.30	19.00	19.30			19.30
ออกอากาศระหว่างวันที่ 17 พ.ค. – 5 ต.ค. 65 (ปิดภาคเรียนที่ 1/2565)											
E Journey พลังงาน DEDE	30	3	Master	1.30							
			Rerun	6.30	2.00	2.30	3.00	3.30	3.30	7.30	2.30
			Rerun		7.00	7.30			22.30	17.30	9.30
			Rerun							22.30	15.00
			Rerun								8.00
			Rerun								21.00
			Rerun								2.00
			Rerun								8.01
			Rerun								12.00
			Rerun								19.30
ออกอากาศระหว่างวันที่ 19 มี.ค. – 16 พ.ค. 65 (ปิดภาคเรียนที่ 2/2564)											
E Journey พลังงาน DEDE	30	9	Master		18.00						2.00
			Rerun	0.00	6.30	7.00	7.30	2.00	5.30	18.00	8.01
			Rerun	6.00		18.30	19.00	8.00	23.30	0.30	12.00
			Rerun	17.30				19.30			19.30
ออกอากาศระหว่างวันที่ 1 พ.ย. 64 – 18 มี.ค. 65 (ปิดภาคเรียนที่ 2/2564)											
E Journey พลังงาน DEDE	30	3	Master	1.30							
			Rerun	6.00	2.00	2.30	3.00	3.30	3.00	2.30	
			Rerun		6.30	7.00	7.30		7.30	7.00	

รายการ	จำนวน ตอน	ออกอากาศช่อง Dltv	ประเภท	เวลาออกอากาศ							
				จ.	อ.	พ.	พฤ.	ศ.	ส.	อา.	วันหยุด
			Rerun						22.30	17.00	
			Rerun							22.00	
E Journey พลังงาน DEDE	30	9	Master								12.00
			Rerun								19.30
			Rerun								2.00
			Rerun								8.01
ออกอากาศระหว่างวันที่ 1 มิ.ย - 10 ต.ค. 64 (ปิดภาคเรียนที่ 1/2564)											
E Journey พลังงาน DEDE	30	3	Master	1.30							
			Rerun	6.00	2.00	2.30	3.00	3.30	3.00	2.30	
			Rerun		6.30	7.00	7.30		7.30	7.00	
			Rerun							22.30	17.00
			Rerun								22.00
เริ่มออกอากาศตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563 เป็นต้นไป											
E Journey พลังงาน DEDE	30	3	Master	1.30	7.00	6.30	6.00	5.30	22.30	22.30	
			Rerun	7.30					4.30	4.30	

3. การผลิตและเผยแพร่สารคดี ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ดังนี้

การผลิตและเผยแพร่สารคดี ในปีที่ผ่านมา (ปี 2565) ได้ดำเนินการผลิตในรูปแบบ Infographic Animation วิดีโอคลิปความยาว 3 นาที จำนวน 10 ตอน เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงานและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวคิด “Energy Happy Learning” ความรู้เรื่องพลังงาน จะวิชาการก็ต้องน่าสนใจด้วย โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมาย เด็ก และ เยาวชน อายุ 8 ปีขึ้นไป ครอบคลุมไปตลอดจนถึงผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป ที่เป็นคนชอบศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ รักสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เป็นต้น เผยแพร่สารคดีผ่านช่องทาง YouTube : E journey และ Facebook : รักษ์พลังงาน



4. การออกแบบและจัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน' ในรูปแบบ E-Magazine

การจัดทำวารสาร 'รักษ์พลังงาน' ในรูปแบบ E-Magazine ในปีที่ผ่านมา (ปี 2565) ได้ดำเนินการจัดทำจำนวน 12 ฉบับๆ ละ ไม่น้อยกว่า 36 หน้า และเผยแพร่ผ่านเพจ Facebook : วารสารรักษ์พลังงาน และเว็บไซต์ พพ. โดยมีรูปแบบเป็นนิตยสารเพื่อส่งเสริมด้านความรู้สมัยใหม่ หรือร่วมสมัยในการมีชีวิตอย่างมีคุณภาพ ในโลกของพลังงานทดแทน (Alternative Energy) โดยมีแกนของแนวคิดเป็นเรื่องวิถีชีวิต (Lifestyle) ของคนไทยทุกระดับ และผู้คนบนโลกใบนี้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับพลังงาน ดิน น้ำ ลม และ ไฟ เช่น พลังงานจากชีวมวล กังหันลมเพื่อผลิตไฟฟ้า พลังงานจากน้ำเพื่อชุมชน ยุคแห่งการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ รวมถึงนวัตกรรมด้านพลังงาน และเทคโนโลยีการอนุรักษ์พลังงาน ระบบ IOT ที่นำมาใช้ในการจัดการด้านอนุรักษ์พลังงานให้มีประสิทธิภาพ

ขณะเดียวกันในนิตยสารจะนำเสนอการก้าวสู่ยุคอุตสาหกรรมในกระแสดิจิทัลที่มีความก้าวหน้าและองค์ความรู้ใหม่ๆ อย่างไบบ้าง ในเรื่องของพลังงานทดแทนและการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งจะนำมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งทางกายภาพและสังคม เพื่อเป็นสื่อสนับสนุน แผนพลังงานชาติ (National Energy Plan) ที่มุ่งสู่เป้าหมายลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิเป็นศูนย์ (Carbon Neutrality) ภายในปี ค.ศ. 2065 – 2070 และส่งเสริมให้คนไทยใช้ชีวิตอย่างมีความสุข

อีกทั้งยังนำเสนอส่วนที่เล็กที่สุดของชุมชนในประเทศไทยว่า ได้นำแนวคิดการใช้พลังงานทดแทนมาประยุกต์ใช้อย่างไรบ้าง ในการดำรงชีพ การสร้างธุรกิจขนาดย่อม การเกษตร ส่วนสำคัญคือการขับเคลื่อนของนโยบายภาครัฐ ในฐานะของ พพ. ที่มีภารกิจและบทบาทในการส่งเสริมพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สร้างความสมดุลด้านพลังงานให้เกิดขึ้นในสังคม

บทวิเคราะห์วารสาร'รักษ์พลังงาน'

จุดแข็ง

- บุคลิกของวารสารโดยภาพรวมมีความชัดเจน คือ การสื่อสารในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน การรักษาสีสิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีพลังงานทดแทน
- เนื้อหาของวารสาร มีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ ด้วยมุมมองแบบ outside in คือ มองจากภายนอกเข้ามาสู่องค์กร ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับผู้อ่านได้ง่ายขึ้น

จุดอ่อน

- เนื้อหาบทความที่เป็นวิชาการ ยังต้องมีการปรับการสื่อสารและภาษาที่ใช้ให้เข้าใจง่ายขึ้น

โอกาส

- ปัจจุบัน เทรนด์เรื่องพลังงานและกระแสรักษ์โลกกำลังเป็นที่สนใจในทุวงการ เป็นโอกาสในการสร้างเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

อุปสรรค

- ปัจจุบัน กระแสความนิยมของการสร้างคอนเทนต์แบบสั้น เช่น Tiktok ส่งผลให้ผู้รับสารมีสมาธิในการรับสารสั้นลงเรื่อย ๆ อาจส่งผลต่อการรับสารทางสื่อวารสารที่ต้องใช้เวลาในการอ่าน ได้รับความนิยมน้อยลงเรื่อย ๆ จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการสื่อสารของวารสาร ให้มีความกระชับ ตรงประเด็นและเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญกับภาพประกอบ และการจัดวางเลย์เอาท์ให้มีความสวยงาม



5. การจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง Google Ads หรือ Facebook Ads การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง Google Ads หรือ Facebook Ads ของโครงการประจำปี 2565 ที่ผ่านมา ได้กำหนดให้มียอดการเข้าถึงและการเข้าชมรวมกันไม่น้อยกว่า 3,000,000 ผู้เข้าถึงและผู้เข้าชม จึงขอสรุปภาพรวมการเผยแพร่สื่อทั้งหมดของโครงการ ผ่านเพจ วารสาร'รักษ์พลังงานและ E Journey ระหว่างเดือนมิถุนายน 2566 - กุมภาพันธ์ 2567 ดังนี้

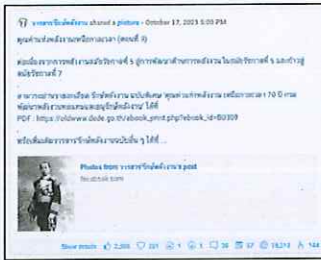
1) ตารางสรุปจำนวน Impression, Reach, Engagement ของเพจ วารสาร'รักษ์พลังงาน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2566 - กุมภาพันธ์ 2567

หัวข้อ	เดือน									รวม
	มิ.ย.-66	ก.ค.-66	ส.ค.-66	ก.ย.-66	ต.ค.-66	พ.ย.-66	ธ.ค.-66	ม.ค.-67	ก.พ.-67	
Impression	805,885	758,234	566,263	743,885	832,515	866,972	989,252	1,702,900	508,600	7,774,506
Reach	677,041	623,108	477,924	655,854	749,507	771,101	886,009	1,501,410	461,700	6,803,654
Engagement	21,261	20,720	8,700	15,313	38,277	5,413	9,218	25,320	10,030	154,252
ยอดรวมทั้งสิ้น										14,732,412

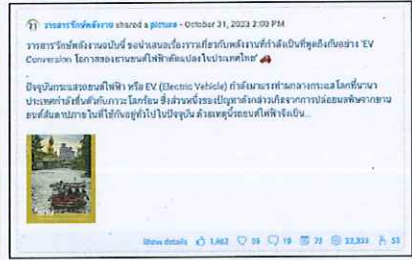
โพสต์ที่มียอดเข้าถึงสูงสุด 3 อันดับแรก



Date Post	13 October 2023
Like	3,904
Reaction	457
Comment	68
Shared	97



Date Post	17 October 2023
Like	2,386
Reaction	263
Comment	39
Shared	37



Date Post	31 October 2023
Like	1,862
Reaction	59
Comment	19
Shared	73

SUMMARY

Top 3 Post ที่ได้ Performance ดีที่สุด ในเชิงของมุดนโความสนใจจนเกิดมอด Engagement ที่สูงที่สุดนับตั้งแต่เดือน 2566 - กุมภาพันธ์ 2567 ได้แก่เนื้อหาที่เกี่ยวกับในหลวงและรัชกาล และเนื้อหาที่เกี่ยวกับ E-Magazine ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประนัณฑ์พลังงาน และเรื่องรถ EV

2) ตารางสรุปจำนวน VDO View และ Engagement ของเพจ E Journey ตั้งแต่เดือน มิถุนายน - ธันวาคม 2566

หัวข้อ	เดือน							รวม
	มิ.ย.-66	ก.ค.-66	ส.ค.-66	ก.ย.-66	ต.ค.-66	พ.ย.-66	ธ.ค.-66	
View 3s	256,147	231,873	289,307	378,243	220,543	221,000	257,000	1,854,113
Thru plays	60,765	63,745	72,805	164,016	62,227	63,987	84,558	572,103
View 1min	10,354	8,077	9,332	14,688	16,562	11,500	18,200	88,713
Engagement	6,103	6,026	2,476	4,349	3,028	2,985	3,169	28,136
ยอดรวมทั้งสิ้น								2,543,065

โพสต์ที่มียอดเข้าชมสูงสุด 3 อันดับแรก



Date Post	1 September 2023
View	170,000
Like	1,182
Reaction	4
Comment	2
Shared	24



Date Post	24 November 2023
View	89,000
Like	876
Reaction	13
Comment	4
Shared	85



Date Post	1 December 2023
View	65,000
Like	823
Reaction	1
Comment	1
Shared	10

SUMMARY

Top 3 Post ที่ได้ Performance ดีที่สุด ในเชิงของมุดนโความสนใจจนเกิดมอด Engagement ที่สูงที่สุดนับตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2566 - กุมภาพันธ์ 2567 ได้แก่เนื้อหาที่เกี่ยวกับอาหารคาว และแปงไปด้วยวิธีและกระบวนการทำให้อนุรักษ์พลังงาน