

## (ร่าง) ขอบเขตของงาน

โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง  
ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

## 1. หลักการและเหตุผล

1.1 แม้ว่าหลายฝ่ายจะคาดการณ์กันว่า ในอนาคตเชื้อเพลิงขั้นต้น เช่น ถ่านหิน น้ำมัน จะทยอยลดความสำคัญลงตามลำดับ และจะถูกแทนที่ด้วยพลังงานสะอาด ทิศทางพลังงานของโลกกำลังเปลี่ยนผ่านจากการลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล ซึ่งเป็นต้นเหตุของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปสู่พลังงานสะอาดมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ในช่วงการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจของโลก ภายหลังจากสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 ที่คลายความรุนแรงลง กลับผลักดันอุปสงค์และปริมาณความต้องการใช้พลังงานขั้นต้นทั้งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นได้จากการปรับเพิ่มขึ้นของระดับราคาเชื้อเพลิงขั้นต้น ทั้งยังมีความผันผวนของราคาที่ยังทะยานขึ้นสู่ระดับราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2564 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งปัญหาการขาดความสมดุลของ ภาคพลังงานในระดับสากล ยังถูกซ้ำเติมด้วยสถานการณ์สงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้ราคาพลังงานได้แก่น้ำมันดิบและก๊าซปรับตัวขึ้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์กลายเป็นวิกฤตซ้อนวิกฤตส่งผลกระทบต่อทุกประเทศที่มีสถานะเป็นผู้นำเข้าพลังงานสุทธิรวมทั้งประเทศไทยด้วย

1.2 สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่บริหารจัดการกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงในการรักษาเสถียรภาพราคาน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศ ได้กลับมามีบทบาทที่เด่นชัดอีกครั้ง โดยเฉพาะในช่วงเวลาของวิกฤตการณ์และความผันผวนของระดับราคาเชื้อเพลิงฟอสซิล ที่ส่งผลกระทบต่อค่อนข้างรุนแรงต่อระดับราคาพลังงานในประเทศ บนกระแสของการเปลี่ยนผ่านรูปแบบเชื้อเพลิงไปสู่พลังงานสะอาดในระดับสากล ภายหลังจากที่ได้มีการตราพระราชบัญญัติกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2562 เพื่อกำหนดบทบาท ภารกิจ กรอบแนวทางการดูแลเสถียรภาพราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดจนการจัดตั้ง สกนช. เพื่อเป็นหน่วยงานบริหาร รายรับ รายจ่าย และดำเนินการชดเชยตามนโยบายของรัฐบาล ให้เกิดความเหมาะสม และทันต่อสถานการณ์พลังงานทั้งในระดับสากล ระดับภูมิภาค และในประเทศ นอกจากนี้ การบริหารงานของ สกนช. ต้องดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์และแผนรองรับวิกฤตการณ์ด้านน้ำมันเชื้อเพลิงที่ต้องผ่านความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี ดังเช่น แผนรองรับวิกฤตการณ์น้ำมันเชื้อเพลิงและแผนยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2563 – 2567 ซึ่งได้ผ่านความเห็นของคณะรัฐมนตรี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2563 ที่ผ่านมา

1.3 ปัจจัยของวิกฤตการณ์ราคาพลังงานในระดับสากลที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อภาคพลังงานไทย ทำให้องค์กรภาคพลังงานมีการปรับตัวขนาดใหญ่ เพื่อรับมือกับผลกระทบที่เกิดขึ้น สกนช. เองก็เช่นกัน กำลังอยู่ในช่วงของการทบทวนยุทธศาสตร์ฉบับปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์ฉบับใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ช่วงเวลาของความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และนอกจากการรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าข้างต้น อีกสิ่งที่ยังต้องคำนึงถึงในระยะยาวคือ ความเปลี่ยนแปลงระยะยาวในภาคพลังงาน (Energy Transition) ระดับสากลที่ส่งผลกระทบต่อทุกประเทศทั่วโลกรวมทั้งในประเทศไทย ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสความห่วงใยเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน และผลกระทบได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงภาคพลังงานอย่างรวดเร็วในทุกระดับ และในทุกมิติ เพื่อขับเคลื่อน

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)  (๒)  (๓) 

นโยบายการลดอุณหภูมิของโลกสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมผ่านข้อตกลงอนุสัญญาการประชุมภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ครั้งที่ 26 หรือ UN Climate Change Conference of the Parties (COP26) ในช่วงปลายปี 2564 ที่ผ่านมา จึงนำไปสู่การยอมรับพันธกรณีดังกล่าวของประเทศสมาชิก รวมถึงประเทศไทย ที่ได้รับพันธกรณีการประกาศที่จะนำประเทศที่มีการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนเป็นศูนย์ หรือ Net Zero Carbon Emission ภายในปี ค.ศ. 2050 - 2065 ซึ่งการประกาศยอมรับพันธกรณีนำไปสู่การทบทวน และปรับปรุงแผนแม่บทระดับชาติที่เกี่ยวข้อง อาทิ ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 แผนแม่บทการปฏิรูปประเทศ ร่างแผนพลังงานชาติ ร่างแผนบริหารจัดการน้ำมัน ซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวพันกับบทบาท ภารกิจ ของกองทุนน้ำมันฯ และ สกนช. จึงเป็นเหตุให้ สกนช. ในฐานะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาคพลังงานต้องดำเนินการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ฉบับปัจจุบันเช่นกัน

1.4 สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ได้ทำการศึกษา ออกแบบ และจัดทำ โครงการศึกษาทบทวนแผนยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570 พร้อมกับกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายเพื่อปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570 ให้สอดคล้องตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาด้านพลังงานของประเทศไทย และได้ใช้โอกาสนี้ เพื่อทบทวนบทบาท ภารกิจหลักที่สำคัญ อาทิ ยุทธศาสตร์การลดการจ่ายเงินชดเชยน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีส่วนผสมของเชื้อเพลิงชีวภาพ ที่มีเป้าประสงค์ให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีส่วนผสมของเชื้อเพลิงชีวภาพสามารถแข่งขันได้ รวมทั้งการรับข้อสังเกตจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ที่ให้คำนิยามถึงระยะเวลาที่เหมาะสม และคำนึงถึงความสำคัญกับผลประโยชน์หรือมูลค่าเพิ่มที่เกษตรกรจะได้รับจากการปลูกพืชพลังงาน ควบคู่กับระดับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และนอกจากนี้ สศช. ยังเสนอให้การพิจารณาทบทวนและจัดทำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว ควรที่จะต้องสอดคล้องกับแผนบริหารจัดการน้ำมันเชื้อเพลิงที่กำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาประกาศใช้มาตรการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ตามอัตราการปล่อยมลพิษของน้ำมันเชื้อเพลิงที่จะมีผลบังคับใช้ในเร็ว ๆ นี้ รวมทั้งกำหนดเป้าหมายของแผนให้สอดคล้องตามแผนพัฒนาด้านพลังงานของประเทศไทยที่กระทรวงพลังงาน ได้บูรณาการและทบทวนแผน PDP 2018 ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 แผน EEP 2018 แผน AEDP 2018 และ Gas Plan 2018 รวมทั้งแผนบริหารจัดการน้ำมันเชื้อเพลิงให้เป็นแผนเดียวกัน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การทบทวนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะนำไปสู่การทบทวนเพดานราคาน้ำมันดีเซลพื้นฐาน เพดานราคาก๊าซหุงต้ม การกำหนดขนาดของกองทุนฯ และปริมาณเงินที่เหมาะสมของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดจนกลไกการดำเนินงานเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาน้ำมันเชื้อเพลิงให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

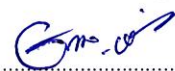
1.5 การทบทวนยุทธศาสตร์ข้างต้นซึ่งเกี่ยวพันกับน้ำมันเชื้อเพลิงชีวภาพ น้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูป และก๊าซหุงต้ม (LPG) ล้วนแล้วแต่เกี่ยวพันและมีผลกระทบต่อประชาชนผู้ใช้พลังงานส่วนใหญ่ของประเทศ อีกทั้งการทบทวนแนวทางการบริหารจัดการ และกลไกการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมทั้งมีการชี้้นำให้เกิดทัศนคติที่ดีที่เป็นเชิงบวกจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer) ในหมู่ประชาชนผู้ใช้พลังงานเป็นวงกว้าง ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการชี้วัดกำหนดความสำเร็จ และความล้มเหลวของยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)



(๒)



(๓)



ดังนั้น สกนช. จึงได้จัดทำ โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer) ในภาค พลังงานไทย เพื่อออกแบบ วางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และขยาย เครือข่ายประชาชนผู้ใช้พลังงานให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570 อย่างแพร่หลายในวงกว้าง

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ เสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพล ต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

2.2 เพื่อคัดเลือกกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย เข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการให้เกิดความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อแผน ยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570 ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อกำกับดูแล ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ และสนับสนุนการดำเนินงานของ สกนช. ให้บรรลุ เป้าหมายยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570

2.4 เพื่อออกแบบ จัดทำกระบวนการเฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบ พร้อมด้วยกระบวนการ บริหารจัดการเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน

2.5 เพื่อออกแบบ ดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ประเมินผลโครงการ พร้อมทั้งนำเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องให้เป็นประโยชน์ต่อ สกนช.

## 3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในแวดวงสื่อมวลชน

3.2 กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในแวดวงเครือข่ายองค์กรภาคเอกชน (NGOs) และภาคประชาสังคม

3.3 กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องกับ สกนช.

3.4 ผู้ประกอบกิจการพลังงาน

3.5 ประชาชนผู้ใช้พลังงานทั่วประเทศ

## 4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 วิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ เพื่อเสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเป็นระบบ

4.2 จัดทำแผนการบริหารจัดการประเด็น (Issue Management) จะเป็นการมุ่งเน้นการป้องกันมากกว่า การแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ รวมไปถึงหลีกเลี่ยงการแก้ไขปัญหาระหว่างเกิดเหตุผลกระทบเชิงลบ หรือวิกฤต ภาพลักษณ์

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพล ต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)  (๒)  (๓) 

4.2.1 การเฝ้าระวัง ติดตามสถานการณ์ด้านพลังงานอย่างรอบด้าน ติดตามเฝ้าระวัง 24 ชั่วโมง โดยรายงานผ่านทางกลุ่มไลน์ และจัดส่งทางอีเมลทุกวันหรือกำหนดเวลาสรุปที่ชัดเจน รวมทั้งจัดทำสรุปข่าวรายเดือน ประเมินผล และสรุปผลการเฝ้าระวังและผลการแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น

4.2.2 การบริหารแผนการตอบโต้ ชี้แจง กรณีที่เกิดข่าวเชิงลบหรือผลกระทบเชิงลบกับหน่วยงาน โดยจัดทำแผนการบริหารจัดการเพื่อเสนอต่อผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.2.3 การบริหารจัดการด้านประเด็น Crisis มีการบริหารจัดการที่มภาคสนาม ซึ่งจะสามารถลงพื้นที่ได้ทันที ดำเนินการรายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวกลุ่มบุคคล/การเสวนา/สัมมนา พร้อมสรุปประเด็น และส่งห้องผู้บริหารแบบ real time

4.3 จัดทำแผนการบริหารและพัฒนาสัมพันธ์ภาพผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกิจกรรมบริหารจัดการและสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร โดยจัดกิจกรรมบริหารและพัฒนาสัมพันธ์ภาพกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ และการตัดสินใจที่น่าเชื่อถือในวงกว้าง เพื่อเป็นการต่อยอดความสัมพันธ์และสร้างความยั่งยืนแก่องค์กร ผ่านการกำหนดเนื้อหา รูปแบบ เน้นหัวข้อการนำเสนอทันสมัย ตรงตามความต้องการในบริบทพื้นที่ เช่น การจัดงานแถลงข่าว กิจกรรมศึกษาดูงาน การจัดงานสัมมนา ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค

4.3.1 จัดกิจกรรมแถลงข่าวตามสถานการณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง (รูปแบบออนไลน์ หรือออนไลน์ ตามสถานการณ์) จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 20 คน

4.3.2 จัดกิจกรรมศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่าย และผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องหรือสื่อมวลชน เพื่อสร้างองค์ความรู้ การศึกษาผลการดำเนินการของสถานที่ด้านพลังงานที่มีผลงานโดดเด่นตามสถานการณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 60 คน ครั้งละไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน (รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางพร้อมสัมภาระ ค่าที่พัก และค่ายานพาหนะ ถ้าวางได้ทุกรายการ)

4.3.3 จัดกิจกรรมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างสัมพันธ์ภาพเครือข่าย ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 60 คน

4.4 การบริหารจัดการองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกผ่านทางสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์

4.4.1 ขยายผลผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสำนักข่าว Influencer สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้งนี้ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นตามที่ สกนช. กำหนด

(1) การออกแบบ และเผยแพร่ ผ่านทางสำนักข่าว เพชบุ๊กเพจที่เป็น Influencer หรือเพจที่ได้รับความนิยม สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งมียอดผู้ติดตาม (Follower) ไม่น้อยกว่า 2 แสนคน จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ครั้ง

(2) ผลิตและเผยแพร่สื่อคลิปวิดีโอสั้น ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านพลังงาน ผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง

(3) ออกแบบและเผยแพร่ข้อมูลด้านพลังงาน ในรูปแบบ Infographic เพื่อเผยแพร่ผ่านทางเพจ Facebook ของ สกนช. จำนวนไม่น้อยกว่า 100 ชิ้น

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)



(๒)



(๓)



#### 4.4.2 ขยายผลผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

(1) กิจกรรมผลิตและเผยแพร่บทความหรือรายงานพิเศษหรือสื่อบทสัมภาษณ์ข่าวเผยแพร่ผ่านคอลัมน์สตีในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง

(2) กิจกรรมผลิตสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือสื่อบทสัมภาษณ์ข่าวโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที ในรายการประเภทข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง

(3) การออกแบบและผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านพลังงาน ความยาวไม่น้อยกว่า 1 นาที ผ่านเครือข่ายสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย (สวท.) จำนวน 20 ตอน โดยเผยแพร่ ตอนละไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง

4.5 การเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการสื่อสารภายในเพื่อสร้างให้บุคลากรของ สกนช. และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีองค์ความรู้ที่มากขึ้น มีวิสัยทัศน์ ทันทต่อสถานการณ์ และบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญมาบรรยายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน

4.5.1 กิจกรรมอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้ตามสถานการณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 30 คน รวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ สกนช.

4.5.2 กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการพัฒนาให้กับคณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 30 คน รวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ สกนช. ครั้งละไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน (รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางพร้อมสัมภาระ ค่าที่พัก และค่ายานพาหนะ สามารถถ่วงจ่ายได้ทุกรายการ)

4.6 กระบวนการประเมินผล กำหนดให้มีการประเมินผลทั้งภาพรวมของโครงการเพื่อสำรวจและประเมินผลความสำเร็จของกระบวนการสื่อสารสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง การสร้างภาพลักษณ์องค์กร การมีทัศนคติเชิงบวก/เชิงลบ จากผู้มีส่วนได้เสีย เครือข่ายผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทยที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ตัวอย่าง

#### 4.7 จัดให้มีบุคลากรประจำโครงการ ดังนี้

4.7.1 ผู้จัดการโครงการ จำนวน 1 คน เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการ กำกับและควบคุมงาน ทั้งในส่วนของการสื่อสารองค์กร การบริหาร งานประชาสัมพันธ์ และการบริหารประเด็น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการโดยต้องเป็นบุคลากรที่มีความรู้ด้านพลังงาน และมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี

4.7.2 จัดเจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวน 2 คน เพื่อดำเนินการ ดังนี้

- เจ้าหน้าที่ประจำที่สำนักงาน จำนวน 1 คน
- เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในการลงพื้นที่ภาคสนาม จำนวน 1 คน

เพื่อทำหน้าที่ประสานงานข้อมูลต่างๆ กับกลุ่มเป้าหมาย ของ สกนช. รวมถึงการ monitor ข่าวการจัดทำสรุปสถานการณ์ด้านงานข่าว การสรุปประเด็นความเคลื่อนไหวของกลุ่มต่าง ๆ และดำเนินการการลงพื้นที่ภาคสนาม รวมทั้งสนับสนุนเตรียมการและร่วมจัดกิจกรรมในโครงการฯ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย หรืองานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ประจำที่สำนักงาน จะต้องจัดหาอุปกรณ์สำนักงานสำหรับปฏิบัติงานประจำที่สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

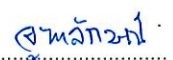
(๑)



(๒)



(๓)



4.7.3 ที่ปรึกษา 1 คน ต้องเป็นผู้มีความรู้ด้านพลังงานและมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ในด้านการทำแผนยุทธศาสตร์ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร การวิเคราะห์ข้อมูลและช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้คำแนะนำในการแก้วิกฤติต่างๆ ของ สกนช. ได้

## 5. งบประมาณ

ภายในวงเงินจำนวน 11,882,200 บาท (สิบเอ็ดล้านแปดแสนแปดหมื่นสองพันสองร้อยบาทถ้วน)

## 6. ระยะเวลาการดำเนินงาน

330 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

## 7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถวางแนวทางการสื่อสาร และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้อย่างชัดเจนแม่นยำยิ่งขึ้น
2. สามารถกำกับดูแล ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ ตลอดจนกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายจาก สกนช. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ สกนช. ให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2566 – 2570
3. สกนช. มีกระบวนการเฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบ พร้อมด้วยกระบวนการบริหารจัดการ เพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน
4. สกนช. สามารถสำรวจความคิดเห็น ประเมินผลสำเร็จโครงการ พร้อมทั้งสามารถนำเสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการให้เป็นประโยชน์ต่อ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง
5. เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กระทรวงพลังงาน

## 8. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 8.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 8.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 8.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 8.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 8.5 ไม่เป็นบุคคลที่ถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้เวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 8.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 8.7 เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)  (๒)  (๓) 

8.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

8.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

8.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

8.11 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการป.ป.ช. กำหนด

8.12 ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคล และมีผลงานจ้างประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ต้องมีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านพลังงาน และ/หรือเคยร่วมงานกับหน่วยงานด้านพลังงานอย่างต่อเนื่องจนเชี่ยวชาญและมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ โดยต้องมีหลักฐานที่แสดงให้เห็นผลงานด้านการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านงานบริหารภาพลักษณ์องค์กร และจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านงานการจัดกิจกรรมการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านงานแผนการบริหารประเด็น (Issue Management) และด้านงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงขยายผล/เพิ่มช่องทางสื่อ ซึ่งต้องมีประสบการณ์มาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จไม่เกิน 7 ปี ทั้งนี้ ต้องมีประสบการณ์และผลงานที่กล่าวให้กับหน่วยงานของราชการหรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนในโครงการที่แล้วเสร็จ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 โครงการ และแต่ละโครงการมีมูลค่าไม่น้อยกว่า 5,500,000 บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) พร้อมทั้งแนบหนังสือรับรองผลงาน สำเนาสัญญาและสำเนา TOR

## 9. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

9.1 ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานตามเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ข้อ 4. โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

9.2 เอกสารหลักฐานการยืนยันให้เห็นถึงคุณสมบัติของผู้เสนอราคาตามข้อ 8.

## 10. กำหนดยื่นราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 90 วัน นับแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคาผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)

(๒)

(๓)

## 11. หลักเกณฑ์และสิทธิในการพิจารณา

11.1 ในการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณสมบัติถูกต้อง และหลักฐานเอกสารถูกต้องด้วย

11.2 ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สกนช. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นและจะพิจารณาจากราคารวม

11.3 ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สกนช. จะใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

(1) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 20 พิจารณาจากการนำเสนอราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับราคากลาง

(2) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ 80 ซึ่งมีรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

### (2.1) ผลงานและประสบการณ์ของผู้รับจ้าง 10 คะแนน

พิจารณาจากผลงานและประสบการณ์ในขอบเขตงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยผลงานที่แสดงถึงประสบการณ์ด้านพลังงานที่ผ่านอย่างต่อเนื่องและมีความเชี่ยวชาญมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ หรือที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับงานในครั้งนี้ พร้อมหลักฐานที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณา

### (2.2) คุณสมบัติของบุคลากรที่ร่วมงาน 10 คะแนน

พิจารณาจากบุคลากรที่มีองค์ความรู้ด้านพลังงาน มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ในด้านการสื่อสารองค์กรในหน่วยงานด้านพลังงาน รวมทั้งมีการนำเสนอแนวคิดการจัดวางโครงสร้างการบริหารจัดการโครงการ ตำแหน่ง หน้าที่ ความรับผิดชอบได้อย่างสอดคล้อง

### (2.3) วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน 60 คะแนน

- พิจารณาจากรายละเอียด แผนงาน วิธีการบริหารโครงการ ที่มา แนวคิด ผลการศึกษา วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกลยุทธ์ในการออกแบบจัดวางคัดเลือก สื่อ ช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่า และเหมาะสม

- พิจารณาความถูกต้อง ครบถ้วน ของเอกสารที่เสนอเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน

## 12. การส่งมอบงาน

12.1 รายงานการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) จำนวน 5 เล่ม พร้อมไฟล์เอกสาร ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการดำเนินงานในภาพรวมทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 4.

12.2 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) จำนวน 5 เล่ม พร้อมไฟล์เอกสาร ภายใน 210 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีผลการดำเนินงานและจัดส่งหลักฐานการดำเนินงาน ดังนี้

12.2.1 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.1 ผลการปฏิบัติงานในรอบ 240 วัน

12.2.2 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.2

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑) ..... (๒) ..... (๓) .....



- 12.2.3 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3.1 อย่างน้อยร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.4 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3.2 ครบถ้วน (รวมไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง)
- 12.2.5 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3.3 ครบถ้วน (รวมไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง)
- 12.2.6 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (1) อย่างน้อยร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.7 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (2) อย่างน้อยร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.8 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (3) อย่างน้อยร้อยละ 80 ของจำนวนที่กำหนด
- 12.2.9 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.2 (1) อย่างน้อยร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.10 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.2 (2) อย่างน้อยร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.11 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.2 (3) อย่างน้อยร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.12 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.5.1 รวมไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง
- 12.2.13 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.5.2 รวมไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง
- 12.2.14 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.6 จำนวนไม่น้อยกว่า 500 ตัวอย่าง

12.3 รายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมด จำนวน 5 ชุด ภายใน 330 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยรายงานผลดำเนินงานและจัดส่งงานตามข้อ 4. ให้ครบถ้วน ทุกกิจกรรมและชิ้นงานทั้งหมด โดยมีเนื้อหาไม่น้อยกว่า ดังนี้

- 12.3.1 ที่มาและขั้นตอนการดำเนินโครงการดังกล่าว
- 12.3.2 บทสรุปผู้บริหาร
- 12.3.3 บทสรุปของการดำเนินงานทั้งหมด
- 12.3.4 บทวิเคราะห์ความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการดังกล่าวใน

ระยะต่อไป

### 13. งวดการเบิกจ่ายเงิน

13.1 งวดที่ 1 จ่ายเงิน 30% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานผลการศึกษาเบื้องต้น จำนวน 5 เล่ม และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานตามข้อ 12.1

13.2 งวดที่ 2 จ่ายเงิน 40% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้า จำนวน 5 เล่ม และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานตามข้อ 12.2

13.3 งวดที่ 3 จ่ายเงิน 30% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมด จำนวน 5 ชุด และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานตามข้อ 12.3

### 14. อัตราค่าปรับ

กำหนดค่าปรับเป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ 0.1 ของค่าจ้างตามสัญญา

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑) ..... (๒) ..... (๓) ..... *สงขลา*

## 15. กรรมสิทธิ์

ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้ทำงานตามสัญญา และผู้รับจ้างจะนำผลงานและรายละเอียดของงานตามสัญญานี้ไปใช้ หรือเผยแพร่ในกิจการอื่นนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างก่อน

## 16. ความคุ้มครองเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

ในกรณีที่บุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใดๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับงานจ้างตามสัญญานี้โดย สกนช. มิได้แก้ไขตัดแปลงไปจากเดิม ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไปโดยเร็ว เพื่อให้ สกนช. สามารถใช้งานจ้างนั้นต่อไปได้ หากผู้รับจ้างมีอำนาจกระทำและ สกนช. ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่อบุคคลภายนอกเนื่องจากผลแห่งการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว ผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ชำระค่าเสียหาย ค่าปรับและค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมทั้งค่าฤชาธรรมเนียมและค่าทนายความแทน สกนช. ทั้งนี้ สกนช. จะแจ้งผู้รับจ้างทราบเป็นลายลักษณ์อักษรในเมื่อได้มีการกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องดังกล่าวโดยไม่ชักช้า

## 17. เงื่อนไขอื่นๆ

17.1 สกนช. ทรงไว้ซึ่งสิทธิในการปรับปรุงรูปแบบและแผนการดำเนินงาน รวมทั้งปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และผู้เสนอราคาพร้อมแก้ไขตามที่ สกนช. เห็นสมควร เพื่อความเหมาะสมอันเป็นประโยชน์แก่ทางราชการ

17.2 ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนงานให้ สกนช. พิจารณาก่อนดำเนินงาน กรณีมีการประชุมหารือร่วมกัน ผู้รับจ้างจะต้องเข้าร่วมหารือกับ สกนช. ได้ตลอดเวลา ก่อนการดำเนินงานทุกครั้งจะต้องเสนอข้อมูลให้ สกนช. ตรวจสอบหากมีการแก้ไขจะต้องดำเนินการแก้ไขโดยด่วนและให้ สกนช. ตรวจสอบอีกครั้ง รวมทั้งก่อนดำเนินการเผยแพร่หรือจัดกิจกรรมใดๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจาก สกนช. ทุกครั้ง

17.3 สกนช. ขอสงวนสิทธิในการยกเลิกการดำเนินการจ้าง ในกรณีมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาตามที่ได้เจรจาตกลงว่าจ้าง หรือมีเหตุจำเป็นอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดทำสัญญาดังกล่าวได้ โดย สกนช. ขอไม่ชี้แจงเหตุผลใดๆ ทั้งสิ้น และผู้รับจ้างได้ตกลงยินยอมจะไม่เรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้นไม่ว่ากรณีใดๆ

## 18. สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับทราบข้อมูลเพิ่มเติม หรือเสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นโดยเปิดเผยตัวได้ที่

### 18.1 ไปรษณีย์ (EMS)

ส่งถึง สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เลขที่ 555/2 ชั้น 11 ศูนย์เอนเนอร์ยี่คอมเพล็กซ์ อาคารบี ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

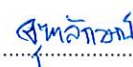
(๑)



(๒)



(๓)



18.2 โทรศัพท์ 0 2794 6073

18.3 โทรสาร 0 2794 6070

18.4 อีเมล (E-mail) : thanapon@offo.or.th

18.5 ผู้สนใจสามารถรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ [www.offo.or.th](http://www.offo.or.th) หรือสอบถามทางโทรศัพท์หมายเลข 0 2794 6073 ในวันและเวลาราชการ และสามารถวิจารณ์ เสนอข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร่างขอบเขตงานนี้เป็นลายลักษณ์อักษร ภายในวันที่

สำหรับผู้ที่ต้องการเสนอแนะ วิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นจะต้องระบุรายละเอียดให้ชัดเจน มิฉะนั้น สกนช. จะไม่รับพิจารณา ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวประกอบด้วย

- ชื่อ นามสกุลของผู้ที่ต้องการเสนอแนะ วิจารณ์หรือแสดงความคิดเห็น
- ชื่อบริษัท
- เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้
- E-mail address ที่สามารถติดต่อได้

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย

(๑)  (๒)  (๓) 