

## ขอบเขตของงาน

### โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)



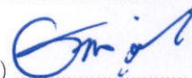
#### 1. หลักการและเหตุผล

1.1 ช่วงปี พ.ศ. 2566 สถานการณ์วิกฤตด้านราคาพลังงานคลี่คลายลง แต่ยังคงมีความผันผวนที่เกิดจากการลดกำลังการผลิตของกลุ่มเอเปกและเกิดจากการความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย - ยูเครนอยู่ก็ตาม แต่การดำเนินงานของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (สกนช.) ภายใต้โครงการสร้างองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย ในปี 2566 ที่ผ่านมา ได้มีส่วนช่วยให้กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงสามารถสร้างการรับรู้ที่ดีและเป็นประโยชน์เกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ ทางเลือก และข้อจำกัดในการดำเนินมาตรการบริหารเสถียรภาพราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อให้สาธารณชนรับรู้มาเป็นลำดับ ทั้งยังใช้โอกาสนี้ในสอดแทรกการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อบทบาท ภารกิจที่ถูกต้องซึ่งมุ่งเน้นการรักษาเสถียรภาพมากกว่าการแทรกแซงอุดหนุนหรือบิดเบือนกลไกตลาด โดยเฉพาะสามารถบริหารจัดการให้สถานะของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงมีสภาพคล่องที่ดีขึ้นได้เป็นผลสำเร็จ

1.2 ปัจจุบันทิศทางพลังงานโลกมุ่งสู่แนวทาง Go Green - Go Clean ปรับเปลี่ยนสู่โหมดการผลิต และการใช้พลังงานที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน โดยประเทศไทยประกาศความร่วมมือในการประชุมสมัชชาประเทศภายใต้กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติ ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) ครั้งที่ 26 หรือ COP26 โดยจะบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี ค.ศ. 2050 และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี ค.ศ. 2065 ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินโครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร หน่วยงาน หรือระดับประเทศต้องลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิให้เป็นศูนย์ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งตามแผนพลังงานชาติของกระทรวงพลังงานได้วางแนวทางการมีส่วนร่วมดังกล่าวไว้ อาทิ การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการใช้พลังงาน การสนับสนุนยานยนต์ไฟฟ้า (EV) เป็นต้น

1.3 อย่างไรก็ตาม ในระยะที่ต้องเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมยุคไร้คาร์บอนนี้ เชื้อเพลิงที่ใช้ในภาคพลังงานซึ่งมาจากฟอสซิลจะยังคงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในช่วงจังหวะที่เศรษฐกิจกำลังฟื้นตัว กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงจึงมีความจำเป็นที่ต้องเป็นส่วนหนึ่งของกลไกรับมือกับสถานการณ์ราคาพลังงานที่ผันผวน เพื่อช่วยสร้างเสถียรภาพราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศต่อไป เนื่องจากยังคงมีปัจจัยที่ไม่แน่นอนเกิดขึ้นบนโลกอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจโลก กำลังการผลิตของผู้ผลิตน้ำมันและโรงกลั่นสภาพภูมิอากาศ ปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา การพัฒนาพลังงานและเทคโนโลยี การเก็งกำไรในตลาด ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย - ยูเครนที่ยืดเยื้อยาวนาน

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

(๑)  (๒)  (๓) 



1.4 ทั้งนี้ ในการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ไม่ได้มีเพียงปัจจัยภายนอกเท่านั้นที่เป็นอุปสรรค ยังมีปัจจัยภายในที่เกิดจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจในแวดวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งจากสื่อมวลชน เครือข่ายองค์กรภาคเอกชน (NGOs) ภาคประชาสังคม ผู้ประกอบกิจการพลังงาน ผู้นำทางความคิด รวมถึงประชาชนผู้ใช้พลังงานทั่วประเทศ ซึ่งอาจเคลื่อนไหวมีข้อเรียกร้องมาตรการช่วยเหลือ นอกเหนือขอบเขต และเป้าหมายในบทบาทและภารกิจหลัก ส่งผลเชิงลบต่อกลไกตลาด อีกทั้งอาจนำไปสู่ความเข้าใจต่อบทบาทและภารกิจของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง และอาจส่งผลต่อการลดทอนความน่าเชื่อถือของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (สกนช.) และคณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.) ในฐานะผู้ดำเนินการและผู้บริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงได้

1.5 ภายใต้เป้าหมายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง สกนช. ที่มุ่งเป้าหมายการบริหารจัดการเสถียรภาพราคา และปริมาณพลังงานให้เกิดความยั่งยืน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเร่งสร้างความต่อเนื่องในการสื่อสารเพื่อสร้างและตอกย้ำการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ที่ดีเป็นประโยชน์ขององค์กร ผู้บริหารสร้างความต่อเนื่องในการสร้างองค์ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในบทบาท ภารกิจของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกันทางภาพลักษณ์ในการก้าวผ่านวิกฤตการณ์รอบนี้ไปได้อย่างดี และราบรื่น สามารถสร้างความยั่งยืนในภาคพลังงานสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพอย่างยั่งยืนให้กับประเทศ

ดังนั้น สกนช. จึงได้จัดทำ โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการออกแบบ วางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และขยายเครือข่ายประชาชนผู้ใช้พลังงานให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2563 - 2567

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ เสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย และผู้นำทางความคิดที่กำหนดนโยบายด้านพลังงาน

2.2 เพื่อคัดเลือกกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทยเข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการให้เกิดความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อแผนยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2563 - 2567 ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อกำกับดูแล ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ และสนับสนุนการดำเนินงานของ สกนช. ให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2563 - 2567

2.4 เพื่อออกแบบ จัดทำกระบวนการเฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบ พร้อมด้วยกระบวนการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน

2.5 เพื่อออกแบบ ดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ประเมินผลโครงการ พร้อมทั้งนำเสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องให้เป็นประโยชน์ต่อ สกนช.

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

(๑) ..... (๒) ..... (๓) .....



### 3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในแวดวงสื่อมวลชน

3.2 กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในแวดวงเครือข่ายองค์กรภาคเอกชน (NGOs) และภาคประชาสังคม

3.3 กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (สกนช.) และการบริหารงานของ คณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.)

3.4 ผู้ประกอบกิจการพลังงาน

3.5 ประชาชนผู้ใช้พลังงานทั่วประเทศ

### 4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 วิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ เพื่อเสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ

4.2 จัดทำแผนการบริหารจัดการประเด็น (Issue Management) จะเป็นการมุ่งเน้นการป้องกันมากกว่าการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ รวมไปถึงหลีกเลี่ยงการแก้ไขปัญหาระหว่างเกิดเหตุผลกระทบเชิงลบหรือวิกฤตภาพลักษณ์

4.2.1 การเฝ้าระวัง ติดตามสถานการณ์ด้านพลังงานอย่างรอบด้าน ติดตามเฝ้าระวัง 24 ชั่วโมง โดยรายงานผ่านทางกลุ่มไลน์ และจัดส่งทางอีเมลทุกวันหรือกำหนดเวลาสรุปที่ชัดเจน รวมทั้งจัดทำสรุปข่าวรายเดือน ประเมินผล และสรุปผลการเฝ้าระวังและผลการแก้ไขข่าวที่เกิดขึ้น

4.2.2 การบริหารแผนการตอบโต้ ชี้แจง กรณีที่เกิดข่าวเชิงลบหรือผลกระทบเชิงลบต่อ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (สกนช.) และการบริหารงานของ คณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.) โดยจัดทำแผนการบริหารจัดการเพื่อเสนอต่อผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.2.3 การบริหารจัดการด้านประเด็น Crisis มีการบริหารจัดการทีมภาคสนาม 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

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

(๑) ..... (๒) ..... (๓) .....



4.3.1 จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามสถานการณ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง ในรูปแบบออนไลน์ จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 20 คน

4.3.2 จัดกิจกรรมศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่าย และผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องหรือสื่อมวลชน เพื่อสร้างองค์ความรู้ การศึกษาผลการดำเนินการของสถานที่ด้านพลังงานที่มีผลงานโดดเด่นทันตามสถานการณ์ จำนวน 1 ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 40 คน ครั้งละไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน (รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางพร้อมสัมภาระ ค่าที่พัก และค่ายานพาหนะ ถ้าวางได้ทุกรายการ)

4.3.3 จัดกิจกรรมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ กับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง หรือสถาบันการศึกษา องค์กร/สมาคมที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จำนวน 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 เพจบุ๊กเพจที่เป็น 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 60 ชิ้น

(4) ผลิตและเผยแพร่ บทความ รายงานข่าว หรือคอลัมน์พิเศษ เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านพลังงาน ผ่านช่องทางสำนักข่าวออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง



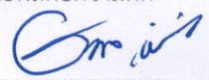
#### 4.4.2 ขยายผลผ่านทางสื่อออฟไลน์ ทางสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

(1) กิจกรรมผลิตและเผยแพร่บทความหรือรายงานพิเศษหรือสื่อกฎหมายเผยแพร่ผ่านคอลัมน์นิสต์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยม จำนวนไม่น้อยกว่า 12 ครั้ง

(2) ผลิตและเผยแพร่ บทความ รายงานข่าว หรือคอลัมน์พิเศษ เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านพลังงาน ผ่านช่องทางสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 ครั้ง

(3) กิจกรรมผลิตสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือสื่อกฎหมายโทรทัศน์ หรือผู้ประกาศข่าวพูดประชาชนสัมพันธ์ ความยาวไม่น้อยกว่า 2 นาที ในรายการประเภทข่าวที่ได้รับความนิยมทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลติดอันดับ 1 ใน 15 จากบริษัทวิจัยและวัดผลที่เชื่อถือได้ เช่น AC Nielson หรือ สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ สำนักงาน กสทช. เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer)

(๑)  (๒)  (๓) 



4.5 การเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการสื่อสารภายในเพื่อสร้างให้บุคลากรของ สกนช. และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีองค์ความรู้ที่มากขึ้น มีวิสัยทัศน์ ทันทต่อสถานการณ์ และบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญมาบรรยายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน

4.5.1 กิจกรรมอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้ ออกแบบหลักสูตรอบรมโดยวิทยากรผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญ หรืออบรมประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ ทันทต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ในสถานที่ที่มีความเหมาะสม หรือที่ สกนช. เห็นชอบ จำนวน 1 ครั้ง ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 วัน จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 30 คน รวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ สกนช.

4.5.2 กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือกิจกรรมสร้างเสริมจิตอาสา CSR ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจของ สกนช. เพื่อเสริมสร้างความรู้แก่ กบน. และผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันฯ จำนวน 1 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 30 คน รวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ สกนช. ครั้งละไม่น้อยกว่า 2 วัน 1 คืน (รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางพร้อมสัมภาระ ค่าที่พัก และค่ายานพาหนะ สามารถถัวจ่ายได้ทุกรายการ)

4.6 แผนการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ สกนช.

4.6.1 จัดทำหนัง Corporate Movie ความยาวไม่น้อยกว่า 5 นาที

4.6.2 จัดทำของที่ระลึก สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สกนช. โดยจะต้องติดตราสัญลักษณ์ สกนช. โดยจะต้องมีมูลค่าไม่น้อยกว่าชิ้นละ 300 บาท จำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชิ้น

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

4.8 จัดให้มีบุคลากรประจำโครงการ ดังนี้

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

4.8.2 จัดเจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวน 2 คน เพื่อดำเนินการ ดังนี้

- เจ้าหน้าที่ประจำที่สำนักงาน จำนวน 1 คน
- เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในการลงพื้นที่ภาคสนาม จำนวน 1 คน

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

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

(๑) ..... (๒) ..... (๓) .....



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

#### 5. งบประมาณ

ภายในวงเงินจำนวน 12,090,000.00 บาท (สิบสองล้านเก้าหมื่นบาทถ้วน)

#### 6. ระยะเวลาการดำเนินงาน

330 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

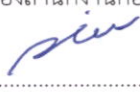

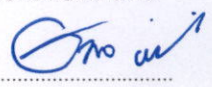
#### 7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถวางแนวทางการสื่อสาร และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างชัดเจนแม่นยำยิ่งขึ้น
2. สามารถกำกับดูแล ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ ตลอดจนกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายจาก สกนช. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ สกนช. ให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2563 – 2567
3. สกนช. มีกระบวนการเฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบ พร้อมด้วยกระบวนการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน
4. สกนช. สามารถสำรวจความคิดเห็น ประเมินผลสำเร็จโครงการ พร้อมทั้งสามารถนำเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการให้เป็นประโยชน์ต่อ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง
5. เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กระทรวงพลังงาน

#### 8. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

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

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer)

(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 ต้องมีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวกับการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านพลังงาน 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. โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

9.2 เอกสารหลักฐานการยืนยันให้เห็นถึงคุณสมบัติของผู้เสนอราคาตามข้อ 8.

## 10. กำหนดยื่นราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า 90 วัน นับแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคาผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

(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 ประกอบด้วยผลงานที่แสดงถึงประสบการณ์ด้านพลังงานที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องและความเชี่ยวชาญมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ หรือที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับงานในครั้ง นี้ พร้อมหลักฐานที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณา

### (2.2) คุณสมบัติของบุคลากรที่ร่วมงาน 10 คะแนน

พิจารณาจากบุคลากรที่มีองค์ความรู้ด้านพลังงาน มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ในด้านการสื่อสารองค์กรในหน่วยงานด้านพลังงาน รวมทั้งมีการนำเสนอแนวคิดการจัดวางโครงสร้างการบริหารจัดการโครงการ ตำแหน่ง หน้าที่ ความรับผิดชอบได้อย่างสอดคล้อง

### (2.3) วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน 60 คะแนน

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

- พิจารณาความถูกต้อง ครบถ้วน ของเอกสารที่เสนอเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน

## 12. การส่งมอบงาน

12.1 รายงานการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) จำนวน 1 เล่ม พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมดจำนวน 5 ชุด ภายใน 30 วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการดำเนินงานในภาพรวมทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ 4.

12.2 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) จำนวน 1 เล่ม พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมดจำนวน 5 ชุด ภายใน 240 วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยมีผลการดำเนินงานและจัดส่งหลักฐานการดำเนินงาน ดังนี้

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

(๑) ..... (๒) ..... (๓) .....



- 12.2.1 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.1 ผลการปฏิบัติงานในรอบ 240 วัน
- 12.2.2 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.2
- 12.2.3 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3.1 อย่างน้อยร้อยละ 60 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.4 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3.2 จำนวน 1 ครั้ง
- 12.2.5 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.3.3 จำนวน 1 ครั้ง
- 12.2.6 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (1) อย่างน้อยร้อยละ 60 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.7 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (2) อย่างน้อยร้อยละ 60 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.8 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (3) อย่างน้อยร้อยละ 60 ของจำนวนที่กำหนด
- 12.2.9 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.1 (4) อย่างน้อยร้อยละ 60 ของจำนวนที่กำหนด
- 12.2.10 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.2 (1) อย่างน้อยร้อยละ 60 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.11 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.4.2 (2) อย่างน้อยร้อยละ 60 ของกิจกรรมที่กำหนด
- 12.2.12 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.5.1 จำนวน 1 ครั้ง
- 12.2.13 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4.6

12.3 รายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) จำนวน 1 เล่ม พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมด จำนวน 5 ชุด ภายใน 330 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยรายงานผลดำเนินงานและจัดส่งงานตามข้อ 4. ให้ครบถ้วนทุกกิจกรรมและชิ้นงานทั้งหมด โดยมีเนื้อหาไม่น้อยกว่า ดังนี้

- 12.3.1 ผลการดำเนินงานตามข้อ 4 ทั้งหมด
- 12.3.2 ที่มาและขั้นตอนการดำเนินโครงการดังกล่าว
- 12.3.3 บทสรุปผู้บริหาร
- 12.3.4 บทสรุปของการดำเนินงานทั้งหมด
- 12.3.5 บทวิเคราะห์ความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการดังกล่าว

ในระยะต่อไป

### 13. วงการเบิกจ่ายเงิน

13.1 วงที่ 1 จ่ายเงิน 30% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานผลการศึกษาเบื้องต้น จำนวน 1 เล่ม พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมดจำนวน 5 ชุด และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานตามข้อ 12.1

13.2 วงที่ 2 จ่ายเงิน 50% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้า จำนวน 1 เล่ม พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมดจำนวน 5 ชุด และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานตามข้อ 12.2

13.3 วงที่ 3 จ่ายเงิน 20% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 1 เล่ม พร้อม Thumb Drive บรรจุไฟล์เอกสารทั้งหมดจำนวน 5 ชุด และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดการส่งมอบงานตามข้อ 12.3

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer)

(๑) ..... (๒) ..... (๓) .....



#### 14. อัตราค่าปรับ

กำหนดค่าปรับเป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ 0.1 ของค่าจ้างตามสัญญา

#### 15. กรรมสิทธิ์

ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้ทำงานตามสัญญา และผู้รับจ้างจะนำผลงานและรายละเอียดของงานตามสัญญาไปใช้ หรือเผยแพร่ในกิจการอื่นนอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ในสัญญาไม่ได้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างก่อน

#### 16. ความคุ้มครองเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

ในกรณีที่บุคคลภายนอกกล่าวอ้างหรือใช้สิทธิเรียกร้องใดๆ ว่ามีการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับงานจ้างตามสัญญานี้โดย สกนช. มิได้แก้ไขตัดแปลงไปจากเดิม ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการทั้งปวงเพื่อให้การกล่าวอ้างหรือการเรียกร้องดังกล่าวระงับสิ้นไปโดยเร็ว เพื่อให้ สกนช. สามารถใช้งานจ้างนั้นต่อไปได้ หากผู้รับจ้างมีอำนาจกระทำได้และสกนช. ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเสียหายต่อบุคคลภายนอกเนื่องจากผลแห่งการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว 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 ในกรณีมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาตามที่ได้เจรจาทกลงว่าจ้าง หรือมีเหตุจำเป็นอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดทำสัญญาดังกล่าวได้โดย สกนช. ขอไม่ชี้แจงเหตุผลใดๆ ทั้งสิ้น และผู้รับจ้างได้ตกลงยินยอมจะไม่เรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้นไม่ว่ากรณีใดๆ

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer)

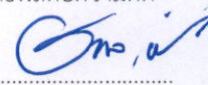
(๑)



(๒)



(๓)





18. สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับทราบข้อมูลเพิ่มเติม หรือเสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นโดยเปิดเผยตัวได้ที่

18.1 ไปรษณีย์ (EMS)

ส่งถึง สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เลขที่ 555/2 ชั้น 11 ศูนย์  
เอนเนอร์ยีคอมเพล็กซ์ อาคารบี ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

18.2 โทรศัพท์ 0 2794 6073

18.3 โทรสาร 0 2794 6070

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

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

สำหรับผู้ที่ต้องการเสนอแนะ วิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นจะต้องระบุรายละเอียดให้ชัดเจน มิฉะนั้น  
สทท. จะไม่รับพิจารณา ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวประกอบด้วย

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

(TOR) โครงการสร้างองค์ความรู้และขยายผลบทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิด  
และการตัดสินใจ (Influencer)

(๑) ..... *siw* ..... (๒) ..... *สุพัตรา* ..... (๓) ..... *สม. นว.* .....