

**ขอบเขตของงานโครงการบริหารประเด็นการสื่อสารเพื่อขยายผลการรับรู้บทบาทภารกิจ
ของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง**

๑. ความเป็นมา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สถานการณ์ด้านพลังงานระดับโลกยังคงอยู่ภายใต้ความไม่แน่นอน ระดับราคายังคงผันผวนสูง มีความเสี่ยงจากปัจจัยภูมิรัฐศาสตร์ ทั้งความขัดแย้งจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน ที่สงครามยังคงไม่สิ้นสุด สถานการณ์คู่ขัดแย้งอิสราเอล-อิหร่านในตะวันออกกลางที่มีสหรัฐให้การหนุนหลังอิสราเอล รวมไปถึงความขัดแย้งทางด้านเศรษฐกิจ การค้าระหว่างสหรัฐ-จีน ที่ต่างประกาศมาตรการตอบโต้ทางเศรษฐกิจต่อกันอย่างเข้มข้น ส่งผลกระทบต่อทุกประเทศรวมทั้งไทยในฐานะที่เป็นนำเข้าพลังงานอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก ระดับราคาพลังงานที่ผันผวนระดับสูงยังเป็นปัจจัยหลักที่บั่นทอนอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และส่งผลกระทบต่อภาวะค่าครองชีพของประชาชน

อย่างไรก็ดี ภาวะความผันผวนทางด้านพลังงานยังเกิดขึ้น ท่ามกลางกระแสการกดดันเดิมที่ยังคงอยู่จากกลุ่มประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจของโลกหลายประเทศ ก็ยังต้องการให้มีการเปลี่ยนผ่านทางด้านพลังงานไปสู่พลังงานสะอาด ถึงแม้ว่าหนึ่งในประเทศเศรษฐกิจชั้นนำอย่างสหรัฐอเมริกาภายใต้การนำของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ จะมีท่าทีชัดเจนที่จะไม่ผลักดันการพัฒนาและเพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาดเพื่อลดการปลดปล่อยคาร์บอน พร้อมกับได้ถอนตัวออกจากสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP) และกลับมาส่งเสริมธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ก็ไม่ได้ทำให้เจตจำนงและท่าทีของกลุ่มประเทศชั้นนำทางเศรษฐกิจที่ยังคงสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่พลังงานสะอาดเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมกลับทำให้การบริหารจัดการทางด้านพลังงานซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

จากปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ล้วนส่งผลให้ สกนช. ในฐานะหน่วยงานสนับสนุนของกระทรวงพลังงาน และฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.) ต้องเตรียมพร้อมเพื่อที่จะรับมือความเปลี่ยนแปลงทั้งจากสถานการณ์ความผันผวนในระดับสากล ตลอดจนการทบทวนบทบาท ภารกิจ จัดทำกลยุทธ์ แผนงานที่เกี่ยวข้อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ให้สอดคล้องได้อย่างกลมกลืนสามารถเปลี่ยนผ่านได้อย่างราบรื่น ในขณะที่ยังสามารถทำหน้าที่หลักในการรักษาเสถียรภาพราคาและปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง ดูแลค่าครองชีพให้กับประชาชน และร่วมผลักดันขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพ

อนึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สกนช. ได้วางแผนกลยุทธ์ในการสื่อสาร สร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจที่ดีให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ลดกระแสการต่อต้าน ลดการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร นำมาซึ่งการให้การสนับสนุนภายใต้ความเข้าใจและองค์ความรู้ที่ถูกต้องโดยเฉพาะในหมู่ประชาชนคนไทยผู้ใช้พลังงานกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเป็นอย่างดี ทำให้ สกนช. สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นได้รับความเชื่อถือและการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ สถาบันการเงินภาคเอกชนเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยภายนอกและทิศทางนโยบายพลังงานภายในประเทศ สกนช. ยังคงมีความจำเป็นต้องสรรหาผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์กร เพื่อศึกษาวิเคราะห์ ออกแบบ และจัดทำกลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการสื่อสารเชิงรุกให้มีความชัดเจนและเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

ภารกิจของ สกนช. เป็นงานเชิงนโยบายที่มีความเฉพาะด้านเกี่ยวข้องกับนโยบายพลังงาน กลไกด้านราคา และระบบการเงินของประเทศ ซึ่งเป็นประเด็นที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าใจได้ยาก ขณะเดียวกันสังคมไทยในปัจจุบันมีการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว หลากหลาย และบางครั้งขาดความถูกต้อง ส่งผลให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ง่าย

ดังนั้น สกนช. จึงจำเป็นต้องดำเนินโครงการบริหารประเด็นการสื่อสาร เพื่อขยายผลการรับรู้บทบาทและภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อยกระดับระบบการสื่อสารของ สกนช. ในปี ๒๕๖๙ ให้มีความยั่งยืน พร้อมสร้างกลไกในการบริหารประเด็นสื่อสารที่ตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงประชาชนได้อย่างเหมาะสมในยุคดิจิทัล ซึ่งโครงการดังกล่าวมุ่งสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง เสริมสร้างความเชื่อมั่น และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชนให้เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับภารกิจของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดจนลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในสายตาสาธารณชนอย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ เสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพล ต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย และผู้นำทางความคิดที่กำหนดนโยบายด้านพลังงาน

๒.๒ เพื่อคัดเลือกกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในภาคพลังงานไทย เข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการให้เกิดความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อแผนยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการตามกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์

๒.๓ เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สร้างองค์ความรู้ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และจัดทำกระบวนการเฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบ พร้อมด้วยกระบวนการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน

๒.๔ เพื่อออกแบบและดำเนินการสำรวจความคิดเห็น ประเมินผลโครงการ พร้อมทั้งนำเสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องให้เป็นประโยชน์ต่อ สกนช.

๓. กลุ่มเป้าหมาย

๓.๑ กลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจ (Influencer) ในแวดวงสื่อมวลชน, แวดวงเครือข่ายองค์กรภาคเอกชน (NGOs) และภาคประชาสังคม และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับ สกนช. หรือกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

๓.๒ ผู้นำทางความคิดที่กำหนดนโยบายด้านพลังงาน รวมถึงผู้ที่ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับดำเนินงานของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ได้แก่ คณะกรรมการ/อนุกรรมการ ที่ปรึกษา บุคลากรภายใต้หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และผู้ที่ปฏิบัติงานภายใต้สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

๓.๓ ผู้ประกอบกิจการพลังงาน

๓.๔ ประชาชนผู้ใช้พลังงานทั่วประเทศ

๔. ขอบเขตของงานที่จะดำเนินการ

๔.๑ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด (Concept) วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดกลยุทธ์และแผนการสื่อสารเพื่อเสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ

๔.๒ แผนการบริหารจัดการประเด็น (Issue Management)

๔.๒.๑ จัดทำแผนการบริหารจัดการประเด็น (Issue Management) และบริหารแผนการตอบโต้ ชี้แจง กรณีที่เกิดข่าวเชิงลบหรือผลกระทบเชิงลบต่อ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (สกนช.) และ การบริหารงานของคณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.)

๔.๒.๒ รายงานสถานการณ์ด้านพลังงาน โดยพิจารณารวบรวมอย่างรอบด้าน เพื่อวิเคราะห์ ติดตาม เฝ้าระวัง ๒๔ ชั่วโมง (News Monitoring) ซึ่งจะต้องรายงานผ่านทางกลุ่มไลน์ที่ สกนช. กำหนด และ จัดส่งผ่านทางอีเมล (E-mail) ที่ สกนช. กำหนดเป็นประจำทุกวัน รวมทั้งจัดทำสรุปข่าวรายเดือน ประเมินผล และ สรุปผลการเฝ้าระวังและผลการแก้ไขข่าวที่เกิดขึ้น

๔.๒.๓ การบริหารจัดการด้านประเด็น Crisis มีการบริหารจัดการทีมภาคสนาม ซึ่งจะสามารถ ลงพื้นที่ได้ทันที ดำเนินการรายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวกลุ่มบุคคล/การเสวนา/สัมมนา พร้อมสรุป ประเด็นและจัดส่งแบบ Real time ผ่านช่องทางที่ สกนช. กำหนด

๔.๓ กิจกรรมการบริหารประเด็น (Issue Management) กรณี ข่าวเชิงลบ

๔.๓.๑ ติดตามข่าวสารด้านพลังงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจน สถานการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน กลุ่มนักวิชาการ NGOs ในสื่อ สังคมออนไลน์ (Social media) โดยใช้เครื่องมือ Social Listening

๔.๓.๒ จัดให้มีกระบวนการ ชี้แจง แสดงความเห็น และแบ่งปันข้อมูลเท็จจริง ทางสื่อสังคม ออนไลน์ (Social media) โดยสื่อสารผ่าน Platform Facebook จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ Account เพื่อตอบโต้และชี้แจง ข้อความหรือความคิดเห็นของบุคคล กลุ่มหรือองค์กรต่างๆที่มีประเด็นพาดพิงหน่วยงาน ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรได้

๔.๔ กิจกรรมบริหารและพัฒนาสัมพันธภาพผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกิจกรรมบริหารจัดการเพื่อ สื่อสารภาพลักษณ์องค์กร

จัดให้มีกิจกรรมบริหารและพัฒนาสัมพันธภาพกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อ การรับรู้ และการตัดสินใจเชื่อถือในวงกว้าง (Influencer) เพื่อเป็นการต่อยอดความสัมพันธ์และสร้างความ ยั่งยืนแก่องค์กร ผ่านการกำหนดเนื้อหา รูปแบบ เน้นหัวข้อการนำเสนอทันสมัย ตรงตามความต้องการบริบท พื้นที่เช่น การจัดงานแถลงข่าว กิจกรรมศึกษาดูงาน การจัดงานสัมมนา ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค

๔.๔.๑ กิจกรรมแถลงข่าว

จัดกิจกรรมแถลงข่าว จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๓ ครั้ง ในรูปแบบออนไลน์ (On Site) สำหรับจำนวนผู้เข้าร่วมมากกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ คนต่อครั้ง พร้อมจัดให้มีการ Live สด ผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook ของ สกนช. เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การรับรู้ในวงกว้าง

๔.๔.๒ กิจกรรมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์

จัดกิจกรรมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ โดยดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาต่อยอดสัมพันธภาพกับสื่อมวลชนในแต่ละประเภทได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการและสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและผู้บริหารสำนักงานออกสู่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง เช่น กิจกรรมร่วมแสดงความยินดีเนื่องในวันครบรอบการก่อตั้งหรือวันสถาปนาสำนักข่าว หรือกิจกรรม Thank Press จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๑๕ ครั้ง

๔.๔.๓ กิจกรรมศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้

จัดกิจกรรมศึกษาดูงานในประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่าย /ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสื่อมวลชนในพื้นที่ภูมิภาคและส่วนกลาง เพื่อสร้างองค์ความรู้ การศึกษาผลการดำเนินงานของสถานที่ด้านพลังงานที่มีผลงานโดดเด่น ทันตามสถานการณ์ จำนวน ๑ ครั้ง โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าหรือเท่ากับ ๔๐ คน และมีระยะเวลามากกว่าหรือเท่ากับ จำนวน ๒ วัน ๑ คืน (ค่าใช้จ่ายให้รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางพร้อมสัมภาระ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม ค่ายานพาหนะ และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องโดยให้สามารถถัวจ่ายได้ทุกรายการ)

๔.๔.๔ กิจกรรมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จัดกิจกรรมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สำหรับบุคลากรจากหน่วยงานต่างที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และ/หรือสถาบันการศึกษา องค์กร/สมาคมที่มีศักยภาพ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จำนวน ๑ ครั้ง และมีจำนวนผู้เข้าร่วมมากกว่าหรือเท่ากับ ๖๐ คน

๔.๕ การบริหารจัดการองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิดทัศนคติเชิงบวกผ่านทางสื่อออนไลน์ ด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทาง สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ตามแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เหมาะสม

(๑) ผลิตและเผยแพร่สื่อคลิปวิดีโอสั้น ความยาวมากกว่าหรือเท่ากับ ๒ นาที จำนวน ๕ ครั้ง เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางด้านพลังงาน บทบาทของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๓ แพลตฟอร์ม

(๒) ผลิตและเผยแพร่วิดีโอกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) จำนวน ๕ ครั้ง เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านพลังงาน ความเข้าใจต่อบทบาทของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีจำนวนมากกว่า หรือเท่ากับ ๓ แพลตฟอร์ม

(๓) ออกแบบและเผยแพร่ข้อมูลด้านพลังงาน และเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบ Infographic เพื่อเผยแพร่ผ่านทางเพจ Facebook ของ สกนช. จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๖๐ ชิ้น

(๔) จัดให้มีผู้ติดตาม Facebook ของ สกนช. เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๒๐% เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ และให้ความเข้าใจที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกิจกรรมเผยแพร่ให้ความรู้ด้านพลังงาน และการเล่นเกมนตอบคำถาม พร้อมของรางวัล จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๑๐ ครั้ง ผ่านทาง Facebook

(๕) จัดให้มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ของ สกนช. เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ และให้ความเข้าใจให้เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยมีกิจกรรมเผยแพร่ให้ความรู้ด้านพลังงาน จำนวน ๑๐ ครั้ง ผ่านทาง Website

(๖) จัดทำสื่อบุคคลหรือบทความประกอบและเผยแพร่ จำนวนมากกว่า หรือเท่ากับ ๑๒ ครั้ง ผ่าน Media Partner เช่น Influencers Facebook page หรือสำนักข่าวออนไลน์ ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ตาม แพลตฟอร์ม Facebook, Website, YouTube, TikTok ฯลฯ ที่เหมาะสม

(๗) กิจกรรมผลิตสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือสื่อบุคคลข่าวโทรทัศน์ หรือ ผู้ประกาศข่าวพูดประชาสัมพันธ์ ความยาวมากกว่าหรือเท่ากับ ๒ นาที ในรายการประเภทข่าวที่ได้รับความนิยมทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลติดอันดับ ๑ ใน ๑๕ จากบริษัทวิจัยและวัดผลที่เชื่อถือได้ เช่น AC Nielson หรือ สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ สำนักงาน กสทช. เป็นต้น จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๖ ครั้ง

๔.๖ สร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาบุคลากร

สร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาบุคลากร โดยมุ่งเสริมสร้างพัฒนากระบวนการสื่อสาร สร้างองค์ความรู้สำหรับบุคลากรของ สกนช. และบุคลากรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับ สกนช. และกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ทั้งในระดับการกำกับดูแลองค์กร และระดับปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ที่เพิ่มขึ้น มีวิสัยทัศน์ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้ง เพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๖.๑ กิจกรรมอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้

จัดให้มีกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา โดยออกแบบหลักสูตรที่เสริมสร้างองค์ความรู้จากวิทยากรผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญ และมีประเด็นการฝึกอบรม/สัมมนา ในหัวข้อที่น่าสนใจทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบันหรือที่ สกนช. เห็นควร ซึ่งจัดในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในสถานที่ที่มีความเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความรู้ต่อผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานจ้างเหมาบริการที่ปฏิบัติงานภายใต้สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และ/หรือบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง รวมถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ สกนช. หรือกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน ๑ ครั้ง ภายในระยะเวลา ๑ วันทำการ สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าหรือเท่ากับ ๓๐ คน

๔.๖.๒ กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

จัดให้มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และ/หรือกิจกรรมเสริมสร้างด้านคุณธรรม จริยธรรม จิตอาสา CSR และ/หรือกิจกรรมศึกษาดูงานในประเทศ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของ สกนช. หรือกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อเสริมสร้างความองค์ความรู้สำหรับคณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.) และ/หรือบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ สกนช. หรือกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานจ้างเหมาบริการที่ปฏิบัติงานภายใต้สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน ๑ ครั้ง มีระยะเวลามากกว่าหรือเท่ากับ จำนวน ๒ วัน ๑ คืน (ค่าใช้จ่ายให้รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางพร้อมสัมภาระ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม ค่ายานพาหนะ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยให้สามารถถ่วงจ่ายได้ทุกรายการ) สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าหรือเท่ากับ ๓๐ คน

๔.๗ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำของที่ระลึกสำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สกนช. โดยจะต้องติดสัญลักษณ์หรือข้อความของหน่วยงาน สกนช. ซึ่งจะต้องมีมูลค่าต่อชิ้นมากกว่าหรือเท่ากับ ๓๐๐.๐๐ บาท และมีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๓๐๐ ชิ้น

๔.๘ กระบวนการประเมินผล

จัดให้มีการประเมินผลในภาพรวมของโครงการฯ เพื่อสำรวจและประเมินผลความสำเร็จของ กระบวนการสื่อสารในการสร้างความเข้าใจ การรับรู้ เกี่ยวกับการดำเนินงานของ สกนช. ตามวัตถุประสงค์ของ พระราชบัญญัติกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ.๒๕๖๒ ในด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ทิศนคติเชิงบวก/เชิงลบ จากผู้มีส่วนได้เสีย เครือข่ายผู้มีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจ (Influencer) เป็นต้น โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ ๕๐๐ ตัวอย่าง

๔.๙ บุคลากรประจำโครงการ โดยจัดให้มีบุคลากร ดังนี้

๔.๙.๑ ผู้จัดการโครงการ จำนวน ๑ คน

โดยทำหน้าที่บริหารจัดการ กำกับและควบคุมงาน ทั้งในส่วนของการสื่อสารองค์กร การบริหาร งานประชาสัมพันธ์ และการบริหารประเด็น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการโดยต้องเป็น บุคลากรที่มีความรู้ด้านพลังงาน และมีประสบการณ์มากกว่าหรือเท่ากับ ๑๐ ปี

๔.๙.๒ เจ้าหน้าที่ประสานงาน จำนวน ๒ คน

โดยนั่งประจำที่สำนักงานหรือสถานที่ที่ สกนช. กำหนด จำนวน ๑ คน และเป็น เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานในการลงพื้นที่ภาคสนามจำนวน ๑ คน เพื่อทำหน้าที่ประสานงานข้อมูลต่างๆ กับ กลุ่มเป้าหมาย ของ สกนช. รวมถึงการ Monitor ข่าว จัดทำสรุปสถานการณ์ด้านงานข่าว จัดทำสรุปประเด็น ความเคลื่อนไหวของกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้ง จัดทำข้อมูลสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์องค์กร

๔.๙.๓ ที่ปรึกษา จำนวน ๑ คน

โดยต้องเป็นผู้มีความรู้ด้านพลังงานและมีประสบการณ์มากกว่าหรือเท่ากับ ๑๐ ปี ใน ด้านการทำแผนยุทธศาสตร์ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร การวิเคราะห์ข้อมูลและช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ คำแนะนำในการแก้วิกฤติต่างๆ ของ สกนช.

๕. วงเงินงบประมาณ/วงเงินที่ได้รับจัดสรร

ภายในวงเงินจำนวน ๑๒,๕๐๙,๙๐๐ บาท (สิบสองล้านห้าแสนเก้าพันเก้าร้อยบาทถ้วน)

๖. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน ๓๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๗. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๗.๑ สามารถวางแนวทางการสื่อสาร และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างชัดเจนแม่นยำยิ่งขึ้น

๗.๒ สามารถกำกับดูแล ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ ตลอดจนกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายจาก สกนช. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ สกนช. ให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

๗.๓ สกนช. มีกระบวนการเฝ้าระวังภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบ พร้อมด้วยกระบวนการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ และทัศนคติเชิงลบอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน

๗.๔ สกนช. สามารถสำรวจความคิดเห็น ประเมินผลสำเร็จโครงการ พร้อมทั้งสามารถนำเสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการให้เป็นประโยชน์ต่อ สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

๗.๕ เกิดการประชาสัมพันธ์ในเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

๘. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๘.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๘.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๘.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๘.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๘.๕ ไม่เป็นบุคคลที่ถูกระงับไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้เวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๘.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๘.๗ เป็นนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๘.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๘.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๘.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นเสนอราคาในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศเชิญชวน กิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน เว้นแต่ในกรณีกิจการร่วมค้าที่มีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นสามารถใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานก่อสร้างของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

กรณีมีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา มากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

๘.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวกติดต่อกันเป็นระยะ

กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ

๘.๑๓ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคล และมีผลงานจ้างประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้าง ต้องมีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวกับการวางแผนและดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านพลังงาน และ/หรือเคยร่วมงานกับหน่วยงานด้านพลังงานอย่างต่อเนื่องจนเชี่ยวชาญและมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ โดยต้องมีหลักฐานที่แสดงให้เห็นผลงานด้านการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านงานบริหารภาพลักษณ์องค์กร และจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านงานการจัดกิจกรรมการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านงานแผนการบริหารประเด็น (Issue Management) และด้านงานออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงขยายผล/เพิ่มช่องทางสื่อ ซึ่งต้องมีประสบการณ์มาแล้วไม่น้อยกว่า ๓ ปีและเป็นผลงานที่แล้วเสร็จไม่เกิน ๗ ปี ทั้งนี้ ต้องมีประสบการณ์และผลงานที่กล่าวให้กับหน่วยงานของราชการหรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนในโครงการที่แล้วเสร็จ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ โครงการ และแต่ละโครงการมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) พร้อมทั้งแนบหนังสือรับรองผลงาน สำเนาสัญญาและสำเนา TOR

๙. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

ผู้เสนอราคาจัดทำข้อเสนอยื่นต่อสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านทางระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

๙.๑ ผู้เสนอราคาจะต้องเสนอเอกสารหลักฐานตามเอกสารประกวดราคาจ้างด้วยการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e bidding) ตามข้อ ๔. ขอบเขตการดำเนินงานของโครงการฯ

๙.๒ เอกสารหลักฐานการยืนยันให้เห็นถึงคุณสมบัติของผู้เสนอราคาตามข้อ ๘.

๑๐. กำหนดยื่นราคา

ราคาที่เสนอจะต้องเสนอกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน นับแต่วันเสนอราคา โดยภายในกำหนดยื่นราคาผู้เสนอราคาต้องรับผิดชอบราคาที่ตนได้เสนอไว้และจะถอนการเสนอราคามีได้

๑๑. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอ

๑๑.๑ ในการพิจารณาข้อเสนอทางเทคนิคของผู้ยื่นข้อเสนอที่มีคุณสมบัติถูกต้อง และหลักฐานเอกสารถูกต้องด้วย

๑๑.๒ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สกนช. จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่นและจะพิจารณาจาการรวม

๑๑.๓ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ สกนช. จะใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยจะพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

(๑) ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๒๐ พิจารณาจากการนำเสนอราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับราคากลาง

(๒) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๘๐ ซึ่งมีรายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

(๒.๑) ผลงานและประสบการณ์ของผู้รับจ้าง ๑๐ คะแนน

พิจารณาจากผลงานและประสบการณ์ในขอบเขตงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผลงานที่แสดงถึงประสบการณ์ด้านพลังงานที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องและความเชี่ยวชาญมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ หรือที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับงานในครั้งนี้ พร้อมหลักฐานที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณา

(๒.๒) คุณสมบัติของบุคลากรที่ร่วมงาน ๑๐ คะแนน

พิจารณาจากบุคลากรที่มีองค์ความรู้ด้านพลังงาน มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ในด้านการสื่อสารองค์กรในหน่วยงานด้านพลังงาน รวมทั้งมีการนำเสนอแนวคิดการจัดวางโครงสร้างการบริหารจัดการโครงการ ตำแหน่ง หน้าที่ ความรับผิดชอบได้อย่างสอดคล้อง

(๒.๓) วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน ๒๐ คะแนน

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

- พิจารณาความถูกต้อง ครบถ้วน ของเอกสารที่เสนอเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน

๑๒. งาน/การส่งมอบงาน

๑๒.๑ หมวดที่ ๑ จัดส่งรายงานการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report)

จัดส่งรายงานการศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) จำนวน ๕ ชุด พร้อมสำเนาไฟล์ข้อมูลทั้งหมดจัดส่งในที่เก็บข้อมูล Online โดยแสดง QR Code / Link เพื่อเข้าสู่งานเรียกใช้งานพื้นที่ฝากไฟล์บน Cloud และสามารถเข้าใช้บนเว็บเบราว์เซอร์ต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างเช่น Google Drive, Microsoft OneDrive

หรืออย่างอื่น เป็นต้น ภายใน ๓๐ วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยผู้รับจ้างต้องเสนอแผนการดำเนินงาน ในภาพรวมทั้งหมดตามขอบเขตการดำเนินงานตามข้อ ๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

๑๒.๒ งวดที่ ๒ จัดส่งรายงานความก้าวหน้า (Progress Report)

จัดส่งรายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ต้นฉบับจำนวน ๑ ชุด พร้อมสำเนา ไฟล์ข้อมูลทั้งหมดจัดส่งในที่เก็บข้อมูล Online โดยแสดง QR Code / Link เพื่อเข้าสู่งานเรียกใช้งานพื้นที่ฝาก ไฟล์บน Cloud และสามารถเข้าใช้บนเว็บเบราว์เซอร์ต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างเช่น Google Drive, Microsoft OneDrive หรืออย่างอื่น เป็นต้น ภายใน ๒๔๐ วันนับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

โดยมีรายละเอียดผลการดำเนินงานและจัดส่งหลักฐานการดำเนินงาน ประกอบด้วย รายงาน ผลการปฏิบัติงานในรอบ ๒๔๐ วัน ที่ผ่านมา ตามข้อ ๔. ดังนี้

ลำดับ	รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบ ๒๔๐ วัน ข้อ ๔ (ตามข้อย่อ)	รายละเอียด
๑๒.๒.๑	ข้อ ๔.๑ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด (Concept) วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดกลยุทธ์และ แผนการสื่อสารเพื่อเสนอแนวทางการบริหารการสื่อสารกับ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเป็นระบบ	ครบถ้วน
๑๒.๒.๒	ข้อ ๔.๒ แผนการบริหารจัดการประเด็น (Issue Management)	ครบถ้วนทุกข้อย่อ
๑๒.๒.๓	ข้อ ๔.๓ กิจกรรมการบริหารประเด็น (Issue Management) กรณี ข้าวเชิงลบ	ครบถ้วนทุกข้อย่อ
๑๒.๒.๔	ข้อ ๔.๔ กิจกรรมบริหารและพัฒนาสัมพันธภาพผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย และกิจกรรมบริหารจัดการเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ องค์กร ดังนี้	
	๔.๔.๑ กิจกรรมแถลงข่าว	อย่างน้อยร้อยละ ๖๐ ของ กิจกรรมที่กำหนด
	๔.๔.๒ กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์	อย่างน้อยร้อยละ ๖๐ ของ กิจกรรมที่กำหนด
	๔.๔.๓ กิจกรรมศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (เครือข่ายสื่อมวลชน ๔๐ คน) จำนวน ๑ ครั้ง	ดำเนินการในรอบ ๓๓๐ วัน (ส่งมอบงวดที่ ๓)
	๔.๔.๔ กิจกรรมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร (๖๐ คน) จำนวน ๑ ครั้ง	ครบถ้วน
๑๒.๒.๕	ข้อ ๔.๕ การบริหารจัดการองค์ความรู้ และขยายผลให้เกิด ทักษะคิดเชิงบวกผ่านทางสื่อออนไลน์	อย่างน้อยร้อยละ ๖๐ ของ กิจกรรมที่กำหนด (ทุกข้อย่อ)

ลำดับ	รายงานผลการปฏิบัติงานในรอบ ๒๔๐ วัน ข้อ ๔ (ตามข้อย่อย)	รายละเอียด
๑๒.๒.๖	ข้อ ๔.๖ สร้างภาพลักษณ์องค์กรและพัฒนาบุคลากร	
	๔.๖.๑ กิจกรรมอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้ (สภ.ช.และหน่วยงานรัฐ ๓๐ คน) จำนวน ๑ ครั้ง	ครบถ้วน
	๔.๖.๒ กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (กบน. ๓๐ คน) จำนวน ๑ ครั้ง	ดำเนินการในรอบ ๓๓๐ วัน (ส่งมอบงวดที่ ๓)
๑๒.๒.๗	ข้อ ๔.๗ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ๓๐๐ ชิ้น	ครบถ้วน

๑๒.๓ งวดที่ ๓ จัดส่งรายงานขั้นสุดท้าย (Final Report)

จัดส่งรายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) ต้นฉบับจำนวน ๑ ชุด พร้อมสำเนาไฟล์ข้อมูลทั้งหมด จัดส่งในที่เก็บข้อมูล Online โดยแสดง QR Code / Link เพื่อเข้าสู่การเรียกใช้งานพื้นที่ฝากไฟล์บน Cloud และสามารถเข้าใช้บนเว็บเบราว์เซอร์ต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างเช่น Google Drive, Microsoft OneDrive หรืออย่างอื่น เป็นต้น ภายใน ๓๓๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา โดยรายงานผลดำเนินงานและจัดส่งงานตามข้อ ๔. ครบถ้วนทุกกิจกรรมและชิ้นงานทั้งหมด และในเล่มรายงานมีเนื้อหาสาระรายละเอียดไม่น้อยกว่า ดังนี้

๑๒.๓.๑ ที่มาและขั้นตอนการดำเนินโครงการดังกล่าว

๑๒.๓.๒ บทสรุปผู้บริหาร

๑๒.๓.๓ บทสรุปของการดำเนินงานทั้งหมด

๑๒.๓.๔ บทวิเคราะห์ความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการดังกล่าวในระยะต่อไป

๑๓. งวดการเบิกจ่ายเงิน

๑๓.๑ งวดที่ ๑ จ่ายเงิน ๓๐% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานผลการศึกษาเบื้องต้นตามข้อ ๑๒.๑ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว

๑๓.๒ งวดที่ ๒ จ่ายเงิน ๕๐% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งมอบรายงานความก้าวหน้า ตามข้อ ๑๒.๒ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว

๑๓.๓ งวดที่ ๓ จ่ายเงิน ๒๐% ของค่าจ้างทั้งหมด เมื่อผู้รับจ้างส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ ตามข้อ ๑๒.๓ และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับไว้เรียบร้อยแล้ว

๑๔. อัตราค่าปรับ

กำหนดค่าปรับเป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของค่าจ้างตามสัญญา

๑๕. กรรมสิทธิ์

ผู้ว่าจ้างเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานที่ผู้รับจ้างได้ทำงานตามสัญญา และผู้รับจ้างจะนำผลงานและรายละเอียดของงานตามสัญญานี้ไปใช้ หรือเผยแพร่ในกิจการอื่นนอกเหนือจากที่ได้รับไว้ในสัญญานี้ไม่ได้ เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างก่อน

๑๖. ความคุ้มครองเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

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

๑๗. ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของงานจ้าง

เมื่องานแล้วเสร็จบริบูรณ์ และ สกนช. ได้รับมอบงานจากผู้รับจ้างหรือจากผู้รับจ้างรายใหม่ ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาตามข้อ ๕ หากมีเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายเกิดขึ้นจากการจ้างนี้ ภายในกำหนด ๓ เดือน นับถัดจากวันที่ได้รับมอบงานดังกล่าว ซึ่งความชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเกิดจากความบกพร่องของผู้รับจ้างอันเกิดจากการใช้วัสดุที่ไม่ถูกต้องหรือทำไว้มิเรียบร้อย หรือทำไม่ถูกต้องตามมาตรฐานแห่งหลักวิชา ผู้รับจ้างจะต้องรีบทำการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อยโดยไม่ชักช้า โดย สกนช. ไม่ต้องออกเงินใดๆ ในการนี้ทั้งสิ้น หากผู้รับจ้างไม่กระทำการดังกล่าวภายในกำหนด ๗ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจาก สกนช. หรือไม่ทำการแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อยภายในเวลาที่ สกนช. กำหนด ให้ สกนช. มีสิทธิที่จะทำการนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ทำงานนั้น โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น

ในกรณีเร่งด่วนจำเป็นต้องรีบแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายโดยเร็ว และไม่อาจรอให้ผู้รับจ้างแก้ไข ในระยะเวลาที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่งได้ สกนช. มีสิทธิเข้าจัดการแก้ไขเหตุชำรุดบกพร่องหรือเสียหายนั้นเองหรือจ้างผู้อื่นให้ซ่อมแซมความชำรุดบกพร่องหรือเสียหาย โดยผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมด

๑๘. เงื่อนไขอื่นๆ

๑๘.๑ สกนช. ทรงไว้ซึ่งสิทธิในการปรับปรุงรูปแบบและแผนการดำเนินงาน รวมทั้งปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และผู้เสนอราคาพร้อมแก้ไขตามที่ สกนช. เห็นสมควร เพื่อความเหมาะสมอันเป็นประโยชน์แก่ทางราชการ

๑๘.๒ ผู้รับจ้างจะต้องเสนอแผนงานให้ สกนช. พิจารณาก่อนดำเนินงาน กรณีมีการประชุมหารือร่วมกันผู้รับจ้างจะต้องเข้าร่วมหารือกับ สกนช. ได้ตลอดเวลา ก่อนการดำเนินงานทุกครั้งจะต้องเสนอข้อมูลให้ สกนช. ตรวจสอบหากมีการแก้ไขจะต้องดำเนินการแก้ไขโดยด่วนและให้ สกนช. ตรวจสอบอีกครั้ง รวมทั้งก่อนดำเนินการเผยแพร่หรือจัดกิจกรรมใดๆ ต้องได้รับความเห็นชอบจาก สกนช. ทุกครั้ง

๑๘.๓ สกนช. ขอสงวนสิทธิในการยกเลิกการดำเนินการจ้าง ในกรณีมีความจำเป็นไม่อาจทำสัญญาตามที่ได้เจรจาตกลงว่าจ้าง หรือมีเหตุจำเป็นอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดทำสัญญา

ดังกล่าวได้ โดย สกนช. ขอไม่ชี้แจงเหตุผลใดๆ ทั้งสิ้น และผู้รับจ้างได้ตกลงยินยอมจะไม่เรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้นไม่ว่ากรณีใดๆ

๑๙. สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับทราบข้อมูลเพิ่มเติม หรือเสนอแนะวิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นโดยเปิดเผยตัวได้ที่

๑๙.๑ ไปรษณีย์ (EMS)

ส่งถึง “สำนักนโยบายและแผน สำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง” เลขที่ ๕๕๕/๒
ชั้น ๑๑ ศูนย์เอนเนอร์ยี่คอมเพล็กซ์ อาคารบี ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๑๙.๒ โทรศัพท์ ๐ ๒๑๔๐ ๓๙๕๒, ๐ ๒๑๔๐ ๓๙๖๘

๑๙.๓ โทรสาร ๐ ๒๗๙๔ ๖๐๗๐

๑๙.๔ อีเมล (E-mail) : saifon@offo.or.th ; kanyapak@offo.or.th

๑๙.๕ ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.offo.or.th หรือสอบถามทางโทรศัพท์
หมายเลข ๐ ๒๑๔๐ ๓๙๕๒, ๐ ๒๑๔๐ ๓๙๖๘ ในวันและเวลาราชการ และสามารถวิจารณ์ เสนอข้อคิดเห็น
หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร่างขอบเขตงานนี้เป็นลายลักษณ์อักษร ภายในวันที่

สำหรับผู้ที่ต้องการเสนอแนะ วิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็นจะต้องระบุรายละเอียดให้ชัดเจน
มีฉะนั้นสกนช. จะไม่รับพิจารณา ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวประกอบด้วย

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

เอกสารแนบท้าย

ขอบเขตของงาน

โครงการบริหารประเด็นการสื่อสารเพื่อขยายผลการรับรู้บทบาทภารกิจของสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

รายละเอียดของเกณฑ์การกำหนดน้ำหนักหลักเกณฑ์การพิจารณา

ตามข้อ ๑๑.๓ (๒) คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อราชการ (น้ำหนักร้อยละ ๘๐)

ข้อ	คะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
๒.๑) ผลงานและประสบการณ์ของผู้รับจ้าง ๑๐ คะแนน พิจารณาจากผลงานและประสบการณ์ในขอบเขตงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยผลงานที่แสดงถึงประสบการณ์ด้านพลังงานที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องและมีความเชี่ยวชาญมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ หรือที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับงานในครั้งนี้ พร้อมหลักฐานที่เป็นประโยชน์ในการพิจารณา		มีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวกับการวางแผนและการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านพลังงาน และเคยร่วมงานกับหน่วยงานด้านพลังงาน โดยต้องมีหลักฐานที่แสดงให้เห็นผลงานอย่างน้อย ๕ ด้าน ประกอบด้วย (๑) การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (๒) การบริหารภาพลักษณ์องค์กร (๓) การจัดกิจกรรมการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (๔) การบริหารประเด็น (Issue Management) และ (๕) การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รวมถึงขยายผล/เพิ่มช่องทางสื่อ ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ โครงการ และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จไม่เกิน ๗ ปี โดยแต่ละโครงการมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) ทั้งนี้ ต้องเป็นผลงานด้านพลังงานและต้องเป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานด้านพลังงาน ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน โดยต้องแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นหลักฐานประกอบ (ต้องเป็นสัญญาที่ผู้รับจ้างได้ทำงานแล้วเสร็จตามสัญญาซึ่งได้มีการส่งมอบงานและตรวจรับเรียบร้อยแล้ว)

ข้อ	คะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
	๘๐%	มีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวกับการวางแผนและการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ด้านพลังงาน โดยมีหลักฐานแสดงให้เห็นผลงานครบ ๕ ด้าน ซึ่งมีจำนวน ๑ โครงการ และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จไม่เกิน ๗ ปี โดยโครงการมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ด้านพลังงาน และแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นหลักฐานประกอบ (ต้องเป็นสัญญาที่ผู้รับจ้างได้ทำงานแล้วเสร็จตามสัญญาซึ่งได้มีการส่งมอบงานและตรวจรับเรียบร้อยแล้ว)
	๙๐%	มีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวกับการวางแผนและการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ด้านพลังงาน โดยมีหลักฐานแสดงให้เห็นผลงานครบ ๕ ด้าน ซึ่งมีจำนวน ๒ โครงการ และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จไม่เกิน ๗ ปี โดยแต่ละโครงการมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ด้านพลังงาน และแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นหลักฐานประกอบ (ต้องเป็นสัญญาที่ผู้รับจ้างได้ทำงานแล้วเสร็จตามสัญญาซึ่งได้มีการส่งมอบงานและตรวจรับเรียบร้อยแล้ว)

ข้อ	คะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
	๑๐๐%	มีประสบการณ์และผลงานที่เกี่ยวกับการวางแผนและการดำเนินงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ด้านพลังงาน โดยมีหลักฐานแสดงให้เห็นผลงานครบ ๕ ด้านขึ้นไป ที่แสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ ว่าเป็นประโยชน์กับโครงการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีจำนวน ๓ โครงการ และเป็นผลงานที่แล้วเสร็จไม่เกิน ๗ ปี โดยแต่ละโครงการมีมูลค่าไม่น้อยกว่า ๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านห้าแสนบาทถ้วน) ซึ่งเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ด้านพลังงาน และแนบสำเนาหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาพร้อมรับรองสำเนาถูกต้องอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นหลักฐาน ประกอบ (ต้องเป็นสัญญาที่ผู้รับจ้างได้ทำงานแล้วเสร็จตามสัญญาซึ่งได้มีการส่งมอบงานและตรวจรับเรียบร้อยแล้ว)
๒.๒) คุณสมบัติของบุคลากรที่ร่วมงาน ๑๐ คะแนน พิจารณาจากบุคลากรที่มีองค์ความรู้ด้านพลังงาน มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ ในด้านการสื่อสารองค์กรในหน่วยงานด้านพลังงาน รวมทั้งมีการนำเสนอแนวคิดการจัดวางโครงสร้างการบริหารจัดการโครงการ ตำแหน่ง หน้าที่ ความรับผิดชอบได้อย่างสอดคล้อง	๘๐%	(๑) มีการนำเสนอประวัติคุณวุฒิและประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารโครงการและทีมงาน ตรงตามลักษณะงานที่กำหนดตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) โดยแสดง ปี/ช่วงเวลาที่ได้รับจ้าง ชื่อผู้ว่าจ้าง ชื่อโครงการ ตำแหน่งในโครงการ ลักษณะงานที่รับผิดชอบ พร้อมแนบประวัติบุคลากร (๒) ประสบการณ์ของผู้บริหารโครงการ ที่ปรึกษา และทีมงานตรงตามลักษณะงานที่กำหนดตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) จำนวนคนละ ๑ โครงการ

ข้อ	คะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
	๙๐%	(๑) มีการนำเสนอประวัติคุณวุฒิและประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารโครงการและทีมงานตรงตามลักษณะงานที่กำหนดตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) โดยแสดง ปี/ช่วงเวลาที่รับจ้าง ชื่อผู้ว่าจ้าง ชื่อโครงการ ตำแหน่งในโครงการ ลักษณะงานที่รับผิดชอบ พร้อมแนบประวัติบุคลากร (๒) ประสบการณ์ของผู้บริหารโครงการ ที่ปรึกษา และทีมงานตรงตามลักษณะงานที่กำหนดขอบเขตงาน (TOR) จำนวนคนละ ๒ โครงการ
	๑๐๐%	(๑) มีการนำเสนอประวัติคุณวุฒิและประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารโครงการและทีมงานตรงตามลักษณะงานที่กำหนดตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) โดยแสดง ปี / ช่วงเวลาที่รับจ้าง ชื่อผู้ว่าจ้าง ชื่อโครงการ ตำแหน่งในโครงการ ลักษณะงานที่รับผิดชอบ พร้อมแนบประวัติบุคลากร (๒) ประสบการณ์ของผู้บริหารโครงการและทีมงานตรงตามลักษณะงานที่กำหนดตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) จำนวนคนละ ๓ โครงการ (๓) มีการนำเสนอรายละเอียดผู้บริหารโครงการ ที่ปรึกษาและทีมงานที่แสดงให้เห็นว่ามีประสบการณ์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านพลังงาน และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ตามแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เหมาะสม

ข้อ	คะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
๒.๓) วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน ๖๐ คะแนน - พิจารณาจากรายละเอียด แผนงาน วิธีการบริหาร โครงการ ที่มา แนวคิด ผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการ ออกแบบจัดวางคัดเลือก สื่อ ช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่าและเหมาะสม - พิจารณาความถูกต้อง ครบถ้วน ของเอกสารที่เสนอ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน	๘๐%	(๑) มีแผนการดำเนินงาน และวิธีการบริหารโครงการที่ครอบคลุมขอบเขตการดำเนินงานที่กำหนดตาม (TOR) (๒) มีโครงสร้างของการบริหารงานโครงการฯ และการจัดอัตรากำลังคน พร้อมรายละเอียด หน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน
	๙๐%	(๑) มีกรอบแนวคิด (Concept) ที่แสดงถึงความรู้ความเข้าใจต่อวัตถุประสงค์ สอดคล้อง เชื่อมโยงต่อผลลัพธ์ของโครงการ และมีการแสดงรายละเอียดการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานตาม (TOR) (๒) มีแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ วิธีการบริหารโครงการ การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัย ที่เกี่ยวข้อง และการออกแบบจัดวางคัดเลือกสื่อ ช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่าและเหมาะสม (๓) มีโครงสร้างของการบริหารงานโครงการ และการจัดอัตรากำลังคนพร้อมรายละเอียด หน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน

ข้อ	คะแนน	รายละเอียดการให้คะแนน
	๑๐๐%	(๑) มีกรอบแนวคิด (Concept) ที่แสดงถึงความรู้ความเข้าใจต่อวัตถุประสงค์ สอดคล้องเชื่อมโยงต่อผลลัพธ์ของโครงการ และมีการแสดงรายละเอียดการดำเนินงานตามขอบเขตการดำเนินงานตาม (TOR) (๒) มีแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ วิธีการบริหารโครงการ การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และการออกแบบจัดวางคัดเลือกสื่อ ช่องทางการสื่อสาร สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่าและเหมาะสม (๓) มีโครงสร้างของการบริหารงานโครงการ และการจัดอัตรากำลังคนพร้อมรายละเอียดหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการที่สอดคล้องกับแผนการดำเนินงาน (๔) มีการนำเสนอแผนการบริหารจัดการด้านประเด็น Crisis Management เพื่อเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ต่างๆ ให้กับสำนักงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และงานที่แสดงให้เห็นได้ว่าการดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน