

ขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด
และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.)

สารบัญ

	หน้า
๑. ความเป็นมา (Background Information)	๑
๒. วัตถุประสงค์ (Objectives)	๓
๓. คุณสมบัติของที่ปรึกษา	๔
๔. ขอบเขตการดำเนินงาน (Scope of Work)	๖
๕. ระยะเวลาดำเนินการโครงการ (Project Period)	๑๓
๖. งบประมาณ รายงานและผลงานที่ต้องการ	๑๔
๗. เงื่อนไขการชำระเงิน	๑๗
๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ	๑๗
๙. บุคคลากรที่ต้องการ	๑๘
๑๐. วงเงินค่าจ้างที่ปรึกษา	๑๘
๑๑. หน่วยงานของรัฐผู้รับผิดชอบดำเนินการ	๑๙
๑๒. อัตราค่าปรับ	๑๙
๑๓. สถานที่ส่งมอบงาน	๑๙
๑๔. เอกสารการยื่นข้อเสนอ	๑๙
๑๕. กำหนดยื่นราคา	๒๓
๑๖. หลักประกันสัญญา	๒๓
๑๗. หลักประกันผลงาน	๒๓
๑๘. เงื่อนไขและข้อกำหนด (Terms and Conditions)	๒๓
๑๙. กรรณสิทธิในข้อมูล เอกสารและผลการดำเนินงาน	๒๔
๒๐. การให้การสนับสนุนจาก กฟผ. (PEA Furnished Facility & Information)	๒๔
๒๑. ภาษาที่ใช้ (Languages)	๒๔
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑	๒๕
ภาคผนวก	๒๘

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖
ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.)

๑. ความเป็นมา (Background Information)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจด้านสาธารณูปโภค ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พ.ศ. ๒๕๐๓ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ ผลิต จัดให้ได้มา จัดส่ง และจำหน่ายพลังงานไฟฟ้า ตลอดจนดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับพลังงานไฟฟ้าและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่เป็นประโยชน์แก่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ทั้งในส่วนภูมิภาคทุกจังหวัดทั่วประเทศ (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ) และในประเทศใกล้เคียง ทั้งนี้ในการดำเนินงานของ กฟภ. เป็นการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนนโยบายภาครัฐ อาทิ นโยบายรัฐบาล กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพลังงาน และกระทรวงการคลัง ในการพัฒนาความเป็นอยู่พื้นฐานของประชาชนในส่วนภูมิภาค นอกจากนี้ยังมีบทบาทและภารกิจสำคัญ ในการจัดการระบบไฟฟ้าในพื้นที่ภูมิภาค โดยจะมีการก่อสร้างและปรับปรุงระบบไฟฟ้าในพื้นที่ภูมิภาคเพื่อให้ได้รับการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า เพื่อให้ได้รับการใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเตรียมพร้อมให้บริการในระยะยาว รวมถึงการผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาการขยายเขตระบบไฟฟ้า เพื่อรองรับต่อการขยายตัวของลูกค้า (ผู้ใช้ไฟฟ้า) ในภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจบริการ และอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน, เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์โทรคมนาคม, บีโตร์เคมีและเคมีภัณฑ์, ดิจิทัล, หุ่นยนต์, การบินและโลจิสติกส์, การแพทย์ครบวงจร, การเกษตรและแปรรูป, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งในการดำเนินงานดังกล่าวต้องมีการลงทุนในการพัฒนาระบบเครือข่ายและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนภารกิจหลักของ กฟภ. ได้แก่ การให้บริการจำหน่ายไฟฟ้า การดำเนินงานดังกล่าว กฟภ. ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ ในขณะที่อัตราค่าไฟฟ้าถูกจำกัดให้อยู่ในระดับที่ไม่สะท้อนถึงต้นทุนที่แท้จริงของการดำเนินงาน

นอกจากนั้นแล้ว กฟภ. ยังต้องเผชิญกับผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายเล็ก (Small Power Producer: SPP) ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม โดยพลังงานไฟฟ้าส่วนที่เหลือจากการขายไฟฟ้าให้ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) สามารถนำมาจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้ไฟฟ้าโดยตรงได้ ทั้งนี้แนวโน้มของการสูญเสียลูกค้า ในประเภทอัตราค่าไฟฟ้ากิจการขนาดกลางและกิจการขนาดใหญ่ ให้กับ SPP ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงโรงไฟฟ้าที่ผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้เองและ/หรือขายตรง ที่เชื่อมต่อกับระบบของ ๓ การไฟฟ้า (Independent Power Supply: IPS) ทั้งนี้แนวโน้มของการสูญเสียลูกค้าให้กับ IPS จะส่งผลกระทบต่อภาระจำหน่ายต่อระบบไฟฟ้าของ กฟภ. อีกทั้งการเติบโตของเทคโนโลยีด้านพลังงาน เช่น การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์จากการติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) การนำขยะหรือวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาผลิตเป็นพลังงานไฟฟ้า (พลังงานชีวมวล) เทคโนโลยีเหล่านี้พัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ผู้ใช้ไฟฟ้าสามารถผลิตไฟฟ้าใช้ตัวเอง (Prosumer) รวมถึงนโยบายตามแผนการปฏิรูปประเทศด้านพลังงาน ซึ่งส่งเสริมกิจการไฟฟ้าเสรี อาจส่งผลให้ผู้ใช้ไฟฟ้าที่เป็นลูกค้าปัจจุบันของ กฟภ.

มีทางเลือกเปลี่ยนไปใช้ไฟฟ้ากับผู้ผลิตรายใหม่เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งผลของการส่งเสริมนโยบายดังกล่าว จะก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันทางอ้อมในการให้บริการไฟฟ้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นการเตรียมแผนการดำเนินงานเพื่อรักษารฐานลูกค้าเหล่านี้ จึงมีความสำคัญต่อ กฟภ. เป็นอย่างยิ่ง

นโยบายและการดำเนินการของ กฟภ. มีความสัมพันธ์ที่สำคัญกับนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านพลังงานในระดับประเทศหลายประการ อาทิ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงมหาดไทย แผนยุทธศาสตร์การกำกับกิจการพลังงาน แผนบูรณาการพลังงานระยะยาว พ.ศ. ๒๕๕๘ – ๒๕๗๙ (TIEB) แผนพัฒนากำลังผลิตไฟฟ้าของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (PDP๒๐๑๘) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (EEP๒๐๑๘) แผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๗๙ (AEDP๒๐๑๕) นโยบายประเทศไทย ๔.๐ รวมถึงแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีพลังงานรูปแบบต่าง ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมพลังงานอย่างมีนัยสำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงต่อการปรับปรุงนโยบายและยุทธศาสตร์ของ กฟภ. ตลอดจนการพัฒนากระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ไปสู่การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง มีการเชื่อมโยงช่องทางต่าง ๆ โดยการผสมผสานทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

เดิมสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้กำหนดให้รัฐวิสาหกิจนำระบบการประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (State Enterprise Performance Appraisal: SEPA) มาใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจอย่างเป็นทางการ โดยเริ่มนำระบบ SEPA มาใช้เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของ กฟภ. ตั้งแต่ปี ๒๕๕๖ เป็นต้นมา ซึ่ง กฟภ. ได้จัดทำ โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดตามแผนการปรับปรุงขององค์กรตามระบบ SEPA (OFIs Roadmap) ตั้งแต่ปี ๒๕๕๖ มาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี ๒๕๖๓ สคร. ได้ปรับเปลี่ยนวิธีการประเมินผลของ กฟภ. จากระบบ SEPA เป็นการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (State Enterprise Assessment Model: SE-AM) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ/ธุรกิจ การแข่งขัน ความต้องการของผู้ใช้บริการ และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น รวมถึงนโยบายสำคัญ

นอกจากนี้ตามแผนยุทธศาสตร์ กฟภ. พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ และ Balanced Scorecard (BSC) กลยุทธ์ SCM๒ การสร้างประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการแบบ New Normal (Digital Customer Experience) และ SCM๓ การรักษารฐานลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ที่มีความเสี่ยง ได้กำหนดให้ความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามกลุ่มลูกค้า ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) Net Promotor Score ของลูกค้าที่ใช้บริการผ่าน Digital Channel และความผูกพัน (Engagement Score) ของกลุ่มลูกค้ารายสำคัญที่มีความเสี่ยง เป็นตัวชี้วัดและเป้าหมายระดับองค์กรในมุมมองด้านลูกค้า

ดังนั้น เพื่อให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เกิดประสิทธิผลต่อองค์กรอย่างเป็นรูปธรรมตามกำหนดเวลา สามารถจัดทำและปรับปรุงแนวทางในกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด ให้เป็นระบบอย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดแนวทางในการสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า เพื่อให้ได้ระดับความต้องการ ความคาดหวัง และความผูกพันของลูกค้า ที่สามารถนำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการตอบสนองลูกค้าให้มีความพึงพอใจที่สูงขึ้น พร้อมลดความไม่พึงพอใจต่อ กฟภ. ยกกระดับความพึงพอใจตลอดจนสามารถนำข้อมูลและสารสนเทศจากการศึกษาข้างต้น ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การออกแบบกระบวนการและการปรับปรุงการดำเนินงานด้านการบริการลูกค้าที่สำคัญ รวมถึงการประเมินประสิทธิผลของช่องทางการรับฟังเสียงลูกค้าและการสนับสนุนลูกค้า และเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเสียงของลูกค้า เพื่อพัฒนากระบวนการบริการลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยที่มุ่งเน้นในเรื่องของลูกค้าและตลาด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการสนับสนุนลูกค้า และการส่งมอบบริการที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าอย่างแท้จริง ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินการสำรวจและวิเคราะห์ประเมินผลมีความเที่ยงตรง เชื่อถือได้ เป็นไปตามหลักการทางวิชาการ และเป็นที่ยอมรับ จึงควรมีการจ้างที่ปรึกษาให้มาดำเนินการตามโครงการดังกล่าว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานตามระบบ SE-AM ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการดำเนินงานของ กฟภ. ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ในระยะยาว ด้านการมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันให้กับลูกค้าตลอดจนสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ไม่ปกติ พร้อมกับตอบสนองนโยบายของรัฐบาลทั้งในปัจจุบันและอนาคตอย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์ (Objectives)

การจ้างที่ปรึกษาดำเนินการโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กรของ กฟภ. มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

๒.๑ เพื่อให้มีการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร สำหรับธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่องของ กฟภ. ตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า ครอบคลุมประเด็นพิจารณาตามเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ (SE-AM) หมวด ๔ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า Module ๒: การมุ่งเน้นลูกค้า และตัวชี้วัดที่สอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ของ กฟภ. เกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า โดยวิธีการศึกษาและสำรวจที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ จากผู้มีประสบการณ์ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ทันต่อความต้องการและทิศทางการดำเนินงานตามบริบทขององค์กร

๒.๒ เพื่อให้มีการวิเคราะห์ประเมินผล ทบทวนปัจจัยความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า รวมถึงประเมินประสิทธิภาพการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาด ภาพลักษณ์องค์กร การรับฟังเสียงลูกค้า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า

๒.๓ เพื่อให้มีการวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญจากลูกค้าและตลาด สรุปผลข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและกลยุทธ์การตลาด รวมถึงการนำสารสนเทศดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด การวางแผน/พัฒนา/ปรับปรุง/นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ออกแบบและทบทวนระบบงานและกระบวนการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การเชื่อมโยงกับสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการและติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Data Analytics) และการพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่ ส่งผลให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี สามารถนำไปเทียบเคียงกับหน่วยงานอื่น หรือเป็น Best Practice ได้ในอนาคต

๓. คุณสมบัติของที่ปรึกษา

๓.๑ ผู้ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอในการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐ อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(๑) มีความสามารถตามกฎหมาย

(๒) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๓) ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

(๔) ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๖ วรรคสาม

(๕) ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกแจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐตามมาตรา ๑๐๙

(๖) คุณสมบัติหรือลักษณะต้องห้ามอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

(๗) เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพ

(๗.๑) กรณีใช้วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป วิธีคัดเลือก และวิธีเฉพาะเจาะจง ซึ่งมีใช้การจ้างที่ปรึกษาตามกฎหมายกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่ รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๓ หรือ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๓ หรือ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๔ ให้ใช้ข้อความว่า "ที่ปรึกษาที่เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่มีอาชีพให้บริการงานจ้างที่ปรึกษาซึ่งจดทะเบียนไว้กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษากระทรวงการคลัง สาขาพลังงาน, การบริหารและพัฒนาองค์กร และการวิจัยและประเมินผล"

(๗.๒) กรณีใช้วิธีเฉพาะเจาะจงกับที่ปรึกษาตามกฎหมายกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๓ หรือ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๓ หรือ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๔

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

(๗.๒.๑) ที่ปรึกษาที่เป็นหน่วยงานของรัฐ

- สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ให้ใช้ข้อความว่า "ที่ปรึกษาที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐตามกฎหมายกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งมีขอบเขตสาขาที่จัดให้มีการเรียนการสอนภายในสถาบันอุดมศึกษานั้น โดยให้หน่วยงานของรัฐดำเนินการภายใต้เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

(๑) หัวหน้าโครงการหรือผู้บริหารโครงการจะต้องเป็นบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐนั้น

(๒) การดำเนินงานจะต้องดำเนินการโดยบุคลากรหลักของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐนั้น ไม่น้อยกว่าร้อยละแปดสิบของจำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ"

- หน่วยงานของรัฐซึ่งไม่ใช่สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ให้ใช้ข้อความว่า "ที่ปรึกษาที่เป็นหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๓"

(๗.๒.๒) ที่ปรึกษาที่มีใช่หน่วยงานของรัฐ ให้ใช้ข้อความว่า "ที่ปรึกษาที่มีใช่หน่วยงานของรัฐ ตามกฎหมายกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๔" ทั้งนี้ กฎกระทรวงอาจมีการเปลี่ยนแปลง

(๘) คุณสมบัติอื่น ๆ เช่น ไม่เป็นผู้ถูกพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดหรือพ้นพิกิจการ

๓.๒ การกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๓.๒.๑ มูลค่าสุทธิของกิจการ

๓.๒.๑.๑ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

๓.๒.๑.๒ กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

(๑) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างไม่เกิน ๒ ล้านบาท ไม่ต้องกำหนดทุนจดทะเบียน

(๒) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕ ล้านบาทต้อง

มีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท

(๓) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๐ ล้านบาท

ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท

(๔) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท

ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท

(๕) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๒๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๖๐ ล้านบาท

ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๘ ล้านบาท

(๖) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๖๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๕๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๒๐ ล้านบาท

(๗) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๕๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๓๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๖๐ ล้านบาท

(๘) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๓๐๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ล้านบาท

(๙) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕๐๐ ล้านบาทขึ้นไป ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า ๒๐๐ ล้านบาท

๓.๒.๑.๓ สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไปกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดา ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๓.๒.๑.๔ กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียนหรือมีแต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง (สินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน)

ทั้งนี้ หนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อให้เป็นไปตามแบบสิ่งที่ส่งมาด้วย ๑

๓.๒.๒ ข้อยกเว้น

๓.๒.๒.๑ กรณีตามข้อ ๓.๒.๑.๑ - ข้อ ๓.๒.๑.๔ ไม่ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ

ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย (ฉบับที่ ๑๐) พ.ศ. ๒๕๖๑


(๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน (Scope of Work)

๔.๑ การศึกษาและทบทวนข้อมูลเพื่อการออกแบบและสร้างตัวแบบในการศึกษาวิจัย การสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้ำ ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร กฟภ. มีดังนี้

๔.๑.๑ ทบทวนสถานการณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไฟฟ้าในประเทศไทย รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามภารกิจของ กฟภ. ตลอดจนทิศทางในระดับภูมิภาคและสากล นโยบายด้านพลังงานของ

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้ำ ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖


ลงนาม.....ประธานกรรมการ

ประเทศ ประเมินสถานะของคู่แข่งและคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมตามบริบทขององค์กรทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ประเมินความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนกฎระเบียบหลักเกณฑ์และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เปรียบเทียบกับคู่แข่งและคู่แข่งทั้งในประเทศ และต่างประเทศในระดับภูมิภาคและระดับสากล รวมถึงทิศทางการปรับเปลี่ยนองค์กร ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)

๔.๑.๒ ทบทวนข้อมูลลูกค้า กลุ่มลูกค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และส่วนตลาดสำหรับธุรกิจหลัก และธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ กฟผ. ได้เคยจัดทำไว้ในการจำแนกลูกค้า กลุ่มลูกค้า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และส่วนตลาด รวมถึงมุมมองต่าง ๆ ที่มีการแบ่งประเภทลูกค้าในการดำเนินงานเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของ กฟผ. รวมถึงแนวโน้มการเติบโตของลูกค้าและตลาดในอนาคต

๔.๑.๓ ทบทวนกลยุทธ์ด้านลูกค้าและการตลาดของ กฟผ. แผนยุทธศาสตร์ กฟผ. พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ แผนแม่บทการบริการลูกค้า พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๘ (ทบทวนครั้งที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖) นโยบายผู้ว่าการ แผนปฏิบัติการดิจิทัล พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ ตลอดจนนโยบาย/แผนงาน/โครงการ/งานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาระบบไฟฟ้าในช่วงพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) เป็นต้น

๔.๒ กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด

กำหนดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดในการสำรวจ ที่ได้มีการทบทวนตามข้อ ๔.๑ ตลอดจนมุมมองด้านลูกค้าครอบคลุมแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

๔.๒.๑ ตลาดธุรกิจหลัก

๔.๒.๑.๑ ลูกค้าปัจจุบัน

(๑) กลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องตามบริบทขององค์กร สำหรับธุรกิจหลัก ได้แก่

๑) ลูกค้า ๓ กลุ่มหลัก ประกอบด้วย เอกชนรายใหญ่ เอกชนรายย่อย และภาครัฐ

๒) ลูกค้า ๕ กลุ่มย่อย ประกอบด้วย อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม บ้านอยู่อาศัย พาณิชยกรรมย่อย และภาครัฐ

(๒) ประเภทลูกค้าตามหน่วยงานที่ให้บริการ ได้แก่ การไฟฟ้าเขต (กฟข.) และการไฟฟ้าในพื้นที่ (กฟฟ.)

(๓) ประเภทลูกค้าตามโครงสร้างอัตราค่าไฟฟ้า

(๔) ประเภทลูกค้าตามระดับแรงดันไฟฟ้า

(๕) ประเภทลูกค้าตามการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า ได้แก่ ลูกค้ารายสำคัญ (Key Account) ลูกค้ามูลค่าสูง (High Value) และลูกค้าเครือข่าย (Nationwide)

(๖) ประเภทลูกค้าตามประเภทพื้นที่ให้บริการ ได้แก่ เมืองใหญ่ นิคมอุตสาหกรรม เขตอุตสาหกรรม เขตเทศบาล นอกเขตเทศบาล เขตเศรษฐกิจพิเศษ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) และพื้นที่ติดต่อกับการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.)

(๗) ประเภทลูกค้ากลุ่มเสี่ยงต่อการสูญเสียลูกค้า

- (๘) ประเภทลูกค้าที่ผลิตไฟฟ้าใช้เอง (Prosumer)
 - (๙) ประเภทลูกค้าตามช่องทาง/ประเภทการให้บริการ เช่น การให้บริการผ่านช่องทาง Physical/Digital
 - (๑๐) ประเภทลูกค้าอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับมุมมองหรือทิศทางตามยุทธศาสตร์ของ กฟผ. และรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของ กฟผ.
- ๔.๒.๑.๒ ลูกค้าของคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วยการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และองค์กรหรือบริษัทเอกชนอื่น ที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกันสามารถเทียบเคียงกับ กฟผ. อีกไม่น้อยกว่า ๓ แห่ง
- ๔.๒.๑.๓ ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต
- (๑) ลูกค้าของคู่แข่ง (ผู้ผลิตไฟฟ้ารายเล็กหรือ SPP)
 - (๒) อดีตลูกค้า
 - (๓) ผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่น ๆ
- ๔.๒.๒ ตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (ธุรกิจเสริม/ธุรกิจใหม่)
- ๔.๒.๒.๑ ลูกค้าปัจจุบัน
- (๑) กลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องตามบริบทขององค์กร สำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ตามกลุ่มธุรกิจ ๗ ประเภท ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้างและติดตั้งระบบไฟฟ้า ธุรกิจซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า ธุรกิจการบริการความเชี่ยวชาญ ธุรกิจการขายและให้เช่าอุปกรณ์ไฟฟ้า ธุรกิจการจัดการพลังงาน ธุรกิจบริหารจัดการสินทรัพย์ และธุรกิจใหม่
 - (๒) ประเภทลูกค้าตามหน่วยงานที่ให้บริการ ได้แก่ สำนักงานใหญ่ การไฟฟ้าเขต (กฟข.) และการไฟฟ้าในพื้นที่ (กฟพ.)
 - (๓) ประเภทลูกค้าที่สอดคล้องตามการจำแนกกลุ่มลูกค้า ตลาดธุรกิจหลัก
 - (๔) ประเภทลูกค้าอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับมุมมองหรือทิศทางตามยุทธศาสตร์ของ กฟผ. และรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานของ กฟผ.
- ๔.๒.๒.๒ ลูกค้าของคู่แข่ง และผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต
- (๑) ลูกค้าของคู่แข่งหรือคู่แข่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกัน โดยดำเนินธุรกิจในตลาดเดียวกัน หรือสามารถเทียบเคียงกับการดำเนินธุรกิจของ กฟผ. ได้
 - (๒) อดีตลูกค้า
 - (๓) ผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคตอื่น ๆ

๔.๓ การสุ่มและขนาดตัวอย่าง

วิธีการสุ่มและการกำหนดขนาดตัวอย่าง เป็นไปตามหลักวิชาการ ดังนี้

๔.๓.๑ ตลาดธุรกิจหลัก

๔.๓.๑.๑ วิธีการสุ่มและการกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้าปัจจุบัน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสมตามบริบทของ กฟภ. โดยคำนึงถึงสัดส่วนการกระจายในเชิงจำนวนลูกค้าและรายได้ค่าไฟฟ้าของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ กฟภ. ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจะต้องสามารถเป็นตัวแทนประชากรใน ๖ มุมมองดังนี้

- (๑) ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มตามบริบทขององค์กร (๕ กลุ่มย่อย) ในระดับองค์กร
- (๒) ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าที่เคยประสบปัญหาไฟฟ้าขัดข้องในรอบ ๑ ปี ในระดับองค์กร (กระจายทุกกลุ่มลูกค้าตามบริบทของ กฟภ. และทุก กฟข.)
- (๓) ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าพื้นที่เมืองใหญ่ และพื้นที่ติดต่อกับการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) ในระดับองค์กร
- (๔) ตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ในนิคมอุตสาหกรรม เขตอุตสาหกรรม และเขตพื้นที่ EEC และ/หรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ ในระดับองค์กร
- (๕) ตัวแทนประชากรลูกค้ากลุ่มเสี่ยง
- (๖) ตัวแทนประชากรลูกค้าตามช่องทาง/ประเภทการให้บริการ เช่น การให้บริการผ่านช่องทาง Physical/Digital

๔.๓.๑.๒ วิธีการสุ่มและการกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้าของคู่แข่ง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสมตามบริบทของคู่แข่ง ในพื้นที่การให้บริการของคู่แข่ง ตลอดจนนอกพื้นที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสำรวจ

๔.๓.๑.๓ วิธีการสุ่มและการกำหนดขนาดตัวอย่างของผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต ทำการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) หรือวิธีอื่น ๆ ที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสม ตามบริบทของผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคต (ข้อ ๔.๒.๑.๓(๓)) ในระดับองค์กร โดยให้ตัวอย่างมีการกระจายครอบคลุมพื้นที่การให้บริการทุก กฟข.

๔.๓.๑.๔ วิธีการสุ่มประเมินคุณภาพการให้บริการแบบลูกค้าจำลอง (Mystery Shopping) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หรือวิธีอื่น ๆ ที่เหมาะสม ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการทุก กฟข.

๔.๓.๒ ตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

๔.๓.๒.๑ วิธีการสุ่มและการกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้าปัจจุบัน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสมตามบริบทของ กฟผ. โดยคำนึงถึงสัดส่วนการกระจายในเชิงจำนวนลูกค้า รายได้ หรือกลยุทธ์ตามกลุ่มประเภทธุรกิจเสริม/ธุรกิจใหม่ ของลูกค้า แต่ละกลุ่ม ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ กฟผ. โดยต้องทำการสุ่มลูกค้าครบทุก กฟข. ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจะต้องสามารถเป็นตัวแทนประชากรกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มตามบริบทขององค์กรในระดับองค์กร

๔.๓.๒.๒ วิธีการสุ่มและการกำหนดขนาดตัวอย่างของลูกค้าของคู่แข่ง หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต สามารถทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่เหมาะสม ทั้งนี้ สำหรับกรณีกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะ อาจใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หรือวิธีอื่น ๆ ที่เหมาะสมตามบริบทของคู่แข่ง หรือผู้ที่อาจเป็นลูกค้าในอนาคต

๔.๔ การกำหนดประเด็นและเนื้อหาของการสำรวจสารสนเทศจากลูกค้า

๔.๔.๑ การกำหนดประเด็นการสำรวจ ดังนี้

๔.๔.๑.๑ ความต้องการ

๔.๔.๑.๒ ความคาดหวัง

๔.๔.๑.๓ ความพึงพอใจ

๔.๔.๑.๔ ความผูกพัน

๔.๔.๑.๕ ความไม่พึงพอใจ

๔.๔.๑.๖ การเปรียบเทียบสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าต่อคู่แข่งและคู่แข่ง

๔.๔.๑.๗ การเปรียบเทียบสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าตามพื้นที่ให้บริการ เช่น พื้นที่เมืองใหญ่ พื้นที่ติดต่อกับการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) นิคมอุตสาหกรรม และเขตพื้นที่ EEC เป็นต้น

๔.๔.๑.๘ ประเด็นอื่น ๆ ที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ และมาตรฐานสากลที่สามารถเทียบเคียงได้ ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาดำเนินการให้เป็นประโยชน์ต่อ กฟผ.

๔.๔.๒ การกำหนดเนื้อหาของการสำรวจ ครอบคลุมหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

๔.๔.๒.๑ ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญในตลาดธุรกิจหลัก

๔.๔.๒.๒ ผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญในตลาดธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

๔.๔.๒.๓ การแก้ไฟฟ้าดับ/ไฟฟ้าตก/ไฟฟ้าขัดข้อง

- ๔.๔.๒.๔ การรับฟังเสียงของลูกค้า
- ๔.๔.๒.๕ การสนับสนุนการค้นหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมที่สำคัญ
- ๔.๔.๒.๖ การให้บริการและติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล
- ๔.๔.๒.๗ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- ๔.๔.๒.๘ การจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า
- ๔.๔.๒.๙ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ
- ๔.๔.๒.๑๐ การสื่อสารแบรนด์และภาพลักษณ์ขององค์กร
- ๔.๔.๒.๑๑ การสื่อสารและการให้บริการอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ไม่ปกติ
- ๔.๔.๒.๑๒ การดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ๔.๔.๒.๑๓ การกำกับดูแลกิจการที่ดีในมุมมองของลูกค้า
- ๔.๔.๒.๑๔ นวัตกรรมและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร
- ๔.๔.๒.๑๕ แนวโน้มความสนใจในการใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่/พลังงานทดแทน และไฟฟ้าเสรีในอนาคต
- ๔.๔.๒.๑๖ เนื้อหาอื่น ๆ ที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ และมาตรฐานสากลที่สามารถเทียบเคียงได้ ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาดำเนินการให้เป็นประโยชน์ต่อ กฟผ.

๔.๕ การกำหนดคู่แข่งและคู่แข่ง

กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกและผลการคัดเลือกคู่แข่งและคู่แข่ง ทั้งตลาดธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ที่สอดคล้องตามบริบทองค์กร รวมถึงสารสนเทศเชิงเปรียบเทียบที่ใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างคู่แข่ง/คู่แข่งและ กฟผ.

๔.๖ วิธีการสำรวจ

๔.๖.๑ การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

๔.๖.๑.๑ การสนทนากลุ่มก่อนการดำเนินการสำรวจ เพื่อให้ได้มุมมองในการกำหนดประเด็นการสำรวจ

(๑) การสนทนากลุ่มผู้บริหาร/พนักงาน กฟผ. จำนวน ๕ ครั้ง (สำนักงานใหญ่ ๑ ครั้ง และภาคละ ๑ ครั้ง) ครั้งละไม่ต่ำกว่า ๑๐ คน ณ สำนักงาน กฟผ. หรือ VDO Conference

(๒) การสนทนากลุ่มลูกค้า จำนวน ๔ ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า ๑๐ คน ในพื้นที่ให้บริการ หรือ VDO Conference

๔.๖.๑.๒ การสนทนากลุ่ม หลังการดำเนินการสำรวจ ร่วมกับผู้บริหาร/พนักงาน กฟผ. จำนวน ๑ ครั้ง (ไม่ต่ำกว่า ๔๐ คน) ณ โรงแรมหรือสถานที่ภายนอกสำนักงาน เพื่อทบทวนประเด็นเชิงลึกที่ได้รับจากการสำรวจ ตลอดจนให้ความเห็นต่อแนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์ และข้อเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

๔.๖.๒ การสำรวจภาคสนาม (Field Survey) ให้ระบุวิธีการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม รวมถึงวิธีควบคุมคุณภาพในแต่ละวิธีการ โดยมีวิธีการสุ่มและกำหนดขนาดตัวอย่างสอดคล้องตาม

ข้อ ๔.๓ และกระจายครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ กฟผ. หรือลักษณะของตัวอย่างที่ทำการสุ่มอย่างเหมาะสม

๔.๖.๒.๑ การสำรวจด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเข้าพบ (Personal Interview) หรือผ่านระบบประชุมทางไกล (VDO Conference) ดังนี้

- (๑) ลูกค้าเอกชนรายใหญ่ และภาครัฐ ตลาดธุรกิจหลัก ทุกราย
- (๒) ลูกค้าเอกชนรายย่อย ตลาดธุรกิจหลัก ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐
- (๓) ลูกค้าของคู่แข่ง ตลาดธุรกิจหลัก ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐
- (๔) ผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคต ตลาดธุรกิจหลัก ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐
- (๕) ลูกค้า ตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐

๔.๖.๒.๒ การสำรวจทางโทรศัพท์ (Telephone Survey) นอกเหนือจากข้อ ๔.๖.๒.๑ ดังนี้

- (๑) ลูกค้าเอกชนรายย่อย ตลาดธุรกิจหลัก
- (๒) ลูกค้าของคู่แข่ง ตลาดธุรกิจหลัก
- (๓) ผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้าในอนาคต ตลาดธุรกิจหลัก
- (๔) ลูกค้า ตลาดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

๔.๖.๓ การสุ่มประเมินคุณภาพการให้บริการแบบลูกค้าจำลอง (Mystery Shopping) จำนวน กฟฟ./หน่วยงาน ไม่น้อยกว่า ๖๐ แห่ง (กฟข. ละไม่ต่ำกว่า ๕ แห่ง) และจำนวนบริการไม่น้อยกว่า ๑๒๐ ตัวอย่าง โดยต้องทำการสุ่มครอบคลุมทุก กฟข. และทุกประเภทบริการที่สำคัญอย่างเหมาะสม

๔.๖.๔ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้มาซึ่งทิศทาง แนวโน้มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นโยบาย และข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์สารสนเทศที่สำคัญจากลูกค้า รวมถึงการวิจัยการตลาด ดังนี้

- ๔.๖.๔.๑ ผู้บริหารระดับสูงของ กฟผ. จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ราย
- ๔.๖.๔.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย
- ๔.๖.๔.๓ ลูกค้าเครือข่าย (Nationwide) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย
- ๔.๖.๔.๔ ลูกค้าของคู่แข่ง และอดีตลูกค้า ตลาดธุรกิจหลัก จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ ราย

๔.๗ จัดทำระบบการตรวจสอบการควบคุมคุณภาพของผลการดำเนินงาน และการติดตามความคืบหน้าของโครงการ รวมถึงผลการประเมินข้อมูลจากการดำเนินโครงการฯ ที่ กฟผ. สามารถตรวจสอบได้อย่างทันทั่วทั้ง

๔.๘ ทบทวนและประเมินกระบวนการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร พร้อมทั้งออกแบบกระบวนการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ในการกำหนดความต้องการ ความคาดหวัง ประเมินสารสนเทศด้านความพึงพอใจ ความผูกพัน ความไม่พึงพอใจของลูกค้า การเปรียบเทียบกับคู่แข่งและคู่แข่ง ตลอดจนการนำผลการวิเคราะห์สารสนเทศจากลูกค้าและตลาดที่สำคัญไปใช้ในการปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและกระบวนการด้านลูกค้าที่สำคัญ

๔.๙ วิเคราะห์และสรุปสารสนเทศจากลูกค้าให้สอดคล้องตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) วิเคราะห์ปัจจัยและหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความ

ผูกพันของลูกค้า รวมถึงวิเคราะห์ประเมินคุณภาพการให้บริการ ตลอดจนประเมินประสิทธิภาพการจำหน่าย ลูกค้า กลุ่มลูกค้า และส่วนตลาด การรับฟังเสียงลูกค้า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (ความพึงพอใจและความผูกพันโดยรวมของลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า) และการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า

๔.๑๐ วิเคราะห์และประเมินสารสนเทศจากลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษามาใช้ประโยชน์ในการทบทวนปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและกลยุทธ์การตลาด ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และการปรับปรุงแผนการดำเนินงานของ กฟผ. ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคตของ กฟผ. รวมถึงการจำหน่ายลูกค้าและส่วนตลาด การวางแผน/พัฒนา/ปรับปรุง/นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาด ระบบงานและกระบวนการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร การเชื่อมโยงกับสารสนเทศจากเสียงของลูกค้าผ่านช่องทางอื่น ๆ นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Customer Data Analytics) และการพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่

๔.๑๑ การชี้แจงแผนการดำเนินงานและถ่ายทอดผลการศึกษา

๔.๑๑.๑ จัดประชุมผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อกระบวนการสำรวจและแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจ จนกระทั่งได้แนวทางที่เป็นที่ยอมรับของ กฟผ.

๔.๑๑.๒ จัดทำแผนการสำรวจร่วมกับการไฟฟ้าเขตในแต่ละพื้นที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงแผนการดำเนินการสำรวจก่อนลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม (ข้อ ๔.๖.๒)

๔.๑๑.๓ จัดการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงานกับ กฟผ. อย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง พร้อมส่งรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานทุกเดือน

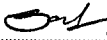
๔.๑๑.๔ จัดให้มีการถ่ายทอดความรู้เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในแนวทาง หลักการ วิธีดำเนินการตามโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ตลอดจนผลการวิเคราะห์จากการสำรวจ ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษามาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงแผนการดำเนินงานของ กฟผ. ให้กับผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้อง โดยจัดให้มีการถ่ายทอดฯ จำนวน ๑ ครั้ง (๑ วัน) ณ โรงแรมหรือสถานที่ภายนอกสำนักงาน ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน ทั้งนี้ที่ปรึกษาจะต้องดูแลรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ อาหารกลางวัน อาหารว่าง พร้อมทั้งการถ่ายทำและบันทึกวิดีโอการถ่ายทอดการสัมมนา

๔.๑๑.๕ จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย และทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ รวมถึงการประยุกต์เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และปรับปรุงกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ให้ผู้บริหาร/พนักงาน กฟผ. โดยจัดให้มีการอบรมฯ จำนวน ๑ ครั้ง (๓ วัน) ณ โรงแรมหรือสถานที่ภายนอกสำนักงาน ไม่น้อยกว่า ๓๐ คน ทั้งนี้ที่ปรึกษาจะต้องดูแลรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดอบรม เช่น สถานที่ อาหารกลางวัน อาหารว่าง และค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดอบรม เป็นต้น

๕. ระยะเวลาดำเนินการโครงการ (Project Period)

กำหนดระยะเวลาดำเนินการโครงการ ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม..........ประธานกรรมการ

๖. งบประมาณ รายงานและผลงานที่ต้องการ

งบประมาณ รายงานและผลงานที่ต้องการมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อ	รายงานและผลงานที่ต้องการ	งวดที่	กำหนดส่ง
๖.๑	จัดส่งรายงานฉบับขั้นต้น (Inception Report) พร้อม Flash Drive จำนวน ๖ ชุด โดยรายงานฉบับขั้นต้น (Inception Report) ประกอบด้วย ๖.๑.๑ แผนการดำเนินงานของที่ปรึกษาโดยละเอียด โดยระบุ Key Activities และ Key Outputs ของงานต่าง ๆ ให้ชัดเจน ๖.๑.๒ ขอบเขตการศึกษาวิจัย โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นและเนื้อหาการสำรวจ (ข้อ ๔.๔.๑ และ ๔.๔.๒)	๑	ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ ลงนามใน สัญญาจ้าง
๖.๒	จัดส่งรายงานความก้าวหน้า ๑ (Progress ๑) และรายงานความคืบหน้า ผลการดำเนินงานรายเดือน (ข้อ ๔.๑๑.๓) พร้อม Flash Drive จำนวน ๖ ชุด โดยรายงานความก้าวหน้า ๑ (Progress ๑) ประกอบด้วย ๖.๒.๑ ผลการศึกษาและทบทวน ข้อมูลสถานการณ์ทางการตลาด ของอุตสาหกรรมไฟฟ้า สถานะคู่แข่งและคู่แข่ง ข้อมูลลูกค้าและส่วน ตลาดของ กฟผ. รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดและแผนงานที่เกี่ยวข้อง ของ กฟผ. เพื่อใช้ในการออกแบบและสร้างตัวแบบในการศึกษาวิจัย โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์ องค์กร (ข้อ ๔.๑) ๖.๒.๒ รายละเอียดกลุ่มลูกค้า วิธีการสุ่ม และขนาดของตัวอย่าง ตามการจำแนกตามกลุ่มลูกค้าที่สอดคล้องตามบริบทขององค์กร และการแบ่งประเภทลูกค้ารูปแบบต่าง ๆ (ข้อ ๔.๒ และ ๔.๓) ๖.๒.๓ การกำหนดคู่แข่ง/คู่แข่ง และสารสนเทศเชิง เปรียบเทียบ (ข้อ ๔.๕) ๖.๒.๔ ผลการกำหนดประเด็นการสำรวจ จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ก่อนการดำเนินการสำรวจร่วมกับผู้บริหาร/พนักงาน กฟผ. และลูกค้า (ข้อ ๔.๖.๑.๑) ๖.๒.๕ วิธีการสำรวจภาคสนาม แนวทางการสำรวจ หลักเกณฑ์ ระเบียบวิธีวิจัย รวมถึงการสุ่มประเมินคุณภาพการให้บริการแบบลูกค้า จำลอง (ข้อ ๔.๖.๒ และ ๔.๖.๓) ๖.๒.๖ ผลการจัดประชุมเพื่อรับฟังความเห็น การจัดทำแผนการ สำรวจร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การชี้แจงก่อนดำเนินการสำรวจ และจัดส่งรายชื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก (ข้อ ๔.๖.๔ ๔.๑๑.๑ และ ๔.๑๑.๒)	๒	ภายใน ๔๕ วัน นับถัดจากวันที่ ลงนามใน สัญญาจ้าง

ข้อ	รายงานและผลงานที่ต้องการ	งวดที่	กำหนดส่ง
	๖.๒.๗ ระบบการตรวจสอบการควบคุมคุณภาพของผลการดำเนินงาน และการติดตามความคืบหน้าของโครงการฯ (ข้อ ๔.๗)		
๖.๓	จัดส่งรายงานความก้าวหน้า ๒ (Progress ๒) และรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานรายเดือน (ข้อ ๔.๑๑.๓) พร้อม Flash Drive จำนวน ๖ ชุด โดยรายงานความก้าวหน้า ๒ (Progress ๒) ประกอบด้วย ๖.๓.๑ ผลการทบทวนประเมินกระบวนการ และการออกแบบกระบวนการสำรวจเพื่อการลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร (ข้อ ๔.๘) ๖.๓.๒ ผลการวิเคราะห์จากการสำรวจภาคสนาม (ข้อ ๔.๖.๒) ๖.๓.๓ วิเคราะห์และสรุปสารสนเทศจากลูกค้าให้สอดคล้องตามเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) วิเคราะห์ปัจจัยและหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า รวมถึงวิเคราะห์ประเมินคุณภาพการให้บริการตลอดจนประเมินประสิทธิผลกระบวนการที่เกี่ยวข้อง (ข้อ ๔.๙)	๓	ภายใน ๑๒๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง
๖.๔	จัดสร้างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) และรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานรายเดือน (ข้อ ๔.๑๑.๓) พร้อม Flash Drive จำนวน ๖ ชุด โดยร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ประกอบด้วย ๖.๔.๑ รายละเอียดตามรายงานฉบับเริ่มต้น (Inception Report) (ข้อ ๖.๑), รายงานความก้าวหน้า ๑ (Progress ๑)(ข้อ ๖.๒), รายงานความก้าวหน้า ๒ (Progress ๒)(ข้อ ๖.๓) ๖.๔.๒ ผลวิเคราะห์การสุ่มประเมินคุณภาพการให้บริการแบบลูกค้าจำลอง (ข้อ ๔.๖.๓) ๖.๔.๓ ผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (ข้อ ๔.๖.๔) ๖.๔.๔ ผลการทบทวนประเด็นเชิงลึกที่ได้รับจากการสำรวจ แนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์ และข้อเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หลังการดำเนินการสำรวจร่วมกับผู้บริหาร/พนักงาน กฟภ. (ข้อ ๔.๖.๑.๒) ๖.๔.๕ วิเคราะห์และประเมินสารสนเทศจากลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษามาใช้ประโยชน์ในการทบทวนปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและกลยุทธ์การตลาด ทั้งธุรกิจหลักและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และการปรับปรุงแผนการดำเนินงานของ กฟภ. (ข้อ ๔.๑๐)	๔	ภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

ข้อ	รายงานและผลงานที่ต้องการ	งวดที่	กำหนดส่ง
	๖.๔.๖ รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาดของ กฟผ. โดยจัดทำเป็นรายงานฉบับภาษาไทย ๖.๔.๗ บทสรุปสำหรับผู้บริหาร โดยจัดทำเป็นรายงานฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ		
๖.๕	จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) และบทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) ฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๘๐ ชุด รายงานผลการถ่ายทอดฯ และการอบรม และรายงานความคืบหน้าผลการดำเนินงานทุกเดือน (ข้อ ๔.๑๑.๓) จำนวน ๖ ชุด รวมถึงไฟล์รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) และบทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) และหลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน พร้อมอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เช่น External Harddisk จำนวน ๑ ชุด โดยรายงานผลการถ่ายทอดฯ และหลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย ๖.๕.๑ รายงานผลการถ่ายทอดความรู้ และไฟล์วิดีโอบันทึกการถ่ายทอดความรู้โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ของ กฟผ. (ข้อ ๔.๑๑.๔) ๖.๕.๒ รายงานผลการอบรม และไฟล์วิดีโอบันทึกการอบรมความรู้โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ของ กฟผ. (ข้อ ๔.๑๑.๕) ๖.๕.๓ หลักฐานการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจ และการสนทนาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เช่น ไฟล์วิดีโอ ไฟล์ภาพ ไฟล์เสียง และภาพถ่ายเอกสาร เป็นต้น ๖.๕.๔ ฐานข้อมูลรายละเอียดข้อมูลการสำรวจ และผลการวิเคราะห์ ในรูปแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เป็นมาตรฐาน (Microsoft Office/SPSS หรือเทียบเท่าขึ้นไป) ที่สามารถเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลลูกค้าของ กฟผ. ได้	๕	ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

การส่งมอบรายงานตามข้อ ๖.๑ ถึง ๖.๕ จะต้องส่งข้อมูลให้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยไม่นับรวมระยะเวลาที่คณะกรรมการตรวจรับฯ ใช้ในการพิจารณาและดำเนินการตรวจรับงานที่ส่งมอบ ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการแก้ไขรายงานที่ส่งมอบ ที่ปรึกษา จะต้องทำการแก้ไขงานนั้น ๆ ให้แล้วเสร็จ พร้อมทั้งส่งมอบรายงานฉบับแก้ไขให้กับคณะกรรมการตรวจรับฯ ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้งให้ดำเนินการแก้ไข

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

๗. เงื่อนไขการชำระเงิน

การชำระเงินแบ่งได้เป็น ๕ งวด ดังต่อไปนี้

๗.๑ งวดที่ ๑ จ่ายร้อยละ ๑๐ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หลังจากรายงานฉบับเริ่มต้น (Inception Report) (ข้อ ๖.๑) ได้รับความเห็นชอบจาก กฟผ. แล้ว

๗.๒ งวดที่ ๒ จ่ายร้อยละ ๑๕ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หลังจากรายงานความก้าวหน้า ๑ (Progress ๑) (ข้อ ๖.๒) ได้รับความเห็นชอบจาก กฟผ. แล้ว

๗.๓ งวดที่ ๓ จ่ายร้อยละ ๒๕ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หลังจากรายงานความก้าวหน้า ๒ (Progress ๒) (ข้อ ๖.๓) ได้รับความเห็นชอบจาก กฟผ. แล้ว

๗.๔ งวดที่ ๔ จ่ายร้อยละ ๒๕ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หลังจากร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)(ข้อ ๖.๔) ได้รับความเห็นชอบจาก กฟผ. แล้ว

๗.๕ งวดที่ ๕ จ่ายร้อยละ ๒๕ ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หลังจากรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) และรายงานผลการถ่ายทอด และหลักฐานแสดงผลการดำเนินงาน (ข้อ ๖.๕) ได้รับความเห็นชอบจาก กฟผ. แล้ว

๘. หลักเกณฑ์การพิจารณาข้อเสนอ

ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจะพิจารณาให้คะแนนและน้ำหนัก ดังนี้

(๑) คะแนนด้านคุณภาพและด้านราคา มีคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

(๒) โดยกำหนดอัตราส่วนระหว่างคะแนนรวมด้านคุณภาพและด้านราคา

- คะแนนด้านคุณภาพ ร้อยละ ๙๐

- คะแนนด้านราคา ร้อยละ ๑๐

๘.๑ เกณฑ์ด้านคุณภาพ ร้อยละ ๙๐

กำหนดสัดส่วนของน้ำหนักในการให้คะแนน เพื่อใช้ในการประเมินการพิจารณาคัดเลือก ข้อเสนอร้อยละ ๑๐๐ โดยต้องผ่านเกณฑ์ด้านคุณภาพไม่น้อยกว่า ๗๐ คะแนน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๘.๑.๑ ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา ร้อยละ ๑๐

ที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดผลงานและประสบการณ์ พร้อมเอกสารหลักฐาน อ้างอิง เช่น หนังสือรับรองผลงาน สำเนาสัญญาของโครงการที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา

(๑) ผลงานของที่ปรึกษา (ร้อยละ ๒)

(๒) รายละเอียดผลงานและประสบการณ์เฉพาะ (ร้อยละ ๘)

๑. ผลงานเฉพาะของที่ปรึกษา (ร้อยละ ๔)

๒. ประสบการณ์เฉพาะของที่ปรึกษา (ร้อยละ ๔)

๘.๑.๒ วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน ร้อยละ ๕๐

(๑) วิธีการบริหารงาน (ร้อยละ ๑๐)

(๒) วิธีปฏิบัติงานตามขอบเขตของงาน

(ร้อยละ ๔๐)

๘.๑.๓ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน

ร้อยละ ๓๐

๘.๑.๔ ข้อเสนอทางด้านการเงิน

ร้อยละ ๑๐

๘.๒ เกณฑ์ด้านราคา

ร้อยละ ๑๐

กำหนดสัดส่วนของน้ำหนักในการให้คะแนน เพื่อใช้ในการประเมินการพิจารณาคัดเลือก ข้อเสนอเท่ากับ ๑๐๐ คะแนน

รายละเอียดวิธีการประเมินและการให้คะแนนตามภาคผนวก

๙. บุคลากรที่ต้องการ

บุคลากรของทีมงานที่ปรึกษา จะต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ลำดับ	บุคลากรโครงการ	ระดับวุฒิการศึกษา	ประสบการณ์ ในด้านที่ เกี่ยวข้อง(ปี)	จำนวน (คน)
๑	ผู้จัดการโครงการ	ปริญญาโทสาขาที่เกี่ยวข้อง	๒๑-๒๕	๑
๒	ผู้เชี่ยวชาญด้านการสำรวจ	ปริญญาโทสาขาวิชาสถิติ/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๑๑-๑๕	๑
๓	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด	ปริญญาโทสาขาการตลาด/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๑๑-๑๕	๑
๔	ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผน และกลยุทธ์	ปริญญาโทสาขาการวางแผนกลยุทธ์/ สาขาที่เกี่ยวข้อง	๑๑-๑๕	๑
๕	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิศวกรรมไฟฟ้า/อุตสาหกรรม พลังงาน	ปริญญาโทสาขาวิศวกรรมไฟฟ้า/สาขาที่ เกี่ยวข้อง	๑๑-๑๕	๑
๖	นักการตลาด	ปริญญาตรีสาขาการตลาด/สาขาที่ เกี่ยวข้อง	๕-๑๐	๒
๗	นักสถิติ	ปริญญาตรีสาขาสถิติ/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๕-๑๐	๒
๘	ผู้ช่วยนักวิจัย	ปริญญาตรีสาขาที่เกี่ยวข้อง	๕-๑๐	๒

๑๐. วงเงินค่าจ้างที่ปรึกษา

งบประมาณในการจัดจ้างโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖ จำนวนเงิน ๕,๘๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าล้านแปดแสนบาทถ้วน) ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ข้อกำหนดของงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

ราคากลางในการจัดจ้างโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖ จำนวนเงิน ๕,๖๕๓,๙๕๘ บาท (ห้าล้านหกแสนห้าหมื่นสามพันเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

๑๑. หน่วยงานของรัฐผู้รับผิดชอบดำเนินการ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์

สถานที่ติดต่อ : อาคาร LED ชั้น ๔ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

หมายเลขโทรศัพท์ : ๐-๒๐๐๙-๖๗๓๕

๑๒. อัตราค่าปรับ

๑๒.๑ หากที่ปรึกษาไม่สามารถส่งมอบงานภายในกำหนดเวลาแต่ละงวดงานอันมิใช่สาเหตุเกิดจาก กฟภ. และ กฟภ. ยังไม่ได้บอกเลิกสัญญา กฟภ. จะคิดค่าปรับเป็นเงิน โดยปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา โดยค่าปรับจะเริ่มนับถัดจากวันที่กำหนดแล้วเสร็จตามกำหนดงวดงาน และส่งมอบให้ กฟภ.

๑๒.๒ หากที่ปรึกษาแก้ไขงานที่ส่งมอบไม่แล้วเสร็จภายในระยะเวลา ๑๕ วัน นับถัดจากวันที่ได้รับแจ้ง ให้ดำเนินการแก้ไข หรือแก้ไขไม่ครบถ้วนตามที่คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ แจ้ง กฟภ. จะคิดค่าปรับเป็นเงิน โดยปรับเป็นรายวัน ในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมดตามสัญญา นับถัดจากวันที่ครบกำหนด ที่ได้รับแจ้งให้แก้ไขของแต่ละงวดตามสัญญา หรือวันครบกำหนดระยะเวลาแก้ไขแล้วเสร็จ จนถึงวันที่ที่ปรึกษา ปฏิบัติตามสัญญาถูกต้องครบถ้วน

๑๒.๓ กรณีที่มีการร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันเนื่องมาจากการดำเนินการของที่ปรึกษาฯ และ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุฯ ตรวจสอบแล้วเห็นว่ามิมีความจริง ส่งผลกระทบต่อองค์กร กฟภ. จะคิดค่าปรับ เป็นเงิน ๑,๐๐๐ บาท ต่อเรื่อง

๑๓. สถานที่ส่งมอบงาน

ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ อาคาร LED ชั้น ๔ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

๑๔. เอกสารการยื่นข้อเสนอ

ที่ปรึกษาต้องเสนอรายงานที่ ชัดเจน เข้าใจง่าย และครอบคลุมสาระสำคัญทั้งหมด โดยที่ปรึกษา จะต้องยื่นซองข้อเสนอแยกเป็น ๓ ซองประกอบด้วย ข้อเสนอทางด้านเทคนิค ข้อเสนอทางด้านราคา และ เอกสารแสดงคุณสมบัติของที่ปรึกษา โดยแต่ละส่วนจะต้องจัดทำเอกสารฉบับจริง ๑ ชุด พร้อมสำเนา ๕ ชุด

๑๔.๑ ข้อเสนอด้านเทคนิค ประกอบด้วย

๑๔.๑.๑ ประสบการณ์และผลงานของบริษัทที่ปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษา

(๑) ประสบการณ์ทั่วไป หมายถึง โครงการและหรือผลงานที่ผ่านมาของที่ปรึกษา ย้อนหลังไม่เกิน ๕ ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ (โปรดระบุชื่อโครงการ ผู้ว่าจ้าง ปีที่ว่าจ้าง และระยะเวลาดำเนินโครงการ)

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

(๒) ประสบการณ์เฉพาะ หมายถึง โครงการและหรือผลงานที่ผ่านมาของที่ปรึกษา ย้อนหลังไม่เกิน ๑๐ ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับ วัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของโครงการ (โปรดระบุชื่อโครงการ ผู้ว่าจ้าง ปีที่ว่าจ้าง ระยะเวลาดำเนินโครงการ และขอบเขตของงานโดยสรุป)

๑๔.๑.๒ ประวัติและผลงานของบุคลากรหลักที่จะดำเนินงานตามโครงการ จัดทำบัญชีแสดง รายชื่อบุคลากร พร้อมประวัติการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน โดยบุคลากรจะต้องลงลายมือชื่อรับรอง สำเนาเอกสารเป็นรายบุคคล

๑๔.๑.๓ ข้อเสนอแนะทางและวิธีการในการทำงาน (Approach and Methodology) ในแต่ละ ขั้นตอนโดยละเอียด

๑๔.๑.๔ แผนการปฏิบัติงานโดยละเอียด เพื่อบรรลุขอบเขตงานตามข้อเสนอ รวมทั้งตาราง แผนปฏิบัติงานและระยะเวลาการดำเนินงาน (Work Plan and Time Table)

๑๔.๑.๕ แผนงานแสดงระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง ที่สอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา และแผนการดำเนินงานและการส่งมอบงาน

๑๔.๑.๖ ให้ระบุ Key Activities และ Key Outputs ของงานต่าง ๆ ที่จะดำเนินการให้เป็น ที่เข้าใจและชัดเจน

๑๔.๑.๗ ให้ระบุงานที่ต้องส่งมอบ (Deliverables)

๑๔.๑.๘ งบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปี สิ้นสุดทำก่อนวันยื่นข้อเสนอ

๑๔.๒ ข้อเสนอด้านราคา ประกอบด้วย

๑๔.๒.๑ ตารางแสดงรายการคำนวณค่าที่ปรึกษา (Break down of Proposed Rates of Remuneration) โดยแยกรายละเอียดแสดง Basic Salary, Social charge, Overhead, Fee และอื่น ๆ

๑๔.๒.๒ ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ (Out of Pocket Expenses)

๑๔.๓ เอกสารแสดงคุณสมบัติของที่ปรึกษา และเอกสารอื่น ๆ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๑๔.๓.๑ ส่วนที่ ๑ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

๑๔.๓.๑.๑ ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

(๑) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรอง การจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจ ควบคุม (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

(๒) บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการ จดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการ ผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ถ้ามี) พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

๑๔.๓.๑.๒ ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตร ประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

๑๔.๓.๑.๓ ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือถ้าผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคล ให้ยื่นเอกสารตามที่ระบุไว้ในกรณียื่นข้อเสนอในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

๑๔.๓.๑.๔ เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ ได้แก่ สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

๑๔.๓.๒ ส่วนที่ ๒ อย่างน้อยต้องมีเอกสารดังต่อไปนี้

๑๔.๓.๒.๑ หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ที่ปรึกษา มอบอำนาจให้บุคคลอื่น ลงลายมือชื่อให้ชัดเจน หรือหลักฐานแสดงตัวตนของที่ปรึกษาในการเสนอราคาแทน

๑๔.๓.๒.๒ สำเนาหนังสือรับรองการขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษาของศูนย์ข้อมูล ที่ปรึกษากระทรวงการคลัง พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง

๑๔.๓.๒.๓ การเสนอที่ปรึกษาหลักจะต้องแสดงหลักฐานเพื่อการตรวจสอบ ดังนี้

(๑) หากเป็นที่ปรึกษาประจำทำงานเต็มเวลาในบริษัทที่ปรึกษา หมายถึง ที่ปรึกษาที่เป็นพนักงานประจำเต็มเวลา (Full Time) และมีระยะเวลาปฏิบัติงานกับบริษัทไม่น้อยกว่า ๖ เดือนการเสนอที่ปรึกษาหลักจะต้องแสดงหลักฐานเพื่อการตรวจสอบ ๒ ประเภท ได้แก่

ประเภทที่ ๑ หลักฐานบุคคล ประกอบด้วย

๑) หลักฐานแสดงการเป็นพนักงานประจำเต็มเวลากับบริษัทที่ปรึกษาโดยมีระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๖ เดือน

๒) หนังสือแสดงอัตราเงินเดือนที่นำไปใช้เป็นเงินเดือนพื้นฐาน (Basic Salary ในการคิดค่าตอบแทน ซึ่งจะต้องเป็นหลักฐานแสดงการยื่นชำระภาษีเงินได้ต่อกรมสรรพากร ที่สามารถแสดงความเป็นพนักงานประจำของบริษัท เช่น แบบ ภ.ง.ด. ๑ , ภ.ง.ด. ๑ก , ภ.ง.ด. ๙๐ หรือ ภ.ง.ด. ๙๑ เฉพาะบุคคลที่เสนอเท่านั้น พร้อมใบปะหน้าและใบเสร็จรับเงินจากกรมสรรพากร

ประเภทที่ ๒ หลักฐานแสดงการพัฒนาของบริษัทตามวัตถุประสงค์ประกอบด้วย

๑) ใบรับรองระบบคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นการแสดงว่าบริษัทมีการพัฒนาระบบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบ ISO

๒) มีหลักฐานการมีซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมายสำหรับพนักงานไว้ใช้งานอย่างน้อยร้อยละ ๓๐ ของพนักงานบริษัท

๓) มีใบรับรองการประกันวิชาชีพ (Professional Indemnity Insurance) ของบริษัทในมูลค่าไม่ต่ำกว่า ๓๐ ล้านบาท ในปีที่ยื่นข้อเสนอ

ทั้งนี้ หากบริษัทที่ปรึกษาไม่สามารถแสดงหลักฐานตามประเภทที่ ๒ ได้ครบทั้งหมดได้ ตัวคุณอัตราค่าตอบแทน จะปรับลดตามกรณีต่าง ๆ ดังนี้

หลักฐานบริษัท	ตัวคูณอัตราค่าตอบแทน
กรณีที่ ๑ มีหลักฐานครบทั้ง ๓ ข้อ	๒.๖๔๐
กรณีที่ ๒ มีหลักฐานเพียง ๒ ข้อ	๒.๕๘๕
กรณีที่ ๓ มีหลักฐานเพียง ๑ ข้อ	๒.๕๓๐
กรณีที่ ๔ ไม่มีหลักฐาน	๒.๔๗๕

(๒) หากเป็นที่ปรึกษาที่ไม่ได้ทำงานประจำในบริษัทที่ปรึกษา เช่น ที่ปรึกษาอิสระและที่ปรึกษาจากสถาบันของรัฐ ที่ปรึกษาที่กล่าวข้างต้นไม่ได้ทำงานประจำกับบริษัท ที่ปรึกษาดังกล่าวจะต้องแสดงหลักฐานอัตราค่าตอบแทนที่เคยได้รับและสามารถอ้างอิงได้มาแสดงสำหรับกรณีสถาบันของรัฐที่ให้บริการงานที่ปรึกษา ในการเสนองานจะต้องแสดงหลักฐาน ดังนี้

๑) หลักฐานการจ้างที่สามารถนำมาคำนวณเป็นอัตราเงินเดือนพื้นฐานได้ เช่น ที่ปรึกษาในโครงการในอดีต (ถ้าหากไม่สามารถนำหลักฐานมาแสดง ให้ใช้อัตราเงินเดือนของบุคลากรที่มีคุณสมบัติเท่าเทียมกันภายในบริษัทมาแสดง)

๒) หนังสือรับรองการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของที่ปรึกษาแต่ละคน

- ในกรณีบริษัทที่ปรึกษาที่เสนองานและได้รับการคัดเลือก มีการยืมตัวที่ปรึกษาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งจากบริษัทน ให้ใช้หลักฐานอัตราเงินเดือนจากบริษัทที่สังกัดมาแสดง

- ในกรณีที่ปรึกษาอิสระสามารถอ้างอิงอัตราเงินเดือนจากงานในลักษณะเดียวกันที่เคยได้รับ

๑๔.๓.๒.๔ รายละเอียดและขอบเขตงานจ้าง เช่น

- หนังสือรับรองผลงานการจ้างที่ปรึกษาประเภทเดียวกันและเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กพท. เชื่อถือ

- รายละเอียดคุณวุฒิการศึกษา ความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ของบุคลากรหลักและบุคลากรสนับสนุน (ถ้ามี) พร้อมเอกสารหลักฐานอ้างอิง

ที่ปรึกษาจะต้องยื่นของข้อเสนอ โดยปิดผนึกของข้อเสนอ จำนวนถึง “ประธานคณะกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖ โดยวิธีคัดเลือก” และส่งถึง “ประธานคณะกรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖ โดยวิธีคัดเลือก” โดยระบุหน้าของให้ชัดเจนว่าเป็นเอกสาร "ข้อเสนอด้านเทคนิค" "ข้อเสนอด้านราคา" และ "เอกสารแสดงคุณสมบัติของที่ปรึกษา" โดยยื่นต่อคณะกรรมการดำเนินการจ้างภายในวัน เวลา และสถานที่ ที่ระบุในเอกสารเชิญชวนเมื่อพ้นกำหนดเวลายื่นของข้อเสนอแล้ว จะไม่รับเอกสารใดๆ โดยเด็ดขาด

๑๕. กำหนดยื่นราคา

ที่ปรึกษาจะต้องกำหนดยื่นราคาไม่น้อยกว่า ๕๐ วัน นับจากวันเสนอราคา

๑๖. หลักประกันสัญญา

ในกรณีที่ปรึกษาเป็นเอกชน ที่ปรึกษาจะต้องวางหลักประกันสัญญาเป็นจำนวนเงิน ร้อยละ ๕ (ห้า) ของอัตราค่าจ้างตามสัญญามอบแก่ กฟผ. โดยหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญาดังกล่าว กฟผ. จะคืนให้โดยไม่มีดอกเบี้ย เมื่อที่ปรึกษาพ้นจากข้อผูกพันและความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญาแล้ว โดยใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้

๑๖.๑ เงินสด ให้ไปชำระที่กองการเงิน สำนักงานใหญ่ กฟผ. ถนนงามวงศ์วาน กรุงเทพมหานคร ก่อน แล้วนำต้นฉบับใบเสร็จรับเงินมายื่นในวันทำสัญญา

๑๖.๒ เช็คที่ธนาคารในประเทศที่ลงนามสั่งจ่าย ซึ่งเป็นเช็คลงวันที่ที่ใช้เช็คนั้น ชำระต่อ กฟผ. หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

๑๖.๓ หนังสือค้ำประกันสัญญาของธนาคารภายในประเทศ ตามตัวอย่างที่ กฟผ. กำหนด หนังสือสัญญาค้ำประกันการปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารตามที่ กฟผ. กำหนด

๑๖.๔ พันธบัตรรัฐบาลไทยชนิดออกให้ผู้ถือ ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของที่ปรึกษาโดยชอบด้วยกฎหมาย และทำการโอนหรือได้จดทะเบียนจำหน่ายไว้ให้แก่ กฟผ. แล้ว

๑๗. หลักประกันผลงาน

ในการจ้างที่ปรึกษาจากหน่วยงานของรัฐ การจ่ายเงินให้แก่ที่ปรึกษาแต่ละงวด กฟผ. จะหักเงินจำนวน ร้อยละ ๕ (ห้า) ของเงินที่ต้องจ่ายในงวดนั้นเพื่อเป็นประกันผลงาน หรือที่ปรึกษาอาจนำหนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารภายในประเทศซึ่งมีอายุการค้ำประกันตลอดอายุสัญญามอบให้ กฟผ. ทั้งนี้ เพื่อเป็นหลักประกันแทนก็ได้

ทั้งนี้ กฟผ. จะคืนเงินที่หักไว้ทั้งหมดให้กับที่ปรึกษา เมื่อที่ปรึกษาส่งมอบงานจ้างครบถ้วน และคณะกรรมการตรวจรับงานจ้างที่ปรึกษา ได้ตรวจรับงานจ้างถูกต้องแล้ว

๑๘. เงื่อนไขและข้อกำหนด (Terms and Conditions)

๑๘.๑ ที่ปรึกษาจะต้องให้คำแนะนำและข้อเสนอ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตงานตามที่กำหนดไว้ข้างต้น

๑๘.๒ ที่ปรึกษาจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขงาน จนกว่าทาง กฟผ. เห็นชอบ โดยไม่คิดค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม

๑๘.๓ ที่ปรึกษาจะต้องแต่งตั้งผู้จัดการโครงการ เพื่อทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานและบุคลากรทุกคนในบริษัทที่ปรึกษา

๑๘.๔ ที่ปรึกษาจะไม่เปลี่ยนแปลงบุคลากรหลักที่ดำเนินการตามโครงการนี้ โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจาก กฟผ. ก่อน

๑๘.๕ กฟผ. สงวนสิทธิ์ที่จะแก้ไขเพิ่มเติมเงื่อนไขในสัญญานั้นตามที่เห็นสมควร ก่อนลงนามในสัญญา

๑๘.๖ ที่ปรึกษาจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับการสนับสนุนจาก กฟภ. รวมทั้งรายงานและผลการศึกษาเป็นความลับ จะเปิดเผยหรือเผยแพร่ให้ผู้ใดทราบมิได้หากไม่ได้รับอนุญาตจาก กฟภ.

๑๙. กรรมสิทธิ์ในข้อมูล เอกสารและผลการดำเนินงาน

ข้อมูลจากการศึกษา สัมภาษณ์ และรายงานผลการศึกษา รวมถึงการดำเนินการอื่นตามขอบเขตของงานทั้งหมดของผู้รับจ้างภายใต้โครงการถือเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างจะนำไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ มิได้ เว้นแต่จะได้รับการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ว่าจ้างเท่านั้น

๒๐. การให้การสนับสนุนจาก กฟภ. (PEA Furnished Facility & Information)

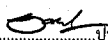
กฟภ. จะสนับสนุนข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนการดำเนินงานต่าง ๆ และรายงานผลการศึกษาของที่ปรึกษาอื่น ๆ ของ กฟภ. ที่จำเป็นต่อการศึกษา สถานที่สำหรับการจัดประชุมร่วมกับผู้บริหารและพนักงาน กฟภ. ยกเว้นการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หลังการดำเนินการสำรวจ การถ่ายทอดผลการศึกษา และการจัดอบรม

๒๑. ภาษาที่ใช้ (Languages)

ภาษาที่ใช้ในการจัดทำข้อเสนอ รายงานและเอกสารประกอบใด ๆ ให้ใช้ภาษาไทยที่เป็นทางการในกรณีที่มีศัพท์วิชาการสามารถใช้ศัพท์ภาษาอังกฤษได้แต่ต้องมีคำจำกัดความเป็นภาษาไทยประกอบ สำหรับบทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) ให้จัดทำเป็นรายงานทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม..........ประธานกรรมการ

แบบหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

เลขที่.....

วันที่.....

เรื่อง รับรองวงเงินสินเชื่อ

ตามที่..... (ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา)..... เลขประจำตัว
 ผู้เสียภาษีอากร/เลขประจำตัวประชาชน เลขที่..... จะขอเข้ารับบริการสินเชื่อเป็น
 เป็นผู้ประกอบการงานก่อสร้าง ข้ามหลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกผู้ประกอบการงานก่อสร้าง
 กำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอต่อแผนหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ/ขอเข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐ
 ซึ่งเงื่อนไขการยื่นข้อเสนอกรณีผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีสถานะของโครงการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ
 ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๙ ของมูลค่า
 ลงประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จึงมีความประสงค์ให้ธนาคาร.....
 (ชื่อนามการ)..... รับรองวงเงินสินเชื่อ เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย นั้น

..... (ชื่อนามการ)..... ขอรับยืม..... (ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/
 บุคคลธรรมดา)..... มีวงเงินทุนหมุนเวียนไปวงเงินไม่ต่ำกว่า..... บาท
 (..... จำนวนเงินเป็นอักษร.....) และยินดีให้วงเงินสินเชื่อภายในวงเงิน..... บาท
 (..... จำนวนเงินเป็นอักษร.....)

ขอแสดงความนับถือ

..... (ชื่อนามการ).....

**** เอกสารฉบับนี้จัดทำโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ****

แบบหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ

เลขที่.....

วันที่.....

เรื่อง รับรองวงเงินสินเชื่อ

ตามที่..... (ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา)..... เลขประจำตัว
ผู้เสียภาษีอากร/เลขประจำตัวประชาชน เลขที่..... จะขอเข้ารับทราบขึ้นทะเบียน
เป็นผู้ประกอบการงานก่อสร้าง ซึ่งตามหลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกเป็นผู้ประกอบการงานก่อสร้าง
กำหนดให้ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อ/จะเข้ายื่นข้อเสนอกับหน่วยงานของรัฐ
ซึ่งเงื่อนไขการยื่นข้อเสนอกรณีผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมีแต่ไม่เพียงพอ
ที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องขอวงเงินสินเชื่อจากธนาคาร โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๓ ใน ๔ ของมูลค่า
งบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จึงมีความประสงค์ให้ธนาคาร.....
(ชื่อธนาคาร)..... รับรองวงเงินสินเชื่อ เพื่อประกอบการพิจารณาด้วย นั้น

..... (ชื่อธนาคาร)..... ขอรับรองว่า (ชื่อผู้ประกอบการ นิติบุคคล/
บุคคลธรรมดา)..... มีวงเงินทุนหมุนเวียนในวงเงินไม่ต่ำกว่า..... บาท
(.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....) และยินดีให้วงเงินสินเชื่อภายในวงเงิน..... บาท
(.....จำนวนเงินเป็นอักษร.....)

ขอแสดงความนับถือ

.....
(ชื่อผู้ลงนาม)
(ชื่อธนาคาร)

ภาคผนวก

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

วิธีการประเมินและการให้คะแนน

๘.๑.๑ ผลงานและประสบการณ์ของที่ปรึกษา

ร้อยละ ๑๐

ที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดผลงานและประสบการณ์ พร้อมเอกสารหลักฐานอ้างอิง เช่น หนังสือรับรองผลงาน สำเนาสัญญาของโครงการที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จตามสัญญา

(๑) ผลงานของที่ปรึกษา ที่ปรึกษามีผลงานการจ้างที่ปรึกษาประเภทเดียวกันซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของโครงการ และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชนที่ กพท. เชื่อถือ (ร้อยละ ๒)

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน
(๑.๑) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินมากกว่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป	๑๐๐
(๑.๒) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินมากกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ถึง ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๘๐
(๑.๓) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินตั้งแต่ ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ถึง ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๖๐

(๒) รายละเอียดผลงานและประสบการณ์เฉพาะ จำนวนผลงานและประสบการณ์ย้อนหลังไม่น้อยกว่า ๑๐ ปี ซึ่งเป็นผลงานประเภทเดียวกันซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของโครงการ (ร้อยละ ๘)

(๒.๑) ผลงานเฉพาะของที่ปรึกษา ที่ปรึกษามีผลงานที่ผ่านมาจากของที่ปรึกษา ย้อนหลังไม่เกิน ๑๐ ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของโครงการ (ร้อยละ ๔)

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน
(๒.๑.๑) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินมากกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป	๑๐๐
(๒.๑.๒) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินมากกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท ถึง ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๘๐
(๒.๑.๓) ผลงานของที่ปรึกษา ในวงเงินตั้งแต่ ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ถึง ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๖๐

(๒.๒) ประสบการณ์เฉพาะของที่ปรึกษา ที่ปรึกษามีประสบการณ์ที่ผ่านมาจากของที่ปรึกษา ย้อนหลังไม่เกิน ๑๐ ปี นับจากวันที่ยื่นข้อเสนอ ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของโครงการ (ร้อยละ ๔)

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน
(๒.๒.๑) ผลงานของที่ปรึกษา จำนวน ๓ งาน ขึ้นไป	๑๐๐
(๒.๒.๒) ผลงานของที่ปรึกษา จำนวน ๒ งาน	๘๐
(๒.๒.๓) ผลงานของที่ปรึกษา จำนวน ๑ งาน	๖๐

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

๘.๑.๒ วิธีการบริหารและวิธีการปฏิบัติงาน

ร้อยละ ๕๐

(๑) วิธีการบริหารงาน นำเสนอแนวทางในการบริหารงานของที่ปรึกษา โดยให้ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำรายการ (ร้อยละ ๑๐) ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
(๑.๑) การแบ่งการดำเนินงานเป็นกลุ่มงานอย่างมีประสิทธิภาพ	๓๐	ผู้ประเมินจะพิจารณาจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยจัดทำเป็นรูปแบบเอกสารขนาดกระดาษ A๔ และผู้ประเมินจะให้คะแนนตามรายการที่ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเอกสารขึ้นมา เช่น ผู้ยื่นข้อเสนอแนะนำเอกสารตามข้อ (๑.๑) (๑.๒) (๑.๓) และ (๑.๔) มาขึ้นให้กับ กพท. กรณีนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะได้คะแนน ๕๐ คะแนน
(๑.๒) โครงสร้างองค์กรของบุคลากรของที่ปรึกษา	๒๐	
(๑.๓) หน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรหลัก	๒๐	
(๑.๔) รายละเอียดการทำงาน of บุคลากรหลัก	๒๐	
(๑.๕) รายละเอียดการทำงาน of บุคลากรสนับสนุน	๑๐	
รวม	๑๐๐	

(๒) วิธีปฏิบัติงานตามขอบเขตของงาน โดยนำเสนอแนวคิด แผนงาน และวิธีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา พร้อมกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม (ร้อยละ ๔๐)

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนน	คะแนน	วิธีการประเมิน
(๒.๑) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงานและวิธีการปฏิบัติสอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาตรงประเด็นได้อย่างชัดเจนและครบถ้วน	๘๑-๑๐๐	ผู้ประเมินจะพิจารณาจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอขึ้นมา โดยอาจจัดทำเป็นแผนการดำเนินงาน เช่น Flowchart การดำเนินงานหลักการแนวคิดในการดำเนินงานตามขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษา โดยจัดทำเป็นรูปแบบเอกสารขนาดกระดาษ A๔
(๒.๒) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงานและวิธีการปฏิบัติสอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาตรงประเด็น	๕๑-๘๐	
(๒.๓) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงานและวิธีการปฏิบัติสอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาตรงประเด็นเพียงบางส่วน	๑-๕๐	
(๒.๔) แสดงรายละเอียดแนวคิด แผนงานและวิธีการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับขอบเขตของงานจ้างที่ปรึกษาหรือไม่มีข้อมูล	๐	

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

๘.๑.๓ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน

ร้อยละ ๓๐

โดยที่ปรึกษาจะต้องแสดงรายละเอียดคุณวุฒิการศึกษา ความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ของบุคลากรหลักและบุคลากรสนับสนุน (ถ้ามี) แต่ละคนที่รับผิดชอบโครงการ พร้อมเอกสารหลักฐานอ้างอิงโดยมีผลรวมคะแนนรวมเท่ากับ ๑๐๐ คะแนน มีรายละเอียด ดังนี้

- ๑) กรณีมีการเสนอบุคลากรที่มีคุณสมบัติเข้าหลักเกณฑ์ตาม TOR ข้อ ๙. เกินกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ จะคิดคะแนนจากบุคลากรที่ได้คะแนนสูงสุดในด้านนั้นเท่านั้น
- ๒) กรณีมีการเสนอบุคลากรเพิ่มเติม แต่คุณสมบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญที่ต้องการตาม TOR ข้อ ๙. จะไม่ถูกนำมาพิจารณาให้คะแนน
- ๓) คะแนนแต่ละบุคคลมีผลรวมคะแนนเท่ากับ ๑๐๐ คะแนน

โดยพิจารณาให้คะแนนกับที่ปรึกษา จำนวน ๘ รายการ ดังนี้

ประเภท	ประสบการณ์และคุณสมบัติที่ปรึกษา	น้ำหนัก (a)	คะแนน ตัววัด และข้อมูล		
			๑๐๐%	๘๐%	๖๐%
๑	ผู้จัดการโครงการ (๑ คน) : คะแนนเต็ม ๑๖ คะแนน				
	- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๒๕ ปี	>๒๓-๒๕ ปี	๒๑-๒๓ ปี
	- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งผู้จัดการโครงการ	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
	- วุฒิการศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ วิศวกรรมไฟฟ้า การตลาด การวางแผนกลยุทธ์ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ป.เอก	ป.โท	
	- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
	รวมคะแนน (๑)	๑๐๐			
๒	ผู้เชี่ยวชาญด้านการสำรวจ (๑ คน) : คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน				
	- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๕ ปี	>๑๓-๑๕ ปี	๑๑-๑๓ ปี
	- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้อง	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
	- วุฒิการศึกษา สาขาวิชาสถิติ/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ป.เอก	ป.โท	
	- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
	รวมคะแนน (๒)	๑๐๐			
๓	ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด (๑ คน): คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน				
	- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๕ ปี	>๑๓-๑๕ ปี	๑๑-๑๓ ปี
	- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้องกับงาน	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
	- วุฒิการศึกษา สาขาการตลาด/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ป.เอก	ป.โท	

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

ประเภทการดำเนินงานและคุณสมบัติที่ปรึกษา	น้ำหนัก (a)	คะแนน ตัววัด และข้อมูล		
		๑๐๐%	๘๐%	๖๐%
- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
รวมคะแนน (๓)	๑๐๐			
๔ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนและกลยุทธ์ (๑ คน) : คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน				
- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๕ ปี	>๑๓-๑๕ ปี	๑๑-๑๓ ปี
- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้อง	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
- วุฒิการศึกษา สาขาการวางแผนกลยุทธ์/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ป.เอก	ป.โท	
- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
รวมคะแนน (๔)	๑๐๐			
๕ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมไฟฟ้า/อุตสาหกรรมพลังงาน (๑ คน) : คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน				
- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๕ ปี	>๑๓-๑๕ ปี	๑๑-๑๓ ปี
- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้อง	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
- วุฒิการศึกษาสาขาวิศวกรรมไฟฟ้า/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ป.เอก	ป.โท	
- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
รวมคะแนน (๕)	๑๐๐			
๖ นักการตลาด (๒ คน) : คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน (๖x๒)				
- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๐ ปี	>๗-๑๐ ปี	๕-๗ ปี
- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้องกับงาน	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
- วุฒิการศึกษาสาขาการตลาด/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	
- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
รวมคะแนน (๖)	๑๐๐			
๗ นักสถิติ (๒ คน) : คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน (๖x๒)				
- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๐ ปี	>๗-๑๐ ปี	๕-๗ ปี
- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้องกับงาน	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
- วุฒิการศึกษา สาขาสถิติ/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	
- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
รวมคะแนน (๗)	๑๐๐			

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

	ประสบการณ์และคุณสมบัติที่ปรึกษา	น้ำหนัก (a)	คะแนน ตัววัด และข้อมูล		
			๑๐๐%	๘๐%	๖๐%
๘	ผู้ช่วยนักวิจัย (๒ คน) : คะแนนเต็ม ๑๒ คะแนน (๖x๒)				
	- ประสบการณ์ทำงาน	๓๐	> ๑๐ ปี	>๗-๑๐ ปี	๕-๗ ปี
	- ประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาหรืองานที่เกี่ยวข้องกับงาน	๓๐	> ๒ ผลงาน	๒ ผลงาน	๑ ผลงาน
	- วุฒิการศึกษา สาขาสถิติ/สาขาที่เกี่ยวข้อง	๓๐	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	
	- สถานะการทำงานร่วมกับบริษัท	๑๐	permanent	freelance	
	รวมคะแนน (๘)	๑๐๐			

ข้อกำหนดขอบเขตงานจ้างที่ปรึกษา
โครงการสำรวจเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ตลาด และภาพลักษณ์องค์กร ประจำปี ๒๕๖๖

ลงนาม.....ประธานกรรมการ

๘.๑.๔ ข้อเสนอทางการเงิน

ร้อยละ ๑๐

เพื่อตรวจสอบความมั่นคงทางการเงินของที่ปรึกษา ผู้ประเมินจะพิจารณาจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวกติดต่อกันเป็นระยะเวลา ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ

๘.๒ การคิดคะแนนรวมด้านคุณภาพและด้านราคา

(๑) คะแนนด้านคุณภาพและด้านราคา มีคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน

(๒) โดยกำหนดอัตราส่วนระหว่างคะแนนรวมด้านคุณภาพและด้านราคา เช่น

- คะแนนด้านคุณภาพ ร้อยละ ๙๐

- คะแนนด้านราคา ร้อยละ ๑๐

(๓) การคิดคะแนนด้านคุณภาพ ให้หน่วยงานของรัฐนำคะแนนจากเกณฑ์ด้านคุณภาพในข้อ ๘.๑ มาคำนวณในส่วนของคะแนนด้านคุณภาพ โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$\frac{(\text{คะแนนจากเกณฑ์ด้านคุณภาพ} \times \text{อัตราส่วนของคะแนนด้านคุณภาพ})}{100} = \dots\dots\dots \text{คะแนน}$

(๔) การให้คะแนนด้านราคา

เกณฑ์การพิจารณาที่ให้คะแนนด้านราคา	คะแนน
๑) ผู้เสนอราคาต่ำสุด	๑๐๐
๒) ผู้เสนอราคารายอื่นลำดับรองลงมาจะได้คะแนนตามสัดส่วน จะคิดจากสูตรการคำนวณ ดังนี้	
$100 - \left(\frac{(\text{ราคาของผู้เสนอรายอื่น} - \text{ราคาของผู้เสนอราคาต่ำสุด})}{\text{ราคาของผู้เสนอราคาต่ำสุด}} \times 100 = \dots\dots\dots \text{คะแนน}$	

จากนั้นให้หน่วยงานของรัฐนำคะแนนที่ได้มาคำนวณในส่วนของคะแนนด้านราคาในอัตรา ร้อยละ ๑๐ โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนจากข้อ ๒)} \times 10}{100}$$