



# แบบขออนุมัติจัดทำโครงการ

เพื่อขอรับจัดสรรเงินจากกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

## ๑. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ

หน่วยงานที่ขอรับจัดสรร	สำนักสวัสดิภาพการขนส่งทางบก
ชื่อแผนงาน/โครงการ	โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ความปลอดภัยเพื่อกระตุ้นและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมขณะขับรถผ่านสื่อ Out of home
จำนวนเงินที่ขอรับจัดสรร	๒๕,๐๐๐,๐๐๐ (ยี่สิบห้าล้านบาทถ้วน)
ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กรมฯ	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาและส่งเสริมระบบการขนส่งทางถนนให้มีความปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กปถ.	ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การบริหารแผนงานโครงการเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูง
ความสอดคล้องกับกลยุทธ์ กปถ.	กลยุทธ์ที่ ๖ การประชาสัมพันธ์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง
สถานภาพโครงการ	<input type="checkbox"/> โครงการเดิม <input checked="" type="checkbox"/> โครงการใหม่ <input type="checkbox"/> โครงการต่อเนื่อง (ต่อจากโครงการ.....)

## ๒. หลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ของโครงการ

**หลักการและเหตุผล :** (ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และอื่น ๆ)

ผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนทั่วโลกยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น องค์การสหประชาชาติจึงได้กำหนดทศวรรษแห่งความปลอดภัยทางถนน ให้เป้าหมายด้านความปลอดภัยทางถนนเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๓ โดยตั้งเป้าหมายที่จะลดจำนวนผู้เสียชีวิตและผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุทางถนนลงครึ่งหนึ่งภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๓ ดังนั้น การรณรงค์เรื่องความปลอดภัยทางถนนจึงเป็นวาระที่มีความสำคัญระดับโลก รายงานสถานการณ์โลกด้านความปลอดภัยทางถนนขององค์การอนามัยโลกประมาณการอัตราผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนต่อแสนประชากรในประเทศไทยปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ยังอยู่ในระดับสูงถึง ๓๒.๗๐ (มากกว่า ๒๒,๐๐๐ คนต่อปี)แม้ว่าจะมีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ปัญหาอุบัติเหตุจากการใช้รถใช้ถนนของประเทศไทยก็ยังเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตลำดับต้นๆ ของประเทศ จากสถิติที่ผ่านมาอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มาจากพฤติกรรมของผู้ขับขี่ ยานพาหนะ ความไม่เข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย และปัญหาทางกายภาพของโครงสร้างพื้นฐานของถนน ปัญหาการเสียชีวิตที่เกิดจากรถจักรยานยนต์ก็ยังเป็นโจทย์ที่สำคัญยิ่งสำหรับประเทศไทย

กรมการขนส่งทางบกตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาความปลอดภัยบนท้องถนน ซึ่งนอกจากจะทำการยกระดับผู้ขับรถด้วยการเพิ่มคุณภาพ เพิ่มความเข้มข้นในการออกและต่อใบอนุญาตเพื่อให้ผู้ขับขี่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถที่จะขับรถได้อย่างปลอดภัยแล้วนั้น การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับรถใช้ถนนมีความตระหนักรู้ มีจิตสำนึกที่ดี รวมไปถึงเคารพกฎกฎในการใช้รถใช้ถนนก็เป็นสิ่งสำคัญที่กรมการขนส่งทางบกพยายามทำมาโดยตลอด อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวในหลายครั้งยังทำได้เพียงการสื่อสารด้านความปลอดภัยเพื่อสร้างความรู้

ความเข้าใจ หรือกระตุ้นเตือนผู้ใช้รถใช้ถนนได้ในระยะหนึ่งเท่านั้น เมื่อเวลาขับรถบนท้องถนนกลับไม่มีสิ่งใดคอยกระตุ้นจิตสำนึกที่ดีเหล่านี้อีก จึงทำให้หลายครั้งอุบัติเหตุที่เกิดจากความละเลย หรือไม่ใส่ใจเกิดขึ้นอยู่เสมอ

ดังนั้นจึงควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้ขับรถมีความระมัดระวังในขณะที่ขับขี่ ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่คาดว่าจะได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ควรจะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ขับรถได้ในขณะขับขี่ สื่อประเภทหนึ่งที่สามารถทำการสื่อสารลักษณะนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพคือสื่อประเภท out of home ซึ่งผู้ขับรถจะได้รับการกระตุ้นเตือนขณะขับขี่ตามท้องถนน โดยสื่อประเภทนี้มีปริมาณและตำแหน่งที่ครอบคลุมพื้นที่บนท้องถนนมากที่สุด โดยประกอบไปด้วยป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดต่างๆในพื้นที่ที่มีการจราจรหนาแน่น สื่อประชาสัมพันธ์บนตัวรถโดยสารสาธารณะซึ่งเป็นสื่อที่มีการเคลื่อนไหวไปในหลากหลายพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งเป็นสื่อที่จะสอดแทรกไปในโทรศัพท์มือถือเนื่องจากผู้ขับรถมักใช้เวลาไปกับการเปิดหน้าจอโทรศัพท์ขณะขับรถ

**วัตถุประสงค์ :** (ที่สามารถนำไปสู่ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และอื่น ๆ)

๑. เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้ขับรถใช้ถนนมีความตระหนักในเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน
๒. เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ขับรถ

### ๓. การนำไปสู่การป้องกันและลดอุบัติเหตุจากการใช้รถใช้ถนน

**การนำไปสู่การป้องกันและลดอุบัติเหตุจากการใช้รถใช้ถนน :**

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงผู้ขับรถได้ในขณะขับขี่ ทำให้ผู้ขับรถจะได้รับการกระตุ้นเตือนขณะขับขี่ตามท้องถนน โดยสื่อประเภทนี้มีปริมาณและตำแหน่งที่ครอบคลุมพื้นที่บนท้องถนนมากที่สุด โดยประกอบไปด้วยป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดต่างๆในพื้นที่ที่มีการจราจรหนาแน่น สื่อประชาสัมพันธ์บนตัวรถโดยสารสาธารณะซึ่งเป็นสื่อที่มีการเคลื่อนไหวไปในหลากหลายพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งเป็นสื่อที่จะสอดแทรกไปในโทรศัพท์มือถือเนื่องจากผู้ขับรถมักใช้เวลาไปกับการเปิดหน้าจอโทรศัพท์ขณะขับรถซึ่งจะทำให้ผู้ขับขี่มีความรู้ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักต่อการขับขี่ในท้องถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะนำไปสู่การลดปัญหาการเกิดอุบัติเหตุทางถนนได้อย่างยั่งยืน

๔. ผลผลิต กิจกรรม/แผนการดำเนินงาน และแผนการใช้จ่ายเงิน และตัวชี้วัดพร้อมวิธีการประเมินผล

ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงาน		ช่วงเวลา ดำเนินงาน	จำนวนเงินที่ใช้ ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
<b>ผลผลิต :</b> สื่อประชาสัมพันธ์ out of home รูปแบบต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้ขับขี่มีความระมัดระวังในขณะขับขี่ (ประชาสัมพันธ์บนตัวรถโดยสารสาธารณะ ๒๐ คัน บนจอภาพ LED จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๓๐ จอ สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม (Facebook Twitter Line และ Google) สื่อโฆษณากล่องไฟ จำนวน ๓ ป้าย)	๑๐๐	๑. จัดทำข้อกำหนดการปฏิบัติงาน (TOR)	๑๐	เดือนที่ ๑	-
		๒. ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและลงนามในสัญญา	๑๐	เดือนที่ ๒-๔	๗,๕๐๐,๐๐๐
		๓. ดำเนินการจัดทำ Art work	๑๐	เดือนที่ ๕	๗,๕๐๐,๐๐๐
		๔. ดำเนินการผลิตและติดตั้ง	๕๐	เดือนที่ ๖-๗	
		๕. ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	๑๐	เดือนที่ ๗-๑๓	๑๐,๐๐๐,๐๐๐
		๖. ตรวจสอบงาน	๕	เดือนที่ ๑๓	-
		๗. รายงานสรุปปิดโครงการ	๕	เดือนที่ ๑๔	-
		<b>รวม</b>	<b>๑๐๐</b>	<b>๑๔ เดือน</b>	<b>๒๕,๐๐๐,๐๐๐</b>
<b>ตัวชี้วัดผลผลิต</b>		<b>วิธีการประเมินผล</b>		<b>แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง</b>	
<b>ด้านปริมาณ :</b> จัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้ ๑. สื่อประชาสัมพันธ์บนตัวรถโดยสารสาธารณะในเขต กทม.จำนวน ๒๐ คัน ๒. สื่อประชาสัมพันธ์บนจอ LED จำนวน ๑๓๐ จอ ๓. สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม (Facebook Twitter Line และ Google) ๔. สื่อโฆษณากล่องไฟจำนวน ๓ ป้าย บริเวณกรุงเทพฯชั้นในที่มีปริมาณการจราจรหนาแน่น จุดติดตั้งอยู่บริเวณสี่แยกไฟแดง ที่มีไฟส่องสว่างในช่วงเวลากลางคืน โดยป้ายจะต้องอยู่ในเส้นเศรษฐกิจ  <b>ด้านคุณภาพ :</b> สถิติการเกิดอุบัติเหตุลดลงร้อยละ ๕		- สถิติการเกิดอุบัติเหตุในเขตกรุงเทพมหานคร		- รายงานผลการดำเนินการ	
<b>รวม</b>	<b>๑๐๐</b>			<b>๑๔ เดือน</b>	<b>๒๕,๐๐๐,๐๐๐</b>

๕. ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย	ผู้ใช้รถใช้ถนนในเขตกรุงเทพมหานคร		
สถานที่ดำเนินโครงการ	กรุงเทพมหานคร		
ระยะเวลาดำเนินโครงการ	๑๔ เดือน (มีนาคม ๒๕๖๓ - พฤษภาคม ๒๕๖๔)		
ผู้รับผิดชอบโครงการ	สำนักสวัสดิภาพการขนส่งทางบก		
การดำเนินโครงการ	<input type="checkbox"/> ดำเนินการเอง	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/> จ้างเหมา	<input type="checkbox"/> บูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่น

๖. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ : ผู้ขับขี่มีความรู้ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักต่อการขับขี่ขณะขับรถบนท้องถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะนำไปสู่การลดปัญหาการเกิดอุบัติเหตุทางถนนได้อย่างยั่งยืน
---

๗. ประมาณการรายจ่าย : (จำแนกตามผลผลิต)

รายจ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	หมายเหตุรายละเอียดประกอบ	ราคากลาง/ระเบียบพัสดุ
<b>ผลผลิต : สื่อประชาสัมพันธ์ out of home รูปแบบต่างๆ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ผู้ขับขี่มีความระมัดระวังในขณะที่ขับขี่</b>			
๑. ค่าประชาสัมพันธ์บนตัวรถโดยสารสาธารณะ	๓,๒๗๐,๐๐๐	- ค่าผลิตสติ๊กเกอร์ ชุดละ ๔๐,๕๐๐ บาท จำนวน ๒๐ ชุด (๔๐,๕๐๐ x ๒๐) เป็นเงิน ๘๑๐,๐๐๐ บาท - ค่าประชาสัมพันธ์ คั่นละ ๒๐,๕๐๐ บาท จำนวน ๒๐ คั่น (๒๐,๕๐๐ x ๒๐ x ๖ เดือน) เป็นเงิน ๒,๔๖๐,๐๐๐	ราคากลาง
๒. ค่าประชาสัมพันธ์บนจอภาพ LED จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๓๐ จอ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที โดยมีระยะเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น.	๙,๙๓๐,๐๐๐	- ค่าประชาสัมพันธ์บนจอ LED ซึ่งต้องมีคุณลักษณะ ดังนี้ ๑. จอภาพ LED จำนวนนาที่ ๒.๕ นาทีต่อชั่วโมง เผยแพร่จอภาพไม่น้อยกว่า ๓๒,๐๐๐ ครั้งต่อจอ รวมกันทุกจอภาพที่นำเสนอไม่น้อยกว่า ๑,๑๒๐,๐๐๐ ครั้งหรือมากกว่า - จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๒๐ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๑๑ จอภาพหรือมากกว่า - จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๕ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๒๔ จอภาพหรือมากกว่า ๒. จอภาพ LED จำนวนนาที่ ๑.๕ นาทีต่อชั่วโมง เผยแพร่จอภาพไม่น้อยกว่า ๑๙,๐๐๐ ครั้งต่อจอ รวมกันทุกจอภาพที่นำเสนอไม่น้อยกว่า ๑,๔๒๕,๐๐๐ ครั้งหรือมากกว่า - จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๕ จอภาพหรือมากกว่า - จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๘ จอภาพหรือมากกว่า - จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๕๐ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๗ จอภาพหรือมากกว่า	ราคากลาง

รายจ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	หมายเหตุรายละเอียดประกอบ	ราคากลาง/ ระเบียบพัสดุ
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๑๐ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๕๐ จอภาพหรือมากกว่า</li> <li>- จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๕ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๓ จอภาพหรือมากกว่า</li> <li>- จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๐-๕ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๒ จอภาพหรือมากกว่า</li> </ul> <p>๓. จอภาพ LED จำนวนนาที่ ๐.๕ นาที่ต่อชั่วโมง เผยแพร่ จอภาพไม่น้อยกว่า ๖,๐๐๐ ครั้งต่อจอ รวมกันทุกจอภาพที่ นำเสนอไม่น้อยกว่า ๑๒๐,๐๐๐ ครั้งหรือมากกว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ตาราง เมตร หรือมากกว่า จำนวน ๓จอภาพหรือมากกว่า</li> <li>- จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ตาราง เมตร หรือมากกว่า จำนวน ๙ จอภาพหรือมากกว่า</li> <li>- จอแสดงภาพ LED ที่มีขนาดไม่น้อยกว่า ๕๐ ตารางเมตร หรือมากกว่า จำนวน ๘ จอภาพหรือมากกว่า</li> </ul>	
<p>๓. สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม (Facebook Twitter Line และ Google)</p>	<p>๔,๐๐๐,๐๐๐</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน Twitter โดยสามารถระบุ keyword ได้ไม่น้อยกว่า ๓๕ คำ และต้องมีการมองเห็นไม่ น้อยกว่า ๖.๖ ล้านครั้ง ตลอดทั้งแคมเปญ และมีอาร์ตเวิร์ค จำนวน ๑ ชิ้น ขนาด ๑,๒๐๐ x ๖๗๕ Pixel</li> <li>- ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน Line Today ต้องมีการ มองเห็นไม่น้อยกว่า ๓๖๐,๐๐๐ ครั้ง ตลอดทั้งแคมเปญ และ มี อาร์ตเวิร์ค จำนวน ๑ ชิ้น ขนาด ๑,๐๘๐ x ๑,๐๘๐ Pixel</li> <li>- ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน Facebookต้องมีการมองเห็น ไม่น้อยกว่า ๘.๖ ล้านครั้ง ตลอดทั้งแคมเปญ และมี อาร์ตเวิร์ค จำนวน ๑ ชิ้น ขนาด ๑,๒๐๐ x ๖๒๘ Pixel</li> <li>- ช่องทางสื่อออนไลน์ผ่าน Google โดยใช้ Banners Ad และ Bumper Adต้องมีการมองเห็นไม่น้อยกว่า ๕.๓ ล้านครั้ง ตลอดทั้งแคมเปญ และมี อาร์ตเวิร์ค จำนวน ๑ ชิ้น ขนาด ๓๐๐ x ๒๕๐ Pixel</li> </ul>	<p>ราคากลาง</p>
<p>๔. สื่อโฆษณาหลอดไฟจำนวน ๓ ป้าย บริเวณกรุงเทพมหานครชั้นในที่มี ปริมาณการจราจรหนาแน่น จุด ติดตั้งอยู่บริเวณสี่แยกไฟแดงที่มี ไฟส่องสว่างในช่วงเวลากลางคืน โดยป้ายจะต้องอยู่ในเส้น เศรษฐกิจ</p>	<p>๗,๘๐๐,๐๐๐</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าสื่อประชาสัมพันธ์หลอดไฟจำนวน ๓ ป้าย ป้ายละ ๑,๒๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๖ เดือน (๑,๒๐๐,๐๐๐ X ๖) เป็นเงิน ๗,๒๐๐,๐๐๐ บาท</li> <li>- ค่าผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จำนวน ๓ ชิ้นงาน ชิ้นละ ๒๐๐,๐๐๐ บาท (๒๐๐,๐๐๐ X ๓ ) เป็นเงิน ๖๐๐,๐๐๐ บาท</li> </ul>	
<p><b>รวมจำนวนเงินที่ขอรับจัดสรร</b></p>	<p><b>๒๕,๐๐๐,๐๐๐</b></p>		