



แบบขออนุมัติจัดทำโครงการ

เพื่อขอรับจัดสรรเงินจากกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน

ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓

๑. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ

หน่วยงานที่ขอรับจัดสรร	สำนักสวัสดิภาพการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก
ชื่อแผนงาน/โครงการ	โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ภายหลังสถานการณ์โควิด - ๑๙
จำนวนเงินที่ขอรับจัดสรร	๔,๗๖๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านเจ็ดแสนหกหมื่นบาทถ้วน)
ความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์กรมฯ	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาส่งเสริมและกำกับดูแลการขนส่งทางถนนให้มีความปลอดภัยและ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ กปถ.	ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การบริหารแผนงานโครงการเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนให้เกิด ผลสัมฤทธิ์สูง
ความสอดคล้องกับ กลยุทธ์ กปถ.	กลยุทธ์ที่ ๖ การประชาสัมพันธ์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง
สถานภาพโครงการ	☐ โครงการเดิม ☒ โครงการใหม่ ☐ โครงการต่อเนื่อง (ต่อจากโครงการ.....)

๒. หลักการและเหตุผล และวัตถุประสงค์ของโครงการ

หลักการและเหตุผล : (ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และอื่น ๆ)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ หรือโรคโควิด-๑๙ (COVID-๑๙) อันเป็นโรคติดต่ออันตรายระดับโลก ซึ่งประเทศไทยได้มีการใช้มาตรการหลากหลายในการควบคุมสถานการณ์ ตั้งแต่มาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” รักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักร ประกาศเลื่อนวันหยุด วันเปิดเทอมของเด็กนักเรียน นักศึกษา ปิดศูนย์การค้า ชุมชน ฯลฯ เพื่อป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-๑๙ ที่ส่งผลต่ออย่างเป็นรูปธรรม ทำให้จำนวนผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตจากโควิด-๑๙ ลดลงตามลำดับ

สำหรับการประกาศเลื่อนวันหยุดช่วงเทศกาลสงกรานต์ประกอบกับมาตรการงดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการความปลอดภัยที่ไม่เพียงช่วยควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ทั้งยังช่วยลดจำนวนอุบัติเหตุรวมถึงผู้บาดเจ็บและผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนลงกว่าร้อยละ ๕๐ ตามรายงานข้อมูลอุบัติเหตุทางถนนของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ที่เก็บสถิติข้อมูลระหว่างวันที่ ๑๐-๑๖ เมษายน ๒๕๖๓ มีจำนวนอุบัติเหตุเกิดขึ้น ๑,๓๐๗ ครั้ง (ลดลงกว่าปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๖๐.๘๔) จำนวนผู้บาดเจ็บ ๑,๒๖๐ ราย (ลดลงกว่าปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๖๓.๓๙) จำนวนผู้เสียชีวิต ๑๖๗ ราย (ลดลงกว่าปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๕๖.๗๔) ซึ่งศูนย์ความร่วมมือขององค์การอนามัยโลกด้านการป้องกันอุบัติเหตุ คาดว่าน่าจะทำให้ตัวเลขผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนในปีนี้อาจลดลง ๑๐% ถือเป็นสัดส่วนค่อนข้างมาก หากเทียบกับในภาวะปกติ ซึ่งจากการทำงานศตวรรษด้านความปลอดภัยทางถนน ระหว่างปี ๒๕๕๔-๒๕๖๓ การจะลดสัดส่วนจำนวนผู้เสียชีวิตลงได้ขนาดนี้ ถือเป็นเรื่องที่ยากมากที่จะทำให้สำเร็จได้ภายในปีเดียวที่อย่างน้อยต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า ๓ ปีขึ้นไป

ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบก ส่วนราชการในสังกัดกระทรวงคมนาคม มีหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแลระบบ

การขนส่งทางถนนของประเทศให้มีคุณภาพและปลอดภัยทั้งในส่วนของผู้ขับขี่และผู้โดยสาร ซึ่งได้ดำเนินการมาตรการต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง และได้วางแผนในการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่สร้างความสูญเสียต่อเศรษฐกิจและสังคม มีจำนวนผู้บาดเจ็บในแต่ละปีหลายแสนคน โดยในช่วงที่ประเทศไทยดำเนินการตามมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” กรมการขนส่งทางบกก็มีมาตรการออกมามากมาย ทั้งดำเนินการด้านใบอนุญาตขับรถ แต่ยังคงให้บริการด้านทะเบียน และภาษี เพื่อลดความเสี่ยงที่จะแพร่กระจายเชื้อ ประกาศมาตรการป้องกันและควบคุมไม่ให้มีการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) สำหรับผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถสาธารณะและผู้โดยสาร ดำเนินการตรวจสอบรถโดยสารสาธารณะทุกประเภททั้งที่สถานีขนส่งผู้โดยสารและจุดตรวจคัดกรองมาอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน รัฐบาลได้มีการผ่อนปรนมาตรการเพื่อให้ประชาชนเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น ทำให้การใช้รถใช้ถนนเริ่มเพิ่มจำนวนขึ้น ทั้งในส่วนของการใช้บริการขนส่งสาธารณะ บริการส่งอาหารหรือส่งของ รวมถึงการใช้รถยนต์และรถจักรยานยนต์เพื่อเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งกรมการขนส่งทางบกตระหนักดีว่าประชาชนส่วนใหญ่กลัวจะติดเชื้อโควิด-19 และเสียชีวิต เพราะทุกคนล้วนทราบดีว่ายังไม่มีความปลอดภัยได้ แม้จะมีข้อมูลทางการแพทย์ยืนยันว่าโรคนี้มีอัตราการเสียชีวิตเพียงร้อยละ ๒ ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังคงปฏิบัติตามมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” อย่างเข้มงวด แต่ในทางตรงกันข้ามคือการป้องกันตัวเองเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนยังคงถูกละเลย ทั้งนี้ประชาชนทุกคนสามารถปฏิบัติตัวได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการคาดเข็มขัดนิรภัย ไม่ขับรถเมื่อดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ใช้โทรศัพท์มือถือขณะขับขี่พาหนะ หรือแม้แต่การสวมหมวกนิรภัยเมื่อขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์ จึงมีภาพของผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ใส่หน้ากากปิดปากและจมูกแต่ไม่ใส่หมวกนิรภัยอยู่ทั่วไป ทั้งที่มีสถิติแสดงข้อมูลอัตราผู้เสียชีวิตในอุบัติเหตุจากการไม่ใส่หมวกนิรภัยสูงถึงร้อยละ ๗๐ ก็ตาม ดังนั้น จึงเห็นเป็นวาระอันเหมาะสมที่ประชาชนจะกลับมาใช้ชีวิตตามปกติหลังโควิด-19 ด้วยวิถีแบบใหม่ (New Normal) จึงควรมีการผลิตสื่อรณรงค์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนต่อประชาชนทั่วประเทศให้สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์เหล่านี้ เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของทุกคนที่ได้ดูแลตนเองเป็นอย่างดีจนสามารถปลอดภัยจากโรคโควิด-19 มาแล้ว เมื่อจะกลับมาใช้รถใช้ถนนก็ควรจะใช้อย่างปลอดภัย ทั้งในฐานะผู้ขับขี่หรือผู้โดยสารก็ไม่ควรจะบาดเจ็บหรือเสียชีวิตเพราะอุบัติเหตุทางถนน อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์กรมการขนส่งทางบก ที่ส่งเสริมเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนภายหลังสถานการณ์โควิด-19 อย่างต่อเนื่องต่อกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างและนำไปสู่ความร่วมมือในการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดและเกิดความปลอดภัยอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ : (ที่สามารถนำไปสู่ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และอื่น ๆ)

๑. เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัยให้กับประชาชนทั่วไปผ่านทางสื่อสังคม Online และสื่ออื่น ๆ
๒. เพื่อสร้างการรับรู้ถึงอันตรายและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ไม่เหมาะสม เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุทางถนน
๓. เพื่อเผยแพร่และรณรงค์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน และสร้างภาพลักษณ์กรมการขนส่งทางบก

๓. การนำไปสู่การป้องกันและลดอุบัติเหตุจากการใช้รถใช้ถนน

การนำไปสู่การป้องกันและลดอุบัติเหตุจากการใช้รถใช้ถนน :

ในปัจจุบัน รัฐบาลได้มีการผ่อนปรนมาตรการเพื่อให้ประชาชนเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น ทำให้การใช้รถใช้ถนนเริ่มเพิ่มจำนวนขึ้น ทั้งในส่วนของการใช้บริการขนส่งสาธารณะ บริการส่งอาหารหรือส่งของ รวมถึงการใช้รถยนต์และรถจักรยานยนต์เพื่อเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งกรมการขนส่งทางบกตระหนักดีว่าประชาชนส่วนใหญ่กลัวจะติดเชื้อโควิด-19 และเสียชีวิต เพราะทุกคนล้วนทราบดีว่ายังไม่มีความปลอดภัยได้ แม้จะมีข้อมูลทางการแพทย์ยืนยันว่าโรคนี้มีอัตราการเสียชีวิตเพียงร้อยละ ๒ ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังคงปฏิบัติตามมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” อย่างเข้มงวด แต่ในทางตรงกันข้ามคือการป้องกันตัวเองเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนยังคงถูกละเลย ทั้งนี้ประชาชนทุกคนสามารถปฏิบัติตัวได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการคาดเข็มขัดนิรภัย ไม่ขับรถเมื่อดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ใช้โทรศัพท์มือถือขณะขับขี่พาหนะ หรือแม้แต่การสวมหมวกนิรภัยเมื่อขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์ จึงมีภาพของผู้ขับขี่และผู้โดยสาร

รถจักรยานยนต์ใส่หน้ากาก ปิดปากและจมูก แต่ไม่ใส่หมวกนิรภัยอยู่ทั่วไป ทั้งที่มีสถิติแสดงข้อมูลอัตราผู้เสียชีวิตในอุบัติเหตุจากการไม่ใส่หมวกนิรภัยสูงถึงร้อยละ ๗๐ ก็ตาม กรมการขนส่งทางบกจึงเห็นเป็นวาระอันเหมาะสมที่ประชาชนจะกลับมาใช้ชีวิตตามปกติหลังโควิด-๑๙ ด้วยวิถีแบบใหม่ (New Normal) เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของทุกคนที่ได้ดูแลตนเองเป็นอย่างดีจนสามารถปลอดภัยจากโรคโควิด-๑๙ โดยการส่งเสริมเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนภายหลังสถานการณ์โควิด-๑๙ เมื่อจะกลับมาใช้รถใช้ถนนก็ควรจะใช้อย่างปลอดภัย สร้างวินัยจราจรด้วยการปรับเปลี่ยนแนวคิดโดยการกระตุ้น แสดงให้เห็นถึงอันตรายจากความประมาทขาดจิตสำนึกที่ดีในการใช้รถใช้ถนนและยอมปรับพฤติกรรมในการใช้รถใช้ถนนให้ปลอดภัยต่อตนเองและผู้ร่วมทาง จะช่วยลดอุบัติเหตุและความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนนได้อย่างมาก นำไปสู่ความร่วมมือในการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดและเกิดความปลอดภัยอย่างยั่งยืนต่อไป

๔. ผลผลิต กิจกรรม/แผนการดำเนินงาน และแผนการใช้จ่ายเงิน และตัวชี้วัดพร้อมวิธีการประเมินผล

ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน		ช่วงเวลา ที่ ดำเนินงาน	จำนวนเงินที่ใช้ ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
ผลผลิตที่ ๑ : ผลิตและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบกผ่านทางรายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที	๒๐	๑. ดำเนินการจัดจ้างผลิตและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบกผ่านทางรายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์บทสัมภาษณ์ผู้บริหารฯ เป็นของกรมการขนส่งทางบก	๓๐	เดือนที่ ๑-๒	-
		๒. จัดทำข้อมูลและบทโทรทัศน์	๒๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๓. ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที	๑๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๔. เผยแพร่รายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์ ออกอากาศ ๑ รายการ จำนวน ๑ ครั้ง	๑๐	เดือนที่ ๕	-
		๕. ติดตามรายงานและประเมินผลงานจ้าง	๑๐	เดือนที่ ๖	-
		๖. ตรวจสอบงานจ้างและเบิกเงิน	๑๐	เดือนที่ ๗	๑,๐๐๐,๐๐๐
		๗. จัดทำรายงานเพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัด และสรุปปิดโครงการ	๑๐	เดือนที่ ๘	-
		รวม	๑๐๐	- ปี ๘ เดือน	๑,๐๐๐,๐๐๐
ตัวชี้วัดผลผลิต		วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	
ด้านปริมาณ : รายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที		- รายการออกอากาศทางโทรทัศน์ตามวัน และเวลาที่กำหนด จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที		- รายงานสรุปการออกอากาศทางโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์	
ตัวชี้วัดผลผลิต		วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	

ด้านคุณภาพ : - ผู้รับชมพึงพอใจในเนื้อหาและรูปแบบของรายการในระดับมากถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ - ผู้รับชมได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในระดับมากถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐		- ประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่รับชม ร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านรายการทางโทรทัศน์และได้ชมย้อนหลังทางสื่อออนไลน์		- รายงานสรุปผลแบบสอบถามความคิดเห็น	
ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน		ช่วงเวลา ที่ดำเนินงาน	จำนวนเงินที่ใช้ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
ผลผลิตที่ ๒ : ผลิตและออกอากาศ สกู๊ปรายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน	๒๐	๑. ดำเนินการจัดจ้างผลิตและออกอากาศ สกู๊ปรายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) ที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์ เป็นที่ยอมรับของสังคม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ตอน ในหัวข้อที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์สกู๊ปรายการโทรทัศน์เป็นของกรมการขนส่งทางบก	๓๐	เดือนที่ ๑ -๒	-
		๒. คัดเลือกกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) ที่มีชื่อเสียง และประสบการณ์ เป็นที่ยอมรับของสังคม	๑๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๓. จัดทำข้อมูลและบทโทรทัศน์ จำนวน ๓ เรื่อง	๑๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๔. ผลิตรายการ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ตอน	๑๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๕. เผยแพร่สกู๊ปรายการหรือบทสนทนา รายการทางโทรทัศน์ จำนวน ๓ ครั้ง	๑๐	เดือนที่ ๕	-
		๖. ติดตามรายงานและประเมินผลงานจ้าง	๑๐	เดือนที่ ๖	-
		๗. ตรวจสอบงานจ้างและเบิกเงิน	๑๐	เดือนที่ ๗	๑,๕๐๐,๐๐๐
		๘. จัดทำรายงานเพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัด และสรุปปิดโครงการ	๑๐	เดือนที่ ๘	-
		รวม	๑๐๐	- ปี ๘ เดือน	๑,๕๐๐,๐๐๐
		ตัวชี้วัดผลผลิต	วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง
ด้านปริมาณ รายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน	- รายการออกอากาศทางโทรทัศน์ตามวัน และเวลาที่กำหนด ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน		- รายงานการออกอากาศทางโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์		
ตัวชี้วัดผลผลิต	วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง		

ด้านคุณภาพ					
- ผู้รับชมพึงพอใจในเนื้อหาและรูปแบบของรายการในระดับมากถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐		- ประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่รับชมร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านรายการทางโทรทัศน์และได้ชมย้อนหลังทางสื่อออนไลน์		- รายงานสรุปผลแบบสอบถามความคิดเห็น	
ผู้รับชมได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในระดับมากถึงมากที่สุด ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐					
ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน		ช่วงเวลาดำเนินงาน	จำนวนเงินที่ใช้ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
ผลผลิตที่ ๓ : ผลิตเพลงที่มีเนื้อหาณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง และเผยแพร่เพลงในสื่อวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๒ สถานี	๑๕	๑. ดำเนินการจัดจ้างผลิตเพลงที่มีเนื้อหาณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง และเผยแพร่เพลงในสื่อวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๒ สถานี ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์เพลง เป็นของกรมการขนส่งทางบก โดยจัดทำเนื้อร้อง ทำนอง และขับร้องใหม่ ใช้ทีมงานผลิตที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า ๓ ปี และมีผลงานที่เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์เพลงเป็นของกรมการขนส่งทางบก	๓๐	เดือนที่ ๑ - ๒	-
		๒. แต่งเพลงรณรงค์เรื่องการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัย โดยนำมาตรการของกรมการขนส่งทางบก มาเขียนเนื้อร้อง และทำนอง โดยมีผู้ขับร้องที่เหมาะสมและเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้รถใช้ถนน	๒๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๓. ผลิตเพลงที่มีเนื้อหาณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน	๑๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๔. เผยแพร่เพลงที่มีเนื้อหาณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน	๑๐	เดือนที่ ๕	-
		๕. ติดตามรายงานและประเมินผลงานจ้าง	๑๐	เดือนที่ ๖	-
		๖. ตรวจรับงานจ้างและเบิกเงิน	๑๐	เดือนที่ ๗	๓๕๐,๐๐๐
		๗. จัดทำรายงานเพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัด และสรุปปิดโครงการ	๑๐	เดือนที่ ๘	-
		รวม	๑๐๐	- ปี ๘ เดือน	๓๕๐,๐๐๐
ตัวชี้วัดผลผลิต	วิธีการประเมินผล			แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	

ด้านปริมาณ : เพลงที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัย โดยจัดทำเนื้อร้อง ทำนอง และขับร้องใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง และเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี		- ผลงานเพลงที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน โดยจัดทำเนื้อร้อง ทำนอง และขับร้องใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง และเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี		- รายงานผลงานเพลงที่ส่งมอบจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง และรายงานการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี	
ตัวชี้วัดผลผลิต		วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	
ด้านคุณภาพ: - ผู้รับฟังรายการพึงพอใจในเนื้อหาและรูปแบบเพลงในระดับมากที่สุดถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ - ผู้รับฟังเพลงได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในระดับมากที่สุดถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐		- ประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่โทรศัพท์ร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการวิทยุ		- รายงานสรุปผลแบบสอบถามความคิดเห็น	
ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน		ช่วงเวลาที่ยื่นดำเนินงาน	จำนวนเงินที่ใช้ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
ผลผลิตที่ ๔ : ผลิตสื่อและเผยแพร่วีดิโอสั้น (ไวรัลคลิป) จากผลผลิตที่ ๓ มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรรมการขนส่งทางบก จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที	๑๕	๑. ดำเนินการจัดจ้างผลิตสื่อวีดิโอสั้น (ไวรัลคลิป) จากผลผลิตที่ ๓ มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรรมการขนส่งทางบก จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที และเผยแพร่สื่อวีดิโอสั้น (ไวรัลคลิป) ทางสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย อาทิ Youtube Facebook ที่มีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย และมียอดเข้าชมรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์วีดิโอสั้น (ไวรัลคลิป) เป็นของกรรมการขนส่งทางบก ๒. ผลิตสื่อวีดิโอสั้น (ไวรัลคลิป) ที่มีเนื้อหาที่รณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนจากผลผลิตที่ ๓ โดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรรมการขนส่งทางบก ตามเกณฑ์ที่กำหนด	๓๐ ๒๐	เดือนที่ ๑ -๒ เดือนที่ ๓-๔	- -
ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและ		ช่วงเวลาที่ยื่น	จำนวนเงินที่ใช้

		วิธีการดำเนินงาน		ดำเนินงาน	ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
		๓. เผยแพร่สื่อวิดีโอสั้นทางสื่อออนไลน์ ตามเกณฑ์ที่กำหนด	๒๐	เดือนที่ ๕	-
		๔. ติดตามรายงานและประเมินผลงานจ้าง	๑๐	เดือนที่ ๖	-
		๕. ตรวจสอบงานจ้างและเบิกเงิน	๑๐	เดือนที่ ๗	๖๐๐,๐๐๐
		๖. จัดทำรายงานเพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัด และสรุปปิดโครงการ	๑๐	เดือนที่ ๘	-
		รวม	๑๐๐	- ปี ๘ เดือน	๖๐๐,๐๐๐
ตัวชี้วัดผลผลิต		วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	
ด้านปริมาณ : - สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) มีเนื้อหาที่รณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบก จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที - เผยแพร่สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย - ใช้สื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบก และมียอดเข้าชมรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง ด้านคุณภาพ : - ผู้รับชมพึงพอใจในเนื้อหาและรูปแบบของรายการในระดับมากถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ - ผู้รับชมได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในระดับมากถึงมากที่สุด ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐		- สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที - ช่องทางเผยแพร่สื่อวิดีโอสั้นทางสื่อออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย - การใช้สื่อสัญลักษณ์อย่างเหมาะสมและได้เผยแพร่สื่อในช่องทางออนไลน์แล้ว มียอดเข้าชมรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง - ประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่รับชม ร่วมแสดงความคิดเห็น		- รายงานผลงานสื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) จำนวน ๑ ชิ้นงาน - รายงานเอกสารรับรองช่องทางเผยแพร่สื่อวิดีโอสั้นที่มีฐานผู้ติดตามตามเกณฑ์ที่กำหนด - รายงานสรุปยอดผู้เข้าชม - รายงานสรุปผลแบบสอบถามความคิดเห็น	
ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและ		ช่วงเวลาที่ใช้	จำนวนเงินที่ใช้

		วิธีการดำเนินงาน		ดำเนินงาน	ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
ผลผลิตที่ ๕ : ผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์จากผลผลิตที่ ๔ ที่มีความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง และ เผยแพร่สปอตโฆษณาโทรทัศน์ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง	๑๕	๑. ดำเนินการจัดจ้างผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ที่มีความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง เพื่อรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ตามมาตรการของกรมการขนส่งทางบก โดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มา ส ค อ ต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบกและเผยแพร่สปอตโฆษณาโทรทัศน์ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์สปอตโฆษณาเป็นของกรมการขนส่งทางบก	๓๐	เดือนที่ ๑-๒	-
		๒. ผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง	๒๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๓. ส่งสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ให้ censor พิจารณา อนุมัติ	๑๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๔. เผยแพร่สปอตโฆษณาความยาว ๓๐ วินาที ทางโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง	๑๐	เดือนที่ ๕	-
		๕. ติดตามรายงานและประเมินผลงานจ้าง	๑๐	เดือนที่ ๖	-
		๖. ตรวจรับงานจ้างและเบิกเงิน	๑๐	เดือนที่ ๗	๖๑๐,๐๐๐
		๗. จัดทำรายงานเพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัด และสรุปปิดโครงการ	๑๐	เดือนที่ ๘	-
				รวม	๑๐๐
ตัวชี้วัดผลผลิต		วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	
ด้านปริมาณ : - ผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง - เผยแพร่สปอตโฆษณาความยาว ๓๐ วินาที ทางโทรทัศน์ จำนวน ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง ด้านคุณภาพ : - ผู้รับชมพึงพอใจในเนื้อหาและรูปแบบของรายการในระดับมากถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ - ผู้รับชมได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในระดับมากถึงมากที่สุด ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐		 - ชิ้นงานสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน ๑ เรื่อง ความยาว ๓๐ วินาที - สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ความยาว ๓๐ วินาที เผยแพร่ทางรายการโทรทัศน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง - ประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่รับชมร่วมแสดงความคิดเห็น		 - รายงานสรุปพร้อมคลิปสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ - รายงานสรุปการเผยแพร่สปอตโฆษณาทางรายการโทรทัศน์ - รายงานสรุปผลแบบสอบถามความคิดเห็น	
ผลผลิตโครงการและตัวชี้วัด		แนวทาง/แผนการดำเนินงาน/กิจกรรม/ขั้นตอนและ		ช่วงเวลา	จำนวนเงินที่ใช้

		วิธีการดำเนินงาน		ดำเนินงาน	ดำเนินงาน (บาท)
รายละเอียด	น้ำหนัก (%)	รายละเอียด	น้ำหนัก (%)		
ผลผลิตที่ ๒ ออกแบบสื่อรณรงค์ ผลิตสื่อรณรงค์และเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ที่มีนักแสดงหรือกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) เพื่อกล่าวเชิญชวนหรือรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน	๑๕	๑. ดำเนินการจัดจ้างออกแบบสื่อรณรงค์ ผลิตสื่อรณรงค์ และเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ที่มีนักแสดงหรือกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) เพื่อกล่าวเชิญชวนหรือรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ประกอบด้วย - ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์โดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบก จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน - ผลิตสื่อรณรงค์และเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ที่มีนักแสดงหรือกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) เพื่อกล่าวเชิญชวนหรือรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบกมาใช้ประกอบกับมาตรการเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์สื่อรณรงค์เป็นของกรมการขนส่งทางบก	๓๐	เดือนที่ ๑-๒	-
		๒. ผลิตสื่อรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์ผ่านผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) ทั้งบุคคล หรือเพจเรื่องรณรงค์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน โดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบกมาใช้ประกอบกับมาตรการเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น	๒๐	เดือนที่ ๓-๔	-
		๓. เผยแพร่รณรงค์หรือประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ตามเกณฑ์ที่กำหนด	๒๐	เดือนที่ ๕	-
		๔. ติดตามรายงานและประเมินผลงานจ้าง	๑๐	เดือนที่ ๖	-
		๕. ตรวจรับงานจ้างและเบิกเงิน	๑๐	เดือนที่ ๗	๗๐๐,๐๐๐
		๖. จัดทำรายงานเพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัด และสรุปปิดโครงการ	๑๐	เดือนที่ ๘	-
		รวม	๑๐๐	- ปี ๘ เดือน	๗๐๐,๐๐๐
ตัวชี้วัดผลผลิต		วิธีการประเมินผล		แหล่งตรวจสอบ/อ้างอิง	

ด้านปริมาณ : - สื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของ กรรมการขนส่งทางบก จำนวน ไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน - สื่อรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์ที่มี นักแสดง หรือกลุ่มผู้นำทางความคิด ของสังคม (Influencer) เป็นผู้กล่าว เชิญชวน จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตาม (Follower) ยอดรวมไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านคน ด้านคุณภาพ: - ผู้รับชมพึงพอใจในเนื้อหาและ รูปแบบของรายการในระดับมาก ถึงมากที่สุดไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ - ผู้รับชมได้รับความรู้ด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนใน ระดับมากถึงมากที่สุด ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐	- ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรรมการขนส่งทางบก จำนวน ไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน - จำนวนผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) ที่ ร่วมรณรงค์ไม่น้อยกว่า ๒๐ คน และสื่อรณรงค์หรือ ประชาสัมพันธ์จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ซึ่งมี จำนวนผู้ติดตาม (Follower) ยอดรวมไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านคน - ประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของ ประชาชนที่รับชมร่วมแสดงความคิดเห็น	- รายงานสรุปชิ้นงานสื่อ ประชาสัมพันธ์ - รายงานสรุปการเผยแพร่สื่อ รณรงค์หรือประชาสัมพันธ์ - รายงานสรุปผลแบบสอบถาม ความคิดเห็น
รวม	๑๐๐	- ปี ๘ เดือน ๔,๗๖๐,๐๐๐

๕. ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย	ประชาชนทั่วไปที่ใช้รถใช้ถนน
สถานที่ดำเนินโครงการ	ผ่านทางสื่อสังคม Online และสื่ออื่นๆ ทั่วประเทศ
ระยะเวลาดำเนินโครงการ	เดือนที่ ๑ – เดือนที่ ๖
ผู้รับผิดชอบโครงการ	กลุ่มสื่อสารเพื่อความปลอดภัย สำนักสวัสดิภาพการขนส่งทางบก
การดำเนินโครงการ	☐ ดำเนินการเอง ☒ จ้างเหมา ☐ บูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่น

๖. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ : ๑. เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ๒. เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัยให้กับประชาชนทั่วไปผ่านทางสื่อสังคม Online และสื่ออื่นๆ ๓. เพื่อสร้างการรับรู้ในมาตรการความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในวงกว้าง ๔. เพื่อสร้างพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้องและปลอดภัย ๕. ลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนนจากการกระตุ้นจิตสำนึกการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัยให้กับประชาชนทั่วไปผ่านทางสื่อสังคม Online และสื่ออื่นๆ และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนที่ไม่เหมาะสม

๗. ประมาณการรายจ่าย : (จำแนกตามผลผลิต)

รายจ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	หมายเหตุรายละเอียดประกอบ	ราคากลาง/ระเบียบ พัสดุ
ผลผลิตที่ ๑ : ผลิตและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบกผ่านทางรายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที			
ผลิตและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบกผ่านทางรายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที	๑,๐๐๐,๐๐๐	- ผลิตและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบกผ่านทางรายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที เป็นเงิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท	ราคากลางจาก ๓ บริษัทอ้างอิง
รวม	๑,๐๐๐,๐๐๐		
ผลผลิตที่ ๒ : ผลิตและออกอากาศสื่ूपรายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน			
ผลิตและออกอากาศสื่ूपรายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน	๑,๕๐๐,๐๐๐	- ผลิตและออกอากาศสื่ूपรายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที จำนวน ๓ ตอน ตอนละ ๕๐๐,๐๐๐ บาท เป็นเงิน ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท	ราคากลางจาก ๓ บริษัทอ้างอิง
รวม	๑,๕๐๐,๐๐๐		
ผลผลิตที่ ๓ : ผลิตเพลงที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง และเผยแพร่เพลงในสื่อวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๒ สถานี ทั้งนี้ ลิขสิทธิ์เพลง เป็นของกรมการขนส่งทางบก			
- ผลิตเพลงที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง	๓๐๐,๐๐๐	- ผลิตเพลงที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนไม่น้อยกว่า ๑ เพลง เพลงละ ๓๐๐,๐๐๐ บาท เป็นเงิน ๓๐๐,๐๐๐ บาท	ราคากลางจาก ๓ บริษัทอ้างอิง
- เผยแพร่เพลงในสื่อวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๒ สถานี	๕๐,๐๐๐	- เผยแพร่เพลงในสื่อวิทยุ ไม่น้อยกว่า ๒ สถานี สถานีละ ๒๕,๐๐๐บาท เป็นเงิน ๕๐,๐๐๐ บาท	
รวม	๓๕๐,๐๐๐		
ผลผลิตที่ ๔ : ผลิตสื่อและเผยแพร่วิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) จากผลผลิตที่ ๓ มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบก จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที			
- ผลิตสื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) เนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที	๓๕๐,๐๐๐	- ผลิตสื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) เนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนโดยนำสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที เป็นเงิน ๓๕๐,๐๐๐ บาท	ราคากลางจาก ๓ บริษัทอ้างอิง
- เผยแพร่สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัล	๒๕๐,๐๐๐	- เผยแพร่สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) ผ่านสื่อออนไลน์ที่มี	

รายจ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	หมายเหตุรายละเอียดประกอบ	ราคากลาง/ระเบียบ พัสดุ
คลิป) ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีฐานผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย โดยมียอดการรับชม จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง		ฐานผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย โดยมียอดการรับชม จำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง เป็นเงิน ๒๕๐,๐๐๐ บาท	
รวม	๖๐๐,๐๐๐		
ผลผลิตที่ ๕ : ผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์จากผลผลิตที่ ๔ ที่มีความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง และเผยแพร่สปอตโฆษณาโทรทัศน์ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง			
- ผลิตสปอตโฆษณาโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง	๕๐,๐๐๐	- ผลิตสปอตโฆษณาโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง เป็นเงิน ๕๐,๐๐๐ บาท	ราคากลางจาก ๓ บริษัทอ้างอิง
- เผยแพร่สปอต โฆษณาโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง	๕๖๐,๐๐๐	- เผยแพร่สปอต โฆษณาโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง ครั้งละ ๗๐,๐๐๐ บาท เป็นเงิน ๕๖๐,๐๐๐ บาท	
รวม	๖๑๐,๐๐๐		
ผลผลิตที่ ๖ ออกแบบสื่อรณรงค์ ผลิตสื่อรณรงค์และเผยแพร่หรือ ประชาสัมพันธ์ที่มีนักแสดงหรือกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (Influencer) เพื่อกล่าวเชิญชวนหรือรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน			
- ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ โดยสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรรมการขนส่งทางบก จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน	๒๐๐,๐๐๐	- ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ โดยสื่อสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรรมการขนส่งทางบก จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน ชิ้นงานละ ๒๕,๐๐๐ บาท เป็นเงิน ๒๐๐,๐๐๐ บาท	ราคากลางจาก ๓ บริษัทอ้างอิง
- ผลิตสื่อรณรงค์และเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ โครงการที่มีนักแสดงหรือผู้นำทางความคิด (Influencer) ในสังคม มากล่าวเชิญชวนหรือรณรงค์ พร้อมเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น	๕๐๐,๐๐๐	- ผลิตสื่อรณรงค์และเผยแพร่ หรือประชาสัมพันธ์ โครงการที่มีนักแสดงหรือผู้นำทางความคิด (Influencer) ในสังคม มากล่าวเชิญชวนหรือรณรงค์ พร้อมเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น ชิ้นละ ๒๕,๐๐๐ บาท เป็นเงิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท	
รวม	๗๐๐,๐๐๐		
รวมจำนวนเงินที่ขอรับจัดสรร	๔,๗๖๐,๐๐๐		

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายทุกรายการไม่สามารถถัวจ่ายได้

๘. การอนุมัติจัดทำโครงการเพื่อขอรับจัดสรรเงินจากกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน :

ร่างรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ
โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน
ภายหลังสถานการณ์โควิด - ๑๙
โดย สำนักสวัสดิภาพการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก

๑. วัตถุประสงค์

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ หรือโรคโควิด-๑๙ (COVID-๑๙) อันเป็นโรคติดต่ออันตรายระดับโลก ซึ่งประเทศไทยได้มีการใช้มาตรการหลากหลายในการควบคุมสถานการณ์ ตั้งแต่มาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” รักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักร ประกาศเลื่อนวันหยุด วันเปิดเทอมของเด็กนักเรียนนักศึกษา ปิดศูนย์การค้า ชุมชน ฯลฯ เพื่อป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-๑๙ ที่ส่งผลดีอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้จำนวนผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตจากโควิด-๑๙ ลดลงตามลำดับ

สำหรับการประกาศเลื่อนวันหยุดช่วงเทศกาลสงกรานต์ ประกอบกับมาตรการงดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการด้านความปลอดภัยที่ไม่เพียงช่วยควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ทั้งยังช่วยลดจำนวนอุบัติเหตุ รวมถึงผู้บาดเจ็บและผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนลงกว่าร้อยละ ๕๐ ตามรายงานข้อมูลอุบัติเหตุทางถนนของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ที่เก็บข้อมูลสถิติระหว่างวันที่ ๑๐-๑๖ เมษายน ๒๕๖๓ มีจำนวนอุบัติเหตุเกิดขึ้น ๑,๓๐๗ ครั้ง (ลดลงกว่าปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๖๐.๘๔) จำนวนผู้บาดเจ็บ ๑,๒๖๐ ราย (ลดลงกว่าปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๖๓.๓๙) จำนวนผู้เสียชีวิต ๑๖๗ ราย (ลดลงกว่าปี ๒๕๖๒ ร้อยละ ๕๖.๗๔) ซึ่งศูนย์ความร่วมมือขององค์การอนามัยโลกด้านการป้องกันอุบัติเหตุ คาดว่าน่าจะทำให้ตัวเลขผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนในปีนี้อาจลดลงร้อยละ ๑๐ ถือเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างมากหากเทียบกับในภาวะปกติ ซึ่งจากการทำงานศตวรรษด้านความปลอดภัยทางถนน ระหว่างปี ๒๕๕๔-๒๕๖๓ การจะลดสัดส่วนจำนวนผู้เสียชีวิตลงได้ขนาดนี้ ถือเป็นเรื่องที่ยากมากที่จะทำให้สำเร็จได้ภายในปีเดียว ที่อย่างน้อยต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า ๓ ปีขึ้นไป

ทั้งนี้ กรมการขนส่งทางบก ส่วนราชการในสังกัดกระทรวงคมนาคม มีหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแลระบบการขนส่งทางถนนของประเทศให้มีคุณภาพและปลอดภัยทั้งในส่วนของผู้ขับขี่และผู้โดยสาร จึงได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง และได้วางแผนในการป้องกันอุบัติเหตุทางถนนซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่สร้างความสูญเสียต่อเศรษฐกิจและสังคม มีจำนวนผู้บาดเจ็บในแต่ละปีหลายแสนคน โดยในช่วงที่ประเทศไทยดำเนินการตามมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” กรมการขนส่งทางบกก็มีมาตรการออกมาหลายอย่าง ทั้งงดการดำเนินการด้านใบอนุญาตขับรถ แต่ยังคงให้บริการด้านทะเบียนและภาษี เพื่อลดความเสี่ยงที่จะแพร่กระจายเชื้อ ประกาศมาตรการป้องกันและควบคุมไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-๑๙) สำหรับผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถสาธารณะและผู้โดยสาร ดำเนินการตรวจสอบรถโดยสารสาธารณะทุกประเภททั้งที่สถานีขนส่งผู้โดยสารและจุดตรวจคัดกรองอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน รัฐบาลได้มีการผ่อนปรนมาตรการเพื่อให้ประชาชนสามารถเดินทางไปมาในสถานที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น ทำให้การใช้รถใช้ถนนเริ่มเพิ่มจำนวนขึ้น ทั้งในส่วนของการใช้บริการขนส่งสาธารณะ บริการส่งอาหารหรือส่งของ รวมถึงการใช้รถยนต์และรถจักรยานยนต์เพื่อเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งกรมการขนส่งทางบก ตระหนักดีว่าประชาชนส่วนใหญ่กลัวจะติดเชื้อโควิด-๑๙ และเสียชีวิต เพราะทุกคนล้วนทราบดีว่ายังไม่มีความปลอดภัยกันโรคได้ แม้จะมีข้อมูลทางการแพทย์ยืนยันว่าโรคนี้มีอัตราการเสียชีวิตเพียงร้อยละ ๒ ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังคงปฏิบัติตัวตามมาตรการ “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” อย่างเข้มงวด แต่ในทางตรงกันข้ามคือ

การป้องกันตนเองเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนยังคงถูกละเลย ทั้งที่ประชาชนทุกคนสามารถปฏิบัติตัวได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นการคาดเข็มขัดนิรภัย ไม่ขับรถเมื่อดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ใช้โทรศัพท์มือถือขณะขับขี่พาหนะ หรือแม้แต่การสวมหมวกกันน็อกเมื่อขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์ จึงมีภาพของผู้ขับขี่และผู้โดยสารรถจักรยานยนต์ใส่หน้ากากปิดปากและจมูกแต่ไม่ใส่หมวกกันน็อกอยู่ทั่วไป ทั้งที่มีสถิติแสดงข้อมูลอัตราผู้เสียชีวิตในอุบัติเหตุจากการไม่ใส่หมวกกันน็อกสูงถึงร้อยละ ๗๐ ก็ตาม กรมการขนส่งทางบกจึงเห็นเป็นวาระอันเหมาะสมที่ประชาชนจะกลับมาใช้ชีวิตตามปกติหลังโควิด-๑๙ ด้วยวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) จึงควรมีการผลิตสื่อรณรงค์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนต่อประชาชนทั่วประเทศให้สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์เหล่านี้ เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของทุกคน ที่ได้ดูแลตนเองเป็นอย่างดีจนสามารถปลอดภัยจากโรคโควิด-๑๙ มาแล้ว เมื่อจะกลับมาใช้รถใช้ถนน ก็ควรจะใช้อย่างปลอดภัย ทั้งในฐานะผู้ขับขี่หรือผู้โดยสาร ก็ไม่ควรจะบาดเจ็บหรือเสียชีวิตเพราะอุบัติเหตุทางถนน อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์กรมการขนส่งทางบก ที่ส่งเสริมเรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนภายหลังสถานการณ์โควิด-๑๙ อย่างต่อเนื่องต่อกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และนำไปสู่ความร่วมมือในการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดและเกิดความปลอดภัยอย่างยั่งยืนต่อไป

๒. ขอบเขตการดำเนินการ

ผู้เสนอราคาจะต้องผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขอบเขตงาน ดังนี้

๒.๑ ผลิตและเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกรมการขนส่งทางบก ผ่านทางรายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ที่มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ มีพิธีกรดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักระดับประเทศ และสามารถดำเนินการสัมภาษณ์ได้ทั้งสาระและความบันเทิงอย่างกลมกลืน เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในลำดับที่ ๑-๒๐ ของเรตติงช่องทีวีดิจิทัลที่จัดลำดับโดยหน่วยงานวิจัยที่มีมาตรฐานเชื่อถือได้ จำนวน ๑ ตอน ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ นาที เพื่อสร้างภาพลักษณ์กรมการขนส่งทางบกและรณรงค์ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนต่อกลุ่มเป้าหมาย

๒.๒ ผลิตและออกอากาศสัปดาห์รายการโทรทัศน์ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ นาที โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคม (influencer) ที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์ เป็นที่ยอมรับของสังคม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ ตอน ในหัวข้อเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนในชีวิตประจำวัน โดยอ้างอิงจากมาตรการความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนของกรมการขนส่งทางบก

๒.๓ ผลิตเพลง ที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน โดยจัดทำขึ้นใหม่ทั้งเนื้อร้อง ทำนองเพลงและการขับร้อง โดยใช้ทีมงานผลิตที่มีประสบการณ์ในด้านนี้ไม่น้อยกว่า ๓ ปี และมีผลงานเป็นที่รู้จัก และเผยแพร่เพลงในสื่อวิทยุที่เหมาะสม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ สถานี ทั้งนี้ลิขสิทธิ์เพลงเป็นของกรมการขนส่งทางบก

๒.๔ ผลิตสื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) ที่มีเนื้อหารณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ที่นำเสนอสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบก ในข้อ ๒.๓ มาใช้ในการนำเสนอ จำนวน ๑ ชิ้นงาน ความยาวไม่น้อยกว่า ๑ นาที ในรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเผยแพร่สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) ทางสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงและครอบคลุม

กลุ่มเป้าหมาย อาทิ Youtube, Facebook ที่มีฐานผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ราย โดยต้องมียอดการรับชมจำนวนรวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง (view)

๒.๕ ผลิตสปอตโฆษณาโทรทัศน์ ความยาว ๓๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง เพื่อรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนตามมาตรการของกรมการขนส่งทางบก ที่นำเสนอสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบก ในข้อ ๒.๔ มาใช้ในการนำเสนอ และเผยแพร่สปอตโฆษณาโทรทัศน์ ทางรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ครั้ง

๒.๖ ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ ที่นำเสนอสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัว ของกรมการขนส่งทางบกมาใช้ในการผลิตให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ในรูปแบบที่สร้างสรรค์ น่าจดจำ จำนวนไม่น้อยกว่า ๘ ชิ้นงาน เพื่อรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนกับกลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์โครงการที่มีนักแสดงหรือผู้นำทางความคิด (influencer) ในสังคม มากล่าวเชิดชูชนหรือรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในรูปแบบที่จดจำง่าย ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น

ผู้เสนอราคาจะต้องแสดงข้อมูล เอกสาร/หลักฐาน ตามที่ระบุในขอบเขตการดำเนินงานอย่างครบถ้วน กรมการขนส่งทางบกขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้รับจ้าง โดยไม่คำนึงถึงราคาต่ำสุด และถือประโยชน์สูงสุดต่อทางราชการเป็นสำคัญ

๓. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีอาชีพรับจ้างงาน โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

๓.๑ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ

๓.๒ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศเชิญชวน หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขัน

๓.๓ ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๔ ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเดียวกันหรือคล้ายกันการงานตามเอกสารนี้ โดยมีวงเงินสัญญาเดียวไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยการระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่กรมเชื่อถือได้ โดยมีหนังสือรับรองผลงานแนบมาด้วย

๔. หลักเกณฑ์การพิจารณา

การพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ จะใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักร้อยละที่กำหนด โดยกำหนดให้น้ำหนักรวมทั้งหมดเท่ากับร้อยละ ๑๐๐ ดังนี้

๔.๑ พิจารณาราคาที่ยื่นข้อเสนอ (Price) กำหนดเท่ากับร้อยละ ๓๐

๔.๒ พิจารณาข้อเสนอด้านประสิทธิภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการเท่ากับร้อยละ ๗๐ ประกอบด้วย

ข้อพิจารณา	คะแนน
๑. ราคาที่ยื่นข้อเสนอ (๓๐ คะแนน)	๓๐
๒. คุณภาพและคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อทางราชการ (๗๐ คะแนน)	
- แนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ ที่นำเสนอสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัวของกรมการขนส่งทางบก มาใช้ การผลิตเพลง การผลิตสื่อบุคคล (๒๐ คะแนน)	๒๐
- รูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ และสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ (๒๐ คะแนน)	๒๐
- แนวคิดในการผลิตวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) ที่นำเสนอสัญลักษณ์ (มาสคอต) จำนวน ๘ ตัวของกรมการขนส่งทางบก ตามข้อ ๒.๖ มาใช้ในการนำเสนอ การผลิตสปอตโฆษณาโทรทัศน์ โดยมีการวางแผนการผลิตที่มีคุณภาพ (๑๐ คะแนน) การใช้นักแสดงหรือผู้นำทางความคิด (Influencer) ในสังคม มากเล่าขานหรือชวนหรือรณรงค์เรื่องความปลอดภัย และการเลือกช่องทางสื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่สื่อวิดีโอสั้น (ไวรัลคลิป) ที่เหมาะสม (๑๐ คะแนน)	๒๐
- แผนทำข่าวประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม (๑๐ คะแนน)	๑๐
รวม	๑๐๐

๕. งบประมาณโครงการ

งบประมาณทั้งสิ้น จำนวน ๔,๗๖๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านเจ็ดแสนหกหมื่นบาทถ้วน) (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

๖. ระยะเวลาดำเนินงาน

เดือนที่ ๑ – เดือนที่ ๗ พ.ศ. ๒๕๖๓

๗. การส่งมอบงานและเบิกจ่ายเงิน

เมื่อส่งมอบงานครบถ้วน