ขอบเขตงาน (Terms of Reference : TOR)
โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการเผยแพร่องค์ความรู้งานสัมมนาวิชาการระดับชาติ
เรื่องความปลอดภัยทางถนน ครั้งที่ 17
ภายใต้งบประมาณ โครงการศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน ระยะที่ 8

---

1. ที่มาและความสำคัญ

อุบัติเหตุทางถนนยังคงเป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญของประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต สุขภาพ เศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และวัยแรงงาน ซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ แม้ที่ผ่านมา หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และเครือข่ายในพื้นที่ ได้ร่วมกันขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางถนนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการพัฒนานโยบาย การจัดการเชิงพื้นที่ การบังคับใช้กฎหมาย การสื่อสารสาธารณะ ตลอดจนการสร้างกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่และระดับประเทศ แต่การลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุทางถนนยังคงเป็นความท้าทายที่ต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน ภายใต้ มูลนิธินโยบายถนนปลอดภัย โดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการประสานและเตรียมการจัดงานสัมมนาวิชาการระดับชาติ เรื่องความปลอดภัยทางถนน ซึ่งจะจัดขึ้นในทุก ๆ 2 ปี และในปีนี้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 17 ภายใต้แนวคิด **“Unlocking Safe Cities ปลดล็อกถนนปลอดภัย เพื่อเมืองที่ปลอดภัย”** เพื่อเป็นเวทีกลางในการรวบรวม แลกเปลี่ยน และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความปลอดภัยทางถนนจากทั้งในระดับนโยบาย วิชาการ และการปฏิบัติการในพื้นที่ รวมถึงการนำเสนอผลงานวิจัย นวัตกรรม บทเรียนการดำเนินงาน และต้นแบบความสำเร็จจากหน่วยงานและเครือข่ายที่ร่วมกันขับเคลื่อนงานด้านความปลอดภัยทางถนนทั่วประเทศ

การจัดงานในครั้งนี้ ยังมุ่งสร้างพื้นที่แห่งการเรียนรู้และการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน องค์กร และบุคลากรที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนประเด็นความปลอดภัยทางถนน ผ่านกิจกรรมการประชุมวิชาการ เวทีเสวนา การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการมอบรางวัลเชิดชูเกียรติแก่หน่วยงานหรือพื้นที่ต้นแบบที่มีบทบาทสำคัญในการลดความสูญเสียบนท้องถนน อันจะนำไปสู่การต่อยอดแนวคิดและการประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ภายในงานยังเปิดพื้นที่ในการร่วมกันสะท้อนสถานการณ์และข้อท้าทายสำคัญด้านความปลอดภัยทางถนน **อาทิ ความปลอดภัยของเด็กและเยาวชน การจัดการความเร็ว การพัฒนา**

กฎหมายและการบังคับใช้ การออกแบบเมืองและถนนที่ปลอดภัย การสื่อสารสาธารณะ ตลอดจนการสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เพื่อร่วมกันค้นหาแนวทาง “ปลดล็อก” อุปสรรคในการดำเนินงาน และผลักดันไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์งานสัมมนาวิชาการระดับชาติ เรื่องความปลอดภัยทางถนน ครั้งที่ 17 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารสาระสำคัญของงานไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม และสร้างการรับรู้ต่อสาธารณะในวงกว้าง จึงมีความจำเป็นต้องดำเนิน “โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการเผยแพร่องค์ความรู้งานสัมมนาวิชาการระดับชาติ เรื่องความปลอดภัยทางถนน ครั้งที่ 17” **เพื่อส่งเสริมให้เครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน ตลอดจนประชาชนผู้สนใจ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเข้าร่วมงานมากยิ่งขึ้น** อันจะนำไปสู่การขยายผลองค์ความรู้ การสร้างความร่วมมือ และการขับเคลื่อนประเด็นความปลอดภัยทางถนนของประเทศอย่างต่อเนื่อง พร้อมผลักดันให้สังคมหันมาให้ความสำคัญกับ**การจัดการเชิงระบบ มากกว่าการมุ่งชี้ความผิดไปที่บุคคลเพียงอย่างเดียว**

2. วัตถุประสงค์

2.1. เพื่อประชาสัมพันธ์งานสัมมนาความปลอดภัยทางถนนระดับชาติครั้งที่ 17 ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง

2.2. เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาคเอกชน เช่น ภาคอุตสาหกรรม และองค์กรที่มีบทบาทด้านความปลอดภัยในการทำงานและการเดินทาง เข้าร่วมงานและนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์

2.3. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้ตระหนักและมีส่วนในการสนับสนุนโครงการการสื่อสารประชาสัมพันธ์งานสัมมนาความปลอดภัยทางถนนระดับชาติครั้งที่ 17 ตลอดจนร่วมเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการของศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน

2.4. เพื่อผลิตและกระจายชิ้นงานสื่อในหลากหลายรูปแบบและเนื้อหาที่ต่างกันเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มด้านความปลอดภัยทางถนน เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน กลุ่มภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ทั้งรูปแบบ คลิปสั้น โปสเตอร์ infographic แบนเนอร์ สปอตวิทยุ ฯลฯ โดยให้เชื่อมโยงประชาสัมพันธ์งานสัมมนาความปลอดภัยทางถนนระดับชาติครั้งที่ 17

3. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

3.1. เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การตลาด หรือการจัดกิจกรรมทางวิชาการ

3.2. มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ หรือการจัดกิจกรรมสาธารณะ งานสัมมนา

3.3. มีความสามารถในการวางแผนการสื่อสาร การออกแบบเนื้อหา และการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย

3.4. มีเครือข่ายสื่อมวลชน เครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถช่วยขยายการรับรู้ของงานได้

3.5. มีความรับผิดชอบ สามารถบริหารจัดการงานตามแผนงานและระยะเวลาที่กำหนดได้ และมีทีมงานสำหรับทำอย่างครบวงจร

3.6. สามารถทำงานร่วมกับคณะทำงานโครงการ และปรับแผนการสื่อสารให้สอดคล้องกับเป้าหมายของงานได้

4. รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ หรือขอบเขตของงานจ้าง

3.1 จัดทำแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์

1. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของงาน เช่น
    - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางถนน เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบจ./เทศบาล) , สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด
    - หน่วยงานภาคเอกชนและภาคอุตสาหกรรม เช่น เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน (จป.)
    - นักวิชาการ นักศึกษา นักสื่อสาร นักข่าว และประชาชนทั่วไป
2. จัดทำแผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Communication Plan) เพื่อสร้างการรับรู้และเชิญชวนเข้าร่วมงาน **ยอดการเข้าถึงทางออนไลน์ (Online Reach) รวมทั้งหมดตลอดโครงการ 900,000 ครั้ง**
3. กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร (Key Message) ของงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายการจัดงาน

3.2 การผลิตเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์

1. ออกแบบเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น
    - โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์
    - สื่อออนไลน์ เช่น
        - คลิปสั้นความยาว ไม่เกิน 3 นาที อย่างน้อย 10 ชิ้น
        - คลิปความยาว 10-15 นาทีอย่างน้อย 2 ชิ้น
        - สปอตวิทยุ อย่างน้อย 2 ชิ้น
        - อินโฟกราฟิกคุณภาพสูง อย่างน้อย 15 ชิ้น
    - ข่าวประชาสัมพันธ์
    - บทความหรือเนื้อหาสื่อสารเชิงความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนน

2. จัดทำ Content เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เพจ หรือเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์

3.3 การส่งเสริมการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน และการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่าย

1. ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและเชิญชวนเข้าร่วมงาน
2. สนับสนุนการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน หรือช่องทางสื่อออนไลน์
3. ส่งเสริมการรับรู้ผ่านกิจกรรมหรือแคมเปญ ช่องทาง Online/Offline เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายลงทะเบียนเข้าร่วมงานเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ อย่างน้อย 2 แคมเปญ
4. เดินสายพบสื่อมวลชน (Press Tour) อย่างน้อย 3 หน่วยงาน

3.4 การติดตามและรายงานผล

1. ติดตามผลการประชาสัมพันธ์ เช่น การเข้าถึงสื่อ จำนวนผู้สนใจ และแนวโน้มการลงทะเบียน
2. รายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงานต่อคณะทำงานประจำเดือน
3. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลังเสร็จสิ้นโครงการ

3.5 ตัวอย่าง ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินโครงการ							
	พ.ค. 69	มิ.ย. 69	ก.ค. 69	ส.ค. 69	ก.ย. 69	ต.ค. 69	พ.ย. 69	ธ.ค. 69
1. จัดทำแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์								
- วิเคราะห์ภาพรวมงานสัมมนาฯ ครั้งที่ 17 - วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของงาน								
- กำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร - วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการรับรู้และเข้าร่วมงาน								
2. การผลิตเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์								
1. ออกแบบเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น - โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ - สื่อออนไลน์ - ข่าวประชาสัมพันธ์ - บทความหรือเนื้อหาสื่อสารเชิงความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนน								
2. จัดทำ Content เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เพจ หรือเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์								

ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินโครงการ							
	พ.ค. 69	มิ.ย. 69	ก.ค. 69	ส.ค. 69	ก.ย. 69	ต.ค. 69	พ.ย. 69	ธ.ค. 69
3. การส่งเสริมการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน และการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่าย								
1. ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและเชิญชวนเข้าร่วมงาน								
2. สนับสนุนการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนหรือช่องทางสื่อออนไลน์								
3. ส่งเสริมการรับรู้ผ่านกิจกรรม (Online/Offline) หรือแคมเปญเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายลงทะเบียนเข้าร่วมงาน อย่างน้อย 2 แคมเปญ								
4. เดินสายพบสื่อมวลชน (Press Tour)								
4. การติดตามและรายงานผล								
1. ติดตามผลการประชาสัมพันธ์ เช่น การเข้าถึงสื่อ จำนวนผู้สนใจ และแนวโน้มการลงทะเบียน								
2. รายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงานต่อคณะทำงานประจำเดือน								
3. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลังเสร็จสิ้นโครงการ								

5. กำหนดเวลาดำเนินการแล้วเสร็จ

ระยะเวลาดำเนินงานระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน 2569 – 30 ธันวาคม 2569

6. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร

250,000 บาท (สองแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

7. งวดงานและการจ่ายเงิน

แบ่งการชำระเงิน ออกเป็นงวด จำนวน 3 งวด ดังนี้

- งวดที่ 1 ร้อยละ 30
- งวดที่ 2 ร้อยละ 40
- งวดที่ 3 ร้อยละ 30

8. อัตราค่าปรับ

สงวนสิทธิ์ค่าปรับกรณีส่งมอบเกินกำหนดโดยคิดค่าปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของมูลค่าใบสั่งซื้อ/จ้าง/เช่า หรือสัญญาจ้าง

9. สถานที่ส่งมอบงานและเอกสารประกอบการส่งมอบ

มูลนิธินโยบายถนนปลอดภัย (มนป.) 637/1 อาคารพร้อมพันธุ์ 1 ชั้น 4 ห้อง 402-403 ซอยลาดพร้าว 3 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ

10. การรับประกันความชำรุดบกพร่อง (ถ้ามี)

-

11. เงื่อนไขการเสนอราคา

- ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีอื่น ค่าขนส่ง ค่าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งปวง ไว้ด้วยแล้ว ยกเว้นในกรณีที่ผู้เสนอราคาเป็นผู้ประกอบกิจการที่ได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมายสามารถเสนอราคาที่ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มได้
- **โดยผู้ที่สนใจสามารถจัดส่งเอกสารประกอบการยื่นข้อเสนอมาที่**
  ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน (ศวปถ.) มูลนิธินโยบายถนนปลอดภัย (มนป.)
  637/1 อาคารพร้อมพันธุ์ 1 ชั้น 4 ห้อง 402-403 ซอยลาดพร้าว 3 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ หรือทางอีเมล์ admin@roadsafetythai.org
  ประกอบไปด้วย
  1. รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับบริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำกัด/มูลนิธิ ฯลฯ พร้อมประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และผลงานที่ผ่านมา
  2. แผนการดำเนินงาน (Action Plan) และกรอบระยะเวลาการทำงาน (Timeline)
  3. (ร่าง) แนวคิด กลยุทธ์ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ รวมถึงแนวทางการสื่อสารและการเข้าถึงสื่อ
  4. รายละเอียดทีมงานหลัก ข้อเสนอด้านเทคนิค อุปกรณ์ และระบบสนับสนุนการดำเนินงาน
  5. แนวทางการติดตามประเมินผล ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI)
  6. ใบเสนอราคา
  7. ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ (ถ้ามี)

12. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอ

เกณฑ์การพิจารณา	น้ำหนัก
1. ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของบริษัท	(20 คะแนน)
2. ความเข้าใจโจทย์และรูปแบบแผนการประชาสัมพันธ์	(30 คะแนน)
3. ความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดการสื่อสาร	(20 คะแนน)
4. ข้อเสนอด้านเทคนิค คุณภาพอุปกรณ์ ทีมงาน ระยะเวลาการทำงานหรือข้อเสนอเพิ่มเติมอื่นๆ	(15 คะแนน)
5. เครือข่ายสื่อมวลชนและการเข้าถึงสื่อ	(8 คะแนน)
6. แนวทางการวัดผลและ KPI	(7 คะแนน)

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกและให้คะแนนการจ้างจัดทำการประชาสัมพันธ์ งานสัมมนาฯ

	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้
1. ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของบริษัท	20	
1.1 ประสบการณ์ในงานลักษณะใกล้เคียง (1-10 คะแนน)		
1.1.1 มีประสบการณ์ตรงในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานสัมมนา งานวิชาการ หรืองานระดับประเทศจำนวนมาก และมีผลงานที่สอดคล้องกับลักษณะงานของโครงการอย่างชัดเจน (8-10)		
1.1.2 มีประสบการณ์ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะใกล้เคียง มีผลงานที่เกี่ยวข้องในระดับปานกลาง และสามารถแสดงแนวทางการทำงานได้ชัดเจน (5-7)		
1.1.3 มีประสบการณ์เฉพาะบางส่วน หรือเคยดำเนินงานในลักษณะใกล้เคียงเพียงบางประเด็น (2-4)		
1.1.4 มีประสบการณ์น้อย หรือผลงานที่ผ่านมาไม่เกี่ยวข้องกับลักษณะงานที่กำหนด (1)		
1.2 ผลงานและความน่าเชื่อถือของบริษัท (1-10 คะแนน)		
1.2.1 มีผลงานเป็นที่ยอมรับ มีหน่วยงานหรือองค์กรอ้างอิงชัดเจน เคยดำเนินงานให้หน่วยงานภาครัฐ/เอกชนขนาดใหญ่ หรือเคยได้รับรางวัลที่เกี่ยวข้อง (8-10)		
1.2.2 มีผลงานที่น่าเชื่อถือ สามารถแสดงตัวอย่างผลงานและรายชื่อลูกค้าอ้างอิงได้ในระดับดี (5-7)		
1.2.3 มีผลงานทั่วไป สามารถแสดงตัวอย่างผลงานได้บางส่วน แต่ยังไม่มีจุดเด่นชัดเจน (2-4)		
1.2.4 ไม่มีผลงานอ้างอิงที่ชัดเจน หรือไม่สามารถแสดงความน่าเชื่อถือของบริษัทได้เพียงพอ (0-1)		
2. ความเข้าใจโจทย์และรูปแบบแผนการประชาสัมพันธ์	30	
2.1 ความเข้าใจวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย (1-15 คะแนน)		
2.1.1 มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ประเด็นการสื่อสาร และบริบทของโครงการได้ครบถ้วน สามารถวิเคราะห์ประเด็นสำคัญและเชื่อมโยงกับแนวทางประชาสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน (12-15)		
2.1.2 มีความเข้าใจวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายในระดับดี สามารถอธิบายแนวทางการสื่อสารได้เหมาะสม (8-11)		

2.1.3 มีความเข้าใจเฉพาะบางส่วน ยังไม่สามารถเชื่อมโยงประเด็นการสื่อสารกับวัตถุประสงค์ของโครงการได้ครบถ้วน (4-7)		
2.1.4 ไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หรือประเด็นการสื่อสารของโครงการอย่างชัดเจน (1-3)		
2.2 แผนการประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การสื่อสาร (1-15 คะแนน)		
2.2.1 เสนอแผนประชาสัมพันธ์ครบถ้วน มีลำดับขั้นตอนการดำเนินงานชัดเจน ครอบคลุมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการจัดงาน พร้อมแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง (12-15)		
2.2.2 เสนอแผนงานที่มีความเหมาะสม มีแนวทางการดำเนินงานค่อนข้างชัดเจน และสามารถนำไปใช้ได้ในระดับดี (8-11)		
2.2.3 แผนงานยังขาดรายละเอียดหรือยังไม่ครอบคลุมบางส่วนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (4-7)		
2.2.4 แผนงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขาดความชัดเจน หรือไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง (1-3)		
3. ความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดการสื่อสาร	**20**	
3.1 ความคิดสร้างสรรค์ของแนวทางประชาสัมพันธ์ (1-10 คะแนน)		
3.1.1 มีแนวคิดสร้างสรรค์โดดเด่น น่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กรหรือโครงการ (8-10)		
3.1.2 มีแนวคิดสร้างสรรค์ในระดับดี มีความน่าสนใจและสามารถนำไปใช้ได้เหมาะสม (5-7)		
3.1.3 มีแนวคิดทั่วไป ยังไม่มีจุดเด่นหรือความแตกต่างชัดเจน (2-4)		
3.1.4 ขาดความน่าสนใจ แนวคิดไม่ชัดเจน หรือไม่สอดคล้องกับลักษณะงาน (0-1)		
3.2 การประยุกต์ใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล (1-10 คะแนน)		
3.2.1 สามารถออกแบบการใช้สื่อออนไลน์ ออฟไลน์ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้เหมาะสม ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน (8-10)		
3.2.2 มีการเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีที่หลากหลาย เหมาะสมกับโครงการในระดับดี (5-7)		
3.2.3 ใช้สื่อพื้นฐานทั่วไป หรือมีแนวทางด้านดิจิทัลเพียงบางส่วน (2-4)		
3.2.4 ไม่มีแนวทางการใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลที่ชัดเจน หรือไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (0-1)		
4. ข้อเสนอด้านเทคนิค คุณภาพอุปกรณ์ ทีมงาน ระยะเวลาการทำงานหรือข้อเสนอเพิ่มเติมอื่นๆ	**15**	
4.1 จำนวนวันถ่าย และระยะเวลาการทำงานที่เหมาะสม (1-4 คะแนน)		
4.1.1 จำนวนวันถ่ายมีความเหมาะสมและให้ระยะเวลาในการทำงานเต็มที่พิเศษ (4)		
4.1.2 จำนวนวันถ่ายมีความเหมาะสมกับการทำงาน (2-3)		
4.1.3 จำนวนวันถ่ายไม่มีความเหมาะสมหรือน้อยกว่ากับการทำงาน (1)		
4.2 คุณภาพอุปกรณ์ และคุณภาพทีมงาน ที่เหมาะสมกับโจทย์งานและงบประมาณ (1-8 คะแนน)		
4.2.1 อุปกรณ์ และทีมงานมีคุณภาพ และมีความเหมาะสมในระดับสูง (6-8)		
4.2.2 อุปกรณ์ และทีมงานมีคุณภาพและมีความเหมาะสม (3-5)		
4.2.3 อุปกรณ์ และทีมงาน ไม่เหมาะสมกับลักษณะงาน (1-2)		
4.3 ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่นๆ (1-3 คะแนน)		

4.3.1 สิ่งที่ส่งมาน่าสนใจมาก (3)		
4.3.2 สิ่งที่ส่งมาน่าสนใจปานกลาง (2)		
4.3.2 ไม่ส่งมา หรือสิ่งที่ส่งมาน่าสนใจน้อย (0-1)		
5. เครือข่ายสื่อมวลชนและการเข้าถึงสื่อ	**8**	
พิจารณาจากศักยภาพในการเข้าถึงสื่อมวลชน ความครอบคลุมของเครือข่ายสื่อ และความเหมาะสมของช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ (1-8 คะแนน)		
5.1 มีเครือข่ายสื่อมวลชนครอบคลุมทั้งสื่อหลัก สื่อออนไลน์ หรือสื่อเฉพาะกลุ่มที่เหมาะสมกับโครงการ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (6-8)		
5.2 มีเครือข่ายสื่อในระดับดี สามารถสนับสนุนการเผยแพร่ข่าวสารได้เหมาะสม (4-5)		
5.3 มีเครือข่ายสื่อทั่วไป สามารถเข้าถึงสื่อได้เพียงบางส่วน (2-3)		
5.4 ไม่มีความชัดเจนด้านเครือข่ายสื่อ หรือไม่สามารถอธิบายแนวทางการเข้าถึงสื่อได้ (0-1)		
6. แนวทางการวัดผลและ KPI	**7**	
พิจารณาจากความชัดเจนของตัวชี้วัด (KPI) และแนวทางการประเมินผลความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ (1-7 คะแนน)		
6.1 มีการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) และแนวทางประเมินผลที่ชัดเจน สามารถวัดผลสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ได้จริงทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (6-7)		
6.2 มีแนวทางวัดผลและกำหนด KPI ในระดับดี สามารถประเมินผลได้บางส่วน (4-5)		
6.3 มีแนวทางการวัดผลเพียงบางส่วน หรือ KPI ยังไม่ชัดเจน (2-3)		
6.4 ไม่มีแนวทางการวัดผล หรือไม่สามารถอธิบาย KPI ของโครงการได้ชัดเจน (0-1)		
รวม	**100**	

โดยผู้ที่สนใจสามารถจัดส่งเอกสารประกอบการยื่นข้อเสนอมาที่

ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน (ศวปถ.) มูลนิธินโยบายถนนปลอดภัย (มนป.) 637/1 อาคารพร้อมพันธุ์ 1 ชั้น 4 ห้อง 402-403 ซอยลาดพร้าว 3 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ หรือทางอีเมล์ admin@roadsafetythai.org

ประกอบไปด้วย

1. รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับบริษัท/ห้างหุ้นส่วนจำกัด/มูลนิธิ ฯลฯ พร้อมประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และผลงานที่ผ่านมา
2. แผนการดำเนินงาน (Action Plan) และกรอบระยะเวลาการทำงาน (Timeline)
3. (ร่าง) แนวคิด กลยุทธ์ และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ รวมถึงแนวทางการสื่อสารและการเข้าถึงสื่อ
4. รายละเอียดทีมงานหลัก ข้อเสนอด้านเทคนิค อุปกรณ์ และระบบสนับสนุนการดำเนินงาน
5. แนวทางการติดตามประเมินผล ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI)
6. ใบเสนอราคา
7. ข้อเสนอเพิ่มเติมอื่น ๆ (ถ้ามี)

******ตามประกาศลงวันที่ 21 พฤษภาคม 2569 เรื่องการเปิดรับข้อเสนอ และปิดรับข้อเสนอวันที่ 8 มิถุนายน 2569 ขณะนี้พ้นกำหนดระยะเวลาการยื่นข้อเสนอแล้ว แต่ยังไม่มีผู้ยื่นข้อเสนอเข้ามา เพื่อเปิดโอกาสให้มีผู้ยื่นข้อเสนอเพิ่มขึ้น จึงขอขยายระยะเวลา ดังนี้**

ประกาศ : วันที่ 9 มิถุนายน 2569

ปิดรับข้อเสนอ : วันที่ 19 มิถุนายน 2569 เวลา 17.00 น.

ประกาศผลผู้ได้รับการคัดเลือก : วันที่ 22 มิถุนายน 2569