

**รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุ (Terms of Reference)**  
**โครงการออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการใช้งานระบบจัดเก็บค่าธรรมเนียม**  
**ผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น (M-Flow) ระยะที่ ๒**

**๑. เหตุผลความจำเป็น**

ตามนโยบายกระทรวงคมนาคม ที่ต้องการแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณหน้าด่านเก็บค่าผ่านทางบนทางด่วนและมอเตอร์เวย์ จึงเกิดความร่วมมือระหว่างกรมทางหลวง การทางพิเศษแห่งประเทศไทย และกรมการขนส่งทางบก โดยบูรณาการการทำงานในการจัดทำระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น (Free Flow) ที่เรียกว่าระบบ M-Flow ซึ่งใช้เทคโนโลยี AI มาพัฒนาระบบจัดเก็บค่าผ่านทางด้วยกล้องตรวจจับที่ภาพป้ายทะเบียนรถ แทนการเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบระบบไม้กั้น ทำให้ผู้ใช้รถยนต์สามารถขับขึ้นผ่านบริเวณด่านชำระเงินค่าผ่านทาง โดยไม่ต้องหยุดหรือชะลอรถ โดยผู้ใช้ทางสามารถใช้ความเร็วได้ถึง ๑๒๐ กม./ชม. ซึ่งเป็นความเร็วเท่ากับที่กำหนดไว้ในการใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ ช่วยระบายรถได้ ๒,๐๐๐ - ๒,๕๐๐ คัน/ชม./ช่องทาง จำนวน ๔ ช่อง สามารถรองรับได้ ๑๐,๐๐๐ คัน/ชั่วโมง เร็วขึ้นกว่าระบบเดิมที่ใช้อยู่ถึง ๕ เท่า รองรับการใช้งานกับรถยนต์ทุกประเภทที่ได้รับอนุญาตให้วิ่งบนทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองหรือทางพิเศษ ทั้งรถยนต์ ๔ ล้อ รถยนต์ ๖ ล้อ และรถยนต์มากกว่า ๖ ล้อขึ้นไป โดยชำระค่าธรรมเนียมผ่านวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หลังการให้บริการ หรือ ระบบ Post Paid ทั้งแบบชำระเป็นรายครั้งหรือชำระตามรอบบิล รวมไปถึงการชำระผ่านเว็บไซต์หรือโมบายแอปพลิเคชันของระบบ M-Flow ตลอดจนการชำระด้วยระบบ QR Code และการชำระผ่านระบบตัดเงินอัตโนมัติ

กรมทางหลวง ได้เปิดให้ผู้ใช้งานลงทะเบียนสมัครสมาชิกเพื่อทดลองใช้บริการและร่วมทดสอบระบบเสมือนจริงแบบครบวงจร (Soft Opening) ระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น หรือระบบ M-Flow ในเดือนตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๔ และเปิดให้บริการระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น หรือระบบ M-Flow อย่างเต็มรูปแบบ ในวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ ใน ๔ ด่านนำร่อง บนทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองหมายเลข ๙ ได้แก่ ด่านธัญบุรี ๑ ด่านธัญบุรี ๒ ด่านทับช้าง ๑ และด่านทับช้าง ๒ โดยระบบจะเปิดให้ผู้ใช้งานลงทะเบียนได้ทั้งแบบประเภทบุคคลธรรมดา ประเภทบุคคลต่างชาติและประเภทนิติบุคคล สามารถเลือกรูปแบบและช่องทางการชำระเงิน ระบบการแจ้งเตือนยอดชำระเมื่อขับผ่านช่องทาง M-Flow

จากการเปิดใช้งานระบบ M-Flow อย่างเต็มรูปแบบ ทำให้ช่องเก็บเงินสดและช่องอัตโนมัติ M-Pass และ Easy Pass ลดลงจากเดิม ๓-๔ ช่อง เพื่อทำเป็นระบบแบบไม่มีไม้กั้น M-Flow ในช่องทางขวาสุดของแต่ละด่านและอาจทำให้ผู้ใช้ทางสับสนในการใช้ช่องทางให้ถูกต้อง เกิดการเบียดแทรกเปลี่ยนเลนช่วงก่อนเข้าด่านเก็บเงิน ส่งผลให้การจราจรหน้าด่านติดขัดในช่วงเวลาเร่งด่วนมากขึ้นกว่าเดิม ประกอบกับการลงทะเบียนใช้งานบริการ M-Flow ค่อนข้างยุ่งยาก การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงทำให้ขาดการรับรู้ จึงเกิดการร้องเรียนและเสียงสะท้อนจากผู้ใช้บริการเส้นทางดังกล่าวต่อการใช้ระบบ M-Flow ในแง่ลบอย่างมาก เพราะส่วนใหญ่ประชาชนไม่รู้วิธีใช้งาน จนทำให้ต้องเสียค่าปรับจากค่าผ่านทางและค่าปรับการชำระล่าช้ากว่า ๑๐ เท่า จากค่าผ่านทางจริง

กรมทางหลวงรับทราบปัญหา จึงได้เร่งแก้ไขปัญหาลหลายวิธีการ อาทิ ปรับจำนวนช่องเก็บเงินสดและช่องอัตโนมัติ M-Pass และ Easy Pass ให้เหมาะสมสอดคล้องกับปริมาณรถผู้ใช้งานของแต่ละด่าน, ติดป้ายประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นช่วงก่อนถึงด่านเก็บเงิน, ติดตั้งแบริเออร์และกรวยยางแบ่งช่องจราจร

๑๗ พ. ก.ค. ๒๕๖๕

ให้ชัดเจนเป็นระยะทางล่วงหน้า ๑ กิโลเมตร เป็นต้น และจำเป็นอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์และสร้าง การรับรู้ให้ประชาชนทราบข้อมูล วิธีการใช้งานระบบ M-Flow เพราะทางด่วนมีผู้ใช้บริการค่อนข้างมาก และลดข้อร้องเรียนต่างๆ ดังนั้น กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง จึงจะดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการและประชาชนผู้ใช้เส้นทางหลวงพิเศษ ระหว่างเมืองหมายเลข ๙ ของกรมทางหลวง ทั้ง ๔ ด้านนำร่อง ได้รับทราบข้อมูล วิธีการใช้งานระบบ M-Flow ตามขั้นตอนที่ถูกต้องเพิ่มมากขึ้น ทั้งการลงทะเบียนก่อนใช้บริการ ด้วยการเพิ่มช่องทาง และวิธีลงทะเบียน ให้หลากหลายมากขึ้น และการคืนค่าปรับในช่วงมีปัญหา เพื่อลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นต่อไป

## ๒. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล วิธีการใช้งานระบบ M-Flow และประโยชน์ของ M-Flow ให้รับทราบอย่างทั่วถึง
๒. เพื่อให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในการใช้งานระบบ M-Flow มีทัศนคติในเชิงบวกต่อโครงการ โดยการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่ประชาชน ทำให้ประชาชนให้ความร่วมมือ สนับสนุน ผลักดัน และการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ของ กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง
๓. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ นโยบาย กิจกรรมและโครงการต่างๆ อย่าง ทันทั่วถึง อาทิ ขั้นตอนการลงทะเบียนใช้บริการระบบ M-Flow, วิธีขอรับค่าปรับคืน เป็นต้น
๔. เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการและประชาชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูล ข่าวสาร ความเข้าใจ ในการดำเนินงาน หรือกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการสร้างการรับรู้ให้มีผู้ติดตามข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของ กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง
๕. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

## ๓. กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วไป ผู้ใช้รถใช้ถนนในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล, ผู้ใช้บริการทางหลวงพิเศษ ระหว่างเมืองหมายเลข ๙ ของกรมทางหลวง ใน ๔ ด้านนำร่อง ได้แก่ ด้านทับช้าง ๑, ด้านทับช้าง ๒, ด้านธัญบุรี ๑, ด้านธัญบุรี ๒

## ๔. ขอบเขตงาน และการดำเนินงาน

กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง ว่าจ้างออกแบบ ผลิตและเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ระบบ M-Flow หรือระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สำคัญเกี่ยวกับระบบดังกล่าว เช่น การลงทะเบียนใช้งาน ข้อดีของระบบ ช่องทางการรับข้อมูล เป็นต้น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและสื่อสารประโยชน์และข้อดีของระบบ M-Flow ต่อผู้ใช้เส้นทาง โดยมีขอบเขตการ ดำเนินงาน ดังนี้

๑. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ระบบ M-Flow หรือระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น ที่มีความเหมาะสม ผ่านข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง และต้องจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดประเด็นการสื่อสารให้เข้าใจง่าย และชัดเจน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ระบบ M-Flow บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีแนวคิดและกรอบกลยุทธ์ฯ อาทิ

- ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก และความเชื่อมั่นต่อระบบ M-Flow
- มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ อาทิ การใช้งาน M-Flow การลงทะเบียนใช้งาน ค่าปรับ เป็นต้น
- สร้างความมั่นใจการใช้ M-Flow

๒. ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเสนอการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ตามแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระบบ M-Flow หรือระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่มีไม้กั้น ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และ สื่อโฆษณาภายนอกบ้าน และจัดทำรายละเอียดแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ

ผู้ยื่นข้อเสนอ ต้องดำเนินการออกแบบ ผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อโฆษณาภายนอกบ้าน ดังนี้

## ๒.๑ การออกแบบ

### ๒.๑.๑ การออกแบบวิดีโอทัศน์ (VDO clip) หรือสปอตประชาสัมพันธ์

ออกแบบภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ สำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หรือสื่อออนไลน์ ในรูปแบบ VDO Clip หรือสปอตประชาสัมพันธ์ หรือ Viral Content จำนวน ๑ เรื่อง โดยจัดทำเป็นวิดีโอที่มีเนื้อหาที่ครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ และภายใต้แนวคิดดังกล่าวข้างต้น หรือตามหัวข้อเรื่องที่กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวงกำหนด โดยจะต้องจัดทำตัวอย่างโครงเรื่อง (Plot) เรื่องย่อ (Synopsis) และบทสื่อโฆษณาสั้น (Story board) ที่มีคำบรรยายภาพและข้อความโดยละเอียด ตลอดจนระบุลักษณะตัวละคร (Character) ให้สอดคล้องกับแนวคิดหลัก

ทั้งนี้ ก่อนดำเนินการผลิต (Pre-production) ต้องจัดทำโครงเรื่อง (Plot) เรื่องย่อ (Synopsis) และบทสื่อโฆษณาสั้น (Story board) ที่มีคำบรรยายภาพ และข้อความโดยละเอียด ตลอดจนระบุลักษณะตัวละคร (Character) ที่จะผลิตเป็นภาพยนตร์โฆษณา ส่งให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณา ก่อนดำเนินการผลิต

### ๒.๑.๒ การออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์

๒.๑.๒.๑ ออกแบบ Photo Album จำนวน ๗ ภาพ พร้อมคำบรรยาย (Caption) ตามหัวข้อเรื่องที่กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวงกำหนด โดยส่งให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการผลิต

๒.๑.๒.๒ ออกแบบ เนื้อหา บทความ รีวิว หรือ Content online จำนวน ๒๐ คอนเทนต์ (Content) ตามหัวข้อเรื่องที่กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวงกำหนด เพื่อเผยแพร่บน Facebook และ Line official M-Flow ส่งให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการผลิต

๒.๑.๒.๓ ออกแบบภาพ พร้อมคำบรรยาย (Caption) จำนวนอย่างน้อย ๑ แบบ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook Page) ของสถานีวิทยุ

### ๒.๑.๓ การออกแบบงานสำหรับสื่อวิทยุ

ออกแบบสื่อบุคคลและสื่อบุคคลวิทยุ ตามหัวข้อเรื่องที่กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวงกำหนด อาทิ วิธีการใช้งานระบบ M-Flow, การลงทะเบียน M-Flow และข้อมูลอื่นๆ ของระบบ M-Flow เป็นต้น โดยจะต้องส่งให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

๒.๑.๓.๑ สื่อบุคคล ความยาว ๓๐ วินาที

๒.๑.๓.๒ สื่อบุคคลวิทยุ ความยาว ๓๐ วินาที

### ๒.๑.๔ การออกแบบสื่อออนไลน์

ออกแบบ ชิ้นงานโฆษณา เป็นรูปแบบภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว จำนวน ๑๐ รูปแบบ โดยรูปแบบงานดังกล่าวสามารถนำมาใช้งานได้กับสื่อโฆษณาภาพนิ่ง และสื่อโฆษณาสื่อดิจิทัล (Digital Media) ทั้งนี้ เนื้อหาของสื่อดิจิทัลต้องมีเนื้อหาความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที

ทั้งนี้ เนื้อหาโฆษณาจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และตามหัวข้อเรื่องที่กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวงกำหนด โดยจะต้องส่งให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการผลิต

## ๒.๒ การจัดหา ผลิต และติดตั้ง เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

### ๒.๒.๑ สื่อโทรทัศน์

๒.๒.๑.๑ ผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ในข้อ ๒.๑.๑.๑ สำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบ VDO Clip หรือ สื่อบุคคลประชาสัมพันธ์ หรือ Viral Content ความยาว ๓๐ วินาที (ตัดต่อจากคลิปหลัก ในข้อ ๒.๒.๓.๑) จำนวน ๑ เรื่อง

ทั้งนี้ จะต้องดำเนินการผลิตด้วยทีมงานมืออาชีพและแสดงผลงานหรือประสบการณ์ของทีมงานผลิต อีกทั้ง ต้องนำเสนอพิธีกรผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียง, ศิลปินดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมถ่ายทำในภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ระบบ M-Flow โดยต้องแสดงหลักฐานยืนยันการร่วมงานอย่างชัดเจน และจะต้องจัดส่งผลงานให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการเผยแพร่ พร้อมทั้งต้องนำเสนอเอกสารยืนยันการจองหรือใช้สื่อโทรทัศน์ตามระยะเวลา ที่นำเสนอที่ระบุว่ามีสิทธิใช้สื่อโทรทัศน์ในการเสนอราคาให้กับกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

### ๒.๒.๒ สื่อวิทยุ

๒.๒.๒.๑ ผลิตสื่อบุคคล ในข้อ ๒.๑.๓.๑ ที่มีความยาว ๓๐ วินาที เพื่อใช้สำหรับให้ผู้ดำเนินรายการวิทยุ ประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุระบบ FM พร้อมจัดหาสถานีวิทยุระบบ FM ที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านข่าวสารและการจราจร อย่างน้อย ๑ สถานี โดยสถานีวิทยุที่จะใช้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่จะต้องมี Facebook Page ที่มียอดติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม (Followers)

๒.๒.๒.๒ ผลิตสื่อบุคคลวิทยุ ในข้อ ๒.๑.๓.๒ ความยาว ๓๐ วินาที เพื่อใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุระบบ FM พร้อมจัดหาสถานีวิทยุระบบ FM ที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านข่าวสารและการจราจร อย่างน้อย ๑ สถานี โดยสถานีวิทยุที่จะประชาสัมพันธ์และเผยแพร่จะต้องมี Facebook Page ที่มียอดติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม (Followers)

ทั้งนี้ ต้องนำเสนอเอกสารยืนยันการใช้สื่อวิทยุ ตามระยะเวลาที่นำเสนอที่ระบุว่า มีสิทธิใช้สื่อวิทยุในการเสนอราคากับกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

### ๒.๒.๓ สื่อออนไลน์

๒.๒.๓.๑ ผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ในข้อ ๒.๑.๑.๑ สำหรับประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบ VDO Clip หรือ สปอตประชาสัมพันธ์ หรือ Viral Content ความยาว ๒ นาที (คลิปหลัก) จำนวน ๑ เรื่อง และความยาว ๑๕ วินาที (ตัดต่อจากคลิปหลัก) จำนวน ๑ เรื่อง

๒.๒.๓.๒ ผลิตข่าวสาร ในข้อ ๒.๑.๒.๒ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ คอนเทนต์ (content) ให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ชัดเจน และทันสมัย เพื่อใช้สำหรับเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Fan Page ของ M-Flow พร้อมจัดส่งผลงานให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณา ก่อนดำเนินการเผยแพร่

จัดเตรียมแผนในการโปรโมทคอนเทนต์ (Content) ทาง Facebook ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วัน และจะต้องมีผู้เข้าถึงคอนเทนต์ (Content) ไม่น้อยกว่า ๘,๓๐๐ - ๒๔,๐๐๐ คนต่อวัน เพื่อเป็นการเพิ่มยอด Like ของ Facebook Fanpage M-Flow: <https://www.facebook.com/mflowthailand>

๒.๒.๓.๓ ผลิตภาพพร้อมคำบรรยาย (Caption) ในข้อ ๒.๑.๒.๓ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านทาง Facebook Page ของสถานีวิทยุที่เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารระบบ M-Flow ในข้อ ๒.๒.๒.๑ และ ๒.๒.๒.๒ โดยจัดส่งผลงานให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการเผยแพร่

๒.๒.๓.๔ จัดหากลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencers) จำนวน ๑ ราย เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนสื่อ Social Media อาทิ Facebook , Youtube หรือเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม โดยกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencers) จะต้องมียอดผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม (Follower)

ผลิตสื่อสำหรับประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องประกอบด้วย Photo Album ในข้อ ๒.๑.๒.๑ อย่างน้อย ๗ ภาพ พร้อมข้อความหรือ คำบรรยาย (Caption) ที่มีความน่าสนใจ และเข้าใจง่าย เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลของระบบ M-Flow มากขึ้น พร้อมจัดส่งผลงานการผลิตให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณาก่อนดำเนินการเผยแพร่

๒.๒.๓.๕ จัดหา Facebook Page ที่ได้รับความนิยมหรือเพจที่มียอดติดตามไม่น้อยกว่า ๕๐๐,๐๐๐ ผู้ติดตาม (Follower) และมี Engagement สูง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เพจ ให้กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองพิจารณา เพื่อกระจายข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ช่วยเผยแพร่และส่งต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการ โดยโปรโมทชิ้นงาน ดังนี้

(๑) คลิปวิดีโอ ในข้อ ๒.๒.๓.๑ จำนวน ๕ เพจ

(๒) Photo Album ในข้อ ๒.๑.๒.๑ จำนวน ๕ เพจ

ทั้งนี้ ต้องนำเสนอเอกสารยืนยันการใช้สื่อออนไลน์ ตามระยะเวลาที่นำเสนอที่ระบุว่า มีสิทธิใช้สื่อออนไลน์ในการเสนอราคากับกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

### ๒.๒.๔ สื่อโฆษณาภายนอก

#### ๒.๒.๔.๑ สื่อภาพนิ่ง (Billboard)

(๑) ผลิต ติดตั้ง งานในข้อ ๒.๑.๔.๑ ผ่านสื่อภาพนิ่ง (Billboard) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๓ ป้าย และมีขนาดไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ตารางเมตรต่อป้าย ในบริเวณทางหลวงพิเศษ



หมายเลข ๙ เส้นทางสายวงแหวนรอบนอกด้านตะวันออก โดยจะต้องอยู่ในบริเวณใกล้ด้านเก็บค่าผ่านทาง ด้านทับช้าง ๑ , ด้านทับช้าง ๒ หรือ ด้านรัชบุรี ๑ , ด้านรัชบุรี ๒ ทั้งฝั่งขาเข้าหรือขาออก จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ป้าย

(๒) ต้องระบุรายละเอียดสื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Billboard) ที่เสนอ ได้แก่ ชื่อหรือสถานที่ติดตั้งสื่อภาพนิ่ง (Billboard), ตำแหน่งจุดติดตั้งติดตั้ง ขนาดสื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Billboard)

(๓) ต้องรับผิดชอบค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา ค่าประกันภัย ค่าไฟฟ้าส่องสว่าง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี)

(๔) ต้องนำเสนอเอกสารยืนยันการจองหรือใช้พื้นที่สื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Billboard) หรือหนังสือรับรองจากเจ้าของสื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Billboard) ให้มีสิทธิใช้สื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Billboard) ในการเสนอราคากับกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง ตามระยะเวลาที่นำเสนอ

#### ๒.๒.๔.๒ สื่อจอดิจิทัล (Digital Billboard)

(๑) ต้องผลิต และเผยแพร่ ชิ้นงานในข้อ ๒.๑.๔.๑ ผ่านสื่อจอดิจิทัล (Digital Billboard) ดังนี้.-

- จอดิจิทัล (Digital Billboard) จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕๐ จอ ครอบคลุมถนนสายสำคัญ และครอบคลุมแหล่งธุรกิจใจ กลางกรุงเทพ และปริมณฑล ในพื้นที่การจราจรปริมาณมาก โดยสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ต้องมีสื่อจอดิจิทัลจำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ป้าย ที่อยู่ตามแยกสำคัญใน กรุงเทพฯ ชั้นใน รวมถึงบางจุดติดตั้งมีจอขนาดใหญ่ ที่สามารถมองเห็นได้จากทางพิเศษ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๖ ครั้ง ต่อ ๑ ชั่วโมง ช่วงเวลาในการเผยแพร่ระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๔.๐๐ น. (๑๘ ชั่วโมง)

- สื่อดิจิทัลภายในร้านสะดวกซื้อ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ป้าย โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่าครั้งละ ๑๕ วินาที ซึ่งจะต้องมีการวนซ้ำไม่น้อยกว่า ๘ ครั้งต่อ ๑ ชั่วโมง (ช่วงเวลาการเผยแพร่ วันละไม่น้อยกว่า ๒๐ ชั่วโมง) ครอบคลุมทั้งกรุงเทพและ ปริมณฑล

(๒) ต้องระบุรายละเอียดสื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard) ที่เสนอ ได้แก่ ชื่อหรือสถานที่ติดตั้งสื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard), ตำแหน่งจุดติดตั้ง ขนาดสื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard) โดยให้ระบุรอบความถี่การเผยแพร่ ตลอดจนปริมาณการมองเห็นสื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard)

(๓) ต้องรับผิดชอบค่าภาษีป้าย ค่าบำรุงรักษา ค่าประกันภัย ค่าไฟฟ้าส่องสว่าง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ถ้ามี)

(๔) ต้องนำเสนอเอกสารยืนยันการจองหรือใช้พื้นที่สื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard) ตามระยะเวลาที่นำเสนอ หรือหนังสือรับรองจากเจ้าของสื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard) ให้มีสิทธิใช้สื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard) ในการเสนอราคากับกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง ตามระยะเวลาที่นำเสนอ

## ๒.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

### ๒.๓.๑ สื่อโทรทัศน์

๒.๓.๑.๑ เผยแพร่ VDO Clip หรือสปอตประชาสัมพันธ์ ความยาว ๓๐ วินาที ในข้อ ๒.๒.๑.๑ ทางสถานีโทรทัศน์ ที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สถานีใด สถานีหนึ่ง และหรือหลายสถานี ในช่วงระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๑๐.๐๐ น. หรือ ๑๕.๐๐ - ๒๐.๐๐ น. ไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง

### ๒.๓.๒ สื่อวิทยุ

๒.๓.๒.๑ เผยแพร่สปอวิทยุ ในข้อ ๒.๒.๒.๑ โดยผู้ดำเนินรายการวิทยุ ที่มีความยาว ๓๐ วินาที ทั้งในช่วงเวลาเช้าและเย็น ไม่น้อยกว่าวันละ ๒ ครั้ง ติดต่อกันเป็นเวลา ๔ วัน ผ่านทางสถานีวิทยุระบบ FM ในข้อ ๒.๒.๒.๑

๒.๓.๒.๒ เผยแพร่สปอตวิทยุ ในข้อ ๒.๒.๒.๒ ความยาว ๓๐ วินาที ในช่วงเวลาเช้า กลางวัน และเย็น ไม่น้อยกว่าวันละ ๓ ครั้ง เป็นเวลาติดต่อกันอย่างน้อย ๓๐ วัน ทางสถานีวิทยุระบบ FM ในข้อ ๒.๒.๒.๒

### ๒.๓.๓ สื่อออนไลน์

๒.๓.๓.๑ ประชาสัมพันธ์ด้วยภาพพร้อมคำบรรยาย (Caption) ในข้อ ๒.๒.๓.๒ โดยทำการปักหมุด ๑ วัน เพื่อให้เห็นเป็นโพสต์แรก ผ่านทาง Facebook Page ของสถานีวิทยุที่เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารระบบ M-Flow ในข้อ ๒.๓.๒.๑ และ ๒.๓.๒.๒

๒.๓.๓.๒ ประชาสัมพันธ์วิดีโอ ความยาว ๒ นาที ในข้อ ๒.๒.๑.๑ ผ่านทาง Facebook Page ของสถานีวิทยุที่เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารระบบ M-Flow ในข้อ ๒.๓.๒.๑ และ ๒.๓.๒.๒

๒.๓.๓.๓ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ในข้อ ๒.๒.๓.๑ ผ่าน Facebook Fan Page ของ M-Flow จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ คอนเทนต์ (content) ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงาน และโปรโมททุกคอนเทนต์ (Content) จำนวน ๒๐ คอนเทนต์ (content) ทาง Facebook ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วัน และจะต้องมีผู้เข้าถึงคอนเทนต์ (Content) ไม่น้อยกว่า ๘,๓๐๐ - ๒๔,๐๐๐ คนต่อวัน เพื่อเป็นการเพิ่มยอด Like ของ Facebook Fan Page M-Flow : <https://www.facebook.com/mflowthailand>

๒.๓.๓.๔ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบนสื่อ Social Media อาทิ Facebook , Youtube หรือเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencers) ในข้อ ๒.๒.๓.๔

๒.๓.๓.๕ ประชาสัมพันธ์โครงการ M-Flow ผ่านทาง Facebook Page ในข้อ ๒.๒.๓.๕

## ๒.๒.๔ สื่อโฆษณาภายนอกบ้าน

### ๒.๒.๔.๑ สื่อภาพนิ่ง (Billboard)

- ต้องดำเนินการเผยแพร่สื่อโฆษณาภาพนิ่ง (Billboard) ในข้อ ๒.๒.๔.๑ เป็นระยะเวลา ไม่น้อยกว่า ๓ เดือน

### ๒.๒.๔.๒ สื่อจอดิจิทัล (Digital Billboard)

- ต้องดำเนินการเผยแพร่สื่อโฆษณาจอดิจิทัล (Digital Billboard) ในข้อ ๒.๒.๔.๒ ของแต่ละพื้นที่ เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๒ เดือน

๓. ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อช่องทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

๔. สนับสนุนและให้ความร่วมมือโดยไม่คิดมูลค่า สามารถเสนอพื้นที่สื่อโฆษณาภายนอกบ้านพิเศษ หรือพื้นที่สื่ออื่นๆ เพื่อเป็นความร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยไม่คิดมูลค่า หรือสิทธิพิเศษอื่นๆ ที่สังเกตเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อช่องทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวงโดยระบุรายละเอียดให้ชัดเจน

## ๕. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

ช่องทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

## ๖. ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการ ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

## ๗. งบประมาณและราคากลาง

๕.๑ งบประมาณประมาณ ๓๐,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เงินสามสิบล้านบาทถ้วน)

๕.๒ ราคากลาง ๓๐,๐๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เงินสามสิบล้านบาทถ้วน)

๕.๓ หลักประกันการเสนอราคา ๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐ บาท (เงินหนึ่งล้านห้าแสนบาทถ้วน)

## ๘. วิธีการจัดจ้าง

ช่องทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองจะใช้วิธีการจ้างโดยวิธีประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ในการจัดจ้างครั้งนี้

## ๙. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

๙.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๙.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๙.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๙.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๙.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๑๗

๑๗

๑๗

๑๗

๑๗

๙.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๙.๗ เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

๙.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๙.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับสิทธิหรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละสิทธิและความคุ้มกันเช่นนั้น

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

๙.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานและประสบการณ์ที่ผ่านมาประเภทเดียวกัน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง กับการดำเนินโครงการในครั้งนี้อย่างน้อยไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสามแสนบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือ ภาคเอกชนที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นผลงานที่สิ้นสุดแล้ว (มีการส่งมอบงานและตรวจรับงานงวดสุดท้ายเรียบร้อยแล้ว) ที่มีวงเงินในสัญญาเดียวกัน โดยแนบสำเนาหรือ หนังสือรับรองผลงาน ประวัติ หรือสำเนาสัญญาจ้างหรือสำเนาใบสั่งจ้างในวันยื่นเสนอราคา

๙.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอที่เสนอราคาในรูปแบบของ “กิจการร่วมค้า” ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีข้อกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านี้ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน หรือหนังสือเชิญชวน

## ๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก

ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ กองทางหลวงระหว่างเมือง กรมทางหลวง จะพิจารณาคัดเลือก โดยใช้หลักเกณฑ์การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance)

โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลัก และน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

๑๐.๑ ราคาที่ยื่นเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๔๐

๑๐.๒ ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๖๐

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่นๆ คะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน ดังนี้



ลำดับที่	เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
๑.	ความพร้อมในการดำเนินโครงการ	๒๕
	๑.๑ ผลงานที่ผ่านมาของผู้ยื่นข้อเสนอตาม Tor ข้อ ๙.๑๑ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- นำเสนอผลงาน ตั้งแต่ ๒ ผลงานขึ้นไป ได้ ๑๕ คะแนน</li><li>- นำเสนอผลงาน จำนวน ๑ ผลงาน ได้ ๑๐ คะแนน</li><li>- ไม่นำเสนอผลงานหรือนำเสนอผลงานไม่ถูกต้อง ได้ ๐ คะแนน</li></ul> ๑.๒ แผนงานและความพร้อมของบุคลากร ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"><li>๑. กิจกรรมตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการ</li><li>๒. ผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของแต่ละโครงการ</li></ol> <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- ระบุรายละเอียด ๒ ข้อ ได้ ๑๐ คะแนน</li><li>- ระบุรายละเอียด ๑ ข้อ ได้ ๕ คะแนน</li><li>- ไม่ระบุรายละเอียดหรือระบุไม่ถูกต้อง ได้ ๐ คะแนน</li></ul>	๑๕
๒.	รูปแบบการนำเสนอ	๓๐
	๒.๑ แผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ พร้อมแนวความคิดในการจัดทำแผนฯ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- เสนอแผนถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๑๐ คะแนน</li><li>- เสนอแผนถูกต้อง ครบถ้วน บางส่วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๕ คะแนน</li><li>- ไม่เสนอแผนหรือเสนอแต่ไม่ถูกต้อง ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๐ คะแนน</li></ul> ๒.๒ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- ออกแบบได้ถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๑๐ คะแนน</li><li>- ออกแบบได้ถูกต้อง ครบถ้วน บางส่วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๕ คะแนน</li><li>- ไม่เสนอการออกแบบหรือเสนอแต่ไม่ถูกต้อง ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๐ คะแนน</li></ul> ๒.๓ แผนการดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- เสนอแผนถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๑๐ คะแนน</li><li>- เสนอแผนถูกต้อง ครบถ้วน บางส่วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๕ คะแนน</li></ul>	๑๐
		๑๐

ลำดับที่	เกณฑ์การให้คะแนน	คะแนนเต็ม
	- ไม่เสนอแผนหรือเสนอแต่ไม่ถูกต้อง ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๐ คะแนน	
๓.	ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประชาสัมพันธ์	๔๐
	๓.๑ รายละเอียดสื่อของแต่ละสื่อโฆษณา (สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อโฆษณานอกบ้าน ตามที่กำหนด) <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - เสนอรายละเอียดถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๑๕ คะแนน - เสนอรายละเอียดถูกต้อง ครบถ้วน บางส่วน ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๑๐ คะแนน - ไม่เสนอรายละเอียดหรือเสนอแต่ไม่ถูกต้อง ตามขอบเขตของงานข้อ ๔. ได้ ๐ คะแนน	๑๕
	๓.๒ เอกสารที่แสดงยืนยันการจองหรือใช้พื้นที่สื่อโทรทัศน์, สื่อวิทยุ, สื่อออนไลน์ และสื่อโฆษณานอกบ้าน หรือหนังสือรับรองจากเจ้าของสื่อ ที่แสดงว่าผู้ยื่นข้อเสนอมีสิทธิใช้สื่อดังกล่าวตามระยะเวลาที่นำเสนอ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - เสนอเอกสารยืนยันครบถ้วนทั้ง ๓ - ๔ สื่อ ได้ ๑๕ คะแนน - เสนอเอกสารยืนยันครบถ้วนทั้ง ๑ - ๒ สื่อ ได้ ๑๐ คะแนน - ไม่เสนอเอกสารยืนยันหรือเสนอแต่ไม่ถูกต้อง ได้ ๐ คะแนน	๑๕
	๓.๓ ความนิยม (Rating) ของสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และออนไลน์ <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - ยื่นเอกสารแสดงความนิยมครบถ้วน ๓ สื่อ ได้ ๑๐ คะแนน - ยื่นเอกสารแสดงความนิยมครบถ้วน ๑ - ๒ สื่อ ได้ ๕ คะแนน - ไม่ยื่นเอกสารแสดงความนิยมหรือยื่นแต่ไม่ถูกต้อง ได้ ๐ คะแนน	๑๐
๔.	ข้อเสนออื่นๆ ที่เป็นประโยชน์สูงสุด ต่อกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง <u>เกณฑ์การให้คะแนน</u> - มีข้อเสนออื่น ที่เป็นประโยชน์สูงสุด ได้ ๕ คะแนน - ไม่มีข้อเสนออื่น ได้ ๐ คะแนน	๕

๑๐.๓ กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง จะพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอจากผู้ที่ได้คะแนนด้านคุณภาพสูงที่สุด และต้องผ่านเกณฑ์คะแนนด้านคุณภาพ โดยได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐

๑๐.๔ กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง ทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะไม่รับราคาต่ำสุด หรือราคาหนึ่งราคาใด หรือราคาเสนอทั้งหมดก็ได้ และอาจพิจารณาเลือกจ้างในจำนวน หรือขนาด หรือเฉพาะรายการหนึ่งรายการใด หรืออาจจะยกเลิกการประกวดอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่พิจารณาจัดจ้างเลยก็ได้ สุดแต่จะพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ และให้ถือว่าการตัดสินใจของกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง เป็นเด็ดขาด ผู้ยื่นข้อเสนอจะเรียกร้องค่าใช้จ่าย หรือค่าเสียหายใดๆ มิได้ รวมทั้งกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง จะพิจารณายกเลิกการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และลงโทษผู้ยื่น

๑๖ ม พ ๓๖ ๑๐๓๐๓

ข้อเสนอเป็นผู้ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือกหรือไม่ก็ตาม หากมีเหตุที่เชื่อถือได้ว่าการยื่นข้อเสนอกระทำการโดยไม่สุจริต เช่น การเสนอเอกสารอันเป็นเท็จ หรือใช้ข้อมูลเท็จหรือนิติบุคคลอื่นมายื่นข้อเสนอแทน เป็นต้น

ในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอรายที่เสนอราคาต่ำสุด จนคาดหมายได้ว่าไม่อาจดำเนินการตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ คณะกรรมการจะพิจารณาผลประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง จะให้ผู้ยื่นข้อเสนอชี้แจงและแสดงหลักฐานที่ทำให้เชื่อได้ว่า ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถดำเนินงานตามเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ให้เสร็จสมบูรณ์ หากคำชี้แจงไม่เป็นที่รับฟังได้ กองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง มีสิทธิที่จะไม่รับข้อเสนอหรือไม่รับราคาของผู้ยื่นข้อเสนอรายนั้น ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียหายใดๆ จากกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง กรมทางหลวง

## ๑๒. เงื่อนไขการชำระเงิน

กรมทางหลวง จะจ่ายเงินค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างได้ปฏิบัติงานถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตของงานในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับผลงานตามงวดงานต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว โดยแบ่งการเบิกจ่ายเงินตามสัญญาจ้างเป็น ๓ งวด ดังนี้

**งวดที่ ๑** กรมทางหลวงจะจ่ายเงินค่าจ้างในอัตราร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของราคาค่างานตามสัญญา ภายใน ๓๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามขอบเขตของงานเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

๑. ส่งมอบแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระบบ M-Flow ตามขอบเขตของงานข้อ ๔ (๑.)

๒. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตของงานข้อ ๔ (๒.๑)

**งวดที่ ๒** กรมทางหลวงจะจ่ายเงินค่าจ้างในอัตราร้อยละ ๔๐ (สี่สิบ) ของราคาค่างานตามสัญญา ภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตของงานข้อ ๔ (๒.๒) เรียบร้อยแล้ว

**งวดที่ ๓** กรมทางหลวงจะจ่ายเงินค่าจ้างในอัตราร้อยละ ๒๐ (ยี่สิบ) ของราคาค่างานตามสัญญา ภายใน ๑๕๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ตามขอบเขตของงานข้อ ๔ (๒.๓) เรียบร้อยแล้ว

## ๑๓. การจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า

ในกรณีที่ผู้รับจ้างมีความประสงค์จะเบิกเงินค่าจ้างล่วงหน้า กรมทางหลวงตกลงจ่ายเงินค่าจ้างล่วงหน้า ดังกล่าวให้แก่ผู้รับจ้างในอัตราไม่เกินร้อยละ ๑๕ ของราคาค่าจ้างทั้งหมด ทั้งนี้ กรมทางหลวงจะหักคืนในอัตราไม่เกินร้อยละ ๒๐ (ยี่สิบ) ของราคาค่าจ้างทั้งหมดในแต่ละงวด จนกว่าจะครบตามจำนวนเงินค่าจ้างล่วงหน้า ที่ผู้รับจ้างได้รับไปแล้ว โดยจะหักคืนให้ครบจำนวนก่อนการจ่ายเงินงวดสุดท้าย

## ๑๔. อัตราค่าปรับ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตของงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด หากไม่แล้วเสร็จตามกำหนดที่ระบุไว้ตามสัญญาจะถูกดำเนินการ ดังนี้

๗ ๓๓ ๒๖ ๒๖๓ ๑๐๓๐๓

๑๔.๑ กรณีที่ผู้รับจ้างนำงานที่รับจ้างไปจ้างช่วงให้ผู้อื่นทำอีกทอดหนึ่ง โดยไม่รับอนุญาตจากกรมทางหลวง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างในอัตราร้อยละ ๑๐ ของวงเงินของงานที่จ้างช่วงตามสัญญา

๑๔.๒ กรณีผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนดหรือไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง จนเป็นเหตุให้เกิดค่าปรับ ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้ว่าจ้าง ผู้รับจ้างต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างในอัตราร้อยละ ๐.๐๑ ของวงเงินตามสัญญา นับถัดแต่วันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จตามสัญญา ภายในกำหนดเวลา ๑๕ วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากกองทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง

## ๑๕. การสงวนสิทธิ์ในกรณีอื่น ๆ


๑๕.๑ กรมทางหลวงขอสงวนสิทธิ์ในการปรับปรุงแก้ไขหรือยกเลิกข้อกำหนดดังกล่าวนี้บางส่วนหรือทั้งหมด และให้ถือว่าการพิจารณาวินิจฉัยชี้ขาดของผู้ว่าจ้างเป็นที่สิ้นสุด ทั้งนี้ผู้ยื่นข้อเสนอตกลงยินยอมไม่เรียกร้องค่าเสียหายไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้นจากผู้ว่าจ้าง

๑๕.๒ กรมทางหลวงขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาขยายอายุสัญญาตามแนวทางการพิจารณาขยายอายุสัญญาหรือการงดหรือลดค่าปรับงานจ้างเหมาของกรมทางหลวง (สิงหาคม ๒๕๖๑)


๑๕.๓ กรมทางหลวงจะทำสัญญาผูกพันก็ต่อเมื่อได้รับอนุมัติเงินงบประมาณการรายจ่ายเงินทุนค่าธรรมเนียมผ่านทาง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ จากกระทรวงการคลังแล้วเท่านั้น


๑๕.๔ ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่เข้าดำเนินการ หรือดำเนินการไม่แล้วเสร็จ ตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดของข้อกำหนดนี้ กรมทางหลวงขอสงวนสิทธิ์ในการจัดหาผู้รับจ้างรายอื่นเพื่อเข้าดำเนินการจนแล้วเสร็จโดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งหมดและจะไม่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ ทั้งสิ้นจากกรมทางหลวงได้


๑๕.๕ กรมทางหลวงมีสิทธิบอกเลิกสัญญากับผู้รับจ้างทันทีที่ผู้รับจ้างไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาโดยผู้รับจ้างต้องจ่ายค่าเสียหายให้กับกรมทางหลวงเต็มจำนวนตามสัญญานี้ และกรมทางหลวงจะพิจารณาเสนอให้ผู้รับจ้างเป็นผู้ทำงานของทางราชการต่อไป

  
.....ประธานกรรมการ  
(นายตะวัน ศรีดามา)

  
.....กรรมการ  
(นางสาวพรปวีณ์ เส้าโกมุท)

  
.....กรรมการ  
(นางสาววิชยาพร ไชยวงศ์น้อย)

  
.....กรรมการ  
(นางสาวเอมอร ชำเกษม)

  
.....กรรมการ  
(นายจารึก อนุรักษ์)