

ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)  
โครงการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Thailand Branding)

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่ รัฐบาลไทยได้ตั้งเป้าหมายที่จะยกระดับประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมระดับโลก 8 ด้าน ได้แก่ การท่องเที่ยว การแพทย์และสุขภาพ การเกษตรและอาหาร การบิน การขนส่ง การผลิต ยานยนต์แห่งอนาคต การเงิน และเศรษฐกิจดิจิทัล นั้น

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในฐานะหนึ่งในองค์กรหลักที่กำกับดูแลการดำเนินงาน ด้านเศรษฐกิจได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Thailand Branding) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลที่จะยกระดับประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมระดับโลกทั้ง 8 ด้านข้างต้น ตลอดจนสร้างความตระหนักรู้พร้อมทั้งนำเสนอศักยภาพของไทยแก่นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติ อันจะนำมาซึ่งการตัดสินใจลงทุนและทำธุรกิจในประเทศไทยต่อไป

ไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพประเทศหนึ่ง เป็นจุดหมายปลายทางของนักลงทุนต่างชาติทั้งรายเล็ก และรายใหญ่มากมายเนื่องจากมีจุดแข็งรอบด้าน ได้แก่ บุคลากรทักษะสูงมีคุณภาพ ห่วงโซ่การผลิตมีความ แข็งแกร่ง ตลาดมีศักยภาพสูง ภูมิประเทศมีความปลอดภัย น่าอยู่ และมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนมีการรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการลงทุนสีเขียว ทำให้นักลงทุนต่างชาติสนใจที่จะเข้ามา ลงทุนและประกอบธุรกิจในไทย

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน แม้จะเห็นว่าการลงทุนในไทยในช่วงปีที่ผ่านมามีแนวโน้ม ขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่มีการวิเคราะห์เพิ่มเติมว่ายังมีอีกหลายปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการ ลงทุนในปี 2569 ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย (1) Geopolitics โดยเฉพาะสงครามทางการค้าและสงคราม ทางเทคโนโลยีระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการกีดกันทาง การค้าและมาตรการกีดกันการเข้าถึงเทคโนโลยีและซัพพลายเชนของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ (2) Green Transformation ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงขึ้นทำให้เกิดกฎกติกาการค้าแบบใหม่ที่ บังคับให้บริษัทต่าง ๆ ต้องปรับตัวไปสู่การลดการปล่อยคาร์บอน (3) Global Minimum Tax การปฏิรูป ระบบภาษีระหว่างประเทศที่องค์การเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) กำหนดให้กลุ่มบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มี รายได้ตั้งแต่ 750 ล้านยูโรขึ้นไปจะต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 เพื่อเป็นเครื่องมือในการ แก้ปัญหาการถ่ายโอนกำไรระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ (Global Anti-Base Erosion: GloBE) (4) Technology Disruption การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) รถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ (Automation and Robotics) เป็นต้น (5) Talent War ผลจากการพัฒนา เทคโนโลยีใหม่ ๆ ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้หลายประเทศเกิดการแย่งชิงบุคลากรทักษะสูง

จากทั่วโลกผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น วิชาประเภทพิเศษ สิทธิประโยชน์ทางภาษี การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อดึงดูดบุคลากรกลุ่ม Talent ให้เข้ามาอยู่อาศัย ลงทุน และทำธุรกิจในประเทศ เป็นต้น

ดังนั้น เพื่อเป็นการรักษารฐานการลงทุนที่มีอยู่เดิมและขยายฐานการลงทุนให้ครอบคลุม สามารถดึงดูดนักลงทุนรายใหม่ให้เข้ามาลงทุนในประเทศมากขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องเร่งประชาสัมพันธ์จุดแข็งและศักยภาพของประเทศในการเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำให้ทั่วโลกได้ตระหนักถึง ในการนี้ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงเห็นควรให้มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ของประเทศเพิ่มเติมและการนำเสนอประชาสัมพันธ์ฯ ที่ได้ผลิตไว้แล้วในปี 2567 มาเผยแพร่ต่อในปี 2568 เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเพื่อเป็นการย้ำให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลที่ต้องการจะให้ประเทศมุ่งไปสู่การเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำ และผลักดันให้เกิดการลงทุนไหลเข้า (Inflow) จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก อันจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจในภาพรวมของไทยต่อไปในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อแสดงศักยภาพของไทยในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของภูมิภาค เชื่อมโยงความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างประเทศเข้าด้วยกันผ่านโครงสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่ง ระบบการขนส่งที่ทันสมัย และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย

2.2 เพื่อเสริมสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่ยอมรับในฐานะ (1) ประเทศเป้าหมายของนักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติที่มีศักยภาพสูง ตลอดจนชาวต่างชาติที่มีทักษะพิเศษและความมั่งคั่ง และ (2) แหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน

การเป็นประเทศเป้าหมายของชาวต่างชาติที่มีทักษะพิเศษและความมั่งคั่งจะช่วยผลักดันให้ประเทศมุ่งไปสู่การเป็นแหล่งบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Pool) จากการเข้ามาทำงานในระยะยาวของชาวต่างชาติที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ เกิดการใช้จ่ายโดยตรงจากชาวต่างชาติกลุ่มดังกล่าวในไทย (Domestic Spending) เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย การถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ ตลอดจนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของไทยต่อไปในอนาคต

2.3 เพื่อแสดงอัตลักษณ์ไทยและวัฒนธรรมไทยในมิติใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีทักษะพิเศษและความมั่งคั่งจากกลุ่มประเทศเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยพัฒนาขีดความสามารถของประเทศได้ต่อไป

2.4 เพื่อผลักดันให้เกิดความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยในฐานะที่เป็นประตูสู่อาเซียน ในทุกมิติที่สำคัญ เช่น การค้า การลงทุน การเงิน การท่องเที่ยว เป็นต้น

## 3. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

3.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

3.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

### 3.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

3.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

3.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

3.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

3.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

3.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์ความคุ้มกันเช่นนั้น

3.10 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าจะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่และความรับผิดชอบในปริมาณงานสิ่งของหรือมูลค่าตามสัญญาของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

กรณีที่ข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค้านั้นต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

กรณีข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้ากำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงระหว่างผู้เข้าร่วมค้าที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า

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

3.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

(1) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย/กฎหมายต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า 1 ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการจากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สินสุทธิที่

ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้วของ 1 ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก

(2) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย/กฎหมายต่างประเทศ ซึ่งยังไม่มีงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดยผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ไม่ต่ำกว่า 8 ล้านบาท

(3) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาถือสัญชาติไทย/บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝาก โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือก จะต้องแสดงหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา ทั้งนี้ หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากซึ่งธนาคารออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอ หรือวันลงนามในสัญญา ไม่เกิน 90 วัน

(4) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามข้อ (1)-(3)

ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอหนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยแจ้งเวียนให้ทราบ หรือเป็นสินเชื่อที่ธนาคารต่างประเทศหรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจค้าประกันตามประกาศของธนาคารกลางของประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารกลางของประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรองหรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน 90 วัน โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อจากธนาคารไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง ทั้งนี้ สำหรับธนาคารภายในประเทศ หนังสือรับรองวงเงินสินเชื่อให้เป็นไปตามแบบที่กำหนด

(5) กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศและบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ตามข้อ (2)-(4) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารเชิญชวนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) หรือมีหนังสือเชิญชวน จนถึงวันเสนอราคา

(6) กรณีตามข้อ (1) - (4) ใช้บังคับกับการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป วิธีคัดเลือก และวิธีเฉพาะเจาะจง ตามหมวด ๖ งานจ้างที่ปรึกษา ตามหมวด ๗ และงานจ้างออกแบบหรือควบคุมงานก่อสร้าง ตามหมวด ๘ แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้

(6.1) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐ

(6.2) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. 2483 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(6.3) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้แล้ว ก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(6.4) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา 46 วรรคหนึ่ง (2) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(6.5) การซื้อสิ่งหาริมทรัพย์และการเช่าสิ่งหาริมทรัพย์

(6.6) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น

3.13 ผู้เสนอราคาต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการเป็นไปตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐว่าวันที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว 48 ลงวันที่ 20 มกราคม 2568

#### 4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงาน ดังนี้

1) จัดทำบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ อย่างน้อย 1 บทความ ตลอดสัญญา โดยแต่ละบทความต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า 750 คำ พร้อมจัดให้มีภาพประกอบ อย่างน้อย 2 ภาพ ต่อบทความ เพื่อนำไปลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ หรือนำไปเผยแพร่ต่อได้

2) แปลบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษที่จัดทำทั้งหมดเป็นภาษาอื่น ๆ อย่างน้อย 2 ภาษา ซึ่งต้องประกอบด้วยภาษาญี่ปุ่นและภาษาจีน

3) จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ชิ้นงาน พร้อมจัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ในรูปแบบ 4 สี อย่างน้อย 1,500 เล่ม

ทั้งนี้ บทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษที่จัดทำทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน โดยสำนักงานสามารถนำไปลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ หรือนำไปเผยแพร่ต่อได้

#### 4.2 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

1) จัดทำกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ

2) จัดทำแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Media Plan) พร้อมบริหารการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลอดสัญญา

3) นำ Key Visual และวิดีโอที่สำนักงานกำหนด พร้อมบทความเชิงโฆษณาที่จัดทำไปเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อโฆษณาชั้นนำของต่างประเทศ โดยปรับรูปแบบ Key Visual และวิดีโอให้สอดคล้องกับช่องทางที่สำนักงานกำหนด ดังนี้

- สื่อโฆษณาออนไลน์ อย่างน้อย 3 สื่อ เช่น Bloomberg, Wall Street Journal, Fortune หรือสื่อชั้นนำอื่น ๆ ของต่างประเทศ ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

- สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อย่างน้อย 3 สื่อ เช่น Facebook, WhatsApp, Weibo, X หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

- ป้ายบิลบอร์ด (Billboard) สนามบินสุวรรณภูมิในบริเวณที่สำนักงานเห็นชอบ อย่างน้อย 1 แห่ง

- สื่อชั้นนำอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่แคมเปญประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณาออกบ้าน (Out of Home: OOH) เป็นต้น ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

4) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานเผยแพร่แคมเปญประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Thailand Branding) ตลอดสัญญา

ทั้งนี้ ผลงานทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน โดยสำนักงานสามารถนำไปปรับใช้ในกิจกรรมและโครงการอื่น ๆ ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานได้

## 5. กลุ่มเป้าหมาย

นักลงทุน นักธุรกิจ และกลุ่มชาวต่างชาติที่มีศักยภาพ จากกลุ่มประเทศเป้าหมาย ได้แก่

กลุ่มภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ เป็นต้น

กลุ่มภูมิภาคยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมนี ฝรั่งเศส กลุ่มประเทศเบเนลักซ์ เป็นต้น

กลุ่มภูมิภาคอเมริกาเหนือ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา เป็นต้น

กลุ่มภูมิภาคตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น

## 6. การส่งมอบงานและการจ่ายค่าจ้าง

สำนักงานจะชำระค่าจ้าง จำนวน 3 งวด โดยต้องส่งมอบเอกสารหลักฐานการปฏิบัติงานภายใน 10 วัน นับถัดจากวันครบกำหนดในแต่ละงวดให้แก่สำนักงาน และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว ดังนี้

งวดที่ 1 จำนวนร้อยละ 10 ของค่าจ้างทั้งหมด ภายใน 1 เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) จัดทำกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ

2) จัดทำแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Media Plan) พร้อมบริหารจัดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลอดสัญญา

3) จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานของสำนักงานงวดที่ 1

งวดที่ 2 จำนวนร้อยละ 40 ของค่าจ้างทั้งหมด ภายใน 4 เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) จัดทำบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ อย่างน้อย 1 บทความ ตลอดสัญญา โดยแต่ละบทความต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า 750 คำ พร้อมจัดให้มีภาพประกอบ อย่างน้อย 2 ภาพ ต่อบทความ เพื่อนำไปลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ หรือนำไปเผยแพร่ต่อได้

2) แพลบความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษที่จัดทำทั้งหมดเป็นภาษาอื่น ๆ อย่างน้อย 2 ภาษา ซึ่งต้องประกอบด้วยภาษาญี่ปุ่นและภาษาจีน

3) จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ชิ้นงาน พร้อมจัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ในรูปแบบ 4 สี อย่างน้อย 1,500 เล่ม

ทั้งนี้ บทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษที่จัดทำทั้งหมดถือเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน โดยสำนักงานสามารถนำไปลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ หรือนำไปเผยแพร่ต่อได้

4) นำ Key Visual และวิดิทัศน์ที่สำนักงานกำหนด พร้อมบทความเชิงโฆษณาที่จัดทำไปเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมาย (ถ้ามี) ผ่านสื่อโฆษณาชั้นนำของต่างประเทศ โดยปรับรูปแบบ Key Visual และวิดิทัศน์ให้สอดคล้องกับช่องทางที่สำนักงานกำหนด ดังนี้

- สื่อโฆษณาออนไลน์ (ถ้ามี) อย่างน้อย 3 สื่อ เช่น Bloomberg, Wall Street Journal , Fortune หรือสื่อชั้นนำอื่น ๆ ของต่างประเทศ ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

- สื่อสังคมออนไลน์ (ถ้ามี) อย่างน้อย 3 สื่อ เช่น Facebook, WhatsApp, Weibo, X หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

- ป้ายบิลบอร์ด (Billboard) สนามบินสุวรรณภูมิ (ถ้ามี) ในบริเวณที่สำนักงานเห็นชอบ อย่างน้อย 1 แห่ง

- สื่อชั้นนำอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่แคมเปญประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณานอกบ้าน (Out of Home: OOH) เป็นต้น ตามที่สำนักงานเห็นชอบ (ถ้ามี)

5) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของโครงการโดยจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานของสำนักงานงวดที่ 2

**งวดที่ 3** จำนวนร้อยละ 50 ของค่าจ้างทั้งหมด ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) นำ Key Visual และวิดิทัศน์ที่สำนักงานกำหนด พร้อมบทความเชิงโฆษณาที่จัดทำไปเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อโฆษณาชั้นนำของต่างประเทศ โดยปรับรูปแบบ Key Visual และวิดิทัศน์ให้สอดคล้องกับช่องทางที่สำนักงานกำหนด ดังนี้

- สื่อโฆษณาออนไลน์ อย่างน้อย 3 สื่อ เช่น Bloomberg, Wall Street Journal , Fortune หรือสื่อชั้นนำอื่น ๆ ของต่างประเทศ ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

- สื่อสังคมออนไลน์ อย่างน้อย 3 สื่อ เช่น Facebook, WhatsApp, Weibo, X หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

- ป้ายบิลบอร์ด (Billboard) สนามบินสุวรรณภูมิ ในบริเวณที่สำนักงานเห็นชอบ อย่างน้อย 1 แห่ง

- สื่อชั้นนำอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่แคมเปญประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณานอกบ้าน (Out of Home: OOH) เป็นต้น ตามที่สำนักงานเห็นชอบ

2) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของโครงการโดยจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานของสำนักงานงวดที่ 3 และรายงานสรุปผลการดำเนินงานตลอดสัญญา

## 7. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน 6 เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

## 8. การส่งเสริมหรือสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ (กรณีใช้เกณฑ์ราคา)

8.1 สำเนาใบทะเบียนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (ถ้ามี)

8.2 ผู้ยื่นข้อเสนอที่เป็นผู้ชนะการเสนอราคาต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตภายในประเทศ โดยยื่นให้สำนักงานภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา (สำหรับการจัดจ้างที่มีระยะเวลาดำเนินการตามสัญญาเกิน 60 วัน)

## 9. แผนการทำงาน

“คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา” เว้นแต่เป็นกรณีการเช่า ซึ่งสัญญาอายุไม่เกิน 90 วัน หรือกรณีการซื้อซึ่งสัญญากำหนดส่งงานงวดเดียว หรือกรณีการซื้อ การเช่า การจ้าง และการจ้างก่อสร้าง ซึ่งสัญญาหรือบันทึกข้อตกลงเป็นหนังสือมีวงเงินไม่เกิน 500,000.00 บาท โดยจัดทำแผนการทำงานตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ทั้งนี้ แผนการทำงานดังกล่าวให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

## 10. หลักเกณฑ์การคัดเลือก

สำนักงานจะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ขั้นต่ำ และใช้เกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น พร้อมเกณฑ์การให้คะแนนผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอ (Presentation) ข้อเสนอด้านเทคนิค ระยะเวลาประมาณ 40 นาที โดยแบ่งออกเป็นการนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคประมาณ 20 นาที และคณะกรรมการซักถามคำถามประมาณ 20 นาที สำหรับวัน เวลา สถานที่จะแจ้งให้ทราบต่อไป

### 10.1 เกณฑ์ด้านเทคนิค (80 คะแนน)

10.1.1 การจัดทำกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ รวม 20 คะแนน ดังนี้

| รายละเอียดการให้คะแนน                                                                                                                                                                                 | ระดับคะแนน |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| - นำเสนอแผนกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์ ทันสมัย และปฏิบัติได้จริงตามกรอบระยะเวลาอย่างเป็นลำดับขั้นตอนและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมสาระสำคัญของโครงการตามที่กำหนดใน TOR | 16 - 20    |
| - นำเสนอแผนกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติได้จริงตามกรอบระยะเวลาอย่างเป็นลำดับขั้นตอน แต่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมสาระสำคัญของโครงการเพียงบางส่วน                           | 11 - 15    |
| - นำเสนอแผนกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติได้จริงตามกรอบระยะเวลา โดยไม่เป็นลำดับขั้นตอนและไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสาระสำคัญของโครงการ                                                 | 5 - 10     |
| - ไม่มีการนำเสนอแผนกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์                                                                                                                                                   | ไม่ผ่าน    |

10.1.2 การจัดทำแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Media Plan) พร้อมบริหารการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์  
ตลอดสัญญา รวม 30 คะแนน ดังนี้

| รายละเอียดการให้คะแนน                                                                                                                                                                        | ระดับคะแนน |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| - นำเสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์ ทันสมัย และปฏิบัติได้จริงตามกรอบระยะเวลาอย่างเป็นลำดับขั้นตอนและมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมสาระสำคัญของโครงการตามที่กำหนดใน TOR | 16 - 20    |
| - นำเสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติได้จริงตามกรอบระยะเวลาอย่างเป็นลำดับขั้นตอน แต่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมสาระสำคัญของโครงการเพียงบางส่วน                           | 11 - 15    |
| - นำเสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ที่ปฏิบัติได้จริงตามกรอบระยะเวลา โดยไม่เป็นลำดับขั้นตอนและไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสาระสำคัญของโครงการ                                                | 5 - 10     |
| - ไม่มีการนำเสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์                                                                                                                                                   | ไม่ผ่าน    |

10.1.3 การจัดทำบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษต้นฉบับ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์  
สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับ  
วัตถุประสงค์ของโครงการ รวม 20 คะแนน ดังนี้

| รายละเอียดการให้คะแนน                                                                                                                                                                                                            | ระดับคะแนน |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| - มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงถึงแนวคิดด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุนที่สอดคล้องกับสาระสำคัญและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานที่ระบุใน TOR มีความสร้างสรรค์ ทันสมัย และเข้าใจง่าย       | 16 - 20    |
| - มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงถึงแนวคิดด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุนที่สอดคล้องกับสาระสำคัญและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานที่ระบุใน TOR แต่ไม่มีความสร้างสรรค์ ไม่ทันสมัย เข้าใจยาก  | 11 - 15    |
| - มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงถึงแนวคิดด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุนที่สอดคล้องกับสาระสำคัญ แต่ไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานที่ระบุใน TOR ไม่มีความสร้างสรรค์ ไม่ทันสมัย เข้าใจยาก | 5 - 10     |
| - ไม่มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ                                                                                                                                                                         | ไม่ผ่าน    |

10.1.4 ผลงานที่ผ่านมาของบริษัทในการจัดทำบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ  
เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุน ที่จัดทำให้แก่หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือ  
บริษัทขนาดใหญ่ รวม 10 คะแนน

| รายละเอียดการให้คะแนน                                                                                                                                                                             | ระดับคะแนน |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| - มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงถึงแนวคิดด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุน มีความสร้างสรรค์ ทันสมัย และเข้าใจง่าย และมีช่องทางเผยแพร่ชิ้นงานที่ตรวจสอบได้ | 6 - 10     |
| - มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ เพื่อแสดงถึงแนวคิดด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุน มีความสร้างสรรค์ ทันสมัย เข้าใจง่าย แต่ไม่มีช่องทางเผยแพร่ชิ้นงานที่ตรวจสอบได้ | 1 - 5      |
| - ไม่มีการนำเสนอบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ                                                                                                                                          | ไม่ผ่าน    |

ทั้งนี้ ผู้ผ่านเกณฑ์การพิจารณาด้านเทคนิคจะต้องมีคะแนนรวม 60 คะแนนขึ้นไป

## 10.2 เกณฑ์ด้านราคา (20 คะแนน)

คณะกรรมการจะพิจารณาคัดเลือกผู้ชนะจากคะแนนรวมด้านเทคนิคและด้านราคาสูงสุด

## 11. ข้อกำหนดประกอบการยื่นข้อเสนอ

11.1 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ

11.2 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Media Plan) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ

11.3 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษต้นฉบับ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์สำหรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย จำนวน 1 ชิ้นงาน และจะต้องนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุน

11.4 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องส่งบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นผลงานที่ผ่านมาของบริษัท เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการลงทุน ที่จัดทำให้แก่หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทขนาดใหญ่ จำนวน 1 ชิ้นงาน พร้อมยื่นหลักฐานการจัดทำบทความเชิงโฆษณา เช่น ลิงก์เผยแพร่ข่าว (Hyper Link) หรือ News Clipping ประกอบการพิจารณา

11.5 หลักฐานการเป็นนิติบุคคลซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการเผยแพร่สื่อโฆษณาต่างประเทศกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ ได้แก่ สำเนาฉบับสัญญาจ้างเผยแพร่สื่อโฆษณาในด้านที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 1 สัญญา

## 12. งบประมาณ

30,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน)

## 13. อัตราค่าปรับ

กรณีผู้รับจ้างไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามสัญญา ผู้ว่าจ้างจะปรับเป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 ของราคาค่าจ้างทั้งหมด

#### 14. วิธีการจัดจ้าง

วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

#### 15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติตระหนักถึงภาพลักษณ์ไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่มีความพร้อมด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน

15.2 ชาวต่างชาติที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ/ทักษะพิเศษและความมั่งคั่งตระหนักถึงภาพลักษณ์ไทยในฐานะที่เป็นแหล่งรองรับชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง อันเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยต่อยอดความก้าวหน้าด้านการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

15.3 นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติเกิดความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยในฐานะที่เป็นประตูสู่อาเซียน ในทุกมิติที่สำคัญ เช่น การค้า การลงทุน การเงิน การท่องเที่ยว เป็นต้น นำมาซึ่งการตัดสินใจเลือกไทยเป็นฐานการลงทุนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจตนเอง ขณะเดียวกันก็ช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้ก้าวไปพร้อมกัน

#### 16. สถานที่ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ส่งข้อเสนอแนะ วิจารณ์ร่าง TOR หรือแสดงความเห็น

ศูนย์บริการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

โทรศัพท์ 0 2553 8341

อีเมล tongta@boi.go.th

---