

ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)
การลงโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศและสื่อออนไลน์ของ CNBC
เพื่อประชาสัมพันธ์พลิกโฉมประเทศไทยสู่ “ประเทศไทย 4.0”

1. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศสู่ “ประเทศไทย 4.0” โดยจะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และเน้นการสร้างเครื่องยนต์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา มาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมทั้งมีการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศให้เชื่อมโยงการขนส่งทั้งภายในและระหว่างประเทศ และการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ อาทิ ศูนย์กลางด้านการค้าการลงทุนของภูมิภาค ศูนย์กลางด้านการบินของอาเซียน เป็นต้น

อีกทั้ง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจะมีเครื่องมือใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงในการดึงดูดโครงการลงทุนที่มีคุณค่าสูงให้เข้ามาในประเทศมากขึ้น ประด้วยด้วย พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนฉบับแก้ไข และพระราชบัญญัติการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้ภายในปี 2560 นี้

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงานจะต้องดำเนินการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนทั้งรายใหม่และรายเดิมและแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในด้านต่างๆ ในการที่จะพลิกฟื้นและปรับโครงสร้างของประเทศ เพื่อที่จะก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางและร่วมกันก้าวไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระแสหลักประเภทต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และสื่อวิทยุ และการเชิญผู้สื่อข่าวจากต่างประเทศให้มารับทราบโอกาสการลงทุนในประเทศไทย รวมทั้งการจัดกิจกรรมนิทรรศการและงานสัมมนาระดับนานาชาติ ภายใต้ชื่อ “Opportunity Thailand”

ในการนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. พิจารณาแล้ว เห็นว่าการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศและสื่อออนไลน์ของ CNBC เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นนักธุรกิจและนักลงทุนที่เป็นผู้บริหารระดับสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการชักจูงการลงทุนของสำนักงานโดยสถานีโทรทัศน์ CNBC เป็นสถานีโทรทัศน์ข่าวธุรกิจที่มีชื่อเสียงช่องหนึ่งของโลกและสามารถเข้าถึงผู้ชม 381 ล้านครัวเรือนทั่วโลก (เอเชียแปซิฟิก 83.2 ล้านครัวเรือน ยุโรปและตะวันออกกลาง 203.3 ล้านครัวเรือน และอเมริกา 94.3 ล้านครัวเรือน) ในขณะที่มีจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมทางสื่อออนไลน์ของ CNBC ต่อเดือนถึง 27.9 ล้านรายทั่วโลก (อ้างอิงข้อมูลจาก Omniture, May 2016)

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นต่อการลงทุนในประเทศไทย

2.2 เพื่อแสดงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย ในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค (Gateway to ASEAN) และเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของโลก

2.3 เพื่อประกาศทิศทางการลงทุนของประเทศไทยในอนาคต (New Chapter of Investment) พร้อมทั้งเครื่องมือส่งเสริมการลงทุนใหม่ และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐแบบครบวงจรแก่นักลงทุนไทยและต่างชาติ เพื่อนำประเทศไทยไปสู่ “ประเทศไทย 4.0”

2.4 เพื่อแสดงและสร้างความตระหนักถึงศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติในทุกภูมิภาคหลัก ได้แก่ เอเชียแปซิฟิก ยุโรปและตะวันออกกลาง และอเมริกา

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 จัดทำวิดีโอ (Vignette) ทั้งหมด 4 ตอน ประกอบด้วยวิดีโอความยาวประมาณ 60 วินาที จำนวน 3 ตอน และวิดีโอความยาวประมาณ 90 วินาที จำนวน 1 ตอน

4.2 ลงโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศและสื่อออนไลน์ของ CNBC ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และตะวันออกกลาง และอเมริกา โดยช่วงเวลาในการออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์จะเป็นช่วงเวลา Prime Time ซึ่งมีการออกอากาศทั้งหมด 1,149 ครั้ง (Spot) และมีการลงโฆษณาทางสื่อออนไลน์ของ CNBC จำนวน 1,870,000 การมองเห็น (Impression) ทั้งนี้ รายละเอียดและขอบเขตในการลงโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศและสื่อออนไลน์ของ CNBC ดังนี้

สื่อโทรทัศน์ต่างประเทศ CNBC

Airing Areas: US, EMEA, Asia-Pacific

Report length: 60 secs and 90 secs

Total No. of spot: 1,149 spots

รายละเอียดการออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ CNBC Channel ในแต่ละภูมิภาคเป็นดังต่อไปนี้

- **CNBC World (ET):** 354 spots
 - Vignette Spot Campaign (60-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 128 spots (8 weeks)
 - PM Prime (17:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 128 spots (8 weeks)
 - Bonus ROS (00:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 30 spots (4 weeks)
 - Vignette Spot Campaign (90-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 34 spots (12 weeks)
 - PM Prime (17:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 34 spots (12 weeks)
- **EMEA region (CET):** 257 spots
 - Vignette Spot Campaign (60-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 58 spots (8 weeks)
 - PM Prime (17:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 58 spots (8 weeks)
 - Bonus ROS (00:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 24 spots (4 weeks)
 - Event Highlight (60-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 30 spots (4 weeks)
 - PM Prime (17:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 30 spots (4 weeks)
 - Vignette Spot Campaign (90-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 28 spots (12 weeks)

- PM Prime (17:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 29 spots (12 weeks)
- **ASIA region (SIN/HK Time):** 274 spots
 - Vignette Spot Campaign (60-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 71 spots (8 weeks)
 - PM Prime (17:00-01:00hrs) (Mon-Fri) 71 spots (8 weeks)
 - Bonus ROS (00:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 64 spots (8 weeks)
 - Vignette Spot Campaign (90-secs)**
 - AM Prime (05:00-10:00hrs) (Mon-Fri) 34 spots (12 weeks)
 - PM Prime (17:00-01:00hrs) (Mon-Fri) 34 spots (12 weeks)
- **Australia region (AET/ADST):** 264 spots
 - Vignette Spot Campaign (60-secs)**
 - AM Prime (6am-11am) (Mon-Fri) 71 spots (8 weeks)
 - PM Prime (6pm-12am) (Mon-Fri) 71 spots (8 weeks)
 - Bonus ROS (00:00-24:00hrs) (Mon-Fri) 64 spots (8 weeks)
 - Vignette Spot Campaign (90-secs)**
 - AM Prime (6am-11am) (Mon-Fri) 29 spots (12 weeks)
 - PM Prime (6pm-12am) (Mon-Fri) 29 spots (12 weeks)

สื่อออนไลน์ของ CNBC

Geo-Target: Asia-Pacific, US and Europe

Total No. of impression: 1,870,000 impressions

รายละเอียดการออกอากาศทางออนไลน์เป็นดังต่อไปนี้

- **On CNBC.com**
 - (Bonus) 60" Video @ Rectangle Banner (300x250) 200,000 impressions (6 weeks)
~ US/International Homepage
 - 60" Video @ Rectangle Banner (300x250) 300,000 impressions (9 weeks)
~ US/International Homepage
- **On Android/Iphone/Ipad App**
 - (Bonus) 60" Video @ Rectangle Banner (300x250) 400,000 impressions (6 weeks)
~ ROS
 - 60" Video @ Rectangle Banner (300x250) 600,000 impressions (9 weeks)
~ ROS
- **On Mobile Web (Android/iOS)**
 - (Bonus) 60" Video @ Rectangle Banner (300x250) 150,000 impressions (6 weeks)
~ ROS
 - 60" Video @ Rectangle Banner (300x250) 220,000 impressions (9 weeks)
~ ROS

Added Value

- Production of 1 x 60” Event Highlight
- Design and Production of 200x copies of 4” screen video brochure
- Email Newsletter; Morning Squawk (Rectangle Banner – 300 x 250)
- Catalyst Connect Ad & Brand Awareness (Asia & Europe only) – 5 proprietary questions in each region.
- Conversion & hosting of online 60” videos to Flash
- Production of 2 x 60” Vignettes and 1 x 90” Vignette
- MIM certification for 2 x 60” and 1 x 90” vignette
- Second right usage of BOI vignette on BOI’s website for 12 months (Including social media and for Roadshows) and video brochures

5. ระยะเวลาดำเนินงาน

ประมาณเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนกันยายน 2560

6. งบประมาณ

รวมใช้งบประมาณทั้งสิ้น 694,000 USD (at discount rate 77%) หรือประมาณ 24,612,363.00 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 1 USD = 35.4645 บาท www.bot.or.th วันที่ 23 ม.ค. 60 โดยใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2559 งบกลาง รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น เพื่อดำเนินการโครงการดำเนินงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมเพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “ประเทศไทย 4.0”

7. ผู้รับผิดชอบ

ศูนย์บริการลงทุน ชั้น 1 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 555 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 0 2553 8142
