

ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)
การโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศและสื่อออนไลน์ของ CNN
เพื่อประชาสัมพันธ์ชักจูงการลงทุนในเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
(Eastern Economic Corridor: EEC)

1. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และได้เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” โดยจะปรับเปลี่ยนโครงสร้างไปสู่การเป็นเศรษฐกิจฐานความรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ ด้วยการปฏิรูปเศรษฐกิจอย่างจริงจังเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของโครงสร้างพื้นฐานทั้งด้าน Physical infrastructures และด้าน Digital และ ICT

โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลมีแผนงานที่จะจัดทำโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ให้เป็นศูนย์กลางของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไปสู่อนาคต เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน และเป็นพื้นที่สำหรับการส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) โดยครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ซึ่งภายใต้โครงการนี้จะมีการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางถนน รถไฟ ท่าเรือ และนิคมอุตสาหกรรม เพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในทุกด้านที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ในการดึงดูดการลงทุนภาคเอกชนให้เข้ามาลงทุนในพื้นที่ จะมีมาตรการต่างๆ เช่น การให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุน การจัดตั้งกองทุนพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (One Stop Service) การอำนวยความสะดวกในการอนุมัติเรื่อง การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและผังเมือง การเพิ่มความรวดเร็วในการออกใบอนุญาต การประกาศเป็นเขตปลอดภาษี การจัดหาที่ดินและระยะเวลาเช่าที่ดิน ระยะเวลาพักนักและทำงานของนักลงทุนและผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ เป็นต้น และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบต่อการดำเนินการตามโครงการ EEC แล้วเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2559 ที่ผ่านมา

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงาน จะต้องดำเนินการสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนทั้งรายใหม่และรายเดิม เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและโอกาสการลงทุนในด้านต่างๆ โดยเฉพาะใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ EEC ในครั้งนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. พิจารณาแล้วเห็นว่า การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศและสื่อออนไลน์ของ CNN เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นนักธุรกิจและนักลงทุนที่เป็นผู้บริหารระดับสูง โดยสถานีโทรทัศน์ CNN เป็นสถานีโทรทัศน์ข่าวที่มีชื่อเสียงช่องหนึ่งของโลกและสามารถเข้าถึงผู้ชม 452 ล้านครัวเรือนทั่วโลก ได้แก่ ภูมิภาคอเมริกาเหนือ 91.6 ล้านครัวเรือน ภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา 228.1 ล้านครัวเรือน ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก 76.7 ล้านครัวเรือน ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นภูมิภาคเป้าหมายของสกท. (อ้างอิงข้อมูลจาก TBSI Ad Sales Research Q1 2017 และ Nielsen U.S. March 2017) ในขณะที่มีจำนวนครั้งเข้าเยี่ยมชมทางสื่อดิจิทัลของ CNN ต่อเดือนถึง 2,800 ล้านครั้งทั่วโลก (อ้างอิงข้อมูลจาก Adobe Reports & Analytics, CNN.com international, CNN.com, CNN Money.com และ CNN apps; average monthly global traffic from Nov'16 - April'17) ซึ่งการเลือกสถานีโทรทัศน์ CNN เป็นสื่อประชาสัมพันธ์จะทำให้การประชาสัมพันธ์ศักยภาพของพื้นที่ในเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ครอบคลุมในภูมิภาคเป้าหมาย

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อเปรียบเทียบ CNN กับสำนักข่าวระหว่างประเทศรายอื่นๆ จะพบว่า CNN เป็นสื่อต่างประเทศชั้นนำที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มผู้มีศักยภาพด้านการเงิน กลุ่มนักลงทุน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ และกลุ่มผู้บริหารระดับสูงในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามตารางเปรียบเทียบดังต่อไปนี้

ตารางเปรียบเทียบการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ติดตามในระบบโทรทัศน์และดิจิทัลในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
ของสำนักข่าวต่างประเทศช่องต่าง ๆ (รายเดือน)
(กลุ่มผู้มีศักยภาพด้านการเงิน กลุ่มนักลงทุน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง)

Affluents				Investors			
CNN		39%		CNN		41%	
		% CNN advantage				% CNN advantage	
BBC	35%		+12%	BBC	33%		+27%
Bloomberg	19%		+108%	Bloomberg	20%		+111%
CNBC	16%		+135%	CNBC	19%		+114%
Channel NewsAsia	15%		+160%	Channel NewsAsia	12%		+244%

BDMs				C-Suites			
CNN		49%		CNN		47%	
		% CNN advantage				% CNN advantage	
BBC	39%		+26%	BBC	40%		+17%
CNBC	26%		+87%	CNBC	30%		+54%
Bloomberg	26%		+87%	Bloomberg	26%		+81%
Channel NewsAsia	14%		+259%	Channel NewsAsia	15%		+210%

หมายเหตุ: CNN = CNN/CNN Money; BBC = BBC World News/BBC.com; Bloomberg = Bloomberg TV/Bloomberg Businessweek/Bloomberg Markets

ที่มา: Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3 – Q4'16

ตารางเปรียบเทียบการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ติดตามในระบบโทรทัศน์และดิจิทัล
 ในภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ของสำนักข่าวต่างประเทศช่องต่าง ๆ (รายเดือน)
 (กลุ่มครัวเรือน กลุ่มนักลงทุน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง)

Top 10% HHs				Investors			
		 38%				 39%	
		% CNN advantage				% CNN advantage	
BBC	31%		+23%	BBC	32%		+23%
Sky News	30%		+26%	Sky News	31%		+26%
Euronews	24%		+58%	Euronews	24%		+61%
CNBC	15%		+156%	CNBC	16%		+151%
Bloomberg	13%		+196%	Bloomberg	13%		+200%

BDMs				C-Suites			
		 49%				 50%	
		% CNN advantage				% CNN advantage	
BBC	40%		+22%	BBC	40%		+24%
Sky News	38%		+27%	Sky News	39%		+30%
Euronews	29%		+66%	Euronews	33%		+52%
CNBC	22%		+117%	CNBC	24%		+112%
Bloomberg	20%		+140%	Bloomberg	22%		+131%

หมายเหตุ: CNN = CNN/CNN Money/CNN Arabic is included. Local Arabic / African version are included

ที่มา: Ipsos Affluent Survey Europe/Middle East / Africa 2016

ตารางเปรียบเทียบการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ติดตามในระบบโทรทัศน์และดิจิทัลในสหรัฐอเมริกา
 ของสำนักข่าวต่างประเทศช่องต่าง ๆ (รายเดือน)
 (กลุ่มผู้มีศักยภาพด้านการเงิน กลุ่มนักลงทุน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง)

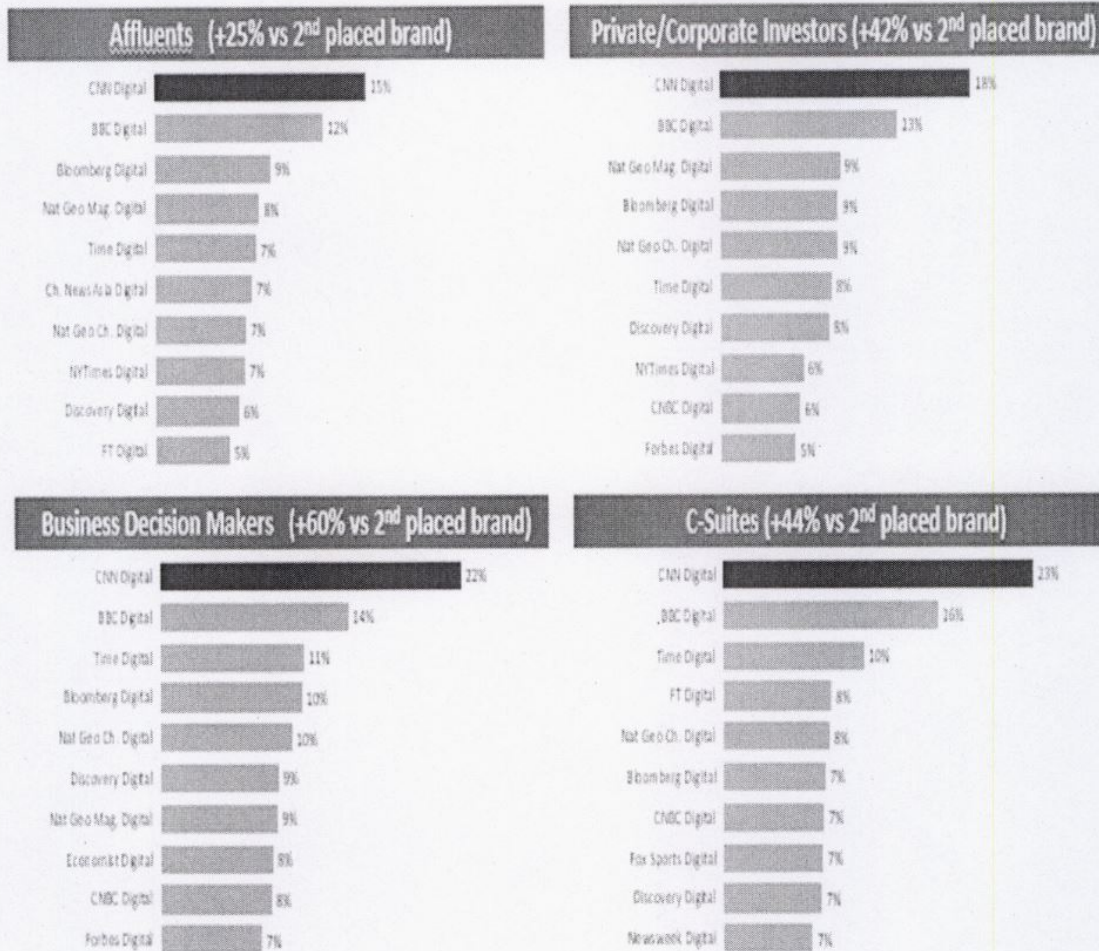
Affluents				Investors			
CNN		55%		CNN		53%	
		% CNN advantage				% CNN advantage	
Fox News	38%		+47%	Fox News	37%		+43%
CNBC	31%		+80%	MSNBC	27%		+96%
MSNBC	26%		+110%	CNBC	26%		+101%
BBCW	24%		+128%	BBCW	20%		+157%
Bloomberg	24%		+128%	Bloomberg	18%		+192%

BDMs				C-Suites			
CNN		54%		CNN		51%	
		% CNN advantage				% CNN advantage	
Fox News	36%		+52%	Fox News	31%		+66%
CNBC	27%		+104%	CNBC	26%		+94%
MSNBC	26%		+111%	Bloomberg	25%		+100%
BBCW	23%		+135%	BBCW	22%		+127%
Bloomberg	22%		+153%	MSNBC	22%		+127%

หมายเหตุ: CNN = CNN/CNN Money; BBC = BBC World News/BBC.com; Bloomberg = Bloomberg
 TV/Bloomberg Businessweek/Bloomberg Markets

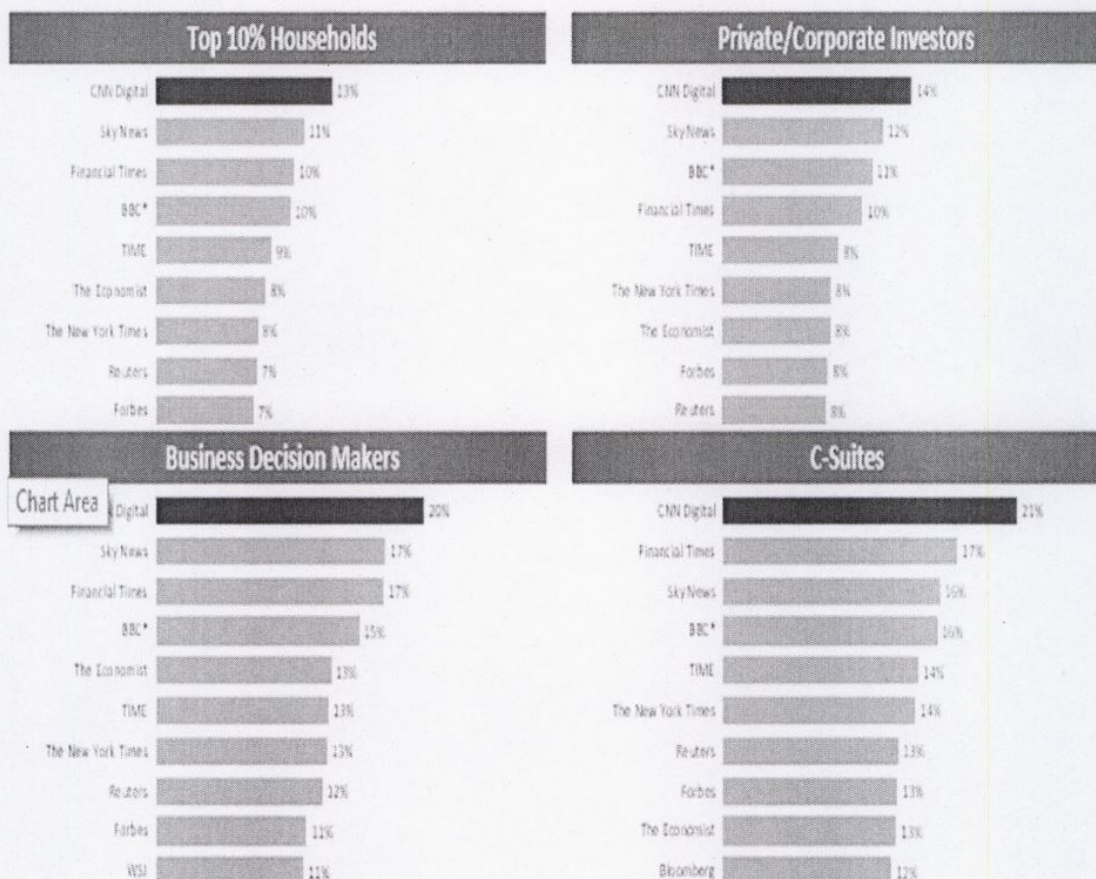
ที่มา: Ipsos Affluent Survey USA Spring 2017

ตารางเปรียบเทียบการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ติดตามในระบบดิจิทัล
ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกของเว็บไซต์สื่อต่างประเทศ (รายเดือน)
(กลุ่มผู้มีศักยภาพด้านการเงิน กลุ่มนักลงทุนภาคเอกชน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ
และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง)



หมายเหตุ: CNN digital incl. CNN Money; Bloomberg incl. Bloomberg TV/
Bloomberg Businessweek/Bloomberg Markets
ที่มา: Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3 – Q4'16

ตารางเปรียบเทียบการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ติดตามในระบบดิจิทัล
ในภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ของเว็บไซต์ต่างประเทศ (รายเดือน)
(กลุ่มครัวเรือน กลุ่มนักลงทุนภาคเอกชน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง)



หมายเหตุ: *CNN digital incl. CNN Money/CNN Arabic ; Arabic and Africa version included

**BBC reach exclude UK where is non ad supported

ที่มา: Ipsos Affluent Survey Europe/Middle East / Africa 2016 (Arabic / African version included)

ตารางเปรียบเทียบการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและผู้ติดตามในระบบดิจิทัลในสหรัฐอเมริกา
ของเว็บไซต์สื่อต่างประเทศ (รายเดือน)
(กลุ่มผู้มีความรู้ทางการเงิน กลุ่มนักลงทุนภาคเอกชน กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ
และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง)



หมายเหตุ: CNN digital incl. CNN Money; Bloomberg incl. Bloomberg TV/Bloomberg Businessweek/Bloomberg Markets

ที่มา: Ipsos Affluent Survey USA Spring 2017

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นต่อการลงทุนในเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
- 2.2 เพื่อแสดงศักยภาพพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกและความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค (Gateway to ASEAN) และเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของโลก
- 2.3 เพื่อประกาศทิศทางการลงทุนของประเทศไทยในอนาคต (New Chapter of Investment) พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์เครื่องมือส่งเสริมการลงทุนสำหรับเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
- 2.4 เพื่อแสดงและสร้างความตระหนักถึงโอกาสในการดำเนินทางธุรกิจในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ศักยภาพอย่างเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติในทุกภูมิภาคหลัก ได้แก่ เอเชีย แปซิฟิก ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา และสหรัฐอเมริกา

4. ขอบเขตการดำเนินงานของผู้รับจ้าง

CNN Channel

1. TV Spot Rotation of 60 sec TVC

Asia Pacific Feed (Hong Kong time)

Duration: 13 weeks in 2018

● Morning Prime rotation (Monday-Friday, 06:00-10:00)	52 spots
● Evening Prime rotation (Monday-Friday, 19:00-24:00)	32 spots
● Bonus Morning Prime rotation (Monday-Friday, 06:00-10:00)	74 spots
● Bonus Evening Prime rotation (Monday-Friday, 19:00-24:00)	94 spots
Total	<u>252 spots</u>

EMEA (Europe, the Middle East and Africa) Feed (Berlin time)

Duration: 5 weeks in 2018

● Morning Prime rotation (Monday-Friday, 06:00-10:00)	14 spots
● Evening Prime rotation (Monday-Friday, 19:00-24:00)	10 spots
● Bonus Morning Prime rotation (Monday-Friday, 06:00-10:00)	36 spots
● Bonus Evening Prime rotation (Monday-Friday, 19:00-24:00)	40 spots
Total	<u>100 spots</u>

North America (United States of America) Feed (Atlanta time)

Duration: 11 weeks in 2018

● Morning Prime rotation (Monday-Friday, 06:00-10:00)	67 spots
● Evening Prime rotation (Monday-Friday, 19:00-24:00)	66 spots
● Bonus Morning Prime rotation (Monday-Friday, 06:00-10:00)	35 spots
● Bonus Evening Prime rotation (Monday-Friday, 19:00-24:00)	36 spots
Total	<u>204 spots</u>

Grand total no. of spots **556 spots**

2. BOI's Digital Branded Content Hub by CNN Create

Geo-target: Asia Pacific, Europe, the Middle East, Africa, and United States of America

Website: CNN.com International and mobile web

Duration: 13 weeks in 2018

Entitlements:

- CNN Create will produce 2 articles on BOI's Digital Branded Content Hub
- 2 versions of 20-40 sec web films on BOI's Digital Branded Content Hub
- Will be accompanied by supporting articles and imagery
- Minimum 3 million impressions of 300x250, 728x90 BOI's promo banners as traffic drivers to BOI's Digital Branded Content Hub
- Minimum 2.7 million Sharethrough Native Units on CNN websites as Traffic Drivers to BOI's Digital Branded Content Hub
- Social Media amplification via CNN Launchpad, on CNN social handles on Facebook to ensure that the content has reached beyond the CNN platform: 2.9 million impressions on article link posts and 144,000 30-sec views on video link posts.
- Min. guaranteed Page Views on BOI's Digital Branded Content Hub: 50,000 views
- Min. guaranteed Engagement Time on BOI's Digital Branded Content Hub: 2 mins,

3. BOI's Display Banner Rotations

Platform: CNN.com International, CNN Mobile Web,
Mobile Applications (ios/Android)

Duration: 13 weeks in 2018

Sections: Web: Home Page, ROS (Run on Site) on desktop and mobile web
Mobile Application: ROA (Run on Application)

Geo-Target: Asia Pacific, Europe, the Middle East, Africa, and
United States of America

BOI's Ad Units on CNN Websites and CNN Application:

Websites:

- | | | | |
|---|----------|----------------|-----------------------|
| - CNN International | Homepage | 300x250 banner | 1,400,000 impressions |
| - CNN Money | Homepage | 300x250 banner | 1,400,000 impressions |
| - CNN Int'l & CNN Money | ROS | 300x250 banner | 750,000 impressions |
| (Audience-targeted to Business Decision Makers, C-Suites at Multinational Corporations and Investors) | | | |
| - CNN International | ROS | 30s pre-roll | 500,000 impressions |

CNN Application:

- | | | | |
|----------------------------|-----|----------------|------------------------------|
| - CNN Mobile & Tablet Apps | ROA | 300x250 banner | 750,000 impressions |
| - CNN Mobile & Tablet Apps | ROA | 15s pre-roll | 500,000 impressions |
| Total | | | 5,300,000 impressions |

Grand total No. of Impressions: 13,900,000 impressions

(BOI's Digital Branded Content Hub + Article link posts on CNN Facebook social handle via Launchpad + BOI's display banner rotations combined)

Guaranteed 30-sec views of video link posts on CNN Facebook social handle via Launchpad: **144,000 views**

4. Bonus Entitlements:

1. Productions for TV Spot Rotation of 60 sec TVC

- 2 x 60 sec Advertorial Production
- 2 x 60 sec MIM Certification application for Astro airing in Malaysia

2. Productions for BOI's Digital Branded Content Hub

- BOI's Digital Branded Content Hub includes
 - 2 Articles
 - 2 versions of 20-40 sec web films
 - Written text + imagery
 - Responsive design
- Production of 300x250 and 728x90 promo banners as traffic drivers to BOI's Digital Branded Content Hub

3. Productions of Display Banner Rotations

- 1 x 30 sec cut down for desktop pre-roll
- 1 x 15 sec cut down for mobile pre-roll
- 2 versions of 300x250 standard banner production

4. Other bonus entitlements:

- Bespoke 3rd party Ad Effectiveness Survey
- BOI Usage Rights for TV Spots, web films, articles and digital banners.
BOI will be allowed usage of these items, for the following:
 - BOI's websites
 - BOI's events/roadshows
 - BOI internal usage
 - Other Thai governmental websites
 - Local TV channels with approval to modify and translate the English VO into Thai language.

5. ระยะเวลาดำเนินงาน

ประมาณ สิงหาคม 2560 – กันยายน 2561

6. งบประมาณ

23,500,000 บาท (ยี่สิบสามล้านห้าแสนบาทถ้วน) โดยใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปี งบประมาณ พ.ศ.2560 งบกลาง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการโครงการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมชักจูงการลงทุนในต่างประเทศ โครงการ EEC

7. งวดการชำระเงิน

ชำระค่าเต็มจำนวน เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าโครงการนี้จะส่งผลให้นักธุรกิจและนักลงทุนต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักในภูมิภาคเป้าหมาย เกิดความเชื่อมั่นและตระหนักถึงศักยภาพและความพร้อมของเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ในฐานะ Gateway to ASEAN และเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของโลก โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย อีกทั้งได้รับทราบและมีความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือส่งเสริมการลงทุนใหม่และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐแบบครบวงจร และทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุนในที่สุด

9. ผู้รับผิดชอบ

ศูนย์บริการลงทุน โทรศัพท์ 0 2553 8271
