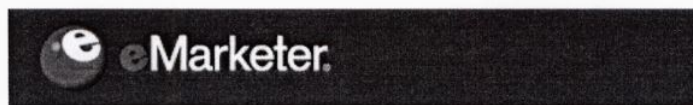


ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)
การดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ประจำปี พ.ศ. 2560
ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding)

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้พฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี โดยสื่อออนไลน์สามารถตอบโจทย์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดีในแง่ของความเร็ว สะดวก และตลอดเวลา อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงที่น้อยกว่า

จากการสำรวจข้อมูลการบริโภคสื่อของ eMarketer ได้สำรวจข้อมูลการบริโภคสื่อประเภทต่างๆ ในแต่ละวันของกลุ่มผู้ใหญ่ชาวอเมริกัน ผลการสำรวจดังตารางด้านล่าง



Average Time Spent per Day with Major Media by US Adults, 2011-2017
hrs:mins

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Digital	3:34	4:10	4:48	5:09	5:29	5:45	5:56
—Mobile (nonvoice)	0:46	1:28	2:15	2:37	2:54	3:08	3:18
—Radio	0:16	0:26	0:32	0:39	0:44	0:49	0:52
—Social networks	0:04	0:09	0:18	0:23	0:27	0:30	0:32
—Video	0:03	0:09	0:17	0:22	0:26	0:29	0:32
—Other	0:23	0:44	1:08	1:14	1:17	1:20	1:22
—Desktop/laptop*	2:30	2:24	2:16	2:14	2:12	2:11	2:10
—Video	0:12	0:20	0:22	0:23	0:24	0:25	0:25
—Social networks	0:21	0:22	0:17	0:16	0:15	0:14	0:13
—Radio	0:12	0:07	0:06	0:06	0:06	0:06	0:06
—Other	1:45	1:35	1:31	1:28	1:27	1:26	1:25
—Other connected devices	0:18	0:18	0:17	0:19	0:23	0:26	0:28
TV**	4:34	4:38	4:31	4:22	4:11	4:03	3:58
Radio**	1:34	1:32	1:30	1:28	1:27	1:25	1:24
Print**	0:46	0:40	0:35	0:32	0:30	0:28	0:27
—Newspapers	0:28	0:24	0:20	0:18	0:17	0:16	0:15
—Magazines	0:19	0:17	0:15	0:13	0:13	0:12	0:11
Other**	0:39	0:38	0:31	0:26	0:24	0:22	0:21
Total	11:08	11:39	11:55	11:57	12:00	12:04	12:05

ตารางที่ 1 แสดงอัตราการใช้เวลาในการบริโภคสื่อประเภทต่างๆ ในปี 2011 – 2017

จากการสำรวจ พบว่าการบริโภคสื่อ Digital (รวมทั้งสื่อออนไลน์และการสื่อสารทางอุปกรณ์โทรศัพท์) มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2011 – 2017 โดยในปี 2011 มีการบริโภคสื่อ Digital เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 34 นาทีต่อวัน ขณะที่ตัวเลขในปี 2017 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นมาเป็น 5 ชั่วโมง 56 นาทีต่อวัน คิดเป็นอัตราการเติบโตในภาพรวมร้อยละ 66.36 ตัวเลขนี้สามารถสื่อให้เห็นว่าผู้บริโภคในปัจจุบันตระหนักและให้ความสำคัญกับสื่อ Digital เป็นอย่างมาก

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. ได้เริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ตั้งแต่ปี 2555 ซึ่งผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ถือได้ว่าประสบความสำเร็จ วัดได้จากจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของสำนักงานที่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2558 – กันยายน 2559 ที่ผ่านมามีฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. ดำเนินการจัดจ้างการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในต่างประเทศเป็นจำนวนเงิน 13 ล้านบาท ผลการดำเนินงานที่สะท้อนออกมาเป็นจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของสำนักงาน มีรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยต่อเดือน ก่อน การลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (ตุลาคม 2558)	ค่าเฉลี่ยต่อเดือน หลัง การลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์อย่างเต็มที่ (มีนาคม-มิถุนายน 2559)	อัตราการเพิ่มขึ้น (เปอร์เซ็นต์)
62,149 คน	108,839 คน	75.1%

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยต่อเดือนของจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สำนักงานก่อน-หลังการลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สำนักงานเฉลี่ยต่อเดือนมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 75.1 หลังจากดำเนินการลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ในปี 2559 จึงเป็นการตอกย้ำความสำเร็จของการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังนักลงทุนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

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

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในฐานะหน่วยงานส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในประเทศ จะต้องดำเนินการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนทั้งรายใหม่และรายเดิม และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในด้านต่างๆ ของประเทศไทย ซึ่งหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารไปยังนักลงทุนที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันนี้ คือ สื่อออนไลน์

ในการนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. จึงเห็นควรใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อหลักในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังนักลงทุนสำหรับปีงบประมาณ 2560 ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเสริมสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจการลงทุนและความพร้อมในด้านต่างๆ ของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในฐานะแหล่งลงทุนชั้นนำและแข่งขันได้ของภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย

2.2 เพื่อแสดงและสร้างความตระหนักถึงศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมเพื่อการสนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัล อุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมด้านการแพทย์ อุตสาหกรรมอากาศยาน อุตสาหกรรม Automations & Robotics และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์นโยบายประเทศไทย 4.0 และนโยบายส่งเสริมการลงทุน ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจการลงทุน รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของสำนักงานไปยังนักลงทุนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนกิจกรรมชักจูงการลงทุนของสำนักงาน

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักลงทุนไทย และนักลงทุนต่างชาติในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร อิตาลี สวีเดน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ นอร์เวย์ รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ฮองกง ไต้หวัน ออสเตรเลีย อินเดีย และสิงคโปร์

4. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

- 4.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง
- 4.2 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- 4.3 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม
- 4.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 4.5 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด
- 4.6 นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วน
- 4.7 นิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) ต้องลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- 4.8 คู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้
- 4.9 ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 สัญญา โดยมีมูลค่าสัญญาแต่ละสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000.00 บาท (สามล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงานเชื่อถือ โดยต้องมีหนังสือรับรองจากหน่วยงานนั้นๆ พร้อมสำเนาฉบับสัญญาทุกโครงการ และนำเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับข้อเสนอด้านเทคนิค

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 งานวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Strategic Planning)

- การวิเคราะห์พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มนักลงทุนเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกหรือ insight ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม และนำเสนอแผนกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย และแสดงถึงการเลือกใช้ประเภทของสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดในการดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

5.2 งานด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Development)

- ออกแบบชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และ insight ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ ชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์สามารถถูกพัฒนาออกมาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอ ภาพนิ่ง แบนเนอร์ คอนเทนต์ (Content) เป็นต้น

5.3 งานนำแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ไปสู่การปฏิบัติจริง (Media Strategy and Implementation)

- ดูแล ประสานงาน และติดตามการดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และปรับเปลี่ยนการใช้สื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มและสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการดูแลช่องทางออนไลน์ของสำนักงานตลอดระยะเวลาโครงการ

5.4 งานผลิตชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ (Production)

- ผลิตชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ พร้อมทั้ง ดูแลและประสานงานเพื่อให้ชิ้นงานนั้นๆ สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และ insight ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่ได้กำหนดไว้

5.5 งานซื้อสื่อออนไลน์ (Online Media)

- ซื้อสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ เพื่อนำชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

6. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

7. การส่งมอบงานและการจ่ายค่าจ้าง

การจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ จะแบ่งออกเป็น 5 งวด ดังนี้ **งวดที่ 1** กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 10 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 1 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานแผนกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกลงซีดี จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 2 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 30 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 3 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และส่งมอบงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกลงซีดี จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 3 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 30 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 5 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และส่งมอบงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกลงซีดี จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 4 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 20 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 7 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และส่งมอบงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกลงซีดี จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 5 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 10 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 9 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานสรุปผลการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และส่งมอบงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกลงซีดี จำนวน 2 ชุด

8. ข้อกำหนดประกอบการเสนอราคา

8.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 สัญญา โดยมีมูลค่าสัญญาแต่ละสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000.00 บาท (สามล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงานเชื่อถือ โดยต้องมีหนังสือรับรองจากหน่วยงานนั้นๆ พร้อมสำเนาฉบับสัญญาทุกโครงการ และนำเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับข้อเสนอด้านเทคนิค

8.2 ให้ส่งเอกสารดังต่อไปนี้มาประกอบการพิจารณา และจะถือว่าเอกสารและตัวอย่างนั้นๆ เป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา

- แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน พร้อมทั้งระบุประเภทและรายละเอียดของสื่อออนไลน์ที่จะเลือกใช้เป็นช่องทางสำหรับการลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นทั้งนักลงทุนไทย และนักลงทุนต่างชาติในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร อิตาลี สวีเดน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ นอร์เวย์ รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ฮองกง ไต้หวัน ออสเตรเลีย อินเดีย และสิงคโปร์

- ตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สำหรับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 2 ตัวอย่าง

- ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท พร้อมทั้งรายละเอียดของทีมงานและประสบการณ์

9. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1. การนำเสนอ (Presentation) แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน พร้อมทั้งระบุประเภทและรายละเอียดของสื่อออนไลน์ที่จะเลือกใช้เป็นช่องทางสำหรับการลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	25
2. ความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจของตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์	25
3. ความพร้อม ประสบการณ์ และผลงานที่ผ่านมาของบริษัทและทีมงาน	20
4. ข้อเสนอราคาในการดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานที่เหมาะสมและคุ้มค่า (ต้องแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่างๆ โดยระบุจำนวนเงินในแต่ละรายการอย่างชัดเจน)	30

ผู้ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจะต้องได้รับคะแนนรวมตั้งแต่ 80 คะแนนขึ้นไป

10. งบประมาณ

14,000,000 บาท (สิบสี่ล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

11. ผู้รับผิดชอบ

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