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

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของคนปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี โดยสื่อออนไลน์สามารถตอบโจทย์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดีในแง่ของความรวดเร็ว สะดวก และตลอดเวลา อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงที่น้อยกว่า

จากการสำรวจข้อมูลการบริโภคสื่อของ eMarketer ได้สำรวจข้อมูลการบริโภคสื่อประเภทต่างๆ ในแต่ละวันของกลุ่มผู้ใหญ่ชาวอเมริกัน ผลการสำรวจดังตารางด้านล่าง

eMarketer

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 ซึ่งผลการดำเนินงานที่ผ่านมานั้น ถือได้ว่าประสบความสำเร็จ วัดได้จากจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของสำนักงาน ที่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2558 – กันยายน 2559 ที่ผ่านมาฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. ดำเนินการจัดจ้างการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในต่างประเทศเป็นจำนวนเงิน 13 ล้านบาท ผลการดำเนินงานที่สะท้อนออกมาเป็นจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของสำนักงาน มีรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยต่อเดือน <u>ก่อน</u> การลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (ตุลาคม 2558)	ค่าเฉลี่ยต่อเดือน <u>หลัง</u> การลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์อย่างเต็มที่ (มีนาคม–มิถุนายน 2559)	อัตราการเพิ่มขึ้น (เปอร์เซ็นต์)
62,149 คน	108,839 คน	**75.1%**

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยต่อเดือนของจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์สำนักงานก่อน-หลังการลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์สำนักงานเฉลี่ยต่อเดือนมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 75.1 หลังจากดำเนินลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ในปี 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 เพื่อเสริมสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจการลงทุนและความพร้อมในด้านต่างๆของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในฐานะแหล่งลงทุนชั้นนำและแข่งขันได้ของภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย

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 ฮ่องกง ไต้หวัน ออสเตรเลีย อินเดีย และสิงคโปร์

4. คุณสมบัติของผู้เสนอราคา

4.1 ผู้เสนอราคาต้องเป็นผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาจ้าง

4.2 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานของราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทิ้งงานตามระเบียบของทางราชการ

4.3 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่น ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

4.4 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เสนอราคาได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

4.5 ผู้เสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกประเมินสิทธิผู้เสนอราคาในสถานะที่ห้ามเข้าเสนอราคาและห้ามทำสัญญาตามที่ กวพ. กำหนด

4.6 ผู้เสนอราคาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญาต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วน

4.7 ผู้เสนอราคาที่จะเข้าเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของภาครัฐซึ่งได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (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 พร้อมสำเนาคู่ฉบับสัญญาทุกโครงการ และนำเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับข้อเสนอด้านเทคนิค

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 งานวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Strategic Planning)

- การวิเคราะห์พฤติกรรมและความสนใจของกลุ่มนักลงทุนเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกหรือ insight ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม และนำเสนอแผนกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย และแสดงถึงการเลือกใช้ประเภทของสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

5.2 งานด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Development)

- ออกแบบชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และ insight ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ ชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์สามารถถูกพัฒนาออกมาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอ ภาพนิ่ง แบนเนอร์ คอนเท้นท์ (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 และส่งมอบ

งานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ 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 โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ 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 พร้อมสำเนาคู่ฉบับสัญญาทุกโครงการ 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 ฮ่องกง ไต้หวัน ออสเตรเลีย อินเดีย และสิงคโปร์ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์
- ตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สำหรับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 2 ตัวอย่าง
- ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท พร้อมทั้งรายละเอียดของทีมงานและประสบการณ์

9. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
1. การนำเสนอ (Presentation) แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน พร้อมทั้งระบุประเภทและรายละเอียดของสื่อออนไลน์ที่จะเลือกใช้เป็นช่องทางสำหรับการลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	20
2. ความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจของตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์	20
3. ความพร้อม ประสบการณ์ และผลงานที่ผ่านมาของบริษัทและทีมงาน	20
4. ข้อเสนอราคาในการดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานที่เหมาะสมและคุ้มค่า (ต้องแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่างๆ โดยระบุจำนวนเงินในแต่ละรายการอย่างชัดเจน)	40

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 02-5538142, 02-5538438 อีเมล์ siwadee@boi.go.th, nattarinee@boi.go.th

****