

ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)
การโฆษณาในสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ต่างประเทศของ CNBC ประจำปีงบประมาณ 2561

1. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและได้เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” โดยจะปรับเปลี่ยนโครงสร้างประเทศไปสู่การเป็นเศรษฐกิจฐานความรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการปฏิรูปเศรษฐกิจอย่างจริงจังเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและการดำเนินธุรกิจ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลมีแผนงานที่จะจัดทำโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ให้เป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไปสู่อนาคต เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน ภายใต้โครงการนี้จะเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth) และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทำให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตได้ในระยะยาว ซึ่งตามแผนงานดังกล่าวจะมีการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางถนน รถไฟ ท่าเรือ และนิคมอุตสาหกรรม เพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ๆ ที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต และในการดึงดูดการลงทุนภาคเอกชนทั้งไทยและต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในพื้นที่ จะมีมาตรการต่างๆ เช่น การให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุน การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (One Stop Service) เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงานจะต้องเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มลงทุนทั้งรายใหม่และรายเดิม และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพ โอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนความพร้อมในด้านต่างๆ ของไทยให้กลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกได้รับรู้ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถรองความเป็นผู้นำอันดับต้นๆ ในฐานะแหล่งรองรับการลงทุนที่สำคัญของโลกต่อไป

ในการนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. พิจารณาแล้ว เห็นว่าการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ต่างประเทศของ CNBC เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นนักธุรกิจและนักลงทุนที่เป็นผู้บริหารระดับสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการชักจูงการลงทุนของสำนักงาน โดยสถานีโทรทัศน์ CNBC เป็นสถานีโทรทัศน์ข่าวธุรกิจที่มีชื่อเสียงช่องหนึ่งของโลกและสามารถเข้าถึงผู้ชมมากกว่า 409 ล้านครัวเรือนทั่วโลก (เอเชียแปซิฟิก 106.1 ล้านครัวเรือน ยุโรปและตะวันออกกลาง 211.3 ล้านครัวเรือน และอเมริกา 91.8 ล้านครัวเรือน) ในขณะที่มีจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชม (Unique Visitors) ทางสื่อออนไลน์ของ CNBC ต่อเดือนถึง 55.7 ล้านรายทั่วโลก และมีจำนวนการเปิดดูหน้าเพจ (Page Views) สื่อออนไลน์ของ CNBC ต่อเดือนถึง 318.1 ล้านครั้ง (อ้างอิงข้อมูลจาก Adobe Analytics (Omniure), November 2017) นอกจากนี้ ยังพบว่าทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ต่างประเทศของ CNBC สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนในต่างประเทศ (FDI Decision Makers) กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ (Business Decision Maker) และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง (C-Suite) ในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในด้านของการเข้าถึงสถานีโทรทัศน์ข่าวธุรกิจของกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ (Business Decision Maker) และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง (C-Suite) ทั่วโลก นั้น ทาง Ipsos Affluent Survey ได้สำรวจผลจากทุกภูมิภาคทั่วโลก พบว่า สถานีโทรทัศน์ CNBC สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจและกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ได้มากกว่าสถานีโทรทัศน์ข่าวธุรกิจอื่น โดยสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจทั่วโลกได้ถึง 8,234,787 คน และเข้าถึงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงทั่วโลกได้ถึง 3,852,293 คน รายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจ (Business Decision Maker) และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง (C-Suite) ทั่วโลกของสถานีโทรทัศน์ข่าวธุรกิจ

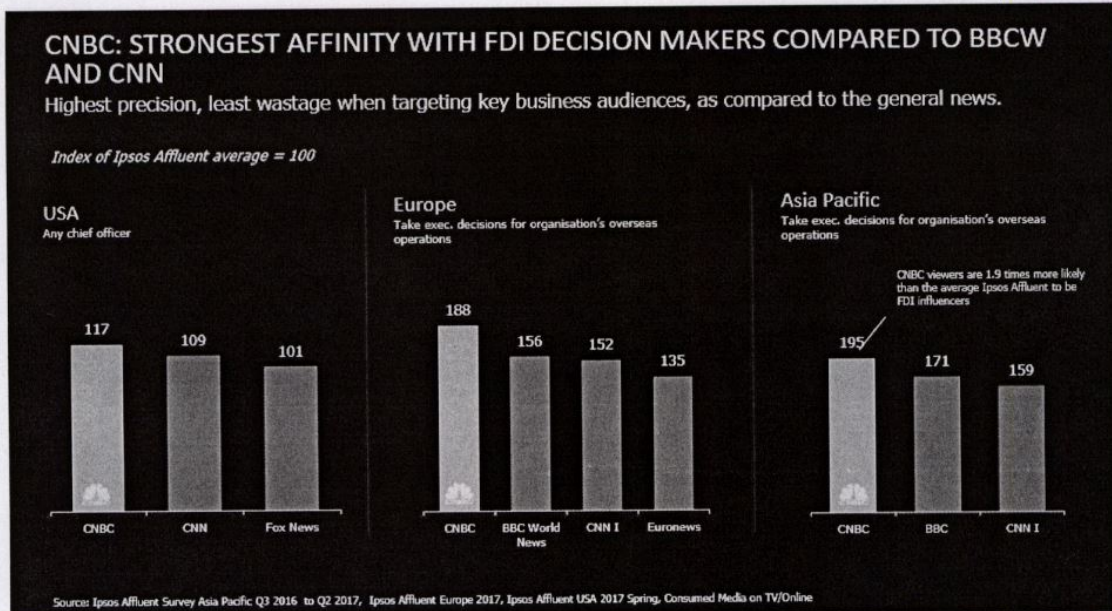
		CNBC TV	Bloomberg TV	Fox Business News
Business Decision Makers	APAC	982,787	797,861	N.A.
	EUROPE	1,789,000	1,319,000	N.A.
	USA	5,463,000	1,453,000	3,073,000
	Global	8,234,787	3,569,861	3,073,000
C-Suite	APAC	406,293	292,511	N.A.
	EUROPE	540,000	379,000	N.A.
	USA	2,906,000	942,000	1,821,000
	Global	3,852,293	1,613,511	1,821,000

Source: Ipsos Affluent Europe 2017 Viewed channel last month; Ipsos Affluent Survey USA Fall 2017 Adults 18 or older, HHI \$125,000+ Viewed in past 7 days; On a television; Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3'16-Q2'17 Media brands - Ways of consumption; Programs on TV

ที่มา : ข้อมูลจาก Ipsos Affluent Europe 2017, Ipsos Affluent Survey USA Fall 2017 และ Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3'16-Q2'17

นอกจากนี้ Ipsos Affluent Survey ได้จัดทำรายงานดัชนีการเข้าถึงกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนในต่างประเทศ (FDI Decision Makers) ทั่วโลกของทั้งสื่อโทรทัศน์และออนไลน์ธุรกิจ พบว่า ทั้งสื่อโทรทัศน์และออนไลน์ของ CNBC มีดัชนีการเข้าถึงกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนในต่างประเทศได้สูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อชั้นนำรายอื่นๆ รายละเอียดตามกราฟต่อไปนี้

กราฟแสดงดัชนีการเข้าถึงกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนในต่างประเทศ (FDI Decision Makers)
ทั่วโลกของทั้งสื่อโทรทัศน์และออนไลน์ธุรกิจ



ที่มา : ข้อมูลจาก Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3'16-Q2'17, Ipsos Affluent Europe 2017 และ Ipsos Affluent USA 2017 Spring

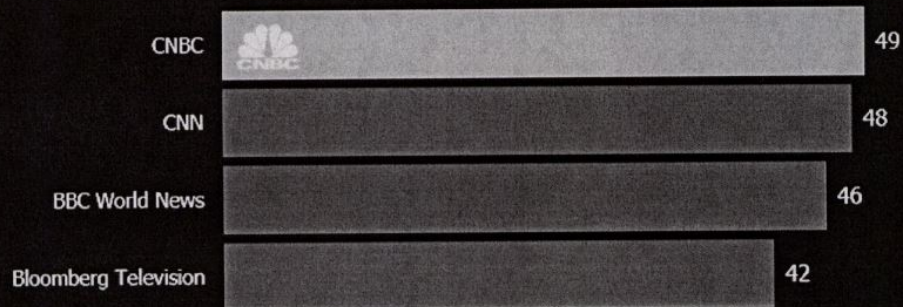
จากการสำรวจข้อมูลของ Ipsos Affluent Survey Asia Pacific ในช่วงระหว่างไตรมาสที่ 3 ของปี 2016 – ไตรมาสที่ 2 ของปี 2017 พบว่ากลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้บริหารระดับสูง (C-Suite) ได้ใช้เวลาในการรับชมช่องโทรทัศน์ CNBC เฉลี่ยสูงถึง 49 นาทีต่อวัน ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าช่อง International News Channel อื่นๆ ในขณะที่ Comscore Worldwide ซึ่งเป็นผู้นำระดับโลกในการให้บริการวัดผลข้อมูลสถิติดิจิทัลและการวิเคราะห์ธุรกิจดิจิทัล พบว่า ในช่วงเดือนมีนาคม 2017 มีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ CNBC.com เฉลี่ยสูงถึง 5.3 นาทีต่อครั้งการเข้าเยี่ยมชม ซึ่งเป็นตัวเลขระยะเวลาที่สูงกว่าเว็บไซต์ธุรกิจอื่นๆ โดยมีรายละเอียดตามกราฟต่อไปนี้

กราฟแสดงระยะเวลาเฉลี่ยในการรับชม International News Channel ต่อวันของกลุ่มผู้ชม
ที่เป็นผู้บริหารระดับสูง (หน่วย : นาที)

CNBC IS #1 FOR ENGAGEMENT

Viewers watch more CNBC than other international news channels.

Average Daily Time Spent Watching TV Channel (minutes)



C-suite definitions: Job title, position or rank in your company; CEO or Chairman or Managing Director or President or Other chief or C-level officer or Owner/partner or CFO
Source: Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3'16-Q2'17

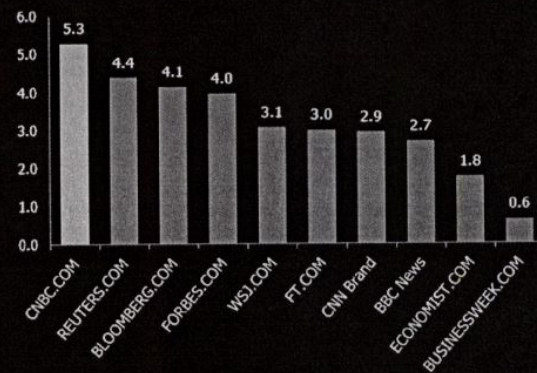
ที่มา : ข้อมูลจาก Ipsos Affluent Survey Asia Pacific Q3'16-Q2'17

กราฟแสดงระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าชมเว็บไซต์ธุรกิจ (หน่วย : นาที)

CNBC.COM: UNRIVALED ONLINE ENGAGEMENT

USERS SPEND MORE TIME ON
CNBC.COM THAN ANY CORE
COMPETITOR.

Average Time Spent on Website per Visit (minutes)

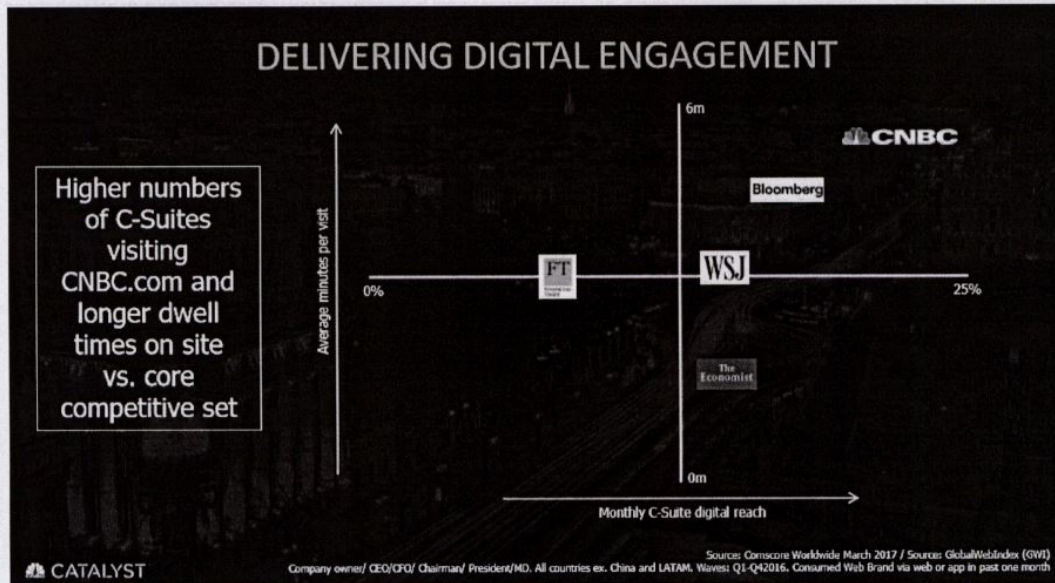


Source: Comscore Worldwide March 2017

ที่มา : ข้อมูลจาก Comscore Worldwide, March 2017

จากข้อมูลของ Comscore Worldwide ในช่วงเดือนมีนาคม 2017 และ GlobalWebIndex (GWI) พบว่า เว็บไซต์ CNBC.com สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริหารระดับสูงได้มากกว่าเว็บไซต์ธุรกิจอื่นๆ ทั้งในด้านจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์และระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าชมเว็บไซต์ โดยมีรายละเอียดตามกราฟต่อไปนี้

กราฟแสดงการเข้าถึงกลุ่มผู้บริหารระดับสูง (C-Suite) ทั่วโลกของเว็บไซต์ธุรกิจ



ที่มา : ข้อมูลจาก Comscore Worldwide, March 2017/ GlobalWebIndex (GWI)

จากเหตุผลข้างต้น สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ต่างประเทศของ CNBC จึงเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสารไปยังนักธุรกิจและนักลงทุนที่เป็นผู้บริหารระดับสูงในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการลงทุนประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นต่อการลงทุนในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อแสดงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย ในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค (Gateway of ASEAN) และเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของโลก
- 2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์ทิศทาง นโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย รวมทั้งมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐแบบครบวงจร เพื่อนำประเทศไทยไปสู่ “ประเทศไทย 4.0”
- 2.4 เพื่อประชาสัมพันธ์ศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติในทุกภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรปและตะวันออกกลาง และอเมริกา

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

CNBC Channel

World (60-sec Vignette)	115 spots
— AM Prime (0500 – 1000hrs, Mon-Fri)	49 spots
— PM Prime (1700 – 2400hrs, Mon- Fri)	47 spots
— BONUS: ROS (0000-2400hrs, Mon-Fri)	19 spots
EMEA (60-sec Vignette)	115 spots
— AM Prime (0500 – 1000hrs, Mon-Fri)	47 spots
— PM Prime (1700 – 2400hrs, Mon- Fri)	47 spots
— BONUS: ROS (0000-2400hrs, Mon-Fri)	21 spots
APAC (60-sec Vignette)	225 spots
— AM Prime (0500 – 1000hrs, Mon-Fri)	84 spots
— PM Prime (1700 – 0100hrs, Mon- Fri)	84 spots
— BONUS: ROS (0000-2400hrs, Mon-Fri)	57 spots
Nikkei CNBC (30-sec Vignette)	33 spots
— BONUS: ROS (0000-2400hrs, Mon-Fri)	33 spots
SBS CNBC (30-sec Vignette)	28 spots
— BONUS: PM Prime (2000-0200hrs, Mon-Fri)	28 spots
Grand total no. of spots	516 spots

CNBC Online - Vignette

Geo-target : APAC, US, Europe

Cnbc.com

— Bonus: Video Rectangle (300 x250)	200,000 impressions
— Video Rectangle (300x250)	313,000 impressions

Android/Iphone/Ipad App

— Bonus: Video Rectangle (300 x250)	400,000 impressions
— Video Rectangle (300x250)	1,952,000 impressions

Mobile Web (Android/iOS)

— Bonus: Video Rectangle (300 x250)	150,000 impressions
— Video Rectangle (300x250)	760,000 impressions

CNBC Online - Native

Geo-target : Global

CNBC.com/Mobile Web

1 x Native Ad with 1 x 2-3 mins Vignette

- Content Promotion on CNBC.com (2x International Homepage, 2x Asia & 2x Europe News Sections)
- Content Promotion on CNBC Social Media (2x FB & 1x Twitter)
- Content Amplification (Min PV 80,000)

Geo-target : APAC, US, Europe

CNBC.com

- Native Traffic Driver: Rectangle (300x250) 4,600,000 impressions

Mobile Web/Android/Iphone/Ipad App

- Native Traffic Driver: Rectangle (300x250) 5,049,000 impressions

Added Value

- Production of 1 x 2-3 mins Vignette for Native, 1x60" Cut-down Vignette + 1x30" Cut-down Vignette for Nikkei Japan + 1x30" Cut-down Vignette for SBS Korea + 1x15" Cut- down Vignette for Mobile
- Translation & VO in Japanese
- Translation & VO in Korean
- 15 x Email Newsletter; Morning Squawk (Leaderboard Banner - 728x90)
- Design & Production of Leaderboard banner (728x90) for Morning Squawk
- Catalyst connect Ad & Brand awareness (Asia & Europe only) - 5 Proprietary questions in each region
- Conversion & Hosting of online 60" videos to FLASH
- MIM certification for 1x60" vignette
- Second right usage of BOI vignettes & Native Ad on BOI's website for 12 month (Including social media and for Roadshows)
- Production of 1 x Native Ad + Banners Creation

5. ระยะเวลาดำเนินงาน

11 เดือน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 โครงการนี้จะทำให้นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางและนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ของประเทศไทยที่จะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติมีความเชื่อมั่นต่อการลงทุนในประเทศไทย

6.2 โครงการนี้จะช่วยทำให้นักธุรกิจและนักลงทุนต่างชาติตระหนักถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค (Gateway of ASEAN) และเป็นแหล่งรองรับการลงทุนชั้นนำของโลก

7. งบประมาณ

16,000,000 บาท (สิบหกล้านบาทถ้วน) โดยใช้งบประมาณประจำปี 2561 หมวดกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย

8. การส่งมอบงานและการชำระเงิน

ชำระเต็มจำนวน เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการเสร็จสิ้น และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

9. ผู้รับผิดชอบ

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