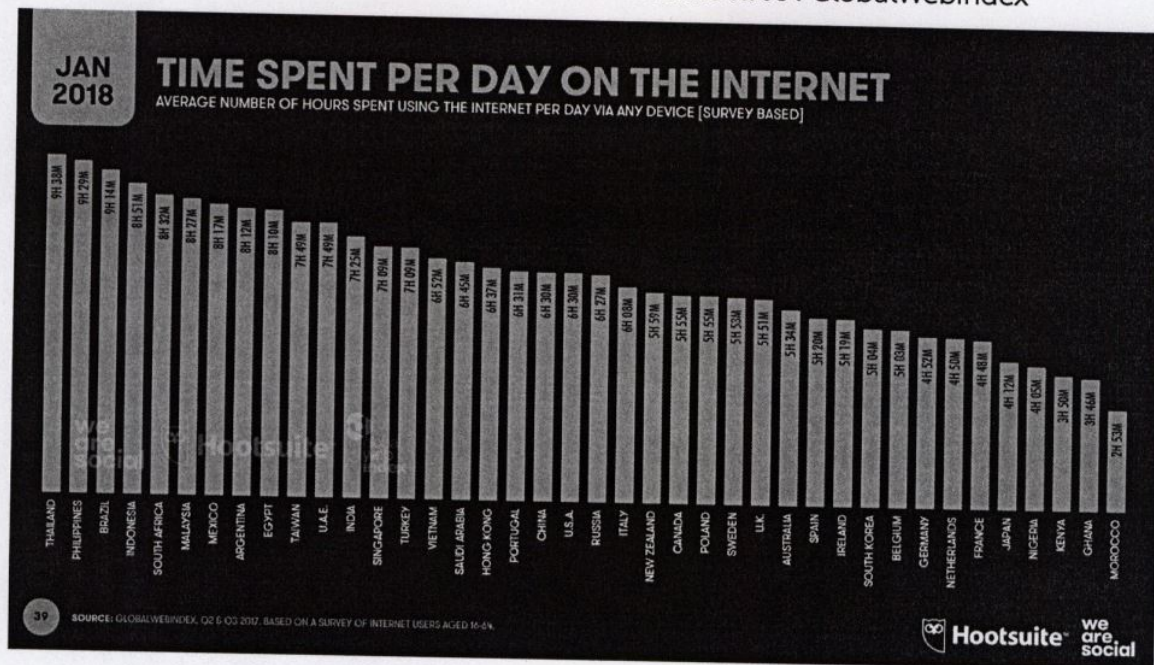


ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)
การดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ปีงบประมาณ 2562

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของคนปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี โดย We Are Social บริษัท เอเจนซีวิจัยด้านโซเชียลมีเดียชื่อดัง ได้ทำการสำรวจสถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกและรายงานผลสำรวจ ณ เดือนมกราคม 2561 พบว่าในปี 2561 มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกสูงถึง 4.021 พันล้านคน คิดเป็นอัตราที่สูงกว่าปีที่ผ่านมาถึงกว่า 7% นั้นแสดงให้เห็นว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั่วโลกในขณะนี้ อยู่บนโลกออนไลน์ นอกจากนี้ ยังพบตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับระยะเวลาที่ผู้ใช้งานทั่วโลกอยู่บนโลก อินเทอร์เน็ต ซึ่ง GlobalWebIndex ได้ทำการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชากรทั่วโลกที่มีอายุ 16 - 64 ปี ในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 ของปี 2560 พบว่ามีระยะเวลาการใช้เน็ตต่อวันสูงถึง ประมาณ 6 ชั่วโมง ซึ่งเท่ากับ 1 ใน 3 ของเวลาที่คนเรานอน

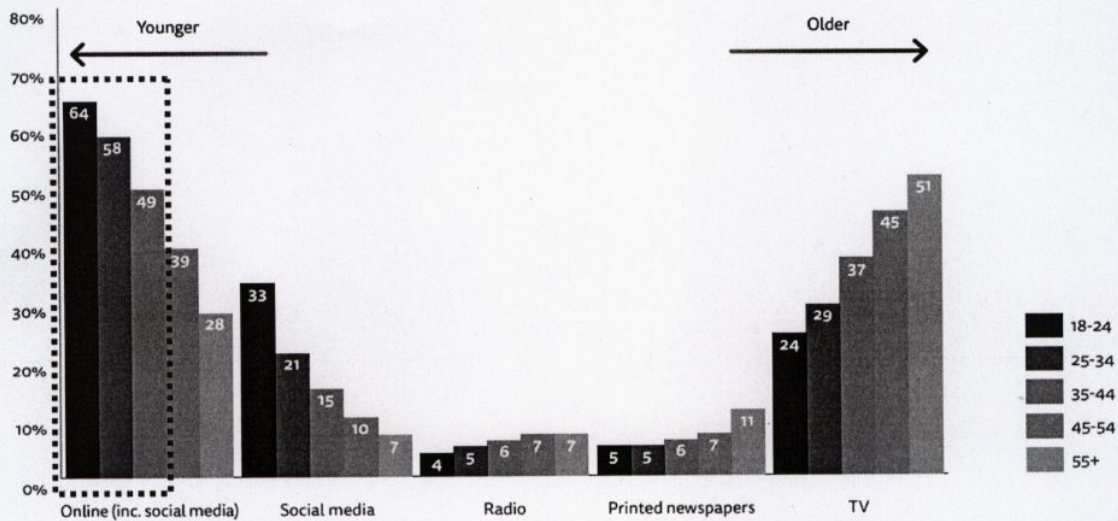
ผลสำรวจระยะเวลาที่คนทั่วโลกใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวันของ GlobalWebIndex



ในขณะที่ รายงานการสำรวจ Reuters Institute Digital News Report 2017 ซึ่ง The Reuters Institute และ University of Oxford ได้ร่วมมือกันสำรวจกลุ่มตัวอย่างกว่า 70,000 คนทั่วโลก เกี่ยวกับช่องทางหลักในการติดตามข่าว พบว่า จำนวนมากกว่า 50% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 - 44 ปี ติดตามข่าวสารทางช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดีย

ผลสำรวจช่องทางหลักในการติดตามข่าวของ Reuters Institute Digital News Report 2017

MAIN SOURCE OF NEWS BY AGE - ALL MARKETS



Q4. You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your MAIN source of news? Base: Aged 18-24/25-34/35-44/45-54/55+ that used a source of news in the last week. All markets = 7754/12,332/12,976/12,630/24,620.

จากผลการสำรวจข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าในปัจจุบันคนทั่วโลกมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในอัตราสูงมากและสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งคนส่วนใหญ่ยังใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการติดตามข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น ถือได้ว่าสื่อออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญเกือบจะแทนที่สื่อกระแสหลักแบบดั้งเดิม อีกทั้ง สื่อออนไลน์สามารถตอบโต้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดีในแง่ของความเร็ว สะดวก และตลอดเวลา และยังมีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงที่น้อยกว่า

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

โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลกำลังมุ่งพัฒนาโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ให้เป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไปสู่อนาคต ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ “ประเทศไทย 4.0” ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern Seaboard ที่ดำเนินมาตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา ภายใต้โครงการนี้จะเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth) และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทำให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตได้ในระยะยาว ซึ่งตามแผนงานดังกล่าวจะมีการพัฒนาและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของประเทศ อาทิ ถนน รถไฟ ท่าเรือ เป็นต้น เพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ๆ ที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต และดึงดูดการลงทุนภาคเอกชนให้เข้ามาลงทุนในพื้นที่ โดยโครงการนี้จะเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในฐานะหน่วยงานส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในประเทศ จะต้องดำเนินการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนทั้งรายใหม่และรายเดิม และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในด้านต่างๆ ของประเทศไทย ซึ่งหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารไปยังนักลงทุนที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันนี้ คือ สื่อออนไลน์

ในการนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. จึงเห็นควรใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อหลักในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังนักลงทุนสำหรับปีงบประมาณ 2562 ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเสริมสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจการลงทุนและความพร้อมในด้านต่างๆ ของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในฐานะแหล่งลงทุนชั้นนำและแข่งขันได้ของกลุ่มอาเซียนและในเอเชีย

2.2 เพื่อแสดงและสร้างความตระหนักถึงศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์นโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุน ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจการลงทุน รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของสำนักงานไปยังนักลงทุนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนกิจกรรมชักจูงการลงทุนของสำนักงาน

3. กลุ่มเป้าหมาย

นักลงทุนต่างชาติในประเทศเป้าหมาย ได้แก่

3.1 ประเทศที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 คือ เยอรมนี ฝรั่งเศส อังกฤษ และเนเธอร์แลนด์

3.2 ประเทศที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 คือ อเมริกา สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน และเกาหลีใต้

3.3 ประเทศที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 คือ แคนาดา สวีเดน เดนมาร์ก ออสเตรเลีย และอินเดีย

4. ขอบเขตการดำเนินงาน

4.1 งานวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Strategic Planning)

- กำหนดแผนกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และแสดงถึงการเลือกใช้ประเภทของสื่อออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะทำให้การดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เกิดประสิทธิผลสูงสุด

4.2 งานด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Development)

- ออกแบบชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์จะต้องมีความเหมาะสมสำหรับนำไปพัฒนาเป็นสื่อได้หลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอ แบนเนอร์ บทความเป็นต้น

4.3 งานนำแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ไปสู่การปฏิบัติจริง (Media Strategy and Implementation)

- ประสานงาน ดูแล และติดตาม (monitor) การดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ รวมถึงการดูแลช่องทางออนไลน์ของสำนักงานตลอดระยะเวลาโครงการ

4.4 งานผลิตชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ (Creative Production)

- ผลิตชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องประกอบด้วยรูปแบบชิ้นงานดังต่อไปนี้ เป็นอย่างน้อย

- Online VDO ความยาวประมาณ 45 - 60 วินาที จำนวนอย่างน้อย 1 เรื่อง
- Testimonial VDO ความยาวประมาณ 45 - 60 วินาที จำนวนอย่างน้อย 2 เรื่อง
- Online Banner จำนวนอย่างน้อย 2 รูปแบบ
- และชิ้นงานออนไลน์อื่นๆที่มีความเหมาะสม

- ปรับรูปแบบและขนาดให้สอดคล้องกับสื่อที่จะนำไปลงโฆษณา

4.5 งานซื้อสื่อออนไลน์ (Online Media)

- ซื้อสื่อออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดียประเภทต่างๆ เพื่อนำชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยต้องเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านธุรกิจ เศรษฐกิจและการลงทุน อาทิ Bloomberg, CNBC, Reuters, The New York Times เป็นต้น

5. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

- 5.1 มีความสามารถตามกฎหมาย
- 5.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- 5.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
- 5.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง
- 5.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย
- 5.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา
- 5.7 เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว
- 5.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้
- 5.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น
- 5.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง
- 5.11 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด

- 5.12 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
- 5.13 ผู้ยื่นข้อเสนอซึ่งได้รับคัดเลือกเป็นคู่สัญญาต้องรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การจ่ายเงินแต่ละครั้งซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาทคู่สัญญาอาจจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. กำหนด
- 5.14 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 สัญญา โดยมีมูลค่าสัญญาแต่ละสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000.00 บาท (สามล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชนที่สำนักงานเชื่อถือ โดยต้องมีสำเนาฉบับสัญญาทุกโครงการ และนำเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับข้อเสนอด้านเทคนิค

6. หลักฐานการเสนอราคา

- 6.1 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล
 - 6.1.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง ทั้งนี้ หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลจะต้องรับรองมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน นับถึงวันยื่นของเสนอราคา
 - 6.1.2 บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง ทั้งนี้ หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลจะต้องรับรองมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน นับถึงวันยื่นของเสนอราคา
- 6.2 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่นข้อเสนอ สำเนาข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง
- 6.3 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีเชื้อชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคลให้ยื่นเอกสารตามที่ระบุไว้ในข้อ (6.1)
- 6.4 สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)
- 6.5 หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นแทน

7. ข้อกำหนดประกอบการยื่นข้อเสนอ

ให้ส่งเอกสารดังต่อไปนี้มาประกอบการพิจารณาและจะถือว่าเอกสารและตัวอย่างนั้นๆ เป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา

- แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน พร้อมทั้งระบุประเภทและรายละเอียดของสื่อออนไลน์ที่จะเลือกใช้เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังนักลงทุนต่างชาติในประเทศเป้าหมาย ได้แก่ ฮองกง ไต้หวัน เกาหลี เยอรมนี อเมริกา สิงคโปร์ ฝรั่งเศส อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา สวีเดน เดนมาร์ก ออสเตรเลีย และอินเดีย รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะทำให้การดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เกิดประสิทธิผลสูงสุด
- ตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สำหรับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 2 ตัวอย่าง
- ประวัติและผลงานที่ผ่านมาของบริษัท พร้อมทั้งรายละเอียดของทีมงานและประสบการณ์

8. ค่าจ้างและการจ่ายเงิน

การจ่ายเงินค่าจ้างดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 งวด ดังนี้
งวดที่ 1 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 10 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 1 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานแผนกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกผล Flash Drive จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 2 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 55 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 5 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และส่งมอบงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกผล Flash Drive จำนวน 2 ชุด

งวดที่ 3 กำหนดจ่ายค่าจ้างในอัตราร้อยละ 35 ของมูลค่าสัญญา ภายในระยะเวลา 9 เดือนนับจากวันลงนามในสัญญา โดยส่งมอบรายงานความคืบหน้าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และส่งมอบงานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ พร้อมทั้งไฟล์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารจัดพิมพ์สี จำนวน 2 ชุด พร้อมบันทึกผล Flash Drive จำนวน 2 ชุด

9. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินการ 9 เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

10. หลักเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ

“ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องนำเสนอ (Presentation) ข้อเสนอด้านเทคนิค ระยะเวลาประมาณ 40 นาที โดยแบ่งออกเป็นการนำเสนอข้อเสนอด้านเทคนิคประมาณ 20 นาที และคณะกรรมการซักถามคำถามประมาณ 20 นาที”

หลักเกณฑ์การพิจารณา	คะแนน
เกณฑ์ด้านเทคนิค	
1. การนำเสนอ (Presentation) แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน พร้อมทั้งระบุประเภทและรายละเอียดของสื่อออนไลน์ที่จะเลือกใช้เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะทำให้การดำเนินการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เกิดประสิทธิผลสูงสุด	30
2. ความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจของตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์	30
3. ความพร้อม ประสิทธิภาพ และผลงานที่ผ่านมาของบริษัทและทีมงาน	20
เกณฑ์ด้านราคา	
4. ข้อเสนอราคาในการดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานที่เหมาะสมและคุ้มค่า	20

หมายเหตุ คณะกรรมการจะคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านเทคนิค ไม่น้อยกว่า 68 คะแนนจากคณะกรรมการทุกคน และจะคัดเลือกรายได้คะแนนรวมด้านเทคนิคและด้านราคามากที่สุด

11. งบประมาณ

10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

12. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

ศูนย์บริการลงทุน ชั้น 1 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 555 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ 02-5538142 อีเมล siwadee@boi.go.th
