

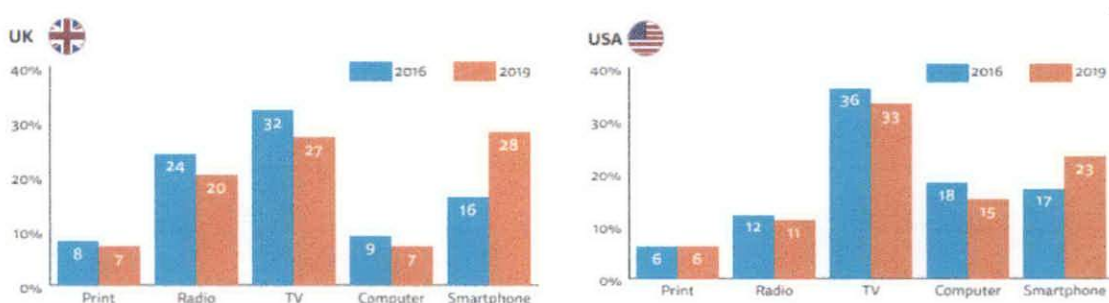
ขอบข่ายของงาน (Term of Reference : TOR)

การดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ปีงบประมาณ 2563

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของคนปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี โดยบริษัท We Are Social ซึ่งเป็นเอเจนซีวิจัยด้านโซเชียลมีเดียชื่อดัง ได้ทำการสำรวจสถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกและรายงานผลสำรวจ ณ เดือนมกราคม 2562 พบว่าในปี 2562 มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกสูงถึง 4.388 พันล้านคน คิดเป็นอัตราที่สูงกว่าปีที่ผ่านมาถึงกว่า 9% และตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั่วโลกในขณะนี้ (7.676 พันล้านคน) อยู่บนโลกออนไลน์ นอกจากนี้ ยังพบตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับระยะเวลาที่ผู้ใช้งานทั่วโลกอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่ง “GlobalWebIndex” ได้ทำการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชากรทั่วโลกที่มีอายุระหว่าง 16 – 64 ปี ในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 ของปี 2561 พบว่ามีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงถึงประมาณ 6 ชั่วโมง 42 นาที ซึ่งมากกว่าเท่ากับ 1 ใน 3 ของเวลาที่คนเรานอน

นอกจากนี้ จากรายงานผลการสำรวจ Reuters Institute Digital News Report 2019 ซึ่ง The Reuters Institute และ University of Oxford ได้ร่วมมือกันสำรวจกลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร ประเทศละ 2,000 คน เกี่ยวกับช่องทางแรกสำหรับการติดตามข่าวสารในแต่ละวัน พบว่าช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด กล่าวคือ 35% ของกลุ่มตัวอย่างในสหราชอาณาจักรเข้าถึงข่าวสารโดยช่องทางออนไลน์ ทั้งจากคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาซึ่งเท่ากับ 38% โดยสัดส่วนดังกล่าวสูงกว่าผลการสำรวจในปี 2016 อย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่การใช้ช่องทางสื่อกระแสหลักอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น สิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ นั้น ล้วนมีสัดส่วนลดลง



ผลสำรวจช่องทางแรกที่กลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรใช้ในการติดตามข่าวสารในแต่ละวัน

จากผลการสำรวจข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าในปัจจุบันมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในอัตราสูงมากและสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้ง ยังมีการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการติดตามข้อมูลข่าวสาร จึงถือได้ว่าสื่อออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญเกือบจะแทนที่สื่อกระแสหลักแบบดั้งเดิม อีกทั้ง สื่อออนไลน์สามารถตอบโต้ภัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดีในแง่ของความเร็ว สะดวก และตลอดเวลา และยังมีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงที่น้อยกว่า

ในส่วนทิศทางของประเทศไทย ที่ผ่านมา รัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยกำหนดนโยบายประเทศไทย 4.0 เพื่อก้าวข้ามการเป็นประเทศที่มีรายได้ระดับปานกลางสู่ประเทศที่มีรายได้ระดับสูง ขึ้น โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเป็นตัวขับเคลื่อน และเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศ ตลอดจนพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในแผนพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งใช้อยู่ในปัจจุบัน

ทำเลที่ตั้งที่อยู่ใจกลางภูมิภาคอาเซียนถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงและรวดเร็วเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นของโลก โดยเฉพาะกลุ่ม CLMVT ซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และประเทศไทย ที่กำลังได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วโลก นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีโครงข่ายคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทั่วถึง และมีการพัฒนาที่ทันสมัย เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในอนุภูมิภาค ประกอบกับระบบคมนาคมมีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งทางบก ทางอากาศ และระบบรางที่อยู่ระหว่างการพัฒนา จึงสนับสนุนบทบาทของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจของอนุภูมิภาคได้อย่างดี ทั้งในด้านการผลิต การค้า และการลงทุน โดยประเทศไทยสามารถเป็นฐานในการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นในกลุ่ม CLMVT และอาเซียน รวมไปถึงตลาดโลก ทั้งในแง่ของตลาดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และโลจิสติกส์

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยกำลังเร่งสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อการค้าการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่เพื่อเสริมความโดดเด่นในด้านการเชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อ ทั้งระบบคมนาคมขนส่ง พลังงาน ท่าเรือ สนามบิน และโครงข่ายดิจิทัล ควบคู่ไปกับการสร้างอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เน้นการเพิ่มมูลค่าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม อาทิ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ที่ใช้สินค้าเกษตรเป็นพื้นฐาน อุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics) อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ และอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ เป็นต้น และเพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายเหล่านี้ โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้เป็นฐานการลงทุนและฐานรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจที่พร้อมสรรพทั้งระบบคมนาคม และโลจิสติกส์ โครงสร้างพื้นฐานที่จะรองรับการวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการสร้างเมืองอัจฉริยะ

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในฐานะหน่วยงานส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในประเทศ จะต้องดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักลงทุนทั้งรายใหม่และรายเดิม เกิดความเชื่อมั่นและตระหนักถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ และเป็นแหล่งลงทุนที่สำคัญของภูมิภาค โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

ในการนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. จึงเห็นควรใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อหลักในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังนักลงทุนสำหรับปีงบประมาณ 2563 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 เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน และสิงคโปร์

3.2 ประเทศที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 คือ อเมริกา เยอรมนี ฝรั่งเศส อังกฤษ และเนเธอร์แลนด์

3.3 ประเทศที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 คือ แคนาดา สวีเดน เดนมาร์ก ออสเตรเลีย และอินเดีย

4. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

4.1 มีความสามารถตามกฎหมาย

4.2 ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

4.3 ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4.4 ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

4.5 ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

4.6 มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

4.7 เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

4.8 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงาน ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

4.9 ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทยเว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

4.10 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

4.11 ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีผลงานในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 สัญญา โดยมีมูลค่าสัญญาแต่ละสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000.00 บาท (สามล้านบาทถ้วน) และเป็นผลงาน

ที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นซึ่งมีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่นรัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานเอกชน ที่สำนักงานเชื่อถือ โดยต้องมีสำเนาคู่ฉบับสัญญาทุกโครงการ และนำเอกสารหลักฐานยื่นมาพร้อมกับข้อเสนอ ด้านเทคนิค

5. ขอบเขตของงาน

5.1 งานวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Strategic Planning)

- กำหนดแผนกลยุทธ์สำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และแสดงถึงการเลือกใช้ประเภทของสื่อออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะทำให้การดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เกิดประสิทธิผลสูงสุด

5.2 งานด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Development)

- ออกแบบชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์จะต้องมีความเหมาะสมสำหรับนำไปพัฒนาเป็นสื่อได้หลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอ แบนเนอร์ บทความ เป็นต้น

5.3 งานนำแผนกลยุทธ์สื่อออนไลน์ไปสู่การปฏิบัติจริง (Media Strategy and Implementation)

- ประสานงาน ดูแล และติดตาม (monitor) การดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ รวมถึงการดูแลช่องทางออนไลน์ของสำนักงานตลอดเวลาโครงการ

5.4 งานผลิตชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ (Creative Production)

- ผลิตชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องประกอบด้วยรูปแบบชิ้นงานดังต่อไปนี้ เป็นอย่างน้อย
 - Online VDO ความยาวอย่างน้อย 60 วินาที จำนวนอย่างน้อย 1 เรื่อง
 - Testimonial VDO จำนวนอย่างน้อย 2 เรื่อง
 - Online Banner จำนวนอย่างน้อย 2 รูปแบบ
 - และชิ้นงานออนไลน์อื่นๆที่มีความเหมาะสม
- ปรับรูปแบบและขนาดให้สอดคล้องกับสื่อที่จะนำไปลงโฆษณา

5.5 งานซื้อสื่อออนไลน์ (Online Media Buying)

- ซื้อสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียประเภทต่างๆ เพื่อนำชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยต้องเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านธุรกิจ เศรษฐกิจและการลงทุน อาทิ CNN, CNBC, Reuters เป็นต้น

6. 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

7. ระยะเวลาในการทำงาน (ระยะเวลาดำเนินงาน)

9 เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

8. หลักฐานการยื่นข้อเสนอ

8.1 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคล

8.1.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล บัญชีรายชื่อหุ้นส่วนผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง ทั้งนี้ หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลจะต้องรับรองมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน นับถึงวันยื่นของเสนอราคา

8.1.2 บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ให้ยื่นสำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อกรรมการผู้จัดการ ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) และบัญชีผู้ถือหุ้นรายใหญ่พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง ทั้งนี้ หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลจะต้องรับรองมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน นับถึงวันยื่นของเสนอราคา

8.2 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นบุคคลธรรมดาหรือคณะบุคคลที่มีในนิติบุคคล ให้ยื่นสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่น ข้อเสนอข้อตกลงที่แสดงถึงการเข้าเป็นหุ้นส่วน (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้เป็นหุ้นส่วน พร้อมทั้งรับรองสำเนาถูกต้อง

8.3 ในกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นผู้ยื่นข้อเสนอร่วมกันในฐานะเป็นผู้ร่วมค้า ให้ยื่นสำเนาสัญญาของการเข้าร่วมค้า สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ร่วมค้า และในกรณีที่ผู้เข้าร่วมค้าฝ่ายใดเป็นบุคคลธรรมดาที่มีเชื้อชาติไทย ก็ให้ยื่นสำเนาหนังสือเดินทาง หรือผู้ร่วมค้าฝ่ายใดเป็นนิติบุคคลให้ยื่นเอกสารตามที่ระบุไว้ในข้อ (8.1)

8.4 สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ถ้ามี)

8.5 หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมายในกรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอมอบอำนาจให้บุคคลอื่นแทน

9. ข้อกำหนดประกอบการยื่นข้อเสนอ

ให้ยื่นเอกสารดังต่อไปนี้มาประกอบการพิจารณาและจะถือว่าเอกสารและตัวอย่างนั้นๆ เป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา

9.1 แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน พร้อมทั้งระบุประเภทและรายละเอียดของสื่อออนไลน์ที่จะเลือกใช้เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไปยังนักลงทุนต่างชาติในประเทศเป้าหมาย รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ที่จะทำให้การดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เกิดประสิทธิผลสูงสุด

9.2 ตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่ออกแบบเพื่อนำไปโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สำหรับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 2 ตัวอย่าง

9.3 ตัวอย่างผลงานที่ผ่านมาของบริษัท และต้องยื่นสำเนาฉบับสัญญาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่ผ่านมา ไม่น้อยกว่า 1 สัญญา โดยมีมูลค่าสัญญาแต่ละสัญญาไม่น้อยกว่า 3,000,000.00 บาท (สามล้านบาทถ้วน) มาพร้อมกับข้อเสนอด้านเทคนิค

9.4 รายละเอียดและประสบการณ์ของทีมงาน

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) ที่จะทำให้การดำเนินงานการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เกิดประสิทธิผลสูงสุด	30
2. ความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจของตัวอย่างชิ้นงานความคิดสร้างสรรค์ที่ออกแบบ	30
3. ผลงานที่ผ่านมาของบริษัท พร้อมทั้งรายละเอียดและประสบการณ์ของทีมงาน	20
เกณฑ์ด้านราคา	
4. ข้อเสนอราคาในการดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานที่เหมาะสมและคุ้มค่า	20

หมายเหตุ คณะกรรมการจะคัดเลือกผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านเกณฑ์ด้านเทคนิค ไม่น้อยกว่า 68 คะแนนจากคณะกรรมการทุกคน และจะคัดเลือกรายได้คะแนนรวมด้านเทคนิคและด้านราคามากที่สุด

11. งบประมาณ

9,000,000 บาท (เก้าล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

12. หน่วยงานผู้รับผิดชอบ

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