

1. ชื่อโครงการ **จ้างผู้ให้บริการโครงการสื่อสารการตลาดของ ธสน. ปี 2568**
/หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด
2. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร **6,500,000.- บาท (หกล้านห้าแสนบาทถ้วน)**
3. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) **20 มิย. 2568**
เป็นเงิน **6,487,505.91 บาท (หกล้านสี่แสนแปดหมื่นเจ็ดพันห้าร้อยห้าบาทเก้าสิบเอ็ดสตางค์)**
4. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
 - 4.1 บริษัท แอลทีเอ็มเอช จำกัด (มหาชน)
 - 4.2 บริษัท โกลว ครีเอทีฟ จำกัด
 - 4.3 บริษัท อีส พร้อม จำกัด
5. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน

5.1 นายเดชา	ปริญญาสุข	รักษาการผู้บริหารฝ่ายจัดซื้อและธุรการ
5.2 นางสาวพรชมน	มังกรไชยา	ผู้ช่วยผู้บริหารฝ่ายส่งเสริมภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร
5.3 นายธัญวัชร	มานัสธีรกุล	ผู้บริหารส่วนวิเคราะห์และบริหารการตลาด/ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด

ผนวก 1
ขอบเขตการดำเนินงาน
การจ้างผู้ให้บริการโครงการสื่อสารการตลาดของ ธสน. ปี 2568

ผู้เสนอราคาต้องเสนอบริการโครงการสื่อสารการตลาดของ ธสน. ตามขอบเขตงานและรายละเอียดของ
การดำเนินงานเบื้องต้น อย่างน้อยดังนี้

1. บริหารจัดการโครงการ

- 1.1 จัดทำแผนโครงการ (Project Plan) ซึ่งกำหนดขั้นตอนและรายละเอียดในการดำเนินงาน
รวมถึงรายละเอียดของระยะเวลา เครื่องมือที่ใช้ และผู้เกี่ยวข้องที่สำคัญในแต่ละขั้นตอนการ
ดำเนินโครงการสื่อสารการตลาดของ ธสน. ปี 2568
- 1.2 ทำหน้าที่บริหารโครงการ รวมถึงเข้าร่วมการประชุมกับผู้บริหารและ/หรือเจ้าหน้าที่ของ
ธนาคาร เพื่อสร้างความเข้าใจและนำเสนอความก้าวหน้าของโครงการให้ธนาคารทราบ พร้อม
จัดทำรายงานการประชุมฯ ทุกครั้ง หรือตามที่ ธสน. กำหนด
- 1.3 ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกธนาคารที่เกี่ยวข้องกับโครงการสื่อสาร
การตลาดของ ธสน. ปี 2568
- 1.4 ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นใน
ระหว่างการทำงาน เพื่อให้โครงการสื่อสารการตลาดของ ธสน. สำเร็จลุล่วงในกรอบ
ระยะเวลาที่กำหนด

2. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลภายในองค์กรและแผนยุทธศาสตร์ของ ธสน.

- 2.1 ศึกษาข้อมูลภายในองค์กร แผนยุทธศาสตร์ของ ธสน. (ตามภาพประกอบ) ปัจจัยที่สำคัญ
ในการสื่อสาร โดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็น เพื่อให้นำไปใช้ในการจัดทำ
แผนกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Roadmap) ได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม



Handwritten signature and initials in blue ink.

แผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดปี 2568-2572 และแผนปฏิบัติการปี 2568

MARKETING STRATEGIES	CM1 พัฒนากิจกรรมและบริการ สนับสนุนกลุ่มเป้าหมาย และ ESG	CM2 พัฒนากลุ่มผู้ใช้บริการและเครือข่าย หรือองค์กรภายนอกในการบริการลูกค้า	CM3 พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมบริการสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน	CM4 ดึงดูดการสร้างการรับรู้บทบาทขององค์กรในฐานะผู้ประกอบการให้เติบโตได้ในเวทีโลกอย่างยั่งยืน
MARKETING TATIC and KPI				CM4.1 สร้าง Awareness ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการ บูรณาการทุกช่องทาง * แผนการตลาดและการบริการลูกค้าและพันธมิตรจะรองรับ ไม่ซ้ำซ้อน XXXX CM4.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า * แผนการตลาดและการบริการลูกค้าและพันธมิตรจะรองรับ ไม่ซ้ำซ้อน XXXX
Action Plan				CM4.1-1 แผนงานสื่อสารการตลาด * ประสานกับทีมสื่อสารการตลาด รวบรวมสื่อมวลชน, Influencer, Blogger, KOL, ฯลฯ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ CM4.1-2 สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ผ่านการบูรณาการกับพันธมิตร * เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ * จัดทำโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่เป้าหมาย CM4.1-3 แผนงานสร้าง Awareness บริการด้านการส่งออกและการลงทุน * พัฒนาระบบและช่องทางในการบริการลูกค้าและพันธมิตรให้มีความพึงพอใจสูงสุด CM4.2-1 แผนงาน Marketing Account Plan * ดำเนินการและติดตามผลการให้บริการลูกค้าและพันธมิตรให้มีความพึงพอใจสูงสุด

สำหรับใช้ภายในธนาคารเท่านั้น

2

- 2.2 วิเคราะห์แนวโน้มและทิศทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร โดยเชื่อมโยงกับการสื่อสารการตลาดของสถาบันการเงินและ/หรือหน่วยงานที่มีภารกิจขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าและการลงทุนที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศสำหรับนำมาปรับใช้ เพื่อออกแบบกลยุทธ์และแนวทางการสื่อสารของ ธสน. ได้อย่างน่าสนใจและมีประสิทธิผล
- 2.3 จัดทำรายงานสรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลภายในองค์กรและแผนยุทธศาสตร์ของ ธสน.

3. จัดทำกลยุทธ์และแผนการสื่อสารการตลาดของ ธสน. ปี 2568

- 3.1 จัดทำกลยุทธ์และแผนการสื่อสารครอบคลุมการสื่อสารการตลาดของ ธสน. อย่างครบวงจรผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ รวมถึงช่องทางโซเชียลมีเดียของ ธสน. ได้แก่ Facebook, Line, TikTok และ YouTube Channel โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้
 - 3.1.1 เพื่อกระตุ้นการรับรู้และจดจำในบทบาท ภารกิจ และบริการของ ธสน. ผ่านการสื่อสารการตลาดระหว่าง ธสน. กับกลุ่มเป้าหมาย ในการส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออก การนำเข้า และการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อการพัฒนาประเทศ โดยการให้สินเชื่อ คำประกัน รับประกันความเสี่ยง หรือให้บริการที่จำเป็นอื่นตาม พ.ร.บ. รวมทั้งการให้บริการด้านที่ไม่ใช่การเงิน ในการช่วยเหลือ และสนับสนุนผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs ตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้
 - 3.1.2 ผู้เสนอราคาจะต้องกำหนดรายละเอียดการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดทุกประเภท จัดทำแผนการใช้สื่อโฆษณา (Media Plan) การซื้อสื่อโฆษณา รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ (PR Content) ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) และผลสัมฤทธิ์ของเครื่องมือสื่อสารการตลาด (Effectiveness of Marketing Communication) ตามแผนการใช้สื่อโฆษณา (Media Plan) เพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์และแผนการสื่อสารการตลาดที่วางไว้

Handwritten signatures and initials.

- 3.1.3 ต้องจัดทำรายงานสรุปกลยุทธ์และแผนการสื่อสารการตลาดของ ธสน. ปี 2568 โดยสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์ของ ธสน. ประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย (Target) หัวข้อหลักหรือหมวดหมู่เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ (Content Pillar) ข้อความหลักที่ใช้ในการสื่อสาร (Keyword หรือ Tagline)
- 3.1.4 ต้องนำเสนอรายชื่อผู้ประกอบการที่สนใจขอใช้บริการของธนาคาร โดยรายชื่อที่นำเสนอให้ธนาคารจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด เช่น เป็นนิติบุคคล มีชื่อผู้บริหารหรือตัวแทนและช่องทางในการติดต่อ เป็นผู้ส่งออกหรือผู้ผลิตสินค้าและให้บริการแก่ผู้ส่งออก เป็นต้น และรายชื่อดังกล่าวจะต้องไม่เป็นรายชื่อที่ซ้ำหรือเป็นบุคคลคนเดียวกัน โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่า 300 รายชื่อ กำหนดส่งมอบเป็นราย 2 สัปดาห์ เดือนละไม่น้อยกว่า 100 รายชื่อ ตั้งแต่เดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2568

4. การจัดทำและบริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดีย

- 4.1 จัดทำแผนการสื่อสารโซเชียลมีเดีย ของ ธสน. โดยต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของ ธสน. ปี 2568 ที่ผู้เสนอราคาจัดทำขึ้นรวมถึงการบริหารการจัดการ ผลิต และซื้อโฆษณาโซเชียลมีเดียของ ธสน. ซึ่งประกอบด้วย 5 ช่องทางหลัก ได้แก่
- 1) Facebook Page “EXIM Bank of Thailand”
 - 2) Facebook Page “EXIM SMEs Plus”
 - 3) Line Official Account “@EXIMThailand”
 - 4) TikTok “@eximbankofthailand” และ
 - 5) YouTube Channel “EXIM Bank of Thailand”
- 4.2 วางแผนและกำหนดงบประมาณการโฆษณา พร้อมทั้งซื้อมีเดีย (โฆษณา) ของโพสต์ประจำสัปดาห์ หรือโพสต์ที่ ธสน. เป็นผู้กำหนด โดยต้องมีภาพรวมผลการดำเนินงานแต่ละช่องทางในปี 2568 ดังนี้
- 4.2.1 Facebook Page “EXIM Bank of Thailand” และ “EXIM SMEs Plus”
- จำนวน Page Like หรือให้เปลี่ยนเป็นจำนวนผู้ติดตาม Facebook Page ใหม่ (New Followers) อย่างใดอย่างหนึ่ง เพจ “EXIM Bank of Thailand” เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 12,500 Likes และเพจ “EXIM SMEs Plus” เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 2,100 Likes
 - จำนวนผู้มีส่วนร่วมของ Facebook Page (Engagement) เพจ “EXIM Bank of Thailand” ไม่น้อยกว่า 85,000 ครั้ง และเพจ “EXIM SMEs Plus” ไม่น้อยกว่า 85,000 ครั้ง
 - จำนวนผู้เห็นโพสต์ของ Facebook Page (Reach) เพจ “EXIM Bank of Thailand” ไม่น้อยกว่า 4,200,000 คน และเพจ “EXIM SMEs Plus” ไม่น้อยกว่า 3,400,000 คน
 - ออกแบบภาพประกอบ (Single Photo, Album Photo) / ภาพเคลื่อนไหว (VDO Motion) พร้อมเสียงประกอบ ได้อย่างสวยงามทันสมัย และน่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยออกแบบตามเนื้อหาที่ ธสน. เป็นผู้กำหนด และเผยแพร่บน Facebook Page ของแต่ละเพจ ได้ทันกำหนดเวลาตามแผนงาน จำนวนเพจละอย่างน้อย 1 ชิ้นต่อสัปดาห์ ไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นต่อเพจ ตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้
 - จัดทำภาพ Cover Photo/Profile Photo/ภาพ Page Like Ads และหรือภาพอื่น ๆ บน Facebook Page ตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ (ถ้ามี)

4.2.2 Line Official Account “@EXIMThailand”

- จำนวน Friend Added เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000 คน
- กรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้ข้อความ Broadcast Message ผู้เสนอราคาจะต้องรับผิดชอบจำนวนข้อความที่ต้องใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยไม่สามารถใช้ร่วมกับจำนวนข้อความ Broadcast Message ที่ธนาคารมีอยู่
- สมัครสมาชิก Premium Account ตั้งแต่เดือนสิงหาคม-ธันวาคม 2568 และรายปี สำหรับปี 2569 (เดือนมกราคม-ธันวาคม 2569)
- ออกแบบและจัดทำ Rich Menu บริการทางการเงิน ข้อมูลความรู้ และโปรโมชั่นของ ธสน. เป็นต้น พร้อมเชื่อมโยงเมนูบริการไปยัง www.exim.go.th ตามที่ ธสน. กำหนด หรือตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ อย่างน้อย 1 ชิ้น

4.2.3 TikTok “@eximbankofthailand”

- ผลิตคลิปวิดีโอ (รวมการถ่ายทำ ตัดต่อ ลงเสียง) จำนวนอย่างน้อย 25 ชิ้น กำหนดส่งมอบต่อเดือนไม่น้อยกว่า 5 ชิ้น โดยมีความยาวประมาณ 1 นาที เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่และบริการของ ธสน. หรือตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้
- จำนวน VDO Views Feed รวมไม่น้อยกว่า 2,500,000 Views
- จำนวนผู้เห็น Post VDO Impressions รวมไม่น้อยกว่า 2,500,000 Impressions

4.2.4 YouTube Channel “EXIM Bank of Thailand”

- ผลิตคลิปวิดีโอ Company Profile (รูปแบบ Viral Clip, Motion Graphic) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมคำบรรยาย ความยาวประมาณ 5 นาที อย่างละ 1 ชิ้น เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่และบริการของ ธสน. หรือตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้
- จำนวน VDO Views ที่บริษัทผลิตไม่น้อยกว่า 500,000 Views/คลิป ทั้งนี้ รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างจังหวัดและค่าที่พักทีมถ่ายทำของผู้เสนอราคา (ถ้ามี)
- จำนวน VDO Views อื่น ๆ ที่ ธสน. ผลิตเอง ไม่น้อยกว่า 30,000 Views/คลิป ไม่น้อยกว่า 3 คลิป ตามที่ ธสน. กำหนด

4.3 ผู้เสนอราคาที่ได้รับการคัดเลือกต้องเสนอแผนงาน แผนการบริหารความเสี่ยง นำเสนอเนื้อหา และชิ้นงานออกแบบที่ได้รับความสนใจเพื่อดำเนินการซื้อมีเดีย (โฆษณา) และงบประมาณการซื้อมีเดีย (โฆษณา) บนสื่อโซเชียลมีเดียของ ธสน. และจัดทำเป็นเอกสารนำเสนองานให้แก่ ธสน.

4.4 จัดทำรายงานและวิเคราะห์ผลการซื้อมีเดีย (โฆษณา) สรุปการจัดทำและบริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียให้แก่ ธสน. ทุกเดือน รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของ ธสน. อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ พร้อมข้อเสนอแนะ และระบุ Brand Positioning หรือ Brand Benchmarking เพื่อกำหนดแนวทางการสื่อสาร

4.5 นำเสนอช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เพิ่มเติมตามความเหมาะสม (ถ้ามี)

5. การดูแลสื่อโซเชียลมีเดียของ ธสน. ตามกลยุทธ์และแผนการสื่อสารการตลาดที่วางไว้

5.1 ติดตาม ดูแลสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทางของ ธสน. ทุกวัน (วันจันทร์-วันอาทิตย์)

5.2 ติดตาม ดูแลพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ติดตามสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทางของ ธสน. รวมทั้งตอบคำถามในเบื้องต้นตามแนวทางการตอบคำถามที่ ธสน. กำหนดให้ และตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในระหว่างการทำงานทุกวัน (วันจันทร์-อาทิตย์) เวลา 8.00-18.00 น. เป็นอย่างน้อย

- 5.3 ดูแลข้อมูลของ ธสน. และภาพ อาทิ Cover Page Photo, Profile Photo, ภาพ Page Like Ads, VDO Playlist, End Screen และ/หรือภาพอื่น ๆ บนสื่อโซเชียลมีเดียทุกช่องทางของ ธสน. (ถ้ามี) ให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และเพื่อให้ผลภาพรวมการดำเนินงานของแต่ละช่องทางเป็นไปตามขอบเขตงานที่ ธสน. กำหนด
- 5.4 จัดทำรายงานประจำเดือนสรุปการติดตาม ดูแล และบริหารจัดการสื่อโซเชียลมีเดียของ ธสน. การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของ ธสน. โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Social Listening Tools) โดยสรุปแยกเป็นราย Incident สำหรับกรณีเกิด Incident เกี่ยวกับความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของ ธสน. ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย พร้อมข้อเสนอแนะ
- 5.5 ดำเนินการอื่น ๆ อาทิ การรวมเพจ Facebook EXIM Bank of Thailand และ EXIM SMEs Plus ดำเนินการรายงานเพจปลอม ข้อมูลเชิงลบ เป็นต้น (ถ้ามี)

6. จัดทำกิจกรรมบนสื่อโซเชียลมีเดียของ ธสน.

- 6.1 นำเสนอแนวทาง รูปแบบ แผนงาน และดำเนินการจัดกิจกรรมบนสื่อโซเชียลมีเดียของ ธสน. ตามแผนที่ ธสน. เห็นชอบ โดยต้องดำเนินการจัดกิจกรรมไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง
- 6.2 ดำเนินการจัดทำแคมเปญเพื่อเพิ่มการรับรู้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของ ธสน. ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ Lead Generation ไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง และมีการซื้อโฆษณา (Facebook Ads) เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลหลักสูตรอบรมสัมมนา ข่าวสารต่าง ๆ ของธนาคารไม่น้อยกว่า 9 ครั้ง
- 6.3 นำเสนอกิจกรรมบนสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียอื่น ๆ (ถ้ามี) เพื่อเพิ่มการรับรู้และจดจำแบรนด์ และเพิ่มผู้ติดตามใหม่ของ ธสน.
- 6.4 ดำเนินการเก็บบัญชีรายชื่อ คำตอบของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม ประกาศผลผู้ที่ได้รับรางวัล และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 6.5 จัดทำรายงานสรุปผลการจัดทำกิจกรรมบนสื่อโซเชียลมีเดียของ ธสน.

7. ระยะเวลาดำเนินโครงการ : สิงหาคม - ธันวาคม 2568