

ประกาศการจัดหาเลขที่ 10/2561

เรื่อง การจัดจ้าง Agency เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan) และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิธีคัดเลือก

ด้วยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มีความประสงค์จะจัดจ้าง Agency โดยมีราคากลางเท่ากับ 19,500,000 บาท ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนนิติบุคคลไว้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี หากมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการทำโครงการที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (behavioral change) จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ
2. มีคุณสมบัติเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคล หรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2554 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2554 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2555 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2556 เช่น จะต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายการรับจ่าย หรือแสดงบัญชีรายการรับจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ เป็นต้น
3. มีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
4. ไม่เป็นนิติบุคคลที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีผู้ทำงานของทางราชการและของสำนักงาน และได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว
5. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้าเสนอราคาให้แก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ในครั้งนี้ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางราคาอย่างเป็นธรรม

6. 'ไม่ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอ  
'ได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

ผู้เข้าเสนอราคาจะต้องยื่นซองประกอบด้วย

- 1) ของคุณสมบัติของผู้เสนอราคา (หนังสือมอบอำนาจ สำเนาบัตรประชาชน และสำเนา ทะเบียนบ้าน ของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ หนังสือรับรองจดทะเบียนบริษัท บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น และงบการเงินปีล่าสุด)
- 2) ของข้อเสนอตามขอบเขตการดำเนินงาน และข้อมูลรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่สำนักงาน กำหนด

กำหนดรับฟังคำชี้แจงรายละเอียดของงาน ในวันที่ 30 พฤษภาคม 2561 เวลา 9.30 – 12.00 น.  
ณ ห้องประชุม 1601 ชั้น 16 อาคารสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. เลขที่ 333/3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล  
เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

กำหนดยื่นข้อเสนอ วันที่ 13 มิถุนายน 2561 ระหว่างเวลา 9.00 น.–12.00 น. ณ ที่ทำการของ  
สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. ชั้น 13 เลขที่ 333/3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร  
กรุงเทพมหานคร 10900

ฝ่ายการเงินและบริหารทั่วไป

22 พฤษภาคม 2561

สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.

---

"สำนักงานมีนโยบายในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในการจัดซื้อจัดจ้างของสำนักงาน  
จะดำเนินการอย่างโปร่งใส ยุติธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของสำนักงานเป็นสำคัญ"

ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)  
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีชิ้นงานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ การจัดจ้าง Agency เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan) และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์  
หน่วยงานเจ้าของโครงการ ฝ่ายนโยบายธุรกิจจัดการลงทุน
๒. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร 19,500,000 บาท (ไม่รวม VAT)
๓. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) 22 พฤษภาคม 2561 เป็นเงิน 19,500,000 บาท (ไม่รวม VAT)
๔. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากผู้จำหน่าย 4 ราย และราคาขบประมาณ
  - ๔.๑ บริษัท เบสท์ เฟรนด์ กรุ๊ป จำกัด
  - ๔.๒ บริษัท ดำเนินสะดวก-ดี จำกัด
  - ๔.๓ บริษัท ฮาคูโฮโด (กรุงเทพ) จำกัด
  - ๔.๔ บริษัท วีมิคซ์ อีเว้นท์ จำกัด
๕. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน
  - ๕.๑ นางสุทธิกัญญา กาญจนสกุล ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายนโยบายธุรกิจจัดการลงทุน
  - ๕.๒ นางนิรมล ทวี ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ งานจัดซื้อจัดจ้างและพัสดุ

สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.

“สำนักงานมีนโยบายในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในการจัดซื้อจัดจ้างของสำนักงาน  
จะดำเนินการอย่างโปร่งใส ยุติธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของสำนักงานเป็นสำคัญ”

## ขอบเขตงาน

การจัดจ้างดำเนินการจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan) และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ wealth advice for all สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

### 1. ความเป็นมา

เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาสังคมผู้สูงอายุ และสร้างความอยู่ดีมีสุขทางการเงินในระยะยาวให้กับคนไทย สำนักงานเห็นควรสนับสนุนให้ตลาดทุนไทยมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้คนไทยสะสมความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว โดยได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์สำคัญ คือ การสนับสนุนผู้ให้บริการด้านการให้คำแนะนำและวางแผนทางการเงินที่มีคุณภาพและประชาชนเข้าถึงได้ ภายใต้โครงการ wealth advice for all<sup>1</sup> ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวมีแนวทางการดำเนินงานหลัก 2 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านการสนับสนุนผู้ให้บริการ (“service provider”) โดยสนับสนุนให้มีการให้คำแนะนำและวางแผนการเงินแบบครบวงจรที่คำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญและคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ (accessible investor-centric advice & investment solutions) เพื่อช่วยคนไทยสะสมความมั่งคั่งและมีเงินสำหรับใช้จ่ายเพียงพอรองรับการเกษียณ โดยสำนักงานจะปรับปรุงหลักเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ service-provider ให้ประกอบธุรกิจได้ยืดหยุ่นมากขึ้น และสนับสนุนให้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเงินเข้ามาช่วยในการให้บริการ

(2) ด้านการส่งเสริมผู้ลงทุน ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย<sup>2</sup> ให้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน และเริ่มลงทุนจริงกับ service provider ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน (raise awareness) โดยสำนักงานจะมุ่งเน้นสร้างความร่วมมือในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการร่วมกับกลุ่มพันธมิตร<sup>3</sup> รวมทั้งจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือผู้จัดงานมืออาชีพ (“agency”) มาดำเนินการจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan) รวมทั้งจัดทำสื่อหรือกิจกรรมเพื่อการ raise awareness ต่อไป

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 สร้างการรับรู้ถึงบริการใหม่<sup>4</sup> ของ service provider ที่จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถวางแผนการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

<sup>1</sup> โครงการ wealth advice for all อาจมีการปรับเปลี่ยนชื่อ เพื่อใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจนยิ่งขึ้นต่อไป

<sup>2</sup> ผู้ที่มีความสนใจในการออมและลงทุน

<sup>3</sup> กลุ่มพันธมิตร โครงการประกอบด้วย (1) service provider (2) องค์กรภาครัฐ อาทิ ธปท. (3) องค์กรภาคเอกชน อาทิ ตลท. สมาคมต่าง ๆ

<sup>4</sup> ปัจจุบันการให้บริการ wealth advice มักเน้นให้บริการแก่กลุ่มผู้ลงทุน high net worth เท่านั้น ซึ่งโครงการนี้จะสนับสนุนการขยายขอบเขตการให้บริการมายังผู้ลงทุนทั่วไปด้วย

2.2 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่มีมาตรฐาน

2.3 กระตุ้นให้ผู้ลงทุนเข้ามาใช้บริการ

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปที่มีความสนใจในการออมและลงทุนให้เงินนอกแบงก์ เพื่ออนาคตที่มั่นคงในระยะยาว

### 4. แนวคิดหลัก (key concept)

“ลงทุนอะไรดี ที่นี้มีคำตอบ” จะเลือกลงทุนอะไร อย่าเลือกตามเทรนด์ อย่าเลือกแบบไม่รู้ ความเสี่ยงจะสูงมาก

การลงทุนจำเป็นต้องมีหลักคิดวิเคราะห์ที่ถูกต้อง ซึ่ง service provider จะช่วยวางแผนและออกแบบทางเลือกในการลงทุนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบเป้าหมายการลงทุน โดยให้บริการให้คำแนะนำและกำหนดแผนการลงทุนแบบครบวงจร ((1) การสำรวจและทำความเข้าใจลูกค้า (2) การกำหนดโครงสร้างการลงทุนที่เหมาะสม (3) การมีระบบคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน (4) การติดตามและปรับปรุงการลงทุน และ (5) การรายงานภาพรวมการลงทุน) ซึ่งจะช่วยตอบโจทย์ความต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย และช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### 5. ประเด็นสื่อสารหลัก (key message)

“ทุกคำถามที่หาคำตอบว่าจะลงทุนอย่างไรดี service provider<sup>5</sup> มีคำตอบ”

### 6. ข้อมูลสนับสนุน (key support)

ให้ข้อมูลสนับสนุนเพื่อช่วยสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ในเรื่องดังต่อไปนี้

6.1 วิธีการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ (กระบวนการให้บริการแบบครบวงจร 5 ขั้นตอน)

6.2 การสร้างความเข้าใจกับผู้ลงทุนถึงเป้าหมายของการลงทุนที่เหมาะสมกับตัวเอง เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียและประเมินความเสี่ยงได้ดีก่อนการเริ่มลงทุน

6.3 การสร้างความมั่นใจในระบบการบริการที่มีมาตรฐานที่ช่วยวิเคราะห์ profile ผู้ลงทุน ช่วยออกแบบวางแผนให้ผู้ลงทุน รวมไปถึงช่วยคัดเลือกผลิตภัณฑ์การลงทุน

6.4 การสร้างความรู้สึกรับประกันใจในการดูแลอย่างต่อเนื่องของการให้บริการ

โดยดูรายละเอียดของโจทย์งานได้ตามเอกสารแนบ 1

<sup>5</sup> อยู่ระหว่างพิจารณาคำเรียกชื่อ service provider ที่เหมาะสม

## 7. ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตของการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan) โดยดูรายละเอียดของโจทย์งานได้ตามเอกสารแนบ

7.1.1 จัดทำแผนการใช้ช่องทางสื่อสำหรับโครงการผ่านสื่อต่าง ๆ โดยต้องมีแผนการใช้สื่อ 2 ระยะ ได้แก่

- ระยะที่ 1 แผนการใช้สื่อสำหรับการเผยแพร่เปิดตัวโครงการในระยะ 1-2 เดือนแรก
- ระยะที่ 2 แผนการใช้สื่อสำหรับการสร้างความเข้าใจต่อเนื่องในระยะยาวในช่วงเดือน

ที่ 3 ถึงเดือนที่ 12

ทั้งนี้ ขอให้ใส่รายละเอียดให้ชัดเจนถึงงบประมาณแต่ละประเภทสื่อของทั้งระยะที่ 1-2

7.1.2 จัดทำแผนงานของกิจกรรมและหรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับโครงการ หากเห็นว่าการมีกิจกรรมและหรือการประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างให้โครงการดำเนินการตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.2 จัดทำแนวความคิดสร้างสรรค์สำหรับ โครงการ (creative idea) สำหรับเครื่องมือสื่อสารทุกประเภทที่สอดคล้องกับ IMC Plan ที่ได้นำเสนอ

7.3 จัดทำโลโก้หลักของโครงการ รวมถึงแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์หลักของโครงการ (project identity)

7.4 ดำเนินการผลิตสื่อทุกประเภทตามที่ได้ระบุไว้ในแผนงานที่นำเสนอ โดยต้องใส่รายละเอียดของงบประมาณการผลิตชิ้นงานสื่อให้ชัดเจน

7.5 ดำเนินการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตชิ้นงานสื่อทุกชิ้นตามแผนงานให้เสร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายที่กำหนด

7.6 ดำเนินการจัดทำสื่อ online และ social media ของโครงการ (เช่น Facebook หรืออื่น ๆ ที่แนะนำ) รวมถึงดูแลการเผยแพร่ข้อมูลและพัฒนาเครื่องมือสื่อสารผ่านสื่อ online และ social media ดังกล่าวเป็นระยะเวลา 12 เดือน โดยต้องมีรายละเอียดของแนวทางการพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ที่ชัดเจน นำเสนอในแผนงาน

7.7 ดำเนินการจัดกิจกรรมการเปิดตัวโครงการ รวมถึงรับผิดชอบด้านการจัดหาและจัดการสถานที่ การเปิดตัวโครงการ เป็นจำนวน 1 ครั้ง ตามรายละเอียดของโจทย์งานในเอกสารแนบ 1

7.8 ดำเนินการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ตามแผนที่เสนอ

7.9 ประเมินผลสำเร็จของโครงการ เช่น สรุปภาพรวมโครงการ สรุปผลการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น เป็นต้น

หมายเหตุ ทุกรายละเอียดของแผนงาน ต้องใส่งบประมาณแต่ละรายการให้ชัดเจน

## 8. ขั้นตอนการพิจารณาคัดเลือกผู้ให้บริการ

8.1 ผู้ยื่นข้อเสนอ ส่งเอกสารข้อเสนอพร้อมทั้งแสดงข้อมูลคุณสมบัติ เช่น ข้อมูลบริษัท ประสบการณ์ ข้อมูลบุคลากร เอกสารประกอบต่าง ๆ (ถ้ามี) เป็นต้น ในวันและเวลาที่กำหนดเพื่อประกอบการพิจารณา

8.2 คณะกรรมการจัดหาพิจารณาคุณสมบัติผู้ยื่นข้อเสนอ และพิจารณาเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอส่งในข้อ 8.1 โดยพิจารณาตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการจัดหากำหนด

8.3 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ผ่านการคัดเลือกตามข้อ 8.2 นำเสนอผลงาน และตอบข้อซักถามคณะกรรมการจัดหา โดยคณะกรรมการจัดหาจะใช้แนวทางการพิจารณาคัดเลือกเช่นเดียวกับข้อ 8.2 รวมถึงพิจารณาความสามารถในการนำเสนองานที่อธิบายหลักการและเหตุผลได้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์โครงการ

8.4 คณะกรรมการจัดหาพิจารณาหาผู้ที่ได้รับการคัดเลือก

8.5 สำนักงานแจ้งผลการพิจารณาตามขั้นตอน

8.6 ผู้ยื่นข้อเสนอที่ได้รับการคัดเลือก ทำสัญญากับสำนักงาน จัดการอาคารแสดมปี และวางเงินประกันจำนวน 5% ของราคาที่น่าเสนอ ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกต้องทำสัญญาเพื่อรักษาความลับของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของสำนักงาน หากมีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการรั่วไหลของข้อมูล ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ที่ได้รับการคัดเลือก

## 9. คุณสมบัติและประสบการณ์ของผู้เสนอราคา

9.1 เป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งตามกฎหมายไทย มีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท โดยนิติบุคคลดังกล่าว และ/หรือทีมงานมีประสบการณ์ด้านงาน โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ปี

หากมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการทำโครงการที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (behavioral change) จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

9.2 เป็นนิติบุคคลที่จะเข้าเป็นคู่สัญญา ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการจัดทำและแสดงบัญชีรายการรับจ่ายของโครงการที่บุคคล หรือนิติบุคคลเป็นคู่สัญญากับหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2554 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เช่น จะต้องไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้องครบถ้วนในสาระสำคัญ ต้องรับจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้ง ซึ่งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท คู่สัญญาอาจรับจ่ายเป็นเงินสดก็ได้ เป็นต้น

9.3 ไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของสำนักงาน หรือของส่วนงานราชการ และได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว

9.4 ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้เสนอราคารายอื่นที่เข้าเสนอราคาให้แก่สำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

## 10. ข้อมูลการยื่นของเอกสาร

10.1 คุณสมบัติของผู้เสนอราคา (หนังสือมอบอำนาจ สำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ หนังสือรับรองจดทะเบียนบริษัท บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น และงบการเงินปีล่าสุด)

10.2 รายละเอียดข้อเสนอ ตามขอบเขตการดำเนินงาน

10.3 ค่าใช้จ่าย แยกรายละเอียดตามระยะเวลา

10.4 หนังสือรับรองการไม่เรียกเก็บค่า pitching fee กับสำนักงาน

10.5 รายละเอียดอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา

## 11. การพิจารณาตัดสิน

สำนักงานจะพิจารณาให้คะแนนตามวิธีการและดุลยพินิจของสำนักงาน และตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนด โดยไม่พิจารณาจากราคาค่าสุด

## 12. กรอระยะเวลาในการส่งมอบงาน

	งานที่ต้องส่งมอบ	กำหนดส่งมอบ
1	แผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan) (ซึ่งรวมถึง แผนการใช้ช่องทางสื่อสำหรับ โครงการและแผนการผลิต ชิ้นงานสื่อทั้งหมด และแผนงานของกิจกรรมและหรือการประชาสัมพันธ์)	ภายใน 30 วัน (นับแต่วันเซ็นสัญญา)
2	เอกสารรวบรวมแนวความคิดสร้างสรรค์สำหรับ โครงการ (creative idea) โลโก้หลักของ โครงการ รวมถึงแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์หลักของ โครงการ และแผนงานการเปิดตัวโครงการ ที่ได้รับความเห็นชอบจาก สำนักงานแล้ว	ภายใน 45 วัน (นับแต่วันเซ็นสัญญา)
3	งานเปิดตัวโครงการและเอกสารสรุปกิจกรรมเปิดตัวโครงการ	ภายใน 75 วัน (นับแต่วันเซ็นสัญญา)
4	ผลงานเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ในระยะที่ 1 ตามข้อ 7.1.1	ภายใน 120 วัน (นับแต่วันเซ็นสัญญา)
5	ผลงานเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ในระยะที่ 2 ตามข้อ 7.1.1 และรวบรวม ภาพนิ่ง ภาพวิดีโอของกิจกรรม และผลงานโครงการที่ผลิตเสร็จสมบูรณ์ ทั้งหมด ใส่ external harddisk	30 วัน (นับแต่วันสิ้นสุดสัญญา)
6	รายงานสรุปการประเมินผลสำเร็จของโครงการ ในรูปแบบ hard copy และ soft copy	30 วัน (นับแต่วันสิ้นสุดสัญญา)



**13. ระยะเวลาการทำงาน**

ระยะเวลา 12 เดือน หากผู้ได้รับการคัดเลือก ดำเนินงานได้เป็นที่น่าพอใจ อาจจะได้รับการทำงาน เพื่อดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในปีถัดไป

**14. รายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง**

ผลงานของผู้เสนอที่ได้รับการคัดเลือกจัดทำโครงการนี้ ต้องเป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงาน สำนักงาน สามารถนำผลงานไปดำเนินการต่อโดยไม่ติดอุปสรรคใด ๆ และห้ามมิให้ผู้ได้รับการคัดเลือกหรือผู้ที่ได้รับการจ้างงานต่อไม่ว่าทอดใด นำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน หากภายหลังพบการกระทำผิดใด ๆ จะถูกดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป

**ผู้ประสานงานในการดำเนินโครงการ**

นางสุทธิกัญญา กาญจนสกุล และนางสาวอภิขญา งามพยุพงษ์

โทรศัพท์ 0-2033-9979 และ 0-2263-6242

รายละเอียดของโจทย์งาน  
การจัดจ้างดำเนินการจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร  
(Integrated Marketing Communication Plan : IMC Plan)  
และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ wealth advice for all

### ที่มาในการพัฒนาโครงการ

โครงการ wealth advice for all ต้องการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และเข้ามาใช้บริการกับ service provider ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว

### เป้าหมายหลักของโครงการ

ประชาชนที่มีความสนใจอยากลงทุน ไม่ว่าจะจะมีเงินเท่าไร รู้สึกสนใจและอยากใช้บริการ wealth advice for all เนื่องจากเห็นประโยชน์ที่ได้รับจากคำแนะนำที่ดีในเรื่องของการลงทุนให้มีประสิทธิภาพ เพื่อความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว และได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องด้วยความจริงใจ

### วัตถุประสงค์โครงการ

- (1) สร้างการรับรู้ถึงบริการใหม่<sup>1</sup> ของ service provider ที่จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถวางแผนการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- (2) สร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการที่มีมาตรฐาน
- (3) กระตุ้นให้ผู้ลงทุนเข้ามาใช้บริการ

### กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่มีความสนใจในการออมและลงทุนให้เงินงอกเงย และมีความสนใจที่จะวางแผนการจัดการการเงินของตนเอง เพื่ออนาคตที่มั่นคงในระยะยาว กลุ่มเป้าหมายไม่ได้จำกัดที่จำนวนเงินออมเพื่อการลงทุน ไม่ว่าจะจะมีเงินออมสำหรับการลงทุนเท่าไร แต่มีความสนใจในเรื่องการออม กำลังมองหาวิธีการลงทุนที่ดีที่สุดที่เหมาะกับตัวเอง และต้องการที่ปรึกษาให้คำแนะนำในเรื่องการลงทุน

### แนวคิดหลัก (key concept)

“ลงทุนอะไรดี ที่นี้มีคำตอบ” จะเลือกลงทุนอะไร อย่าเลือกตามเทรนด์ อย่าเลือกแบบไม่รู้ ความเสี่ยงจะสูงมาก

การลงทุนจำเป็นต้องมีหลักคิดวิเคราะห์ที่ถูกต้อง ซึ่ง service provider จะช่วยวางแผนและออกแบบทางเลือกในการลงทุนอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบเป้าหมายการลงทุน โดยให้บริการการให้คำแนะนำและกำหนด

<sup>1</sup> ปัจจุบันการให้บริการ wealth advice มักเน้นให้บริการแก่กลุ่มผู้ลงทุน high net worth เท่านั้น ซึ่งโครงการนี้จะสนับสนุนการขยายขอบเขตการให้บริการมายังผู้ลงทุนทั่วไปด้วย

แผนการลงทุนแบบครบวงจร ((1) การสำรวจและทำความเข้าใจลูกค้า (2) การกำหนดโครงสร้างการลงทุนที่เหมาะสม (3) การมีระบบคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน (4) การติดตามและปรับปรุงการลงทุน และ (5) การรายงานภาพรวมการลงทุน) ซึ่งจะช่วยตอบ โจทย์ความต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย และช่วยให้การลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### ประเด็นสื่อสารหลักของโครงการ (key message)

**“ทุกคำถามที่หาคำตอบว่าจะลงทุนอย่างไรดี service provider<sup>2</sup> มีคำตอบ”**

### ประเด็นสื่อสารข้อมูลสนับสนุน (key support) ประกอบไปด้วย

#### 1. การให้ข้อมูลวิธีการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ

บริการใหม่ภายใต้โครงการ wealth advice for all เป็นวิธีการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นกระบวนการให้คำแนะนำและกำหนดแผนการลงทุนแบบครบวงจร 5 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การสำรวจและทำความเข้าใจลูกค้า (explore & understand) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน ผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ และเป้าหมายในการลงทุนของลูกค้า

(2) การกำหนดโครงสร้างการลงทุน (portfolio construction) โดยจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุนหรือการทำธุรกรรมในผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เหมาะสม (asset allocation) ที่สอดคล้องกับผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ และเป้าหมายในการลงทุนของลูกค้า

(3) การลงทุนตามแผนจัดสรรการลงทุน (portfolio implementation) ซึ่งมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

(4) การติดตามและปรับปรุงการลงทุน (monitoring & rebalancing) ให้สอดคล้องกับผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ และเป้าหมายในการลงทุนของลูกค้า

(5) การรายงานภาพรวมการลงทุนของลูกค้า (consolidated reporting) โดยจัดทำและจัดส่งรายงานการลงทุนให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลที่เพียงพอต่อการติดตามผลการดำเนินงาน รวมถึงการทบทวนและประเมินคุณภาพของการให้บริการ

ทั้งนี้ ในขั้นตอนที่ (3) และ (4) จะมีการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ อาทิ ผู้จัดการกองทุน นักวิเคราะห์ มาร่วมคิดวิเคราะห์ และออกแบบระบบ เพื่อให้การวางแผนจัดสรรการลงทุนมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีการให้บริการที่เป็นกลาง หลีกเลี่ยงการตัดสินใจของคนขายรายใดรายหนึ่ง ซึ่งอาจแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ตนเองได้รับผลประโยชน์สูงสุด แทนการคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้า

2. การสร้างความเข้าใจกับผู้ลงทุนถึงเป้าหมายของการลงทุนที่เหมาะสมกับตัวเอง เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถวิเคราะห์ ข้อดีข้อเสียและประเมินความเสี่ยงได้ดีก่อนการเริ่มลงทุน

ลูกค้าที่มาใช้บริการ wealth advice for all จะได้รับการวิเคราะห์เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และเป้าหมายในการลงทุน ก่อนที่ service provider จะนำเสนอแนวทางการลงทุนที่มี

<sup>2</sup> อยู่ระหว่างพิจารณาคำเรียกชื่อ service provider ที่เหมาะสม

ความเหมาะสม ดังนั้น จึงเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและ service provider ในการทำความเข้าใจเพื่อทำความเข้าใจอย่างแท้จริง ทำให้ลูกค้าสามารถสอบถาม คิควิเคราะห์ และร่วมกับ service provider ในการประเมินและออกแบบการลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปของแผนการลงทุนที่มีความเหมาะสมที่สุดก่อนการตัดสินใจลงทุน

**3. การสร้างความมั่นใจในระบบการบริการที่มีมาตรฐาน ที่ช่วยวิเคราะห์เป้าหมายให้กับผู้ลงทุน ช่วยออกแบบและวางแผนให้ผู้ลงทุน รวมไปถึงการคัดเลือกผลิตภัณฑ์การลงทุน**

Service provider ที่เป็นผู้ให้บริการภายใต้โครงการ wealth advice for all จะเป็นสถาบันการเงินที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์จากสำนักงาน ก.ล.ต. เช่น บริษัทหลักทรัพย์ (บล.) บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) บริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหน่วยลงทุน (บลน.) และธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น โดยสถาบันการเงินที่ประสงค์จะนำเสนอบริการ wealth advice for all แก่ลูกค้า ต้องมีความพร้อมในการให้บริการครบทั้ง 5 ขั้นตอนตาม (1) โดยสำนักงาน ก.ล.ต. จะมีการตรวจสอบความพร้อมของระบบงาน เพื่อให้ผู้ลงทุนมั่นใจได้ว่า การให้บริการจะยังคงไว้ซึ่งมาตรฐานและประสิทธิภาพ

**4. การสร้างความรู้สึกจริงใจในการดูแลอย่างต่อเนื่องของการให้บริการ**

Service provider จะต้องสามารถเสนอบริการได้ครบทั้ง 5 ขั้นตอนดังกล่าว โดยเฉพาะใน 2 ขั้นตอนสุดท้าย ที่ service provider มีหน้าที่ติดตามการลงทุนว่ายังคงสอดคล้องกับผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับ และเป้าหมายในการลงทุนของลูกค้าอยู่หรือไม่ โดยหากการลงทุนไม่สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงและเป้าหมายของลูกค้า service provider มีหน้าที่ปรับปรุงการลงทุนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น ตลอดจนมีหน้าที่ในการรายงานภาพรวมการลงทุนให้ลูกค้าทราบด้วย ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า service provider จะมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนการลงทุนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความรู้สึกที่ดีเพื่อให้เกิดความไว้วางใจอย่างต่อเนื่อง

#### **จุดเน้นของโครงการ**

เน้นการสร้างการเข้าใจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริการ wealth advice for all ในขณะเดียวกัน จำเป็นต้องให้ข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบริการนี้และประโยชน์ที่จะได้รับอย่างชัดเจนแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้บริการ wealth advice for all ได้อย่างเข้าใจและมั่นใจ

#### **บุคลิกลักษณะของโครงการ (mood and tone)**

- มีความน่าเชื่อถือ ดูน่าไว้วางใจ
- มีลักษณะที่สะท้อนให้เห็นถึงความจริงใจ ใส่ใจ
- มีความเป็นมิตร เข้าถึงง่าย พร้อมสนับสนุนและให้คำแนะนำปรึกษาที่ดี

### ช่องทางการสื่อสาร

ทางโครงการมีความสนใจอยากเน้นในการสร้างการเข้าถึงและการรับรู้ในสื่อหลักของ social media เช่น facebook เป็นต้น เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นศูนย์กลางของโครงการ (ข้อมูลความรู้ ข้อมูลที่กระตุ้น awareness ข้อมูล service provider เป็นต้น) นอกจาก social media แล้ว ยังมีช่องทางสื่อที่สร้างการจดจำได้ดีอื่น ๆ เช่น BTS, MRT, OUTDOOR หรือการ wrap ตึกสำนักงาน ก.ล.ต. เป็นต้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของพันธมิตร โครงการด้วย<sup>3</sup>

ทั้งนี้ ยังเปิดกว้างให้ผู้นำเสนอแผนงานพัฒนาแผนงานช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

### กิจกรรมเปิดตัว

- มีคนเข้าร่วมประมาณ 200-300 คน
- มีองค์กรหลักที่จะร่วมเป็นผู้นำในการร่วมเปิดโครงการ ประมาณ 15-20 องค์กร โดยผู้บริหารที่จะมาร่วมส่วนใหญ่จะเป็นระดับ CEO
- ต้องการรูปแบบกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ เหมาะกับโจทย์งาน
- ในการออกแบบกิจกรรม สามารถนำเสนอได้ทุกลักษณะไม่จำกัดแต่ต้องเป็นลักษณะแถลงข่าว หรือเปิดตัวแบบทั่วไป เปิดกว้างทางความคิดอย่างเต็มที่

<sup>3</sup> กลุ่มพันธมิตรโครงการประกอบด้วย (1) service provider (2) องค์กรภาครัฐ อาทิ ธปท. (3) องค์กรภาคเอกชน อาทิ คสท. สมาคมต่าง ๆ