

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

๑. ชื่อโครงการ “โครงการประชาสัมพันธ์และดูแลการตลาดออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
และกิจกรรมต่างๆ ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖”

๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ การกีฬาแห่งประเทศไทย

๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สิบล้านบาทถ้วน)

๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่ **13 มิ.ย. 2566**

รวมเป็นเงิน ๑๐,๐๓๗,๔๖๔.๑๗ บาท (สิบล้านสามหมื่นเจ็ดพันสี่ร้อยหกสิบบาทสี่บาทสิบเจ็ดสตางค์) รายละเอียด ดังนี้

หน่วย : บาท

๔.๑ แผนกลยุทธ์หลัก ประกอบด้วย แผนปฏิบัติงาน (รวมการใช้สื่อและเครื่องมือการตลาด), กรอบการทำเนื้อหา Content และกลยุทธ์
การวางแผนการตลาด

๒๗๐,๖๖๔.๗๘

๔.๑.๑ ผลการวิเคราะห์สื่อออนไลน์ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติในปัจจุบัน โดยใช้เครื่องมือ Social Listening Tool

๔.๑.๒ กลยุทธ์การสื่อสารหลัก (Key Communication)

๔.๑.๓ แผนปฏิบัติงาน (Timeline) ของการใช้สื่อออนไลน์และเครื่องมือการตลาด

๔.๒ แผนกลยุทธ์การใช้สื่อออนไลน์ (Media Channel Strategies)

๑๐๐,๘๒๕.๕๕

๔.๒.๑ กำหนดบทบาทของสื่อออนไลน์แต่ละสื่อ ว่าควรมีเนื้อหาไปในทิศทางใด

๔.๓ แผนกลยุทธ์ด้านกรอบแนวคิดของเนื้อหา (Content Framework)

๑๐๐,๘๒๕.๕๕

๔.๓.๑ กำหนดกรอบความคิดของเนื้อหาว่าควรมีเนื้อหาใดบ้าง และควรมีสัดส่วนเป็นเท่าไร

๔.๓.๒ กำหนดหัวข้อหลักของเนื้อหาในแต่ละเดือนของสื่อออนไลน์ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๔.๔ แผนกลยุทธ์การใช้เครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tools) เสริมประสิทธิภาพให้การวางแผนงาน

๑๐๐,๘๒๕.๕๕

๔.๔.๑ กำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tools) สำหรับยิงโฆษณาออนไลน์เพื่อให้สามารถไปถึง
ยอดการเข้าถึง ยอดการรับชม และยอดการติดตามที่กำหนด

๔.๔.๒ กำหนดกลยุทธ์การยิงโฆษณาออนไลน์ บนสื่อออนไลน์ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๔.๔.๓ กำหนดสัดส่วนของงบประมาณที่ใช้บนสื่อออนไลน์ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติแต่ละสื่อ ว่าควรเป็นเท่าไร

๔.๕ บริหารจัดการและพัฒนาเนื้อหาประชาสัมพันธ์ (Content) และโซเชียลมีเดียทางการ (Official Media) ของกองทุนพัฒนาการกีฬา
แห่งชาติให้เป็นประโยชน์ และมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ต้องกำหนดสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อออนไลน์ทุก
ช่องทางโดยให้มีความเหมาะสมตามรูปแบบ โดยนำเสนอ ด้วยวิธีการโพสต์เนื้อหา หรือบทความ ต่างๆ ทั้งในรูปแบบตัวอักษร ภาพนิ่ง
ภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอ หรือเสียง ตลอดจนออกแบบกิจกรรม (Campaign) เพื่อดึงดูดชักชวนความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยบัญชี
ทางการ (Official Account) ได้แก่

๔.๕.๑ Official Facebook Fan Page กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๓๐๗,๘๐๓.๗๔

๔.๕.๒ Official Twitter กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๓๐๗,๘๐๓.๗๔

๔.๕.๓ Official Tik Tok กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๓๐๗,๘๐๓.๗๔

๔.๕.๔ Official Instagram กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๓๐๗,๘๐๓.๗๔

๔.๕.๕ Official YouTube กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๓๐๗,๘๐๓.๗๔

รวมถึงให้บริการด้านบริหารจัดการ (Administrator) ให้ข้อมูล การตอบข้อซักถาม รวมทั้งออกแบบกิจกรรมแคมเปญ
ออนไลน์ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมตลอดระยะเวลาโครงการและการดูแลรักษา Account โซเชียลมีเดียของกองทุน
พัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ให้ปลอดภัย รวมถึงมีมาตรการการป้องกันไม่ให้ระบบ Account เสียหาย

**ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง**

๔.๖. บริหารจัดการบัญชีโซเชียลมีเดียของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

๔.๖.๑ Official Facebook Fan Page ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ รายละเอียดดังนี้

- | | |
|---|------------|
| (๑) ประชาสัมพันธ์ Official Fan page เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม (Followers) หรือกดชื่นชอบ (Likes) ให้มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๘๐,๐๐๐ โลก | ๘๐๑,๐๒๘.๐๔ |
| (๒) ผลิตเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ สั้น ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที จำนวน ๖ วิดีโอ ในหมวดหมู่ Activity และได้รับการพิจารณาอนุมัติจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติก่อนการผลิต รวม ๖ วิดีโอ | ๒๕๘,๘๓๑.๗๘ |
| (๓) เผยแพร่วิดีโอประชาสัมพันธ์ในช่อง Facebook ของกองทุนพัฒนาฯ ในรูปแบบ Facebook Boost Post โดยมียอดการเข้าถึงรวมไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ การเข้าถึง (reach) ในระยะเวลาดำเนินโครงการ โดยการ Boost Post พร้อมการเลือกรูปแบบและกลุ่มเป้าหมาย | ๒๘๔,๑๑๒.๑๕ |
| (๔) ออกแบบและผลิตภาพปก (Cover Photo) สำหรับ Official Facebook Fan page จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ ชิ้น | ๑๔๒,๒๔๒.๘๓ |
| (๕) ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อ (Media Content) พร้อมจัดทำสื่อกราฟิกประกอบเนื้อหา (Artwork) เพื่อสร้างความสนใจและกระแสนิยมในปัจจุบัน เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ เรื่อง | ๗๒๕,๒๒๑.๑๘ |
| (๖) เนื้อหาและสื่อต่างๆ ต้องมีจำนวนการแสดงผลไม่น้อยกว่า ๓๐๐,๐๐๐ การเข้าถึง (reach) | |

๔.๖.๒ บริหารจัดการ Official Twitter ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ มีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|--|------------|
| (๑) ประชาสัมพันธ์ Official Twitter เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Followers ให้มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ Followers | ๒๖๗,๑๑๒.๑๕ |
| (๒) โฟสต์ (Tweet) ข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ พร้อมผลิตภาพกราฟิก (Artwork) ประกอบจำนวน ๑๐๐ เรื่อง | ๔๖๐,๗๖๓.๒๔ |
| (๓) เผยแพร่ Retweet ข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกองทุนฯ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง | ๕๗,๑๙๑.๕๙ |
| (๔) ออกแบบภาพปก Cover Photo สำหรับ Official Twitter จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชิ้น | ๒๑๘,๙๓๙.๒๕ |

๔.๖.๓ บริหารจัดการ Official YouTube ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ มีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|---|------------|
| (๑) ประชาสัมพันธ์ Official YouTube เพื่อเพิ่มจำนวน Subscribers ให้มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๒๐,๐๐๐ subscribers และมียอดชมคลิปทั้งหมดในช่องรวมกันเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ วิว view | ๔๕๙,๕๓๒.๗๑ |
| (๒) ออกแบบภาพปก Cover Photo สำหรับ Official You Tube จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๕ ชิ้น | ๑๒๒,๙๖๙.๖๓ |
| (๓) ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อ (Media Content) ในรูปแบบ ๒ ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ เรื่อง | ๔๔๖,๐๒๐.๒๕ |

๔.๖.๔ บริหารจัดการ Official Tik Tok ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ มีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|--|------------|
| (๑) ประชาสัมพันธ์ Official TikTok เพื่อสร้างจำนวนผู้ติดตาม Followers ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ Followers และต้องมียอดชมคลิปในช่องรวมกันเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ วิว view | ๒๖๙,๑๑๒.๑๕ |
| (๒) ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อเคลื่อนไหว Motion Media Content เพื่อสร้างความสนใจ ความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ เรื่อง ตลอดระยะเวลาโครงการ | ๔๐๘,๒๒๔.๓๐ |

๔.๖.๕ บริหารจัดการ Official Instagram ของกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ มีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|---|------------|
| (๑) ประชาสัมพันธ์ Official Instagram เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม Followers ให้มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ Followers และต้องมียอดชมคลิปทั้งหมดในช่องรวมกันเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๕๐,๐๐๐ วิว view | ๒๖๙,๑๑๒.๑๕ |
| (๒) ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับสื่อ Media Content เพื่อสร้างความสนใจ ความยาวไม่น้อยกว่า ๑๕ วินาที จำนวนไม่น้อยกว่า ๖๐ เรื่อง ตลอดระยะเวลาโครงการ | ๓๙๘,๕๓๒.๗๑ |






ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๔.๗. จัดทำ และผลิตวิดีโอหลักแนะนำ พันธกิจของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ความยาวไม่น้อยกว่า ๖๐ วินาที จำนวน ๑ เรื่อง โดยต้องนำ ส่ง Story board ให้กองทุนอนุมัติก่อนผลิต	๑,๒๗๙,๑๕๑.๐๙
๔.๘. จัดทำ การติดตามผลด้วยเครื่องมือ Monitoring Tool โปรแกรมที่รองรับได้ทุกแพลตฟอร์ม โดยต้องแสดงค่าสถิติให้ครบถ้วนตามความเหมาะสม เช่น ยอดการเข้าถึง ยอดการรับชม ตรวจสอบหรือ Tracking การพูดถึงกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติใน Social online อย่างไรบ้าง รวมถึงสามารถเปรียบเทียบคอนเทนต์ข้ามแพลตฟอร์มได้ โดยต้องจัดทำ เป็น Report นำ เสนอทุกเดือน	๔๐๑,๔๙๕.๓๓
	ราคาก่อนรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ๙,๓๘๐,๘๐๗.๖๓
	ภาษีมูลค่าเพิ่ม ๗% ๖๕๖,๖๕๖.๕๓
	ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ๑๐,๐๓๗,๔๖๔.๑๗
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง) สืบราคาจากผู้รับจ้าง จำนวน ๓ ราย โดยอ้างอิงจากราคาเฉลี่ย รายละเอียดตามเอกสารแนบ	
๕.๑ บริษัท เอส.เค.เวนเจอร์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)	
๕.๒ บริษัท ทีพีเอ็ม โซเชียล มีเดีย เอเจนซี จำกัด (สำนักงานใหญ่)	
๕.๓ บริษัท ชูรา เอเชีย จำกัด (สำนักงานใหญ่)	
๖. รายชื่อผู้รับผิดชอบกำหนดราคากลาง	
นายปรีชา ลาลุน ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ	
นายประวิทย์ เมตตา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายการคลังกองทุน	
นางสาวกิม นครศรี ตำแหน่ง หัวหน้างานส่วนกองทุนกีฬา	
นางสาวปัทมา ขอบใหญ่ ตำแหน่ง พนักงานกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ	
นางสาวสุภัทธร สมหลง ตำแหน่ง พนักงานกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ	

Spacason

วิมล

สอ
1

วิมล