ชื่อโครงการ ส่งเสริมการรับรู้และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ Visit Bangkok ผ่านสื่อออนไลน์

หน่วยงาน ส่วนการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐

---

๑. หลักการและเหตุผล

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของประชาชน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ จึงกลายเป็นช่องทางหลักที่หน่วยงานภาครัฐเลือกใช้ในการสื่อสารกับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารที่รวดเร็ว มีภาพลักษณ์ที่น่าสนใจ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง และถือเป็นแนวทางที่ทันสมัยสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบออนไลน์ภายใต้แบรนด์ “Visit Bangkok” ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ๕ ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ Facebook YouTube Instagram และ TikTok โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ปฏิทินการท่องเที่ยวประจำเดือน และรายละเอียดงานเทศกาลต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่กรุงเทพมหานครให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับทราบ และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน

สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แบรนด์ Visit Bangkok ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เพื่อเป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ในฐานะเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการตลาดอย่างเป็นระบบ รวมถึงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการรับรู้ และเพิ่มการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) และภาพลักษณ์ของแบรนด์ Visit Bangkok ให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่จดจำ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๒ เพื่อเพิ่มยอดจำนวนผู้ติดตาม (Followers) จำนวนการเข้าชมเนื้อหา (Views) รวมถึงกระตุ้นการมีส่วนร่วม (Engagement) และการเข้าถึงโพสต์ (Reach) ต่าง ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น

๒.๓ เพื่อสร้างแรงจูงใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมกรุงเทพฯ เพิ่มมากขึ้นผ่านเนื้อหาบนสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

๓. เป้าหมาย...

๓. เป้าหมาย

ดำเนินการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของแบรนด์ Visit Bangkok ทั้ง ๕ ช่องทาง ของส่วนการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ประกอบด้วย เว็บไซต์ Facebook YouTube Instagram และ TikTok ผ่านสื่อออนไลน์ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนี้

๓.๑ จัดทำแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์แบรนด์ Visit Bangkok ให้เป็นที่รู้จักและจดจำ รวมถึงวางแผนการสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

๓.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก บทความพร้อมภาพนิ่งประกอบคำบรรยาย ภาพถ่ายหรือรูปภาพสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

๓.๓ ดำเนินการบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ เช่น การโฆษณาออนไลน์ (Digital Advertising) การทำการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) การทำ SEO การจ้าง Influencer/Creator ฯลฯ

๓.๔ จัดฝึกสอนเกี่ยวกับทักษะ วิธีการ เทคนิค และกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการถ่ายทอดสด (Live Streaming) พร้อมจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ทีม Visit Bangkok ของส่วนการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สำหรับออกปฏิบัติงานถ่ายทอดสดนอกสถานที่

๔. ลักษณะโครงการ

ประเภทโครงการ เป็นโครงการใหม่ / โครงการตามภารกิจประจำของสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ความสอดคล้องหรือเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์/แผน

- ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ๔.๓ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง

- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๖๗ หมุดหมายที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน เป้าหมายที่ ๓ การท่องเที่ยวไทยต้องมีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในทุกมิติ กลยุทธ์ที่ ๑ การส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการการท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง

- แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) ฉบับปรับปรุง ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การต่อยอดความเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๖.๒ กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวระดับโลก เป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๓ กรุงเทพมหานครมีมาตรฐานด้านการบริการข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในระดับสากล สามารถแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียได้อย่างภาคภูมิ และเป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๕ แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากร การท่องเที่ยวในพื้นที่ของกรุงเทพมหานครได้รับการส่งเสริมพัฒนา อนุรักษ์และฟื้นฟู ให้มีศักยภาพพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ ๖.๒.๕.๓ การส่งเสริมประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Branding) และการส่งเสริมการตลาด

รูปแบบโครงการ เป็นโครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว

๕. ระยะเวลา...

๕. ระยะเวลาและสถานที่ดำเนินการ

ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๙ – กันยายน ๒๕๗๐

๖. แผนปฏิบัติการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐											
	ต.ค. ๖๙	พ.ย. ๖๙	ธ.ค. ๖๙	ม.ค. ๗๐	ก.พ. ๗๐	มี.ค. ๗๐	เม.ย. ๗๐	พ.ค. ๗๐	มิ.ย. ๗๐	ก.ค. ๗๐	ส.ค. ๗๐	ก.ย. ๗๐
๑. จัดทำ รวบรวมข้อมูล และประสานรายละเอียดตามโครงการ	↔											
๒. ดำเนินการตามขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ		←	—	→								
๓. ดำเนินการจัดทำโครงการตามที่กำหนด				←	—	—	—	—	—	—	→	
๔. สรุปและประเมินผลการจัดทำโครงการฯ											←	→

๗. งบประมาณ

โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐ แผนงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ผลผลิต ส่งเสริมการท่องเที่ยว งบรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการรับรู้และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ Visit Bangkok ผ่านสื่อออนไลน์ จำนวนเงินทั้งสิ้น ๖,๗๙๐,๐๐๐.- บาท (หกล้านเจ็ดแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน) พร้อมนี้ได้แนบแผนการจ่ายเงินงบประมาณจำนวน ๑ ฉบับ

ประมาณการงบประมาณ

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	กฎหมายระเบียบที่เกี่ยวข้อง
๗.๑ จัดทำแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์แบรนด์ Visit Bangkok ให้เป็นที่รู้จักและจดจำ รวมถึงวางแผนการสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ	- ค่าที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Consultant) - ค่าวิเคราะห์แบรนด์ กลุ่มเป้าหมาย - ค่าวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและช่องทางเผยแพร่ที่เหมาะสม - ค่าแผนการจัดทำเนื้อหา (Content)	๗๕๐,๐๐๐	๑. พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ๒. ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๗.๒ จัดทำสื่อ...

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	กฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้อง
๗.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก บทความพร้อมภาพนิ่งประกอบคำบรรยาย ภาพถ่ายหรือรูปภาพสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ฯลฯ	- ค่าจัดทำคลิปวิดีโอ ความยาว ๕ - ๑๕ นาที/คลิป (พากย์อังกฤษ/บรรยายไทย) จำนวน ๑๒ คลิป - ค่าจัดทำคลิปวิดีโอสั้น ความยาว ๑ - ๓ นาที/คลิป (พากย์อังกฤษ/บรรยายไทย) จำนวน ๒๔ คลิป - ค่าจัดทำอินโฟกราฟิก จำนวน ๖๐ ชิ้นงาน (ไทย ๓๐ ชิ้น/อังกฤษ ๓๐ ชิ้น) - ค่าจัดทำบทความพร้อมภาพนิ่งประกอบคำบรรยายเป็น ๒ ภาษา (อังกฤษ/ไทย) จำนวน ๒๔ ชิ้นงาน - ค่าจัดหาภาพถ่าย/ถ่ายรูป จำนวน ๑,๐๐๐ รูป	๒,๔๐๐,๐๐๐ ๒๔๐,๐๐๐ ๔๘๐,๐๐๐ ๑๒๐,๐๐๐ ๑,๕๐๐,๐๐๐	๑. พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ๒. ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐
๗.๓ ดำเนินการบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ เช่น การโฆษณาออนไลน์ (Digital Advertising) การทำการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) การทำ SEO การจ้าง Influencer/Creator ฯลฯ	- ค่าโฆษณาออนไลน์ (Digital Advertising) - ค่าการทำการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social Media Marketing) - ค่าทำ SEO - ค่าจ้าง Influencer/Creator - ค่าบริหารจัดการอื่น ๆ	๑๐๐,๐๐๐	๑. พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ๒. ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

๗.๔ จัดฝึกสอน...

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)	กฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้อง
๗.๔ จัดฝึกสอนเกี่ยวกับทักษะ วิธีการ เทคนิค และกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการถ่ายทอดสด (Live Streaming) พร้อมจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ทีม Visit Bangkok ของส่วนการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สำหรับออกปฏิบัติงานถ่ายทอดสดนอกสถานที่	- ค่าดำเนินการฝึกสอน เช่น วิทยากร เอกสาร/คู่มือ อาหาร/ของว่าง น้ำดื่ม สถานที่ ฯลฯ - ค่าจัดหาอุปกรณ์สนับสนุน เช่น กล้องถ่ายวิดีโอ หรือ Smartphone ไมโครโฟนไร้สาย ขาตั้งกล้อง ไม้กันสั่น (Gimbal Stabilizer) แบตเตอรี่สำรอง (Power Bank) อุปกรณ์เก็บข้อมูล (External hard disk) ฯลฯ	๗๐๐,๐๐๐ ๕๐๐,๐๐๐	๑. พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ๒. ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐
รวมงบประมาณเป็นเงินทั้งสิ้น (หกล้านเจ็ดแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)		**๖,๗๙๐,๐๐๐**	

ทั้งนี้ ให้ถัวเฉลี่ยจ่ายได้ทุกรายการ กรณียอดใดยอดหนึ่งไม่เพียงพอ แต่ไม่เกินวงเงินงบประมาณที่ได้รับ

๘. ความเสี่ยงของโครงการและแนวทางการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง	การประเมินความเสี่ยง			แนวทางการบริหารความเสี่ยง
	โอกาสที่จะเกิด	ผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	
- ผลตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายต่ำกว่าที่กำหนด เช่น จำนวนผู้ติดตาม/ ผู้เข้าชม ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	๓	๒	ปานกลาง	- ปรับกลยุทธ์ จัดทำเนื้อหา (Content) ให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย - ใช้ Influencer / Creator ที่มีฐานผู้ติดตาม และความสนใจ ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

๙. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายใต้แบรนด์ Visit Bangkok เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และมียอดผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น กลายเป็นช่องทางหลักด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมกรุงเทพมหานคร

๙.๒ สามารถดึงดูดและสร้างแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

๙.๓ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ผู้ประกอบการ และรายได้ในภาพรวมแก่กรุงเทพมหานคร

๑๐. การติดตาม...

๑๐. การติดตามประเมินผล

๑๐.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จ

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ประเภทตัวชี้วัด	วิธีการคำนวณ/เครื่องมือในการใช้วัด	ระยะเวลา
- ช่องทางการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ Visit Bangkok ที่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่น้อยกว่า ๕ ช่องทาง	ระดับผลผลิต (output)	จำนวนช่องทางที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ Visit Bangkok	ปีงบประมาณ ๒๕๗๐
- ร้อยละของจำนวนผู้ติดตาม/ผู้เข้าชม ในสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ Visit Bangkok รวมทุกช่องทางเพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ๑ แสนคน	ระดับผลลัพธ์ (outcome)	จำนวนผู้ติดตาม/ผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ Visit Bangkok รวมทั้งหมดทุกช่องทาง (เว็บไซต์ Facebook YouTube Instagram และ TikTok)	ปีงบประมาณ ๒๕๗๐

๑๐.๒ การติดตามความก้าวหน้า

ส่วนการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว เป็นผู้ติดตามและประเมินผลโครงการ ทุก ๆ เดือน

๑๐.๓ การประเมินผลโครงการ

ประเมินผลจากความพึงพอใจ จำนวนผู้ติดตาม และจำนวนผู้เข้าชม ตลอดระยะเวลา

ลงชื่อ.....ผู้เสนอโครงการ
(นายธนาเดช จันทร์แก้ว)
ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติโครงการ
(นายสิงห์ ลิ้มพิรัตน์)
ผู้อำนวยการสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

แผนปฏิบัติการ

โครงการ ส่งเสริมการรับรู้และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ Visit Bangkok ผ่านสื่อออนไลน์

หน่วยงาน ส่วนการท่องเที่ยว สำนักงานวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐

งบประมาณ ๖,๗๙๐,๐๐๐ บาท (หกล้านเจ็ดแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	งบประมาณที่ใช้	ขั้นตอนคิดเป็นร้อยละ	รวมผลขั้นตอนคิดเป็นร้อยละ	ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๗๐											
				ต.ค. ๖๙	พ.ย. ๖๙	ธ.ค. ๖๙	ม.ค. ๗๐	ก.พ. ๗๐	มี.ค. ๗๐	เม.ย. ๗๐	พ.ค. ๗๐	มิ.ย. ๗๐	ก.ค. ๗๐	ส.ค. ๗๐	ก.ย. ๗๐
๑. จัดทำ รวบรวมข้อมูล และประสานรายละเอียดตามโครงการ		๑๕	๑๕	←	→										
๒. ดำเนินการตามขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ		๓๐	๔๕	←	—	→									
๓. ดำเนินการจัดทำโครงการตามที่กำหนด	๖,๗๙๐,๐๐๐	๔๐	๘๕				←	—	—	—	—	—	—	—	→
๔. สรุปและประเมินผลการจัดทำโครงการฯ		๑๕	๑๐๐												
ผลรวม	**๖,๗๙๐,๐๐๐**	**๑๐๐**	**๑๐๐**												