

รายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะของพัสดุที่จะจ้าง
โครงการสร้างอัตลักษณ์เมือง (DNA) และ Marketing ภายใต้อัตลักษณ์เมือง (Visit, Eat, Shop, Mu, Rest)

๑. หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชน มีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น ประกอบกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๗๐) ได้กำหนดหลักการและแนวคิดที่สำคัญ ๔ ประการ ได้แก่ (๑) หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการสืบสาน รักษา ต่อยอดการพัฒนา ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (๒) แนวคิด Resilience มุ่งเน้นการลดความเปราะบางต่อความเปลี่ยนแปลง ๓ ระดับ ได้แก่ การพร้อมรับ การปรับตัว และการเปลี่ยนแปลง เพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน (๓) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและ (๔) โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจใน ๓ รูปแบบควบคู่กัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

กรมการพัฒนารัฐบาลท้องถิ่นในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคง โดยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอาชีพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความสามารถในการแข่งขัน ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศได้ ประกอบกับรัฐบาล มีนโยบายส่งเสริมและโปรโมตการท่องเที่ยวเมืองรอง มากขึ้น เพื่อกระจายรายได้ไม่ให้เกิดกระจุกตัวเฉพาะในเมืองหลัก ซึ่งเป็นเมืองรองที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจ ทั้งมิติการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้น Demand กับภาคเอกชนทุกส่วน ทั้ง สมาคม ท่องเที่ยว หอการค้า สายการบิน ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร โรงแรม ร้านอาหาร วิสาหกิจชุมชน ฯลฯ สร้างความสุขพร้อมดูแลธรรมชาติ นำไปสู่ช่วงเวลาพิเศษ ตลอดทั้งปีในเมืองไทย จึงได้จัดทำโครงการ สร้างอัตลักษณ์เมือง (DNA) และ Marketing ภายใต้อัตลักษณ์เมือง (Visit, Eat, Shop, Mu, Rest) ขึ้น เพื่อกระตุ้น ตลาดท่องเที่ยวในประเทศให้คึกคัก และผลักดันรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

จังหวัดนครพนม เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีอาณาเขตติดกับแม่น้ำโขงและประเทศ ลาว ซึ่งมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่น่าสนใจ เช่น พระธาตุพนม หาดทรายทองศรีโคตรบูร บ้านลุงโฮ ฯลฯ โดยนับเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญในประเทศ และยังมีสนามบินประจำจังหวัด ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย แต่ปัจจุบันทางจังหวัด ยังไม่ได้การพัฒนาและกำหนดภาพลักษณ์หลักประจำจังหวัด ที่มีความทันสมัย น่าสนใจ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือ หลักในการสื่อสาร รวมไปถึงสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครพนมให้กับประชาชนในวงกว้าง และเป็นมาตรฐาน เดียวกัน ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและโปรโมตการท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น เพื่อกระจาย รายได้ไม่ให้เกิดกระจุกตัวเฉพาะในเมืองหลัก ซึ่งเป็นเมืองรองที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจ ทั้งมิติการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้น Demand กับภาคเอกชนทุกส่วน ทั้ง สมาคมท่องเที่ยว หอการค้า สายการบิน ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร โรงแรม ร้านอาหาร วิสาหกิจชุมชน ฯลฯ สร้างความสุขพร้อมดูแล ธรรมชาติ นำไปสู่ช่วงเวลาพิเศษ ตลอดทั้งปีในเมืองไทย ได้แก่ แพร่ ลำปาง นครสวรรค์ นครพนม ศรีสะเกษ จันทบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี นครศรีธรรมราช และตรัง แต่ละจังหวัดมีของดี มีอัตลักษณ์ มีธรรมชาติ อันงดงามที่พร้อมให้ทุกคนไปเยี่ยมเยือน เพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริม การท่องเที่ยว ๔ ด้าน ดึงศักยภาพของทุกจังหวัดสู่สากล เพื่อกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวในประเทศให้คึกคัก ผลักดันรายได้จาก ๔ ด้าน ซึ่งล้วนเป็นโจทย์สำคัญในการกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวของไทย ดังนี้

/๑. ส่งเสริมท่องเที่ยว...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๑.๑ ส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรอง

๑.๒ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายไฮซีซั่นตลอดทั้งปี

๑.๓ เร่งพัฒนาการบริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

๑.๔ เพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อทริป และเพิ่มระยะเข้าพักเพื่อให้นักท่องเที่ยวพำนักรานขึ้น

กรมการพัฒนาชุมชน จึงได้จัดทำโครงการสร้างอัตลักษณ์เมือง (DNA) และ Marketing ภายใต้ ๕ Must (Visit, Eat, Shop, Mu, Rest) ขึ้น เพื่อกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวในประเทศให้คึกคัก และผลักดันรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และทำให้จังหวัดนครพนมเป็นที่จดจำของข้าราชการ บุคลากรในสังกัด คนในจังหวัด รวมไปถึงนักท่องเที่ยวทั่วประเทศ ได้รับรู้ถึงเสน่ห์ของจังหวัดนครพนมและยกระดับภาพลักษณ์ของจังหวัดและชุมชน และสามารถเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อศึกษาและกำหนดแนวทางในการพัฒนาแบรนด์และอัตลักษณ์จังหวัดนครพนม

๒.๒ เพื่อกำหนดแนวทางการใช้อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ทั้งในระดับจังหวัด อำเภอและองค์กรที่เกี่ยวข้อง สำหรับจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความชัดเจน มีเอกลักษณ์ เหมาะสม มีมาตรฐาน และมีความเป็นเอกภาพ

๒.๓ เพื่อสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนมที่ชัดเจน สำหรับสื่อสารทั้งหน่วยงานภายใน ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

๒.๔ เพื่อกำหนดแนวทางการและกลยุทธ์การสื่อสาร สำหรับประชาสัมพันธ์แบรนด์และอัตลักษณ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

๒.๕ เพื่อประชาสัมพันธ์แบรนด์และอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง เช่น หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง ประชาชนทั่วไปในประเทศ ผ่านการจัดงานแถลงข่าว และนิทรรศการทั้งในจังหวัด กรุงเทพฯ และจังหวัดนครพนม

๒.๖ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม

๒.๗ เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

๓. คุณสมบัติของผู้ยื่นเสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

๓.๔ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอสู่หรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐ ไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศ ของกรมบัญชีกลาง

๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเรียนชื่อให้เป็นผู้ทำงาน ของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็น หุ้นส่วน ผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๖ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหาร พัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๗ เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

(๓.๘ ไม่เป็นผู้...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวาง การแข่งขัน อย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาล ของผู้ยื่น ข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นข้อเสนอในรูปแบบของ "กิจการร่วมค้า" ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

(๑) การกำหนดสัดส่วนในการเข้าร่วมค้าของคู่สัญญา

กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ข้อตกลงฯ จะต้องมีการกำหนดสัดส่วนหน้าที่ และความรับผิดชอบในปริมาณงาน สิ่งของ หรือมูลค่าตามสัญญา ของผู้เข้าร่วมค้าหลักมากกว่าผู้เข้าร่วมค้ารายอื่นทุกราย

(๒) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก กิจการร่วมค่านั้น ต้องใช้ผลงานของผู้เข้าร่วมค้าหลักรายเดียวเป็นผลงานของกิจการร่วมค้าที่ยื่นข้อเสนอ สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้เข้าร่วมค้าหลัก ผู้เข้าร่วมค้าทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเงื่อนไข ที่กำหนดไว้ในเอกสารเชิญชวน

(๓) การยื่นข้อเสนอของกิจการร่วมค้า

(๓.๑) กรณีที่ข้อตกลงฯ กำหนดให้มีการมอบหมายผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่ง เป็นผู้ยื่น ข้อเสนอในนามกิจการร่วมค้า การยื่นข้อเสนอดังกล่าวไม่ต้องมีหนังสือมอบอำนาจ

สำหรับข้อตกลงฯ ที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดเป็นผู้ยื่นข้อเสนอ ผู้เข้าร่วม ค้าทุกรายจะต้องลงลายมือชื่อในหนังสือมอบอำนาจให้ผู้เข้าร่วมค้ารายใดรายหนึ่งเป็นผู้ยื่นข้อเสนอในนาม กิจการร่วมค้า

(๓.๒) การยื่นข้อเสนอด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e - bidding) ให้ผู้เข้าร่วมค้า ที่ได้รับมอบหมายหรือมอบอำนาจตามข้อ (๓.๑) ดำเนินการซื้อเอกสารประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ กรณีที่มี การจำหน่ายเอกสารซื้อหรือจ้าง

๓.๑๑ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนที่มีข้อมูลถูกต้องครบถ้วนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

๓.๑๒ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ ดังนี้

๑) กรณี ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยหรือต่างประเทศ ซึ่งได้จดทะเบียนเกินกว่า ๑ ปี ต้องมีมูลค่าสุทธิของกิจการ จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์สุทธิหักด้วยหนี้สิน สุทธิ ที่ปรากฏในงบแสดงฐานะการเงินที่มีการตรวจรับรองแล้ว ซึ่งจะต้องแสดงค่าเป็นบวก ๑ ปีสุดท้าย ก่อนวันยื่นข้อเสนองบแสดงฐานะการเงิน ๑ ปีสุดท้ายก่อนวันยื่นข้อเสนอ หมายถึง งบแสดงฐานะการเงิน ย้อนไป ก่อนวันที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เป็นวันยื่นข้อเสนอ ๑ ปีปฏิทิน เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทย หากวันยื่นข้อเสนอเป็นช่วงระยะเวลาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้นิติบุคคล ยื่นงบ แสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม ของทุกปี โดยนิติบุคคลที่เป็นผู้ยื่นข้อเสนอที่ยื่นอยู่ในช่วงของการยื่นงบแสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม กรณีนี้ให้สามารถยื่นงบแสดงฐานะการเงินย้อนไปอีก ๑ ปี ได้

๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งยังไม่มีการรายงาน งบ แสดงฐานะการเงินกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือกรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ต่างประเทศซึ่งยังไม่มีการรายงานงบแสดงฐานะการเงิน ให้พิจารณาการกำหนดมูลค่าของทุนจดทะเบียน โดย ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระมูลค่าหุ้นแล้ว ณ วันที่ยื่นข้อเสนอ ดังนี้

/(๑)มูลค่าการ...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

- (๑)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างไม่เกิน ๑ ล้านบาท ไม่ต้องกำหนดทุนจดทะเบียน
- (๒)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านบาท
- (๓) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๒ ล้านบาท
- (๔) มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๒๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๓ ล้านบาท
- (๕)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๒๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๖๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๔ ล้านบาท
- (๖)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๖๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๑๕๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๒๐ ล้านบาท
- (๗)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๑๕๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๓๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๖๐ ล้านบาท
- (๘)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๓๐๐ ล้านบาท แต่ไม่เกิน ๕๐๐ ล้านบาท ต้องมีทุนจดทะเบียน
ไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ล้านบาท
- (๙)มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างเกิน ๕๐๐ ล้านบาทขึ้นไป ต้องมีทุนจดทะเบียน ไม่ต่ำกว่า
๒๐๐ ล้านบาท

๓) สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างครั้งหนึ่งที่มีวงเงินเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป กรณีผู้ยื่น
ข้อเสนอ เป็นบุคคลธรรมดาให้พิจารณาจากหนังสือรับรองบัญชีเงินฝากไม่เกิน ๙๐ วัน ก่อนวันยื่นข้อเสนอ
โดยต้องมีเงินฝากคงเหลือในบัญชีธนาคารเป็นมูลค่า ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการ
ที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง และหากเป็นผู้ชนะการจัดซื้อจัดจ้างหรือเป็นผู้ได้รับการคัดเลือกจะต้องแสดง
หนังสือรับรองบัญชีเงินฝากที่มีมูลค่าดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในวันลงนามในสัญญา

๔) กรณี ที่ผู้ยื่นข้อเสนอไม่มีมูลค่าสุทธิของกิจการหรือทุนจดทะเบียน หรือมี แต่ไม่เพียงพอที่จะเข้ายื่นข้อเสนอ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

(๑) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดา
ที่ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔ ของมูลค่างบประมาณ
ของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคารภายในประเทศ หรือบริษัทเงินทุน หรือ
บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์และประกอบธุรกิจ ค้ำประกัน
ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทย แจ้งเวียนให้ทราบ
โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงานใหญ่รับรอง หรือที่สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับ
มอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่นข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอไม่เกิน ๙๐ วัน

(๒) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือ
บุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทย ผู้ยื่นข้อเสนอสามารถขอวงเงินสินเชื่อ โดยต้องมีวงเงินสินเชื่อ ๑ ใน ๔
ของมูลค่างบประมาณของโครงการหรือรายการที่ยื่นข้อเสนอในแต่ละครั้ง จะเป็นสินเชื่อที่ธนาคาร
ต่างประเทศ หรือบริษัทเงินทุนหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการ
พาณิชย์และ ประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารกลางต่างประเทศนั้น ตามรายชื่อบริษัทที่
ธนาคารกลางต่างประเทศนั้นแจ้งเวียนให้ทราบ โดยพิจารณาจากยอดเงินรวมของวงเงินสินเชื่อที่สำนักงาน
ใหญ่รับรอง หรือที่ สำนักงานสาขารับรอง (กรณีได้รับมอบอำนาจจากสำนักงานใหญ่) ซึ่งออกให้แก่ผู้ยื่น
ข้อเสนอ นับถึงวันยื่นข้อเสนอ ไม่เกิน ๙๐ วัน

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....
/๕/ กรณีผู้ยื่น...
พร

๕) กรณีผู้ยื่นข้อเสนอเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ หรือบุคคลธรรมดาที่มีได้ถือสัญชาติไทยตามข้อ ๒ ข้อ ๓ และข้อ ๔ (๒) มูลค่าจะต้องเป็นไปตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราตามประกาศที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ในช่วงระหว่างวันที่เผยแพร่ประกาศและเอกสารประกวดราคา ในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e - GP) จนถึงวันเสนอราคา ทั้งนี้ ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าสุทธิ ของกิจการแล้วแต่กรณี ประกอบกับเอกสารดังกล่าว จะต้องผ่านการรับรองตามระเบียบกระทรวง การต่างประเทศว่าด้วยการรับรองเอกสาร พ.ศ. ๒๕๓๙ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนด โดยจะต้องยื่นเอกสาร ดังกล่าวในวันยื่นข้อเสนอ หากผู้ยื่นข้อเสนอมิได้มีการยื่นเอกสารดังกล่าวมาพร้อมกับการยื่นข้อเสนอให้ถือว่า ผู้ยื่นเสนอรายนั้นยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในเอกสารประกวดราคา

๖) กรณีตามข้อ ๑) - ข้อ ๕) ไม่ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(๖.๑) กรณีที่ผู้ยื่นข้อเสนอเป็นหน่วยงานของรัฐภายในประเทศ

(๖.๒) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ ตามพระราชบัญญัติล้มละลาย พ.ศ. ๒๕๔๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๖.๓) งานจ้างก่อสร้างที่กรมบัญชีกลางได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการงานก่อสร้างแล้ว และงานจ้างก่อสร้างที่หน่วยงานของรัฐที่ได้มีการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการงานก่อสร้างที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไว้ แล้วก่อนวันที่พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ มีผลใช้บังคับ

(๖.๔) การจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง (๒) (ข) และ (ค) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างฯ

(๖.๕) การซื้ออสังหาริมทรัพย์และการเช่าอสังหาริมทรัพย์

(๖.๖) กรณีงานจ้างบริการหรืองานจ้างเหมาบริการกับบุคคลธรรมดา เช่น จ้างพนักงานขับรถ ครูชาวต่างชาติ พนักงานเก็บขยะ พนักงานบันทึกข้อมูล เป็นต้น มีความสามารถตามกฎหมาย

๓.๑๓ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องมีผลงานในงานด้านการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าบริหารพื้นที่ภายในอาคารหรือนอกอาคาร และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานเอกชนที่กรมการพัฒนาชุมชนเชื่อถือภายในวงเงินสัญญาเดียวกันไม่ต่ำกว่า ๕ ล้านบาท พร้อมแนบหนังสือรับรองผลงาน หรือสำเนาสัญญาพร้อมเอกสารแนบท้าย

๓.๑๔ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องจัดส่งสำเนาการเสนองานโดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายละเอียดกิจกรรมการพัฒนาชุมชนภายใน ๑ วัน นับถัดจากวันเสนอราคา จำนวนอย่างน้อย ๕ ชุด และต้องเป็นเอกสารชุดเดียวกับที่เสนอราคาในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์

๔. ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้าง จะต้องดำเนินการกำหนดอัตลักษณ์และพัฒนาภาพลักษณ์หลักของจังหวัดนครพนม รวมไปถึงจัดการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียดนี้

๔.๑ ออกแบบกรอบแนวคิดกิจกรรมการดำเนินงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และกำหนดแผนการดำเนินงาน ระบุกิจกรรมให้ชัดเจนครอบคลุมรายละเอียดของการดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้จริง เพื่อให้การดำเนินงานโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งออกเป็น ๖ กิจกรรม ได้แก่

๔.๑.๑ กิจกรรมที่ ๑ แผนการดำเนินการและกลยุทธ์แบรนด์สำหรับจังหวัดนครพนม

๔.๑.๒ กิจกรรมที่ ๒ ออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่

๔.๑.๓ กิจกรรมที่ ๓ ผลิตรายการประชาสัมพันธ์สำหรับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่

๔.๑.๔ กิจกรรมที่ ๔ การจัดงานแถลงข่าวและจัดนิทรรศการสำหรับเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่

๔.๑.๕ กิจกรรมที่ ๕ การจัดงานมหกรรมเผยแพร่อัตลักษณ์เมืองนครพนม

๔.๑.๖ กิจกรรมที่ ๖ บริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตเผยแพร่วิดีโอหรือภาพนิ่งในช่องทางออนไลน์

/๔.๒ วางแผน...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๔.๒ วางแผนงานการศึกษาและกำหนดทิศทางการดำเนินงาน ในการพัฒนาภาพลักษณ์หลักของจังหวัด นครพนม (Proposal)

๔.๓ วางแผนการศึกษาข้อมูลของจังหวัดนครพนม ทั้งการท้าววิจัยแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ โดยจะมีการลงสำรวจพื้นที่ในจังหวัดนครพนม และรวมไปถึงมีการศึกษาเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัด นครพนม (Focus Group)

๔.๔ พัฒนาและสร้างสรรค์แนวคำถามเพื่อศึกษาข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดนครพนม อ้างอิง ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และจะต้องนำเสนอให้กับทางจังหวัดนครพนม เพื่อขออนุญาตก่อนการ ดำเนินการ

๔.๕ จัดทำการวิจัยแบบปฐมภูมิ ผ่านการลงพื้นที่ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่าง โดยจะมี การศึกษากลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย ๓ กลุ่ม ดังนี้

๑) ผู้ที่อาศัยในจังหวัดนครพนม ที่มีอายุระหว่าง ๒๐ – ๓๕ ปี จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ คน

๒) ผู้ที่อาศัยในจังหวัดนครพนม ที่มีอายุระหว่าง ๓๕ – ๔๕ ปี จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ คน

๓) ผู้ที่อาศัยในจังหวัดนครพนม ที่มีอายุ ๔๕ ปี ขึ้นไป จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ คน

โดยกำหนดให้แต่ละกลุ่มมีการเผยแพร่หญิงและชาย และมีการคลุกกันให้ครบทั้ง ๑๒ อำเภอ ภายในจังหวัดนครพนม ได้แก่ อำเภอเมืองนครพนม อำเภอบ้านแพง อำเภอท่าอุเทน อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอนาทม อำเภอธาตุพนม อำเภอเรณูนคร อำเภอนาแก อำเภอปลาปาก อำเภอวังยาง

๔.๖ จัดทำรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปเนื้อหาสำคัญที่ได้จากการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์และศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf เพื่อนำไปใช้พัฒนาโครงการทั้งในแง่ของกลยุทธ์การสื่อสาร ของจังหวัด และการพัฒนาอัตลักษณ์ของจังหวัด

๔.๗ จัดทำการวิจัยแบบทุติยภูมิ ผ่านการศึกษาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ สัมภาษณ์บุคคลทั่วไป ที่ไม่ได้อาศัย อยู่ในจังหวัดนครพนม สํารวจการกล่าวถึงจังหวัดในช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อหาข้อมูล จุดเด่น และการรับรู้ เกี่ยวกับจังหวัดนครพนม

๔.๘ ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปเนื้อหาสำคัญที่ได้จากการทำการวิจัยแบบทุติยภูมิ

๔.๙ จัดทำรายงานสรุปผล ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf โดยรวบรวมจากการศึกษาและวิจัย ทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ และวิเคราะห์โอกาสในการพัฒนากลยุทธ์ของจังหวัด โดยมีการใช้หลักการสร้าง แปรนด์ดิงเมือง (City Branding) เป็นส่วนหนึ่งในการนำมาวิเคราะห์ (Brand Insight & Opportunity Report)

๔.๑๐ จัดทำรายงานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแบรนด์ให้จังหวัดนครพนม (Brand Model) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf ประกอบด้วยเนื้อหา อาทิ การกำหนดทิศทางและเป้าหมายของแบรนด์ (Brand Purpose, Brand Essence) การกำหนดคุณค่าของแบรนด์ที่ส่งมอบไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Brand Value, Proposition) รวมไปถึงคุณลักษณะของแบรนด์ (Brand Personality) เรื่องราวของแบรนด์ (Brand Manifesto) เพื่อเป็นการวางรากฐานของแบรนด์จังหวัดนครพนม รวมไปถึงเป็นพื้นฐานในการพัฒนา และสร้างสรรค์แนวคิดในการออกแบบและกำหนดอัตลักษณ์และพัฒนาภาพลักษณ์หลักของจังหวัดนครพนม

๔.๑๑ วางแผนการออกแบบอัตลักษณ์และพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดนครพนม โดยผู้รับจ้างต้องนำ ผลสรุป ที่ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแบรนด์มากำหนดแนวคิดและดำเนินการออกแบบและพัฒนาก่อสร้างอัตลักษณ์ ของจังหวัดนครพนม (Brand Concept) และนำเสนอในรูปแบบ Presentation

๔.๑๒ วางแผนและกำหนดกลยุทธ์และการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม (Communication Strategy) โดยนำเสนอ และส่งแผนเป็นไฟล์ .pdf

๔.๑๓ ศึกษาและพัฒนาแนวคิดหลัก (Concept) สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม โดยสอดคล้องกับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม โดยนำเสนอและส่งแผนเป็นไฟล์ .pdf

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ...../๔.๑๓.๑ นำเสนอ...
๗๘

๔.๑๓.๑ นำเสนอแนวทางสร้างสรรค์ (Big Idea)

๔.๑๓.๒ Mood & Tone

๔.๑๓.๓ Key Message ในสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑๓.๔ แผนการดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Communication roll-out plan)

๔.๑๔ ออกแบบและพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม (Logo) ให้มีขนาด และความละเอียด เหมาะสำหรับการนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์

๔.๑๔.๑ ตราสัญลักษณ์มาตรฐานของจังหวัดนครพนม (Master brand Logo)

๔.๑๔.๒ ตราสัญลักษณ์แบบอักษรของจังหวัดนครพนม (Logotype)

๔.๑๔.๓ ตราสัญลักษณ์ประจำอำเภอในจังหวัดนครพนม จำนวน ๑๒ อำเภอ (Sub brand logo) ได้แก่ อำเภอเมืองนครพนม อำเภอบ้านแพง อำเภอท่าอุเทน อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอนาทม อำเภอธาตุพนม อำเภอเรณูนคร อำเภอนาแก อำเภอปลาปาก อำเภอวังยาง

๔.๑๔.๔ ปรับปรุงตราสัญลักษณ์ขององค์กรเอกชน และภาคีเครือข่ายที่สำคัญในจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ องค์กร ประกอบด้วย

๑) หอการค้า

๒) สภาอุตสาหกรรม

๓) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(๔) องค์กรเครือข่ายภาคประชาชน อาทิ เครือข่าย OTOP จังหวัดนครพนม เป็นต้น

๔.๑๕ ออกแบบชุดภาพสัญลักษณ์ (Iconography) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับการนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์

๔.๑๕.๑ กำหนดชุดภาพสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

๔.๑๕.๒ กำหนดค่าสีของชุดภาพสัญลักษณ์ของนครพนม

๔.๑๕.๓ กำหนดคู่สี (Color system) ในกรณีที่กำหนดให้มีค่าสีลดทอนกราฟิกมากกว่า ๑ สี

๔.๑๕.๔ ข้อมาตรการใช้ชุดภาพสัญลักษณ์

๔.๑๖ ออกแบบและการกำหนดระบบตัวอักษร (Typography) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสม สำหรับการนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์

๔.๑๖.๑ ออกแบบชุดตัวอักษรใหม่ สำหรับหัวข้อและพาดหัว (Display font) ของจังหวัดนครพนม

๔.๑๖.๒ ออกแบบชุดตัวอักษรใหม่ สำหรับส่วนเนื้อหา (Body text font) ของนครพนม จำนวน ๒ น้ำหนักตัวมาตรฐานและตัวหนา (Regular & Bold weight)

๔.๑๖.๓ กำหนดรูปแบบการใช้งานระบบตัวอักษรของนครพนม ในงานพิมพ์และงานออนไลน์

๔.๑๗ กำหนดระบบสี (Color System) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับการนำไปเผยแพร่ ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์

๔.๑๗.๑ กำหนดค่าสีอัตลักษณ์ของนครพนม

๔.๑๗.๒ กำหนดค่าสีอัตลักษณ์ประจำอำเภอ จำนวน ๑๒ อำเภอ

๔.๑๗.๓ กำหนดค่าสีอัตลักษณ์ประจำองค์กรเอกชน จำนวน ๕ องค์กร

๔.๑๗.๔ กำหนดค่าสี (Color system) ในกรณีที่กำหนดให้มีค่าสีอัตลักษณ์มากกว่า ๑ สี

๔.๑๘ การกำหนดกราฟิกอัตลักษณ์ (Signature graphic element) ให้มีขนาด และความละเอียด เหมาะสำหรับการนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์

/๔๑๘.๑ กำหนด...

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

๔.๑๘.๑ กำหนดลวดลายกราฟิกอัตลักษณ์ของนครพนม

๔.๑๘.๒ กำหนดคำสืวลวดลายกราฟิกอัตลักษณ์ของนครพนม

๔.๑๘.๓ กำหนดคู่สี (Color system) ในกรณีที่กำหนดให้มีคำสืวลวดลายกราฟิกมากกว่า ๑ สี

๔.๑๘.๔ ข้อมาตรการใช้กราฟิกอัตลักษณ์

๔.๑๙ หลักการใช้ภาพถ่าย และภาพประกอบ กับตราสัญลักษณ์ (Photography style and illustration style guide)

๔.๒๐ รูปแบบการใช้อัตลักษณ์บนสื่อต่างๆ (Design Template) พร้อมตัวอย่างสำหรับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวนอย่างน้อย ๓ รูปแบบ ได้แก่ แนวตั้ง แนวนอน และจัตุรัส ให้มีขนาดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ และป้ายประชาสัมพันธ์ หรือตามที่กรมการพัฒนาชุมชนเห็นชอบ

๔.๒๑ กำหนดรูปแบบการใช้งานระบบอัตลักษณ์สำหรับงานต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้ การนำเสนอผลงาน เช่น PowerPoint Presentation, ฉากถ่ายภาพ, แผ่นพับ, วิดิทัศน์, เว็บไซต์

๔.๒๒ กำหนดหลักเกณฑ์การนำอัตลักษณ์ไปใช้กับวัสดุอุปกรณ์ ยานพาหนะและป้ายหน่วยงานส่วนราชการต่าง ๆ ของจังหวัดนครพนมอย่างน้อย ๓๒ รายการ เช่น

- | | | | |
|-------------------------|---|----------------------------------|------------------------|
| (๑) ขวดน้ำ | (๒) ถังกระดาษ | (๓) กล่องพัสดุ | (๔) จานอาหาร |
| (๕) จานรองแก้ว | (๖) แก้ว | (๗) แก้วเซรามิก | (๘) สมุดปากกา |
| (๙) ดินสอ | (๑๐) ป้ายชื่อประจำโต๊ะ | (๑๑) นามบัตรประจำสำนักงานจังหวัด | |
| (๑๒) ของจดหมาย | (๑๓) บัตรแสดงตน และองค์กรเอกชน องค์กร และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง | | |
| (๑๔) สายคล้องบัตร | (๑๕) เสื้อโปโล | (๑๖) เสื้อยืด | (๑๗) เสื้อแจ็กเกต |
| (๑๘) เนคไท | (๑๙) หมวกแก๊ป | (๒๐) รถยนต์ | (๒๑) รถกระบะ |
| (๒๒) รถตู้ | (๒๓) รถบัส | (๒๔) รถราง | (๒๕) กรอบป้ายทะเบียน |
| (๒๖) ถังขยะ | (๒๗) ฝาท่อ | (๒๘) ป้ายบิลบอร์ด | (๒๙) ป้ายหน่วยงานต่างๆ |
| (๓๐) ป้ายต้อนรับสนามบิน | (๓๑) ป้ายเตือน | (๓๒) ป้ายห้ามตามจุดต่างๆ เป็นต้น | |

๔.๒๓ ออกแบบและพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม แบบภาพเคลื่อนไหว (Animated Logo) โดยมีความยาว ๒ วินาที ๕ วินาที และ ๑๐ วินาที ในรูปแบบ .gif, .mov, .mp๔

๔.๒๔ จัดทำวิดีโอภาพเคลื่อนไหว (infographic video) เพื่อสอนการใช้งานระบบอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม โดยมีความยาวไม่ต่ำกว่า ๕ นาที ในรูปแบบ .mov, .mp๔

๔.๒๕ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประจำจังหวัดนครพนม (Merchandise Product) ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ รูปแบบ

๔.๒๖ ออกแบบกล่องไปรษณีย์ ถุงหิ้ว สำหรับสินค้าประจำจังหวัดนครพนมให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ รูปแบบ

๔.๒๗ ออกแบบโปสเตอร์เพื่อโปรโมทจังหวัดนครพนม โดยใช้อัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัด อย่างน้อย ๑ รูปแบบ

๔.๒๘ ออกแบบตัวละครประจำจังหวัดนครพนม (Mascot design) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ เป็นตัวแทนของจังหวัดนครพนม และจัดทำไฟล์ดิจิทัลสำหรับใช้งานต่อ ในรูปแบบ .jpg, .png, .ai

๔.๒๙ วางแผนและออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวหนึ่งวันหนึ่งอำเภอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม (One day one district) โดยจะต้องจัดทำในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลและแผ่นพับ

๔.๓๐ ผลิตสื่อแผ่นพับโปรแกรมท่องเที่ยวหนึ่งวันหนึ่งอำเภอ สำหรับแจกจ่ายให้นักท่องเที่ยว จำนวน ๑๐,๐๐๐ ชิ้น ขนาด A4 หรือ A5 กระดาษอาร์ตมัน ๑๐๕ แกรม

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....



๔.๓๑ จัดทำคู่มือการใช้อัตลักษณ์ของนครพนม (Brand guideline) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) โดยมีการรวบรวมและสรุปรายละเอียดตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐานของแบรนด์จังหวัดนครพนม ไปจนรายละเอียดการใช้งานออกแบบต่างๆ โดยคู่มือจะต้องมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ขนาดไม่น้อยกว่า ๒๑ x ๒๙.๗ เซนติเมตร

๒) เนื้อหาในเล่มประกอบด้วย

- ส่วนปก

- บทนำ

- รายละเอียดงานออกแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนมที่เกี่ยวข้อง พร้อมหลักการใช้งาน

๓) คิวอาร์โค้ดคู่มืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

๔) คิวอาร์โค้ดสำหรับดาวโหลดไฟล์อัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม

๕) ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำกราฟิก หรือจัดทำภาพประกอบเนื้อหาตามที่จังหวัดนครพนมกำหนด มีการออกแบบรูปเล่มจัดทำรูปแบบให้มีความสวยงาม น่าสนใจ ใช้งานง่าย และทันสมัย

๖) ผู้รับจ้างต้องจัดทำไฟล์ให้อยู่ในรูปแบบ .ai, .psd, .jpg, .png, .mp๔, .avi หรือไฟล์ชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง และบรรจุลงแฟลชไดรฟ์ เพื่อส่งมอบให้กับหน่วยงานของจังหวัดนครพนม และนำขึ้นระบบสำหรับให้หน่วยงาน ดาวน์โหลด

๕.๓๒ จัดทำคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ขององค์กรเอกชน และภาคีเครือข่ายที่สำคัญในจังหวัด นครพนมที่ปรับปรุงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ได้แก่

๑) หอการค้า

๒) สภาอุตสาหกรรม

๓) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๔) องค์กรเครือข่ายภาคประชาชน อาทิ เครือข่าย OTOP จังหวัดนครพนม เป็นต้น

๕.๓๓ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๕.๓๓.๑ นำเสนอแนวคิด (Mood & Tone) สำหรับเป็นแนวทางในการผลิตวิดีโอประชาสัมพันธ์ พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Storyboard เป็นแนวทางในการถ่ายทำ และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ .pdf

๕.๓๓.๒ ผลิตสื่อวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม จำนวนอย่างน้อย ๒ วิดีโอ และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ภาพเคลื่อนไหว เช่น .mov, .mp๔ ผ่านทาง google drive โดยมีความยาวไม่เกิน ๒ นาที ประกอบด้วย

๑) วิดีโอให้เสียงภาษาไทย มีคำบรรยายภาษาอังกฤษ ๑ ชิ้น

๒) วิดีโอให้เสียงภาษาอังกฤษ มีคำบรรยายภาษาไทย ๑ ชิ้น

๕.๓๓.๓ ผลิตสื่อวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมในรูปแบบสั้น เพื่อชูจุดเด่น ในจังหวัด อย่างน้อย ๓ จุด จำนวนอย่างน้อย ๖ วิดีโอ โดยมีความยาวไม่เกิน ๓๐ วินาที และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ ภาพเคลื่อนไหว เช่น .mov, .mp4 ผ่านทาง google drive ประกอบด้วย

๑) วิดีโอให้เสียงภาษาไทย มีคำบรรยายภาษาอังกฤษ ๓ ชิ้น

๒) วิดีโอให้เสียงภาษาอังกฤษ มีคำบรรยายภาษาไทย ๓ ชิ้น

๕.๓๓.๔ ผลิตสื่อภาพนิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับวิดีโอ และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ผ่านทาง Google Drive ประกอบด้วยภาพนิ่ง jpg อย่างน้อย ๓ จุด จำนวน ๖ ภาพ และภาพเคลื่อนไหว เช่น .mov, .mp๔ จำนวน ๒ ภาพ ได้แก่

๑) ภาพนิ่ง มีการใช้ภาษาประกอบเป็นภาษาไทย ๑ ชิ้น

๒) ภาพนิ่ง มีการใช้ภาษาประกอบเป็นภาษาอังกฤษ ๑ ชิ้น

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

/๕.๓๔ วางแผน...

พ.๘

๔.๓๔ วางแผนและนำเสนอแนวคิด (Event Idea) ในการจัดงานแถลงข่าวและจัดนิทรรศการสำหรับเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม พร้อมทั้งนำเสนอแผนงานในการจัดงาน (Event Planning) ในรูปแบบ Presentation .pdf

๔.๓๕ วางแผนดำเนินงานและกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการใช้ผู้มีอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมาย (KOLs) เพื่อสร้างการรับรู้และสนับสนุนการเผยแพร่แบรนด์ดั้งเดิมและอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ในรูปแบบ Presentation

๔.๓๖ จัดงานแถลงข่าว จำนวน ๑ ครั้ง

๔.๓๖.๑ รูปแบบการจัดงานแถลงข่าวให้ดำเนินการ ดังนี้

- ๑) ออกแบบ และจัดทำผังการจัดงานแถลงข่าวให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงาน
- ๒) ออกแบบ Brand Identity ของงาน
- ๓) ออกแบบภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ที่สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงาน (Theme) เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด Mood & Tone ของการจัดงาน และสามารถดึงคุณลักษณะดังกล่าวให้สะท้อน ไปในทุกส่วนของรายละเอียดในการจัดงานได้

๔) รูปแบบการจัดแสดงนิทรรศการสำหรับเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม รวมไปถึงมีการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP จากจังหวัด ให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ ทั้งนี้ ข้อ ๑), ๒), ๓) และ ๔) ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการพัฒนาชุมชนก่อน

๔.๓๖.๒ จัดงานแถลงข่าว โดยจัดหาสถานที่ที่เหมาะสม ขนาดไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ตารางเมตร สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ คน หรือตามที่กรมการพัฒนาชุมชนเห็นชอบ

๔.๓๖.๓ จัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียงจำนวน ๒ คน (ชายและหญิง)

๔.๓๖.๔ จัดหาดาราร หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมงานแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน

๔.๓๖.๕ เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมในงานแถลงข่าวอย่างน้อย ๒๐ สื่อ พร้อมจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) เพื่อนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ (นับรวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อออนไลน์) ตลอดจนจัดให้มีการบันทึกวิดีโอภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และ Live สด ผ่านช่องทางออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทาง

๔.๓๖.๖ จัดให้มีอาหารว่าง และเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชุด ราคาชุดละ ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ บาท จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน แขกผู้มีเกียรติและผู้เข้าร่วมงาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาสร้างอัตลักษณ์นครพนม จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชิ้น

๔.๓๗ การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ดำเนินการจำนวน ๒ ครั้ง ต้องดำเนินการ ดังนี้

๔.๓๗.๑ จัดหาสถานที่ สำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าที่มีความพร้อม อาจเป็นภายนอกอาคาร หรือภายในอาคาร โดยมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ตารางเมตร โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด ทั้งนี้ สถานที่จัดงานต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการพัฒนาชุมชน

๔.๓๗.๒ ออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดงานให้มีความเหมาะสมกับสถานที่จัดงาน ในแต่ละครั้ง ให้มีความโดดเด่นสวยงาม สร้างแรงจูงใจในการเข้ามาเยี่ยมชมงาน (Landmark)

๔.๓๗.๓ จัดพิธีเปิดงาน โดยจัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ มีความชำนาญ ในการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๒ คน (ชายและหญิง) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน แขกผู้มีเกียรติและผู้เข้าร่วมงาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาสร้างอัตลักษณ์นครพนม จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด จัดเตรียมอาหารว่าง และเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด ๆ ละไม่น้อยกว่า ๑๐๐ บาท จัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการลงทะเบียน/ต้อนรับแขก VIP ที่มาร่วมพิธีเปิดงาน

/ ๔.๓๗.๔ การดำเนิน...

ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ.....

๔.๓๗.๔ การดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร ให้ดำเนินการ ดังนี้

- ๑) ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างเวทีกลาง และกิจกรรมอื่นๆ ตลอดการจัดงาน
- ๒) ออกแบบ จัดเตรียม พร้อมทั้งตกแต่งเวที ที่สวยงาม เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน
- ๓) ขนาดของเวที มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร กว้างไม่น้อยกว่า ๓.๖ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๐.๔๐ เมตร ปูพรม มีบันไดขึ้นลงด้านข้างเวทีทั้ง ๒ ด้าน บันไดมีความมั่นคง แข็งแรง
- ๔) จัดทำ Backdrop ของเวที ขนาด ๒.๐x๓.๐ เมตร ด้านซ้ายและขวา ของเวที โดยตรงกลางเป็นจอ LED ขนาด ๓x๖ เมตร โดยให้สอดคล้องกับขนาดพื้นที่ของเวที ออกแบบ และก่อสร้างด้วยวัสดุที่มีความแข็งแรงและสวยงาม
- ๕) จัดเตรียมโซฟาพร้อมโต๊ะรับแขก สำหรับรับรองผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP ไม่น้อยกว่า ๑๐ ที่นั่ง บริเวณด้านหน้าเวที
- ๖) จัดที่นั่งสำหรับผู้เข้าร่วมงาน และร่วมกิจกรรมตลอดการจัดงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่นั่ง
- ๗) จัดเตรียมโพเดียม สำหรับประธานในพิธี ผู้กล่าวรายงาน พิธีกร ไม่น้อยกว่า ๒ ชุด
- ๘) นำเสนอเทคนิคพิเศษ หรือ Gimmick สำหรับพิธีการเปิดงาน ให้เหมาะสม สอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน สำหรับการจัดงาน
- ๙) ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างพื้นที่ ไม่น้อยกว่า ๓x๓ เมตร สำหรับจัดแสดง นิทรรศการสำหรับ Showcase ผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ
- ๑๐) จัดเตรียมและออกแบบซุ้มประตูทางเข้างาน ด้วยโครงสร้างมาตรฐานพร้อมกราฟิก สวยงาม โดยมีขนาดหน้ากว้างไม่น้อยกว่า ๕ เมตร จำนวน ๑ ชุด พร้อมไฟส่องแสงสว่าง
- ๑๑) จัดให้มี Backdrop สำหรับถ่ายรูปและสัมภาษณ์ผู้บริหาร ด้วยโครงสร้าง มาตรฐานพร้อมกราฟิกโดดเด่นสวยงามเหมาะสมกับรูปแบบของงาน และเชื่อมโยงกับเนื้อหาข้อมูล ของงาน ขนาดหน้ากว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๒.๔ เมตร พร้อมปูพรมและไฟแสงสว่าง
- ๑๒) จัดเตรียม Landmark ที่ออกแบบให้สื่อถึงรูปแบบและวัตถุประสงค์หลักของ การจัดงาน เพื่อสำหรับใช้ตกแต่ง และเป็นจุดถ่ายภาพ สำหรับผู้ร่วมงาน โดยมีขนาดให้เหมาะสมกับขนาด พื้นที่โดยรวมทั้งหมด ด้วยโครงสร้างที่แข็งแรงและสวยงาม
- ๑๓) จัดเตรียมโครงสร้างนิทรรศการมาตรฐาน สำหรับ Showcase จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด ประกอบไปด้วย
 - คูหามาตรฐาน ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร
 - ป้ายชื่อคูหาชัดเจนสวยงาม ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร
 - โต๊ะหรือ Counter สำหรับจัดแสดงโชว์ผลงานหรือขาย จำนวน ๑ ชั้น พร้อมเก้าอี้

จำนวน ๒ ตัว

- ไฟฟ้าพลูออเรสเซนต์ ๒ จุด ปลั๊กไฟ ๑ จุด
- ถังขยะ จำนวน ๑ ใบ

๑๔) จัดให้มีการปูพรมโดยรอบของพื้นที่ทั้งหมดของการจัดงาน

๑๕) จัดเตรียมระบบแสง สี เสียง (Light & Sound System) บนเวทีและบริเวณ โดยรอบพื้นที่การจัดงานทั้งหมดให้ครอบคลุม

๑๖) จัดเตรียมจอ LED ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๖ เมตร บนเวที

๑๗) จัดเตรียมทีวีพลาสมา ไม่น้อยกว่าขนาด ๕๒ นิ้ว สำหรับประธานในพิธี จำนวนอย่างน้อย ๒ ชุด เพื่อเป็นมอนิเตอร์

๑๘) จัดหาทีมงานช่างภาพมืออาชีพ สำหรับบันทึกภาพนิ่ง จำนวน ๑ คน ตลอดการจัดงาน

/ ๑๙) จัดหาทีม...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๑๙) จัดหาทีมงานช่างภาพวิดีโอ และ ระบบการจับภาพสดขึ้นจอ ในช่วงคิวสำคัญ พร้อมจัดทำวิดีโอสรุปงาน ความยาวไม่เกิน ๓ นาที

๒๐) จัดให้มีพิธีกรชายหรือหญิง จำนวน ๑ คน ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษดำเนินรายการในแต่ละวันเพื่อประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

๒๑) จัดเตรียมและนำเสนอกิจกรรมบริเวณเวทีกลาง อย่างน้อยวันละ ๒ กิจกรรม ตลอดการจัดงาน โดยเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมงานทั่วไปได้มีส่วนร่วมและเข้ามาร่วม กิจกรรมในพื้นที่ของการจัดนิทรรศการ

๒๒) ผู้ดำเนินงานเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของการเช่าค่าสถานที่ ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าทำความสะอาด ตลอดจนค่าประกันความเสียหายของพื้นที่ ตลอดการจัดงาน

๒๓) จัดเก็บยอดจำหน่ายสินค้าและสรุปรายงานให้กรรมการพัฒนาชุมชนทุกวัน จัดทำแบบประเมินผลผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงาน พร้อมทั้งออกแบบประเมินผู้เข้าชมงาน โดยจัดทำ เอกสารประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่จัดเก็บ รวบรวมข้อมูลและจัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานเมื่อเสร็จสิ้นงาน

๒๔) ดำเนินการรับผิดชอบและกำกับดูแลความเรียบร้อยภาพรวมในงานทั้งหมด

๒๕) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมตามแผนประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดงาน

- จัดทำ Chart แสดงแผนการประชาสัมพันธ์การจัดงาน

- จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อต่างๆ ก่อนการจัดงาน, ระหว่างงาน และหลังการจัดงาน

- ข่าวหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันหรือรายสัปดาห์ อาทิเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด หรือฉบับอื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น

- ข่าวหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันหรือรายสัปดาห์ฉบับภาษาอังกฤษ อาทิเช่น Bangkok Post, The Nation ไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น

- สกู๊ปข่าวหรือสกู๊ปสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร ในหนังสือพิมพ์ อาทิเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด กรุงเทพธุรกิจ ไม่น้อยกว่า ๑ สกู๊ป

- สกู๊ปข่าวหรือสกู๊ปสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหารทางช่องฟรีทีวี อาทิ ช่อง ๓, ๕, ๗, ๙, NBT, Thai TPBS ในรายการข่าว ช่วงเช้า ช่วงเที่ยง ข่าวสั้นในรอบวัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ก่อนหรือ ระหว่างการจัดงาน

- จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น, สื่อวิทยุท้องถิ่น ก่อนการจัดงาน , ระหว่างงาน ไม่น้อยกว่า ๕ สำนัก

๔.๓๗.๕ การดำเนินงานในจังหวัดนครพนม ให้ดำเนินการ ดังนี้

๑) ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างเวทีกลาง และกิจกรรมอื่นๆ ตลอดการจัดงาน

๒) ออกแบบ จัดเตรียม พร้อมทั้งตกแต่งเวที ที่สวยงาม เหมาะสมสอดคล้องกับ รูปแบบและแนวคิดของงาน

๓) ขนาดของเวที มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร กว้างไม่น้อยกว่า ๓.๖ เมตร และสูง ไม่น้อยกว่า ๐.๔๐ เมตร ปูพรม มีบันไดขึ้นลงด้านข้างเวทีทั้ง ๒ ด้าน บันไดมีความมั่นคง แข็งแรง

๔) จัดทำ Backdrop ของเวที ขนาด ๒.๐x๓.๐ เมตร ด้านซ้ายและขวา ของเวที โดยตรงกลางเป็นจอ LED ขนาด ๓x๖ เมตร โดยให้สอดคล้องกับขนาดพื้นที่ของเวที ออกแบบและก่อสร้าง ด้วยวัสดุที่มีความแข็งแรงและสวยงาม

/ ๕) จัดเตรียม...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๕) จัดเตรียมโซฟาพร้อมโต๊ะรับแขก สำหรับรับรองผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP ไม่น้อยกว่า ๑๐ ที่นั่ง บริเวณด้านหน้าเวที

๖) จัดที่นั่งสำหรับผู้เข้าร่วมงาน และร่วมกิจกรรมตลอดการจัดงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่นั่ง

๗) จัดเตรียมโพลีเดียม สำหรับประธานในพิธี ผู้กล่าวรายงาน พิธีกร ไม่น้อยกว่า ๒ ชุด

๘) นำเสนอเทคนิคพิเศษ หรือ Gimmick สำหรับพิธีการเปิดงาน ให้เหมาะสม สอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน สำหรับการจัดงาน

๙) ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างพื้นที่ ไม่น้อยกว่า ๓x๓ เมตร สำหรับจัดแสดง นิทรรศการสำหรับ Showcase ผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ

๑๐) จัดเตรียมและออกแบบซุ้มประตูทางเข้างาน ด้วยโครงสร้างมาตรฐานพร้อม กราฟิควางาม โดยมีขนาดหน้ากว้างไม่ น้อยกว่า ๕ เมตร จำนวน ๑ ชุด พร้อมไฟส่องแสงสว่าง

๑๑) จัดให้มี Backdrop สำหรับถ่ายรูปและสัมภาษณ์ผู้บริหาร ด้วยโครงสร้าง มาตรฐานพร้อมกราฟิกโดดเด่นสวยงามเหมาะสมกับรูปแบบของงาน และเชื่อมโยงกับเนื้อหาข้อมูลของงาน ขนาดหน้ากว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๒.๕ เมตร พร้อมปูพรมและไฟแสงสว่าง

๑๒) จัดเตรียม Landmark ที่ออกแบบให้สื่อถึงรูปแบบและวัตถุประสงค์หลัก ของการจัดงาน เพื่อสำหรับใช้ตกแต่ง และเป็นจุดถ่ายภาพ สำหรับผู้ร่วมงาน โดยมีขนาดให้เหมาะสม กับขนาดพื้นที่โดยรวมทั้งหมด ด้วยโครงสร้างที่แข็งแรงและสวยงาม

๑๓) จัดเตรียมโครงการสร้างนิทรรศการมาตรฐาน สำหรับ Showcase จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด ประกอบไปด้วย

- คูหามาตรฐาน ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร
- ป้ายชื่อคูหาชัดเจนสวยงาม ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร
- โต๊ะหรือ Counter สำหรับจัดแสดงโชว์ผลงานหรือขาย จำนวน ๑ ชั้น พร้อมเก้าอี้

จำนวน ๒ ตัว

- ไฟฟ้าพลูออเรสเซนต์ ๒ จุด ปลั๊กไฟ ๑ จุด
- ถังขยะ จำนวน ๑ ใบ

๑๔) จัดให้มีการปูพรมโดยรอบของพื้นที่ทั้งหมดของการจัดงาน

๑๕) จัดเตรียมระบบแสง สี เสียง (Light & Sound System) บนเวทีและบริเวณ โดยรอบพื้นที่การจัดงานทั้งหมดให้ครอบคลุม

๑๖) จัดเตรียมจอ LED ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๖ เมตร บนเวที

๑๗) จัดเตรียมทีวีพลาสมา ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๒ นิ้ว สำหรับประธานในพิธี จำนวน อย่างน้อย ๒ ชุด เพื่อเป็นมอนิเตอร์

๑๘) จัดหาทีมงานช่างภาพมืออาชีพ สำหรับบันทึกภาพนิ่ง จำนวน ๑ คน ตลอดการจัดงาน

๑๙) จัดหาทีมงานช่างภาพวิดีโอ และ ระบบการจับภาพสดขึ้นจอ ในช่วงคิวสำคัญ พร้อม จัดทำวิดีโอสรุปงาน ความยาวไม่เกิน ๓ นาที

๒๐) จัดให้มีพิธีกรชายหรือหญิง จำนวน ๑ คน ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ดำเนินรายการในแต่ละวันเพื่อประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตลอดระยะเวลาการจัดงาน

๒๑) จัดเตรียมและนำเสนอกิจกรรมบริเวณเวทีกลาง อย่างน้อยวันละ ๒ กิจกรรม ตลอดการจัดงาน โดยเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมงานทั่วไปได้มีส่วนร่วมและเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม ในพื้นที่ของการจัดนิทรรศการ

/ ๒๒) ผู้ดำเนินงาน...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๒๒) ผู้ดำเนินงานเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของการเช่าค่าสถานที่ ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าทำความสะอาด ตลอดจนค่าประกันความเสียหายของพื้นที่ ตลอดจนการจัดงาน

๒๓) จัดเก็บยอดจำหน่ายสินค้าและสรุปรายงานให้กรรมการพัฒนาชุมชนทุกวัน จัดทำแบบประเมินผลผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงาน พร้อมทั้งออกแบบประเมินผู้เข้าชมงาน โดยจัดทำเอกสารประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่จัดเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานเมื่อเสร็จสิ้นงาน

๒๔) ดำเนินการรับผิดชอบและกำกับดูแลความเรียบร้อยภาพรวมในงานทั้งหมด

๒๕) จัดเตรียมการรับรองคณะผู้บริหาร และ VIP ประกอบด้วย ค่าพาหนะโดยสาร เครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรถรับส่งระหว่างสนามบิน และสถานที่จัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ คน

๒๖) จัดทำแผนประชาสัมพันธ์และกิจกรรมตามแผนประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดงาน

(๑) จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์จรรยาบรรณเคลื่อนไหวบริเวณพื้นที่ภายใน หรือภายนอกอาคาร และเป็นที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๒) จำนวนสื่อจรรยาบรรณเคลื่อนไหว ไม่ต่ำกว่า ๓ จอ

(๓) จำนวนวันการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๗ วัน ให้ครอบคลุม ก่อนงานและระหว่างของการจัดงาน

(๔) รองรับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายหรือคนทั่วไปไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ คน

(๕) ดำเนินการบริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางผู้รับจ้างได้ผลิต โดยเผยแพร่วิดีโอหรือภาพนิ่งในช่องทางออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ช่องทางออนไลน์ของจังหวัดนครพนม ได้แก่ สื่อวิดีโอหรือภาพนิ่ง มีการนำเสนอผ่านช่องทางเช่น Facebook, YouTube โดยมีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง หรือมียอดผู้ชมวิดีโอ (Views) ไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง ในช่องทางออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

๒๗) การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ให้ดำเนินการ ดังนี้

(๑) มีการใช้ Micro & Nano KOLs ในการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ผ่านช่องทางเช่น TikTok, X โดยมีจำนวน KOLs ไม่ต่ำกว่า ๕๐ คน และแต่ละคนมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

(๒) มีการใช้ Micro & Nano KOLs ในการมีส่วนร่วม เพื่อเข้าร่วมและเป็นช่องทางในการเผยแพร่อีเวนท์ และนิทรรศการประชาสัมพันธ์แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัด ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ ผ่านช่องทางเช่น TikTok, X โดยมีจำนวน KOLs ไม่ต่ำกว่า ๒๐ คน และแต่ละคนมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน และคาดหวังที่จะมีการมองเห็นสื่อ (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง

(๓) มีการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์หรืออัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนมผ่านสื่อแนะนำออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ในช่องทางเช่น Facebook, Website โดยสื่อเหล่านั้นจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

๔.๓๘ ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่กรรมการพัฒนาชุมชนเสนอ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ

๔.๓๙ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ตามข้อ ๔ (ขอบเขตการดำเนินงาน) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

/ จ. หลักเกณฑ์...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๖. หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

ในการพิจารณาผู้ชนะการเสนอราคา กรรมการพัฒนาชุมชนใช้หลักเกณฑ์ราคาประกอบเกณฑ์อื่น โดยพิจารณาให้น้ำหนักคะแนนตามปัจจัยหลัก จำนวน ๒ ปัจจัยหลักรวม ๒๐๐ คะแนน ค่าน้ำหนักร้อยละ ๑๐๐ ได้แก่

๖.๑ พิจารณาราคาที่เสนอ เกณฑ์คะแนน ๑๐๐ คะแนน ค่าน้ำหนักร้อยละ ๓๐

๖.๒ พิจารณาตามข้อเสนอทางเทคนิค เกณฑ์คะแนน ๑๐๐ คะแนน ค่าน้ำหนักร้อยละ ๗๐ (ทั้งนี้กรรมการพัฒนาชุมชน ขอสงวนสิทธิ์ไม่รับพิจารณา สำหรับผู้ที่เสนอราคาตามรายละเอียดตามข้อเสนอทางเทคนิคไม่ครบถ้วนตามข้อกำหนดใน TOR) โดยพิจารณาจากเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๑) ข้อเสนอในการออกแบบกรอบแนวคิดและแผนการดำเนินงานในการจัดงาน รายละเอียดตามข้อ ๔.๑ - ๔.๒ ให้น้ำหนักร้อยละ ๑๐ ประกอบด้วย

๑.๑) มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน มีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย อย่างโดดเด่น รายละเอียดตามข้อ ๔.๑ ให้น้ำหนักร้อยละ ๕

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
ออกแบบกรอบแนวคิดครอบคลุมรายละเอียดของขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด แนวคิดการจัดงาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย อย่างโดดเด่น	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา โดยจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจากการ	คณะกรรมการ จะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่น
ออกแบบกรอบแนวคิดครอบคลุมรายละเอียดของขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด แนวคิดการจัดงาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงาม และทันสมัย แต่ไม่โดดเด่น	๘๐	ออกแบบกรอบแนวคิดครอบคลุมรายละเอียดของขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด	ข้อเสนอได้เสนอมารายละเอียดของงาน ได้ดีที่สุดที่เรียงลำดับลงมา
ออกแบบกรอบแนวคิดครอบคลุมรายละเอียดของขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด แนวคิดการจัดงาน แต่เป็นไปตามวัตถุประสงค์บางส่วน แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามและทันสมัย	๕๐	แนวคิดการจัดงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์แสดงให้	
ออกแบบกรอบแนวคิดไม่ครอบคลุมรายละเอียดของขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมด แนวคิดการจัดงาน ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์	๐	เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ สวยงามทันสมัย และโดดเด่น	

/ ๑.๒) แผนการ...



ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

๐
พธ

๑.๒) แผนการดำเนินงานมีความละเอียด ครบถ้วน ชัดเจน สามารถดำเนินการได้จริง
รายละเอียดตามข้อ ๔.๒ ให้นำหน้าร้อยละ ๕

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
มีการจัดทำแผนการดำเนินงานที่มีความละเอียด ครบถ้วน ชัดเจน สามารถดำเนินการได้จริง	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา โดยจัดทำเป็น	คณะกรรมการจะ พิจารณา โดย
มีการจัดทำแผนการดำเนินงานที่มีความละเอียดแต่ไม่ ครบถ้วน หรือไม่ละเอียด	๕๐	รูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจาก	เปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่น
ไม่มีการจัดทำแผนการดำเนินงาน	๐	การจัดทำแผนการ ดำเนินงานที่มีความ ละเอียด ครบถ้วน ชัดเจน และสามารถ ดำเนินการได้จริง	ข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนน คิดจากผู้ที่น่าเสนอ งาน ได้ ดี ที่ สู้ ด เรียงลำดับลงมา

๒) ข้อเสนอในการออกแบบ และพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม รายละเอียดตามข้อ ๔.๑๔ - ๔.๒๘
ให้นำหน้าร้อยละ ๒๐ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดในการออกแบบ และพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม น่าสนใจ และโดดเด่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีกระบวนการขั้นตอนชัดเจน ครบถ้วนทุก ประเด็น	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา โดยจัดทำเป็น รูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจากความ	คณะกรรมการ จะพิจารณา โดย เปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ได้เสนอมา และการให้
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดในการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีกระบวนการขั้นตอนชัดเจน ครบถ้วนทุกประเด็น	๖๐	ส อ ด ค ล ้ อ ง ก ั บ วัตถุประสงค์ ชัดเจน ครบถ้วน และโดดเด่น	คะแนนคิดจาก ผู้ที่นำเสนองานได้ดี ที่สุดเรียงลำดับลงมา
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดในการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีกระบวนการขั้นตอนครบถ้วนบางประเด็น	๓๐		
แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดในการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีกระบวนการขั้นตอน ไม่ครบถ้วนตามที่กำหนด ทุกประเด็น	๐		



ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ.....

๓) การแถลงข่าวการจัดงาน รายละเอียดตามข้อ ๔.๓๖ ให้น้ำหนักร้อยละ ๓๐

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
วางแผน และออกแบบการแถลงข่าวที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ครบถ้วนทุกประเด็น อย่างโดดเด่น	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา โดยจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจากการวางแผน และออกแบบการแถลงข่าวที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ครบถ้วนทุกประเด็น อย่างโดดเด่น	คณะกรรมการ จะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
วางแผน และออกแบบการแถลงข่าวที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ครบถ้วนทุกประเด็น แต่ไม่โดดเด่น	๘๐		
วางแผน และออกแบบการแถลงข่าวที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ไม่ครบ ๑ ประเด็น	๕๐		
วางแผน และออกแบบการแถลงข่าวที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ไม่ครบหลายประเด็น	๐		

๔) การดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร รายละเอียดตามข้อ ๔.๓๗.๔ ให้น้ำหนักร้อยละ ๒๐

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ครบถ้วนทุกประเด็น อย่างโดดเด่น	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา โดยจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจากการวางแผน และออกแบบการดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ครบถ้วนทุกประเด็น อย่างโดดเด่น	คณะกรรมการ จะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ครบถ้วนทุกประเด็น แต่ไม่โดดเด่น	๘๐		
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ไม่ครบ ๑ ประเด็น	๕๐		
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธีมงาน ไม่ครบหลายประเด็น	๐		

/ ๕) การแถลงข่าว...

ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ..... ลงชื่อ.....

๕) การดำเนินงานในจังหวัดนครพนม รายละเอียดตามข้อ ๔.๓๗.๕ ให้นำหนักร้อยละ ๒๐

เกณฑ์การพิจารณา	คะแนน	วิธีการประเมิน	วิธีการให้คะแนน
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในจังหวัดนครพนม ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธำมงานครบถ้วนทุกประเด็น อย่างโดดเด่น	๑๐๐	เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอ ยื่นมา โดยจัดทำเป็นรูปแบบ PDF file โดยพิจารณาจากการวางแผน และออกแบบการดำเนินงานในจังหวัดนครพนม ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธำมงานครบถ้วนทุกประเด็น อย่างโดดเด่น	คณะกรรมการ จะพิจารณา โดยเปรียบเทียบจาก เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมา และการให้คะแนนคิดจากผู้ ที่นำเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในจังหวัดนครพนม ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธำมงานครบถ้วนทุกประเด็น แต่ไม่โดดเด่น	๘๐		
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในจังหวัดนครพนม ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธำมงานไม่ครบ ๑ ประเด็น	๕๐		
วางแผน และออกแบบการดำเนินงานในจังหวัดนครพนม ที่แสดงให้เห็นถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ สอดคล้องกับธำมงานไม่ครบหลายประเด็น	๐		

ทั้งนี้ กรมการพัฒนาชุมชน จะพิจารณาให้ผู้ที่มีคะแนนรวมสูงสุด เป็นผู้ชนะการเสนอราคา

๗. งบประมาณ

วงเงินงบประมาณ ๑๕,๑๐๐,๐๐๐ บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) ทั้งนี้รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าใช้จ่ายอื่นแล้ว

๘. การส่งมอบและการชำระเงิน

กำหนดระยะเวลาการรายงานผลการดำเนินงาน และการส่งมอบงาน แบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

๘.๑ งวดงานที่ ๑ เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานตามข้อที่ ๔.๑ - ๔.๑๐ และรายงานผลการดำเนินงานตามข้อกำหนดภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้รับครบถ้วนถูกต้องแล้ว กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด

๘.๒ งวดงานที่ ๒ เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานตามข้อที่ ๔.๑๑ - ๔.๓๖ และรายงานผลการดำเนินงานตามข้อกำหนดภายใน ๑๘๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้รับครบถ้วนถูกต้องแล้ว กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๓๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด

๘.๓ งวดงานที่ ๓ (งวดสุดท้าย) เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินงานตามข้อที่ ๔.๓๗ - ๔.๓๙ และรายงานผลการดำเนินงานตามข้อกำหนดภายใน ๒๔๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้รับครบถ้วนถูกต้องแล้ว กำหนดจ่ายค่าจ้างร้อยละ ๔๐ ของวงเงินค่าจ้างทั้งหมด

หมายเหตุ การจัดทำเอกสารการส่งมอบงานแต่ละงวดงาน ให้ดำเนินการรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ดังนี้

๑) สรุปประเมินผลการจัดงานและจัดทำเป็นรูปเล่มเอกสารสี จำนวน ๒ เล่ม

๒) ภาพถ่ายพร้อมบันทึกใน Solid State Drive (SSD) จำนวน ๑ ชุด และเอกสารประกอบการดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการฯ ที่สามารถเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ระบุถึงการดำเนินกิจกรรมตามที่สัญญาจ้างกำหนด จำนวน ๒ ชุด

๓) หลักฐานแสดงการจ่ายค่ากระแสไฟฟ้า และหรือค่าเช่าสถานที่หรืออื่น ๆ ตามที่กรมการพัฒนาชุมชนร้องขอ



/ส. อัคราภิรมย์...

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

๙. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาและผู้ว่าจ้างมิได้บอกเลิกสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่ผู้ว่าจ้างเป็นรายวันในอัตราร้อยละ ๐.๑ ของวงเงินตามสัญญา นับถัดจากวันที่ครบกำหนดเวลาแล้วเสร็จงาน จนถึงวันที่ทำงานแล้วเสร็จและคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับครบถ้วน ถูกต้อง ตามสัญญาแล้ว

๑๐. การส่งเสริมพัสดุที่ผลิตภายในประเทศ

ผู้รับจ้างต้องใช้พัสดุประเภทวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของมูลค่าวัสดุหรือครุภัณฑ์ที่จะใช้ในงานจ้างนั้น โดยต้องจัดทำแผนการใช้พัสดุที่ผลิตในประเทศ เสนอผู้ว่าจ้างภายใน ๖๐ วัน นับถัดจากวันที่ได้ลงนามสัญญา

๑๑. แผนการทำงาน

คู่สัญญาต้องจัดทำแผนการทำงานมาให้ภายใน ๑๕ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา ทั้งนี้แผนการทำงานให้ถือเป็นเอกสารส่วนหนึ่งของสัญญา

๑๒. สถานที่ดำเนินงาน

ดำเนินงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดนครพนม

๑๓. สถานที่ติดต่อ

๑๓.๑ สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน
กระทรวงมหาดไทย โทร. ๐-๒๑๔๑-๖๐๙๐

๑๓.๒ ผู้ประสานงาน

นางวรรณุช กรุงเกตุ

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการพิเศษ

นางสาวพัชรียา เพ็ชรพราว

นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการพิเศษ

๑๔. ข้อสงวนสิทธิ์ในการเสนอราคาและอื่น ๆ

๑๔.๑ สิทธิในผลงานทั้งหมด เป็นของกรมการพัฒนาชุมชน

๑๔.๒ กรมการพัฒนาชุมชน ทรงไว้ซึ่งสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาราคาต่ำสุดเสมอไป ทั้งนี้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของทางราชการเป็นสำคัญ

๑๔.๓ กรมการพัฒนาชุมชน ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระ/ภาพ ข่าวดาร บทความประชาสัมพันธ์ เพื่อความเหมาะสม

๑๕. ข้อกำหนดและเงื่อนไข

๑๕.๑ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามแผนงานที่เสนอ และตามขอบเขตดำเนินการที่ระบุไว้ข้างต้น

๑๕.๒ ผู้รับจ้างต้องรายงานความคืบหน้าของงานที่ได้รับมอบหมาย ตามที่กรมการพัฒนาชุมชนกำหนด

๑๕.๓ ผู้รับจ้างจะต้องทำการส่งมอบข้อมูลทั้งหมด ให้กรมฯ ทั้งแบบรูปเล่มรายงานและไฟล์โดยบรรจุใน Solid State Drive หรือตามเงื่อนไขที่กรมฯ ระบุ และให้ถือว่าข้อมูลดังกล่าวฯ เป็นทรัพย์สินของกรมฯ ทั้งนี้ ผู้รับจ้างจะนำไปทำซ้ำ เผยแพร่ หรือใช้ประโยชน์อื่นต่อผลประโยชน์ของผู้รับจ้างไม่ได้

๑๕.๔ หากผู้รับจ้างไม่สามารถดำเนินการได้ตามขอบเขตการดำเนินงานฯ ในข้อ ๔ กรมการพัฒนาชุมชน จะพิจารณาสงวนสิทธิ์การปรับตามระเบียบกรณีผิดสัญญาจ้าง



ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....

