

ใบเสนอราคาโครงการ โครงการสร้างอัตลักษณ์เมือง (DNA) และ Marketing ภายใต้ ๕ Must (Visit, Eat, Shop, Mu, Rest)

ที่	เนื้องานตาม TOR	ผลการสืบราคา			ราคากลาง
		บริษัท จันทร์ ๒๙ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สวัสดิ์ศรีรับ ๒๕๐๗ จำกัด	บริษัท พีที-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด	
๑	แผนการดำเนินการและกลยุทธ์แบรนด์สำหรับจังหวัดนครพนม	๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๖๐๐,๐๐๐.๐๐	๕๕๐,๐๐๐.๐๐	๕๕๐,๐๐๐.๐๐
๑.๑	ออกแบบกรอบแนวคิดกิจกรรมการดำเนินงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และกำหนดแผนการดำเนินงาน ระบุกิจกรรมให้ชัดเจนครอบคลุมรายละเอียดของการดำเนินงานทั้งหมดให้เป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้จริง เพื่อให้การดำเนินงานโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งออกเป็น ๖ กิจกรรม ได้แก่ ๑. กิจกรรมที่ ๑ แผนการดำเนินการและกลยุทธ์แบรนด์สำหรับจังหวัดนครพนม ๒. กิจกรรมที่ ๒ ออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่ ๓. กิจกรรมที่ ๓ ผลิตรายการประชาสัมพันธ์สำหรับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ ๔. กิจกรรมที่ ๔ การจัดงานแถลงข่าวและจัดนิทรรศการสำหรับเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ ๕. กิจกรรมที่ ๕ การจัดงานחרมเผยแพร่อัตลักษณ์เมืองนครพนม ๖. กิจกรรมที่ ๖ บริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โอท็อปหรือภาพนิ่งในช่องทางออนไลน์				
๑.๒	วางแผนงานการศึกษาและกำหนดทิศทางการดำเนินงาน ในการพัฒนาภาพลักษณ์หลักของจังหวัดนครพนม (Proposal)				
๑.๓	วางแผนการศึกษาข้อมูลของจังหวัดนครพนม ทั้งการทำวิจัยแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ โดยจะมีการลงสำรวจพื้นที่ในจังหวัดนครพนม และรวมไปถึงการศึกษาเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครพนม (Focus Group)				
๑.๔	พัฒนาและสร้างสรรค์แนวคำถาามเพื่อศึกษาข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดนครพนม อ้างอิงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และจะต้องนำเสนอให้กับทางจังหวัดนครพนม เพื่อย้อนข้อมูลก่อนการดำเนินการ				
๑.๕	จัดทำการวิจัยแบบปฐมภูมิผ่านการลงพื้นที่ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่าง โดยจะมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 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 โดยกำหนดให้แต่ละกลุ่มมีการเฉลพะหญิงและชาย และมีการละกันให้ครบทั้ง ๑๒ อำเภอ ภายในจังหวัดนครพนม ได้แก่ อำเภอเมืองนครพนม อำเภอบ้านแพง อำเภอท่าอุเทน อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอนาทม อำเภอรากุม อำเภอรณคร อำเภอนาแก อำเภอปลาปาก อำเภอวังยาง				
๑.๖	จัดทำรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปเนื้อหาสำคัญที่ได้จากการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์และศึกษากลุ่มตัวอย่าง ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf เพื่อนำไปใช้พัฒนาโครงการทั้งในแง่ของกลยุทธ์การสื่อสารของจังหวัด และการพัฒนาอัตลักษณ์ของจังหวัด				
๑.๗	จัดทำการวิจัยแบบทุติยภูมิ ผ่านการศึกษาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ สัมภาษณ์บุคคลทั่วไป ที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในจังหวัดนครพนม สว่าวจการกล่าวถึงจังหวัดในช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อหาข้อมูล จุดเด่น และการรับรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครพนม				
๑.๘	ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปเนื้อหาสำคัญที่ได้จากการทำการวิจัยแบบทุติยภูมิ				
๑.๙	จัดทำรายงานสรุปผล ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf โดยรวบรวมจากการศึกษาและวิจัย ทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ และวิเคราะห์โอกาสในการพัฒนาภลยของจังหวัด โดยมีการใช้หลักการสร้างแบรนด์ดั้งเมือง (City Branding) เป็นส่วนหนึ่งในการนำวิเคราะห์ (Brand Insight & Opportunity Report)				
๑.๑๐	จัดทำรายงานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแบรนด์ให้จังหวัดนครพนม (Brand Model) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf ประกอบด้วยเนื้อหา อาทิ การกำหนดทิศทางและเป้าหมายของแบรนด์ (Brand Purpose, Brand Essence) การกำหนดคุณค่าของแบรนด์ที่ส่งมอบไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Brand Value, Proposition) รวมไปถึงคุณลักษณะของแบรนด์ (Brand Personality) เรื่องราวของแบรนด์ (Brand Manifesto) เพื่อเป็นการวางรากฐานของแบรนด์จังหวัดนครพนม รวมไปถึงเป็นพื้นฐานในการพัฒนาและสร้างสรรค์แนวคิดในการออกแบบและกำหนดอัตลักษณ์และพัฒนาภาพลักษณ์หลักของจังหวัดนครพนม				
๒	ออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่	๓,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๓,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๓,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๓,๖๐๐,๐๐๐.๐๐
๒.๑	วางแผนการออกแบบอัตลักษณ์และพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดนครพนม โดยผู้รับจ้างต้องนำผลสรุป ที่ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแบรนด์มากำหนดแนวคิดและดำเนินการออกแบบและพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ ของจังหวัดนครพนม (Brand Concept) และนำเสนอในรูปแบบ Persentaion				
๒.๒	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์และการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม (Communication Strategy) โดยนำเสนอและส่งแผนเป็นไฟล์ .pdf				
๒.๓	ศึกษาและพัฒนาแนวคิดหลัก (Concept) สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม โดยสอดคล้องกับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม โดยนำเสนอและส่งแผนเป็นไฟล์ .pdf ๑. นำเสนอแนวทางสร้างสรรค์ (Big Idea) ๒. Mood & Tone ๓. Key Message ในสื่อประชาสัมพันธ์ ๔. แผนการดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Communication roll-out plan)				

ที่	เนื้อหาตาม TOR	ผลการสืบราคา			ราคากลาง
		บริษัท จันทน์ ๒๙ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สวัสดิ์ศรีรับ ๒๕๐๗ จำกัด	บริษัท พีพี-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด	
๒.๔	ออกแบบและพัฒนาารูปแบบตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม (Logo) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ ๑. ตราสัญลักษณ์มาตรฐานของจังหวัดนครพนม (Master brand Logo) ๒. ตราสัญลักษณ์แบบอักษรของจังหวัดนครพนม (Logotype) ๓. ตราสัญลักษณ์ประจำอำเภอในจังหวัดนครพนม จำนวน ๑๒ อำเภอ (Sub brand logo) ได้แก่ อำเภอเมืองนครพนม อำเภอบ้านแพง อำเภอนาหว้า อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาหว้า อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอนาทม อำเภอธาตุพนม อำเภอเรณูนคร อำเภอนาแก อำเภอปลาปาก อำเภอวังยาง ปรับปรุงตราสัญลักษณ์ขององค์กรเอกชน และภาคีเครือข่ายที่สำคัญในจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม จำนวนไม่น้อยกว่า ๔ องค์กรประกอบด้วย ๑. หอการค้า ๒. สภาอุตสาหกรรม ๓. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ๔. องค์กรเครือข่ายภาคประชาชน อาทิ เครือข่าย OTOP จังหวัดนครพนม เป็นต้น				
๒.๕	ออกแบบชุดภาพสัญลักษณ์ (Iconography) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ ๑. กำหนดชุดภาพสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ๒. กำหนดคำสีของชุดภาพสัญลักษณ์ของนครพนม ๓. กำหนดคู่สี (Color system) ในกรณีที่กำหนดให้มีคำสีลดทอนกราฟิกมากกว่า ๑ สี ๔. ข้อกำหนดการใช้ชุดภาพสัญลักษณ์				
๒.๖	ออกแบบและการกำหนดระบบตัวอักษร (Typography) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ใน เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ ๑. ออกแบบชุดตัวอักษรใหม่ สำหรับหัวข้อและพาดหัว (Display font) ของจังหวัดนครพนม ๒. ออกแบบชุดตัวอักษรใหม่ สำหรับส่วนเนื้อหา (Body text font) ของนครพนม จำนวน ๒ น้ำหนักตัวมาตรฐานและตัวหนา (Regular & Bold weight) ๓. กำหนดรูปแบบการใช้งานระบบตัวอักษรของนครพนม ในงานพิมพ์และงานออนไลน์				
๒.๗	กำหนดระบบสี (Color System) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ ๑. กำหนดคำสีอัตลักษณ์ของนครพนม ๒. กำหนดคำสีอัตลักษณ์ประจำอำเภอ จำนวน ๑๒ อำเภอ ๓. กำหนดคำสีอัตลักษณ์ประจำองค์กรเอกชน จำนวน ๕ องค์กร ๔. กำหนดคำสี (Color system) ในกรณีที่กำหนดให้มีคำสีลดทอนมากกว่า ๑ สี				
๒.๘	การกำหนดกราฟิกอัตลักษณ์ (Signature graphic element) ให้มีขนาด และความละเอียดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ใน เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และโบรชัวร์ ๑. กำหนดลดทอนกราฟิกอัตลักษณ์ของนครพนม ๒. กำหนดคำสีลดทอนกราฟิกอัตลักษณ์ของนครพนม ๓. กำหนดคู่สี (Color system) ในกรณีที่กำหนดให้มีคำสีลดทอนกราฟิกมากกว่า ๑ สี ๔. ข้อกำหนดการใช้กราฟิกอัตลักษณ์				
๒.๙	หลักการถ่ายภาพและภาพประกอบกับตราสัญลักษณ์ (Photography style and illustration style guide)				
๒.๑๐	รูปแบบการใช้อัตลักษณ์บนสื่อต่างๆ (Design Template) พร้อมตัวอย่างสำหรับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จำนวนอย่างน้อย ๓ รูปแบบ ได้แก่ เนตดิ่ง เนวนอน และจัตุรัส ให้มีขนาดเหมาะสมสำหรับนำไปเผยแพร่ใน เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ และป้ายประชาสัมพันธ์ หรือตามกิจกรรมพัฒนาชุมชนเห็นชอบ				
๒.๑๑	กำหนดรูปแบบการใช้งานระบบอัตลักษณ์สำหรับงานต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้ การนำเสนอผลงาน เช่น PowerPoint Presentation, ฉากถ่ายภาพ, แผ่นพับ, วัสดุพิมพ์, เว็บไซต์				
๒.๑๒	กำหนดหลักเกณฑ์การนำอัตลักษณ์ไปใช้กับวัสดุอุปกรณ์ ยานพาหนะและป้ายหน่วยงานส่วนราชการต่าง ๆ ของจังหวัดนครพนมอย่างน้อย ๓๒ รายการ เช่น (๑) ขวดน้ำ(๒) ถุงกระดาษ(๓) กล่องพัสดุ(๔) จานอาหาร (๕) จานรองแก้ว(๖) แก้ว(๗) แก้วเซรามิก(๘) สมุดปากกา (๙) ดินสอ(๑๐) ป้ายยี่ห้อประจำโต๊ะ (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				
๒.๑๓	ออกแบบและพัฒนาารูปแบบตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนครพนม แบบภาพเคลื่อนไหว (Animated Logo) โดยมีความยาว ๒ วินาที ๕ วินาที และ ๑๐ วินาที ในรูปแบบ .gif, .mov, .mp๔				
๒.๑๔	จัดทำวิดีโอภาพเคลื่อนไหว (infographic video) เพื่อสอนการใช้งานระบบอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม โดยมีความยาว ไม่ต่ำกว่า ๕ นาที ในรูปแบบ .mov, .mp๔				
๒.๑๕	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประจำจังหวัดนครพนม (Merchandise Product) ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ รูปแบบ				
๒.๑๖	ออกแบบกล่องไปรษณีย์ ถุงหิ้ว สำหรับสินค้าประจำจังหวัดนครพนมให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓ รูปแบบ				

ที่	เนื้องานตาม TOR	ผลการสืบราคา			ราคากลาง
		บริษัท จันทรี ๒๙ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สวิสดีครีป ๒๕๐๗ จำกัด	บริษัท พีพี-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด	
๒.๑๗	ออกแบบโปสเตอร์เพื่อโปรโมทจังหวัดนครพนม โดยใช้อัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัด อย่างน้อย ๑ รูปแบบ				
๒.๑๘	ออกแบบตัวละครประจำจังหวัดนครพนม (Mascot design) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ เป็นตัวแทนของจังหวัดนครพนม และจัดทำไฟล์ดิจิทัลสำหรับใช้งานต่อ ในรูปแบบ .jpg, .png, .ai				
๒.๑๙	วางแผนและออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยววันหนึ่งอำเภอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม (One day one district) โดยจะต้องจัดทำในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลและแผนพับ				
๒.๒๐	ผลิตสื่อแผนพับโปรแกรมท่องเที่ยววันหนึ่งอำเภอ สำหรับแจกจ่ายให้นักท่องเที่ยว จำนวน ๑๐,๐๐๐ ชิ้น ขนาด A๔ หรือ A๕ กระดาษอาร์ตมัน ๑๐๕ แกรม				
๒.๒๑	จัดทำคู่มือการใช้อัตลักษณ์ของนครพนม (Brand guideline) ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) โดยมีการรวบรวมและสรุปรายละเอียดตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐานของแบรนด์จังหวัดนครพนม ไปจนรายละเอียดการใช้งานออกแบบต่างๆ โดยมีคู่มือจะต้องมีรายละเอียด ดังนี้ ๑. ขนาดไม่น้อยกว่า ๒๑ x ๒๙.๗ เซนติเมตร ๒. เนื้อหาในเล่มประกอบด้วย - ส่วนปก - บทนำ - รายละเอียดงานออกแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนมที่เกี่ยวข้อง พร้อมหลักการใช้งาน ๓. คิวอาร์โค้ดคู่มืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ๔. คิวอาร์โค้ดสำหรับดาวโหลดไฟล์อัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ๕. ผู้รับจ้างจะต้องจัดทำกราฟิก หรือจัดหาภาพประกอบเนื้อหาตามที่จังหวัดนครพนมกำหนดมีการออกแบบรูปเล่มจัดทำรูปแบบให้มีความสวยงาม น่าสนใจ ใช้งานง่าย และทันสมัย ๖. ผู้รับจ้างต้องจัดทำไฟล์ให้อยู่ในรูปแบบ .ai, .psd, .jpg, .png, .mp๔, .avi หรือไฟล์ชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง และบรรจุลงแฟลชไดรฟ์ เพื่อส่งมอบให้กับหน่วยงานของจังหวัดนครพนม และนำขึ้นระบบสำหรับให้หน่วยงานดาวน์โหลด				
๒.๒๒	จัดทำคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ขององค์กรเอกชน และภาคีเครือข่ายที่สำคัญในจังหวัดนครพนมที่ปรับปรุงในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ได้แก่ ๑. หอการค้า ๒. สภาอุตสาหกรรม ๓. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ๔. องค์กรเครือข่ายพันธมิตรอื่นๆ อาทิ เครือข่าย OTOP จังหวัดนครพนม เป็นต้น				
๓	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับแบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม	๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๒๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๒๓๓,๓๓๓.๓๓
๓.๑	นำเสนอแนวคิด (Mood & Tone) สำหรับเป็นแนวทางในการผลิตวิดีโอประชาสัมพันธ์ พร้อมนำเสนอตัวอย่าง Storyboard เป็นแนวทางในการถ่ายทำ และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ .pdf				
๓.๒	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				
๓.๓	ผลิตสื่อวิดีโอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมในรูปแบบสั้น เพื่อยุจุดเด่นในจังหวัด อย่างน้อย ๓ จุด จำนวนอย่างน้อย ๖ วิดีโอ โดยมีความยาวไม่เกิน ๓๐ วินาที และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ภาพเคลื่อนไหว เช่น .mov, .mp๔ ผ่านทาง google drive ประกอบด้วย ๑. วิดีโอให้เสียงภาษาไทย มีคำบรรยายภาษาอังกฤษ ๓ ชิ้น ๒. วิดีโอให้เสียงภาษาอังกฤษ มีคำบรรยายภาษาไทย ๓ ชิ้น				
๓.๔	ผลิตสื่อภาพนิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ให้สอดคล้องกับวิดีโอ และนำเสนอในรูปแบบไฟล์ผ่านทาง Google Drive ประกอบด้วยภาพนิ่ง jpg อย่างน้อย ๓ จุด จำนวน ๖ ภาพและภาพเคลื่อนไหว เช่น .mov, .mp๔ จำนวน ๒ ภาพ ได้แก่ ๑. ภาพนิ่ง มีการใช้ภาษาประกอบเป็นภาษาไทย ๑ ชิ้น ๒. ภาพนิ่ง มีการใช้ภาษาประกอบเป็นภาษาอังกฤษ ๑ ชิ้น				
๓.๕	วางแผนและนำเสนอแนวคิด (Event Idea) ในการจัดงานแถลงข่าวและจัดนิทรรศการสำหรับเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม พร้อมทั้งนำเสนอแผนงานในการจัดงาน (Event Planning) ในรูปแบบ Presentation .pdf				
๓.๖	วางแผนดำเนินงานและกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการใช้ผู้มีอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมาย (KOLs) เพื่อสร้างการรับรู้และสนับสนุนการเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ของจังหวัดนครพนม ในรูปแบบ Presentation				

ที่	เนื้องานตาม TOR	ผลการสืบราคา			ราคารากลาง
		บริษัท จันทรี ๒๕ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สวัสดิศรรับ ๒๕๐๗ จำกัด	บริษัท พีพี-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด	
๔	การจัดงานแถลงข่าว	๔๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๑,๑๐๐,๐๐๐.๐๐
๔.๑	๑. ออกแบบ และจัดทำผังการจัดงานแถลงข่าวให้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดงาน ๒. ออกแบบ Brand Identity ของงาน ๓. ออกแบบภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) ที่สอดคล้องกับรูปแบบการจัดงาน (Theme) เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด Mood & Tone ของการจัดงาน และสามารถดึงคุณลักษณะดังกล่าว ให้สะท้อน ไปในทุกส่วนของรายละเอียดในการจัดงานได้ ๔. รูปแบบการจัดแสดงนิทรรศการสำหรับเผยแพร่แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม รวมไปถึงมีการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP จากจังหวัด ให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ ทั้งนี้ ข้อ ๑), ๒), ๓) และ ๔) ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการพัฒนาชุมชนก่อน				
๔.๒	จัดงานแถลงข่าว โดยจัดหาสถานที่ที่เหมาะสม ขนาดไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ ตารางเมตร สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ ไม่น้อยกว่า ๓๐๐ คน หรือตามที่กรมการพัฒนาชุมชนเห็นชอบ จัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียงจำนวน ๒ คน (ชายและหญิง) จัดหาคารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมงานแถลงข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ คน เชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมในงานแถลงข่าวอย่างน้อย ๒๐ สื่อ พร้อมจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release) เพื่อนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อ (นับรวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อออนไลน์) ตลอดจนจัดให้มีการบันทึกวีดิโอภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และ Live สด ผ่านช่องทางออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทาง จัดให้มีอาหารว่าง และเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชุด ราคาชุดละ ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ บาท และจัดให้มีอาหารว่าง และเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชุด ราคาชุดละ ไม่น้อยกว่า ๑๕๐ บาท และจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน แยกผู้มีเกียรติและผู้เข้าร่วมงาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาสร้างอัตลักษณ์นครพนม จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ชิ้น				
๕	การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ดำเนินการจำนวน ๒ ครั้ง	๒,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๒,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๓,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๒,๕๐๐,๐๐๐.๐๐
๕.๑	จัดหาสถานที่ สำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าที่มีความพร้อม อาจเป็นภายนอกอาคารหรือภายในอาคาร โดยมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ตารางเมตร โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด ทั้งนี้ สถานที่การจัดงานต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการพัฒนาชุมชน				
๕.๒	ออกแบบและตกแต่งสถานที่การจัดงานให้มีความเหมาะสมกับสถานที่การจัดงานในแต่ละครั้ง ให้มีความโดดเด่นสวยงาม สร้างแรงจูงใจในการเข้ามาเยี่ยมชมงาน (Landmark)				
๕.๓	จัดพิธีเปิดงาน โดยจัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ มีความชำนาญ ในการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน ๒ คน (ชายและหญิง) จัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน แยกผู้มีเกียรติและผู้เข้าร่วมงาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาสร้างอัตลักษณ์นครพนม จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด จัดเตรียมอาหารว่าง และเครื่องดื่ม จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ชุด ๆ ละไม่น้อยกว่า ๑๐๐ บาท จัดเตรียมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการลงทะเบียน/ต้อนรับแขก VIP ที่มาร่วมพิธีเปิดงาน				
๖	การดำเนินงานในกรุงเทพมหานคร	๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๖,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๖,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๕,๖๖๖,๖๖๖.๖๗
๖.๑	ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างเวทีกลาง และกิจกรรมอื่นๆ ตลอดจนการจัดงาน				
๖.๒	ออกแบบ จัดเตรียม พร้อมทั้งตกแต่งเวที ที่สวยงาม เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน				
๖.๓	ขนาดของเวที มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร กว้างไม่น้อยกว่า ๓.๖ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๐.๕๐ เมตร ปูพรม มีบันไดขึ้นด้านข้างเวทีทั้ง ๒ ด้าน บันไดมีความมั่นคง แข็งแรง				
๖.๔	จัดทำ Backdrop ของเวที ขนาด ๒.๐x๓.๐ เมตร ด้านซ้ายและขวา ของเวที โดยตรงกลางเป็นจอ LED ขนาด ๓x๖ เมตร ให้สอดคล้องกับขนาดพื้นที่ของเวที ออกแบบและก่อสร้างด้วยวัสดุที่มีความแข็งแรงและสวยงาม				
๖.๕	จัดเตรียมไฟฟ้าพร้อมโต๊ะรับแขก สำหรับรับรองผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP ไม่น้อยกว่า ๑๐ ที่นั่ง บริเวณด้านหน้าเวที				
๖.๖	จัดที่นั่งสำหรับผู้เข้าร่วมงาน และร่วมกิจกรรมตลอดการจัดงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่นั่ง				
๖.๗	จัดเตรียมโคมไฟสำหรับประธานในพิธี ผู้กล่าวรายงาน พิธีกร ไม่น้อยกว่า ๒ ชุด				
๖.๘	นำเสนอเทคนิคพิเศษ หรือ Gimmick สำหรับพิธีการเปิดงาน ให้เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน สำหรับการจัดงาน				
๖.๙	ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างพื้นที่ ไม่น้อยกว่า ๓x๓ เมตร สำหรับจัดแสดงนิทรรศการสำหรับ Showcase ผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ				
๖.๑๐	จัดเตรียมและออกแบบซุ้มประตูทางเข้างาน ด้วยโครงสร้างมาตรฐานพร้อมกราฟิก สวยงาม โดยมีขนาดหน้ากว้างไม่ น้อยกว่า ๕ เมตร จำนวน ๑ ชุด พร้อมไฟส่องแสงสว่าง				
๖.๑๑	จัดให้มี Backdrop สำหรับถ่ายรูปและสัมภาษณ์ผู้บริหาร ด้วยโครงสร้างมาตรฐานพร้อมกราฟิกโดดเด่นสวยงามเหมาะสมกับรูปแบบของงาน และเชื่อมโยงกับเนื้อหาข้อมูลของงาน ขนาดหน้ากว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๒.๕ เมตร พร้อมปูพรมและไฟส่องสว่าง				
๖.๑๒	จัดเตรียม Landmark ที่ออกแบบให้สื่อถึงรูปแบบและวัตถุประสงค์หลักของการจัดงาน เพื่อสำหรับใช้ตกแต่ง และเป็นจุดถ่ายภาพ สำหรับผู้ร่วมงาน โดยมีขนาดให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่โดยรวมทั้งหมด ด้วยโครงสร้างที่แข็งแรงและสวยงาม				
๖.๑๓	จัดเตรียมโครงสร้างนิทรรศการมาตรฐาน สำหรับ Showcase จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด ประกอบไปด้วย - คูหามาตรฐาน ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร - ป้ายข้อมูลหาจัดเจนสวยงาม ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร - โต๊ะหรือ Counter สำหรับจัดแสดงไว้มผลงานหรือขาย จำนวน ๑ ยืน พร้อมเก้าอี้ จำนวน ๒ ตัว - ไฟฟ้าฟลูออเรสเซนต์ ๒ จุด ปลั๊กไฟ ๑ จุด - ถังขยะ จำนวน ๑ ใบ				

ที่	เนื้องานตาม TOR	ผลการสืบราคา			ราคากลาง
		บริษัท จันทร์ ๒๙ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สวิสดีครับ ๒๕๐๗ จำกัด	บริษัท พีพี-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด	
๖.๑๔	จัดให้มีการปูพรมโดยรอบของพื้นที่ทั้งหมดของการจัดงาน				
๖.๑๕	จัดเตรียมระบบแสง สี เสียง (Light & Sound System) บนเวทีและบริเวณโดยรอบพื้นที่การจัดงานทั้งหมดให้ครอบคลุม				
๖.๑๖	จัดเตรียมจอ LED ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๖ เมตร บนเวที				
๖.๑๗	จัดเตรียมทีวีพลาสมา ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๒ นิ้ว สำหรับประธานในพิธี จำนวนอย่างน้อย ๒ ชุด เพื่อเป็นมอ니터อร์				
๖.๑๘	จัดหาทีมงานช่างภาพมืออาชีพ สำหรับบันทึกภาพนิ่ง จำนวน ๑ คน ตลอดการจัดงาน				
๖.๑๙	จัดหาทีมงานช่างภาพวิดีโอ และ ระบบการจับภาพสดขึ้นจอ ในช่วงคิวสำคัญ พร้อมจัดทำวิดีโอสรุปงาน ความยาวไม่เกิน ๓ นาที				
๖.๒๐	จัดให้มีพิธีกรชายหรือหญิง จำนวน ๑ คน ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษดำเนินรายการในแต่ละวันเพื่อประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตลอดระยะเวลาการจัดงาน				
๖.๒๑	จัดเตรียมและนำเสนอกิจกรรมบริเวณเวทีกลาง อย่างน้อยวันละ ๒ กิจกรรม ตลอดการจัดงาน โดยเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมงานทั่วไปได้มีส่วนร่วมและเข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ของการจัดนิทรรศการ				
๖.๒๒	ผู้ดำเนินงานเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของการเช่าสถานที่ ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าทำความสะอาด ตลอดจนค่าประกันความเสียหายของพื้นที่ ตลอดการจัดงาน				
๖.๒๓	จัดเก็บยอดจำหน่ายสินค้าและสรุปรายงานให้กรรมการพัฒนาชุมชนทุกวัน จัดทำแบบประเมินผลผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงาน พร้อมทั้งออกแบบประเมินผู้เข้าชมงาน โดยจัดทำเอกสารประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่จัดเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานเมื่อเสร็จสิ้นงาน				
๖.๒๔	ดำเนินการรับผิดชอบและกำกับดูแลความเรียบร้อยภาพรวมในงานทั้งหมด				
๖.๒๕	จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมตามแผนประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดงาน - จัดทำ Chart แสดงแผนการประชาสัมพันธ์การจัดงาน - จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อต่างๆ ก่อนการจัดงาน, ระหว่างงาน และหลังการจัดงาน				
๖.๒๖	ข่าวหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันหรือรายสัปดาห์ อาทิเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด หรือฉบับอื่นๆ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้น				
๖.๒๗	ข่าวหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันหรือรายสัปดาห์ฉบับภาษาอังกฤษ อาทิเช่น Bangkok Post, The Nation ไม่น้อยกว่า ๑ ชิ้น				
๖.๒๘	สื่อบุคคลหรือสื่อบุคคลพิเศษเฉพาะผู้บริหาร ในหนังสือพิมพ์ อาทิเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด กรุงเทพธุรกิจ ไม่น้อยกว่า ๑ สื่อบุคคล				
๖.๒๙	สื่อบุคคลหรือสื่อบุคคลพิเศษเฉพาะผู้บริหารทางช่องฟรีทีวี อาทิ ช่อง ๓, ๕, ๗, ๙, NBT, Thai TPBS ในรายการข่าว ช่วงเช้า ช่วงเที่ยง ข่าวสั้นในรอบวัน จำนวนไม่น้อยกว่า ๕ ครั้ง ก่อนหรือระหว่างการจัดงาน				
๖.๓๐	จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น, สื่อวิทยุท้องถิ่น ก่อนการจัดงาน , ระหว่างงาน ไม่น้อยกว่า ๕ สำนัก				
๗	การดำเนินงานในจังหวัดนครพนม	๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๕,๕๐๐,๐๐๐.๐๐	๕,๐๐๐,๐๐๐.๐๐	๕,๕๐๐,๐๐๐.๐๐
๗.๑	ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างเวทีกลาง และกิจกรรมอื่นๆ ตลอดการจัดงาน				
๗.๒	ออกแบบ จัดเตรียม พร้อมทั้งตกแต่งเวที ที่สวยงาม เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน				
๗.๓	ขนาดของเวที มีความยาวไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร กว้างไม่น้อยกว่า ๓.๖ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๐.๔๐ เมตร				
๗.๔	ปูพรม มีบันไดขึ้นลงด้านข้างเวทีทั้ง ๒ ด้าน บันไดมีความมั่นคง แข็งแรง				
๗.๕	จัดทำ Backdrop ของเวที ขนาด ๒.๐x๓.๐ เมตร ด้านซ้ายและขวา ของเวที โดยตรงกลางเป็นจอ LED ขนาด ๓x๖ เมตร โดยให้สอดคล้องกับขนาดพื้นที่ของเวที ออกแบบและก่อสร้างด้วยวัสดุที่มีความแข็งแรงและสวยงาม				
๗.๕	จัดเตรียมโซฟาพร้อมโต๊ะรับแขก สำหรับรับรองผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP ไม่น้อยกว่า ๑๐ ที่นั่ง บริเวณด้านหน้าเวที				
๗.๖	จัดที่นั่งสำหรับผู้เข้าร่วมงาน และร่วมกิจกรรมตลอดการจัดงาน ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ที่นั่ง				
๗.๗	จัดเตรียมโพเดียม สำหรับประธานในพิธี ผู้กล่าวรายงาน พิธีกร ไม่น้อยกว่า ๒ ชุด				
๗.๘	นำเสนอเทคนิคพิเศษ หรือ Gimmick สำหรับพิธีการเปิดงาน ให้เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน สำหรับการจัดงาน				
๗.๙	ออกแบบและจัดเตรียมโครงสร้างพื้นที่ ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๓ เมตร สำหรับจัดแสดงนิทรรศการสำหรับ Showcase ผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ				
๗.๑๐	จัดเตรียมและออกแบบบูธประตูทางเข้างาน ด้วยโครงสร้างมาตรฐานพร้อมกราฟิก สวยงาม โดยมีขนาดหน้ากว้างไม่ น้อยกว่า ๕ เมตร จำนวน ๑ ชุด พร้อมไฟส่องแสงสว่าง				
๗.๑๑	จัดให้มี Backdrop สำหรับถ่ายภาพและสัมภาษณ์ผู้บริหาร ด้วยโครงสร้างมาตรฐานพร้อมกราฟิกโดดเด่นสวยงามเหมาะสมกับรูปแบบของงาน และเชื่อมโยงกับเนื้อหาข้อมูลของงาน ขนาดหน้ากว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร และสูงไม่น้อยกว่า ๒.๕ เมตร พร้อมปูพรมและไฟส่องสว่าง				
๗.๑๒	จัดเตรียม Landmark ที่ออกแบบให้สื่อถึงรูปแบบและวัตถุประสงค์หลักของการจัดงาน เพื่อสำหรับใช้ตกแต่ง และเป็นจุดถ่ายภาพ สำหรับผู้ร่วมงาน โดยมีขนาดให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่โดยรวมทั้งหมด ด้วยโครงสร้างที่แข็งแรงและสวยงาม				

ที่	เนื้องานตาม TOR	ผลการสืบราคา			ราคากลาง
		บริษัท จันทร์ ๒๙ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สวิสตีร์รับ ๒๕๐๗ จำกัด	บริษัท พีพี-เอ็นเค โซลูชั่น จำกัด	
๗.๑๓	จัดเตรียมโครงการสร้างนิทรรศการมาตรฐาน สำหรับ Showcase จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ชุด ประกอบไปด้วย <ul style="list-style-type: none">- คู่มือมาตรฐาน ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร- ป้ายชี้คูหาจัดเจนสวยงาม ขนาดไม่น้อยกว่า ๒.๕ x ๒ เมตร- โต๊ะหรือ Counter สำหรับจัดแสดงโชว์ผลงานหรือขาย จำนวน ๑ ยืน พร้อมเก้าอี้ จำนวน ๒ ตัว- ไฟฟ้าฟลูออเรสเซนต์ ๒ จุด ปลั๊กไฟ ๑ จุด- ถังขยะ จำนวน ๑ ใบ				
๗.๑๔	จัดให้มีการปูพรมโดยรอบของพื้นที่ทั้งหมดของการจัดงาน				
๗.๑๕	จัดเตรียมระบบแสง สี เสียง (Light & Sound System) บนเวทีและบริเวณโดยรอบพื้นที่การจัดงานทั้งหมดให้ครอบคลุม				
๗.๑๖	จัดเตรียมจอ LED ขนาดไม่น้อยกว่า ๓x๖ เมตร บนเวที				
๗.๑๗	จัดเตรียมทีวีพลาสมา ขนาดไม่น้อยกว่า ๔๒ นิ้ว สำหรับประธานในพิธี จำนวนอย่างน้อย ๒ ชุด เพื่อเป็นมอนิเตอร์				
๗.๑๘	จัดหาทีมงานช่างภาพมืออาชีพ สำหรับบันทึกภาพนิ่ง จำนวน ๑ คน ตลอดการจัดงาน				
๗.๑๙	จัดหาทีมงานช่างภาพวิดีโอ และ ระบบการจับภาพสดขึ้นจอ ในช่วงคิวสำคัญ พร้อมจัดทำวิดีโอสรุปงาน ความยาวไม่เกิน ๓ นาที				
๗.๒๐	จัดให้มีพิธีกรชายหรือหญิง จำนวน ๑ คน ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษดำเนินรายการในแต่ละวันเพื่อประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตลอดระยะเวลาการจัดงาน				
๗.๒๑	จัดเตรียมและนำเสนอกิจกรรมบริเวณเวทีกลาง อย่างน้อยวันละ ๒ กิจกรรม ตลอดการจัดงาน โดยเป็นกิจกรรมที่สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมงานทั่วไปได้มีส่วนร่วมและเข้ามาร่วมกิจกรรมในพื้นที่ของการจัดนิทรรศการ				
๗.๒๒	ผู้ดำเนินงานเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของการเช่าสถานที่ ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าทำความสะอาด ตลอดจนค่าประกันความเสียหายของพื้นที่ ตลอดการจัดงาน				
๗.๒๓	จัดเก็บยอดจำหน่ายสินค้าและสรุปรายงานให้กรรมการพัฒนาชุมชนทุกวัน จัดทำแบบประเมินผลผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงาน หรือทำแบบประเมินผู้ประกอบการ โดยจัดทำเอกสารประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ชุด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่จัดเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำสรุปรายงานผลการดำเนินงานเมื่อเสร็จสิ้นงาน				
๗.๒๔	ดำเนินการรับผิดชอบและกำกับดูแลความเรียบร้อยภาพรวมในงานทั้งหมด				
๗.๒๕	จัดเตรียมการรับรองคณะผู้บริหาร และ VIP ประกอบด้วย ค่าพาหนะโดยสารเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรถรับส่ง ระหว่างสนามบิน และสถานที่จัดงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๒ คน				
๗.๒๖	จัดทำแผนประชาสัมพันธ์และกิจกรรมตามแผนประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดงาน <ul style="list-style-type: none">๑. จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์จอบภาพเคลื่อนไหวบริเวณพื้นที่ภายใน หรือภายนอกอาคาร และเป็นที่ได้รับความนิยมและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้๒. จำนวนสื่อจอบภาพเคลื่อนไหว ไม่ต่ำกว่า ๓ จอ๓. จำนวนวันการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย ๗ วัน ให้ครอบคลุม ก่อนงานและระหว่างของการจัดงาน๔. รองรับการบริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางผู้รับจ้างได้ผลิต โดยเผยแพร่วิดีโอหรือภาพหนึ่งในช่องทางออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ช่องทางออนไลน์ของจังหวัดนครพนม ได้แก่ สื่อวิดีโอหรือภาพนิ่ง มีการนำเสนอผ่านช่องทางเช่น Facebook, Youtube โดยมีกรมมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า ๓๐,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง หรือมียอดผู้ชมวิดีโอ (Views) ไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ ครั้ง ในช่องทางออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง				
๗.๒๗	การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ให้ดำเนินการ ดังนี้ <ul style="list-style-type: none">มีการใช้ Micro & Nano KOLs ในการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ผ่านช่องทางเช่น TikTok, X โดยมีจำนวน KOLs ไม่ต่ำกว่า ๕๐ คน และแต่ละคนมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน				
๗.๒๘	มีการใช้ Micro & Nano KOLs ในการมีส่วนร่วม เพื่อเข้าร่วมและเป็นช่องทางในการเผยแพร่อิเอนท์ และนิทรรศการประชาสัมพันธ์แบรนด์และอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัด ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ ผ่านช่องทาง เช่น TikTok, X โดยมีจำนวน KOLs ไม่ต่ำกว่า ๒๐ คน และแต่ละคนมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน และคาดหวังที่จะมีการมองเห็นสื่อ (Impression) รวมกันไม่น้อยกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ครั้ง				
๗.๒๙	มีการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์หรืออัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดนครพนม ผ่านสื่อนำเสนอข่าวออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ในช่อง ทางเช่น Facebook, Website โดยสื่อเหล่านั้นจะต้องมีผู้ติดตามไม่น้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน				
๗.๓๐	ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่กรมการพัฒนาชุมชนเสนอ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ				
๗.๓๑	ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ตามข้อ ๔ (ขอบเขตการดำเนินงาน) ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด				
	ราคารวมทั้งสิ้น (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ๗% แล้ว)	๑๖,๔๐๐,๐๐๐.๐๐	๑๙,๖๐๐,๐๐๐.๐๐	๒๑,๐๕๐,๐๐๐.๐๐	๑๙,๑๕๐,๐๐๐.๐๐