

โครงการประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

คณะกรรมการกองทุนเพื่อการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว กำหนดให้เน้นการจัดทำสื่อดิจิทัลออนไลน์ โดยให้เลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลออนไลน์ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๔๐ ของงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร ส่วนที่เหลือให้เลือกใช้ช่องทางอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่

๑. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

๑) สื่อดิจิทัลออนไลน์

(๑) Facebook	จำนวน...../.....	ครั้ง/จำนวนผู้เข้าชม
(๒) Line (ข้อความ)	จำนวน...../.....	ครั้ง/คน
(๓) วีดิโอ	จำนวน...../.....	ครั้ง/จำนวนผู้เข้าชม
(๔) เว็บไซต์	จำนวน...../.....	ครั้ง/จำนวนผู้เข้าชม
(๕) Tiktok	จำนวน...../.....	ครั้ง/จำนวนผู้เข้าชม
(๖) Youtube	จำนวน...../.....	ครั้ง/จำนวนผู้เข้าชม
งบประมาณสื่อดิจิทัลออนไลน์ รวม	จำนวน	บาท

๒) สื่อประชาสัมพันธ์ / สิ่งพิมพ์

(๑) ป้ายคัทเอ้าท์	จำนวน	ป้าย
(๒) รถแห่	จำนวน	ครั้ง
(๓) สื่อวิทยุท้องถิ่น / สปอติวิทยุ	จำนวน	ครั้ง
(๔) ไรล้อฟ / ฉากหลัง Backdrop	จำนวน	ป้าย
(๕) แบนเนอร์ / ไวนิล	จำนวน	ป้าย
(๖) ป้ายอัจฉริยะ / ป้ายไฟ	จำนวน	ป้าย
(๗) ข้อความสั้น (SMS) / E-mail	จำนวน	ครั้ง/คน
(๘) กระดาษหิ้วข่าว / สมุดโน้ต สมุดฉีก / คู่มือ / แผ่นพับ / ใบปลิว	จำนวน	แผ่น
งบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์ / สิ่งพิมพ์ รวม	จำนวน	บาท

๒. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมายนายจ้าง / สถานประกอบการ / ลูกจ้าง / แรงงานต่างด้าว / ประชาชนทั่วไป ได้รับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของเป้าหมาย

หมายเหตุ : ๑. ขอให้หน่วยงานสรุปผลการสำรวจสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ตามลำดับของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ให้กองทุนฯ ทราบ (รายไตรมาส)

๒. กองทุนฯ ได้จัดทำตัวอย่างแบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานจัดหางานจังหวัดมาด้วยแล้ว