

Media Plan พื้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย										
เนื้อหา	กิจกรรม	เวลาออกอากาศ	ระยะเวลาดำเนินการ							หมายเหตุ
			๒๕๖๐				๒๕๖๑			
			ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
๑. การรณรงค์กระตุ้นให้ประชาชนประชาชนทั่วไปพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตกเป็นจำนวน ๒๖ จังหวัดต้นตอและเข้าใจการยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก	๑. ผลิต/เผยแพร่สปรอตจำนวน ๓ ตอน ๒. รายงานพิเศษหรือสารคดีเชิงข่าว ความยาวเรื่องละ ๑ - ๒ นาที จำนวน ๔ เรื่อง ๓. สัมภาษณ์พิเศษ จำนวน ๒ ครั้ง	๑. ขำขันช่วงวันละ ๔ ครั้ง (รวม ๑๒๐ ครั้ง /เดือน) ๒. ขำภาคบังคับ เดือนละ ๔ ครั้ง (รวม ๔ ครั้ง /เดือน) ๓. รายการบันทึกสถานการณ์จำนวน ๒ ครั้ง ๔. ผู้ประกาศพูดแทรก (ตามความเหมาะสม) ดังนี้ ๔.๑ รายการบันทึกสถานการณ์ อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง ๔.๒ รายการหมุนตามวัน อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง ๔.๓ รายการอื่นๆ อาทิ รายการเพลง								๑.เดือน ก.ย. - ต.ค. ๖๐ อยู่ระหว่างชี้แจงแนวทางการประชาสัมพันธ์ ๒.เดือน พ.ย. ๖๐ - เม.ย. ๖๑ ระยะเวลาดำเนินการ
๒. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ รมรณรงค์ กระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเห็นประโยชน์และความจำเป็น เกิดการเปลี่ยนผ่านหันมา รับชมดิจิทัลทีวี (ภาคพื้นดิน) เพิ่มขึ้น	๔. ผลิตสคริปต์สำหรับ ผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว) ๕. ผลิต/เผยแพร่ ข่าว ๖. เผยแพร่สปรอต กลทช. จำนวน ๓ ตอน ๗. เผยแพร่บนออนไลน์ทางโซเชียลมีเดีย									
๓. เสริมสร้างทัศนคติเชิงบวก เพิ่มความเชื่อมั่นการให้บริการ แก้ไขปัญหา อุปสรรคในการเปลี่ยนผ่านมารับชมดิจิทัลภาคพื้นดิน	๘. จัดทำสรุปผลการผลิตและนำส่ง Digital File จำนวน ๒ ชุด ให้สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ (สพป.)	๕. ข่าว (ตามความเหมาะสม) ๖. ข่าว/รายการ (ตามความเหมาะสม) เดือนละ ๔ ครั้ง (รวม ๔ ครั้ง /เดือน) ๗. เผยแพร่บนออนไลน์ทางโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook /Line Official / เว็บไซต์ของสำนักงาน								
รวมงบประมาณทั้งสิ้น ๕๐๐,๐๐๐ บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) ตัวอักษร										

รวมเงิน | งบประมาณทั้งสิ้น ๕๐๐.๐๐๐ บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) ตัวอักษร

Media Plan พื้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษาส่วนกลาง										
เนื้อหา	กิจกรรม	เวลาออกอากาศ	ระยะเวลาดำเนินการ							หมายเหตุ
			๒๕๖๐			๒๕๖๑				
			ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
๑. การณรงค์กระตุ้นให้ประชาชนประชาชนทั่วไปพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก เป็นจำนวน ๒๖ จังหวัด ต้นตัวและเข้าใจการยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก	๑. ผลิตสคริปต์สำหรับ ผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว) ตามความเหมาะสม ๒. ผลิต / เผยแพร่ ข่าว (รายการ/ข่าว) ตามความเหมาะสม ๓. เผยแพร่สไลด์ กสทช. จำนวน ๓ ตอน	๑. ผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ / ข่าว) (ตามความเหมาะสม) ดังนี้ ๑.๑ ข่าวท้องถิ่น ๑.๒ รายการท้องถิ่น อทิ รายการเพลง ๒. ข่าว (ตามความเหมาะสม) ๓. ข่าว / รายการท้องถิ่น เดือนละ ๔ ครั้ง (ตามความเหมาะสม) (รวม ๔ ครั้ง /เดือน) ๔. เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดี ทางโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook /Line Official/ เว็บไซต์ของสำนักงาน								๑.เดือน ก.ย. - ต.ค. ๖๐ อยู่ระหว่างชี้แจงแนวทาง การประชาสัมพันธ์ ๒.เดือน พ.ย. ๖๐ - เม.ย. ๖๑ ระยะ เวลา ดำเนินการ ๓. สวท. สปช. ๗-๘ ภูมิภาค ขึ้น ในการ ประชาสัมพันธ์
๒. เสริมสร้างความพร้อม สร้างความเข้าใจ รณรงค์ กระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเห็นประโยชน์และความจำเป็น จนเกิดการเปลี่ยนผ่านหันมาใช้บริการดิจิทัลทีวี (ภาคพื้นดิน) เพิ่มขึ้น	๔. เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดี ทางโซเชียลมีเดีย ๕. จัดทำสรุปผลการผลิต และนำเสนอ Digital File จำนวน ๒ ชุด ให้สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ (สพป.)									
๓. เสริมสร้างทัศนคติเชิงบวก เพิ่มความเชื่อมั่นการให้บริการ การแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการเปลี่ยนผ่านมารับชมดิจิทัลภาคพื้นดิน										
รวมงบประมาณทั้งสิ้น ๒๐,๐๐๐ บาท (สองหมื่นบาทถ้วน) ตัวอักษร										

Media Plan พื้นที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย										
เนื้อหา	กิจกรรม	เวลาออกอากาศ	ระยะเวลาดำเนินการ							หมายเหตุ
			๒๕๖๐			๒๕๖๑				
			ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
๑. การรณรงค์ กระตุ้นให้ประชาชนประชาชนทั่วไปในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตกเป็นจำนวน ๒๖ จังหวัดต้นตัวและเข้าใจการยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก	๑. ผลิตและเผยแพร่สปอตรณรงค์ ๖๐ วินาที จำนวน ๓ ตอน ๒. เผยแพร่สปอต กสทช. จำนวน ๓ ตอน ๓. ผลิตสคริปต์สำหรับผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว) ๔. ผลิต / เผยแพร่ ข่าว ๕. นำ Logo รณรงค์ ตั้งโต๊ะผู้ประกาศ ๖. ผลิต / เผยแพร่ ข้อความอักษรวิ่ง ๗. เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดีทางโซเชียลมีเดีย ๘. จัดทำสรุปผลการผลิตและนำเสนอ Digital File จำนวน ๒ ชุด ให้สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ (สพป)	๑. ข่าว/รายการ อย่างน้อยวันละ ๒ ครั้ง (รวม ๖๐ ครั้ง / เดือน) ๒. เผยแพร่สปอต กสทช. อย่างน้อยวันละ ๑ ครั้ง (รวม ๓๐ ครั้ง / เดือน) ๓. ผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว) (ตามความเหมาะสม) ๔. ข่าว (ตามความเหมาะสม) ๕. นำ Logo ตั้งโต๊ะผู้ประกาศ (ตามความเหมาะสม) ๖. ข่าว/รายการ (ตามความเหมาะสม) ๗. เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดีทางโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook /Line Official / เว็บไซต์ของสำนักงาน	↓							๑.เดือน ก.ย. - ต.ค. ๖๐ อยู่ระหว่างชี้แจงแนวทางการประชาสัมพันธ์ ๒.เดือน พ.ย. ๖๐ - เม.ย.๖๑ ระยะเวลาดำเนินการ
๒. เสริมสร้างความพร้อม สร้างความเข้าใจ รณรงค์ กระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเห็นประโยชน์และความจำเป็นจนเกิดการเปลี่ยนผ่านหันมาใช้บริการดิจิทัลทีวี (ภาคพื้นดิน) เพิ่มขึ้น	๓. เสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกเพิ่มความเชื่อมั่นการให้บริการ แก้ไขปัญหาอุปสรรคในการเปลี่ยนผ่านมารับชมดิจิทัลภาคพื้นดิน									
รวมงบประมาณทั้งสิ้น ๘๐,๐๐๐ บาท (แปดหมื่นบาทถ้วน) ตัวอักษร										

๑. เดือน ก.ย. -
ต.ค. ๖๐ อยู่
ระหว่างชี้แจง
แนวทางการ
ประชาสัมพันธ์
๒. เดือน พ.ย.
๖๐ - เม.ย. ๖๑
ระยะเวลา
ดำเนินการ

Media Plan พื้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ เขต ๗ และเขต ๘ จำนวน ๑๒ สถานี												
เนื้อหา	กิจกรรม	เวลาออกอากาศ	ระยะเวลาดำเนินการ							หมายเหตุ		
			๒๕๖๐									
			ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.		เม.ย.	
๑. การรณรงค์กระตุ้นให้ประชาชนประชาชนทั่วไปพื้นที่กรุงเทพมหานคร และพื้นที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตกเป็นจำนวน ๒๖ จังหวัดต้นต้วและเข้าใจการยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก	๒. ผลิต/เผยแพร่สปรอตโฆษณาจำนวน ๓ ตอน ๓. รายงานพิเศษหรือสารคดีเชิงข่าว ความยาวเรื่องละ ๑-๒ นาที จำนวน ๔ เรื่อง ๔. ผลิตสคริปต์สำหรับผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว)	๑. ข่าว / รายการท้องถิ่น วันละ ๔ ครั้ง (รวม ๑๒๐ ครั้ง / เดือน) ๒. ข่าว / รายการท้องถิ่น เดียนละ ๔ ครั้ง (รวม ๔ ครั้ง / เดือน) ๓. ผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ / ข่าว) (ตามความเหมาะสม) ดังนี้ ๓๑ ข่าวท้องถิ่น ๓๒ รายการท้องถิ่น ๓๓ อภิปรายการเพลง ๓๔ ข่าว (ตามความเหมาะสม) ๓๕ ข่าว / รายการท้องถิ่น เดียนละ ๔ ครั้ง (ตามความเหมาะสม) ๓๖ เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดีทางโซเชียลมีเดีย ๓๗ จัดทำสรุปผลการผลิตและนำเสนอ Digital File จำนวน ๒ ชุด ให้สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ (สพป.)	↓								๑.เดือน ก.ย. - ต.ค.๖๐ อยู่ระหว่างชี้แจงแนวทางการประชาสัมพันธ์ ๒.เดือน พ.ย. ๖๐ - เม.ย.๖๑ ระยะเวลารับดำเนินการ ๓. สวท. สปช. ๗-๘ ใช้ภาคพื้นดิน ใน ก ร รประชาสัมพันธ์	
๒. เสริมสร้างความพร้อมสร้างความเข้าใจ รมรงค์ กระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเห็นประโยชน์และความจำเป็นจนเกิดการเปลี่ยนผ่านหันมาใช้ระบบดิจิทัลทีวี (ภาคพื้นดิน) เพิ่มขึ้น	๓. เสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกเพิ่มความเชื่อมั่นการให้บริการการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการเปลี่ยนผ่านมารับชมดิจิทัลภาคพื้นดิน											
งบประมาณต่อสถานี ๑ ละ ๑๕๕,๐๐๐ บาท (หนึ่งแสนแปดหมื่นห้าพันบาทถ้วน) ตัวอักษร รวมงบประมาณทั้งสิ้น ๒,๒๒๐,๐๐๐ บาท (สองล้านสองแสนสองหมื่นบาทถ้วน) ตัวอักษร												

[illegible]

Media Plan พื้นที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี										
เนื้อหา	กิจกรรม	เวลาออกอากาศ	ระยะเวลาดำเนินการ							หมายเหตุ
			๒๕๖๐			๒๕๖๑				
			ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
๑. การรณรงค์กระตุ้นให้ประชาชนประชาชนทั่วทั้งพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตกเป็นจำนวน ๒๖ จังหวัดตื่นตัวและเข้าใจการยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก	๑. ผลิตและเผยแพร่สไลด์รณรงค์ ครมยว ๖๐ วินาที จำนวน ๓ ตอน ๒. เผยแพร่สไลด์ กสทช. จำนวน ๓ ตอน ๓. ผลิตสคริปต์สำหรับผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว) ๔. ผลิต / เผยแพร่ ข่าว นำ Logo รณรงค์ ตั้งโต๊ะผู้ประกาศ ผลิต / เผยแพร่ ข้อความอักษรวิ่ง ๕. เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดีทางโซเชียลมีเดีย ๖. จัดทำสรุปผลการผลิตและนำเสนอ Digital File จำนวน ๒ ชุด ให้สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ (สพป.)	๑. ข่าว/รายการ ท้องถิ่น อย่างน้อยวันละ ๒ ครั้ง (รวม ๖๐ ครั้ง / เดือน) ๒. เผยแพร่สไลด์ กสทช. อย่างน้อยวันละ ๑ ครั้ง (รวม ๓๐ ครั้ง / เดือน) ๓. ผู้ประกาศพูดแทรก (รายการ/ข่าว ท้องถิ่น) (ตามความเหมาะสม) ๔. ข่าว (ตามความเหมาะสม) ๕. นำ Logo ตั้งโต๊ะผู้ประกาศ (ตามความเหมาะสม) ๖. ข่าว/รายการ ท้องถิ่น (ตามความเหมาะสม) ๗. เผยแพร่แบนเนอร์น้องดูดีทางโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook /Line Official / เว็บไซต์ของสำนักงาน	↓							๑.เดือน ก.ย. - ต.ค. ๖๐ อยู่ระหว่างชี้แจงแนวทางการประชาสัมพันธ์ ๒.เดือน พ.ย. ๖๐ – เม.ย.๖๑ ระยะย เวลา ดำเนินการ ๓.สทท.จันทบุรี ใช้ภาษาถิ่นใน ก ารประชาสัมพันธ์
๓. เสริมสร้างทัศนคติเชิงบวก เพิ่มความเชื่อมั่นบริการ การแก้ไขปัญห อุปสรรคในการเปลี่ยนผ่านมารับชมดิจิตอลภาคพื้นดิน										
รวมงบประมาณทั้งสิ้น ๔๐,๐๐๐ บาท (แปดหมื่นบาทถ้วน) ตัวอักษร										

รวมงบประมาณทั้งสิ้น ๘๐,๐๐๐ บาท (แปดหมื่นบาทถ้วน) ตัวอักษร

