



**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

1. ชื่อโครงการและหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

1.1 รหัสโครงการและชื่อโครงการ

ชื่อโครงการ/กิจกรรม : กิจกรรมการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

รหัสโครงการ... : 04110000-3768	ปีงบประมาณ พ.ศ. : 2564
เริ่มต้นโครงการ : 2020-10-01 00:00:00	งบประมาณที่ได้รับ : 0 บาท
สิ้นสุดโครงการ : 2021-09-30 00:00:00	งบประมาณที่ใช้ไป : 0 บาท

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ. : สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร / สำนักงานประชาสัมพันธ์ / สำนักงานประชาสัมพันธ์

ชื่อผู้รับผิดชอบ... : นางสาวดุขี้ อุยะเจริญ โทร. 1379 ผู้ประสานงาน สยป : นางพรณิภา วิเศษสุวรรณ โทร. 1528

1.3 หลักการและเหตุผล

การนำข้อมูลตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานคร มาสรุปและนำเสนอเป็นสื่อสารสนเทศในรูปแบบของข้อความภาพผสมกราฟิก หรือแอนิเมชันเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานครเพื่อสร้างความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร

1.5 เป้าหมายของโครงการ..

ร้อยละ 90 ของจำนวนอินโฟกราฟิกที่นำเสนอ (50 เรื่อง) ต้องมีผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย

1.6 สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)

ประเด็นยุทธศาสตร์ : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

ประเด็นยุทธศาฯ ย่อย : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

เป้าหมายที่ : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

ตัวชี้วัด... : มิติที่1 ร้อยละความสำเร็จของการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. รายงานความก้าวหน้าของโครงการและการใช้จ่ายงบประมาณ

รายงานครั้งที่1 :: 28/10/2563 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...

1. จัดทำแผนการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนตุลาคม 2563 ดังนี้
 - 2.1 อยาลิ้มสวมหน้ากาก พกแอลกอฮอล์ ล้างมือบ่อยๆ ลดเสี่ยงภัย โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 4,135 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2957190791047189>)
 - 2.2 ลอยกระทงให้ปลอดภัย งดจุดหรือปล่อยบั้งไฟ พลุ ตะไล โคมไฟ และโคมควัน นะคะ ยอดการเข้าถึง 8,237 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2967666483332953>)
 - 2.3 กทม. เปิด 30 สวน ต้อนรับลอยกระทง ตามวิถี New Normal ยอดการเข้าถึง 6,110 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970206903078911>)
 - 2.4 กทม. ชวนใช้ 5 กระถง สไตลร์ักษ์โลก ยอดการเข้าถึง 7,284 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970465133053088>)
 - 2.5 กทม. นัดทิ้ง นัดเก็บ ขยะชิ้นใหญ่ ยอดการเข้าถึง 7,188 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2910454255720843>)
 - 2.6 รักลูก ห่วงหลาน อยาลิ้ม สวมหน้ากากให้เด็ก ๆ และตัวท่านเอง ยอดการเข้าถึง 3,439 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2909313185834950>)
 - 2.7 เตรียมตัวรับมือพายุโซนร้อนลูกสุดท้าย ยอดการเข้าถึง 4,142 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2952637158169219>)
 - 2.8 กทม. ชวนเที่ยวงาน สวีตตี้ข้าวสาร ยอดการเข้าถึง 2,044 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2973605316072403>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 5.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 1) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่2 :: 30/11/2563 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤศจิกายน 2563 ไปแล้ว ดังนี้

1. กทม. ชวนชมดนตรีและการแสดง ถนนคนเดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 4,046 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3008822429217358>)
2. เตรียมพร้อมรับมือปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 6,889 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3006552136111054>)

3. เชิญชวนแต่งคอสเพลย์เดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 3,289 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2988386647927603>)
4. เชิญร่วมกิจกรรมพายเรือเที่ยวกรุง @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 19,971 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3047951105304490>)
5. ขอเชิญร่วมประชุมสมัชชาสุขภาพกรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2563 ยอดการเข้าถึง 5,238 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3022795014486766>)
6. ฝนจะหมด ฝุ่นกำลังจะมา เตรียมรับมือ PM 2.5 ยอดการเข้าถึง 6,983 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2985321491567452>)
7. โรคติดต่อในช่วงฤดูหนาว ยอดการเข้าถึง 7,206 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2982990171800584>)
8. ลอยกระทงปีนี้ กทม. ขยะล้นลง (สถิติการจัดเก็บขยะกระทง) ยอดการเข้าถึง 3,961 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2977991605633774>)

รายงานครั้งที่3 :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 10.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 2) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
:: 31/12/2563 : ดำเนินการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเดือนธันวาคม 2563 ไปแล้ว
ดังนี้

1. ปฏิบัติการลดฝุ่นละอองในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 3,560 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3090891897677077>)
2. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?คนไทย ร่วมแรง สร้างพลังไทย สร้างพลังชาติ? ยอดการเข้าถึง 3,103 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087636451335955>)
3. มาตราการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 9,961 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3105411146225152>)
4. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธีป้องกันโควิด-19 ยอดการเข้าถึง 7,755 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3113833745382892>)
5. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ประเทศไทยจะพัฒนา ถ้าปวงประชาสามัคคี? ยอดการเข้าถึง 3,370 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087638314669102>)
6. เท่ขยับใหม่ วิถีใหม่ ปลอดภัยห่างไกลโควิด ยอดการเข้าถึง 4,137 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092884617477805>)
7. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ความรัก ความสามัคคี คือพลังสร้างไทย? ยอดการเข้าถึง 2,900 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087443504688583>)
8. เฉลิมฉลองปีใหม่ สนุกกันแล้วอย่าลืมดูแลตัวเองให้ปลอดภัยจากโควิด-19 ด้วยนะจ๊ะ ยอดการเข้าถึง 3,001 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092876907478576>)
9. กทม.เชื่อมโยงความสุขคนกรุง ทุกการเดินทาง เปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีเขียวและสายสีทองฟรี ยอดการเข้าถึง 3,211 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092948714138062>)

รายงานครั้งที่4 :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 3) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
:: 1/31/2021 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...สรุปผลการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์
ประจำเดือนมกราคม 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. สวัสดิ์ปีใหม่ค่ะ ถึงจะขึ้นปีใหม่แล้วเวก็อย่าลืม ยอดผู้เข้าชม 15,022 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3129307247168875>)
2. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธี ลดเสี่ยง COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 12,344 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3131548290278104>)
3. update จุดคัดกรองผู้ที่จะเดินทางเข้ามาในพื้นที่กรุงเทพฯ 8 จุด ยอดผู้เข้าชม 26,401 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3136995409733392>)
4. สถานที่ปิดชั่วคราวตามประกาศ กทม. ยอดผู้เข้าชม 41,301 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3134220636677536>)
5. รณรงค์ใช้แอปพลิเคชันหมอชนะ ยอดผู้เข้าชม 23,326 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3150820761684190>)
6. ขอความร่วมมือนายจ้างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร บริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในความดูแลของท่าน ยอดผู้เข้าชม 31,555 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3151382114961388>)
7. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง คืออะไร ใครจัดเก็บ ใครต้องจ่าย ยอดผู้เข้าชม 36,453 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3154012111365055>)
8. กทม. ออกมาตรการ "เพิ่ม งด ลด ผ่อน" เยียวยาและช่วยเหลือผู้ค้า/ผู้เช่าในตลาด กทม. 10 แห่ง ยอดผู้เข้าชม 11,076 คน



**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3173988562700743>)

9. กทม. ดูแลสุขภาพประชาชนในช่วงวิกฤติ PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 17,601 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3204410246325241>)

10. อาชีพเสี่ยงโรคจากฝุ่น PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 10,296 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3200291366737129>)

11. เชื้อคอตีบที่โหดแรงแพ (พวย) ยอดผู้เข้าชม 13,440 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189341774498755>)

12. วิถีปฏิบัติตัวและทำความสะอาดที่พักที่มีการกักตัวเพื่อควบคุมโรค COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 11,403 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189400377826228>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 4) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่5

:: 2/27/2021 :

อยู่ระหว่างขั้นตอน...ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. 10 มาตรการป้องกันฝุ่น PM 2.5 ในสถานศึกษาของ กทม. ยอดการเข้าถึง 10,091 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213124475453818>)

2. ผู้สูงอายุดูแลตัวเอง ห่างไกล โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 6,042 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3246617265437872>)

3. การใส่หน้ากากอนามัยไม่ถูกต้อง = ไม่ได้ใส่ ยอดการเข้าถึง 18,206 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3215506045215661>)

4. 5 มาตรการ ดูแลประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ เทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,070 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213330365433229>)

5. กทม. จัดจัดงานตรุษจีนเยาวราช 64 ยอดการเข้าถึง 10,170 น.

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3218475171585415>)

6. วิธีป้องกันโควิดในโรงงาน ยอดการเข้าถึง 14,311 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3220509161382016>)

7. กทม. ห่วงใยประชาชน ขวนเตรียมพร้อมป้องกันอัคคีภัยช่วงเทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,174 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213333808766218>)

8. ตรุษจีนเดินเลือกซื้อของขวัญอย่างปลอดภัยตามมาตรการ DMHTT ยอดการเข้าถึง 9,340 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213332302099702>)

9. กทม. จัดบริการจดทะเบียนสมรสวันวาเลนไทน์ ยอดการเข้าถึง 16,010 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3225242544242011>)

10. กทม. เลื่อนเก็บค่ารถไฟฟ้าสายสีเขียว อัตราใหม่ 104 บาท ออกไปก่อนจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง ยอดการเข้าถึง 6,014 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3229773117122287>)

11. ชวนติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ ยอดการเข้าถึง 4,880 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3278080778958187>)

12. ไม่ว่าจะเดือนไหน ๆ ก็ต้องใส่หน้ากากป้องกันโควิด ยอดการเข้าถึง 8,881 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3249077668525165>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 20.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 5) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่6

:: 31/03/2564 : มีงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมีนาคม 2563 ไปแล้ว จำนวน 12 ครั้ง ดังนี้

1. กิจกรรมพายเรือคายัค คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 7,188 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3287843251315273>)

2. การเตรียมตัวฉีดวัคซีน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 11,236 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3293080220791576>)

3. กลุ่มผู้มีโรคประจำตัว 7 โรค เตรียมตัวรับวัคซีนป้องกัน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 9,446 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3299572873475644>)

4. เหมเพลด หน่วยบริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ยอดการเข้าถึง 7,713 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3304648912968040>)

5. ขอให้ประชาชนที่เดินทางไป 6 ตลาด ในเขตบางแค ทำการคัดกรอง COVID-19 เบื้องต้น ยอดการเข้าถึง 1,734,258 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3310001202432811>)

6. ผลการตรวจเชิงรุก COVID-19 ในพื้นที่ตลาดบางแค ยอดการเข้าถึง 385,401 ราย



รายงานครั้งที่7	<p>(https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3311530452279886)</p> <p>7. ขยายเวลาจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ประจำปีภาษี 2564 ยอดการเข้าถึง 14,638 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3317208911712040)</p> <p>8. ไขปัญหาวัคซีน COVID-19 ใครจะได้รับการฉีดวัคซีน COVID-19 ในระยะแรก ยอดการเข้าถึง 10,789 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3313819202051011)</p> <p>9. คลองโอ่งอ่างได้รับรางวัล 2020 ASIAN TOWNSCAPE AWARD ยอดการเข้าถึง 5,460 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3326282927471305)</p> <p>10. สงกรานต์วิถีใหม่ 2564 อนุรักษ์ประเพณีไทย ปลอดภัยโควิด ยอดการเข้าถึง 9,146 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328047493961515)</p> <p>11. กทม. เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 21-22 มี.ค. 64 นี้ ยอดการเข้าถึง 24,597 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328479383918326)</p> <p>12. มาตรการ ? นั่น งัด เลี้ยง? สงกรานต์ 64 ปลอดภัย ไร้โควิด ยอดการเข้าถึง 7,195 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3341001649332766)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 40.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 6) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>:: 29/04/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนเมษายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. มาตรการป้องกันอัคคีภัยสงกรานต์ 64 ยอดการเข้าถึง 6,712 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365532536879677)</p> <p>2. กทม.เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 3-6 เม.ย.นี้ ยอดการเข้าถึง 12,552 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365529693546628)</p> <p>3. วันหยุดสงกรานต์ เชิญมาเช็คอิน @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 14,461 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368880926544838)</p> <p>4. โรงเรียนฝึกอาชีพแห่งใหม่ทันสมัยที่เขตประเวศ ยอดการเข้าถึง 39,256 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368877963211801)</p> <p>5. กทม. งดบริการงานทะเบียนวันเสาร์ ยอดการเข้าถึง 21,486 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3408330319266565)</p> <p>6. กทม. งดบริการงานทะเบียนแรงงานต่างด้าว (ยกเว้นแจ้งเกิด-แจ้งตาย) ยอดการเข้าถึง 35,392 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3424857204280543)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 50.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 7) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
รายงานครั้งที่8	<p>:: 30/05/2021 มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤษภาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 5 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. กรุงเทพมหานครขอเชิญชวนประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงทางเท้า เพื่อนำไปจัดทำคู่มือหลักเกณฑ์และมาตรฐานทางเท้าของกรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 32,066 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3497925060307090)</p> <p>2. สารผู้ว่าในวันอีบุ๊คฟิตริ ยอดการเข้าถึง 28,446 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/photos/pcb.3477805615652368/3477805385652391/)</p> <p>3. แจงข้อมูลผู้ป่วยโควิด-19 ในกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้เข้ารับการรักษาผ่าน Line bkkcovid19connect ยอดการเข้าถึง 34,964 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3459303870835876)</p> <p>4. ชี้แจงข้อเท็จจริง เรื่องพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในพื้นที่เขตดินแดง ยอดการเข้าถึง 64,630 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3460039567428973)</p> <p>5. ขอเชิญร่วมบริจาค "กล่องและถังกระดาษ" ที่ใช้แล้ว นำไปรีไซเคิลผลิตเป็น "เตียงสนามกระดาษ" มอบให้กับโรงพยาบาลสนาม เพื่อสู้โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 26,671 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3462081373891459)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 60.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 8) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
รายงานครั้งที่9	<p>:: 30/06/2564 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมิถุนายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. กทม. ห่วงใย เตือนภัยโรคและภัยหน้าฝน ยอดการเข้าถึง 23,156 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3601312253301703)</p> <p>2. ปรับจริงไม่สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ยอดการเข้าถึง 52,882 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556586794440916)</p>



**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

	<p>3. ผู้ว่าฯ เชิญชวนประชาชนไปฉีดวัคซีน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ ยอดการเข้าถึง 41,419 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556600184439577)</p> <p>4. ข้าราชการเป็นตลาดละลายสายทรัพย์ ยอดการเข้าถึง 51,960 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3559385007494428)</p>			
รายงานครั้งที่10	<p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 70.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 9) = 0 บาท</p> <p>:: 30/07/2564 :</p>	: เป็นไปตามแผน		: เป็นไปตามเป้าหมาย
รายงานครั้งที่11	<p>อยู่ระหว่างขั้นตอนการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนกรกฎาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. 25 จุดไทยร่วมใจ พร้อมฉีดวัคซีนให้ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ยอดการเข้าถึง 48,726 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3657979497634978)</p> <p>2. ยกระดับมาตรการควบคุมสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ สถานที่ที่เปิดได้ตามความจำเป็น และสรุปสถานที่/กิจการที่ถูกปิด ยอดการเข้าถึง 88,080 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3671212992978295)</p>	: เป็นไปตามแผน		: เป็นไปตามเป้าหมาย
รายงานครั้งที่12	<p>:: 30/08/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนสิงหาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้</p> <p>1. มาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 165,358 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3783260621773531)</p> <p>2. 31 ส.ค. นี้ กทม. ชวนคนกรุงเทพฯ ร่วม Big Cleaning Day ยอดการเข้าถึง 32,065 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3785990141500579)</p> <p>3. เดือน 30 ส.ค. - 5 ก.ย. นี้ พายุฝนฟ้าคะนอง 60 - 80% ของพื้นที่กับมีฝนตกหนักบางแห่ง ยอดการเข้าถึง 16,538 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3788345591265034)</p>	: เป็นไปตามแผน		: เป็นไปตามเป้าหมาย
รายงานครั้งที่13	<p>:: 22/09/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกันยายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. ประกาศ กทม. เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 42) ยอดการเข้าถึง 58,902 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3800742256692034)</p> <p>2. เปิดบริการงานทะเบียนผ่านจอร์จคิวออนไลน์ BMA Q ยอดการเข้าถึง 39,360 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3798430386923221)</p> <p>3. กทม.ชวนเช็กอินเทศกาลชมดอกไม้กรุงเทพฯ ณ สวนลุมพินี ยอดการเข้าถึง 22,844 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3801831576583102)</p>	: เป็นไปตามแผน		: เป็นไปตามเป้าหมาย
รายงานครั้งที่13	<p>:: 30/09/2564 : ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 100.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 13) = 0 บาท</p>	: เป็นไปตามแผน		: เป็นไปตามเป้าหมาย

1. ชื่อโครงการและหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

1.1 รหัสโครงการและชื่อโครงการ

ชื่อโครงการ/กิจกรรม : กิจกรรมการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์	
รหัสโครงการ... : 04110000-3768	ปีงบประมาณ พ.ศ. : 2564
เริ่มต้นโครงการ : 2020-10-01 00:00:00	งบประมาณที่ได้รับ : 0 บาท
สิ้นสุดโครงการ : 2021-09-30 00:00:00	งบประมาณที่ใช้ไป : 0 บาท

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ. : สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร / สำนักงานประชาสัมพันธ์ / สำนักงานประชาสัมพันธ์	
ชื่อผู้รับผิดชอบ... : นางสาวศุภฎี อุยะเจริญ โทร. 1379	ผู้ประสานงาน สยป : นางพรณีภา วิเศษสุวรรณ โทร. 1528

1.3 หลักการและเหตุผล

การนำข้อมูลตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานคร มาสรุปและนำเสนอเป็นสื่อสารสนเทศในรูปแบบของข้อความภาพผสมกราฟิก หรือแอนิเมชันเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานครเพื่อสร้างความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

1.5 เป้าหมายของโครงการ..

ร้อยละ 90 ของจำนวนอินโฟกราฟิกที่นำเสนอ (50 เรื่อง) ต้องมีผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย

1.6 สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)

ประเด็นยุทธศาสตร์ : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

ประเด็นยุทธศา ย่อย : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

เป้าหมายที่ : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

ตัวชี้วัด... : มิติที่1 ร้อยละความสำเร็จของการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. รายงานความก้าวหน้าของโครงการและการใช้จ่ายงบประมาณ

รายงานครั้งที่1 :: 28/10/2563 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...

1. จัดทำแผนการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนตุลาคม 2563 ดังนี้

2.1 อายลิ้มสวมหน้ากาก พกแอลกอฮอล์ ล้างมือบ่อยๆ ลดเสี่ยงภัย โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 4,135 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2957190791047189>)

2.2 ลอยกระทงให้ปลอดภัย จุดจุดหรือปล่อยบั้งไฟ พลุ ตะไล โคมไฟ และโคมควัน นะคะ ยอดการเข้าถึง 8,237 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2967666483332953>)

2.3 กทม. เปิด 30 สวน ต้อนรับลอยกระทง ตามวิถี New Normal ยอดการเข้าถึง 6,110 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970206903078911>)

2.4 กทม. ชวนใช้ 5 กระทง สไตร์รักษ์โลก ยอดการเข้าถึง 7,284 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970465133053088>)

2.5 กทม. นัดทิ้ง นัดเก็บ ขยะชิ้นใหญ่ ยอดการเข้าถึง 7,188 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2910454255720843>)

2.6 รักลูก ห่วงหลาน อายลิ้ม สวมหน้ากากให้เด็ก ๆ และตัวท่านเอง ยอดการเข้าถึง 3,439 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2909313185834950>)

2.7 เตรียมตัวรับมือพายุโซนร้อนลูกสุดท้าย ยอดการเข้าถึง 4,142 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2952637158169219>)

2.8 กทม. ชวนเที่ยวงาน สวัสดิ์ข้าวสาร ยอดการเข้าถึง 2,044 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2973605316072403>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 5.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 1) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่2 :: 30/11/2563 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤศจิกายน 2563 ไปแล้ว ดังนี้

1. กทม. ชวนชมดนตรีและการแสดง ถนนคนเดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 4,046 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3008822429217358>)

2. เตรียมพร้อมรับมือปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 6,889 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3006552136111054>)

3. เชิญชวนแต่งคอสเพลย์เดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 3,289 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2988386647927603>)

4. เชิญร่วมกิจกรรมพายเรือเที่ยวกรุง @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 19,971 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3047951105304490>)

5. ขอเชิญร่วมประชุมสมัชชาสุขภาพกรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2563 ยอดการเข้าถึง 5,238 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3022795014486766>)

6. ฝนจะหมด ฝุ่นกำลังจะมา เตรียมรับมือ PM 2.5 ยอดการเข้าถึง 6,983 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2985321491567452>)

7. โรคติดต่อในช่วงฤดูหนาว ยอดการเข้าถึง 7,206 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2982990171800584>)

8. ลอยกระทงปีนี้ กทม. ขยะลดลง (สถิติการจัดเก็บขยะกระทง) ยอดการเข้าถึง 3,961 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2977991605633774>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 10.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 2) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่3 :: 31/12/2563 : ดำเนินการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเดือนธันวาคม 2563 ไปแล้ว ดังนี้

1. ปฏิบัติการลดฝุ่นละอองในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 3,560 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3090891897677077>)





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

2. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?คนไทย ร่วมแรง สร้างพลังไทย สร้างพลังชาติ? ยอดการเข้าถึง 3,103 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087636451335955>)
3. มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 9,961 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3105411146225152>)
4. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธีป้องกันโควิด-19 ยอดการเข้าถึง 7,755 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3113833745382892>)
5. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ประเทศไทยจะพัฒนา ถ้าปวงประชาสามัคคี? ยอดการเข้าถึง 3,370 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087638314669102>)
6. เทียบวิใหม่ วิถีใหม่ ปลอดภัยห่างไกลโควิด ยอดการเข้าถึง 4,137 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092884617477805>)
7. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ความรัก ความสามัคคี คือพลังสร้างไทย? ยอดการเข้าถึง 2,900 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087443504688583>)
8. เฉลิมฉลองปีใหม่ สนุกกันแล้วอย่าลืมดูแลตัวเองให้ปลอดภัยจากโควิด-19 ด้วยนะจ๊ะ ยอดการเข้าถึง 3,001 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092876907478576>)
9. กทม.เชื่อมโยงความสุขคนกรุง ทุกการเดินทาง เปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีเขียวและสายสีทองฟรี ยอดการเข้าถึง 3,211 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092948714138062>)

รายงานครั้งที่4

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 3) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

:: 1/31/2021 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...สรุปผลการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประจำเดือนมกราคม 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. สวัสดิ์ปีใหม่ค๊ะ ถึงจะขึ้นปีใหม่แล้วเวก็อย่าลืม ยอดผู้เข้าชม 15,022 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3129307247168875>)
2. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธี ลดเสี่ยง COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 12,344 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3131548290278104>)
3. update จุดคัดกรองผู้ที่จะเดินทางเข้ามาในพื้นที่กรุงเทพฯ 8 จุด ยอดผู้เข้าชม 26,401 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3136995409733392>)
4. สถานที่ปิดชั่วคราวตามประกาศ กทม. ยอดผู้เข้าชม 41,301 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3134220636677536>)
5. รณรงค์ใช้แอปพลิเคชันหมอชนะ ยอดผู้เข้าชม 23,326 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3150820761684190>)
6. ขอความร่วมมือนายจ้างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร บริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในความดูแลของท่าน ยอดผู้เข้าชม 31,555 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3151382114961388>)
7. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง คืออะไร ใครจัดเก็บ ใครต้องจ่าย ยอดผู้เข้าชม 36,453 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3154012111365055>)
8. กทม. ออกมาตรการ "เพิ่ม งด ลด มั่น" เยียวยาและช่วยเหลือผู้ค้า/ผู้เช่าในตลาด กทม. 10 แห่ง ยอดผู้เข้าชม 11,076 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3173988562700743>)
9. กทม. ดูแลสุขภาพประชาชนในช่วงวิกฤติ PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 17,601 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3204410246325241>)
10. อาชีพเสี่ยงโรคจากฝุ่น PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 10,296 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3200291366737129>)
11. เช็คอินที่ไหนดูแพง (พวย) ยอดผู้เข้าชม 13,440 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189341774498755>)
12. วิธีปฏิบัติตัวและทำความสะอาดที่พักที่มีการกักตัวเพื่อควบคุมโรค COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 11,403 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189400377826228>)

รายงานครั้งที่5

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 4) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

:: 2/27/2021 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. 10 มาตรการป้องกันฝุ่น PM 2.5 ในสถานศึกษาของ กทม. ยอดการเข้าถึง 10,091 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213124475453818>)
2. ผู้สูงอายุดูแลตัวเอง ห่างไกล โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 6,042 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3246617265437872>)





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

3. การใส่หน้ากากอนามัยไม่ถูกต้อง = ไม่ได้ใส่ ยอดการเข้าถึง 18,206 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3215506045215661>)
4. 5 มาตรการ ดูแลประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ เทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,070 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213330365433229>)
5. กทม. จัดจัดงานตรุษจีนเยาวราช 64 ยอดการเข้าถึง 10,170 น.
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3218475171585415>)
6. วิธีป้องกันโควิดในโรงงาน ยอดการเข้าถึง 14,311 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3220509161382016>)
7. กทม. ห่วงใยประชาชน ชวนเตรียมพร้อมป้องกันอัคคีภัยช่วงเทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,174 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213333808766218>)
8. ตรุษจีนเดินเลือกซื้อของไหว้อย่างปลอดภัยตามมาตรการ DMHTT ยอดการเข้าถึง 9,340 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213332302099702>)
9. กทม. งดบริการจดทะเบียนสมรสวันวาเลนไทน์ ยอดการเข้าถึง 16,010 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3225242544242011>)
10. กทม. เลื่อนเก็บค่ารถไฟฟ้าสายสีเขียว อัตราใหม่ 104 บาท ออกไปก่อนจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง ยอดการเข้าถึง 6,014 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3229773117122287>)
11. ชวนติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ ยอดการเข้าถึง 4,880 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3278080778958187>)
12. ไม่ว่าจะเดือนไหน ๆ ก็ต้องใส่หน้ากากป้องกันโควิด ยอดการเข้าถึง 8,881 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3249077668525165>)

รายงานครั้งที่6 :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 20.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 5) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
 :: 31/03/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมีนาคม 2563 ไปแล้ว
 จำนวน 12 ครั้ง ดังนี้

1. กิจกรรมพายเรือคายัค คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 7,188 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3287843251315273>)
2. การเตรียมตัวฉีดวัคซีน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 11,236 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3293080220791576>)
3. กลุ่มผู้มีโรคประจำตัว 7 โรค เตรียมตัวรับวัคซีนป้องกัน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 9,446 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3299572873475644>)
4. เหมเพลด หน่วยบริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ยอดการเข้าถึง 7,713 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3304648912968040>)
5. ขอให้ประชาชนที่เดินทางไป 6 ตลาด ในเขตบางแค ทำการคัดกรอง COVID-19 เบื้องต้น ยอดการเข้าถึง 1,734,258 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3310001202432811>)
6. ผลการตรวจเชิงรุก COVID-19 ในพื้นที่ตลาดบางแค ยอดการเข้าถึง 385,401 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3311530452279886>)
7. ขยายเวลาจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ประจำปีภาษี 2564 ยอดการเข้าถึง 14,638 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3317208911712040>)
8. ไขปัญหาวัคซีน COVID-19 ใครจะได้รับการฉีดวัคซีน COVID-19 ในระยะแรก ยอดการเข้าถึง 10,789 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3313819202051011>)
9. คลองโอ่งอ่างได้รับรางวัล 2020 ASIAN TOWNSCAPE AWARD ยอดการเข้าถึง 5,460 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3326282927471305>)
10. สงกรานต์วิถีใหม่ 2564 อนุรักษ์ประเพณีไทย ปลอดภัยโควิด ยอดการเข้าถึง 9,146 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328047493961515>)
11. กทม. เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 21-22 มี.ค. 64 นี้ ยอดการเข้าถึง 24,597 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328479383918326>)
12. มาตรการ ? นั้น งด เลี้ยง? สงกรานต์ 64 ปลอดภัย ไร้โควิด ยอดการเข้าถึง 7,195 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3341001649332766>)

รายงานครั้งที่7 :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 40.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 6) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
 :: 29/04/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนเมษายน 2564 ไปแล้ว
 จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้

1. มาตรการป้องกันอัคคีภัยสงกรานต์ 64 ยอดการเข้าถึง 6,712 คน



รายงานครั้งที่8	<p>(https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365532536879677) 2. กทม.เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 3-6 เม.ย.นี้ ยอดการเข้าถึง 12,552 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365529693546628) 3. วันหยุดสงกรานต์ เชิญมาเช็คอิน @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 14,461 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368880926544838) 4. โรงเรียนฝึกอาชีพแห่งใหม่ทันสมัยที่เขตประเวศ ยอดการเข้าถึง 39,256 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368877963211801) 5. กทม. งดบริการงานทะเบียนวันเสาร์ ยอดการเข้าถึง 21,486 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3408330319266565) 6. กทม. งดบริการงานทะเบียนแรงงานต่างด้าว (ยกเว้นแจ้งเกิด-แจ้งตาย) ยอดการเข้าถึง 35,392 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3424857204280543) :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 50.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 7) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย :: 30/05/2021 มีการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤษภาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 5 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1. กรุงเทพมหานครขอเชิญชวนประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงทางเท้า เพื่อนำไปจัดทำคู่มือหลักเกณฑ์และมาตรฐานทางเท้าของกรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 32,066 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3497925060307090)2. สารผู้ว่าในวันอีบุ๊คฟิตริ ยอดการเข้าถึง 28,446 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/photos/pcb.3477805615652368/3477805385652391/)3. แจ้งข้อมูลผู้ป่วยโควิด-19 ในกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้เข้ารับการรักษาผ่าน Line bkkcovid19connect ยอดการเข้าถึง 34,964 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3459303870835876)4. ชี้แจงข้อเท็จจริง เรื่องพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในพื้นที่เขตดินแดง ยอดการเข้าถึง 64,630 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3460039567428973)5. ขอเชิญร่วมบริจาค "กล่องและถังกระดาษ" ที่ใช้แล้ว นำไปรีไซเคิลผลิตเป็น "เตียงสนามกระดาษ" มอบให้กับโรงพยาบาลสนาม เพื่อสู้โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 26,671 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3462081373891459)
รายงานครั้งที่9	<p>:: 30/06/2564 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...มีการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมิถุนายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1. กทม. ห่วงใย เตือนภัยโรคและภัยหน้าฝน ยอดการเข้าถึง 23,156 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3601312253301703)2. ปรับจริงไม่สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ยอดการเข้าถึง 52,882 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556586794440916)3. ผู้ว่าฯ เชิญชวนประชาชนไปฉีดวัคซีน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ ยอดการเข้าถึง 41,419 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556600184439577)4. ชาวบิตเบียนตลาดละลายทรัพย์ ยอดการเข้าถึง 51,960 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3559385007494428)
รายงานครั้งที่10	<p>:: 30/07/2564 : อยู่ระหว่างขั้นตอนการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกรกฎาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1. 25 จุดไทยร่วมใจ พร้อมฉีดวัคซีนให้ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ยอดการเข้าถึง 48,726 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3657979497634978)2. ยกระดับมาตรการควบคุมสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ สถานที่ที่เปิดได้ตามความจำเป็น และสรุปสถานที่/กิจการที่ถูกปิด ยอดการเข้าถึง 88,080 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3671212992978295)
รายงานครั้งที่11	<p>:: 30/08/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนสิงหาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1. มาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 165,358 ราย



**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3783260621773531>)

2. 31 ส.ค. นี้ กทม. ชวนคนกรุงเทพฯ ร่วม Big Cleaning Day ยอดการเข้าถึง 32,065 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3785990141500579>)

3. เดือน 30 ส.ค. - 5 ก.ย. นี้ พายุฝนฟ้าคะนอง 60 - 80% ของพื้นที่กับมีฝนตกหนักบางแห่ง ยอดการเข้าถึง 16,538 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3788345591265034>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 90.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 11) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่12 :: 22/09/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกันยายน 2564 ไปแล้วจำนวน 3 ครั้ง ดังนี้

1. ประกาศ กทม. เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 42) ยอดการเข้าถึง 58,902 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3800742256692034>)

2. เปิดบริการงานทะเบียนผ่านจอร์จคิวออนไลน์ BMA Q ยอดการเข้าถึง 39,360 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3798430386923221>)

3. กทม.ชวนเช็คอินเทศกาลชมดอกไม้กรุงเทพฯ ณ สวนลุมพินี ยอดการเข้าถึง 22,844 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3801831576583102>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 95.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 12) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่13 :: 30/09/2564 : ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 100.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 13) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

1. ชื่อโครงการและหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

1.1 รหัสโครงการและชื่อโครงการ

ชื่อโครงการ/กิจกรรม : กิจกรรมการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

รหัสโครงการ... : 04110000-3768

ปีงบประมาณ พ.ศ. : 2564

เริ่มต้นโครงการ : 2020-10-01 00:00:00

งบประมาณที่ได้รับ : 0 บาท

สิ้นสุดโครงการ : 2021-09-30 00:00:00

งบประมาณที่ใช้ไป : 0 บาท

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ. : สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร / สำนักงานประชาสัมพันธ์ / สำนักงานประชาสัมพันธ์

ชื่อผู้รับผิดชอบ... : นางสาวศุภฎี อุยะเจริญ โทร. 1379

ผู้ประสานงาน สยป : นางพรณิภา วิเศษสุวรรณ โทร. 1528

1.3 หลักการและเหตุผล

การนำข้อมูลตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร

และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานคร

มาสรุปและนำเสนอเป็นสื่อสารสนเทศในรูปแบบของข้อความภาพผสมกราฟิก หรืออินิเมชันเพื่อสร้างความรู้

ความเข้าใจกับประชาชนที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร

และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานครเพื่อสร้างความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร

1.5 เป้าหมายของโครงการ..

ร้อยละ 90 ของจำนวนอินโฟกราฟิกที่นำเสนอ (50 เรื่อง) ต้องมีผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย

1.6 สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)

ประเด็นยุทธศาสตร์ : **** การดำเนินงานประจำของหน่วยงาน ****

ประเด็นยุทธศาฯ ย่อย : **** การดำเนินงานประจำของหน่วยงาน ****

เป้าหมายที่ : **** การดำเนินงานประจำของหน่วยงาน ****

ตัวชี้วัด... : มิติที่1 ร้อยละความสำเร็จของการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. รายงานความก้าวหน้าของโครงการและการใช้จ่ายงบประมาณ

รายงานครั้งที่1 :: 28/10/2563 : อยู่ระหว่างขึ้นตอน...

1. จัดทำแผนการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนตุลาคม 2563 ดังนี้

2.1 ย่อลิ้มสวมหน้ากาก พกแอลกอฮอล์ ล้างมือบ่อยๆ ลดเสี่ยงภัย โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 4,135 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2957190791047189>)

2.2 ลอยกระทงให้ปลอดภัย งดจุดหรือปล่อยบั้งไฟ พลุ ตะไล โคมไฟ และโคมควัน นะคะ ยอดการเข้าถึง 8,237 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2967666483332953>)

2.3 กทม. เปิด 30 สวน ต้อนรับลอยกระทง ตามวิถี New Normal ยอดการเข้าถึง 6,110 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970206903078911>)

	<p>2.4 กทม. ชวนใช้ 5 तरह สไตลร์ักษ์โลก ยอดการเข้าถึง 7,284 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970465133053088)</p> <p>2.5 กทม. นั้ดทั้ง นั้ดเก็บ ขยะชั้นใหญ่ ยอดการเข้าถึง 7,188 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2910454255720843)</p> <p>2.6 รักลูก ท่วงทลาน อ่าลั้ม สวมหน้ากากให้เด็ก ๆ และตัวท่านเอง ยอดการเข้าถึง 3,439 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2909313185834950)</p> <p>2.7 เตรียมตัวรับมือพายุโซนร้อนลูกสุดท้าย ยอดการเข้าถึง 4,142 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2952637158169219)</p> <p>2.8 กทม. ชวนเที่ยวงาน ส่วสตีซ่าวาร ยอดการเข้าถึง 2,044 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2973605316072403)</p>
รายงานครั้งที่2	<p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 5.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 1) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>:: 30/11/2563 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤศจิกายน 2563 ไปแล้ว ดังนี้</p>
	<ol style="list-style-type: none">1. กทม. ชวนชมดนตรีและการแสดง ถนนคนเดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 4,046 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3008822429217358)2. เตรียมพร้อมรับมือปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 6,889 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3006552136111054)3. เชิญชวนแต่งคอสเพลย์เดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 3,289 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2988386647927603)4. เชิญร่วมกิจกรรมพายเรือเที่ยวกรุง @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 19,971 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3047951105304490)5. ขอเชิญร่วมประชุมสมัชชาสุขภาพกรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2563 ยอดการเข้าถึง 5,238 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3022795014486766)6. ฝนจะหมด ฝุ่นกำลังจะมา เตรียมรับมือ PM 2.5 ยอดการเข้าถึง 6,983 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2985321491567452)7. โรคติดต่อในช่วงฤดูหนาว ยอดการเข้าถึง 7,206 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2982990171800584)8. ลอยกระทงปีนี้ กทม. ขยะลดลง (สถิติการจัดเก็บขยะกระทง) ยอดการเข้าถึง 3,961 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2977991605633774)
รายงานครั้งที่3	<p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 10.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 2) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>:: 31/12/2563 : ดำเนินการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเดือนธันวาคม 2563 ไปแล้ว ดังนี้</p>
	<ol style="list-style-type: none">1. ปฏิบัติการลดฝุ่นละอองในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 3,560 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3090891897677077)2. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?คนไทย ร่วมแรง สร้างพลังไทย สร้างพลังชาติ? ยอดการเข้าถึง 3,103 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087636451335955)3. มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 9,961 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3105411146225152)4. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธีป้องกันโควิด-19 ยอดการเข้าถึง 7,755 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3113833745382892)5. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ประเทศไทยจะพัฒนา ถ้าปวงประชาสามัคคี? ยอดการเข้าถึง 3,370 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087638314669102)6. เทียบปีใหม่ วิธีใหม่ ปลอดภัยห่างไกลโควิด ยอดการเข้าถึง 4,137 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092884617477805)7. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ความรัก ความสามัคคี คือพลังสร้างไทย? ยอดการเข้าถึง 2,900 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087443504688583)8. เฉลิมฉลองปีใหม่ สนุกกันแล้วอย่าลืมดูแลตัวเองให้ปลอดภัยจากโควิด-19 ด้วยนะจ๊ะ ยอดการเข้าถึง 3,001 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092876907478576)9. กทม. เชื่อมโยงความสุขคนกรุง ทุกการเดินทาง เปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีเขียวและสายสีทองฟรี ยอดการเข้าถึง 3,211 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092948714138062) <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 3) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>



รายงานครั้งที่4





** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ **

:: 1/31/2021 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...สรุปผลการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประจำเดือนมกราคม 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. สวัสดิ์ปีใหม่ค่ะ ถึงจะขึ้นปีใหม่แล้วเวทีก้อย่าลืม ยอดผู้เข้าชม 15,022 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3129307247168875>)
2. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธี ลดเสี่ยง COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 12,344 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3131548290278104>)
3. update จุดคัดกรองผู้ที่จะเดินทางเข้ามาในพื้นที่กรุงเทพฯ 8 จุด ยอดผู้เข้าชม 26,401 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3136995409733392>)
4. สถานที่ปิดชั่วคราวตามประกาศ กทม. ยอดผู้เข้าชม 41,301 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3134220636677536>)
5. รณรงค์ใช้แอปพลิเคชันหมอชนะ ยอดผู้เข้าชม 23,326 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3150820761684190>)
6. ขอความร่วมมือนายจ้างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร บริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในความดูแลของท่าน ยอดผู้เข้าชม 31,555 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3151382114961388>)
7. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง คืออะไร ใครจัดเก็บ ใครต้องจ่าย ยอดผู้เข้าชม 36,453 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3154012111365055>)
8. กทม. ออกมาตรการ "เพิ่ม งด ลด ผ่อน" เยียวยาและช่วยเหลือผู้ค้า/ผู้เช่าในตลาด กทม. 10 แห่ง ยอดผู้เข้าชม 11,076 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3173988562700743>)
9. กทม. ดูแลสุขภาพประชาชนในช่วงวิกฤติ PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 17,601 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3204410246325241>)
10. อาชีพเสี่ยงโรคจากฝุ่น PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 10,296 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3200291366737129>)
11. เช็ควินที่ไหนดูแพง (พวย) ยอดผู้เข้าชม 13,440 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189341774498755>)
12. วิธีปฏิบัติตัวและทำความสะอาดที่พักที่มีการกักตัวเพื่อควบคุมโรค COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 11,403 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189400377826228>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 4) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่ 5

:: 2/27/2021 :

อยู่ระหว่างขั้นตอน...ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. 10 มาตรการป้องกันฝุ่น PM 2.5 ในสถานศึกษาของ กทม. ยอดการเข้าถึง 10,091 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213124475453818>)
2. ผู้สูงอายุดูแลตัวเอง ห่างไกล โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 6,042 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3246617265437872>)
3. การใส่หน้ากากอนามัยไม่ถูกต้อง = ไม่ได้ใส่ ยอดการเข้าถึง 18,206 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3215506045215661>)
4. 5 มาตรการ ดูแลประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ เทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,070 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213330365433229>)
5. กทม. งดจัดงานตรุษจีนเยาวราช 64 ยอดการเข้าถึง 10,170 น.
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3218475171585415>)
6. วิธีป้องกันโควิดในโรงงาน ยอดการเข้าถึง 14,311 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3220509161382016>)
7. กทม. ห่วงใยประชาชน ขวนเตรียมพร้อมป้องกันอัคคีภัยช่วงเทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,174 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213333808766218>)
8. ตรุษจีนเดินเลือกซื้อของไหว้อย่างปลอดภัยตามมาตรการ DMHTT ยอดการเข้าถึง 9,340 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213332302099702>)
9. กทม. งดบริการจดทะเบียนสมรสวันวาเลนไทน์ ยอดการเข้าถึง 16,010 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3225242544242011>)
10. กทม. เลื่อนเก็บค่าไฟฟ้าสายสีเขียว อัตราใหม่ 104 บาท ออกไปก่อนจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง ยอดการเข้าถึง 6,014 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3229773117122287>)
11. ขวนติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ ยอดการเข้าถึง 4,880 คน





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

รายงานครั้งที่6	<p>(https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3278080778958187) 12. ไม่ว่าจะเจื่อนไหน ๆ ก็ต้องใส่หน้ากากป้องกันโควิด ยอดการเข้าถึง 8,881 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3249077668525165) :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 20.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 5) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย :: 31/03/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมีนาคม 2563 ไปแล้ว จำนวน 12 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมพายเรือคายัค คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 7,188 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3287843251315273) 2. การเตรียมตัวฉีดวัคซีน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 11,236 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3293080220791576) 3. กลุ่มผู้มีโรคประจำตัว 7 โรค เตรียมตัวรับวัคซีนป้องกัน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 9,446 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3299572873475644) 4. เหมพลต หน่วยบริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ยอดการเข้าถึง 7,713 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3304648912968040) 5. ขอให้ประชาชนที่เดินทางไป 6 ตลาด ในเขตบางแค ทำการคัดกรอง COVID-19 เบื้องต้น ยอดการเข้าถึง 1,734,258 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3310001202432811) 6. ผลการตรวจเชิงรุก COVID-19 ในพื้นที่ตลาดบางแค ยอดการเข้าถึง 385,401 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3311530452279886) 7. ขยายเวลาจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ประจำปีภาษี 2564 ยอดการเข้าถึง 14,638 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3317208911712040) 8. ไขปัญหาวัคซีน COVID-19 ใครจะได้รับการฉีดวัคซีน COVID-19 ในระยะแรก ยอดการเข้าถึง 10,789 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3313819202051011) 9. คลองโอ่งอ่างได้รับรางวัล 2020 ASIAN TOWNSCAPE AWARD ยอดการเข้าถึง 5,460 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3326282927471305) 10. สงกรานต์วิถีใหม่ 2564 อนุรักษ์ประเพณีไทย ปลอดภัยโควิด ยอดการเข้าถึง 9,146 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328047493961515) 11. กทม. เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 21-22 มี.ค. 64 นี้ ยอดการเข้าถึง 24,597 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328479383918326) 12. มาตรการ ? เน้น งด เลี่ยง? สงกรานต์ 64 ปลอดภัย ไร้โควิด ยอดการเข้าถึง 7,195 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3341001649332766)
รายงานครั้งที่7	<p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 40.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 6) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย :: 29/04/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนเมษายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มาตรการป้องกันอัคคีภัยสงกรานต์ 64 ยอดการเข้าถึง 6,712 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365532536879677) 2. กทม.เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 3-6 เม.ย.นี้ ยอดการเข้าถึง 12,552 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365529693546628) 3. วันหยุดสงกรานต์ เชิญมาเช็คอิน @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 14,461 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368880926544838) 4. โรงเรียนฝึกอาชีพแห่งใหม่ทันสมัยที่เขตประเวศ ยอดการเข้าถึง 39,256 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368877963211801) 5. กทม. งดบริการงานทะเบียนวันเสาร์ ยอดการเข้าถึง 21,486 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3408330319266565) 6. กทม. งดบริการงานทะเบียนแรงงานต่างด้าว (ยกเว้นแจ้งเกิด-แจ้งตาย) ยอดการเข้าถึง 35,392 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3424857204280543)
รายงานครั้งที่8	<p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 50.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 7) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย :: 30/05/2021 มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤษภาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 5 ครั้ง ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กรุงเทพมหานครขอเชิญชวนประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงทางเท้า เพื่อนำไปจัดทำคู่มือหลักเกณฑ์และมาตรฐานทางเท้าของกรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 32,066 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3497925060307090)





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

<p>รายงานครั้งที่9</p>	<p>2. สารผู้ว่าในวันอีฎิ้ลฟิตริ ยอดการเข้าถึง 28,446 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/photos/pcb.3477805615652368/3477805385652391/)</p> <p>3. แจ้งข้อมูลผู้ช่วยโควิด-19 ในกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้เข้ารับการรักษาผ่าน Line bkkcovid19connect ยอดการเข้าถึง 34,964 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3459303870835876)</p> <p>4. ชี้แจงข้อเท็จจริง เรื่องพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในพื้นที่เขตดินแดง ยอดการเข้าถึง 64,630 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3460039567428973)</p> <p>5. ขอเชิญร่วมบริจาค "กล่องและถังกระดาษ" ที่ใช้แล้ว นำไปรีไซเคิลผลิตเป็น "เตียงสนามกระดาษ" มอบให้กับโรงพยาบาลสนาม เพื่อสู้โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 26,671 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3462081373891459)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 60.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 8) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
<p>รายงานครั้งที่10</p>	<p>:: 30/06/2564 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมิถุนายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. กทม. ทวงใย เตือนภัยโรคและภัยหน้าฝน ยอดการเข้าถึง 23,156 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3601312253301703)</p> <p>2. ปรับจริงไม่สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ยอดการเข้าถึง 52,882 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556586794440916)</p> <p>3. ผู้ว่าฯ เชิญชวนประชาชนไปฉีดวัคซีน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ ยอดการเข้าถึง 41,419 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556600184439577)</p> <p>4. ชาวบิตเบียนตลาดละลายทรัพย์ ยอดการเข้าถึง 51,960 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3559385007494428)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 70.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 9) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
<p>รายงานครั้งที่11</p>	<p>:: 30/07/2564 : อยู่ระหว่างขั้นตอนการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกรกฎาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. 25 จุดไทยร่วมใจ พร้อมฉีดวัคซีนให้ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ยอดการเข้าถึง 48,726 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3657979497634978)</p> <p>2. ยกระดับมาตรการควบคุมสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ สถานที่ที่เปิดได้ตามความจำเป็น และสรุปสถานที่/กิจการที่ถูกปิด ยอดการเข้าถึง 88,080 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3671212992978295)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 80.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 10) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
<p>รายงานครั้งที่12</p>	<p>:: 30/08/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนสิงหาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้</p> <p>1. มาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 165,358 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3783260621773531)</p> <p>2. 31 ส.ค. นี้ กทม. ชวนคนกรุงเทพฯ ร่วม Big Cleaning Day ยอดการเข้าถึง 32,065 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3785990141500579)</p> <p>3. เดือน 30 ส.ค. - 5 ก.ย. นี้ พายุฝนฟ้าคะนอง 60 - 80% ของพื้นที่กับมีฝนตกหนักบางแห่ง ยอดการเข้าถึง 16,538 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3788345591265034)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 90.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 11) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
<p>รายงานครั้งที่13</p>	<p>:: 22/09/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกันยายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้</p> <p>1. ประกาศ กทม. เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 42) ยอดการเข้าถึง 58,902 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3800742256692034)</p> <p>2. เปิดบริการงานทะเบียนผ่านจอร์จคิวออนไลน์ BMA Q ยอดการเข้าถึง 39,360 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3798430386923221)</p> <p>3. กทม.ชวนเช็คอินเทคกลางหมอไม่กรุงเทพฯ ณ สวนลุมพินี ยอดการเข้าถึง 22,844 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3801831576583102)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 95.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 12) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>
	<p>:: 30/09/2564 : ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 100.00 % งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 13) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p>





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

1. ชื่อโครงการและหน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

1.1 รหัสโครงการและชื่อโครงการ

ชื่อโครงการ/กิจกรรม : กิจกรรมการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

รหัสโครงการ... : 04110000-3768	ปีงบประมาณ พ.ศ. : 2564
เริ่มต้นโครงการ : 2020-10-01 00:00:00	งบประมาณที่ได้รับ : 0 บาท
สิ้นสุดโครงการ : 2021-09-30 00:00:00	งบประมาณที่ใช้ไป : 0 บาท

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ. : สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร / สำนักงานประชาสัมพันธ์ / สำนักงานประชาสัมพันธ์

ชื่อผู้รับผิดชอบ... : นางสาวดุขี้ อุยะเจริญ โทร. 1379 ผู้ประสานงาน สยป : นางพรณิภา วิเศษสุวรรณ โทร. 1528

1.3 หลักการและเหตุผล

การนำข้อมูลตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานคร มาสรุปและนำเสนอเป็นสื่อสารสนเทศในรูปแบบของข้อความภาพผสมกราฟิก หรือแอนิเมชันเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนที่มีต่อกรุงเทพมหานคร

1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามยุทธศาสตร์พัฒนากรุงเทพมหานคร 7 ด้าน นโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร และประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของกรุงเทพมหานครเพื่อสร้างความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร

1.5 เป้าหมายของโครงการ..

ร้อยละ 90 ของจำนวนอินโฟกราฟิกที่นำเสนอ (50 เรื่อง) ต้องมีผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า 3,000 ราย

1.6 สนับสนุนแผนพัฒนา กทม. ระยะ 20 ปี (ยุทธศาสตร์-ประเด็นยุทธศาสตร์-กลยุทธ์ตามแผนฯ /ตัวชี้วัด)

ประเด็นยุทธศาสตร์ : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

ประเด็นยุทธศาฯ ย่อย : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

เป้าหมายที่ : **** การปฏิบัติงานประจำของหน่วยงาน ****

ตัวชี้วัด... : มิติที่1 ร้อยละความสำเร็จของการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. รายงานความก้าวหน้าของโครงการและการใช้จ่ายงบประมาณ

รายงานครั้งที่1 :: 28/10/2563 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...

1. จัดทำแผนการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนตุลาคม 2563 ดังนี้
 - 2.1 อาย่าลิ้มสวมหน้ากาก พกแอลกอฮอล์ ล้างมือบ่อยๆ ลดเสี่ยงภัย โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 4,135 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2957190791047189>)
 - 2.2 ลอยกระทงให้ปลอดภัย งดจุดหรือปล่อยบั้งไฟ พลุ ตะไล โคมไฟ และโคมควัน นะคะ ยอดการเข้าถึง 8,237 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2967666483332953>)
 - 2.3 กทม. เปิด 30 สวน ต้อนรับลอยกระทง ตามวิถี New Normal ยอดการเข้าถึง 6,110 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970206903078911>)
 - 2.4 กทม. ชวนใช้ 5 กระถง สไตลร์ักษ์โลก ยอดการเข้าถึง 7,284 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2970465133053088>)
 - 2.5 กทม. นัดทิ้ง นัดเก็บ ขยะชิ้นใหญ่ ยอดการเข้าถึง 7,188 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2910454255720843>)
 - 2.6 รักลูก ห่วงหลาน อาย่าลิ้ม สวมหน้ากากให้เด็ก ๆ และตัวท่านเอง ยอดการเข้าถึง 3,439 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2909313185834950>)
 - 2.7 เตรียมตัวรับมือพายุโซนร้อนลูกสุดท้าย ยอดการเข้าถึง 4,142 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2952637158169219>)
 - 2.8 กทม. ชวนเที่ยวงาน สวีตตี้ข้าวสาร ยอดการเข้าถึง 2,044 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2973605316072403>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 5.00 % : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 1) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่2 :: 30/11/2563 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤศจิกายน 2563 ไปแล้ว ดังนี้

1. กทม. ชวนชมดนตรีและการแสดง ถนนคนเดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 4,046 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3008822429217358>)
2. เตรียมพร้อมรับมือปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 6,889 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3006552136111054>)



รายงานครั้งที่ 3	<p>3. เชิญชวนแต่งคอสเพลย์เดินคลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 3,289 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2988386647927603)</p> <p>4. เชิญร่วมกิจกรรมพายเรือเที่ยวกรุง @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 19,971 ราย (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3047951105304490)</p> <p>5. ขอเชิญร่วมประชุมสมัชชาสุขภาพกรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2563 ยอดการเข้าถึง 5,238 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3022795014486766)</p> <p>6. ฝนจะหมด ฝุ่นกำลังจะมา เตรียมรับมือ PM 2.5 ยอดการเข้าถึง 6,983 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2985321491567452)</p> <p>7. โรคติดต่อในช่วงฤดูหนาว ยอดการเข้าถึง 7,206 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2982990171800584)</p> <p>8. ลอยกระทงปีนี้ กทม. ขยะล้นลง (สถิติการจัดเก็บขยะกระทง) ยอดการเข้าถึง 3,961 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/2977991605633774)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 10.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 2) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>:: 31/12/2563 : ดำเนินการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในเดือนธันวาคม 2563 ไปแล้ว ดังนี้</p> <p>1. ปฏิบัติการลดฝุ่นละอองในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 3,560 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3090891897677077)</p> <p>2. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?คนไทย ร่วมแรง สร้างพลังไทย สร้างพลังชาติ? ยอดการเข้าถึง 3,103 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087636451335955)</p> <p>3. มาตราการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 9,961 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3105411146225152)</p> <p>4. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธีป้องกันโควิด-19 ยอดการเข้าถึง 7,755 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3113833745382892)</p> <p>5. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ประเทศไทยจะพัฒนา ถ้าปวงประชาสามัคคี? ยอดการเข้าถึง 3,370 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087638314669102)</p> <p>6. เท่ขยับใหม่ วิถีใหม่ ปลอดภัยห่างไกลโควิด ยอดการเข้าถึง 4,137 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092884617477805)</p> <p>7. Keyword ที่สำคัญต่อการพัฒนาการเมือง ?ความรัก ความสามัคคี คือพลังสร้างไทย? ยอดการเข้าถึง 2,900 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3087443504688583)</p> <p>8. เฉลิมฉลองปีใหม่ สนุกกันแล้วอย่าลืมดูแลตัวเองให้ปลอดภัยจากโควิด-19 ด้วยนะจ๊ะ ยอดการเข้าถึง 3,001 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092876907478576)</p> <p>9. กทม.เชื่อมโยงความสุขคนกรุง ทุกการเดินทาง เปิดให้บริการรถไฟฟ้าสายสีเขียวและสายสีทองฟรี ยอดการเข้าถึง 3,211 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3092948714138062)</p> <p>:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 3) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย</p> <p>:: 1/31/2021 : อยู่ระหว่างขั้นตอน...สรุปผลการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประจำเดือนมกราคม 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้</p> <p>1. สวัสดิ์ปีใหม่ค่ะ ถึงจะขึ้นปีใหม่แล้วเวก็อย่าลืม ยอดผู้เข้าชม 15,022 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3129307247168875)</p> <p>2. ใส่หน้ากากให้ถูกวิธี ลดเสี่ยง COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 12,344 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3131548290278104)</p> <p>3. update จุดคัดกรองผู้ที่จะเดินทางเข้ามาในพื้นที่กรุงเทพฯ 8 จุด ยอดผู้เข้าชม 26,401 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3136995409733392)</p> <p>4. สถานที่ปิดชั่วคราวตามประกาศ กทม. ยอดผู้เข้าชม 41,301 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3134220636677536)</p> <p>5. ธรรมชาติใช้แอปพลิเคชันหมอชนะ ยอดผู้เข้าชม 23,326 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3150820761684190)</p> <p>6. ขอความร่วมมือนายจ้างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร บริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในความดูแลของท่าน ยอดผู้เข้าชม 31,555 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3151382114961388)</p> <p>7. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง คืออะไร ใครจัดเก็บ ใครต้องจ่าย ยอดผู้เข้าชม 36,453 คน (https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3154012111365055)</p> <p>8. กทม. ออกมาตรการ "เพิ่ม งด ลด ผ่อน" เยียวยาและช่วยเหลือผู้ค้า/ผู้เช่าในตลาด กทม. 10 แห่ง ยอดผู้เข้าชม 11,076 คน</p>
รายงานครั้งที่ 4	



**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3173988562700743>)

9. กทม. ดูแลสุขภาพประชาชนในช่วงวิกฤติ PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 17,601 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3204410246325241>)

10. อาชีพเสี่ยงโรคจากฝุ่น PM 2.5 ยอดผู้เข้าชม 10,296 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3200291366737129>)

11. เช็คอินที่โหนดูแพง (พวย) ยอดผู้เข้าชม 13,440 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189341774498755>)

12. วิถีปฏิบัติตัวและทำความสะอาดที่พักที่มีการกักตัวเพื่อควบคุมโรค COVID-19 ยอดผู้เข้าชม 11,403 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3189400377826228>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 15.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 4) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่5

:: 2/27/2021 :

อยู่ระหว่างขั้นตอน...ดำเนินงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 จำนวน 12 เรื่อง ดังนี้

1. 10 มาตรการป้องกันฝุ่น PM 2.5 ในสถานศึกษาของ กทม. ยอดการเข้าถึง 10,091 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213124475453818>)

2. ผู้สูงอายุดูแลตัวเอง ห่างไกล โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 6,042 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3246617265437872>)

3. การใส่หน้ากากอนามัยไม่ถูกต้อง = ไม่ได้ใส่ ยอดการเข้าถึง 18,206 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3215506045215661>)

4. 5 มาตรการ ดูแลประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ เทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,070 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213330365433229>)

5. กทม. จัดจัดงานตรุษจีนเยาวราช 64 ยอดการเข้าถึง 10,170 น.

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3218475171585415>)

6. วิธีป้องกันโควิดในโรงงาน ยอดการเข้าถึง 14,311 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3220509161382016>)

7. กทม. ห่วงใยประชาชน ชวนเตรียมพร้อมป้องกันอัคคีภัยช่วงเทศกาลตรุษจีน 64 ยอดการเข้าถึง 10,174 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213333808766218>)

8. ตรุษจีนเดินเลือกซื้อของไหว้อย่างปลอดภัยตามมาตรการ DMHTT ยอดการเข้าถึง 9,340 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3213332302099702>)

9. กทม. จัดบริการจดทะเบียนสมรสวันวาเลนไทน์ ยอดการเข้าถึง 16,010 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3225242544242011>)

10. กทม. เลื่อนเก็บค่ารถไฟฟ้าสายสีเขียว อัตราใหม่ 104 บาท ออกไปก่อนจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง ยอดการเข้าถึง 6,014 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3229773117122287>)

11. ชวนติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ ยอดการเข้าถึง 4,880 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3278080778958187>)

12. ไม่ว่าจะเดือนไหน ๆ ก็ต้องใส่หน้ากากป้องกันโควิด ยอดการเข้าถึง 8,881 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3249077668525165>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 20.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 5) = 0 บาท

: เป็นไปตามแผน

: เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่6

:: 31/03/2564 : มีงานเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมีนาคม 2563 ไปแล้ว จำนวน 12 ครั้ง ดังนี้

1. กิจกรรมพายเรือคายัค คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 7,188 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3287843251315273>)

2. การเตรียมตัวฉีดวัคซีน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 11,236 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3293080220791576>)

3. กลุ่มผู้มีโรคประจำตัว 7 โรค เตรียมตัวรับวัคซีนป้องกัน COVID-19 ยอดการเข้าถึง 9,446 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3299572873475644>)

4. เหมเพลด หน่วยบริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ยอดการเข้าถึง 7,713 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3304648912968040>)

5. ขอให้ประชาชนที่เดินทางไป 6 ตลาด ในเขตบางแค ทำการคัดกรอง COVID-19 เบื้องต้น ยอดการเข้าถึง 1,734,258 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3310001202432811>)

6. ผลการตรวจเชิงรุก COVID-19 ในพื้นที่ตลาดบางแค ยอดการเข้าถึง 385,401 ราย





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3311530452279886>)

7. ขยายเวลาจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ประจำปีภาษี 2564 ยอดการเข้าถึง 14,638 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3317208911712040>)

8. ไขปัญหาวัคซีน COVID-19 ใครจะได้รับการฉีดวัคซีน COVID-19 ในระยะแรก ยอดการเข้าถึง 10,789 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3313819202051011>)

9. คลองโอ่งอ่างได้รับรางวัล 2020 ASIAN TOWNSCAPE AWARD ยอดการเข้าถึง 5,460 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3326282927471305>)

10. สงกรานต์วิถีใหม่ 2564 อนุรักษ์ประเพณีไทย ปลอดภัยโควิด ยอดการเข้าถึง 9,146 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328047493961515>)

11. กทม. เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 21-22 มี.ค. 64 นี้ ยอดการเข้าถึง 24,597 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3328479383918326>)

12. มาตรการ ? นั่น งด เลี่ยง? สงกรานต์ 64 ปลอดภัย ไร้โควิด ยอดการเข้าถึง 7,195 ราย

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3341001649332766>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 40.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 6) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่ 7

:: 29/04/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนเมษายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้

1. มาตรการป้องกันอัคคีภัยสงกรานต์ 64 ยอดการเข้าถึง 6,712 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365532536879677>)

2. กทม.เตรียมพร้อมรับมือพายุฤดูร้อน 3-6 เม.ย.นี้ ยอดการเข้าถึง 12,552 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3365529693546628>)

3. วันหยุดสงกรานต์ เชิญมาเช็คอิน @คลองโอ่งอ่าง ยอดการเข้าถึง 14,461 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368880926544838>)

4. โรงเรียนฝึกอาชีพแห่งใหม่ทันสมัยที่เขตประเวศ ยอดการเข้าถึง 39,256 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3368877963211801>)

5. กทม. งดบริการงานทะเบียนวันเสาร์ ยอดการเข้าถึง 21,486 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3408330319266565>)

6. กทม. งดบริการงานทะเบียนแรงงานต่างด้าว (ยกเว้นแจ้งเกิด-แจ้งตาย) ยอดการเข้าถึง 35,392 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3424857204280543>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 50.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 7) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่ 8

:: 30/05/2021 มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนพฤษภาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 5 ครั้ง ดังนี้

1. กรุงเทพมหานครขอเชิญชวนประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงทางเท้า

เพื่อนำไปจัดทำคู่มือหลักเกณฑ์และมาตรฐานทางเท้าของกรุงเทพมหานคร ยอดการเข้าถึง 32,066 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3497925060307090>)

2. สารผู้ว่าในวันอีบุ๊คฟิตริ ยอดการเข้าถึง 28,446 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/photos/pcb.3477805615652368/3477805385652391/>)

3. แจงข้อมูลผู้ป่วยโควิด-19 ในกรุงเทพมหานครที่ยังไม่ได้เข้ารับการรักษาผ่าน Line bkkcovid19connect ยอดการเข้าถึง 34,964 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3459303870835876>)

4. ชี้แจงข้อเท็จจริง เรื่องพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในพื้นที่เขตดินแดง ยอดการเข้าถึง 64,630 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3460039567428973>)

5. ขอเชิญร่วมบริจาค "กล่องและถังกระดาษ" ที่ใช้แล้ว นำไปรีไซเคิลผลิตเป็น "เตียงสนามกระดาษ" มอบให้กับโรงพยาบาลสนาม เพื่อสู้โควิด-19 ยอดการเข้าถึง 26,671 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3462081373891459>)

:: ความก้าวหน้าของงานฯ = 60.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 8) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

รายงานครั้งที่ 9

:: 30/06/2564 :

อยู่ระหว่างขั้นตอน...มีการเผยแพร่อินโฟกราฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนมิถุนายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้

1. กทม. ห่วงใย เตือนภัยโรคและภัยหน้าฝน ยอดการเข้าถึง 23,156 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3601312253301703>)

2. ปรับจริงไม่สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ยอดการเข้าถึง 52,882 คน

(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556586794440916>)





**** แบบแสดงรายงานความก้าวหน้าและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ****

3. ผู้ว่าฯ เชิญชวนประชาชนไปฉีดวัคซีน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ ยอดการเข้าถึง 41,419 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3556600184439577>)
4. ข้าราชการเป็นตลาดละลายสายทรัพย์ ยอดการเข้าถึง 51,960 คน
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3559385007494428>)
- :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 70.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 9) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
- รายงานครั้งที่10 :: 30/07/2564 :
อยู่ระหว่างขั้นตอนการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิคเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกรกฎาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้
1. 25 จุดไทยร่วมใจ พร้อมฉีดวัคซีนให้ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ยอดการเข้าถึง 48,726 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3657979497634978>)
 2. ยกระดับมาตรการควบคุมสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ สถานที่ที่เปิดได้ตามความจำเป็น และสรุปสถานที่/กิจการที่ถูกปิด ยอดการเข้าถึง 88,080 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3671212992978295>)
- :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 80.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 10) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
- รายงานครั้งที่11 :: 30/08/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิคเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนสิงหาคม 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้
1. มาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพฯ ยอดการเข้าถึง 165,358 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3783260621773531>)
 2. 31 ส.ค. นี้ กทม. ชวนคนกรุงเทพฯ ร่วม Big Cleaning Day ยอดการเข้าถึง 32,065 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3785990141500579>)
 3. เดือน 30 ส.ค. - 5 ก.ย. นี้ พายุฝนฟ้าคะนอง 60 - 80% ของพื้นที่กับมีฝนตกหนักบางแห่ง ยอดการเข้าถึง 16,538 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3788345591265034>)
- :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 90.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 11) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
- รายงานครั้งที่12 :: 22/09/2564 : มีการเผยแพร่อินโฟกราฟฟิคเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปในเดือนกันยายน 2564 ไปแล้ว จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้
1. ประกาศ กทม. เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 42) ยอดการเข้าถึง 58,902 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3800742256692034>)
 2. เปิดบริการงานทะเบียนผ่านจอร์จคิวออนไลน์ BMA Q ยอดการเข้าถึง 39,360 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3798430386923221>)
 3. กทม.ชวนเช็คอินเทคกาลชมดอกไม้กรุงเทพฯ ณ สวนลุมพินี ยอดการเข้าถึง 22,844 ราย
(<https://www.facebook.com/prbangkok/posts/3801831576583102>)
- :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 95.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 12) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย
- รายงานครั้งที่13 :: 30/09/2564 : ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด
- :: ความก้าวหน้าของงานฯ = 100.00 : งบประมาณที่เบิกใช้ (ครั้งที่ 13) = 0 บาท : เป็นไปตามแผน : เป็นไปตามเป้าหมาย

ขอรับรองว่า ข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ หน่วยงานได้จัดพิมพ์จากระบบงานจริง เพื่อเป็นหลักฐานไว้ตรวจสอบ

ลงชื่อ.....(ผู้รับผิดชอบโครงการ)
ตำแหน่ง

