



ที่ สธ ๐๙๐๒.๐๒/ว ๖๓๙๐

ถึง สำนัก/กอง/ศูนย์/กลุ่ม/สถาบัน/สำนักงาน ในสังกัดกรมอนามัย

กองการเจ้าหน้าที่ขอส่งสำเนาประกาศกรมอนามัย ลงวันที่ ๒๔ สิงหาคม ๒๕๖๕ เรื่อง การคัดเลือกข้าราชการเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ (สายงานวิชาการคอมพิวเตอร์) ราย นางสาวประภาพรณ ปะพุทธะโร ตำแหน่งนักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ ตำแหน่งเลขที่ ๒๑๔๑ กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขานุการกรม (ปฏิบัติราชการที่กองส่งเสริมความรู้ และสื่อสารสุขภาพ) ทั้งนี้สามารถดูรายละเอียดของประกาศดังกล่าวได้ที่ <https://person.anamai.moph.go.th/th>

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ จะเป็นพระคุณ



กองการเจ้าหน้าที่

โทร.๐ ๒๕๙๐ ๔๐๘๗

(สำเนา)

ประกาศกรมอนามัย

เรื่อง การคัดเลือกข้าราชการเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้ง
ให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ
(สายงานวิชาการคอมพิวเตอร์)

ด้วยกรมอนามัยได้คัดเลือกข้าราชการเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง
ประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ สายงานวิชาการคอมพิวเตอร์ ราย นางสาวประภาพรรณ ปะพุดสะโร
ตำแหน่งนักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ ตำแหน่งเลขที่ ๒๑๔๑ กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขาธิการกรม
(ปฏิบัติราชการที่กองส่งเสริมความรู้และสื่อสารสุขภาพ) ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๑๐๐๖/ว ๑๔
ลงวันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๔ และหนังสือกรมอนามัย ที่ สธ ๐๙๐๒.๐๒/ว ๒๙๐๕ ลงวันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๖๕
พร้อมด้วยชื่อผลงาน เค้าโครงเรื่อง และสัดส่วนของผลงาน ตามรายละเอียดแนบท้ายประกาศนี้

หากมีผู้ต้องการทักท้วง ให้ทักท้วงภายใน ๓๐ วัน นับตั้งแต่วันที่ประกาศ ถ้าพบว่าข้อเท็จจริงมีมูล
ให้คณะกรรมการประเมินบุคคลรายงานอธิบดีกรมอนามัย เพื่อดำเนินการตามหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร ๐๗๐๗.๓/ว ๕
ลงวันที่ ๑๒ เมษายน ๒๕๕๒ แต่ถ้าตรวจสอบแล้ว มีหลักฐานว่าข้อทักท้วงนั้นเป็นการกลั่นแกล้งหรือไม่สุจริต
ให้รายงานอธิบดีกรมอนามัยดำเนินการสอบสวนผู้ทักท้วงนั้น เพื่อหาข้อเท็จจริงและดำเนินการตามที่เห็นสมควรต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๔ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(ลงชื่อ) อรรถพล แก้วสัมฤทธิ์

(นายอรรถพล แก้วสัมฤทธิ์)

รองอธิบดีกรมอนามัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมอนามัย

สำเนาถูกต้อง

ชาญวิทย์

(นายชาญวิทย์ โกศลรัตนกุล)

นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ

กรมอนามัย

๓๐ สิงหาคม ๒๕๖๕

รายละเอียดการคัดเลือกข้าราชการเข้ารับการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ระดับชำนาญการ (สายงานวิชาการคอมพิวเตอร์)
แบบท้ายประกาศกรมอนามัย ลงวันที่ ๒๖ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ลำดับ ที่	ชื่อ/ตำแหน่ง/ส่วนราชการ	ประเมินเพื่อแต่งตั้ง ให้ดำรงตำแหน่ง	ชื่อผลงาน	สัดส่วนของ ผลงาน	ข้อเสนอฯ เรื่อง	หมายเหตุ
๑	นางสาวประภาพรณ ปะทุสระโร ตำแหน่งนักวิชาการคอมพิวเตอร์ ระดับปฏิบัติการ ตำแหน่งเลขที่ ๒๑๔๑ กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขานุการกรม (ปฏิบัติราชการที่กองส่งเสริมความรอบรู้ และสื่อสารสุขภาพ)	ตำแหน่งนักวิชาการคอมพิวเตอร์ ระดับชำนาญการ ตำแหน่งเลขที่ ๒๑๔๑ กลุ่มสื่อสารองค์กร สำนักงานเลขานุการกรม (ปฏิบัติราชการที่กองส่งเสริมความรอบรู้ และสื่อสารสุขภาพ)	การพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย (Anamai Media) โดยการใช้หลักการ Search Engine Optimization (SEO) เพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของกรมอนามัย ระยะเวลาที่ดำเนินการ มิถุนายน ๒๕๖๑ ถึง มีนาคม ๒๕๖๕ ผู้ร่วมจัดทำผลงาน นายสมเกียรติ ปฏิภพ	๘๐% ๒๐%	การพัฒนาระบบรายงานข้อมูลเชิงลึก แผนเพจภายใต้กรมอนามัย (DOH Social Insight Dashboard)	
	หมายเหตุ กรมอนามัยอนุมัติการปรับปรุงการกำหนดตำแหน่ง ตำแหน่งเลขที่ ๒๑๔๑ เป็นระดับชำนาญการ ตั้งแต่วันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๕ ตามหนังสือกองการเจ้าหน้าที่ ที่ สอ ๐๙๐๒.๐๓/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๑๔ มิถุนายน ๒๕๖๕					



ส่วนที่ ๒ ผลงานที่เป็นผลการปฏิบัติงานหรือผลสำเร็จของงาน

๑. เรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย (Anamai Media) โดยการใช้หลักการ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของกรมอนามัย

๒. ระยะเวลาที่ดำเนินการ (เป็นระยะเวลาที่ดำเนินการจัดทำผลงาน ภายในระยะเวลา ๕ ปี)

มิถุนายน ๒๕๖๑ – มีนาคม ๒๕๖๕

๓. ความรู้ ความชำนาญงาน หรือความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

เว็บไซต์อนามัยมีเดีย (Anamai Media) มีการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ และใช้หลักการ Search Engine Optimization (SEO) เสริมเข้าไปในกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพ มีการเข้าถึงเพิ่มมากขึ้น รายละเอียดของแต่ละกระบวนการมีดังนี้

กระบวนการการพัฒนาเว็บไซต์ประกอบไปด้วย ๖ ขั้นตอน

- ๑) การวางแผน
- ๒) การกำหนดเนื้อหาและจัดโครงสร้างเว็บไซต์
- ๓) การออกแบบเว็บไซต์
- ๔) การทดสอบและปรับปรุงเว็บไซต์
- ๕) การเผยแพร่เว็บไซต์
- ๖) ดูแลและปรับปรุงเว็บไซต์

หลักการ Search Engine Optimization (SEO) แบ่งเป็น ๔ ส่วนหลัก ดังนี้

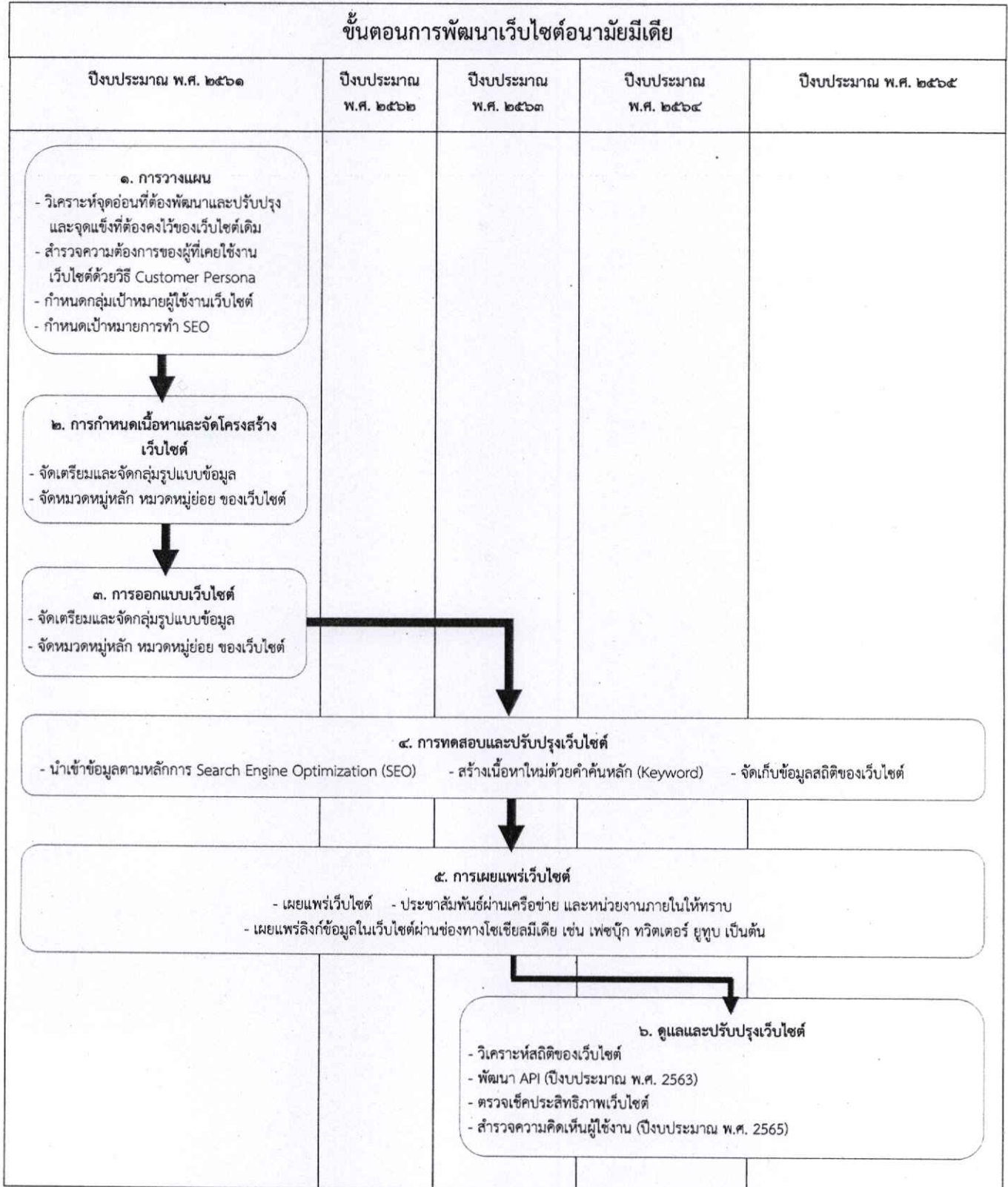
- ๑) SEO On - page คือ การปรับแต่งส่วนต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (Search engine website) เพื่อให้เว็บไซต์ค้นหาข้อมูลเข้าถึงและนำเสนอเว็บไซต์เราเมื่อมีคนค้นหาคำค้น (Keyword) นั้น ๆ ยกตัวอย่างการปรับแต่งเนื้อหาตามหลักของ Search Engine Optimization (SEO) เช่น การใส่หัวข้อ (Header) ให้กับข้อความเป็นหัวข้อ การใส่รูปแบบสัญลักษณ์หัวข้อย่อย (Bullet) เพื่อย่อยเนื้อหา การกระจายความหนาแน่นของคำค้นในปริมาณที่เหมาะสมและกระจายอยู่ทั่วเว็บไซต์ การใช้คำค้นที่เกี่ยวข้องสอดคล้องเพิ่มในเนื้อหา การใส่ Heading tag (การกำหนดคำหัวข้อในรูปแบบของ HTML tag) ที่เป็น H1, H2, H3 (รูปแบบของหัวข้อ) การใส่รูปภาพในเว็บไซต์ต้องมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไปและต้องใส่ Alt (คำอธิบายภาพ) ให้กับภาพ การสร้างเนื้อหาบทความความยาวประมาณให้อยู่ใน ๔๐๐ – ๗๐๐ คำ การแนะนำเนื้อหาจากหน้าเว็บไซต์ของเราหน้าอื่นด้วยลิงก์ภายในหน้าเว็บ (Internal Link) การแนะนำเนื้อหาจากเว็บไซต์อื่น (Outbound Link) การปรับแต่ง Meta tag (ข้อมูลที่จะทำให้เว็บไซต์ค้นหาได้ว่าเว็บไซต์ของเรามีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร) เป็นต้น
- ๒) SEO Content คือ การสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์ โดยส่วนสำคัญของ SEO Content อยู่ที่การนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ตรงกับที่ผู้ค้นหาต้องการ เนื้อหาที่สร้างไม่เป็นการคัดลอกเนื้อหามาจากเว็บไซต์อื่น เลือกคำค้นที่มีจำนวนการค้นและจำนวนเว็บที่ผลิตเนื้อหาสอดคล้องกัน และเลือกคำค้นที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ของเรา
- ๓) SEO Off - page คือ การทำให้เว็บไซต์ของเราถูกแนะนำจากเว็บไซต์อื่น (Backlink) เช่น การเผยแพร่ลิงก์บทความผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย หรือช่องทางเว็บไซต์อื่นที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของเรา
- ๔) Technical SEO คือ การตั้งค่าเว็บไซต์เชิงเทคนิคให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพสูง เช่น การปรับโครงสร้างเว็บไซต์ให้เข้าถึงง่ายเป็นลำดับแบบ Hierarchy (ลำดับชั้นของหน้าเพจ) การทำแผนที่นำทางของเว็บไซต์ (Site map) การติดตั้ง Google Search Console การใช้งาน Google Analytics การส่งข้อมูลเว็บไซต์ลงในฐานข้อมูลของกูเกิ้ล การกำหนดชื่อเว็บไซต์ให้คำจดจำง่าย การเพิ่มความเร็วให้กับเว็บไซต์ การใช้ HTTPS (โปรโตคอลการสื่อสารอินเทอร์เน็ต) ในลิงก์ การสร้างเครื่องมือที่ใช้นำทางในเว็บไซต์ (Breadcrumbs) การทำเว็บไซต์ให้รองรับการแสดงผลในอุปกรณ์ที่หลากหลาย (Responsive Web Design) การดูแลและจัดการลิงก์เสีย หรือ

404 Not Found Page

เนื่องจากหลักการ Search Engine Optimization (SEO) ไม่ได้มีการทำแค่ส่วนเนื้อหาเว็บไซต์เท่านั้น แต่หลักการ Search Engine Optimization (SEO) ต้องนำไปปรับใช้ในกระบวนการการพัฒนาเว็บไซต์ทุกขั้นตอน

๔. สรุปสาระสำคัญ ขั้นตอนการดำเนินงาน (Flowchart) และเป้าหมายของงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน



การพัฒนาเว็บไซต์ตามกระบวนการการพัฒนาเว็บไซต์และหลักการ Search Engine Optimization (SEO) มีขั้นตอนดังนี้

๑. การวางแผน

- วิเคราะห์จุดอ่อนที่ต้องพัฒนาและปรับปรุง และจุดแข็งที่ต้องคงไว้ของเว็บไซต์เดิม
- สำรวจความต้องการของผู้ที่เคยใช้งานเว็บไซต์ด้วยวิธี Customer Persona
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานเว็บไซต์
- กำหนดเป้าหมายการทำ SEO

๒. การกำหนดเนื้อหาและจัดโครงสร้างเว็บไซต์

- จัดเตรียมและจัดกลุ่มรูปแบบข้อมูล
- จัดหมวดหมู่หลัก หมวดหมู่ย่อย ของเว็บไซต์

๓. การออกแบบเว็บไซต์

- กำหนดเครื่องมือที่จะใช้พัฒนาเว็บไซต์
- ออกแบบโครงหน้าเว็บไซต์
- ตั้งค่าเว็บไซต์ตามหลักการ Search Engine Optimization (SEO)

๔. การทดสอบและปรับปรุงเว็บไซต์

- นำเข้าข้อมูลตามหลักการ Search Engine Optimization (SEO)
- สร้างเนื้อหาใหม่ด้วยคำค้นหลัก (Keyword)
- จัดเก็บข้อมูลสถิติของเว็บไซต์

๕. การเผยแพร่เว็บไซต์

- เผยแพร่เว็บไซต์
- ประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่าย และหน่วยงานภายในให้ทราบ
- เผยแพร่ลิงก์ข้อมูลในเว็บไซต์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ เป็นต้น

๖. ดูแลและปรับปรุงเว็บไซต์

- วิเคราะห์สถิติของเว็บไซต์
- ปรับปรุงเว็บไซต์ สร้าง API (ส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์) ให้กับเว็บไซต์ (ดำเนินการปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓)
- ตรวจเช็คประสิทธิภาพเว็บไซต์
- สำรวจความคิดเห็นของประชาชนผู้ใช้งาน (ดำเนินการปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕)

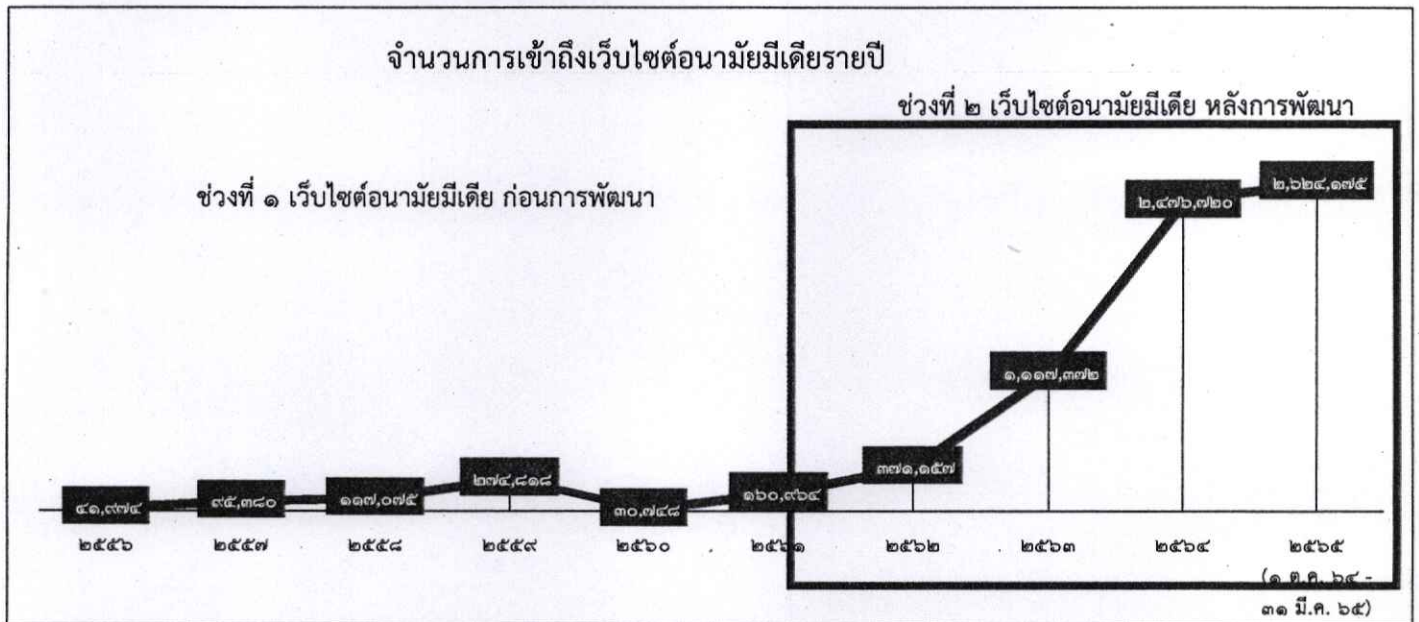
การพัฒนาเว็บไซต์ตามขั้นตอนการดำเนินการจะส่งผลให้เว็บไซต์อนามัยมีเดียมีประสิทธิภาพการเข้าถึงเว็บไซต์มากขึ้น ตัวชี้วัดที่บ่งชี้ประสิทธิภาพการเข้าถึงเว็บไซต์ประกอบด้วย จำนวนการเข้าถึง จำนวนการเข้าถึงผ่านการค้นหา จำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้บริการซ้ำ เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งประชาชนมีความเชื่อถือข้อมูลจากเว็บไซต์ และนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว และบอกต่อได้อีกด้วย

๕. ผลสำเร็จของงาน (เชิงปริมาณ/คุณภาพ)

หลังจากพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย (Anamai Media) โดยการใช้หลักการ Search Engine Optimization (SEO) เพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของกรมอนามัย จากการเก็บข้อมูลสถิติของเว็บไซต์อนามัยมีเดียจะแบ่งเป็น ๒ ช่วง คือ ช่วงที่ ๑ ปีงบประมาณ ๒๕๕๖ – ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ เว็บไซต์อนามัยมีเดียก่อนการพัฒนาไม่มีการใช้เครื่องมือในการเก็บค่าสถิติ แต่นับจากจำนวนของ Log file ที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายของเว็บไซต์ ช่วงที่ ๒ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ – ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เป็นช่วงที่พัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดียโดยนำหลักการ Search Engine Optimization (SEO) มาช่วยพัฒนาและมีเครื่องมือที่สามารถเก็บข้อมูลสถิติจำนวนการเข้าถึง จำนวนการเข้าถึงผ่านการค้นหา จำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้บริการซ้ำได้โดยเก็บสถิติผ่านเครื่องมือ Google Analytics

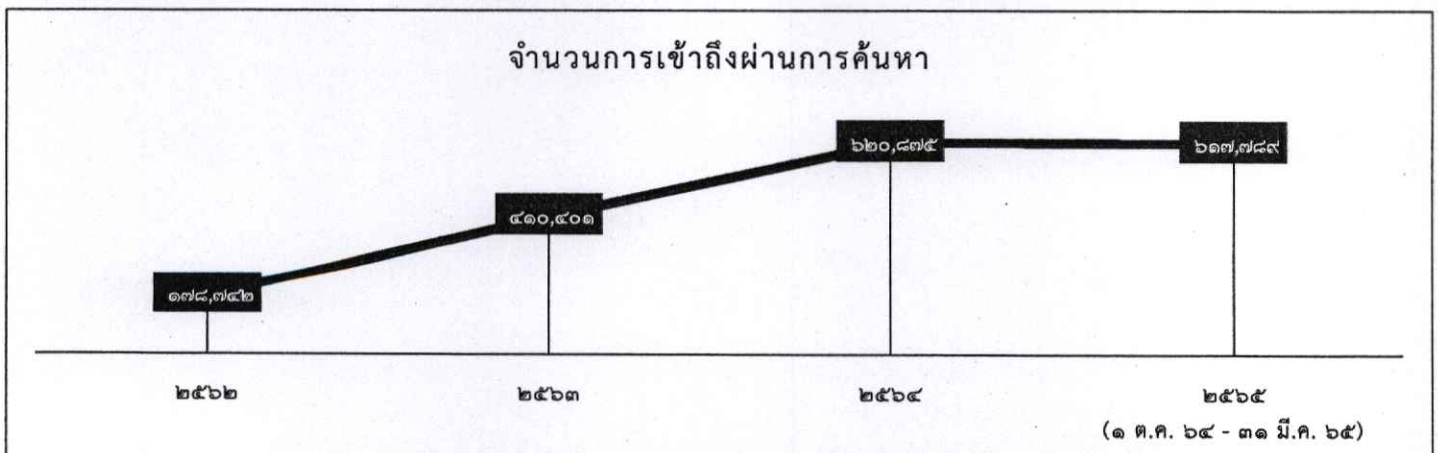
พบว่าเว็บไซต์มีประสิทธิภาพการเข้าถึงวัดได้จาก ๑) จำนวนการเข้าถึงเว็บไซต์ ๒) จำนวนการเข้าถึงผ่านการค้นหา ๓) จำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้ซ้ำ และพบว่าประชาชนมีความเชื่อถือในข้อมูล มีการนำสื่อไปเผยแพร่ และมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ระดับพึงพอใจมาก ดังนี้

๑) จำนวนการเข้าถึงเว็บไซต์ คือ จำนวนครั้งที่ประชาชนเปิดหน้าเว็บไซต์ จากภาพที่ ๑ ช่วงที่ ๑ การเข้าถึงเว็บไซต์อนามัยมีเดียมีการเข้าถึงเพิ่มขึ้นต่อปีไม่มากและแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงไม่สูง แต่ในช่วงที่ ๒ ที่เว็บไซต์ได้มีการพัฒนาแล้ว มีจำนวนการเข้าถึงในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ จำนวน ๓๗๑,๑๕๗ ครั้ง ปีงบประมาณ ๒๕๖๓ จำนวน ๑,๑๑๗,๓๗๒ ครั้ง ปีงบประมาณ ๒๕๖๔ จำนวน ๒,๔๗๖,๗๒๐ ครั้ง และในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๕ จำนวน ๒,๖๒๔,๑๗๕ ครั้ง จำนวนการเข้าถึงมีอัตราการเข้าถึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มในการเพิ่มขึ้นในปีงบประมาณต่อไป ดังภาพที่ ๑



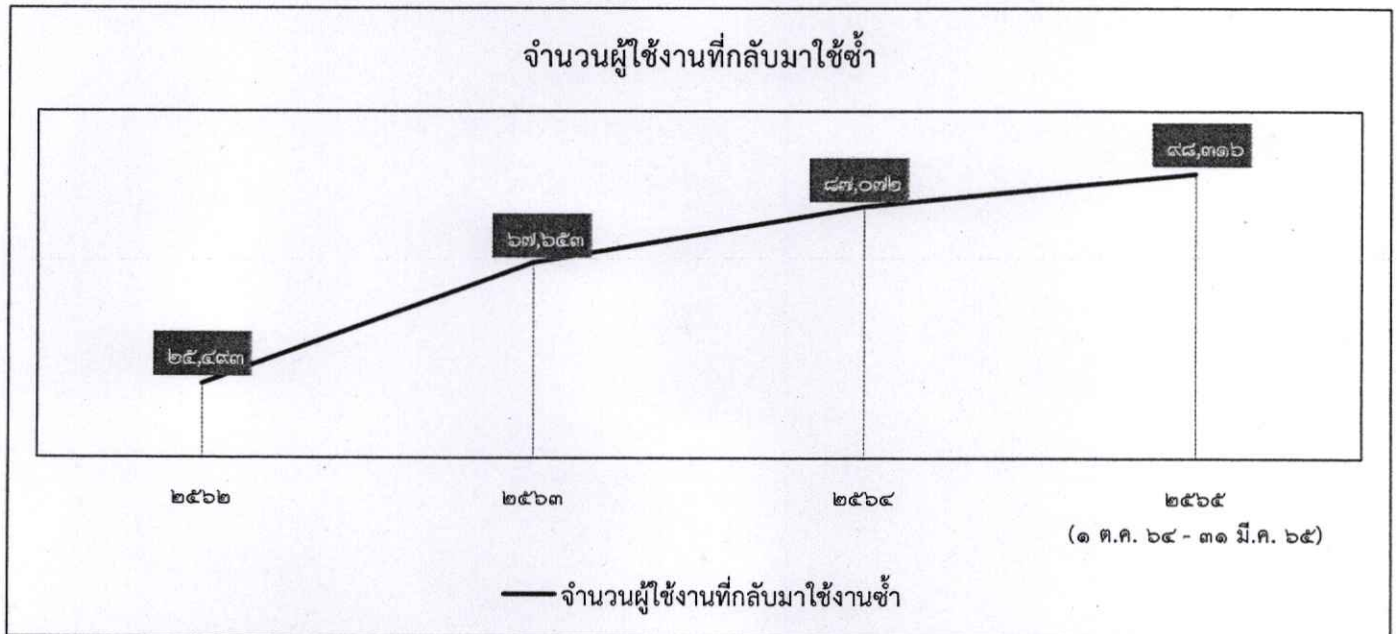
ภาพที่ ๑ จำนวนการเข้าถึงเว็บไซต์อนามัยมีเดียรายปี

๒) จำนวนการเข้าถึงผ่านการค้นหา คือ จำนวนที่ประชาชนทำการค้นหาคำค้น (Keyword) จากเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (Search engine Website) พบลิงก์ข้อมูลของเว็บไซต์อนามัยมีเดียและประชาชนทำคลิกลิงก์เข้ามาที่เว็บไซต์ จากภาพที่ ๒ จะเห็นได้ว่าจำนวนการเข้าถึงผ่านการค้นหามีเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ มีจำนวน ๑๗๘,๗๔๒ ครั้ง ปีงบประมาณ ๒๕๖๓ จำนวน ๔๑๐,๔๐๑ ครั้ง ปีงบประมาณ ๒๕๖๔ จำนวน ๖๒๐,๘๗๕ ครั้ง และปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๕ จำนวน ๖๑๗,๗๘๙ ครั้ง ดังภาพที่ ๒



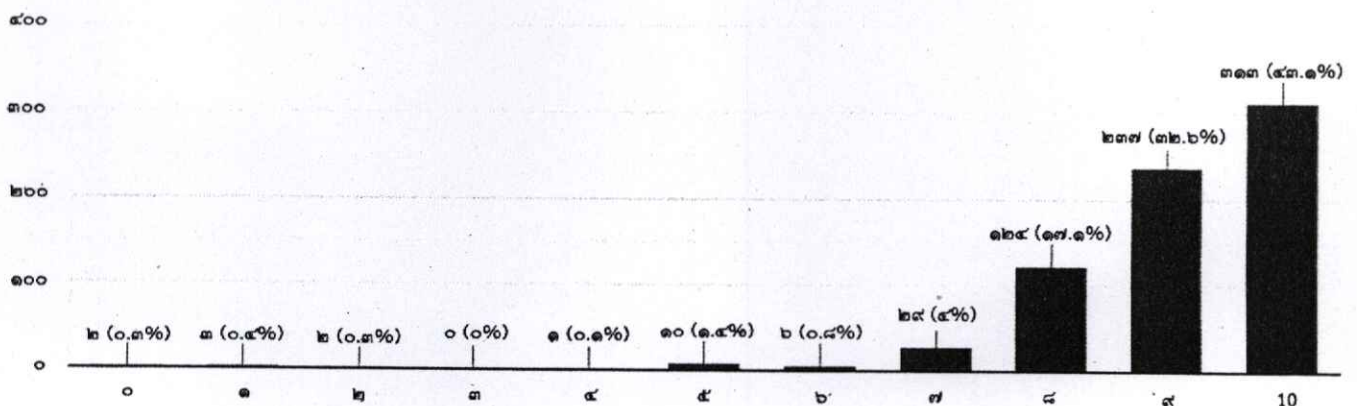
ภาพที่ ๒ จำนวนการเข้าถึงผ่านการค้นหารายปี

๓) จำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้ซ้ำ คือ จำนวนประชาชนที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์อนามัยมีเดียมากกว่าหนึ่งครั้ง จำนวนของผู้ใช้งานที่กลับมาใช้ซ้ำเพิ่มมากขึ้นหมายถึงข้อมูลในเว็บไซต์สามารถตอบความต้องการของประชาชนได้ จากภาพที่ ๓ จำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้ซ้ำในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ มีจำนวน ๒๕,๔๘๓ คน ปีงบประมาณ ๒๕๖๓ จำนวน ๖๗,๖๕๓ คน ปีงบประมาณ ๒๕๖๔ จำนวน ๘๗,๐๗๒ คน และปีงบประมาณ ๒๕๖๕ ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๔ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๕ จำนวน ๙๘,๓๐๖ คน ถึงแม้การเพิ่มขึ้นไม่สูงมาก แต่ยังคงมีจำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้ซ้ำเพิ่มขึ้นทุกปี ดังภาพที่ ๓



ภาพที่ ๓ จำนวนผู้ใช้งานที่กลับมาใช้ซ้ำ

๔) ความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากผลสำรวจความคิดเห็นประชาชนผู้ใช้งานเว็บไซต์อนามัยมีเดียปี ๒๕๖๕ ผู้ตอบแบบสำรวจจำนวน ๗๒๘ คน ในประเด็นของความน่าเชื่อถือของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความน่าเชื่อถือของข้อมูลระดับคะแนนจาก ๐ ถึง ๑๐ คะแนน ๐ คือไม่เชื่อถือเลย ๑๐ คือเชื่อถือมากที่สุด ในภาพที่ ๔ ผู้ตอบแบบสำรวจให้คะแนนความเชื่อถือข้อมูลของเว็บไซต์อนามัยมีเดียที่ระดับ ๑๐ เชื่อถือมากที่สุด ร้อยละ ๔๓.๑ เชื่อถือระดับ ๙ ร้อยละ ๓๒.๖ เชื่อถือระดับ ๘ ร้อยละ ๑๗.๑ เชื่อถือระดับ ๗ ร้อยละ ๔ เชื่อถือตั้งแต่ระดับ ๖ ลงไป ร้อยละ ๓.๓ ตามลำดับ ดังภาพที่ ๔



ภาพที่ ๔ ระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูล

๕) การนำไปใช้ประโยชน์ จากผลสำรวจความคิดเห็นประชาชนผู้ใช้งานเว็บไซต์อนามัยมีเดียปี ๒๕๖๕ ผู้ตอบแบบสำรวจจำนวน ๗๒๘ คน ในประเด็นการนำไปใช้ประโยชน์ พบว่าผู้ประชาชนนำข้อมูลความรู้ไปช่วยในการตัดสินใจด้านสุขภาพมากที่สุดถึงร้อยละ ๗๔.๗๐ รองลงมานำสื่อประเภทข่าวสื่อมวลชนไปเผยแพร่ ร้อยละ ๕๐.๑๐ นำสื่อประเภทคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ ร้อยละ ๓๘.๘๐ นำสื่อประเภทอินโฟกราฟิกไปเผยแพร่ ร้อยละ ๓๖.๗๐ นำข้อมูลความรู้ไปอ้างอิงในบทความหรืองานวิชาการ ร้อยละ ๒๘.๖๐ นำสื่อประเภทคู่มือ (e-Book) ไปเผยแพร่ ร้อยละ ๒๓.๔๐ นำข้อมูลความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ร้อยละ ๐.๘๒ และนำข้อมูลความรู้ไปใช้ปฏิบัติตนและบอกต่อครอบครัว ร้อยละ ๐.๕๕ ตามลำดับดังข้อมูลในตารางที่ ๑

ท่านใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์อนามัยมีเดียอย่างไร (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
๑. นำสื่อประเภทอินโฟกราฟิกไปเผยแพร่	๒๖๗	๓๖.๗๐
๒. นำสื่อประเภทคลิปวิดีโอไปเผยแพร่	๒๘๒	๓๘.๘๐
๓. นำสื่อประเภทข่าวสื่อมวลชนไปเผยแพร่	๓๖๔	๕๐.๑๐
๔. นำสื่อประเภทคู่มือ (e-Book) ไปเผยแพร่	๑๗๐	๒๓.๔๐
๕. นำข้อมูลความรู้ไปช่วยในการตัดสินใจด้านสุขภาพ	๕๔๓	๗๔.๗๐
๖. นำข้อมูลความรู้ไปอ้างอิงในบทความหรืองานวิชาการ	๒๐๘	๒๘.๖๐
๗. นำข้อมูลความรู้ไปใช้ปฏิบัติตนและบอกต่อครอบครัว	๔	๐.๕๕
๘. นำข้อมูลความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน	๖	๐.๘๒

ตารางที่ ๑ ผลสำรวจการนำไปใช้ประโยชน์

๖) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใช้แนวคิดของลิเคิร์ท (Likert Scales) โดยแบ่งเป็น ๕ ระดับ (Rating Scale) และแปลผลระดับความพึงพอใจโดยใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนเป็นตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตามแนวคิดของเบสท์ (Best JW.๑๙๗๗) มีเกณฑ์ ๕ ระดับ คือ

ระดับ (Rating Scale)

- ๕ หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- ๔ หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- ๓ หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- ๒ หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- ๑ หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์วิเคราะห์

- คะแนนเฉลี่ย ๔.๕๐ – ๕.๐๐ หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย ๓.๕๐ – ๔.๔๙ หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- คะแนนเฉลี่ย ๒.๕๐ – ๓.๔๙ หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย ๑.๕๐ – ๒.๔๙ หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- คะแนนเฉลี่ย ๑.๐๐ – ๑.๔๙ หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สรุปผลสำรวจความพึงพอใจ พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ๔.๒๕ หัวข้อเว็บไซต์มีความสวยงาม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๐ ประเด็นเว็บไซต์มีความรวดเร็ว อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๗ ประเด็นเว็บไซต์ค้นหาได้ง่าย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๐ ประเด็นหมวดหมู่ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๔ ประเด็นเนื้อหาในเว็บไซต์มีประโยชน์ตามที่ต้องการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๔ ประเด็น

เนื้อหาในเว็บไซต์มีความสวยงาม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๒๑ และประเด็นเนื้อหาในเว็บไซต์มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๒ ตามลำดับ ดังข้อมูลในตารางที่ ๒

หัวข้อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เว็บไซต์มีความสวยงาม	๓๓.๔๓	๕๕.๔๗	๑๑.๒๘	๐.๕๕	๐.๒๘	๔.๒๐	๐.๔๕	พึงพอใจมาก
เว็บไซต์มีความรวดเร็ว	๓๓.๔๘	๕๐.๗๖	๑๓.๘๙	๑.๒๔	๐.๑๔	๔.๑๗	๐.๕๑	พึงพอใจมาก
เว็บไซต์ค้นหาได้ง่าย	๓๕.๕๙	๔๙.๙๓	๑๓.๖๒	๐.๘๓	๐.๑๔	๔.๒๐	๐.๕๐	พึงพอใจมาก
หมวดหมู่ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม	๓๖.๗๓	๕๑.๔๔	๑๐.๗๓	๐.๙๖	๐.๑๔	๔.๒๔	๐.๔๗	พึงพอใจมาก
เนื้อหาในเว็บไซต์มีประโยชน์ตามที่ต้องการ	๔๒.๕๐	๔๙.๒๔	๗.๗๐	๐.๔๑	๐.๑๔	๔.๓๔	๐.๔๒	พึงพอใจมาก
เนื้อหาในเว็บไซต์มีความสวยงาม	๓๔.๖๖	๕๒.๕๔	๑๑.๙๗	๐.๕๕	๐.๒๘	๔.๒๑	๐.๔๗	พึงพอใจมาก
เนื้อหาในเว็บไซต์มีความน่าสนใจ	๔๑.๑๓	๕๐.๖๒	๗.๒๙	๐.๘๓	๐.๑๔	๔.๓๒	๐.๔๓	พึงพอใจมาก
ภาพรวม						๔.๒๔		พึงพอใจมาก

ตารางที่ ๒ ผลสำรวจความพึงพอใจ (n = ๗๒๗)

๖. การนำไปใช้ประโยชน์/ผลกระทบ (การนำผลงานไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง และพัฒนางาน)

การนำหลักการ SEO มาใช้พัฒนาเว็บไซต์ในส่วนโครงสร้างของเว็บไซต์ และเนื้อหาของเว็บไซต์ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงเว็บไซต์มากขึ้น ประชาชนผู้ใช้งานที่ค้นหาความรู้ด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมมีโอกาสได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือจากกรมอนามัย และสามารถนำคำค้นหาสำคัญ (Keyword) ที่กำลังสนใจในช่วงเวลานั้น ไปผลิตสื่อเพื่อสื่อสาร ตอบโต้ข้อมูลที่ถูกต้อง และสร้างความรอบรู้ให้กับประชาชนต่อไป

๗. ความยุ่งยากและซับซ้อนในการดำเนินการ (ผลงานมีความยุ่งยากซับซ้อนในการดำเนินงานอย่างไร เช่น การตัดสินใจ แก้ปัญหา การใช้หลักวิชาการ หรือทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน การบูรณาการงาน หรือความยุ่งยากของผู้วิจัยในการจัดทำผลงาน)

การพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดียมีความยุ่งยากและซับซ้อนในการดำเนินการ ๒ ด้าน ดังนี้

๑) ด้านเทคนิค (Technical)

- เว็บไซต์อนามัยมีเดียก่อนการพัฒนา เป็นเว็บไซต์ที่มีการเขียนชุดโค้ดคำสั่งสำหรับเว็บไซต์โดยเฉพาะ และเครื่องมือพัฒนาเว็บไซต์ของกรมอนามัย Easy Web ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ไม่มีเครื่องมือในการเก็บสถิติและไม่รองรับการใช้หลักการ Search Engine Optimization (SEO) กับเว็บไซต์ การพัฒนาเว็บไซต์ควรวัดผลประสิทธิภาพเพื่อนำไปพัฒนาทั้งเว็บไซต์และเนื้อหาของเว็บไซต์ได้ ดังนั้นต้องใช้เครื่องมืออื่นที่สามารถรองรับการทำงานดังกล่าวได้ การดำเนินการจึงต้องมีการศึกษาความรู้เพิ่มเติมในการเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม
- ชื่อของเว็บไซต์ (Domain name) ตามหลักการ Search Engine Optimization (SEO) ควรใช้คำค้นหลัก (Keyword) เป็นส่วนหนึ่งของชื่อและสื่อถึงเนื้อหาของเว็บไซต์ อ่านเข้าใจทำให้ง่ายต่อการจดจำ เว็บไซต์อนามัยมีเดียก่อนการพัฒนาใช้ชื่อ multimedia.anamai.moph.go.th มาตั้งแต่พัฒนาขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดได้ใช้เครื่องมือทดสอบชื่อเว็บไซต์ พบว่าชื่อของเว็บไซต์มีอยู่ในฐานข้อมูลระบบเว็บไซต์สำหรับค้นหาและมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง จึงใช้ชื่อของเว็บไซต์ตามเดิม

๒) การบูรณาการกับหน่วยงานอื่น

- เว็บไซต์จำเป็นต้องมีพื้นที่ให้เว็บไซต์สามารถแสดงผลออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต (Hosting) ได้ การใช้บริการ Hosting มีค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ การดูแลพื้นที่ และยังเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเป็นรายเดือนหรือรายปี การขอใช้พื้นที่แม่ข่าย (Server) ของกรมอนามัยซึ่งมีมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์จึงทำให้ประหยัดงบประมาณในส่วนนี้ และยังมีความมั่นใจในความปลอดภัยของระบบอีกด้วย
- การรวบรวมข้อมูลสื่อจากทุกหน่วยงานภายในกรมอนามัยทำให้สื่อที่ได้รับมีความหลากหลายและสื่อไม่เป็นไปตามหลักการ Search Engine Optimization (SEO) จึงต้องมีกระบวนการในการคัดเลือกสื่อที่มีคุณภาพตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และมีการจัดทำแนวทางการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางอนามัยมีเดีย พร้อมแบบฟอร์มรายละเอียดสื่อเพื่อให้สามารถเผยแพร่สื่อตรงตามรูปแบบ SEO On - page

๘. ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ

- ๑) การใช้หลักการ Search Engine Optimization (SEO) ในการพัฒนาเว็บไซต์ ไม่สามารถวัดผลได้ทันทีที่ต้องมีระยะเวลาในการดำเนินการ และดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ ถึงจะส่งผลให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การวัดผลเพื่อทราบประสิทธิภาพการเข้าถึงจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเพื่อเก็บข้อมูล
- ๒) ในปัจจุบันที่การสื่อสารตอบโต้ข้อมูลสุขภาพต้องมีความรวดเร็วตามกระแสที่มีมากขึ้น การสื่อสารต้องถึงประชาชนให้ทันเหตุการณ์ แต่การสร้างเนื้อหาให้ตรงตามรูปแบบ SEO On - page มีรายละเอียดหลายอย่าง ทำให้ไม่สามารถสร้างเนื้อหาได้ตรงตาม SEO On - page ทั้งหมด
- ๓) สื่อของกรมอนามัยมาจากหลายหน่วยงานทำให้ไม่สามารถควบคุมเนื้อหาให้เป็นไปตามหลักการสร้างเนื้อหาด้วย SEO Content
- ๔) การลงข้อมูลสื่อที่ผลิตจากหน่วยงานภายในกรมอนามัยมีข้อกำหนดหลายอย่าง จึงทำให้ผู้ลงข้อมูลไม่สามารถลงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วเท่าการสื่อสารผ่านช่องทางอื่น เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ข่าว เป็นต้น

๙. ข้อเสนอแนะ (ให้เสนอข้อเสนอแนวคิด ๓ ด้าน ๑) ข้อเสนอเชิงนโยบาย ๒) ข้อเสนอเชิงปฏิบัติการ ๓) ข้อเสนอสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป)

๑) ข้อเสนอเชิงนโยบาย

- จัดทำแผนเพื่อการผลิตและเผยแพร่สื่อตามปฏิทินกิจกรรมของกรมอนามัยโดยเพิ่มหัวข้อตามสถานการณ์ และตามคำค้น (Keyword)
- ปรับปรุงคู่มือแนวทางการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางอนามัยมีเดีย แบบฟอร์มรายละเอียดสื่อ ให้เป็นปัจจุบัน และสื่อสารให้ผู้ที่ต้องใช้งานทราบ
- พัฒนาเครือข่ายผู้ผลิตสื่อภายในกรมอนามัย ด้านการพัฒนาสื่อตาม SEO Content และการดูทิศทางการสื่อสาร

๒) ข้อเสนอเชิงปฏิบัติการ

- ศึกษาพฤติกรรมประชาชนผู้ใช้งานเว็บไซต์ เช่น เมนูการใช้งาน หน้าเพจที่นิยมใช้งาน เพื่อทำการวิเคราะห์และพัฒนาเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับประชาชนมากขึ้น
- เพิ่มช่องทางการติดตามข้อมูล การแชร์เนื้อหา และการอ้างอิงเนื้อหา

๓) ข้อเสนอสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

- พัฒนาแนวทางการรวบรวมสื่อภายในกรมอนามัยให้เว็บไซต์อนามัยมีเดียเป็น One Stop Service

๑๐. การเผยแพร่ผลงาน (ถ้ามี)

- เผยแพร่ผลงานลงบนเว็บไซต์ของหน่วยงาน <https://borc.anamai.moph.go.th/th/research-academic>
- LIKE Talk Award ปีที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๖๓) ประเภทการจัดการความรู้

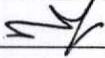
๑๑. ผู้มีส่วนร่วมในผลงาน (ถ้ามี)

- ๑) น.ส.ประภาพรรณ ปะพุทธะโร สัดส่วนของผลงาน ๘๐%
๒) นายสมเกียรติ ปฏิรูป สัดส่วนของผลงาน ๒๐%
๓) _____ สัดส่วนของผลงาน _____

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวเป็นความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ) _____
(นางสาวประภาพรรณ ปะพุทธะโร)
(ตำแหน่ง) นักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ
(วันที่) _____/_____/_____
ผู้ขอประเมิน

ขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวเป็นความจริงทุกประการ

รายชื่อผู้มีส่วนร่วมในผลงาน	ลายมือชื่อ
น.ส.ประภาพรรณ ปะพุทธะโร	
นายสมเกียรติ ปฏิรูป	

ได้ตรวจสอบแล้วขอรับรองว่าผลงานดังกล่าวข้างต้นถูกต้องตรงกับความเป็นจริงทุกประการ

(ลงชื่อ) _____
(นายคัมภีร์ งานดี)
(ตำแหน่ง) นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
(วันที่) _____/_____/_____
ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล

(ลงชื่อ) _____
(นายศุภฤกษ์ สือรุ่งเรือง)
(ตำแหน่ง) ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการกองส่งเสริมความรู้และสื่อสารสุขภาพ
(วันที่) _____/_____/_____
ผู้บังคับบัญชาที่เหนือขึ้นไป

หมายเหตุ : คำรับรองจากผู้บังคับบัญชาอย่างน้อยสองระดับ คือ ผู้บังคับบัญชาที่กำกับดูแล และผู้บังคับบัญชาที่เหนือขึ้นไป
อีกหนึ่งระดับ เว้นแต่ในกรณีที่ผู้บังคับบัญชาดังกล่าวเป็นบุคคลเดียวกัน ก็ให้มีการรับรองหนึ่งระดับได้

แบบเสนอแนวคิดการพัฒนาหรือปรับปรุงงาน
(ข้อเสนอแนวคิดที่จะพัฒนางานในตำแหน่งที่ขอรับการแต่งตั้ง)

๑. เรื่อง การพัฒนาระบบรายงานข้อมูลเชิงลึกแฟนเพจภายใต้กรมอนามัย (DOH Social Insight Dashboard)

๒. หลักการและเหตุผล (สรุปให้เห็นถึงความสำคัญและที่มาของปัญหา วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย
ที่มาของปัญหา

ข้อมูลจาก Thailand Digital Stat ๒๐๒๒ ของ We Are Social เผยว่ามีจำนวนคนไทยที่ใช้โซเชียลมีเดียมากถึง ๕๖.๘๕ ล้านคน ซึ่งเติบโตจากปีก่อนถึงร้อยละ ๓.๔ พบว่าคนไทยใช้เวลากับโซเชียลมีเดียเฉลี่ยวันละเกือบ ๓ ชั่วโมง ใช้โซเชียลมีเดียเฉลี่ยคนละ ๗.๖ แพลตฟอร์ม โดยเฟซบุ๊กยังคงเป็นโซเชียลมีเดียที่มีผู้ใช้งานมากเป็นอันดับหนึ่งถึงร้อยละ ๙๓.๓ ดังนั้น การสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะทางเฟซบุ๊ก จึงถือเป็นช่องทางสำคัญอีกหนึ่งช่องทางหนึ่งในการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมไปยังประชาชน โดยกรมอนามัยได้สร้างแฟนเพจในระบบเฟซบุ๊กชื่อ “กรมอนามัย” ขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ เพื่อเป็นอีกช่องทางการสื่อสารไปยังประชาชนทุกกลุ่มวัย

ปัจจุบันแฟนเพจกรมอนามัยมีผู้ติดตามจำนวน ๒๒๙,๐๐๐ คน มียอดการเข้าถึงในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ จำนวน ๑๓ ล้านคน จำนวนครั้งการเข้าถึงมากกว่า ๒๑ ล้านครั้งและมีจำนวนการส่งต่อข้อมูลมากกว่า ๔๙,๐๐๐ ครั้ง หน่วยงานภายใต้กรมอนามัยดำเนินการสื่อสารผ่านแฟนเพจของหน่วยงานตนเอง ด้วยชื่อหน่วยงานนั้น ๆ เช่น สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม สำนักส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น หรือใช้ชื่อโครงการสำคัญที่สื่อสาร เช่น วิวาทสร้างชาติ ก้าวทำใจ ๗ สัปดาห์รอบรู้สู่สุขภาพ เป็นต้น จากการสำรวจเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔ หน่วยงานภายใต้กรมอนามัยมีแฟนเพจทั้งสิ้น ๓๙ แฟนเพจ จาก ๔๓ หน่วยงาน แต่ละแฟนเพจ มีกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบแนวทางในการสื่อสารของหน่วยงานเอง และมีการแชร์ข้อมูลจากแฟนเพจกรมอนามัยด้วยเช่นกัน

จึงทำให้แต่ละแฟนเพจมีการบริหารจัดการ การดำเนินการภายใต้หน่วยงานเอง โดยไม่มีการบูรณาการข้อมูลร่วมกันและไม่มีการจัดเก็บสรุปข้อมูลเชิงลึกแฟนเพจไว้ เนื่องจากข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและการสรุปข้อมูลเชิงลึกมีหลายส่วนที่ต้องนำข้อมูลมารวมกัน ทำให้ใช้เวลาในการสรุปข้อมูลมากขึ้น หากต้องการข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในช่วงเวลานั้นจะต้องทำใหม่ทุกครั้ง แม้จะมีหลายขั้นตอนในการรวมข้อมูลเชิงลึก การนำข้อมูลเชิงลึกของแฟนเพจภายใต้กรมอนามัยมาวิเคราะห์จะช่วยให้สามารถกำหนดทิศทางการสื่อสาร วางแผนการสื่อสารผ่านแฟนเพจที่เป็นภาพรวมของกรมอนามัยได้

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์จัดทำแผนการสื่อสารผ่านแฟนเพจภายใต้หน่วยงานกรมอนามัย
๒. เพื่อเป็นเครื่องมือให้ผู้ดูแลแฟนเพจของหน่วยงานใช้ในการสรุปข้อมูลเชิงลึก
๓. เพื่อให้ผู้บริหาร ระดับหน่วยงาน ระดับกรม ผู้รับผิดชอบดำเนินการสื่อสาร มีช่องทางสำหรับเรียกดูสรุปข้อมูลเชิงลึกได้ตลอดเวลา
๔. เพื่อพัฒนารูปแบบการแสดงผลด้วยกระดานแสดงผล (Dashbord) มีความสวยงาม เข้าใจง่าย

เป้าหมาย

แผนการสื่อสารผ่านแฟนเพจภายใต้หน่วยงานกรมอนามัยมีทิศทางการสื่อสารเป็นไปตามแผนที่กำหนด และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถสร้างการเข้าถึงข้อมูลความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมได้เพิ่มมากขึ้น เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสามารถสรุปผลการดำเนินการและวางแผนการสื่อสารเฉพาะของแฟนเพจที่ดูแลได้เองจากข้อมูลเชิงลึกจากระบบ และยังช่วยลดภาระงานในการสรุปผลการดำเนินงานแฟนเพจเพราะสามารถดูผ่านระบบได้ทันที

๓. บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข (ให้แสดงเนื้อหา สำคัญ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนการดำเนินการ (Flowchart)

บทวิเคราะห์

แฟนเพจเป็นช่องทางการสื่อสารของเฟซบุ๊กที่แสดงผลข้อมูลเชิงลึกสำหรับนำไปวิเคราะห์ผลได้ ข้อมูลเชิงลึกของแฟนเพจจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของแฟนเพจ โดยแฟนเพจจะมีข้อมูลที่ใช้เป็นเกณฑ์วัดดังนี้

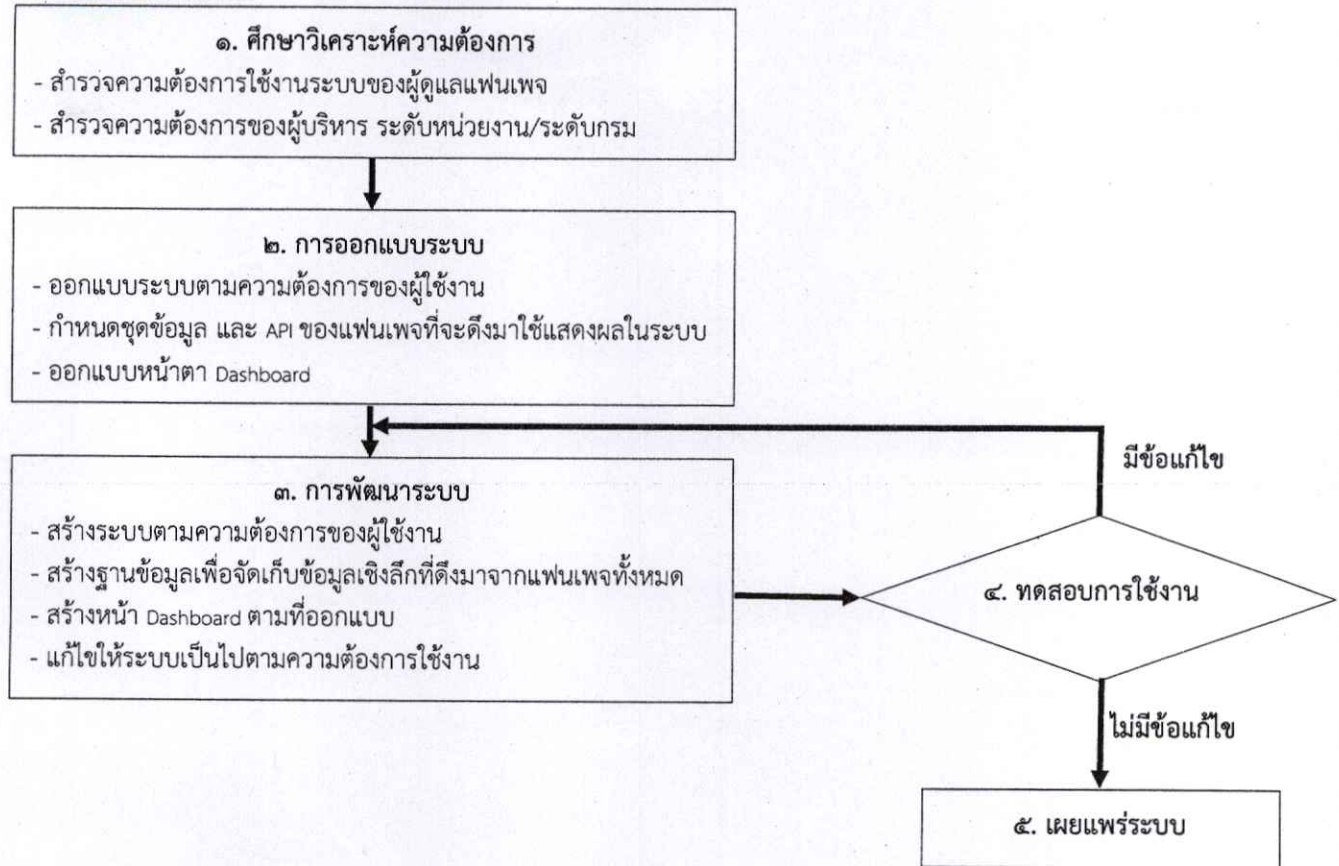
๑. จำนวนผู้เข้าถึง แบ่งเป็น จำนวนการเข้าถึง (Reach) คือ จำนวนคนที่เห็นเนื้อหาจากเพจของคุณหรือเกี่ยวกับเพจของคุณ และจำนวนอิมเพรสชั่น (Impression) คือ จำนวนครั้งที่เนื้อหาจากเพจของคุณหรือเกี่ยวกับเพจของคุณปรากฏบนหน้าจอของผู้อื่น
๒. จำนวนคลิกบนโพสต์ คือ จำนวนการคลิกที่รูปภาพ หรือลิงก์ของโพสต์
๓. การแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น และการแชร์ คือ การมีส่วนร่วมกับโพสต์หรือเพจ
๔. การเข้าชมวิดีโอทั้งหมดและรายละเอียดพฤติกรรมการชม

ผู้ดูแลแฟนเพจสามารถนำข้อมูลเชิงลึกที่เป็นเกณฑ์วัดของเพจมาใช้วัดประสิทธิภาพการสื่อสารว่าการสื่อสารแต่ละครั้งประชาชนสามารถเข้าถึงจำนวนเท่าไร แฟนเพจให้ความสนใจต่อสื่อหรือเนื้อหาในการสื่อสารครั้งนี้หรือไม่ และข้อมูลน่าสนใจมากพอให้แฟนเพจส่งต่อข้อมูลให้ผู้อื่นหรือไม่ อีกทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเนื้อหาที่ใช้สื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ผู้ดูแลแฟนเพจกรมอนามัยมีการดำเนินการสรุปผลการดำเนินงานจากข้อมูลเชิงลึกเป็นรายเดือน และรายปีเป็นประจำ แต่พบว่าแฟนเพจอื่น ๆ ที่อยู่ภายใต้กรมอนามัยมีการดำเนินการจัดเก็บหรือสรุปข้อมูลแค่บางแฟนเพจ ส่งผลให้ขาดข้อมูลการดำเนินการสรุปเป็นภาพรวมของกรมอนามัยทั้งหมด

ระบบรายงานข้อมูลเชิงลึกแฟนเพจภายใต้กรมอนามัย (DOH Social Insight Dashboard) มีการแสดงผลข้อมูลเชิงลึกในส่วนของการเข้าถึง จำนวนอิมเพรสชั่น จำนวนการแชร์ ที่เป็นเกณฑ์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพหลัก โดยระบบสามารถเลือกการแสดงผลได้ว่าจะให้แสดงเป็นรายแฟนเพจ รายหน่วยงาน รายคลัสเตอร์ หรือแสดงภาพรวมทั้งหมดของกรมอนามัย ในรูปแบบของกระดานแสดงผล (Dashboard) ที่แสดงผลสวยงาม เข้าใจง่าย และนำไปใช้นำเสนอเป็นผลการดำเนินการรายเดือน รายปี ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ได้ทันที โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังภาพที่ ๑

ขั้นตอนการดำเนินการ



ภาพที่ ๑ ขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาระบบรายงานข้อมูลเชิงลึกแผนเพจภายใต้กรมอนามัย
(DOH Social Insight Dashboard)

๔. ผลที่คาดว่าจะได้รับ (แสดงผลสำเร็จของงาน รวมถึงการนำผลงานไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง พัฒนางาน)

- มีแผนและแนวทางพัฒนาการสื่อสารผ่านช่องทางแผนเพจ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงข้อมูลของกรมอนามัยได้มากขึ้น
- มีระบบในการจัดเก็บข้อมูลเชิงลึกของแผนเพจภายใต้กรมอนามัย อย่างเป็นระบบและใช้งานง่าย
- มีข้อมูลเชิงลึกในการรายงานผลการดำเนินการให้ผู้บริหารทั้งในระดับหน่วยงานและระดับกรมใช้สำหรับวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินการ

๕. ตัวชี้วัดความสำเร็จ (ให้กำหนดเป็นตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมและสามารถวัดได้จริง)

- ผู้บริหาร ระดับหน่วยงาน ระดับกรม ผู้รับผิดชอบดำเนินการสื่อสาร สามารถดูข้อมูลเชิงลึกได้ผ่านหน้าเว็บไซต์ในลักษณะ Dashboard สรุปข้อมูล
- มีรายงานผลการดำเนินการรายเดือน และรายปี
- ความพึงพอใจของผู้ใช้งานอยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าระดับพึงพอใจปานกลาง

(ลงชื่อ) _____

(นางสาวประภาพรณ ปะพุดสะโร)

(ตำแหน่ง) นักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ

(วันที่) _____/_____/_____

ผู้ขอประเมิน