

ชื่อผู้รายงาน นางสาวประวิทย์ ภาณุจันทรศักดิ์
 (ข้อมูลการเบิกจ่ายจากระบบ GFMIS ณ วันที่...15...กันยายน...พ.ศ....2563...)

(1) ประเภทบ รายจ่าย :รายการ/กิจกรรม	(2) งบที่ได้รับตาม พรบ.ปี 62 พลางก่อน	(3) งบ ที่ได้รับตาม รายงาน GFMIS	(4) เบิกจ่ายแล้ว ณ สิ้น ไตรมาสที่ 3 (รายงานเป็นไตรมาส)		(5) แผน & ผลการเบิกจ่ายเงินแยกเป็นราย เดือน			(6) ยอดรวมแผน & ผลเบิกจ่าย สะสมทั้งสิ้น	(7) ร้อยละ การ เบิกจ่าย สะสม	(8) เป้าหมายการ เบิกจ่าย ณ สิ้น เดือนที่จัดทำ รายงาน	(9) เร่งรัดการเบิกจ่าย (+ บวกเพิ่ม = ต้องเร่งรัดเบิกเพิ่ม - ตัดลบ = เบิกเกินเป้าหมาย)
			จำนวนเงิน	ร้อยละ	ก.ค.63	ส.ค.63	ก.ย.63				
เป้าหมายการเบิกจ่ายตามมาตรการกรมอนามัย (แยกตามรายเดือน)					94	96	100				
1. งบดำเนินงาน	2,318,000.00	10,878,000.00								100	
กิจกรรม/รายการ											
- แผนการเบิกจ่ายเงิน			7,110,316.68		2,664,926.25	635,353.80	467,403.27	10,878,000.00		10,878,000.00	+ 333,835.67
- ผลการเบิกจ่าย			7,110,316.68		2,664,926.25	635,353.80	133,567.60	10,544,164.33	96.93		
2. งบลงทุน		143,795.00									
กิจกรรม/รายการ											
2.1 ค่าครุภัณฑ์		143,795.00								100.00	
- แผนการเบิกจ่ายเงิน			143,795.00		0.00	0.00	0.00	0.00			
- ผลการเบิกจ่าย			143,795.00		0.00	0.00	0.00	143,795.00	100.00		
รวมเงินงบลงทุน - แผน		143,795.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-	143,795.00	
รวมเงินงบลงทุน - ผล			0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
รวมแผน (งบดำเนินงาน+งบลงทุน)	2,318,000.00	11,021,795.00	7,254,111.68	65.82	2,664,926.25	635,353.80	467,403.27	11,021,795.00	-	11,021,795.00	+ 333,835.67
รวมผล (งบดำเนินงาน+งบลงทุน)			7,254,111.68		2,664,926.25	635,353.80	133,567.60	10,687,959.33	96.97		


 (.....นายวินัย...รอดไทร.....)
 ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการศูนย์สื่อสารสาธารณะ
 ลงวันที่ ... 16...กันยายน...2563...

1. สรุปรายงานผลการเบิกจ่าย ประจำเดือน...กันยายน...2563..

รายงานสรุปผลการประชุมคณะกรรมการ

1.1 กรณีเบิกจ่ายได้ตามเป้าหมาย (ระบุเหตุผล)

- มีการประชุมคณะทำงานติดตามเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณ เป็นประจำทุกเดือนและเร่งรัดการเบิกจ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กรมกำหนด

1.2 กรณีไม่สามารถเบิกจ่ายได้ตามเป้าหมาย (ระบุเหตุผล)

2.มาตรการ / แนวทาง ในการเร่งรัดการเบิกจ่าย

2.1 กรณีเบิกจ่ายได้ตามเป้าหมาย มีแนวทางในการพัฒนาเร่งรัดการเบิกจ่าย คือ

- กำหนดแผนการเบิกจ่ายให้ผ่านตามไตรมาส และตามตัวชี้วัดดำรงรองปฏิบัติราชการกรมอนามัย

- มีการประชุมคณะทำงานติดตามเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณ เป็นประจำทุกเดือน เพื่อติดตามการดำเนินงานให้เบิกจ่ายเป็นไปตามเป้าหมายของกรมอนามัย

2.2 กรณีเบิกจ่ายไม่ได้ตามเป้าหมาย มีแนวทางในการพัฒนาเร่งรัดการเบิกจ่าย คือ

รายงานสถานะการใช้จ่ายงบประมาณข้อมูล ณ 15.9.63 เวลา 11.00น. *	งบหน่วยงานฯ สุทธิ	ใบสั่งซื้อ/สัญญา	เบิกจ่ายสะสม	งบคงเหลือ
2100900007 ศูนย์สื่อสารสาธารณะ	11,021,795.00	20,000.00	10,687,959.33	313,835.67
2100930722000000 รายการงบประจำ	1,248,000.00	-	1,248,000.00	-
2100932716000000 รายการงบประจำ	330,000.00	-	321,091.65	8,908.35
2100932744000000 รายการงบประจำ	4,490,000.00	20,000.00	4,365,072.68	104,927.32
2100935701000000 รายการงบประจำ	3,160,000.00	-	3,160,000.00	-
2100935701110077 กล้องดิจิทัล ขนาดเซนเซอร์ 35 มิลลิเมตร พ	124,000.00	-	124,000.00	-
2100935701110270 แก้วผู้บริหาร	6,500.00	-	6,500.00	-
2100935701110271 ตู้เอกสาร 2 บานเปิด 3 ฟุต	13,295.00	-	13,295.00	-
2100937741000000 รายการงบประจำ	1,300,000.00	-	1,100,000.00	200,000.00
2100947737000000 รายการงบประจำ	350,000.00	-	350,000.00	-

* หมายเหตุ : เนื่องจากเดือน ก.ย. เป็นช่วงการเบิกจ่าย ดังนั้นข้อมูลผลการเบิกจ่ายจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอย่างรวดเร็ว

รายงานการประชุมศูนย์สื่อสารสาธารณะ
ครั้งที่ 10 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563
วันพุธที่ 2 กันยายน 2563 เวลา 09.00 – 16.30 น.
ณ ห้องประชุมศูนย์สื่อสารสาธารณะ อาคาร 2 ชั้น 1 กรมอนามัย

ผู้มาประชุม

1. นายวินัย	รอดไทโร	ผู้อำนวยการศูนย์สื่อสารสาธารณะ	ประธาน
2. นางสาวรัตน	อสุวพงษ์พัฒนา	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการพิเศษ	
3. นายคัมภีร์	งานดี	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ	
4. นางสาวประวิณนุช	กาญจนจรศักดิ์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ	
5. นายพงษ์ศักดิ์	เทศน์ธรรม	นายช่างศิลป์ชำนาญงาน	
6. นางสาวภูริยา	ศรีนวล	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ	
7. นางสาวประภาพรณ	ปะพุทธะโร	นักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ	
8. นางสาวสุทธิฉันท	กล้าพลสวัสดิ์	นายช่างศิลป์ปฏิบัติงาน	
9. นางอรพิน	ท้ายวัด	พนักงานพิมพ์ ส4	
10. นางสาวนันทพร	นันทิวฒน์	พนักงานพิมพ์ ส 3	
11. นายณัฐพงศ์	พันธุ์ศาสตร์	นักประชาสัมพันธ์	
12. นางสาวศุภานัน	จันทร์ตรี	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	
13. นางสาวรัชกร	คูหาทองเจริญ	นักประชาสัมพันธ์	
14. นางสาวกุลวดี	ปันฟ้า	นักจัดการงานทั่วไป	
15. นางสาวกรกนก	สายทอง	นักประชาสัมพันธ์	
16. นายอภิชาติ	เกิดทองเล็ก	นักจัดการงานทั่วไป	
17. นายปรัชญา	เมืองมณี	พนักงานขับรถยนต์	
18. นางสาวสุตามาศ	วุฒิสาร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	

ผู้ไม่มาประชุม (ลาพักผ่อน)

1. นางสาวณพาท	เตี้ยสุด	นักประชาสัมพันธ์
2. นายนพรัตน์	อินทร์ทิม	นักนิเทศศิลป์

เริ่มประชุมเวลา 09.00 น.

ประธานกล่าวเปิดการประชุม

ระเบียบวาระที่ 1 เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

นายวินัย รอดไทโร ผู้อำนวยการศูนย์สื่อสารสาธารณะ ประธานแจ้งในที่ประชุม ดังนี้

1. ขอแสดงความยินดีกับข้าราชการใหม่ นางสาวประภาพรณ ปะพุทธะโร นักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ ได้รับคำสั่งแต่งตั้งบรรจุเป็นข้าราชการเนื่องในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีคำสั่งให้มาปฏิบัติราชการในวันที่ 24 สิงหาคม 2563

2. สถานการณ์ผู้ติดเชื้อ COVID-19 ขณะนี้ ประเทศเพื่อนบ้านเรามีการระบาดในรอบที่ 2 โดยเฉพาะในสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า ทำให้ขณะนี้ประเทศไทยประกาศปิดโรงเรียนในฝั่งชายแดน เพื่อความปลอดภัย
 3. ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ขับเคลื่อนการดำเนินงาน ทำให้ผลการเบิกจ่ายของศูนย์สื่อสารสาธารณะ ในเดือนที่ผ่านมา ผ่านเป้าหมายของกรมอนามัย
 4. กรมอนามัยได้กำหนดให้ทุกหน่วยงานวิเคราะห์กระบวนการทำงาน (FTE) จึงขอความร่วมมือทุกกลุ่มช่วยดูในรายละเอียด และแจ้งให้กลุ่มยุทธฯ รับทราบ
 5. มอบหมายให้กลุ่มยุทธฯ จัดทำรายละเอียดการขึ้นตำแหน่งสูงของแต่ละบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าในอาชีพ
 6. มอบหมายให้ทุกท่านจัดทำแบบรายงานรายงาน Portfolio เพื่อเก็บรายละเอียดการทำงานของตนเอง โดยจะให้เริ่มในปีงบประมาณ 2564
 7. อธิบดีกรมอนามัยชื่นชมศูนย์สื่อสารสาธารณะ ในการนำเสนอผลสำรวจความต้องการและความคาดหวังของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวของกรมอนามัย
- มติที่ประชุม รับทราบ

ระเบียบวาระที่ 2 เรื่องรับรองรายงานการประชุม

- รับรองรายงานการประชุมรายงานการประชุมศูนย์สื่อสารสาธารณะ ครั้งที่ 9 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563
- มติที่ประชุม รับรองรายงานการประชุม

ระเบียบวาระที่ 3 เรื่องเพื่อพิจารณา

แผนการดำเนินงานของศูนย์สื่อสารสาธารณะ และการติดตามผลการดำเนินงานตามคำรับรองปฏิบัติราชการ ประจำปี 2563 จำนวน 9 ตัวชี้วัด

กลุ่มงาน	ตัวชี้วัด
กลุ่มยุทธศาสตร์และ พัฒนาองค์กร	2.1 ร้อยละความสำเร็จของการควบคุมกำกับบริหาร 2.3 ร้อยละของการเบิกจ่ายงบประมาณ 2.5 ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน 1.28 ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19
กลุ่มสื่อสารและรณรงค์	2.4 ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนกรมอนามัยก้าวสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูงตามแนวทาง PMQA 2558 / PMQA 4.0 1.25 จำนวนงานวิจัย หรือผลงานวิชาการ หรือนวัตกรรมที่ดำเนินการ/ ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างน้อย 1 เรื่องในรอบปี F1 ระดับความสำเร็จของการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์
กลุ่มสื่อสารสาธารณะ	2.2 ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนองค์กรสร้างสุข F2 ระดับความสำเร็จของการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์

นางสาวประวิณนุช กาญจนขจรศักดิ์ หัวหน้ากลุ่มยุทธศาสตร์และพัฒนางองค์กร นำเสนอตัวชี้วัดที่กลุ่มยุทธศาสตร์และพัฒนางองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบหลัก จำนวน 4 ตัวชี้วัด ดังนี้

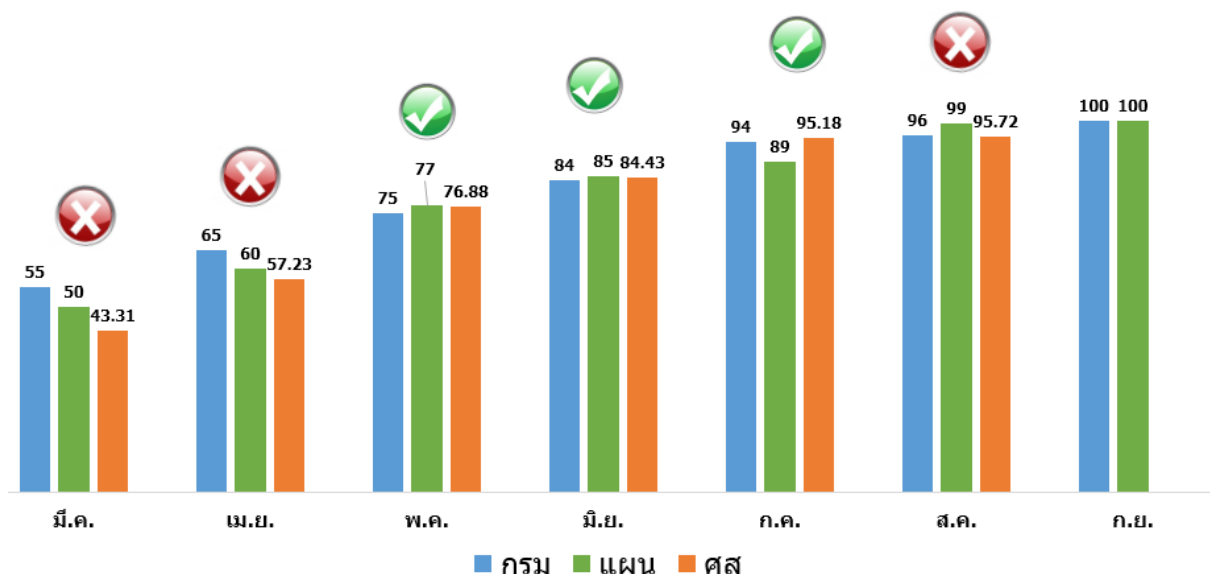
1) ตัวชี้วัด 2.1 ร้อยละความสำเร็จของการควบคุมกำกับบริหาร (รอบ 6 เดือนหลัง)

ลำดับ	รายละเอียด	ระยะเวลา	ผลการดำเนินงาน
แผนการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในประจำหน่วยงาน			
1	ตรวจสอบภายในประจำหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ 2563 ไตรมาสที่ 2 (มกราคม – มีนาคม 2563) ไตรมาสที่ 3 (เมษายน – มิถุนายน 2563) ไตรมาสที่ 4 (กรกฎาคม – กันยายน 2563)	ไตรมาสที่ 2 ภายใน 15 เมษายน 2563 ไตรมาสที่ 3 ภายใน 15 กรกฎาคม 2563 ไตรมาสที่ 4 ภายใน 15 ตุลาคม 2563	ดำเนินการแล้ว ดำเนินการแล้ว -รอดำเนินการ-
2	สรุปปัจจัยเสี่ยง และนำเสนอผู้บังคับบัญชาได้รับทราบ (ถ้ามี)	ไตรมาสที่ 4 ภายใน 15 ตุลาคม 2563	-คืนเงินสดเกิน 20 % 1 ราย (ประวิณนุช)

การดำเนินงานตามแผนในขณะนี้ ผู้ตรวจสอบภายในประจำหน่วยงานต้องดำเนินการตรวจสอบภายใน ไตรมาส 4 (กรกฎาคม – กันยายน 2563) ภายในวันที่ 15 ตุลาคม 2563 โดยในรอบนี้ มีความเสี่ยง 1 เรื่อง คือ การคืนเงินยืมราชการ (เงินสด) เกิน 20% จำนวน 1 ราย ทั้งนี้ ได้ทำบันทึกชี้แจงเหตุผล และความจำเป็นแจ้งเหตุผลและขออนุมัติคืนเงินยืมราชการเกิน 20 % เนื่องจากศูนย์สื่อสารสาธารณะได้รับมอบหมายให้จัดประชุมฯ เร่งด่วน เพื่อจัดทำแผนการสื่อสารสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพประจำปี 2564 จึงขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่เข้าร่วมเป็นคณะทำงานในการจัดประชุมฯ ดังกล่าว แต่เมื่อถึงกำหนดวันประชุมฯ พบว่าเจ้าหน้าที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติภารกิจสำคัญในการจัดทำข่าวและผลิตสื่อสารสาธารณะของกรมอนามัย จึงไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ ส่งผลให้ยอดการคืนเงินเกิน 20% เรียบร้อยแล้ว

มติที่ประชุม รับทราบ

2) ตัวชี้วัดที่ 2.3 ร้อยละของการเบิกจ่ายงบประมาณ (รอบ 6 เดือนหลัง)





แผนการเบิกจ่ายงบประมาณ เดือน กันยายน 2563

รายการ	จำนวนเงิน
จัดประชุมศูนย์สื่อสาร ครั้งที่ 10/2563	3,800.00
จ้างเหมา เดือน ก.ย. 63	26,000.00
ค่าน้ำดื่ม	2,500.00
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง+ค่าทางด่วน	1,500.00
ค่าใช้จ่ายไปราชการ	8,000.00
ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ New Nomal ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ (กลุ่มสื่อสารฯ)	100,000.00
จัดกิจกรรมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพแบบ New Nomal ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ (กลุ่มรณรงค์)	160,000.00
จ้าง Clipping ข่าวออนไลน์	40,000.00
จ้างรวบรวมและวิเคราะห์สื่อออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก 36 หน่วยงานของกรมอนามัย (ส่งงานแล้ว-รอตรวจรับ)	130,000.00
รวม	471,800.00

เบิกจ่ายสะสม ณ วันที่ 1.9.63	10,550,501.73
คืนเงินสด	-24,936.00
รวมเบิกจ่ายเดือน สิงหาคม	10,525,565.73
แผนเบิกจ่ายเดือน กันยายน	471,800.00
รวมเบิกจ่ายเดือน กันยายน	10,997,365.73
ร้อยละ	99.78

เป้าหมายกรม เดือนกันยายน ร้อยละ 100

งบประมาณทั้งหมด 11,021,795.00 ข้อมูล GF ณ วันที่ 1/9/63

ผลการเบิกจ่ายเดือนสิงหาคม 2563 จำนวน 10,525,565.73 บาท คิดเป็นร้อยละ 95.72 ไม่ผ่านเป้าหมายการเบิกจ่ายงบประมาณของกรมอนามัย ที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 96 เนื่องจาก ได้รับมอบหมายให้จัดการประชุมฯ และจัดงานกิจกรรมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ มติชนเฮลท์แคร์ โดยได้ขอรับสนับสนุนงบประมาณเพิ่มเติมจากกรมอนามัย 600,000 บาท

สำหรับแผนการเบิกจ่ายเดือนกันยายน 2563 คาดว่าจะเบิกจ่ายได้ 471,800 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.78 สำหรับงบประมาณที่คงเหลือ จะมีการกันไว้สำหรับการเดินทางไปราชการ ค่าทางด่วน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ

มติที่ประชุม รับทราบ

3) ตัวชี้วัดที่ 2.5 ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน (รอบ 6 เดือนหลัง)

ลำดับ	โครงการ	กิจกรรม	✓	ยังไม่แล้วเสร็จ
✓ 1 1,550,000	โครงการผลิตสื่อสร้างความรอบรู้สุขภาพดีสู่การเป็นต้นแบบองค์กรรอบรู้ด้านสุขภาพ และพัฒนาระบบอนามัยมีเดีย เพื่อรองรับราชการดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563	4	(4) ผลิตคู่มือ 7 สัปดาห์ ข้อวัตรศีลปฏิบัติ พัฒนาช่องทางสื่อสาร SEO อนามัยมีเดีย (ส.ค.)	-เสร็จสิ้น-
2 1,920,000	โครงการสร้างความรอบรู้การกิจกรรมอนามัยผ่านสื่อสาธารณะและพัฒนาภาคีเครือข่ายด้านการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563	6	(5) ผลิตโปสเตอร์ ภาพวิทัศน์ ผลิตโปสเตอร์รณรงค์ InFo จ้างหนังสือพิมพ์ จ้างทีวี	(1) Clipping (น.ย.)
3 620,000	โครงการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายหน่วยงาน (รอบ 6 เดือนหลัง) และพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ศูนย์สื่อสารสาธารณะ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563	6	(2) ฝึกอบรมประชาสัมพันธ์ Covid วัสดุสำนักงาน	(4) ค่าจ้างเหมาบริการ ประชุม ไปราชการ นอกเวลาราชการ
✓ 4 500,000	โครงการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพและป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผ่านสื่อสาธารณะ	1	(1) LED	-เสร็จสิ้น-
✓ 5 500,000	โครงการผลิตคลิปความรู้แนะนำการสร้างสุขอนามัยทางไกล COVID-19	1	(1) คลิปความรู้	-เสร็จสิ้น-
✓ 6 17,500.85	โครงการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายหน่วยงาน ประจำปี 2563 (ยกมาจาก 6 เดือนแรก)	3	(3) บริหารจัดการหน่วยงาน จ้างถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม	-เสร็จสิ้น-

ลำดับ	โครงการ	กิจกรรม	✓	ยังไม่แล้วเสร็จ
✓ 7 97,134.60	โครงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการสื่อสารสาธารณะ ประจำปีงบประมาณ 2563 (ยกมาจาก 6 เดือนแรก)	3	(3) Clipping online จากโซเชียลมีเดีย บริหารจัดการหน่วยงาน	-เสร็จสิ้น-
✓ 8 100,000	โครงการผลิตสื่อสร้างความรอบรู้สู่สุขภาพดี ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ประเภทป้ายไวนิล ติดตั้งสะพานลอย	1	(1) ไวนิลสะพานลอย	-เสร็จสิ้น-
9 330,000	โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารสาธารณะผ่านโซเชียลมีเดีย และสื่อสารประชาสัมพันธ์ มาตรการเปิดเมืองเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอกที่ 2	4	(2) ป้ายเปิดเมือง ประชุมเชิงปฏิบัติการ	(2) จ้างประมวลผลFB บริหารจัดการหน่วยงาน
10 1,500,000	โครงการผลิตสื่อเพื่อสร้างความรอบรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพภายใต้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal)	3	(3) หนังสือการ์ตูน สติ๊กเกอร์ ชุดแรงจูงใจ	-เสร็จสิ้น-
✓ 11 400,000	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการสรุปผลงานและวางแนวทางการขับเคลื่อนกลุ่มภารกิจเรียนรู้เรียนรู้ และกลุ่มภารกิจสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ กรมอนามัย ปี 2564	1	(1) การประชุมเชิงปฏิบัติการ สรุปผลงาน	-เสร็จสิ้น-
12 200,000	โครงการส่งเสริมคนไทยรอบรู้ด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมแบบ New normal ผ่านสื่อสาธารณะ	2		(2) สื่อหนังสือพิมพ์ จัดกิจกรรมชุมชน
	รวม	35	26	9

กลุ่มยุทธศาสตร์และพัฒนางานองค์กร ดำเนินการปรับปรุงข้อมูลแผนปฏิบัติการของหน่วยงานในระบบ DOC เรียบร้อยแล้ว และขอรายงานผลการปฏิบัติงานตามแผน ณ วันที่ 1 กันยายน 2563 จำนวน 9 โครงการในระบบ DOC โดยยังไม่ได้ลงข้อมูลโครงการที่ 10 -12 เนื่องจากระบบ DOC ยังไม่เปิดให้ปรับแผนปฏิบัติการฯ ทั้งนี้ หากรวมทั้งหมด 12 โครงการ 35 กิจกรรม ดำเนินการแล้วเสร็จ 26 กิจกรรม อยู่ระหว่างดำเนินการ 9 กิจกรรม

มติที่ประชุม รับทราบ

4) ตัวชี้วัดที่ 1.28 ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19

ขั้นตอน	รายละเอียด	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
1. Assessment	- รวบรวม สรุปข้อมูล - วิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การควบคุม	- รายงานสถานการณ์โควิด-19ในประเทศไทย - เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และกระประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต - แผนการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต 3 เทคนิคการจัดการการสื่อสารที่นักสื่อสารยุค COVID-19 ต้องมี - กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ - ความรู้สำหรับประชาชนทั่วไป COVID-19 - คู่มือสำหรับเจ้าหน้าที่ COVID-19 - ผลสำรวจชี้พฤติกรรมป้องกันตนเองจากโควิด-19 ปชช. 75.7% ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา
2. Advocacy / Intervention	มีข้อเสนอเชิงนโยบาย / มีข้อเสนอมาตรการ / มีประเด็นความรู้ให้ผู้บริหาร	- วิเคราะห์การวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 - นโยบายการสื่อสารสาธารณะในภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 - มาตรการการสื่อสารที่รวดเร็วทันเวลาและสถานการณ์ - มาตรการพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ - มาตรการพัฒนาลังข้อมูลข่าวสารที่สามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว และครบถ้วน

สรุปผลการดำเนินงานตามขั้นตอนที่ 1 ในข้อมูลและความรู้ที่เกี่ยวข้อง และการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ต่างๆ ได้แก่ รายงานสถานการณ์โควิด-19ในประเทศไทย เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และกระประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต แผนการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต 3 เทคนิคการจัดการการสื่อสารที่นักสื่อสารยุค COVID-19 ต้องมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้สำหรับประชาชนทั่วไป COVID-19 คู่มือสำหรับเจ้าหน้าที่ COVID-19 ผลสำรวจชี้พฤติกรรมป้องกันตนเองจากโควิด-19 ปชช. 75.7% ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา ฯลฯ

สำหรับในขั้นตอนที่ 2 ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 (ด้านการสื่อสารสาธารณะ หรือการสื่อสารในภาวะวิกฤติ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้แก่ประชาชน) โดยได้วิเคราะห์ด้านสถานการณ์การระบาดของโรค ด้านพฤติกรรมสุขภาพประชาชน ด้านการสื่อสารและให้ข้อมูลข่าวสาร จึงได้กำหนดนโยบาย มาตรการ และแผนปฏิบัติงานเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอน	รายละเอียด	ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง												
3. Management and Governance	มีวิธีการขับเคลื่อนนโยบาย /มาตรการ/ขับเคลื่อนการให้ความรู้	แผนการขับเคลื่อน - ร่วมประชุมกับคณะทำงาน EOC - จัดทำแผนการสื่อสาร - ผลการดำเนินงานตามมาตรการการสื่อสารที่รวดเร็วทันเวลาและสถานการณ์ - ผลการดำเนินงานมาตรการพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ - ผลการดำเนินงานตามมาตรการพัฒนาค้นข้อมูลข่าวสารที่สามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว และครบถ้วน												
4. Output ผลผลิต กระบวนการตาม	ผลผลิตตามนโยบาย /มาตรการ/ขับเคลื่อนการให้ความรู้	อยู่ระหว่างดำเนินการ												
5. Outcome	จำนวนผู้ติดเชื้อภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นระดับประเทศ (เป้าหมายคือไม่มีผู้ติดเชื้อในช่วงระยะเวลาที่กำหนด นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม - 30 กันยายน 2563)	รอผลภาพรวมของประเทศ <table><tr><td>คะแนนที่ได้</td><td>0.2</td><td>0.4</td><td>0.6</td><td>0.8</td><td>1.0</td></tr><tr><td>ผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น (ราย)</td><td>4</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td><td>0</td></tr></table>	คะแนนที่ได้	0.2	0.4	0.6	0.8	1.0	ผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น (ราย)	4	3	2	1	0
คะแนนที่ได้	0.2	0.4	0.6	0.8	1.0									
ผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น (ราย)	4	3	2	1	0									

ทั้งนี้ ในขั้นตอนที่ 3 – 4 อยู่ระหว่างการรวบรวมผลการดำเนินงาน จากกลุ่มสื่อสารสาธารณะ และกลุ่มสื่อสารและรณรงค์ต่อไป

มติที่ประชุม รับทราบ และมอบผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

นางศุภรัตน์ อสุพงษ์พัฒนา หัวหน้ากลุ่มสื่อสารและรณรงค์ นำเสนอผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดที่กลุ่มสื่อสารและรณรงค์เป็นผู้รับผิดชอบหลัก จำนวน 3 ตัวชี้วัด โดยได้ดำเนินการครบถ้วนตามคำรับรองดังนี้

5) ตัวชี้วัดที่ 2.4 ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนกรมอนามัยก้าวสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูงตามแนวทาง PMQA 2558 / PMQA 4.0 กลุ่มสื่อสารและรณรงค์ได้วางแผนการดำเนินการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย และแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอนามัย รอบ 6 เดือนหลัง (เมษายน – กันยายน 2563) ซึ่งได้มีการดำเนินงานครบทั้ง 3 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ดำเนินการเมื่อ	หมายเหตุ
1.การปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย โดยการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับการ ค้นหาในตำแหน่งที่ดีที่สุด หรือติดหน้าแรกของ Search Engine (ทำ SEO)	(เมษายน – กันยายน 2563)	ได้ทดสอบการใช้งานตามมาตรการที่กำหนดใหม่เรื่องการปฏิบัติตามคู่มือแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอนามัยในเดือนสิงหาคม 2563 ครบถ้วนสำเร็จแล้ว	พัฒนา เรื่องการทำ inbound marketing และปรับปรุงเมนูการสืบค้นต่างๆในอนามัยมีเดียให้ค้นหาได้ง่ายยิ่งขึ้น

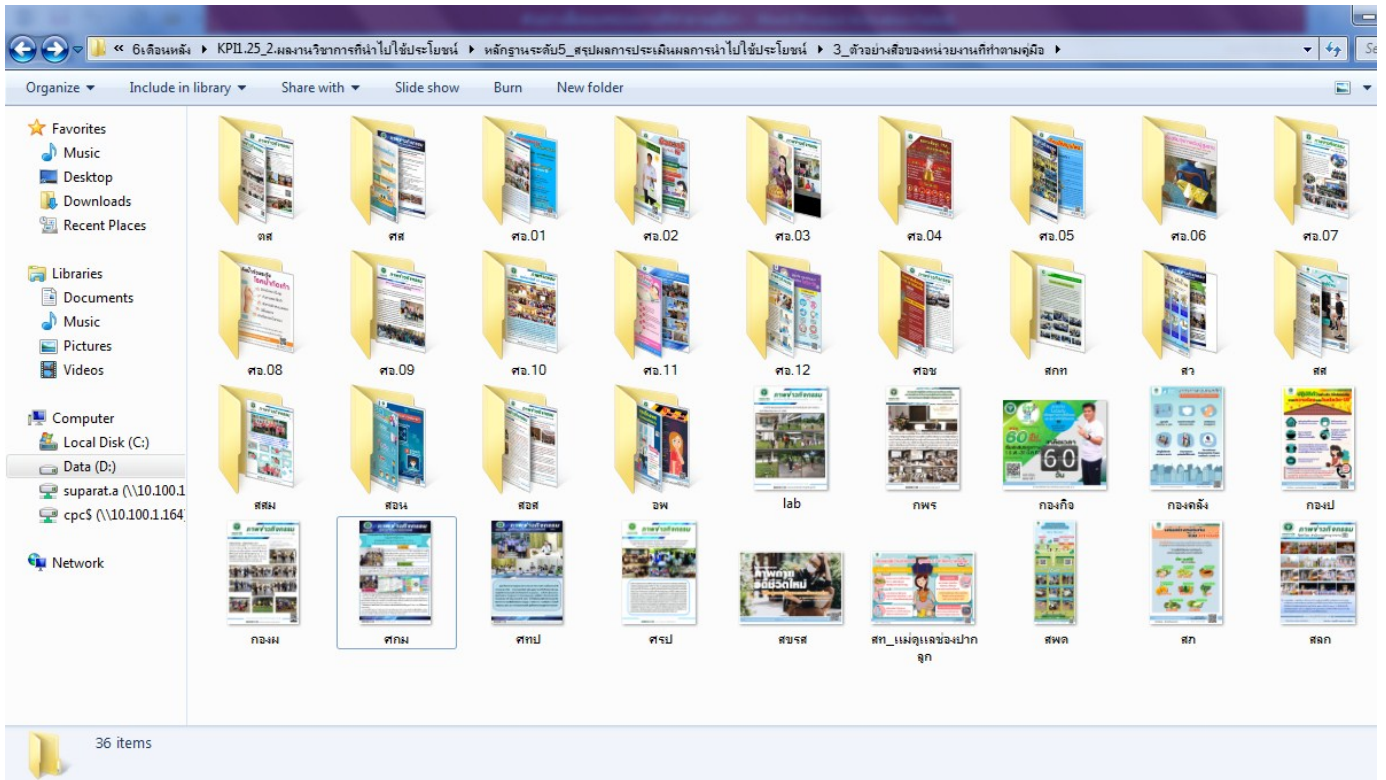
กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ดำเนินการเมื่อ	หมายเหตุ
2.หน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) นำข้อเสนอแนะไปพัฒนาในหน่วยงาน	(เมษายน – กันยายน 2563)		มีการชี้แจงที่ประชุมและทำหนังสือกำกับติดตามหน่วยงานให้ใช้คู่มือแนวทางฯ ในการผลิตสื่อผ่านอนามัยมีเดีย ให้ครบ 100% ตามเป้าหมาย
3.ติดตามและประเมินผลการใช้ประโยชน์จากหน่วยงานภายในกรม	(กรกฎาคม – กันยายน 2563)	กันยายน 2563	การกำกับติดตามการนำคู่มือแนวทางไปใช้พัฒนาสื่อในความรับผิดชอบพบว่า 36 หน่วยงานมีการดำเนินงานตามคู่มือ 100%

จากกิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย ซึ่งมีการปรับแต่งโปรแกรมเว็บไซต์อนามัยมีเดียให้ติดอันดับการ ค้นหาในตำแหน่งที่ดีที่สุด หรือติดหน้าแรกของ Search Engine (ทำ SEO) เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งมีการปรับปรุงเมนูให้ค้นหาได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยขณะนี้สามารถสืบค้นเมนู บทความ คลังภาพ ค้นหาได้ง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ย SEO ของหน้าเว็บ อยู่ที่ 91 ซึ่งเป็นระดับที่ดีมาก

กิจกรรมที่ 2 หน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) นำข้อเสนอแนะไปพัฒนาในให้ใช้คู่มือแนวทางฯ ในการผลิตสื่อผ่านอนามัยมีเดีย ให้ครบ 100% พบว่า ทุกหน่วยงานมีการดำเนินงานออกแบบสื่อตามคู่มือแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอนามัย ซึ่งระยะแรกในการดำเนินงานที่จัดทำคู่มือฯ ศูนย์สื่อสารให้การแจ้งในที่ประชุมเครือข่ายด้านการสื่อสาร และพบว่าหน่วยงานยังไม่ปฏิบัติตามคู่มือครบ 100 % รวมทั้งในช่วงเดือนมีนาคม 2563 ที่มีสถานการณ์โควิด ได้มีการปรับโลโก้ที่ใช้ในการสื่อสาร โดยเพิ่มสัญลักษณ์ Clean Together ที่ใช้คู่กับตราสัญลักษณ์กรมอนามัย ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาการออกแบบสื่อของกรมอนามัยเป็นทิศทางเดียวกัน ศูนย์สื่อสารสาธารณะ จึงได้แจ้งในที่ประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนภารกิจสนับสนุน 7/2563 เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2563 ณ ห้องประชุมกำธร สุวรรณกิจ อาคาร 1 ชั้น 1 กรมอนามัย วาระที่ 4.1 การใช้งาน Template กลางในการผลิตสื่อ และการบริหารจัดการสื่อโซเชียล Link เอกสารการประชุม

e-meeting.anamai.moph.go.th/list_agenda.php?id=96/newsser/agenda_description.php?agenda_description=96

รวมทั้งได้จัดทำหนังสือแจ้งเวียนให้ทุกหน่วยงานให้ความร่วมมือปฏิบัติตามคู่มือฯ พบว่า 36 หน่วยงานของกรมอนามัยมีการดำเนินการตามคู่มือฯ คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งจากการกำกับติดตามการดำเนินงานพบว่า ทุกหน่วยงานภายในกรมได้ให้ความร่วมมือในการปรับปรุงการออกแบบสื่อให้เป็นไปตามคู่มือเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารของหน่วยงาน ทั้งในเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก ทั้งนี้ เป็นที่น่าชื่นชมว่าหน่วยงานสายสนับสนุน ซึ่งไม่มีองค์ความรู้ด้านวิชาการ แต่มีการประยุกต์ใช้ข้อมูลจากศูนย์สื่อสารสาธารณะในการแชร์ข้อมูลผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของหน่วยงาน รวมทั้งมีการใช้ template ภาพกิจกรรมในการรายงานการประชุมของหน่วยงานในทิศทางเดียวกันตามที่ได้ขอความร่วมมือไว้



กิจกรรมที่ 3 ติดตามและประเมินผลการใช้ประโยชน์จากหน่วยงานภายในกรม สามารถสรุปชิ้นงานที่ผลิตและเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์กรมอนามัย ตามคู่มือแนวทางฯ ดังนี้

Baseline data	หน่วยวัด	6 เดือนหลัง	ผลงานสะสมถึง ส.ค. 2563
การผลิตสื่อ	ชิ้น	280	662
การเข้าถึง	คน	7,391,300	23,384,588
การส่งต่อ	ครั้ง	18,627	66,721
การเผยแพร่	ช่องทาง	Social Media : Facebook / Youtube / Line@ / website / twitter	

ทั้งนี้ จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ศูนย์สื่อสารสาธารณะสามารถดำเนินการได้บรรลุเป้าหมายทั้งปี 2563 เรียบร้อยแล้ว และได้เพิ่มความเข้มข้นในการพัฒนาชิ้นงานสื่อสารของกรมอนามัยให้ตรงใจประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มเติมในการผลิตสื่อที่มี content ตรงใจประชาชน และมียอดการเข้าถึงเพิ่มขึ้นต่อเดือนไม่น้อยกว่า 200,000 คน ซึ่งเดือนสิงหาคมมียอดการเข้าถึงเพิ่มจากเดือนกรกฎาคม 770,568 คน และเป็นประเด็นที่ทีมงานจะนำมาวิเคราะห์ความสำเร็จในการดำเนินงานเผยแพร่ต่อไป

มติที่ประชุม รับทราบ

6) ตัวชี้วัดที่ 1.25 ระดับความสำเร็จของหน่วยงาน มีจำนวนงานวิจัย หรือผลงานวิชาการ หรือนวัตกรรมที่ดำเนินการได้อย่างน้อย 1 เรื่อง และถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างน้อย 1 เรื่อง โดยตัวชี้วัดนี้ได้วางแผนการศึกษาวิจัย 2 เรื่อง โดยได้จัดส่งเอกสารหลักฐานตัวชี้วัดที่ 1.25 ให้สำนักงานคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ตามหนังสือที่ สร 0939.03/467 ลงวันที่ 28 สิงหาคม 2563 เรียบร้อยแล้ว สำหรับรายละเอียดการดำเนินงานในครึ่งปีงบประมาณ 2563 หลัง ประกอบด้วย

2.1 มีจำนวนงานวิจัย หรือผลงานวิชาการ หรือนวัตกรรมที่ดำเนินการได้อย่างน้อย 1 เรื่อง (กรณี R2R) ซึ่งปีนี้วางแผนการศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลและพฤติกรรมสุขภาพของประชาชนเพื่อวางแผนการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กรมอนามัย : กรณีศึกษา ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม 7 สัปดาห์รอบรู้สุขภาพดี ซึ่งมีแผนการดำเนินงาน 3 ระยะ ได้แก่ ก่อนดำเนินการวิจัย ระยะดำเนินการวิจัย และระยะประเมินผล โดยมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานในระยะ 6 เดือนหลัง ซึ่งเป็นระยะประเมินผล (เมษายน – กันยายน 2563) ดังนี้

กิจกรรมที่ 3 ระยะประเมินผล (Evaluation Phase)

1. การทบทวนเอกสารหลักฐาน บรรณกรรม รายงานผลการศึกษา (เมษายน – มิถุนายน 2563) โดยภายหลังจากการที่ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และจัดทำรายงานการวิจัยฉบับร่าง และส่งเสนอผลงานใน Poster presentation งานประชุมวิชาการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ครั้งที่ 13 พ.ศ.2563 แล้วนั้น ขณะนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนเอกสารหลักฐาน บรรณกรรม รายงานผลการศึกษา ให้ครอบคลุม เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาผลงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยในปีต่อไป เรียบร้อยแล้ว

2. สรุปรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (มิถุนายน – กรกฎาคม 2563) โดยผู้วิจัยวางแผนในการสรุปรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ให้แล้วเสร็จในเดือนกรกฎาคม 2563 ซึ่งขณะนี้ได้จัดทำสรุปบทที่ 5 เรียบร้อยแล้ว

3. นำเสนอผลงาน เนื่องจากปี 2563 ประเทศไทยและทั่วโลกประสบปัญหาการระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้การนำเสนอผลงานปีนี้เป็น การส่งผลงานผ่านช่องทางการประชุมวิชาการแบบ online ซึ่งเบื้องต้นได้ส่งผลงานเข้าประกวดในประเภท Poster presentation งานประชุมวิชาการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ครั้งที่ 13 พ.ศ.2563 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 26-28 พฤษภาคม 2563 เรียบร้อยแล้ว

2.2 มีจำนวนงานวิจัย หรือผลงานวิชาการ หรือนวัตกรรมถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างน้อย 1 เรื่อง ซึ่งได้คัดเลือกกระบวนการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย และจัดทำแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอนามัยเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน ที่มาใช้พัฒนางานในความรับผิดชอบ จำนวน 8 กิจกรรม โดยมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานแล้วเสร็จในครึ่งปีงบประมาณหลัง (เมษายน – กันยายน 2563) จำนวน 3 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 6 การปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย โดยการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับการค้นหาในตำแหน่งที่ดีที่สุด หรือติดหน้าแรกของ Search Engine (ทำ SEO) ซึ่งกำหนดแล้วเสร็จในเดือน มิถุนายน 2563 ในการปรับปรุงระบบ ฟังก์ชันการทำงาน การพัฒนา inbound marketing โดยขณะนี้สามารถปรับปรุงให้การสืบค้นเมนู บทความ คลังภาพ ค้นหาได้ง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ย SEO ของหน้าเว็บ อยู่ที่ 91 ซึ่งเป็นระดับที่ดีมาก

การวิเคราะห์ ประสิทธิภาพ เว็บไซต์ ก่อนการปรับปรุง

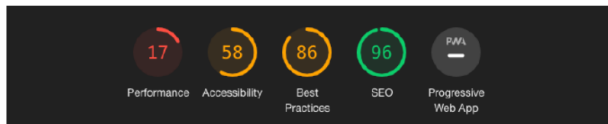
จะทดสอบประกอบด้วย

1. **Performance:** ความเร็วของเว็บไซต์ (แต่ละหน้า)
2. **Progressive Web App:** คุณภาพในการรองรับแต่ละอุปกรณ์
3. **Best practices:** ทดสอบคุณภาพของเว็บว่าเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องหรือไม่
4. **Accessibility:** ประสิทธิภาพในการใช้งานเว็บไซต์ ของผู้ใช้งานประเภท โดยจะเน้นที่ **Performance และ SEO** เป็นหลัก เช่น>ผู้พิการ
5. **SEO:** คุณภาพของเว็บไซต์ ที่จะสามารถค้นหาได้ในระบบการค้นหา

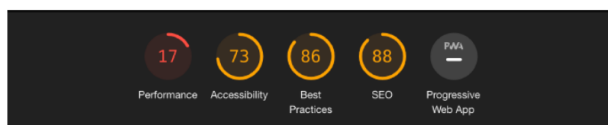
0-49 50-89 90-100

การวิเคราะห์ ประสิทธิภาพ เว็บไซต์ ก่อนการปรับปรุง

หน้า>หลัก



หน้า>หมวดหมู่



ติดตามการ ดำเนินการ (16 ส.ค. 63)

การเพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน>ที่ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว

- เพิ่มเมนู Anamai Toon
- เพิ่มฟังก์ชันให้ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข menu ได้เอง
- เพิ่มการแสดงผลแบนเนอร์ใน article ของ sub menu
- กำหนดให้รูปประจำเรื่องแสดงผลในรูปแบบของ Thumbnail เท่านั้น
- ปรับปรุง sub menu ในหน้า สารสุขภาพ ให้มาแสดงผลด้านข้างแทน
- เพิ่มการแสดงผลของสื่อทั้งหมด
- เพิ่มฟอนต์>สำหรับใส่ใน เนื้อหา
- พัฒนา API สำหรับดึงข้อมูลไปแสดงที่แพลตฟอร์มอื่น

กิจกรรมที่ 7 หน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย นำข้อเสนอแนะไปพัฒนาในหน่วยงาน เป็นการกำกับติดตามการใช้งานคู่มือแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอนามัยเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน เพื่อพัฒนา template สื่อที่นำมาขึ้นในเว็บไซต์อนามัยมีเดียที่เป็นทิศทางเดียวกัน สามารถสร้างภาพการจดจำสื่อของกรมอนามัยอย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมที่ 8 ติดตามและประเมินผลการใช้ประโยชน์จากหน่วยงานภายในกรม ที่มีการนำสื่อขึ้นอเนกมัยมีเดีย เป็นไปตามแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอเนกมัยเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน ซึ่งขณะนี้หน่วยงานในกรมมีการนำไปใช้ร้อยละ 100 ในจำนวนนี้มีกองคลัง ที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนไม่มีการผลิตและเผยแพร่สื่อผ่านทางช่องทางสื่อสารของหน่วยงาน

ทั้งนี้ ผลงานดังกล่าวยังผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศการประกวด Like Talk ซึ่งประกาศผลการตัดสินเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2563 ด้วย

ทั้งนี้ กลุ่มสื่อสารและรณรงค์ ได้จัดทำเอกสารตัวชี้วัดงานวิจัย 1.25 ส่งสำนักงานคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามคำรับรองการปฏิบัติราชการเรียบร้อยแล้ว

มติที่ประชุม รับทราบ

7) ตัวชี้วัดที่ F1 ระดับความสำเร็จของการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มี 1 กิจกรรมที่ดำเนินงานในครึ่งปีงบประมาณหลัง คือ การดำเนินงานกิจกรรมผลิตและเผยแพร่การดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย / สร้าง content ดีๆ โดนๆ (ดยอดการเข้าถึง) และสร้าง content ดีๆ โดนๆ (ดยอดแชร์) ซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 4 ช่องทางกรมอเนกมัย : Facebook / Youtube / Line@ / website ทั้งนี้ จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ศูนย์สื่อสารสาธารณะสามารถดำเนินการได้บรรลุเป้าหมายทั้งปี 2563 เรียบร้อยแล้ว และได้เพิ่มความเข้มข้นในการพัฒนาชิ้นงานสื่อสารของกรมอเนกมัยให้ตรงใจประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มเติมในการผลิตสื่อที่มี content ตรงใจประชาชน และมียอดการเข้าถึงเพิ่มขึ้นต่อเดือนไม่น้อยกว่า 200,000 คน โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานผลิตและเผยแพร่สื่อฯ ประจำเดือนสิงหาคม 2563 ดังนี้

สรุปผลการผลิตชิ้นงานเผยแพร่ผ่าน Social Media (เมษายน – สิงหาคม 2563)

ปีงบประมาณ 2563			
เป้าหมายรูปแบบ	จำนวน (ชิ้น)	ผลิตได้รูปแบบ	จำนวน (ชิ้น)
Banner	150	Banner	374
Info graphic	105	Info graphic	120
exhibition	1	exhibition	5
Cartoon	79	Cartoon	82
อื่นๆ (โปสเตอร์/ ไลน์ ถุงผ้า/ แผ่นพับ/ Roll up)	65	อื่นๆ (โปสเตอร์/ ไลน์ ถุงผ้า/ แผ่นพับ/ Roll up)	81
รวม	280	รวม	662

- การผลิตชิ้นงาน ตั้งเป้าหมายที่ 280 ชิ้นงาน สามารถดำเนินการได้ 662 ชิ้นงาน แบ่งเป็น banner 374 ชิ้นงาน info graphic 120 ชิ้นงาน นิทรรศการงานงาน site visit สำนักงานกพร.หมวด 2 งาน นิทรรศการสนามหลวงเฉลิมพระเกียรติ ร.10 งานก้าวทำใจ และงานวันแม่แห่งชาติ จำนวน 5 ชิ้น cartoon 82 ชิ้นงาน และอื่น ๆ 81 ชิ้นงาน ซึ่งบรรลุเป้าหมายการผลิตสื่อเรียบร้อยแล้ว

- การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพของประชาชน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตั้งเป้าหมายที่ 7,391,300 คน สามารถดำเนินการได้ 23,384,588 คน แบ่งเป็นการเข้าถึงจากช่องทาง facebook 19,734,171 คน / Youtube 2,334,736 คน / anamai media 996,964 คน Twitter 305,635 คน และ line@ 13,082 คน

-การส่งต่อข้อมูลสุขภาพ ตั้งเป้าหมายที่ 18,627 คน สามารถดำเนินการได้ 66,721 คน แบ่งเป็นการแชร์ข้อมูลสุขภาพจากช่องทาง facebook 66,689 คน และ line@ 32 คน ตามตารางสรุป Social Media (สิงหาคม 2563) ดังนี้

สค_Summary Social 31 63 - Excel (Product Activation Failed)

suparat asuwaphongphathana

FILEHOMEINSERTPAGE LAYOUTFORMULASDATA REVIEWVIEWADD-INSACROBAT

ClipboardFontAlignmentNumberStylesCellsEditing

16

Summary Social Update ช่วง 62 - 30 กันยายน 63

					Youtube (8,398)			Anamaimedia (website)							line OA (3,052)				Twitter (616)	
	Reach	Impressions	Engagement	shared	Reach & Impressions	Views from Impressions	Unique viewers	ผู้เยี่ยมชม		ช่องทางทางการเข้าถึง					Impressions	No. of posts	Engagement	No. of shares	Reach	
เดือน	ยอดรวมการเข้าถึง (รวมการแชร์ซ้ำ)	ยอดรวมจำนวนครั้งที่มองเห็น (รวมจำนวนการแชร์ซ้ำ)	ยอดรวมการมีส่วนร่วม (ผู้คลิก/ลิ้น)	ยอดแชร์จากเพื่อน	ยอดรวมการเข้าถึงและจำนวนครั้งที่มองเห็นและแสดงอยู่บน	ยอดรวมการเข้าถึงและจำนวนครั้งที่มองเห็น	ยอดรวมการเข้าถึงและจำนวนครั้งที่มองเห็น	ผู้เยี่ยมชม	Return visitor	Organic Search	Direct	Social	referral	จำนวนครั้งที่มองเห็น	จำนวนโพสต์	Click-Like-Comment	จำนวนที่แชร์	จำนวนการเข้าถึง		
Oct-62	623,702	965,446	24,681	2,497	270,709	13,823	10,911	14,482	4,250	677	83	2,603	2,508	30	200	1	2	3	9,649	
Nov-62	493,749	691,085	24,944	2,621	191,468	13,180	8,134	8,604	2,263	574	29	1,035	1,181	29	590	23	-	-	17,200	
Dec-62	323,120	529,685	16,805	1,845	226,606	12,609	12,397	6,320	1,298	318	27	758	496	35	270	7	-	-	9,386	
Jan-63	899,059	1,203,767	45,466	502	216,859	16,452	8,889	30,403	15,297	1,574	11,487	2,177	1,894	138	974	15	3	4	31,500	
Feb-63	1,021,273	1,466,053	53,949	16,674	200,299	16,401	8,642	51,183	24,145	2,930	21,068	2,956	2,248	109	1,569	13	33	7	49,700	
Mar-63	3,417,422	4,592,239	244,429	13,070	243,172	35,055	9,151	134,384	65,873	7,500	41,443	12,272	11,649	440	344	1	25	3	10,100	
Apr-63	2,455,407	4,102,105	145,510	14,685	175,006	13,464	6,947	117,250	50,438	6,419	39,272	10,089	3,023	278	1,025	4	41	1	40,000	
May-63	1,436,186	2,389,065	61,542	6,056	193,357	11,602	7,357	103,139	52,535	7,308	47,570	4,880	1,862	299	1,600	9	141	8	87,100	
Jun-63	1,177,251	1,871,130	49,400	5,156	154,258	12,651	6,149	261,793	97,127	15,484	71,543	14,856	9,899	3,793	2,683	12	190	6	27,700	
Jul-63	821,619	1,264,948	24,511	2,487	206,671	14,497	9,713	126,299	70,498	10,305	62,489	6,650	1,315	508	3,129	27	91	-	11,600	
Aug-63	373,161	658,628	13,774	1,098	256,335	15,463	14,445	56,800	12,692	73,834	1,167	1,392	300	798	4	38	-	-	11,700	
Sep-63																				
รวม	13,041,949	19,734,171	705,291	66,689	2,334,736	176,427	102,755	996,964	470,221	65,781					13,082	116	564	32	305,635	
สรุปยอด		การเข้าถึง (B + E + H + I)	23,384,558																	
		การแชร์ซ้ำ	66,721																	

post n.ย. Summary ส.ค. post ส.ค. n.ค. post n.ค. มิ.ย. post มิ.ย. พ.ค. ...

ENTER

100%

สำหรับการผลิตสื่อที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กรมอนามัยที่มีการเข้าถึงสูงสุด แชร์สูงสุด และมียอดไลค์สูงสุด 3 ลำดับแรก ประจำเดือนสิงหาคม 2563 ได้แก่

โพสต์ที่มีคน **เข้าถึง** สูงที่สุด 3 ลำดับแรก

COVID-19 ผู้ป่วยโควิด

ผู้สูงอายุต้องระวัง
อย่าลืม 8 ข้อต่อไปนี้:

1. สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
2. เว้นระยะห่างจากผู้อื่น
3. หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด
4. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับผู้อื่น
5. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับพื้นผิวสาธารณะ
6. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับสัตว์เลี้ยง
7. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับขยะ
8. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับน้ำสกปรก

Reach : 17,145
อนามัยตูน

COVID-19 ผู้ป่วยโควิด

ผู้ป่วยโรคเรื้อรังต้องระวัง
เสี่ยงป่วยง่าย

1. สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
2. เว้นระยะห่างจากผู้อื่น
3. หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด
4. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับผู้อื่น
5. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับพื้นผิวสาธารณะ
6. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับสัตว์เลี้ยง
7. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับขยะ
8. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับน้ำสกปรก

Reach : 15,363
โฟโต้ซีรีย

COVID-19 ผู้ป่วยโควิด

ช่วงเทศกาลสงกรานต์
ระวัง!

1. สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา
2. เว้นระยะห่างจากผู้อื่น
3. หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด
4. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับผู้อื่น
5. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับพื้นผิวสาธารณะ
6. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับสัตว์เลี้ยง
7. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับขยะ
8. หลีกเลี่ยงการสัมผัสกับน้ำสกปรก

Reach : 15,341
อนามัยตูน

โปสเตอร์ที่มีคน **ไลค์** สูงที่สุด 3 ลำดับแรก



มติที่ประชุม รับทราบ

นายคัมภีร์ งานดี หัวหน้ากลุ่มสื่อสารสาธารณะ แจ้งประธานและที่ประชุมทราบถึงความก้าวหน้าการดำเนินงานตามคำรับรองปฏิบัตินโยบาย ประจำปี 2563 ในรอบ 6 เดือนหลัง โดยแบ่งเป็น 2 ตัวชี้วัด ดังนี้

8) ตัวชี้วัด 2.2 ระดับความสำเร็จของการขับเคลื่อนองค์กรสร้างสุข

● ตัวชี้วัด 2.2.1 บุคลากรในองค์กรมีสุขภาพดี (Happy Body)

1) การสมัครเข้าร่วมกิจกรรมโครงการ “ก้าวทำใจ season 2” ของศูนย์สื่อสารสาธารณะได้มีการสมัครครบทุกคน คิดเป็นร้อยละ 100 โดยจะขอผลการดำเนินงานสุดท้ายภายในเดือนกันยายน 2563 ต่อไป

2) การตรวจสุขภาพของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้มีการส่งหลักฐานการตรวจสุขภาพแล้วร้อยละ 90 โดยผู้รับผิดชอบจะได้รวบรวมหลักฐานการเข้ารับตรวจสุขภาพของพนักงานราชการให้ครบทุกคนต่อไป

3) การประเมินความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเส้นเลือดหัวใจและหลอดเลือด ด้วยโปรแกรม https://www.rama.mahidol.ac.th/cardio_vascular_risk/thai_cv_risk_score/ นั้น บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ได้เข้ารับการประเมินครบทุกคนคิดเป็นร้อยละ 100

4) การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดในตัวชี้วัด 2.2.1 ขณะนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการในบางกิจกรรม และบางกิจกรรมได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว รายละเอียดตามตารางที่แนบ

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีสุขภาพดี

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 3 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
ศูนย์สื่อสาร สุขภาพดี สิ่งแวดล้อมดี มีความสุข	จาก 6 มาตรการสำคัญที่ศูนย์สื่อสารได้กำหนด คือ (อ. อาหาร อ.ออกกำลังกาย อ.อนามัย สิ่งแวดล้อม อ.อารมณ์ อ.อุปถัมภ์ และ อ. อิตตา) ได้เลือกเพียง 3 อ. ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีสุขภาพดี คือ อ. อาหาร อ. ออกกำลังกาย อ. อนามัย สิ่งแวดล้อม	อ.อาหาร - กินอาหารตามโภชนาการ - ลดหวาน มัน เค็ม - เมินสุขภาพ	แลก (กัน) รู้ เมนูบ้าน	เพื่อให้บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านโภชนาการผ่านการเขียนเรื่องราวและสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยกิจกรรมนี้ยังคงเน้นย้ำมาตรการที่กำหนดคือ อ.อาหาร เรียนรู้ร่วมกันผ่านการเล่าเรื่อง	ร้อยละความร่วมมือของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะต่อการเข้าร่วมกิจกรรม (ร้อยละ 100)	มิถุนายน – กันยายน 2563	- นางศุภรัตน์ - นางสาวสุธิจันทร์ - นางสาวพาร - นางสาวกุลดี - นางสาวนันทพร - นางสาวศุภาณัน
				ผลการดำเนินงาน			ข้อสังเกตจากกิจกรรม
				บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ดำเนินการต่อกิจกรรมนี้แล้วจำนวน 11 คน (จาก 18 คน) คิดเป็นร้อยละ 61.11			Out Come

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 3 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
		อ. ออกกำลังกาย ออกกำลังกายเพื่อสร้างสุขภาพดี	ออกกำลังกายสบาย ๆ รอบโต๊ะ	เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการกระตุ้นให้เพื่อนร่วมงานได้ร่วมกัน ออกกำลังกายด้วยรูปแบบการยืดเหยียดผ่อนคลายภายในบริเวณโต๊ะทำงานของตัวเอง เพื่อสร้างสุขภาพดีให้เกิดขึ้น	ร้อยละความร่วมมือของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะต่อการเข้าร่วมกิจกรรม (ร้อยละ 100)	มิถุนายน – กันยายน 2563	- นางสาวประวีณัฐ - นายพงษ์ศักดิ์ - นางประภาพรรณ - นายอภิชาติ - นางสาวกรรณา - นายณัฐพงศ์
				ผลการดำเนินงาน			ข้อสังเกตจากกิจกรรม
				    			กิจกรรม "ออกกำลังกายสบาย ๆ รอบโต๊ะ" ได้รับความร่วมมือจากบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ทำได้ง่าย ทำได้จริง เป็นการสร้างสุขภาพดีให้กับตนเอง และสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำด้วย

Out Come

จากการดำเนินกิจกรรมพบว่า บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะร้อยละ 100 ได้เข้าร่วมเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 3 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
				เพื่อให้บุคลากรศูนย์สื่อสารได้มีความสำคัญต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในหน่วยงาน โดยเฉพาะได้ะทำงานให้สะอาด เป็นระเบียบ ลดการสะสมของฝุ่น และแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์นำโรค	ร้อยละความร่วมมือนี้ออกบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะมีการจัดการสภาพแวดล้อม (ร้อยละ 100)	มิถุนายน - กันยายน 2563	- นายคัมภีร์ - นางสาวภูษา - นางอรพิน - นายพชรินทร์ - นางสาววิภากร
				ผลการดำเนินงาน			ข้อสังเกตจากกิจกรรม
		อ.อนามัย สิ่งแวดล้อม จัดการอนามัย สิ่งแวดล้อมภายใน หน่วยงาน ได้ะทำงาน ลดแหล่งสะสมฝุ่น และสัตว์นำโรค	บ้านสิ่งแวดล้อมดี ได้มีระเบียบ	before	After		กิจกรรม บ้านสิ่งแวดล้อมดี ได้มีระเบียบ เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นการจัดการสภาพแวดล้อมบนโต๊ะทำงานของตัวเองให้สะอาดน่ามอง สะอาดเรียบร้อย ซึ่งการเริ่มต้นจากได้ะทำงานจะเป็นการจูงใจให้ทุกคนได้ช่วยการจัดการสภาพแวดล้อมไปยังพื้นที่อื่น ๆ ภายในหน่วยงานต่อไปทั้งนี้ การจัดกิจกรรมนี้ปรากฏว่าทุกคนยังสนใจ ความร่วมมือที่ดีขึ้นที่จะจัดการได้ะทำงานของตัวเองเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้สะอาด เป็นระเบียบครบทุกคน คิดเป็นร้อยละ 100
							Out Come จากการดำเนินกิจกรรมพบว่า บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะร้อยละ 100 ได้ความร่วมมือนำเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

เอกสารหลักฐานแสดงการวิเคราะห์ / สังเคราะห์ข้อมูลของหน่วยงานศูนย์สื่อสารสาธารณะ
ตัวชี้วัด ๒.๒.๒ การจัดการข้อมูลและความรู้ (Data Management & Knowledge Management)

วิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามแผนในรอบ ๖ เดือนแรก					
สถานการณ์	เงื่อนไข	ปัจจัยกำหนดข้อมูลความรู้ของบุคลากรในองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลง	สังเคราะห์ปัจจัยหรือเงื่อนไขที่มีนัยสำคัญ (Critical Factors) ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ		กำหนดกิจกรรมหรือมาตรการสำคัญ (Key activities)
			เชิงบวก	เชิงลบ	
ดำเนินการจัดการข้อมูลและความรู้ DM & KM ตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายทั้ง ๓ กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มงานก็จะมีองค์ความรู้ที่กระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารต่าง ๆ สำหรับใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งภายหลังจากดำเนินการได้มีการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานเรียบร้อยแล้ว คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐	การจัดการข้อมูลและความรู้ DM & KM ของศูนย์สื่อสารสาธารณะดำเนินการภายใต้เงื่อนไขที่จำกัด คือ ผู้ปฏิบัติงานภายในศูนย์สื่อสารสาธารณะมีองค์ความรู้ที่หลากหลายด้านตามกลุ่มงานและการกิจที่ได้รับมอบหมาย แบ่งตามลักษณะงานเป็น ๓ กลุ่มหลักคือกลุ่มสื่อสารและแรงจูงใจกลุ่มสื่อสารสาธารณะ และกลุ่มยุทธศาสตร์และพัฒนาองค์กร ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีองค์ความรู้ที่กระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารต่าง ๆ สำหรับใช้ในการปฏิบัติงาน	ภาระงานที่ได้รับมอบหมาย คือปัจจัยที่กำหนดข้อมูลความรู้ของบุคลากรในองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากความเข้าใจในงานและความถนัดในงานแต่ละประเภทที่ได้รับมอบหมาย หากได้มีพูดคุย เรียนรู้ และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของแต่ละคนออกมา ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรได้ โดยเฉพาะการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างกลุ่มงานที่สอดคล้องกับภารกิจที่ต้องร่วมกันรับผิดชอบ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในงาน และทำให้ทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย	การจัดการข้อมูลและความรู้ DM & KM ของศูนย์สื่อสารสาธารณะ เกิดการจัดการและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้อย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การพัฒนาความรู้ที่จำเป็นของบุคลากรในหน่วยงานทั้ง ๓ กลุ่มงาน เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนางานที่ได้รับมอบหมายให้เกิดประสิทธิภาพต่อหน่วยงานต่อไป	ผู้ปฏิบัติงานภายในศูนย์สื่อสารสาธารณะมีองค์ความรู้ที่หลากหลายด้านตามกลุ่มงานและการกิจที่ได้รับมอบหมายตามลักษณะงาน การสร้าง ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้งหมดอาจจะทำได้ยาก และต้องใช้ระยะเวลา	เพื่อให้การจัดการข้อมูลและความรู้ DM & KM ของศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นไปในแนวทางเดียวกัน จึงควรกำหนดประเด็น หรือ Key Message หลัก เพื่อให้บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ของตนเองออกมาให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการที่ได้กำหนดใน อ.ที่ ๖ คือ อัตตา : ความรู้ในภารกิจที่ตนเองรับผิดชอบ

ตัวชี้วัด 2.2.3 ความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร (Employee Engagement : EE)

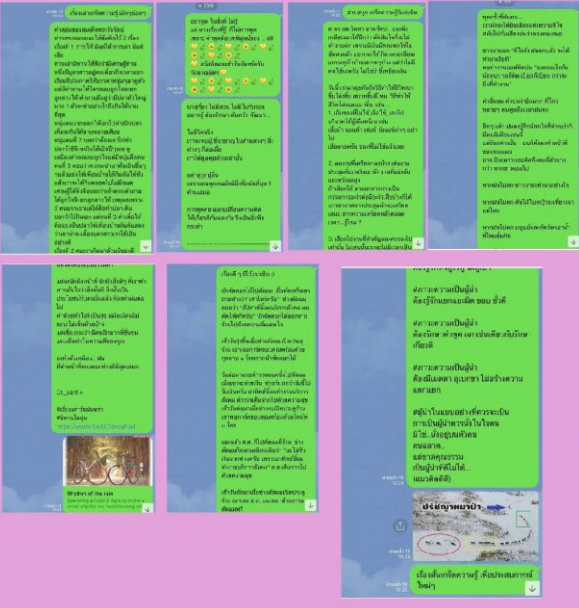
จากการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดในตัวชี้วัด 2.2.1 ขณะนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการและติดตามผลการดำเนินงานในบางกิจกรรม และบางกิจกรรมได้ดำเนินการแล้วเสร็จ รายละเอียดตามตารางที่แนบ

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรในหน่วยงาน

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 4 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
คุณสมบัติที่สำคัญที่องค์กรต้องการคือ (อ.อาหาร อ.ออกกำลังกาย อ.อนามัย สิ่งแวดล้อม อ.อารมณ์ อ.อบอุ่น และ อ.อึดทน) ได้เลือกเพียง 4 อ. ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร มีคุณภาพที่ดี	จาก 6 มาตรการสำคัญที่องค์กรต้องการได้กำหนดคือ (อ.อาหาร อ.ออกกำลังกาย อ.อนามัย สิ่งแวดล้อม อ.อารมณ์ อ.อบอุ่น และ อ.อึดทน) ได้เลือกเพียง 4 อ. ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร มีคุณภาพที่ดี	อ.อาหาร - กินอาหารตามใจ - ทดหวาน มัน เค็ม - เมนูสุขภาพ	แลก (กัน) รู้ เมนูบ้าน	เพื่อให้บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านโภชนาการผ่านการเขียนเรื่องราวและสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของหน่วยงาน โดยกิจกรรมนี้ยังคงเน้นยึดตามหลักการที่กำหนดคือ อ.อาหาร เรียนรู้ร่วมกันผ่านการเล่าเรื่อง	ร้อยละความร่วมมือของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะต่อการเข้าร่วมกิจกรรม (ร้อยละ 100)	มิถุนายน - กันยายน 2563	- นานศุภรัตน์ - นางสาวสุวิมล - นางสาวเพ็ญ - นางสาวกมล - นางสาวจันทร์ - นางสาวศุภานัน
				ผลการดำเนินงาน			ข้อสังเกตจากกิจกรรม
				บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ดำเนินการต่อกิจกรรมนี้แล้วจำนวน 11 คน (จาก 18 คน) คิดเป็นร้อยละ 61.11			
							Out Come

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 4 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
		อ.อารมณ์ ทำจิตใจให้แจ่มใส เรียนรู้เรื่องราวผ่าน การเล่า ย่น เขียน ลดความเครียด	รู้ไว้...ไม่เสียเปล่า	เพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน สร้างแนวคิด ๆ ในการใช้ชีวิต รวมทั้งสร้างความบันเทิงใจ ผ่อนคลายอารมณ์ และความเครียดจากการทำงาน	ร้อยละความร่วมมือของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ให้ความรู้จากการทำงานร่วมกัน	มิถุนายน - กันยายน 2563	- นายคัมภีร์ รณดี - นางสาวสุวิมล - นางอรพิน - นายณัทนันท์ - นางสาววิภา
				ผลการดำเนินงาน			ข้อสังเกตจากกิจกรรม
							“รู้ไว้...ไม่เสียเปล่า” เป็นกิจกรรมต่อเนื่องที่ควรจัด เนื่องจากเป็นกิจกรรมสร้างการเรียนรู้ผ่านเรื่องราว ซึ่งเรื่องที่น่าสนใจนั้นส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่แฝงด้วยแนวคิด ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานที่ดีของตนเอง และบอกต่อไปยังผู้อื่นได้เป็นอย่างดี ช่วยให้เกิดความเครียดและเห็นมุมมองใหม่ ๆ ในการใช้ชีวิต
							Out Come

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 4 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
				เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการกระตุ้นให้เพื่อนร่วมงานได้ร่วมกัน ออกกำลังกาย ด้วยรูปแบบการยืดเหยียดผ่อนคลายภายในบริเวณโต๊ะทำงานของตัวเอง เพื่อสร้างสุขภาพดีให้เกิดขึ้น	ร้อยละความร่วมมือนี้อของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะต่อการเข้าร่วมกิจกรรม (ร้อยละ 100)	มิถุนายน - กันยายน 2563	- นางสาวประวีณีนุช - นายพงษ์ศักดิ์ - นายประภาพรณ - นายอภิชาติ - นางสาวกรรณก - นายณัฐพงศ์
		อ. ออกกำลังกาย ออกกำลังกายด้วยการเดินเพื่อสร้างสุขภาพดี	ออกกำลังกายสบาย ๆ รอบโต๊ะ	ผลการดำเนินงาน		ข้อเสนอแนะจากกิจกรรม	กิจกรรม "ออกกำลังกายสบาย ๆ รอบโต๊ะ" ได้รับความร่วมมือจากบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ทำได้ง่าย ทำได้จริง เป็นการสร้างสุขภาพดีให้กับตนเอง และสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำด้วย Out Come จากการดำเนินกิจกรรมพบว่า บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะร้อยละ 100 ให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 4 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
		อ. อารมณ์ ทำจิตใจให้แจ่มใส เรียนรู้เรื่องราวผ่านการเล่า อ่าน เขียน ลดความเครียด	รู้ไว้...ไม่เสียเปล่า	เพื่อให้บุคลากรได้รับรู้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน สร้างแรงจูงใจ ในการใช้ชีวิต รวมทั้งสร้างความบันเทิง ผ่อนคลายอารมณ์ และความเครียดจากการทำงาน	ร้อยละความร่วมมือนี้อของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรม	มิถุนายน - กันยายน 2563	- นายคัมภีร์ รานดี - นางสาวกรรณก - นายนพรัตน์ - นายนพรัตน์ - นางสาววิภากร
			รู้ไว้...ไม่เสียเปล่า	ผลการดำเนินงาน		ข้อเสนอแนะจากกิจกรรม	"รู้ไว้...ไม่เสียเปล่า" เป็นกิจกรรมต่อเนื่องที่องค์กรได้ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สร้างการเรียนรู้เรื่องราว ซึ่งเรื่องที่น่าสนใจให้อ่านนั้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ช่วยคลายเครียด ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงาน ซึ่งตนเอง และขอออกไปยังผู้อื่นได้อย่างดี ช่วยให้เกิดความเครียดและเห็นมุมมองใหม่ ๆ ในการใช้ชีวิต Out Come

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 4 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
๓		อ. อบอุ่น สร้างขวัญกำลังใจ สถานสมัคคี มอบสิ่ง ดี ๆ ให้แก่กัน	- สุขใจ ได้ทำบุญ	เพื่อเสริมสร้างความผูกพันภายในองค์กร โดยส่งเสริมให้ทุกคนได้ทำบุญร่วมกัน สร้างความสุขทางใจ โดยใช้วันสำคัญทางศาสนาหรือวันที่ทุกคนพร้อมเรื่องกัน ดำเนินกิจกรรม	ร้อยละความร่วมมือของบุคลากรในศูนย์สื่อสารต่อการเข้าร่วมกิจกรรม (เป้าหมายร้อยละ 100)	มิถุนายน – กันยายน 2563	- นางสาวประวีณัฐ - นางอรพิน - นายอภิชาติ - นางสาวกุลวิ - นางสาวศุภานันท์
				ผลการดำเนินงาน		กิจกรรม “สุขใจ ได้ทำบุญ” เป็นการสร้างบุญ สร้างกุศล ร่วมกันของบุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะ เพื่อทำนุบำรุงพระศาสนาและสร้างความเป็นสิริมงคลให้เกิดขึ้นกับทุก ๆ คน ที่ได้ทำกิจกรรมและทำบุญร่วมกันในครั้งนี้ โดยยังเป็นการเสริมสร้างความรัก ความผูกพัน และความสามัคคีในหมู่บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะทุกคนด้วย Out Come จากการดำเนินกิจกรรมพบว่า บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะร้อยละ 100 ให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว	

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	มาตรการสำคัญ (Key Activities)	ประเด็นกำหนดความรู้ HL ด้วยหลัก 4 อ.	กิจกรรม	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ระยะเวลาดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
			- รักกัน มอบของขวัญวันเกิดแทนใจ	เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความรู้สึกดี ๆ ให้เกิดขึ้นระหว่างผู้บังคับบัญชา หัวหน้ากลุ่มงาน และเพื่อนร่วมปฏิบัติงานทุกคน	ร้อยละของบุคลากรในศูนย์สื่อสารที่ได้รับของขวัญแทนใจเพื่อสร้างความรู้สึกที่ดี (เป้าหมายร้อยละ 100)	มิถุนายน – กันยายน 2563	- นายคณิศร์ - นางสาวภูริยา - นางสาวสุทธิพันธ์ - นางสาวนันทพร - นายณัฐพงศ์
				ผลการดำเนินงาน		เดือนมิถุนายน 2563 เดือนกรกฎาคม 2563 เดือนสิงหาคม 2563 กิจกรรมนี้ เป็นความตั้งใจของผู้ปฏิบัติงานภายในศูนย์สื่อสารสาธารณะที่มีไม่ตรีจิต ร่วมกันที่จะมอบของขวัญแทนใจให้กับผู้ที่เกิดในเดือนนั้น ๆ ส่วนผู้ที่ได้รับมอบของขวัญวันเกิดแทนใจต่างมีความสุขและรู้สึกซาบซึ้งใจจากกิจกรรมนี้ กันทุกคน สร้างความรัก ความผูกพันให้เกิดขึ้นภายในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี Out Come จากการดำเนินกิจกรรมพบว่า ร้อยละ 100 ของบุคลากรในศูนย์สื่อสารที่มีวันเกิดในช่วงเดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2563 ได้รับมอบของขวัญวันเกิดแทนใจครบทุกคน	

ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานในภาพรวมของทุกกิจกรรม กลุ่มสื่อสารสาธารณะจะได้รายงานประธานและที่ประชุมทราบต่อไป
มติที่ประชุม รับทราบ

9) ตัวชี้วัด F2 ระดับความสำเร็จของการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์

หัวหน้ากลุ่มสื่อสารสาธารณะแจ้งประธานและที่ประชุมทราบว่า ผลการดำเนินงานในรอบ 6 เดือนหลัง มีการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์ภายในระยะเวลา 1 วัน ตามเป้าหมาย Out Come ของตัวชี้วัด นับตั้งแต่เดือนเมษายนถึงสิงหาคม 2563 จำนวน 4 ข่าว รายละเอียดตามตารางที่แนบ

สรุปผลการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์ (เดือนมีนาคม – กันยายน 2563)

การเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสาร เป็นกระบวนการสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และมีระบบการเฝ้าระวังที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเฝ้าระวังข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่มีการแชร์ข้อมูลที่เป็นเท็จ ไม่ถูกต้องทางหลักวิชาการ หรือข่าวบิดเบือนจากความเป็นจริง ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพประชาชนและภาพลักษณ์ขององค์กร การเฝ้าระวังและสื่อสารความเสี่ยงจึงต้องนำเสนอข้อมูลวิชาการที่ถูกต้อง อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อสร้างความรู้และความรอบรู้ให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายทุกวัยและยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้วยเช่นกัน

สำหรับการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงเดือนมีนาคม – กรกฎาคม 2563 ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ดำเนินการทั้งสิ้น 4....ประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น ดังนี้

การเฝ้าระวังประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น	รูปแบบ / ระยะเวลาดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสาธารณะและสื่อออนไลน์	เอกสารประกอบ
 https://www.js100.com/en/site/news/view/86764	ข่าวฉก (5 พฤษภาคม 2563) กรมอนามัย ที่ ไม่ควรสวมหน้ากากขณะวิ่งออกกำลังกาย เสี่ยงร่างกายรับออกซิเจนไม่พอ การเผยแพร่ วิทยุ (2) : จส. 100, สำนักรายไทย โทรทัศน์ (2) : ช่อง 3, 7 หนังสือพิมพ์ (1) : มติชน เว็บไซต์ (37) : anamai, pr.moph, FB : anamidoh, multimedia.anamai, gncws, komchadluek, innnews, hfocus, amarintv, sanook, ejan, news.thaipbs, brighttv, thansettakij, workpointnews, pptvhd36, springnews, js100, mgronline, dailynews, news.truicd, Chiangmainews, women.thaiza, thailodaynews, Innthailand, lidkhao, today.line_n, voicetv, isranews, today.line_m, today.line_q, mcol, bangkokbiznews, nationtv.tv, praeew, youtube: เรืองเล่าข่าว, FB : AMARINTVHD	

การเฝ้าระวังประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น	รูปแบบ / ระยะเวลาดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสาธารณะและสื่อออนไลน์	เอกสารประกอบ
	ข่าวแจก (21 พฤษภาคม 2563) กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ชี้แจงข้อกังวลต่อร่างประกาศกระทรวงเรื่อง หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุม การประกอบกิจการให้บริการจัดส่งอาหาร อื่นๆ ต้องผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากหลายส่วน เพื่อความเหมาะสมและไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการอาชีพของผู้จัดส่งอาหาร (Driver) การเผยแพร่ วิทยุ (2) : สวท. กรมประชาสัมพันธ์, สำนักข่าวไทย หนังสือพิมพ์ (2) : มติชน, แนวหน้า เว็บไซต์ (9) : anamai, pr.moph, thainews, innnews thaipost, hfocus, rty9, malichonweekly, FB : Malichon Weekly, naewna	
	ข่าวแจก (9 กรกฎาคม 2563) กรมอนามัย เนะ ตลาดสดคุมเข้มความสะอาด กำจัดขยะ ดัดคอนแทกเฉพาะพันธุหลุดเสี่ยงนำโรค การเผยแพร่ วิทยุ (4) : FM ๙๓, จส. ๑๐๐, FM ๑๐๐.๕, สวท. กรมประชาสัมพันธ์, สำนักข่าวไทย หนังสือพิมพ์ (๑) : มติชน เว็บไซต์ (๓๑) : anamai, multimedia.anamai, pr.moph, gnews, FB : anamidoh, fm๙๓bkk, matchon, mcof, mgronline, js๑๐๐, thailandplus.tv, chiangmainews, news๑๐๐๕ b, news๑๐๐๕ ๗, thainews.prdbn, nationtv.tv, brighttv, mgronline, thaiquote, FB : Bright Tv, FB : TPBS, FB : Nation TV ๒๒, FB : FM ๙๓ Trafficpro, onlinenewstime, thejournalistclub, FB : The Journalist Club, thebangkokinsight, thailandplus.tv, thainews.pr๑๔๐, twitter@pr_Anamai, twitter@SmartPROfficer	

การเฝ้าระวังประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น	รูปแบบ / ระยะเวลาดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสาธารณะและสื่อออนไลน์	เอกสารประกอบ
 https://www.facebook.com/163628970509962/posts/1445749608964552/?textid=pYkjiACwOG6h1gUi&d=n	ข่าวแจก (20 สิงหาคม 2563) กรมอนามัย เตือนห้ามทารุณคนค้าขายเชื้อโรคเข้าร่างกาย ย้ำชดกินนมแม่อย่างเดียวยังที่สุด การเผยแพร่ วิทยุ (๒) : จส. ๑๐๐, สวท. กรมประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ (๒๕) : anamai, pr.moph, gnews, multimedia.anamai, thailandplus.tv, js๑๐๐, mgronline, newtv, worldvarietynews, news.trucid, thairath, FB : Mono ๒๔ News, chiangmainews, FB : JS๑๐๐ Radio, FB : AllnewsExpress, FB : ข่าวด่วนทันเหตุการณ์, siamrath, today.line, thebangkokinsight, FB : The Bangkok Insight, FB : anamidoh, twitter@ JS ๑๐๐, FB : fanmoph, thailand.shafacna, tcfm๑๐๔	

ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในภาพรวม 6 เดือนหลัง ตั้งแต่เดือนเมษายน - กันยายน 2563 กลุ่มสื่อสารสาธารณะจะได้รายงานประธานและที่ประชุมทราบต่อไป

มติที่ประชุม รับทราบ และผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

ระเบียบวาระที่ 4 เรื่องอื่นๆ

4.1 ตัวแทนให้ทุกกลุ่มงานได้นำเสนอสิ่งที่ตนเองสนใจ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทัศนคติ ความชอบ และความภาคภูมิใจให้เจ้าหน้าที่ภายในได้รับทราบ ตัวแทนของแต่ละกลุ่มจึงได้นำเสนอ ดังนี้

1) นางสาวศุภานัน จันทรตรี กลุ่มยุทธศาสตร์และพัฒนาองค์กร เล่าถึงความแตกต่างระหว่าง กาแฟอาราบิก้า และโรบัสต้า ดังนี้

อาราบิก้า (Arabica) กับ โรบัสต้า (Robusta) แตกต่างกันอย่างไร

อาราบิก้า (Arabica) กับ โรบัสต้า (Robusta)เป็นกาแฟสองสายพันธุ์หลักที่ถูกปลูกเพื่อการพาณิชย์ โดยหลายคน อาจจะคิดว่ากาแฟสองสายพันธุ์นี้เหมือนกัน แต่ในความจริงแล้วกาแฟทั้งสองสายพันธุ์มีความแตกต่างกัน

1. รูปร่างหน้าตา อาราบิก้า มีลักษณะรูปทรงเป็นวงรี และเส้นตรงกลางคด โรบัสต้า มีลักษณะรูปทรงเป็นวงกลม เส้นตรงกลางตรง	2. รสชาติ อาราบิก้า มีรสที่หวานหอมละมุนกว่า มีคาเฟอีนต่ำ น้ำตาลสูง กรดสูง และอาราบิก้ามีกรดที่สูงจึงทำให้มีรสเปรี้ยวกว่าโรบัสต้า ส่วนโรบัสต้า จะมีรสเข้มข้นและขม หอมฉุน มีคาเฟอีนสูง น้ำตาลต่ำ กรดต่ำ
--	---

3. วิธีการปลูก

อาราบิก้า ชอบอากาศเย็นและต้องปลูกบนที่สูง นิยมปลูกทางภาคเหนือ

ส่วนโรบัสต้า ชอบอากาศแบบร้อนชื้น นิยมปลูกทางภาคใต้ และโรบัสต้า จะมีแมลงกวนน้อยกว่าเนื่องจากมีปริมาณคาเฟอีนสูง



2) นางสาวกรรณก สายทอง กลุ่มสื่อสารสาธารณะ เล่าเรื่องหน้ากากหมออีกาดำ โรคกาฬโรค กำเนิดหน้ากากอนามัย



ชุดคลุมหนัง หมวกทรงสูง ถือไม้เท้า และหน้ากาก คล้ายอีกา สิ่งเหล่านี้คือภาพอันเป็นเอกลักษณ์ ของกลุ่มคนที่ รู้จักกันในนาม “หมออีกาดำ” หรือ “หมอกาฬโรค” (Plague Doctor) เหล่าหมอจำเป็นแห่งศตวรรษที่ 17-19 ในช่วงเวลานั้นประชากรยุโรปลดลงไปเป็นอย่างมากจากโรคร้าย

หมออีกาดำเป็นงานถูกออกแบบมาให้ทำงานในพื้นที่ที่มีตัวเลขของผู้ติดเชื้อสูง และมีงานหลักในการดูแลผู้ป่วยเป็นโรคติดต่อ ดังนั้นหมออีกาดำจึงมักจะทำงานใน “เครื่องแบบ” อยู่เสมอๆ นั่นเพราะคนสมัยก่อนเชื่อกันว่าโรคร้ายใช้เจ็บเดิน ทางผ่านกลิ่นเหม็น ดังนั้นภายในจะงอยยาวๆ ของหน้ากาก หมออีกาดำ จึงไม่ใช่อุปกรณ์กรองอากาศแต่เป็นยาหอม ที่ถูก ใส่ไว้เพื่อดับกลิ่นเหม็นเท่านั้นไม่ได้มีไว้ป้องกันเชื้อโรคแต่อย่างใด (ต่อให้กันได้บ้างก็ไม่ได้มีประสิทธิภาพจริงๆ) และแม้ว่าหมออีกาดำจะมีการใช้ไม้เท้าเป็นสื่อกลางในการรักษาคนไข้ทำให้

มักจะไม่ต้องสัมผัสคนไข้โดยตรง แต่การที่ชุดของหมออีกาดำไม่ได้มีดชีวิตจริงๆ (เพราะยังงี้ก็ต้องเจาะรูหายใจ) ก็มากพอแล้วที่จะทำให้หมออีกาดำหลายๆ คนติดเชื่อที่ตัวเองจะต้องรักษาเสียเอง

3) นางสาวฐิริยา ศรีนวล กลุ่มสื่อสารและรณรงค์ เล่าเรื่องจากคลิปโครงการของในหลวงรัชกาลที่ 9 เรื่องของนายแพทย์ณรงค์ ชันติแก้ว ศัลยแพทย์ดีเด่น และการดำเนินงานเพื่อป้องกันโรคมะเร็งตับ ท่อน้ำดี โรคพยาธิใบไม้ตับในประเทศไทย เล่าถึงความพยายามในการดำเนินงานตั้งแต่ในอดีตที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของชาวบ้านให้เลิกกินปลาดิบ เพราะเป็นสาเหตุของโรคพยาธิใบไม้ตับ และมะเร็งท่อน้ำดี และสะท้อนถึงความรู้สึกของตนในครั้งแรกที่สอบเข้าทำงาน และเห็นรูปรัชกาลที่ 9 และตั้งใจที่จะทำงานเพื่อรับใช้ท่าน จนปัจจุบันได้มาทำงานที่กรมอนามัยก็ยังเป็นการได้รับใช้ท่านอยู่ในรูปแบบของการดูแลสุขภาพ



4.2 กลุ่มยุทธศาสตร์และพัฒนางองค์กร แจ้งทุกกลุ่มงานให้จัดทำคำของบลงทุน ปี 2565 และขอให้ส่งภายในวันที่ 30 กันยายน 2563 ซึ่งประธานและในที่ประชุมได้มีความเห็นให้ทำห้องประชุมภายในให้เป็นสัดส่วน และควรต่อเติมโกดังเก็บงานศิลปกรรมด้านนอก เนื่องจากบริเวณด้านข้างตึกมีความชื้นสูงมาก ทำให้วัสดุอุปกรณ์ศิลปกรรมขึ้นรา และมีหนูเข้าไปอาศัยอยู่

4.3 กลุ่มสื่อสารและรณรงค์ แจ้งเรื่องการทำ Drive กลางของหน่วยงาน เพื่อจัดเก็บข้อมูล และแชร์ข้อมูลในการทำงาน โดยกำหนดให้ทุกคนสามารถเข้าใช้ได้ในพื้นที่ที่แบ่งไว้



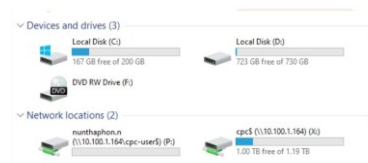
 เอาไว้ทำอะไร

- เกือบฟลัดออนไลน์ ทั้งแบบส่วนตัวและแบบใช้งานร่วมกัน
- มีข้อมูลสำรองในกรณีที่เกิดเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่สามารถใช้งานได้ชั่วคราว
- เข้าถึงไฟล์ได้จากทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ต

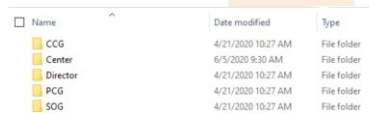
 ลักษณะการทำงาน

- เอาไว้เก็บไฟล์ ไม่แนะนำให้เปิดใช้และแก้ไขไฟล์ที่ใครๆ

วิธีการใช้งานภายใน

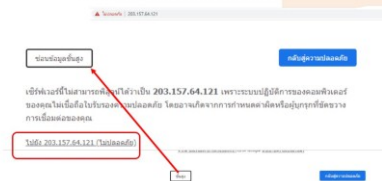


 วิธีการใช้งานภายใน



วิธีการใช้งานภายนอก

- เข้าไปที่เว็บไซต์ 203.157.64.121

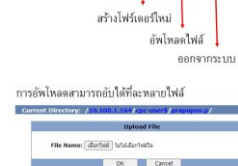
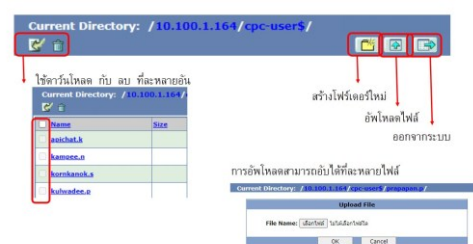
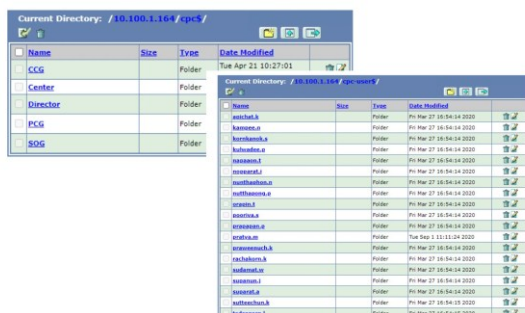


วิธีการใช้งานภายนอก

- เข้าใช้งานด้วย Username และ password ที่ใช้เข้าเครื่อง



วิธีการใช้งานภายนอก





ระบบยังไม่แจ้งเตือนชื่อซ้ำ

- Center
 - เอกสารการเงิน
 - ข่าว
 - ข้อมูลวิชาการ
 - โลโก้ที่ใช้ร่วมกัน
 - เทมเพลตที่ใช้ร่วมกัน
 - ภาพผู้บริหาร
 - สรุปรายงานประจำเดือน
- กลุ่มองค์กร
 - แผนงาน
 - โครงการ
 - งานจ้าง
 - บันทึกข้อความทั่วไป

มติที่ประชุม รับทราบ

ภาพการประชุม



ประธานกล่าวปิดการประชุม
เลิกประชุมเวลา 16.30 น.

(นางสาวประวิณนุช กาญจนขจรศักดิ์)
ผู้บันทึก/ตรวจรายงานการประชุม