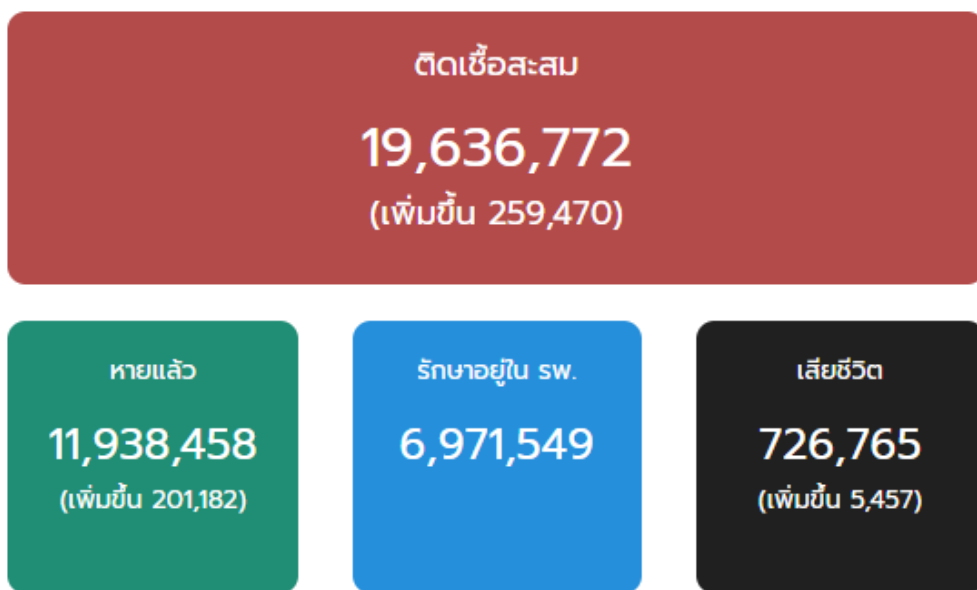


## การวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 (ด้านการสื่อสารสาธารณะ หรือการสื่อสารในภาวะวิกฤติ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้แก่ประชาชน)

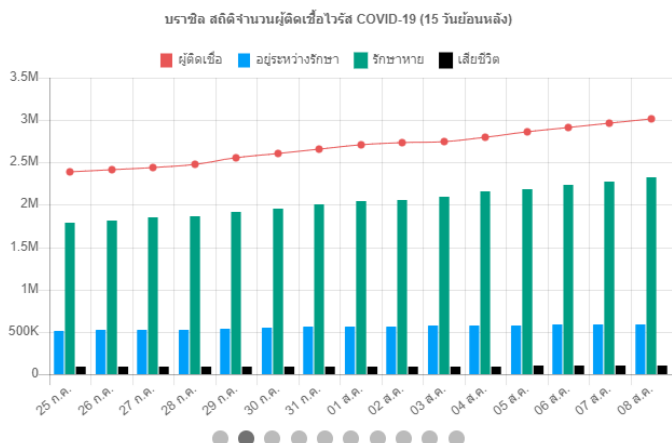
### 1. ด้านสถานการณ์การระบาดของโรค

สถานการณ์การระบาดของโรค ณ วันที่ 9 สิงหาคม 2563 ในประเทศไทย พบว่า มีผู้ติดเชื้อสะสม 3,351 ราย หายแล้ว 3,151 คน รักษาอยู่ในโรงพยาบาล 142 คน เสียชีวิต 58 ราย ปัจจุบันผู้ติดเชื้อรายใหม่ป่วยรายใหม่ส่วนใหญ่อยู่ใน State Quarantine ประเทศไทยถือว่ามีจำนวนผู้ติดเชื้ออยู่ลำดับที่ 112 ของโลก สถานการณ์ผู้ติดเชื้อทั่วโลก พบว่า จำนวน 19,636,772 คน ประเทศที่พบผู้ติดเชื้อมากที่สุด ในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 4,997,929 คน รองลงมาคือ ประเทศบราซิล จำนวน 3,012,412 คน และ อินเดีย จำนวน 2,153,010 คน



### สิบอันดับประเทศผู้ติดเชื้อ (COVID-19) สูงสุด

#	ประเทศ	ติดเชื้อ	เสียชีวิต	รักษาหาย
1	สหรัฐฯ	4,997,929	162,423	1,643,118
2	บราซิล	3,012,412	100,477	2,321,537
3	อินเดีย	2,153,010	43,379	1,480,884
4	รัสเซีย	880,563	14,827	688,856
5	แอฟริกาใต้	553,188	10,210	404,568
6	อิตาลี	475,902	52,006	377,125
7	ฝรั่งเศส	463,875	20,649	319,171
8	สเปน	376,870	12,540	204,591
9	อังกฤษ	371,023	10,011	344,133
10	อิหร่าน	324,692	18,264	282,122



สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การระบาดของโรคในประเทศไทยไม่มีความเสี่ยงแล้ว ส่วนใหญ่ผู้ติดเชื้อมักจะมาจากต่างประเทศที่ขออนุญาตเข้ามาในประเทศไทย แต่ยังมีผู้ลักลอบเข้ามาในประเทศจากช่องทางธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงระดับหนึ่ง ถึงแม้เจ้าหน้าที่จะดำเนินการอย่างเต็มที่ในการป้องกันการลักลอบเข้า

ประเทศ แต่ด้วยภูมิประเทศของประเทศไทย ดังนั้น สิ่งที่ประชาชนควรตระหนักมากที่สุดการดูแลสุขภาพของตนเองและมีพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการติดเชื้อของโรค COVID-19 ในระลอกที่ 2

วิกฤติ COVID-19 ส่งผลกระทบที่ใหญ่มาก เพราะเป็นโรคระบาดที่เกิดขึ้นทั่วโลก มีทั้งผลกระทบด้านลบและด้านบวกที่มองเห็นได้ เริ่มจากผลกระทบด้านลบ คือ 1) ผลกระทบด้านสุขภาพ มีประชาชนเจ็บป่วยและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก และบุคลากรทางการแพทย์ต้องทำงานหนักมากขึ้น 2) ผลกระทบทางด้านสังคมเกิดความตระหนัก ตื่นกลัวและมีการนำมาสู่ความแตกแยก เกิดการกีดกัน โดยเฉพาะในช่วงแรกๆ ของการระบาด 3) ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ เกิดขึ้นอย่างมหาศาล เพราะไทยพึ่งการส่งออกและการท่องเที่ยว โดย IMF ชี้ว่า GDP ของประเทศไทยจะปรับตัวลดลงถึง -6.7% ซึ่งถือว่าหนักมาก จะเห็นได้ว่า วิกฤติ COVID-19 กระทบต่อความมั่นคงของประเทศ และเป็นผลกระทบระยะยาว 2 - 3 ปี

## 2. ด้านพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน

จากการรวบรวมผลการสำรวจผลการสำรวจพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน จากหลายๆ หน่วยงานพบว่า กระทรวงสาธารณสุข ภายใต้คณะกรรมการประมวลสถานการณ์และวิชาการ ร่วมกับองค์การอนามัยโลก สำนักงานภูมิภาคเอเชียใต้และเอเชียตะวันออก คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ทำการสำรวจการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของประชาชนหลังผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์ ระหว่างวันที่ 8 พฤษภาคม - 4 มิถุนายน 2563 ทำการสำรวจทุกสัปดาห์ตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 โดยใช้ 3 วิธีคือ อสม.เคาะประตูสอบถามถึงบ้าน สอบถามทางโทรศัพท์โดยนักศึกษาแพทย์ รามาธิบดี และทางออนไลน์ รวมกว่า 2 แสนรายพบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมป้องกันตนเองในระดับที่ดี หลังรัฐบาลมีการผ่อนปรนระดับพฤติกรรมในการป้องกันตนเองลดลง ผลสำรวจของสัปดาห์ล่าสุดระหว่างวันที่ 29 พ.ค.- 4 มิ.ย. 2563 พบว่า ภาพรวมพฤติกรรมป้องกันตนเองอยู่ที่ร้อยละ 75.7 โดยการใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้าตลอดเวลาเป็นพฤติกรรมที่ประชาชนปฏิบัติมากที่สุด ร้อยละ 91.5 รองลงมา ได้แก่ ล้างมือบ่อยๆ ด้วยสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์ ร้อยละ 83.9, กินอาหารร้อนและใช้ช้อนกลางของตนเอง ร้อยละ 83.7, ระวังไม่อยู่ใกล้คนอื่นในระยะน้อยกว่า 2 เมตร ร้อยละ 66 และระวังไม่เอามือจับหน้า จมูก ปาก ร้อยละ 58.8

บริษัท YouGov จากประเทศอังกฤษ เปิดเผยผลการสำรวจพฤติกรรมในการป้องกันโควิด-19 ของประชาชน ใน 6 ประเทศอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และประเทศไทย พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมสวมหน้ากากอนามัย และล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์สูงที่สุดในอาเซียน โดยการสำรวจดังกล่าว เป็นการสำรวจประชาชนกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 12,999 ราย ระหว่างวันที่ 30 มีนาคม - 27 เมษายน 2563 ที่ผ่านมา พบว่า คนไทยครองแชมป์ใส่หน้ากากอนามัย-ล้างมือ ป้องกันโควิด-19 อันดับ 1 ของอาเซียนสำหรับ 6 ประเทศอาเซียนที่ประชาชนมีพฤติกรรมสวมหน้ากากอนามัย เมื่ออยู่ในที่สาธารณะสูงที่สุดในรอบ 7 วัน ได้แก่

## 6 ประเทศอาเซียนที่ประชาชน สวมหน้ากากอนามัย สูงที่สุดในรอบ 7 วัน



จะเห็นได้ว่าประชาชนมีความตื่นตัวในการป้องกันตนเองเพื่อป้องกันโรคดังกล่าวได้เป็นอย่างดี รวมทั้งผู้ประกอบการภาครัฐก็ให้ความร่วมมือจำนวนมาก ทำให้ประเทศไทยผ่านพ้นวิกฤติไปได้

### 3. ด้านการสื่อสารและการให้ข้อมูลข่าวสาร

จากสถานการณ์การระบาดพบว่า กรมอนามัยได้เร่งดำเนินการสื่อสารความรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การผลิตสื่อข้อความรู้ อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอ ป้ายไว้นิต โปสเตอร์ คู่มือ ร่วมทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารไปยังสื่อมวลชน การแถลงข่าวในนามกระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ภายในดี การสื่อสารในภาวะวิกฤติ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ครอบคลุม ทัวถึงสามารถดูแลตนเองได้ ดังตัวอย่างข้อมูลข่าวสารใน <https://multimedia.anamai.moph.go.th/help-knowledge/categories/covid19/>

The screenshot shows the AnamaiMedia website interface. The URL is <https://multimedia.anamai.moph.go.th/help-knowledge/categories/covid19/>. The page features a navigation bar with 'AnamaiMedia' logo and 'สื่อมวลชนไทย' (Thai Mass Media). Below the navigation, there are tabs for 'ทั้งหมด' (All), 'บทความ' (Articles), 'คลังวิดีโอสุขภาพ' (Health Video Library), 'Anamai-Toon', and 'อินโฟกราฟฟิก' (Infographics). Three featured content items are displayed:

- เรื่องเกี่ยวกับลดภัย ยุค New Normal**: "เทียบแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) สร้างมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยทั้งในส่วนของผู้" (New Normal lifestyle comparison, creating safety standards for health in the New Normal era).
- พักน้ดกำพิน ถ้าไม่จุเงิน! เพื่อความปลอดภัยจาก 'COVID-19'**: "ช่วงนี้ถ้าคุณลุงคุณป้าคุณตาคุณยาย มีนัดทำพินกับคุณหมอ" (If you don't have money, stop going to the doctor! For safety from 'COVID-19', this time if your grandparents have an appointment with the doctor).
- อย่าหละหลวม ถ้าไม่อยากให้ COVID-19 กลับมา**: "ถึงตัวเลขผู้ติดเชื้อจะลดลง แต่การป้องกัน" (Don't be careless if you don't want COVID-19 to come back, even if the number of infected cases is decreasing, but prevention).

ตัวชี้วัดที่ 1.28 การบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 ของศูนย์สื่อสารสาธารณะ (รอบ 6 เดือนหลัง เมษายน – กันยายน 2563)

Anamai media คลังข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัย ที่รับผิดชอบโดยศูนย์สื่อสารสาธารณะ และเผยแพร่บนเว็บไซต์ COVID-19 ของกรมอนามัย

อินโฟกราฟฟิก <http://covid19.anamai.moph.go.th/th/infographic/>

หน้าหลัก / อินโฟกราฟฟิก

## อินโฟกราฟฟิก

พิมพ์คำที่ต้องการค้นหา 🔍 เรียงลำดับ

**4 ข้อ ปลอดภัย ไปเที่ยวแบบ New normal**  
 21 กรกฎาคม 2563  
 จำนวนเข้าชม 89 ครั้ง

**New normal 6 ข้อ สำหรับเจ้าของกิจการ เพื่อการท่องเที่ยวปลอดภัย**  
 21 กรกฎาคม 2563  
 จำนวนเข้าชม 66 ครั้ง

**ข้อควรระวัง การสวมหน้ากากให้กับเด็ก**  
 21 กรกฎาคม 2563  
 จำนวนเข้าชม 44 ครั้ง

**มาตรการควบคุมหลัก**

**มาตรการควบคุมหลัก**

**มาตรการผ่อนปรนสถานประกอบการ ประเภทสถานที่ออกกำลังกายหรือฟิตเนส**  
 ป้องกันการแพร่ระบาดของ **โรคโควิด 19**

วิดีโอ <http://covid19.anamai.moph.go.th/th/video/>

## วิดีโอ

พิมพ์คำที่ต้องการค้นหา 🔍 เรียงลำดับ

**แนวทางการปฏิบัติหลังการผ่อนคลาย สถานออกกำลังกายฟิตเนส และแนวทางการออกกำลังกาย**  
 21 กรกฎาคม 2563  
 จำนวนเข้าชม 16 ครั้ง

**แนวทางการปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร**  
 21 กรกฎาคม 2563  
 จำนวนเข้าชม 18 ครั้ง

**4 ข้อ ปลอดภัย ไปเที่ยวแบบ New Normal**  
 21 กรกฎาคม 2563  
 จำนวนเข้าชม 19 ครั้ง

**ทำบุญลดบาปที่วัดอย่างไร ให้ปลอดภัย โควิด-19**

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าศูนย์สื่อสารสาธารณะได้เน้นการสื่อสารสาธารณะในภาวะวิกฤติ โดยประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสาร จัดทำสื่อ เผยแพร่ไปยังประชาชน และประเมินผลการสื่อสาร รวมทั้งต้องวางแผนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรในภาวะวิกฤติ ควรวางแผนรองรับเหตุฉุกเฉินหรือ

ตัวชี้วัดที่ 1.28 การบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 ของศูนย์สื่อสารสาธารณะ (รอบ 6 เดือนหลัง เมษายน – กันยายน 2563)

disruption ต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งแผนการสื่อสารเชิงรุกและเชิงรับ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความโปร่งใส พร้อมทั้งกำหนดทีมงาน ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ รวมถึงมีการสื่อสารในองค์กรล่วงหน้าให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เตรียมการทุกด้านที่เกี่ยวข้องให้พร้อม สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันทีอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารอย่างโปร่งใส ด้วยความฉับไวทันท่วงที มีความยืดหยุ่นและจริงใจ คือหัวใจสำคัญในการเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น องค์กรต้องใส่ใจทุกคนในองค์กรรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึง เริ่มต้นจากการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการดูแลสุขภาพอนามัยของบุคลากรภายในองค์กรทั้งหมด รวมทั้งการเพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ เพื่อให้กระบวนการทำงานมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ต้องขจัดความเชื่อและความเข้าใจที่ผิดด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว ต้องก้าวทันสถานการณ์และพร้อมชี้แจงแนวทางการรับมือด้วยข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน แยก Fact vs. Fake News ป้องกันความสับสนของข้อมูลข่าวสาร และพร้อมตอบสนองต่อสถานการณ์ได้ทันที ไม่ว่าจะทำงานจากที่บ้านหรือทำงานในออฟฟิศ ทุกฝ่ายจะต้องวางแผนและเตรียมการรองรับสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงต่างๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งในยุคนี้มีเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่เข้ามาช่วยในการสื่อสารกับสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กร เช่น การแถลงข่าวออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ หรือการประชุมและจัดการอบรมผ่านแอปพลิเคชันที่มีให้เลือกมากขึ้นตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก

### การกำหนดนโยบาย มาตรการ และประเด็นความรู้ที่ให้กับผู้รับบริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์พบว่า การระบาดของโรคในประเทศไทยไม่มีความเสี่ยงแล้ว ส่วนใหญ่ผู้ติดเชื้อมักจะมีมาจากต่างประเทศที่ขออนุญาตเข้ามาในประเทศไทย แต่ยังมีผู้ลักลอบเข้ามาในประเทศไทยจากช่องทางธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงระดับหนึ่ง ถึงแม้เจ้าหน้าที่จะดำเนินการอย่างเต็มที่ในการป้องกันการลักลอบเข้าประเทศ แต่ด้วยภูมิประเทศของประเทศไทย ดังนั้น สิ่งที่ประชาชนควรตระหนักมากที่สุดคือการดูแลสุขภาพของตนเองและมีพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการติดเชื้อของโรค COVID-19 ในระลอกที่ 2 ประชาชนมีความตื่นตัวในการป้องกันตนเองเพื่อป้องกันโรคดังกล่าวได้เป็นอย่างดี รวมทั้งผู้ประกอบการภาครัฐก็ให้ความร่วมมือจำนวนมาก ทำให้ประเทศไทยผ่านพ้นวิกฤติไปได้ และกรมอนามัยมีช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ ทั้งนี้ ควรมีการทบทวนแนวทางการดำเนินงานที่ผ่านมาในรอบ 6 เดือนแรก เรื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ระบาดมาตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 และแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ทำให้การดำเนินงานสื่อสารเริ่มมาตั้งแต่รอบ 6 เดือนแรก จากตัวชี้วัดในรอบ 6 เดือนหลังการกำหนดนโยบายหรือมาตรการ จะเน้นการให้ความรู้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดประชาชนการ์ดตก ทบทวนปรับปรุงกระบวนการสื่อสารให้ดีขึ้น และประเมินผลการสื่อสารที่ผ่านมาเพื่อปรับปรุง ศูนย์สื่อสารสาธารณะ จึงได้กำหนดนโยบาย มาตรการ และประเด็นความรู้ที่ให้กับผู้รับบริการดังนี้

- นโยบาย

นโยบายการสื่อสารสาธารณะในภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

- มาตรการ
  - 1) มาตรการการสื่อสารที่รวดเร็วทันเวลาและสถานการณ์
  - 2) มาตรการพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
  - 3) มาตรการพัฒนาค้นข้อมูลข่าวสารที่สามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว และครบถ้วน
- ประเด็นความรู้ที่ให้กับผู้รับบริการ
  - พฤติกรรมสุขภาพของประชาชนในยุค New normal
  - การใช้ชีวิตของประชาชนในสถานการณ์ COVID-19
  - องค์ประกอบ แนวทางการปฏิบัติ และมาตรการต่าง ๆ สำหรับโรงเรียน วัด สถานประกอบการต่าง ๆ

\*\*\*\*\*