**สารสนเทศเกี่ยวกับฐานข้อมูลผู้รับบริการของสื่อสังคมออนไลน์กรมอนามัย ปี 2563**

ข้อมูล ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2563

**ข้อมูลพื้นฐานของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปัจจุบัน**

 สื่อสังคมออนไลน์ของกรมอนามัย (Online Own Media) ทั้ง 4 รูปแบบ (Facebook / Line@ / Youtube / Web) สามารถจัดเก็บข้อมูลผู้รับบริการได้ ดังนี้

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Facebook** | **Line@** | **Youtube** | **Anamaimedia** |
| ชาย | 69% | 26.9% | 61.2% | - |
| หญิง | 31% | 72.6% | 38.8% | - |
| รวม | 139,550 | 5,208 | 8,740 | 928,060 |

\*ข้อมูล c/SH ช่องทางออนไลน์นั้น ตัวระบบของแต่ละช่องทางยังไม่สามารถดูถึงรายละเอียดราย User ได้เอง

* Facebook : จัดเก็บข้อมูลผู้ที่ถูกใจเพจ (Fanpage) จำนวน 139,550 คน โดยแบ่งจำนวนแฟนเพจตามเพศและอายุ ดังแผนภาพ



* Line@ : จัดเก็บข้อมูลผู้ติดตาม (Follower) จำนวน 5,208 คน โดยแบ่งจำนวนผู้ติดตาม ตามเพศและอายุ ดังแผนภาพ



* Youtube : จัดเก็บข้อมูลผู้ติดตาม (Follower) จำนวน 8,740 คน โดยแบ่งจำนวนผู้ติดตาม ตามเพศและอายุ ดังแผนภาพ



* Website : จัดเก็บข้อมูลใช้บริการโหลดไฟล์และโหลดเอกสารจากเว็บไซต์ จำนวน 30,511



* จัดลำดับเฟซบุ๊กแฟนเพจหน่วยงานภายในกระทรวงสาธารณสุข

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ลำดับที่** | **หน่วยงาน** | **จำนวนแฟนเพจ** |
| 1 | กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข | 505,857 |
| 2 | กระทรวงสาธารณสุข | 398,112 |
| 3 | Fda Thai | 322,722 |
| **4** | **กรมอนามัย** | **139,550** |
| 5 | กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข | 119,258 |
| 6 | กรมการแพทย์ | 97,828 |
| 7 | องค์การเภสัชกรรม | 74,377 |
| 8 | กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก | 50,880 |
| 9 | กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ | 27,438 |
| 10 | กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ | 21,711 |

**ผู้รับบริการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่พึงมีในอนาคต**

* ขยายจำนวนผู้รับบริการจากรูปแบบสื่อออนไลน์ที่กรมอนามัยมีอยู่เดิม ให้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งยังสามารถหาเพิ่มได้อีกเป็นจำนวนมาก ผ่านการทำ social marketing / การจัด event เขิญชวนเข้ากลุ่ม
* เพิ่มรูปแบบสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนผู้รับบริการตามพฤติกรรมการรับสื่อที่หลากหลาย เช่น Twister ที่เผยแพร่งานข่าวที่ทันเหตุการณ์
* ยังไม่พร้อมเปิดแฟตฟอร์มใหม่ เนื่องจากข้อจำกัดของบุคลากรที่รับผิดชอบงาน ใช้กลยุทธ์จัดการกับช่องทาง Social ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดแทน
* ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการในสื่อออนไลน์ เพื่อรองรับผู้รับบริการใหม่ๆ เช่น กลุ่มผู้พิการ (ทางสายตา / ทางการได้ยิน)