**แบบสำรวจความคิดเห็น การทำสื่อออนไลน์ของกรมอนามัย ปี 2563**

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แสดงความคิดเห็น**

**ตารางที่ 1** จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลของผู้แสดงความคิดเห็น

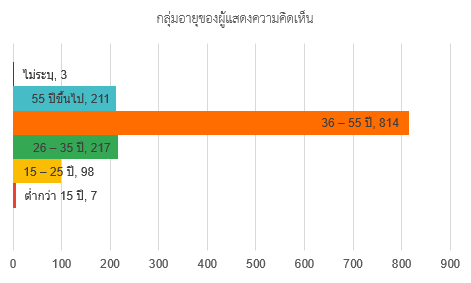
(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ข้อมูลส่วนบุคคล** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| 1. **อายุ**   ต่ำกว่า 15 ปี  15 – 25 ปี  26 – 35 ปี  36 – 55 ปี  55 ปีขึ้นไป  ไม่ระบุ   1. **บุคลากร**   ประชาชนทั่วไป  บุคลากรด้านสาธารณสุข  สื่อมวลชน   1. **เพศ**   ชาย  หญิง  ไม่ต้องการระบุ | 7  98  217  814  211  3  839  501  10  441  905  4 | 0.52  7.26  16.07  60.30  15.63  0.22  62.50  37.11  0.74  32.67  67.04  0.30 |

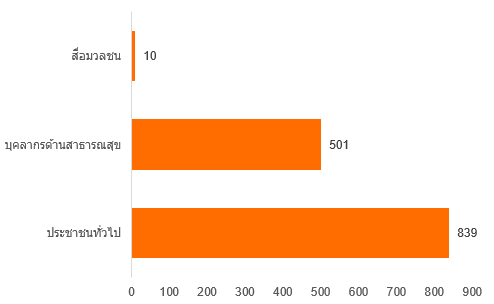
มีผู้แสดงความคิดเห็นทั้งสิ้น 1,350 คน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ช่วงอายุ 36 – 55 ปี 26 – 35 ปี จำนวน 814 คน และ 217 คนตามลำดับ รองลงมาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ช่วงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 211 คน อยู่ในช่วงวัยเรียนวัยรุ่น อายุ 15 – 25 ปี และ ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 98 คน และ 7 คน ตามลำดับ

ผู้แสดงความคิดเห็น เป็นประชาชนทั่วไป จำนวน 839 คน บุคลากรด้านสาธารณสุข 501 คน และ สื่อมวลชน 10 คน

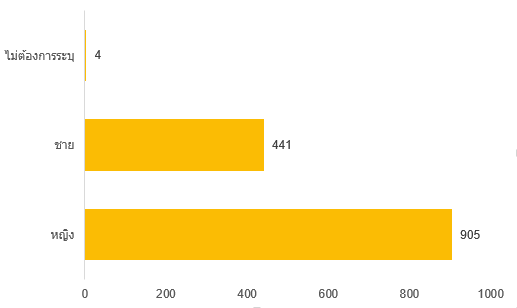
ผู้แสดงความคิดเห็น เป็นเพศหญิง 905 คน เพศชาย 441 คน และไม่ต้องการระบุ 4 คน



**กราฟที่ 1 แสดงจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น แบ่งตามช่วงอายุ**



**กราฟที่ 2 แสดงจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น แบ่งตามประเภทบุคคล**



**กราฟที่ 1 แสดงจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น แบ่งตามเพศ**

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์**

**ตารางที่ 2** สื่อออนไลน์ที่ท่านใช้ประจำ และจุดประสงค์การใช้งาน

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ช่องทาง จุดประสงค์การใช้งาน** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **สื่อออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1)**   Facebook  Line  Youtube  Instagram  Tiktok  Twitter  Blockdit   1. **ใช้สื่อออนไลน์เพื่ออะไร (ตอบได้มากกว่า 1)**   ติดตามข่าวสาร  หาความรู้ ทักษะ ต่างๆ  ติดตามเรื่องที่สนใจ  รับชมความบันเทิง  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ | 1,317  1,183  1,026  395  200  188  39  1,201  1,059  1,039  890  574  420 | 97.56  87.63  76.00  29.26  14.81  13.93  2.89  88.96  78.44  76.96  65.93  42.52  31.11 |

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สื่อออนไลน์ที่ผู้แสดงความคิดเห็นนิยมเป็นที่สุดยังคงเป็น Facebook ที่มีการใช้งานที่ 1,317 คน Line 1,183 คน Youtube 1,026 คน Instagram 395 คน Tiktok 200 คน Twitter 188 คน และ Blockdit 39 คน

โดยนิยมใช้สื่อออนไลน์เพื่อการติดตามข่าวสาร หาความรู้ ทักษะ ต่าง ๆ ติดตามเรื่องที่สนใจ จำนวน 1,201 คน 1,059 คน และ 1,039 คน ตามลำดับ และใช้สื่อออนไลน์เพื่อติดตามบุคคลที่สนใจน้อยที่สุดที่ 420 คน

**ตารางที่ 3** การใช้เฟซบุ๊กและจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้เฟซบุ๊ก** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานเฟซบุ๊ก**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้เฟซบุ๊กทำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 1,331  19  118  493  292  38  32  358 | 98.59  1.41  8.87  37.04  21.94  2.85  2.40  26.90 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานเฟซบุ๊กทั้งสิ้น 1,331 คน ไม่ใช้ 19 คน และมักใช้เพื่อการติดตามข่าวสาร สื่อสารกับกลุ่มหรือบุคคล และติดตามเรื่องที่สนใจ

**ตารางที่ 4** การใช้ไลน์และจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้ไลน์** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานไลน์**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้ไลน์ทำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 1,337  13  15  176  37  15  17  1,077 | 99.04  0.96  1.12  13.16  2.77  1.12  1.27  80.55 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานไลน์ทั้งสิ้น 1,337 คน ไม่ใช้ 13 คน และมักใช้สื่อสารกับกลุ่มหรือบุคคล มากถึงร้อยละ 80.55

**ตารางที่ 5** การอินสตราแกรมและจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้อินสตราแกรม** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานอินสตราแกรม**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้อินสตราแกรมทำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 630  720  108  86  123  12  227  74 | 46.67  53.33  17.14  13.65  19.52  1.90  36.03  11.75 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานอินสตราแกรมทั้งสิ้น 630 คน ไม่ใช้งาน 720 คน และมักใช้เพื่อติดตามบุคคลที่สนใจ เรื่องที่สนใจ และรับชมเพื่อความบันเทิง

**ตารางที่ 6** การทวิตเตอร์และจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้ทวิตเตอร์** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานทวิตเตอร์**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้ทวิตเตอร์ทำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 325  1,025  32  116  68  3  36  20 | 24.07  75.93  9.85  51.08  20.92  0.92  11.08  6.15 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานทวิตเตอร์ทั้งสิ้น 325 คน ไม่ใช้งาน 1,025 คน และคนที่ใช้ ใช้เพื่อติดตามข่าวสาร

**ตารางที่ 6** การยูทูบและจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้ยูทูบ** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานยูทูบ**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้ยูทูบทำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 1,252  98  736  125  364  1  19  7 | 92.74  7.26  58.79  9.98  29.07  0.08  1.52  0.56 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานยูทูบทั้งสิ้น 1,252 ไม่ใช้ 98 คน และคนที่ใช้ ใช้เพื่อรับชมความบันเทิง และติดตามเรื่องที่น่าสนใจ

**ตารางที่ 7** การติ๊กต๊อกและจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้ติ๊กต๊อก** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานติ๊กต๊อก**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้ติ๊กต๊อกทำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 363  987  283  20  40  1  16  3 | 26.89  73.11  77.96  5.51  11.02  0.28  4.41  0.83 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานติ๊กต๊อกทั้งสิ้น 363 คน ไม่ใช้งาน 987คน และคนที่ใช้ ใช้เพื่อรับชมความบันเทิง

**ตารางที่ 8** การบล็อกดิทและจุดประสงค์การใช้

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้บล็อกดิท** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| 1. **การใช้งานบล็อกดิท**   ใช้  ไม่ใช้   1. **ใช้บล็อกดิททำอะไรมากที่สุด**   รับชมความบันเทิง  ติดตามข่าวสาร  ติดตามเรื่องที่สนใจ  ซื้อ – ขายของ  ติดตามบุคคลที่สนใจ  สื่อสารกับกลุ่ม หรือบุคคล | 73  1,277  8  22  31  3  4  5 | 5.41  94.59  10.96  30.14  42.47  4.11  5.48  6.85 |

จากผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 1,350 คน มีการใช้งานบล็อกดิททั้งสิ้น 73 คน ไม่ใช้งาน 1,277คน และคนที่ใช้ ใช้เพื่อติดตามเรื่องที่สนใจ

**ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้งานสื่อออนไลน์ของกรมอนามัย**

**ตารางที่ 8** การใช้สื่อออนไลน์ของกรมอนามัย

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้สื่อออนไลน์ของกรมอนามัย** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| เฟซบุ๊ก  ไลน์ โอเอ  อินสตราแกรม  ทวิตเตอร์  ยูทูบ | 1,249  372  60  32  418 | 92.52  27.56  4.44  2.37  30.96 |

ผู้แสดงวามคิดเห็นจำนวน 1,350 คน มีการใช้งานเฟซบุ๊กของกรมมากที่สุด 1,249 คน และใช้ทวิตเตอร์น้อยที่สุด 32 คน

**ตารางที่ 9** เนื้อหาด้านใดที่มีท่านสนใจ หรือมีแนวโน้มที่จะสนใจในสื่อออนไลน์ ของกรม

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **เนื้อหาที่สนใจหรือมีแนวโน้มที่จะสนใจ (ตอบได้ 3 ข้อ)** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| อาหารการกิน  การออกกำลังกาย  สิ่งแวดล้อม  การดูแลช่องปาก  สุขอนามัยวัยรุ่น  สุขอนามัยผู้สูงอายุ  สุขอนามัยแม่และเด็ก  กฎหมายสาธารณสุข  อื่นๆ | 1,038  1,150  544  171  239  536  257  237  24 | 76.89  85.19  40.30  12.67  17.70  39.70  19.04  17.56  1.78 |

ผู้แสดงความคิดเห็นจำนวน 1,350 คน มีความสนใจด้านการออกกำลังกายและอาหารการกินมากที่สุด และยังมีความสนใจข้อมูลด้านอื่นๆ อีก เช่น เรื่องทั่วไป สื่อโควิด โรคระบาด โรคตามฤดูกาล โรคปัจจุบัน คำแนะนำสำหรับทุกเพศทุกวัน สวัสดิการเจ้าหน้าที่ และผู้บริหารของกรมอนามัย

**ตารางที่ 10** ความพึงพอใจ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ความพึงพอใจ** |  | **S.D.** | **ระดับความพึงพอใจ** |
| 1. ความพึงพอใจต่อ "เนื้อหา" ที่นำเสนอข้อมูล 2. ความพึงพอใจต่อ "รูปแบบสื่อ" ที่นำเสนอข้อมูล | 4.54  4.51 | 0.64  0.66 | สูง  สูง |
| **ค่าเฉลี่ยรวม** | 4.53 | 0.65 | สูง |

ผู้แสดงความคิดเห็นมีความพึงพอใจต่อเนื้อหา แลรูปแบบสื่อ ที่นำเสนอของกรมอนามัยในระดับสูง

**ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อพัฒนางาน**

**ตารางที่ 11** การใช้งานเว็บไซต์ อนามัยมีเดียหรือไม่ (https://multimedia.anamai.moph.go.th)

(n = 1,350)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **การใช้งานเว็บไซต์ อนามัยมีเดีย** | **จำนวน** | **ร้อยละ** |
| เคย  ไม่เคย | 610  740 | 45.19  54.81 |

**ตารางที่ 12** ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ อนามัยมีเดีย

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ อนามัยมีเดีย** |  | **S.D.** | **ระดับความพึงพอใจ** |
| ระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์  อนามัยมีเดีย | 4.60 | 0.58 | สูง |

ผู้แสดงความคิดเห็นจำนวน 1,350 คน เคยเข้าใช้งานเว็บไซต์อนามัยมีเดีย 610 คน และไม่เคยใช้งาน 740 คนและมีความพึงพอใจในการใช้งานในระดับสูง

สิ่งที่ไม่พึงพอใจ ข้อปรับปรุงเพิ่มเติม

1. กลุ่มแม่และเด็กเนื้อหายังน้อยเกินไป
2. ขอให้เพิ่มเนื้อหาในการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน
3. คลิปออกกำลังกาย ควรให้น่าสนใจกว่านี้ค่ะ
4. บทความที่เป็นเสียง เอาไว้ฟังเวลาขับรถ หรือว่าเวลาออกกำลังกาย (เดินเร็ว)
5. การนำเสนอข้อมูลการส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การ์ตูน annimation สร้าง character ให้เป็นที่จดจำของประชาชน
6. สื่อออนไลน์ อยากให้มีการลงวันที่ที่อัพเดทข้อมูล จะได้ทราบว่าข้อมูลทันสมัย เช่น โปสเตอร์ที่อัพลงในเฟส หรือเว็ปไซน์ของกรม
7. อยากให้ทำ infographic ข้อมูลที่เป็นความรู้ในส่วนที่กรมอนามัยรับผิดชอบ เผยแพร่กับประชาชนให้เยอะ ๆ ครับ
8. น่าจะมีกิจกรรม workshop ให้ลูกเพจค่ะ
9. ควรประชาสัมพันธ์สื่อกรมอนามัย ผ่านภาคีเครือข่ายภาคเอกชน มากขึ้น สร้างการรับรู้ของประชาชนให้หลากหลายตามแต่ละ setting ที่ประชาชนใกล้ชิด

ข้อชมเชย

1. บทความ ที่น่าสนใจ กดอ่านได้ที่ลิงค์ เข้าไปอ่านได้ สะดวกมาก
2. ขอชม www.anamai กรมอนามัย ตัวอักษรสามารถขยายใหญ่ได้ตามหน้าจอ อ่านง่าย ภาพประกอบสีสวยสดใส น่าสนใจ ส่วนคลิปต่างๆ อยากให้เพิ่มคำบรรยายด้วย ไปพร้อมกับตัวอักษร เพราะ ถ้าขึ้นแต่ตัวอักษรจะอ่านไม่ทัน/ส่วนของ facebook น่าสนใจมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างดีขึ้น มีข้อมูล

ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

1. การสื่อกิจกรรมแก่คนในวงกว้าง ในส่วนของช่องทาง online อาจจะเข้าถึงได้น้อยกว่าการได้พบปะต่อหน้า
2. กิจกรรมร่วมสนุก กิจกรรมตอบคำถาม ฯลฯ หามาให้ผู้ติดตามเล่นบ่อยๆ นะคะ ช่วยกระตุ้นยอดการเข้าชมของประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ได้ทั้งความรู้และได้รับของรางวัล
3. ควรมีกิจกรรมเพื่อร่วมสนุก / สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า(ผู้ใช้) อย่างต่อเนื่อง เช่น เดือนละ1-2ครั้ง
4. ควรนำเสนอ สื่อประชาสัมพันธ์ด้านสุขภาพที่สามารถดาวน์โหลดนำไปใช้ได้มากกว่านี้ และ สื่อวิดีทัศน์นำเสนอได้
5. เวปไซต์อนามัยมีเดียคนเข้าถึงน้อย แม้แต่ จนท.บางคนยังไม่รู้จัก ควรสื่อสารให้จนท.รับทราบเพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการกระจายสื่อ
6. สื่อที่ผลิตออกมาสามารถดาวน์โหลดเพื่อไปเผยแพร่ได้ บางสื่อดูได้มีประโยชน์ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่สามารถดาวน์โหลดมาเก็บไว้ได้ เนื่องจากสภาพพื้นที่บางแห่งไม่มีสัญญาณอินเตอร์เนต เวลาจะใช้สื่อในการนำเสนอ ไม่สามารถเปิดมานำเสนอได้
7. การตอบข้อสงสัยผ่านทางอีเมล์และช่องทางติดตามอื่นที่ทางเว็บไซต์ระบบระบุ ตอบกลับช้า หรือบ้างครั้งไม่ตอบกลับเลย