**ตัวชี้วัด 3.20 ระดับความสำเร็จของการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ตุลาคม 2563 – กุมภาพันธ์ 2564)**

| **ความรู้ที่นำมาใช้** | **นโยบาย** | **มาตรการ** | **ประเด็นความรู้ที่ใช้** | **ขับเคลื่อนกลยุทธ์ PIRAB** | **กิจกรรม** | **เป้าหมาย** | **หน่วยนับ** | **ระยะ**  **เวลา** | **ผลการดำเนินงาน** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อและข่าวสารในยุคดิจิทัลของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  (ศส. 2561) | การสื่อสารเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ | 1. แนวทางการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางอนามัยมีเดีย (ม.1)  2 แนวทางการสนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกรมอนามัย  (ม. 2) | -การสื่อสารสุขภาพ (ปด.1)  -การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์  (ปด.2) | P : Partnership (การสร้างพันธมิตรด้านการสื่อสาร) | -ผลิตและเผยแพร่การดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพตามกลุ่มวัยผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (ม.1 ปด.1)  กลยุทธ์ PIRAB  -สร้าง content ดีๆ โดนๆ (ดูยอดการเข้าถึง)  (ม.2 ปด.2)  กลยุทธ์ IRA  -สร้าง content ดีๆ โดนๆ (ดูยอดแชร์)  เพื่อการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ 4 ช่องทางกรมอนามัย  (ม.2 ปด.2)  กลยุทธ์ IRA | 210  5,855,907  15,951 | ชิ้น  ครั้ง  ครั้ง | ต.ค 63 – ก.พ.64  ต.ค 63 – ก.พ.64  ต.ค 63 – ก.พ.64 | จำนวนชิ้นงาน  241 ชิ้น  บรรลุเป้าหมาย  ยอดการเข้าถึง 5,562,842 คน ยังขาดจากเป้าหมาย 293,842 คน  (สิ้นก.พ. เกินเป้าหมายแน่นอน)  ยอดแชร์สะสม  จำนวน16,562 ครั้ง  บรรลุเป้าหมาย |
| ความรอบรู้ด้านสุขภาพ - รศ.ดร.ชนวนทอง (24 ม.ค. 2560) | I : Investment (การลงทุนพัฒนาสื่อ) |
| กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยเฟซบุ๊ก - สำนักประชาสัมพันธ์ (2 ม.ค. 2563) | R : Regulation (กำกับ ประชุมประจำเดือน) |
| โควิด-19” ความรู้ สู่ปัญญา พัฒนาการปฏิบัติ (มหิดล 2563) | A : Advocate (ใช้ HL เป็นเครื่องมือ) |
| คุ่มือ แนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ (ศส. 2563) | B: Build Capacity (พัฒนาเครือข่าย) |

**ชื่อตัวชี้วัด ระดับความสำเร็จของการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลลัพธ์ของตัวชี้วัดในระดับที่ 5**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Baseline data** | **หน่วยวัด** | **ผลลัพธ์ตรงเป้าหมายเป็นสัดส่วนตามระยะเวลา (1 คะแนน)** | | |
| **Mean + 5%** | **5 เดือนแรก (40%)** | **5 เดือนหลัง (60%)** |
| การผลิตสื่อ | ชิ้น | 526 | 210 | 316 |
| การเข้าถึง | คน | 14,639,768 | 5,855,907 | 8,783,861 |
| การส่งต่อ | ครั้ง | 39,877 | 15,951 | 23,926 |
| การเผยแพร่ | ช่องทาง | Social Media : Facebook / Youtube / Line@ / website | | |