

The Development of a Model for Drug Information Services Through PharmYaring Facebook Page, Pharmacy and Consumer Protection Department, Yaring Hospital

การพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring กลุ่มงานเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลยะหริ่ง

Sufyan Lateh^{1*} and Preeya Keawpimon²

สุฟยาน ลาเตะ^{1*} และ ปรียา แก้วพิมล²

¹Pharmacy and Consumer Protection Department, Yaring Hospital, Pattani 94150, Thailand

¹กลุ่มงานเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลยะหริ่ง ปัตตานี 94150 ประเทศไทย

²Faculty of Nursing, Pattani Campus, Prince of Songkla University, Pattani 94000, Thailand

²คณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาเขตปัตตานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปัตตานี 94000 ประเทศไทย

*Corresponding author: sufyanla@gmail.com

Received December 13, 2024 ■ Revised January 31, 2025 ■ Accepted February 16, 2025 ■ Published April 8, 2025

Abstract

This study aims to develop a model for drug information services through PharmYaring Facebook page and evaluate its effectiveness regarding users' perception, utilization, attitudes, and satisfaction. It was conducted in two phases using a research and development approach, comprising 1) the development of a pharmaceutical information service model and 2) the evaluation of its effectiveness. The assessment tools demonstrated high validity (IOC = 0.92) and reliability (Cronbach's alpha = 0.97). The results revealed 249 topics were posted on the Facebook page growing by 19,668 followers, generating 3,881,226 impressions, 3,073,429 reaches and 747,525 engagements. The most frequently presented topics were drug efficacy, dosage, and drug administration, which accounted for 107 items (19.78%). Among the 500 respondents to the questionnaire, the majority learned about the Facebook page through shares by friends ($n = 225$, 45.0%), and the peak usage hours were between 7:01 p.m. and 9:00 p.m. ($n = 184$, 36.8%). Most users applied the contents to their patient care ($n = 408$, 81.6%). The respondents expressed a high level of agreement regarding the media and the model of drug information services delivered via the Facebook page across all evaluation aspects ($M = 4.50$, $SD = 0.649$), especially on their opinions regarding the content of the page ($M = 4.65$, $SD = 0.534$). Additionally, overall satisfaction with the service model was rated at the highest level ($M = 4.70$, $SD = 0.483$). In summary, drug information services remain a crucial role of pharmacists and should be implemented concretely in hospitals at all levels and the findings underline the potential of Facebook as an effective platform for distributing drug information in community hospitals.

Keywords: development model, drug information services, Facebook Page, pharmacy and consumer protection, Yaring Hospital

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring และประเมินประสิทธิผลในการรับรู้ การใช้ประโยชน์ ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้ การศึกษาดำเนินการในสองระยะโดยใช้แนวทางการวิจัยและพัฒนา ได้แก่ การพัฒนารูปแบบการบริการเภสัชสนเทศและการประเมินประสิทธิผล แบบสอบถามพัฒนาโดยผู้วิจัยและผ่านการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาได้ค่า IOC เท่ากับ 0.92 และมีค่าความเชื่อมั่นที่วัดจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของ Cronbach (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.97 ผลการศึกษพบว่า มีการนำเสนอองค์ความรู้ผ่านเพจ จำนวน 249 เรื่อง โดยมีผู้ติดตาม 19,668 คน มีจำนวนการกดแสดงผล 3,881,226 ครั้ง จำนวนการเข้าถึง 3,073,429 ครั้ง และจำนวนการมีส่วนร่วม 747,525 ครั้ง หัวข้อที่นำเสนอบ่อยที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพ ขนาดและการบริหารยา คิดเป็น 107 รายการ (19.78%) จากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ส่วนใหญ่รู้จักเฟซบุ๊กเพจผ่านการแบ่งปันจากเพื่อน ($n = 225$, 45.0%) มีการใช้งานสูงสุดในช่วงเวลา 19.01 น. - 21.00 น. ($n = 184$, 36.8%) ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในการดูแลผู้ป่วย ($n = 408$, 81.6%) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อและรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านเฟซบุ๊กเพจทุกด้านในระดับเห็นด้วยมาก ($M = 4.50$, $SD = 0.649$) โดยเฉพาะความคิดเห็นต่อเพจด้านเนื้อหา ($M = 4.65$, $SD = 0.534$) และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบบริการในระดับมากที่สุด ($M = 4.70$, $SD = 0.483$) โดยสรุปการบริการเภสัชเทศยังคงเป็นบทบาทสำคัญของเภสัชกรที่ควรดำเนินการเป็นรูปธรรมในโรงพยาบาลทุกระดับ และเฟซบุ๊กเพจมีศักยภาพในฐานะแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลเภสัชเทศในโรงพยาบาลชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบ, การให้บริการเภสัชสนเทศ, เฟซบุ๊กเพจ, เภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค, โรงพยาบาลยะหริ่ง

■ บทนำ (Introduction)

การบริการเภสัชสนเทศ (Drug information services: DIS) การจัดการความรู้และระบบสารสนเทศทางยาเป็นหนึ่งการให้บริการทางเภสัชกรรมที่มีความสำคัญและถูกกำหนดให้เป็น 1 ใน 7 มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรมโรงพยาบาลที่กำหนดให้เภสัชกรจะต้องทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านยาที่ถูกต้อง เหมาะสม และเป็นปัจจุบันแก่ผู้ป่วย บุคลากรทางการแพทย์ทุกสาขา และบุคลากรทุกระดับของโรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง และต้องมั่นใจว่าผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง สามารถนำไปปฏิบัติ ตลอดจนมีระบบการสนับสนุนงานบริการ ให้มีและเข้าถึงข้อมูลยา ข้อมูลทางการแพทย์เพื่อการบริการอย่างเหมาะสม เพียงพอ และทันเวลา เภสัชกรจะต้องมีการดำเนินการด้านการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของหน่วยงาน การพัฒนาคุณภาพงาน การพัฒนาการบริหารทางเภสัชกรรม รวมทั้งการพัฒนาตามมาตรฐานวิชาชีพอย่างเหมาะสม เกิดการเรียนรู้ การสร้างชุมชนเรียนรู้ตามความเหมาะสม (The Association of Hospital Pharmacist (Thailand) [ThaiHP], 2023)

หน่วยบริการเภสัชสนเทศ (Drug information centers: DICs) ที่เป็นทางการมีการจัดตั้งแห่งแรกในสหราชอาณาจักรในปี ค.ศ. 1960 ต่อมาในปี ค.ศ. 1962 มีข้อมูลการจัดตั้ง DICs ในสหรัฐอเมริกา ในประเทศสหรัฐอเมริกามีการสำรวจจำนวนหน่วยเภสัชสนเทศในปี 2003 พบว่า มี 103 แห่ง ขณะที่ผลสำรวจเมื่อปี 2009 กลับพบจำนวนหน่วยเภสัชสนเทศที่ให้บริการลดลงเหลือเพียง 75 แห่ง และแนวโน้มส่วนใหญ่ของการให้บริการ พบว่า มีจำนวนคำถามที่เข้ามายังหน่วยเภสัชสนเทศลดลง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลหรือสื่อความรู้ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการสามารถสืบค้นได้ด้วยตนเอง แต่พบว่า คำถามที่เข้ามายังหน่วยเภสัชเทศนั้นเป็นคำถามที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งต้องใช้เวลาในการตอบแต่ละคำถามมากขึ้น (Grossman et al., 2020; Shrestha et al., 2020; Gabay, 2017; Manosalva et al., 2016) ที่เป็นความท้าทายอีกประการ คือ การใช้ปัญญาประดิษฐ์ เช่น Chat Generative Pre-trained Transformer (ChatGPT) มาใช้ในการค้นหาคำตอบจากข้อสงสัยด้านยาที่พบว่า สามารถให้คำตอบที่อ่านได้ง่ายขึ้น แต่ยังคงขาดความถูกต้องของคำตอบเมื่อเทียบกับการให้คำตอบตามระบบบริการโดยมนุษย์ (Triplett et al., 2024) ดังนั้น เภสัชกรจะต้องพัฒนาตนเองมากขึ้นเพื่อสามารถให้บริการข้อมูลด้านยาที่มีคุณภาพ ถูกต้อง เที่ยงตรง ไม่มีอคติแก่บุคลากรทางสาธารณสุขและประชาชนให้ได้ดียิ่งขึ้น

งานบริการเภสัชสนเทศ มีการให้บริการผ่าน DICs (Triplett et al., 2024; Almuqbil et al., 2022; Sadagoban et al., 2021; Ashenef et al., 2018) เน้นตอบคำถามอย่างเป็นระบบ ผ่านการจัดประเภทหัวข้อ การสืบค้น การประเมิน วิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูล และประเมินผลการให้บริการ (Wongpattanawut, 2023; Shrestha et al., 2020) มีช่องทางการบริการข้อมูลคำตอบทางยาหลายช่องทาง ทั้งการตอบภายในองค์กรหรือการตอบผ่าน

แหล่งข้อมูลสาธารณะ เช่น หน่วยคลังข้อมูลยา คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เครือข่ายเภสัชสนเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร รวมทั้งการบริการผ่านแอปพลิเคชัน Line Ads (Somtip & Kitikannakorn, 2021) เป็นต้น โดยพบว่า การบริการเภสัชสนเทศสามารถลดโอกาสการเกิดความคลาดเคลื่อนทางยาและเพิ่มความปลอดภัยในการดูแลผู้ป่วย (Almuqbil et al., 2022) ผู้ใช้บริการนำความรู้ที่ได้จากการบริการเภสัชสนเทศไปใช้ประโยชน์ในการดูแลผู้ป่วย (Sadagoban et al., 2021)

โรงพยาบาลยะหริ่งได้มีการให้บริการเภสัชสนเทศตั้งแต่ปี 2550 ผ่านรูปแบบการให้บริการถาม-ตอบคำถามด้านยาแก่บุคลากรในโรงพยาบาลและโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) ในเครือข่ายบริการสุขภาพระดับอำเภอยะหริ่งทั้ง 19 รพ.สต. (รูปแบบดั้งเดิม) มีจำนวนคำถามด้านยาที่ได้รับการสอบถามจำนวน 31 และ 74 คำถาม ในปี 2550 และ 2551 ตามลำดับ แต่องค์ความรู้ที่ได้จากการให้บริการไม่สามารถเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณะได้ ต่อมาการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ “สังคมแห่งดิจิทัล” ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั่วโลก มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน “สื่อดิจิทัล” มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับรู้ข่าวสารและการติดต่อสื่อสารไปสู่สื่อสังคมออนไลน์ ก่อให้เกิดการสื่อสารไร้พรมแดน มีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แบ่งปันความรู้ เสนอข้อมูลข่าวสารหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และประหยัดเวลา ทำให้เกิดการแข่งขันและพัฒนาตัวของสื่อดิจิทัลเป็นอย่างมาก ขณะที่ประชากรโลกที่เข้าใช้งานสื่อดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น จึงมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารบนพื้นที่เว็บไซต์ภายใต้ชื่อ URL www.pharmyaring.com (รูปแบบที่ 2) ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2552 มีจำนวนชิ้นงานที่เป็นความรู้ด้านยาที่ได้ทำการเผยแพร่ รวมการตอบคำถามด้านยาผ่านกระดานถาม-ตอบ ทั้งสิ้น 1,310 ชิ้นงาน มีการวัดความพึงพอใจรูปแบบการให้บริการ ในปี 2554 และ 2555 ได้คะแนนความพึงพอใจโดยรวม เท่ากับ 4.37 และ 4.58 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์ได้ปิดตัวลงในปี 2555 เนื่องจากระบบเก็บสำรองข้อมูลมีปัญหา ไม่สามารถกู้คืนชิ้นงานทั้งหมดที่ได้เผยแพร่ ทำให้เกิดความสูญหายของชุดความรู้ (Knowledge assets) ที่ได้จัดทำ อุปสรรคบางประการของการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านเว็บไซต์ คือ ค่าใช้จ่ายสำหรับการบำรุงรักษาที่อยู่เว็บไซต์ (Domain name) รวมทั้งการออกแบบเว็บไซต์ต้องอาศัยผู้ที่มีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) ทำให้เกิดข้อจำกัดในการจัดทำเว็บไซต์ให้มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ

การบริการเภสัชเทศยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากข้อมูลทางยามีการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าตลอดเวลา ประกอบกับการพัฒนาระบบบริการทางสุขภาพ (Service plan) ด้านต่าง ๆ ของกระทรวงสาธารณสุข การมีระบบส่งกลับ (Refer back) พร้อมกำหนดบัญชีรายการยาสำหรับส่งกลับจากโรงพยาบาลประจำ

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกิดการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยจากสถานบริการทางสุขภาพหนึ่งไปอีกสถานบริการสุขภาพหนึ่ง ทำให้บุคลากรมีโอกาสได้ใช้ยาที่ไม่เคยมีการใช้มาก่อนในโรงพยาบาลชุมชน บุคลากรจึงต้องเข้าใจสาระโดยสังเขปเกี่ยวกับยาที่จะใช้ เพื่อให้การบริการผู้ป่วยเป็นไปด้วยความปลอดภัย เพื่อให้การบริการผู้ป่วยเป็นไปด้วยความปลอดภัย ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล จำเป็นที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับยาที่สืบทอดข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มาประเมินและกลั่นกรองข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์ ถูกต้อง และสะดวกต่อการนำไปใช้ ภายใต้การให้บริการสารสนเทศทางยา อย่างไรก็ตาม จากการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล ThaiJo ยังไม่พบการศึกษาวิจัยลักษณะการบริการเภสัชสนเทศในรูปแบบเฟซบุ๊กเพจ การวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อพัฒนารูปแบบและศึกษาประสิทธิภาพของการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring (รูปแบบที่ 3) ซึ่งพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิดและทฤษฎีการจัดการความรู้ (Panich, 2016; Thongnoi & Duangpim, 2018; Nonaka & Takeuchi, 1995) แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข้อมูล และพฤติกรรม (Marangunic & Granic, 2015; McCombs & Becker, 1979; Atkin, 1973) แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Kaewthep et al., 2000) และแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร (Jadipang, 2008) เพื่อให้องค์ความรู้ที่เกิดจากการให้บริการเภสัชสนเทศได้รับการเผยแพร่ นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้แก่สาธารณะผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ เนื่องจากเฟซบุ๊กเพจเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก (Bureau of Public Relations, The Secretariat of the Senate, 2019) สำหรับประเทศไทยมีสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์เดือนมกราคม 2566 พบว่า คนไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มากถึง 52.25 ล้านผู้ใช้งาน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 72.8 ของประชากรคนไทยทั้งหมด โดยเฟซบุ๊กครองสถิติ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมมากที่สุด ร้อยละ 91.0 เป็นสื่อที่คนไทยชื่นชอบมากที่สุด ร้อยละ 37.3 และเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงคนไทยมากที่สุด ร้อยละ 67.0 (InsightERA, 2023) รวมทั้งเฟซบุ๊กมีวิธีการเลือกที่จะให้โพสต์ใดของผู้ใดไปแสดงที่ใครบ้าง ขึ้นกับ “คะแนน” ที่เฟซบุ๊กให้กับแต่ละเพจ ที่เรียกว่า EdgeRank หากโพสต์มี EdgeRank สูงมีโอกาสที่จะถูกนำไปแสดงในกระดานข่าวของเพื่อนหรือแฟนเพจมากขึ้น (Chali, 2020)

วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ กลุ่มงานเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลยะหริ่ง
2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ กลุ่มงานเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลยะหริ่ง ในด้านการรับรู้ การใช้ประโยชน์ ความคิดเห็น และความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กเพจ

วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) แบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การสร้างและพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศ แบ่งเป็น 3 ช่วง ได้แก่

■ ช่วงที่ 1 ให้บริการในรูปแบบถามตอบและบันทึกถ้อยคำลักษณะอักษรผ่านโปรแกรม Microsoft Words (ช่วงปีงบประมาณ 2550-2551)

■ ช่วงที่ 2 ดำเนินการผ่านรูปแบบเว็บเพจ ภายใต้ชื่อ URL www.pharmyaring.com (ช่วงปีงบประมาณ 2552-2555) โดยตอบคำถามด้านยาผ่านกระดานถามตอบ และเพิ่มเติมเนื้อหาหรือองค์ความรู้ด้านยาจากประสบการณ์หน้างานผ่านมุมสารานุกรมด้านยาและสุขภาพ

■ ช่วงที่ 3 พัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ ฝ่ายเภสัชกรรม โรงพยาบาลยะหริ่ง เริ่มต้นเปิดเฟซบุ๊กเพจครั้งแรกเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2554 ในเวลาใกล้เคียงกับการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านระบบเว็บไซต์ โดยใช้ชื่อ ฝ่ายเภสัชกรรม โรงพยาบาลยะหริ่ง เปลี่ยนชื่อเฟซบุ๊กเพจเป็น PharmYaring เมื่อ 16 สิงหาคม 2566 เพื่อสร้างความจดจำได้ง่าย สอดคล้องกับชื่อเว็บไซต์เดิมที่เคยจัดทำและสั่นกระซิบเป็นสากล ปรับเปลี่ยนแนวการตอบคำถามด้านยาแบบเดิมเป็นการอธิบายให้ง่ายและละเอียดมากขึ้น โดยหัวข้อหรือเนื้อหาที่นำมาเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กเพจมีที่มาจาก 1) คำถามด้านยาที่ได้รับจากบุคลากรในหน่วยงานหรือต่างสถานบริการ 2) ประเด็นน่าสนใจที่เป็นความรู้ที่ได้จากการประชุมวิชาการ 3) ปัญหาหน้าที่พบจากรายงานอุบัติการณ์ต่าง ๆ 4) เรื่องยาอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ผู้วิจัยทำการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ปฐมภูมิจนถึงตติยภูมิ ประเมิน วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นบทความผ่านแอปพลิเคชันสำเร็จรูป เช่น PowerPoint หรือ Canva บันทึกข้อมูลเป็นรูปภาพโดยใช้หลักการ “เขียนเอง สงสัยเอง ตั้งคำถามเอง และหาคำตอบอธิบายตัวเอง” นำไปเผยแพร่บนเฟซบุ๊กเพจ

ระยะที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อของผู้ใช้เฟซบุ๊กเพจ และศึกษาประสิทธิภาพของรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศในด้านการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กเพจ กลุ่มงานเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลยะหริ่ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตาม ผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชม และมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตาม ผู้ที่สนใจที่เข้ามาเยี่ยมชม และมีส่วนร่วมในเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรจำกัได้ ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดประชากร และไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5

คำนวณได้ 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 500 คน และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring มากที่สุด ได้เลือกกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กเพจที่เป็นบุคลากรทางสุขภาพ อาจารย์ บุคลากรทางการศึกษา และนิสิตนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling)

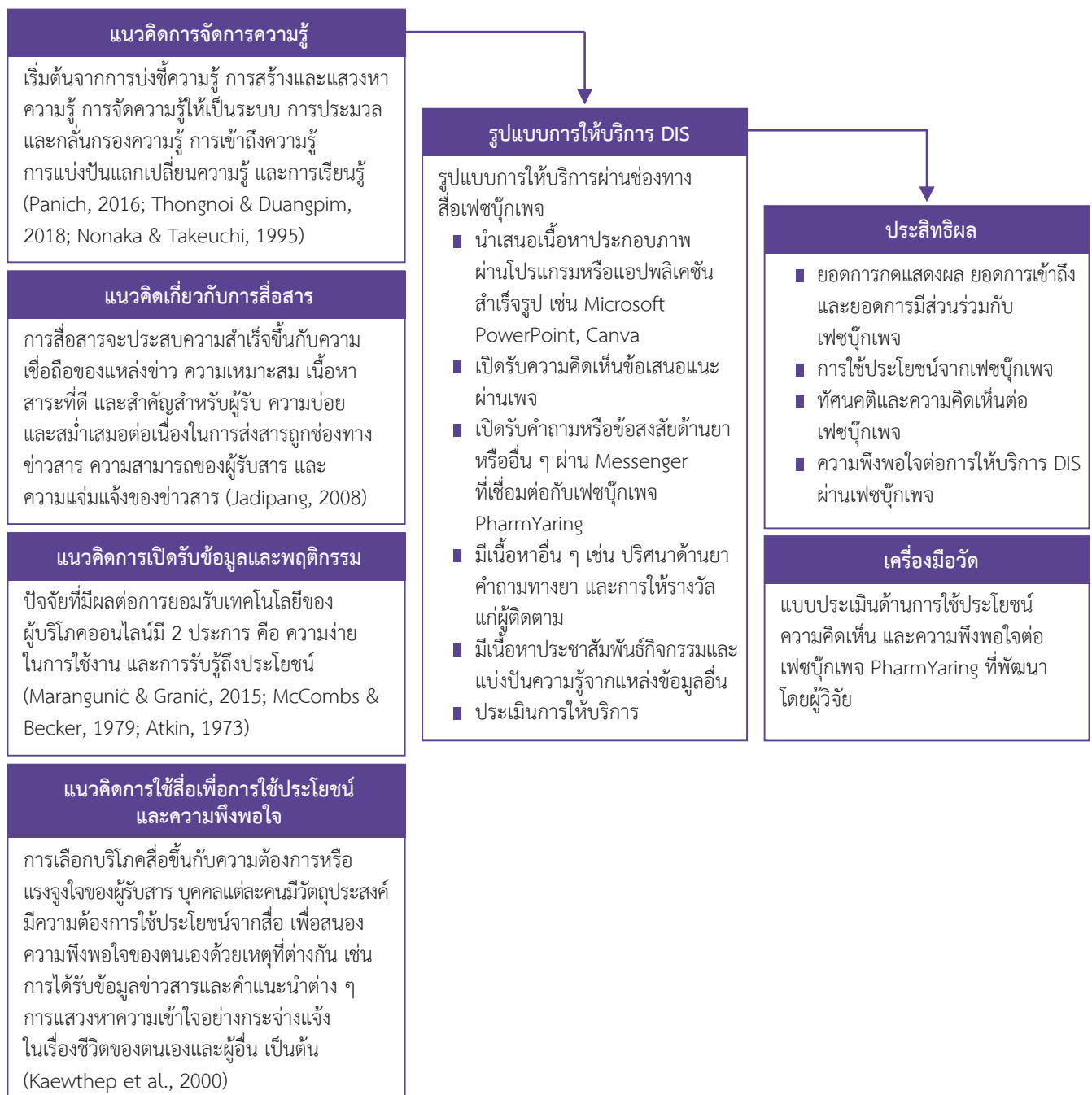
กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้ศึกษามุ่งพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ โดยได้ถอดบทเรียนข้อดีข้อจำกัดของการให้บริการในรูปแบบเดิม พร้อมศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการจัดการความรู้ การสื่อสาร การเปิดรับข้อมูลและพฤติกรรม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่อให้การบริการเภสัชสนเทศ ได้รับการจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ให้ชุมชนรู้ที่เกิดขึ้นเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่กว้างขวางสู่สาธารณะ ซึ่งสามารถอธิบายกรอบแนวคิดการวิจัยดัง Figure 1

Figure 1

Conceptual Framework

กรอบแนวคิดการวิจัย



เครื่องมือการวิจัย

1. รูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศที่ได้ดำเนินการและพัฒนาตามช่วงต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การให้บริการในรูปแบบดั้งเดิมต่อมาพัฒนาให้บริการผ่านเว็บไซต์ และปัจจุบันให้บริการผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ

2. แบบประเมินที่ใช้ ซึ่งได้จากระยะที่ 2 ของการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น ประกอบด้วย แบบประเมินผลเชิงสถิติจากผลงานที่นำไปเผยแพร่ อันประกอบด้วย จำนวนเนื้อหา ประเภทของเนื้อหา ปีงบประมาณที่จัดทำ จำนวนการกดแสดงผล การเข้าถึง การมีส่วนร่วม แบบประเมินด้านการใช้ประโยชน์ ความคิดเห็น และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

การสร้างแบบประเมินการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจ มีขั้นตอนในการสร้างตามลำดับ ดังนี้

■ ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจการให้บริการข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างและกำหนดข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการในแบบประเมินการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการวิจัยครั้งนี้

■ สร้างแบบประเมินการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจฉบับร่างให้ครอบคลุมประเด็นสาระสำคัญของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งโครงสร้างแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบประเมินการรับรู้ และพฤติกรรมการใช้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็น/ทัศนคติเกี่ยวกับตัวสื่อ และรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเภสัชสนเทศทางช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นต่อรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพจ PhamaYaring หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

■ นำแบบประเมินการรับรู้ การใช้ประโยชน์ ความคิดเห็น และความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ เสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของประเด็นข้อคำถาม และรับฟังข้อเสนอแนะจากที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข จากนั้นทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ในฐานะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และเภสัชกรเชี่ยวชาญ หัวหน้ากลุ่มงานเภสัชกรรม โรงพยาบาลกำแพงเพชร ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้โดยครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ ซึ่งในการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.92

■ ปรับปรุงแก้ไขแบบประเมินตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิในฐานะผู้เชี่ยวชาญ และสร้างแบบประเมินใน Google form

■ ทดลองใช้แบบประเมินกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตัวอย่างจริงอย่างน้อย 30 คน โดยผู้ศึกษาได้ทำการทดลองใช้ (Try out) กับผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กที่เป็นบุคลากรโรงพยาบาลยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี นำผลการทดลองใช้ไปหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

■ ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีการของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient: α) และใช้โปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ไม่ต่ำกว่า 0.70 จะถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ และจากการทดลองใช้ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลยะหริ่ง จำนวน 36 คน ได้ผลค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.97

■ นำแบบประเมินที่สร้างใน Google form ไปเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring เพื่อประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาวิจัยดำเนินการตอบแบบประเมิน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บและรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเผยแพร่แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ (Online questionnaire) บนเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ที่สร้างขึ้นใน Google form ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำออกในรูปแบบ Excel ได้ ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์และประมวลผล นำข้อมูลที่ได้ของผู้ตอบแบบสอบถามมาคิดเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยในการวิเคราะห์ผลการประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจได้นำผลที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์ประเมินของ Srisa-Ard (2017 as cited in Pimpimool, 2020) ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด/
เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก/
เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง/
เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย/
เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด/
เห็นด้วยน้อยที่สุด

5. จริยธรรมการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ได้ผ่านการขอ
จริยธรรมการวิจัย (Ethics committee: EC) จากสำนักงาน
สาธารณสุขจังหวัดปัตตานีแล้ว เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567
เลขที่โครงการวิจัย RECPTN No.020/67

Figure 2

Sequence of Development for Drug Information Service Model, Yaring Hospital
ลำดับการพัฒนาการให้บริการเภสัชสนเทศ โรงพยาบาลยะหริ่ง

แบบบันทึกการให้บริการเภสัชสนเทศ	
งานเภสัชกรรม กลุ่มเภสัชสนเทศ โรงพยาบาล ยะหริ่ง อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี โทรศัพท์ 0-2348-1013 ต่อ 106 วันเดือนปี 25/10/2550 เวลา 17.00 น. สำนักสงฆ์ 038/2550 ชื่อผู้ป่วย พยาธิวิทยา (ER) พยาบาลฝ่ายแผนก ER ตำแหน่งยาชีพ [] แพทย์ [] ทันตแพทย์ [✓] พยาบาล [] เภสัชกร [] นวก./จพง.สาธารณสุข [] จพง.เภสัชกรรม [] อื่น ๆ ระบุ..... รายละเอียดของคำถาม : ยา pyromenadione (จาก รพ.มอ.) เริ่มให้เข้า iv ไม่ทราบวิธีต้อง dilute ก่อนให้ ผู้ป่วยแบบ iv หรือไม่ ข้อมูลผู้รับบริการ : ผู้รับบริการ : รพ.สุพรรณฯ อายุ 55 วัตถุประสงค์ : เพื่อ [✓] การศึกษาพยาบาลดูแลผู้ป่วย [] ทวีไป [] การศึกษาความรู้ [] อื่น ๆ ระบุ : ชนิดของคำถาม [] Adverse Drug Reaction/Side effect [✓] Drug Dosing/Preparation guide [] Drug Choice/Therapeutic Efficacy [] Drug Interaction [] Pharmaceutical Identification [] Pharmacokinetic [] Pharmaceutical Availability [] Toxicity [] Pharmaceutical Compatibility [] Drug Formulation [] General Product Information [] Disease State [] Drug Comparison [] Drug Stability ตอบคำถามด้วย : [✓]ปากเปล่า [✓]โทรศัพท์ [✓]ลายลักษณ์อักษร [] อื่น ๆ ระบุ..... ระยะเวลาที่ใช้การคำตอบ : [✓] 1 - 10 นาที [] 11 - 30 นาที [] 31 นาที - 2 ชั่วโมง [] 3 ชั่วโมง [] 1 วัน เป็นต้นไป (สำหรับลายลักษณ์อักษร) สรุปคำตอบ : กรณีต้องการให้ทราบ iv สิ่งที่ต้องพิจารณาคือสารที่เข้ากันได้ เช่น NSS, DSW, D5NS (ในปริมาณความเข้มข้น เนื่องจากไม่มีข้อมูลระบุ ควรใช้หลักการคือเมื่อเริ่มแรก ควรใช้ไม่เกิน 1 mg/kg (ครั้งวัน 1 amp มี 10 mg/kg) ซึ่งใช้สำหรับการฉีดอย่างช้าๆ 10 นาที) ซึ่งถ้าผู้ดูแล สิ่งที่ต้องระวังคือผลข้างเคียง เพราะยาตัวนี้อาจ	

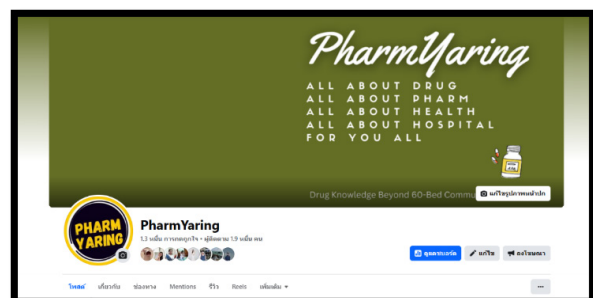
รูปแบบดั้งเดิม (พ.ศ. 2550-2552)

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการพัฒนาารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring กลุ่มงานเภสัชกรรมและคุ้มครองผู้บริโภค โรงพยาบาลยะหริ่ง พบว่าได้รูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 1 page ที่ผ่านการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการโดยใช้รูปแบบดั้งเดิม และการบริการผ่านเว็บไซต์ มีชิ้นงานทางวิชาการนำเสนอทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน มีรายละเอียดดัง Figure 2



บริการผ่านเว็บไซต์ (พ.ศ. 2552-2555)



บริการผ่านเฟซบุ๊กเพจ (พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน)

Figure 3

An Example of Content That Created and Published Through a Facebook Page: Prior to improvement.

ตัวอย่างภาพเนื้อหาที่มีการจัดทำและเผยแพร่ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจก่อนการปรับปรุง

เด็กกิน calamine lotion ไปครึ่งขวด ทำไงดี ?

- มี case จาก ER วันนี้ ได้ประสานเพื่อนที่ศูนย์พิษวิทยาศิริราช ได้คำตอบดังนี้
- ดูส่วนประกอบของ calamine ก่อนว่า มี antihistamine ผสมหรือไม่ ถ้าเป็นของ GPO ไม่มี แต่ถ้าเป็นของบริษัทบางยี่ห้ออาจมี
- ถ้ามี antihistamine ต้องดูอาการง่วงซึม CNS and respiratory depression
- Calamine จัดเป็น very low toxic บางข้อมูลบอกว่า slightly toxic ระดับ lethal dose อยู่ที่ 5-15 gm/Kg
- เด็กกินครึ่งขวด คำนวณแล้วจะได้ calamine ไปประมาณ 4.5 gm เท่านั้น (1 ขวด มี calamine 15% w/v + ZnOxide 5% w/v)
- ไม่ต้องทำอะไร ไม่ต้องล้างท้อง ไม่ต้องให้ charcoal รักษาตามอาการ ยาไม่ดูดซึม ระวัง aspiration pneumonia ถ้าอาเจียนมากก็ให้ระวัง dehydrate ให้ antiemetic ได้ observe 24 hours
- ไม่ต้องกังวล เพราะความเป็นพิษต่ำมาก

Figure 4

An Example of Content That Created and Published Through a Facebook Page and an Example of Interaction Between Followers and the Page: After the Improvement

ตัวอย่างภาพเนื้อหาที่มีการจัดทำและเผยแพร่ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจ และตัวอย่างการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตามกับทางเพจภายหลังการปรับปรุง

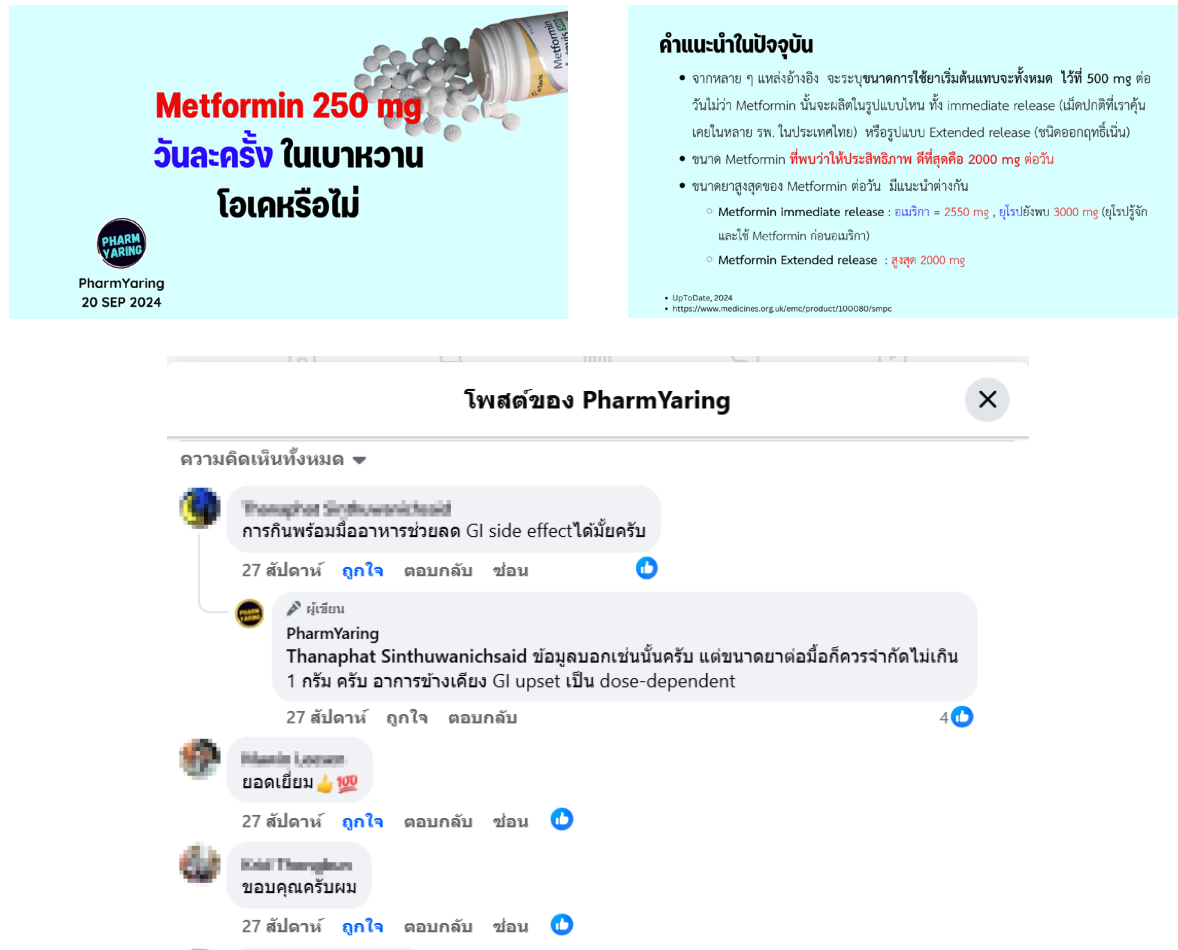


Table 1

Statistics of the Drug Information Services: Number of Content Pieces, Impressions, Reach, and Engagement

ข้อมูลการให้บริการเภสัชสนเทศและสถิติ: จำนวนชิ้นงาน การกดแสดงผล การเข้าถึง และการมีส่วนร่วม

ปีงบประมาณ	จำนวนชิ้นงานที่เผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กเพจ	จำนวนการกดแสดงผล	จำนวนการเข้าถึง	จำนวนการมีส่วนร่วม
2555	4	NA*	NA*	2,748
2556	4	NA*	NA*	49
2557	3	NA*	NA*	66
2558	1	NA*	NA*	39
2559	2	69	67	23
2560	5	491	454	383
2561	4	54,862	46,839	4,171
2562	10	1,553	1,421	1,326

Table 1
(continued)

ปีงบประมาณ	จำนวนชิ้นงานที่เผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กเพจ	จำนวนการกดแสดงผล	จำนวนการเข้าถึง	จำนวนการมีส่วนร่วม
2563	4	6,604	5,454	5,277
2564	24	10,332	8,823	1,643
2565	27	196,671	154,482	30,610
2566	67	2,527,930	1,929,244	458,224
2567	94	1,082,714	926,645	242,966
รวม	249	3,881,226	3,073,429	747,525

*NA = Not Available เนื่องจากฐานข้อมูลสถิติใน Dashboard ของ Facebook สามารถดูข้อมูลย้อนหลังได้เพียง 10 ปี เท่านั้น

จาก Table 1 พบว่า จากข้อมูลการให้บริการ มีจำนวนชิ้นงานที่นำไปเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กเพจ จำนวน 249 เรื่อง จำนวนเรื่องที่น่าสนใจที่สุดในปีงบประมาณ 2567 (94 เรื่อง) รองลงมาคือ ปีงบประมาณ 2566 (67 เรื่อง) แต่ยอดการกดแสดงผล จำนวนการเข้าถึง จำนวนการมีส่วนร่วม สูงสุดใน

ปีงบประมาณ 2566 โดยมีจำนวนการกดแสดงผล 2,527,930 ครั้ง จำนวนการเข้าถึง 1,929,244 ครั้ง และจำนวนการมีส่วนร่วม 458,224 ซึ่งสูงกว่าปีงบประมาณ 2567 ที่มีจำนวนการกดแสดงผล 1,082,714 ครั้ง จำนวนการเข้าถึง 926,645 และจำนวนการมีส่วนร่วม 242,966

Table 2

Content Pieces Categorized by Type of Drug Information Services

เนื้อหาแบ่งตามประเภทการบริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ประเภทของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อ Facebook	จำนวน	%
ประสิทธิภาพ ขนาดยา และการบริหารยา (Efficacy/Dosage/Administration)	107	19.78
โรคและแนวทางการรักษา (Disease/Treatment guideline/Therapeutic use)	70	12.94
คำแนะนำ การให้คำปรึกษาแก่ผู้ป่วย (Patient information/Education)	63	11.65
อาการอันไม่พึงประสงค์ อาการข้างเคียง (Adverse Drug Reactions: ADRs/Side effects)	47	8.69
เภสัชจลนพลศาสตร์ เภสัชวิทยา (Pharmacokinetics/Pharmacology)	36	6.65
ข้อมูลทั่วไปของยา (General product information)	27	4.99
คุณสมบัติทางเคมี (Chemical properties)	26	4.81
ข้อห้ามใช้และข้อระวังการใช้ (Contraindication/Precaution)	25	4.62
ความคงตัว การเก็บรักษา และความเข้ากันได้ (Stability/Storage/Compatibility)	21	3.88
การใช้ยาในสตรีมีครรภ์ (Pregnancy)	20	3.70
อันตรกิริยาระหว่างยา (Drug interaction)	18	3.33
รูปแบบที่มีจำหน่าย หรือเหมาะสมสำหรับผู้ป่วยแต่ละราย (Availability)	16	2.96
สูตรตำรับ (Formulation/Compounding)	10	1.85
พิษวิทยา หรือสารพิษ (Toxicology/Poisoning)	10	1.85
สมุนไพร ยาแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Herbal/Conventional medicine/Dietary supplement)	9	1.66
มาตรฐานยา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับยา (Drug standard/Legal)	7	1.29

Table 2
(continued)

ประเภทของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อ Facebook	จำนวน	%
การใช้ยาในสตรีให้นมบุตร (Lactation)	4	0.74
คุณลักษณะและเอกลักษณ์เภสัชภัณฑ์ (Identification)	1	0.18
ข้อมูลด้านมูลค่า เภสัชเศรษฐศาสตร์ (Cost/Pharmacoeconomics)	1	0.18
อื่น ๆ (Others)	23	4.25
รวม	541*	100.00

*1 ชิ้นงานอาจมีประเด็นเกี่ยวข้องกับหลายประเภทหัวข้อ

จาก Table 2 พบว่า ประเภทของสื่อที่ทำการเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเพจ สูงสุด 5 อันดับแรก เป็นหัวข้อด้าน Efficacy/Dosage/Administration สูงสุดที่ 107 ครั้ง (19.78%) รองลงมาคือ Disease/Treatment guideline/Therapeutic use,

Patient information/Education, ADRs/Side effects และ Pharmacokinetics/Pharmacology ที่มีจำนวนการจัดทำสื่อ 70 (12.94%), 63 (11.65%), 47 (8.69%) และ 36 (6.65%) ตามลำดับ

Table 3
Demographic Data
ข้อมูลทั่วไป

(n = 500)

ข้อมูล	จำนวน	%
เพศ		
หญิง	376	75.2
ชาย	120	24.0
อื่น ๆ/ไม่ต้องการระบุ	4	0.8
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	1	0.2
อายุระหว่าง 21-30 ปี	222	44.4
อายุระหว่าง 31-40 ปี	153	30.6
อายุระหว่าง 41-50 ปี	102	20.4
อายุระหว่าง 51-60 ปี	17	3.4
อายุมากกว่า 60 ปี	5	1.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	33	6.6
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	394	78.8
ปริญญาโท	68	13.6
ปริญญาเอก	5	1.0
ตำแหน่ง/อาชีพ		
เภสัชกร	397	79.4
นิสิต นักศึกษาด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ	47	9.4

Table 3
(continued)

ข้อมูล	จำนวน	%
พยาบาลวิชาชีพ	28	5.6
แพทย์	18	3.6
บุคลากรวิชาชีพสุขภาพอื่น ๆ	5	1.0
ทันตแพทย์	3	0.6
อาจารย์/บุคลากรทางการศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพ	1	0.2
อื่น ๆ: นายแพทย์เภสัชกร	1	0.2
ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในสายวิชาชีพ (เศษของปี มากกว่า 6 เดือน คิดเป็น 1 ปี กรณีเพิ่งปฏิบัติงานปีแรก หรือนิสิตนักศึกษาคิดเป็น 1 ปี)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	220	44.0
6-10 ปี	92	18.4
11-15 ปี	71	14.2
16-20 ปี	32	6.4
21-25 ปี	57	11.4
26-30 ปี	21	4.2
มากกว่า 30 ปี	7	1.4
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	34	6.8
10,001-20,000 บาท	23	4.6
20,001-30,000 บาท	52	10.4
30,001-40,000 บาท	120	24.0
40,001-50,000 บาท	131	26.2
50,001-60,000 บาท	81	16.2
60,001-70,000 บาท	27	5.4
ตั้งแต่ 70,001 บาท เป็นต้นไป	32	6.4
สถานที่ปฏิบัติงานอยู่ในภูมิภาค		
ภาคกลาง	132	26.4
ภาคใต้	127	25.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	105	21.0
ภาคเหนือ	75	15.0
ภาคตะวันออก	45	9.0
ภาคตะวันตก	16	3.2

Table 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (75.2%) ช่วงอายุ 3 ลำดับที่มีการตอบแบบประเมินสูงสุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี โดยคิดเป็น 44.4%,

30.6% และ 20.4% ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าสูงสุดที่ 78.8% เป็นเภสัชกรมากที่สุด 79.4% ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปีมากที่สุด (44.0%)

ส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 40,001-50,000 บาท (26.2%) และเป็นผู้ตอบแบบประเมินจากภาคกลางมากที่สุด (26.4%)

Table 4

Perception and Behavior of Users of the PharmYaring Facebook Page

การรับรู้ และพฤติกรรมการใช้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ข้อมูล	จำนวน	%
ท่านรู้จักเฟซบุ๊กเพจ “PharmYaring” จากช่องทางใด		
รู้จักผ่านการแชร์ของเพื่อนบนเฟซบุ๊ก	225	45.0
รู้จักผ่านการสืบค้นจากเฟซบุ๊ก	181	36.2
รู้จักผ่านการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต (เช่น Google, Internet Explorer)	70	14.0
รู้จักผ่านการแนะนำให้กดติดตาม	19	3.8
รู้จักผ่าน Story Instagram: IG ของเพื่อน	1	0.2
รู้จักผ่านการนำเสนอจากเฟซบุ๊ก	1	0.2
รู้จักผ่านการแนะนำจากเพจอื่น เช่น เพจห้องฉุกเฉินต้องรู้	1	0.2
รู้จักตอนให้ทำแบบสอบถามโครงการวิจัย	1	0.2
รู้จักผ่านการฝึกปฏิบัติงานวิชาชีพเภสัชศาสตร์ ปี 4	1	0.2
ท่านติดตามเฟซบุ๊กเพจ “PharmYaring” ในลักษณะใด		
กดถูกใจและกดติดตาม (Like and Follow) เฟซบุ๊กเพจ	398	79.6
กดถูกใจ (Like) เฟซบุ๊กเพจ	55	11.0
กดติดตาม (Follow) เฟซบุ๊กเพจ	35	7.0
เป็นผู้อ่านทั่วไป โดยไม่ได้กดถูกใจ หรือกดติดตาม “เพจ” แต่อย่างใด	12	2.4
ท่านใช้งานเฟซบุ๊กเพจ “PharmYaring” ในลักษณะใด		
เป็นผู้อ่าน และ “เคย” กดถูกใจ กดแชร์ กดฟังก์ชันอื่น ๆ หรือร่วมคอมเมนต์ในเนื้อหาที่นำมาเผยแพร่	455	91.0
เป็นผู้อ่านทั่วไป โดย “ไม่ได้” กดถูกใจ กดแชร์ กดฟังก์ชันอื่น ๆ หรือร่วมคอมเมนต์ในเนื้อหาที่นำมาเผยแพร่	44	8.8
เป็นผู้อ่าน และ “เคย” กดถูกใจ กดแชร์ และขอข้อมูลทาง inbox	1	0.2
ความถี่ในการเห็นโพสต์เฟซบุ๊กเพจ "PharmYaring" บนฟีดข่าว		
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	28	5.6
วันละ 1 ครั้ง	70	14.0
2-3 วัน 1 ครั้ง	154	30.8
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	118	23.6
มากกว่าสัปดาห์ จะเห็นโพสต์ 1 ครั้ง	122	24.4
ไม่เคยพบเห็นเลย	8	1.6
ช่วงเวลาที่ท่านใช้งานเฟซบุ๊กเพจ “PharmYaring” มากที่สุด คือ ช่วงเวลาใด		
ช่วงเวลา 00.01 น. – 06.00 น.	4	0.8
ช่วงเวลา 06.01 น. – 08.30 น.	5	1.0
ช่วงเวลา 08.31 น. – 12.00 น.	47	9.4
ช่วงเวลา 12.01 น. – 13.00 น.	21	4.2

Table 4
(continued)

ข้อมูล	จำนวน	%
ช่วงเวลา 13.01 น. – 16.30 น.	70	14.0
ช่วงเวลา 16.31 น. – 19.00 น.	122	24.4
ช่วงเวลา 19.01 น. – 21.00 น.	184	36.8
ช่วงเวลา 21.01 น. – 24.00 น.	47	9.4

จาก Table 4 พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ผ่านการแชร์ของเพื่อนบนเฟซบุ๊ก จำนวน 225 คน รองลงมาผ่านการสืบค้นจากเฟซบุ๊กเพจจำนวน 181 คน พฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นผู้ที่กตัญญูและกตติตตามเฟซบุ๊ก จำนวน 398 คน มีลักษณะการใช้งานที่เป็นผู้อ่าน และ “เคย” กตัญญู กตแชร์ กตฟังกซ์อื่น ๆ หรือร่วมคอมเมนต์ในเนื้อหาที่นำมาเผยแพร่มากที่สุด จำนวน

455 คน มีความถี่ในการเห็นโพสต์เฟซบุ๊กเพจ PharmYaring บนกระดานข่าวมากที่สุด คือ 2-3 วันต่อ 1 ครั้ง จำนวน 154 คน รองลงมาคือ มากกว่าสัปดาห์จะเห็นโพสต์ 1 ครั้ง จำนวน 122 คน และสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 118 คน ช่วงเวลาที่มีการใช้งานเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring มากที่สุด คือ ช่วงเวลาระหว่าง 19.01 น. - 21.00 น. จำนวน 184 คน รองลงมาคือ ช่วงเวลา 16.31 น. – 19.00 น. จำนวน 122 คน

Table 5
Evaluation Results on Utilization Among Users of the PharmYaring Facebook Page
ผลประโยชน์ด้านการใช้ประโยชน์จากการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

ข้อมูลการใช้ประโยชน์	จำนวน	%
นำความรู้เรื่องยาจากเนื้อหาที่นำเสนอไปปรับใช้กับการดูแล หรือแก้ปัญหาผู้ป่วย	408	81.6
ใช้ประโยชน์ในการทบทวน ติดตาม หรือเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านยา	301	60.2
ใช้ประโยชน์ในการตอบข้อสงสัยด้านยาและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของตนเองและเพื่อนร่วมงาน	241	48.2
นำความรู้เรื่องยาจากเนื้อหาที่นำเสนอไปใช้ในการตัดสินใจด้านยาที่ถูกต้อง เหมาะสม (Medication literacy)	232	46.4
นำความรู้จากเนื้อหาที่นำเสนอไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน การกำหนดหรือทบทวนแนวทางปฏิบัติ และการพัฒนางานของตนเองอย่างต่อเนื่อง	211	42.2
นำความรู้เรื่องยาจากเนื้อหาที่นำเสนอไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้ยาอย่างสมเหตุผลในระดับพื้นที่ (Rational drug use: RDU)	125	25.0
นำความรู้จากเนื้อหาที่นำเสนอไปประยุกต์ใช้กับการเรียน/การสอน/การศึกษาวิจัย	61	12.2
นำความรู้ที่ได้ไปเผยแพร่ ถ่ายทอด ขยายผลการปฏิบัติที่ดี สร้างชุมชนนักปฏิบัติ (Community of practice: CoP) ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องยา รวมทั้งเกิดประโยชน์ในการกระจายความรู้ในวงกว้าง	36	7.2
อื่น ๆ (โปรดระบุ) ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	1	0.2

จาก Table 5 ผลประโยชน์ด้านการใช้ประโยชน์จากการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ด้านที่มีการใช้ประโยชน์มากที่สุด คือ นำความรู้เรื่องยาจากเนื้อหาที่นำเสนอไปปรับใช้กับการดูแลหรือแก้ปัญหาผู้ป่วย จำนวน 408 คน

(81.6%) รองลงมาคือ ใช้ประโยชน์ในการทบทวน ติดตาม หรือเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านยา จำนวน 301 คน (60.2%) และใช้ประโยชน์ในการตอบข้อสงสัยด้านยาและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของตนเองและเพื่อนร่วมงาน จำนวน 241 คน (48.2%) ตามลำดับ

Table 6

Evaluation Results on Attitudes Regarding the Media and Format of Drug Information Services Provided Through the PharmYaring Facebook Page

ผลประเมินความคิดเห็นต่อตัวสื่อและรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

หัวข้อประเมิน	M	SD	แปลผล
ความคิดเห็นต่อเพจด้านรูปลักษณ์ของเพจ			
ชื่อเพจ “PharmYaring” มีความเหมาะสม	4.48	0.730	มาก
ชื่อเพจ “PharmYaring” สามารถจดจำได้ง่าย	4.79	0.752	มากที่สุด
รูปโปรไฟล์ (Profile) ที่ใช้มีความเหมาะสม	4.21	0.844	มาก
รูปหน้าปก (Cover) ที่ใช้มีความเหมาะสม	4.18	0.808	มาก
รูปลักษณ์ของเพจมีอัตลักษณ์ (น่าสนใจ จดจำได้ง่าย)	4.29	0.828	มาก
รวม	4.33	0.793	มาก
ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของเนื้อหา/สื่อ			
รูปแบบการจัดทำเนื้อหาแนะนำบนเพจมีความสอดคล้องกัน (Consistency) ในทุกเนื้อหา	4.55	0.629	มากที่สุด
เพจมีการใช้โลโก้ (Logo) ประจำเพจลงในเนื้อหาหน้าแรกได้เหมาะสม	4.36	0.738	มาก
เพจมีการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะ ขนาด และสีชัดเจน สวยงาม อ่านง่าย และเหมาะสม	4.42	0.764	มาก
มีการใช้สีพื้นหลังที่เป็นรูปแบบเฉพาะของเพจ คือ สีพื้นหลังตรงตามโทนสีประจำวันทำการเผยแพร่เนื้อหาผ่านเพจ	4.31	0.823	มาก
มีการใช้ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.54	0.627	มากที่สุด
มีจำนวนสไลด์ที่เหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหา	4.55	0.623	มากที่สุด
รวม	4.45	0.701	มาก
ความคิดเห็นต่อเพจด้านการใช้ภาษา			
เนื้อหาที่นำเสนอใช้ภาษาถูกต้อง	4.63	0.556	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอใช้ภาษาที่ชัดเจน	4.63	0.551	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.65	0.562	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้งาน	4.66	0.526	มากที่สุด
รวม	4.64	0.549	มากที่สุด
ความคิดเห็นต่อเพจด้านเนื้อหา			
เนื้อหาที่นำมาเผยแพร่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง สมบูรณ์ ครบถ้วน	4.64	0.525	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอมีความเป็นกลาง ไม่มีอคติ หรือเอนเอียงเอื้อประโยชน์ต่อบางผลิตภัณฑ์	4.67	0.514	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอมีความน่าสนใจ	4.73	0.472	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอมีการเรียบเรียงที่ดี	4.68	0.524	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์	4.68	0.521	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอมีความกระชับ เข้าใจง่าย ไม่เยิ่นเย้อ	4.63	0.570	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมและทันสมัย	4.73	0.479	มากที่สุด
เนื้อหาที่นำเสนอตรงตามที่ท่านต้องการ ตรงตามประเด็นปัญหาที่ท่านสนใจ หรือตรงตามความคาดหวังของท่าน	4.59	0.554	มากที่สุด

Table 6
(continued)

หัวข้อประเมิน	M	SD	แปลผล
เพจมีการนำเสนอข้อมูลอย่างต่อเนื่อง มีความสม่ำเสมอ	4.50	0.650	มาก
รวม	4.65	0.534	มากที่สุด
ความคิดเห็นต่อเพจด้านการมีส่วนร่วม			
แอดมินเพจตอบคำถามข้อสงสัยหรือประเด็นแลกเปลี่ยนเพิ่มเติมได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา	4.34	0.692	มาก
ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลที่น่าสนใจมาเผยแพร่ได้โดยสะดวก ผ่านช่องทาง การ Comment หรือการส่งข้อความผ่าน Messenger ถึงทีมแอดมิน เพจโดยตรง	4.48	0.643	มาก
รวม	4.41	0.668	มาก
รวมคะแนนความคิดเห็นต่อเพจจากทุกด้าน	4.50	0.649	มาก

จาก Table 6 ผลประเมินด้านความคิดเห็นต่อตัวสื่อและรูปแบบการให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านยา หรือเภสัชสนเทศ ผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring พบว่า ในทุกด้านการประเมินกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น เห็นด้วยในระดับมาก

($M = 4.50$, $SD = 0.649$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีคะแนนความเห็นมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา ($M = 4.65$, $SD = 0.534$) และด้านที่มีคะแนนความเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านรูปลักษณ์ของเพจ ($M = 4.33$, $SD = 0.793$)

Table 7

Evaluation Results on Satisfaction With the Format of Drug Information Services Provided Through the PharmYaring Facebook Page

ผลประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring

หัวข้อประเมิน	M	SD	แปลผล
ท่านมีความพึงพอใจในประเด็นด้านความสะดวกในการใช้งานในระดับใด	4.65	0.518	มากที่สุด
ท่านมีความพึงพอใจในด้านความรู้ที่ได้รับจากเพจ ในระดับใด	4.72	0.460	มากที่สุด
ท่านมีความพึงพอใจในด้านความถูกต้องในการให้ข้อมูลของเพจในระดับใด	4.67	0.494	มากที่สุด
โดยรวมท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ในระดับใด	4.74	0.460	มากที่สุด
รวม	4.70	0.483	มากที่สุด

จาก Table 7 พบว่า ผลประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring คะแนนรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($M = 4.70$, $SD = 0.483$) ซึ่งแบบประเมินได้วัดความพึงพอใจใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกในการใช้งาน ด้านความรู้ที่ได้รับจากเพจ ด้านความถูกต้องในการให้ข้อมูล และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กเพจโดยรวม

■ อภิปรายผล (Discussion)

การอภิปรายผลของการศึกษานี้เปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเน้นย้ำ

ความสำคัญของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น ดังนี้

รูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศในโรงพยาบาละหรัง การพัฒนารูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศ โรงพยาบาละหรัง สะท้อนถึงการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ รูปแบบดั้งเดิมเริ่มต้นด้วยการให้คำตอบด้านยาแบบปากเปล่าและเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งมีข้อจำกัดในการขยายตัวและการเข้าถึงข้อมูลในวงกว้าง การเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบเว็บไซต์ช่วยแก้ไขข้อจำกัดดังกล่าว โดยสามารถเผยแพร่ความรู้ด้านยาที่กว้างขึ้น และ

ทำให้ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านการบำรุงรักษาเว็บไซต์ ข้อจำกัดในด้านความยืดหยุ่นของการนำเสนอเนื้อหาและข้อจำกัดด้านการโต้ตอบกับผู้ใช้งาน ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ การใช้เฟซบุ๊กเพจเป็นช่องทางให้บริการถือเป็นก้าวสำคัญ เนื่องจากสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานได้โดยตรงผ่านการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการกดถูกใจ การแบ่งปัน การแสดงความคิดเห็น สามารถสืบค้นเนื้อหาจากคำสำคัญที่ติดแฮชแท็ก (Hashtag) และสามารถส่งคำถามหรือข้อสงสัยด้านยาแก่ผู้ดูแลเพจโดยตรง ทั้งยังไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการดูแลระบบ เฟซบุ๊กเพจสามารถใช้เป็นช่องทางสำหรับการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ที่เกิดจากการหลอมรวมของความรู้ฝังลึกกับความรู้ชัดแจ้งขององค์กรนำมาเรียนรู้เป็นวัฏจักร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการความรู้ของ Nonaka and Takeuchi (1995) และ Panich (2016) นอกจากนี้ การติดตามสถิติการมีส่วนร่วมยังช่วยให้สามารถปรับปรุงบริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chali (2020) ที่ระบุว่า สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มการมองเห็นและการมีส่วนร่วมผ่านคำแนะนำที่เฟซบุ๊กให้กับแต่ละเพจที่เรียกว่า EdgeRank สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารของ Jadipang (2008) ที่กล่าวว่า การเลือกส่งข่าวสารถูกช่องทางเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับ Somtip and Kitikannakorn (2021) ที่ระบุว่า การเลือกช่องทางการให้บริการควรคำนึงถึงปัจจัยด้านความถูกต้อง ความครอบคลุม และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานในลักษณะที่เหมาะสมที่สุด

ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการเผยแพร่เนื้อหาและการมีส่วนร่วม แม้ว่าเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring จะเริ่มต้นใช้งานตั้งแต่ปีงบประมาณ 2555 แต่การเปลี่ยนแปลงในเชิงกลยุทธ์ที่เริ่มต้นในปี 2564 ส่งผลให้ปริมาณเนื้อหาและการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยปีงบประมาณ 2566 มียอดการกดแสดงผลและการมีส่วนร่วมสูงสุด การค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิด EdgeRank ของ Chali (2020) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างปฏิสัมพันธ์และการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์เนื้อหาเพื่อลดผลกระทบจาก Time decay ที่ทำให้ความน่าสนใจของโพสต์ลดลงตามเวลา นอกจากนี้ จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์กับเฟซบุ๊กเพจที่เพิ่มขึ้น น่าจะเกิดจากการพัฒนาตัวสื่อให้มีคุณภาพเน้นการนำเสนอข้อมูลด้านยาที่มาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีความเหมาะสม เนื้อหาสาระที่ดี มีความสำคัญสำหรับผู้รับมีความบ่อยและสม่ำเสมอต่อเนื่องในการส่งสารถูกช่องทางข่าวสาร สื่อสารตามระดับความสามารถของผู้รับสาร โดยดูความเหมาะสมของการใช้ภาษาอธิบายที่ตรงกับประเภทกลุ่มเป้าหมายและความแจ่มแจ้งของข่าวสาร ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารของ Jadipang (2008)

ประเภทเนื้อหาที่ได้รับความนิยม การศึกษาพบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับ Efficacy/Dosage/Administration มีการเผยแพร่มากที่สุด (19.78%) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sadagoban

et al. (2021) and Ashenef et al. (2018) ที่พบว่า เนื้อหาด้านอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา ขนาดยา การบริหารยา และปฏิกิริยาระหว่างยา เป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมสูงสุด การมีข้อมูลสถิติที่ชัดเจนช่วยให้เภสัชกรสามารถเตรียมความพร้อมด้านองค์ความรู้และทรัพยากรสำหรับการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรับรู้และพฤติกรรมการใช้งานของผู้ติดตาม ส่วนใหญ่ ผู้ใช้งานรู้จักเฟซบุ๊กเพจผ่านการแบ่งปันบนแพลตฟอร์ม และมีพฤติกรรมการใช้งานที่สม่ำเสมอ โดยช่วงเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุดคือช่วงเย็นถึงค่ำ (19.01 – 21.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้สะดวกที่สุด ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงข้อได้เปรียบของเฟซบุ๊กเพจในการเข้าถึงผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Chali (2020) ที่เน้นถึงความสำคัญของการเลือกช่วงเวลาโพสต์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sensomboon et al. (2024) ที่แนะนำให้โพสต์เนื้อหาในช่วงเวลาที่ผู้ใช้งานสะดวกเข้าถึงข้อมูล

การใช้ประโยชน์จากบริการเภสัชสนเทศ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่นำข้อมูลที่ได้รับไปปรับใช้ในการดูแลผู้ป่วย (81.6%) รองลงมาคือ การเพิ่มพูนองค์ความรู้ (60.2%) และการตอบข้อสงสัยของตนเองและเพื่อนร่วมงาน (48.2%) การค้นพบนี้สนับสนุนผลการศึกษาของ Ashenef et al. (2018) and Sadagoban et al. (2021) ที่ระบุถึงจุดประสงค์หลักของการใช้บริการเภสัชสนเทศเพื่อนำไปแก้ปัญหาผู้ป่วยและเพิ่มความรู้ในงานวิชาชีพ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์ของ Kaewthep et al. (2000) ที่กล่าวว่า กระบวนการในการรับสาร การใช้สื่อโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนที่แสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อขึ้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร เนื่องจากบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกัน เช่น 1) การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่าง ๆ 2) การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง 3) การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง 4) การหาข้อมูลสนับสนุนมาต่อยอดคำานิยมที่ตนยึดถืออยู่ 5) เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นต้น ในการบริการทางสุขภาพที่ประกอบด้วยบุคลากรสุขภาพที่หลากหลายเป็นสหวิชาชีพ แต่ละวิชาชีพมีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันตามแต่ละสาขา และเมื่อพบข้อสงสัยหรือคำถามด้านยา เภสัชกรจึงเป็นความคาดหวังของการได้รับข้อมูลด้านยาเพื่อนำไปใช้ตัดสินใจให้การบริการผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการเภสัชสนเทศจึงต้องมีคุณสมบัติในด้านการหมั่นเรียนรู้แสวงหาความรู้รอบด้านเป็นสำคัญ

ความคิดเห็นต่อตัวสื่อและรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring และความพึงพอใจต่อการให้บริการ พบว่า ในทุกด้านกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเห็นด้วยในระดับมาก ($M = 4.50, SD = 0.649$) โดยเฉพาะด้านเนื้อหาที่ได้รับคะแนนสูงสุด ($M = 4.65, SD = 0.534$) ผู้ใช้งานแสดงความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุดต่อเพจด้านเนื้อหา ความชัดเจน และความน่าเชื่อถือของข้อมูล การนำเสนอที่มีการใช้ภาพประกอบ

และภาษาที่เข้าใจง่ายช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร แม้ว่า ผลประเมินรูปแบบการให้บริการโดยรวมจะอยู่ในระดับดีมาก แต่การนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุง จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและประสิทธิภาพของเพจในอนาคต

ผลประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเภสัชสนเทศผ่านช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring คะแนนรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($M = 4.70$, $SD = 0.483$) ซึ่งแบบประเมินได้วัดความพึงพอใจใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวกในการใช้งาน ด้านความรู้ที่ได้รับจากเพจ ด้านความถูกต้องในการให้ข้อมูล และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กเพจโดยรวม ซึ่งได้คะแนนมากกว่าการให้บริการในรูปแบบเดิมผ่านเว็บไซต์ที่ได้คะแนนความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวม ที่ 4.37 และ 4.58 ในปี 2554 และ 2555 ตามลำดับ การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีการประเมินการให้บริการเภสัชสนเทศอย่างหนึ่ง เป็นการประเมินกระบวนการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น ความทันเวลา ความตรงต่อความต้องการ ความชัดเจนของคำตอบ ความเข้าใจของคำตอบ การนำไปใช้ประโยชน์ การเปิดโอกาสให้มีความเห็นที่เกี่ยวเนื่องตามมา เป็นต้น ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ Sadagoban et al. (2021) ที่การให้บริการเภสัชสนเทศได้รับผลการประเมินความพึงพอใจในมุมผู้รับบริการในระดับที่ดีมาก

สรุปผล (Conclusions)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเฟซบุ๊กเพจเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการให้บริการเภสัชสนเทศ เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้อย่างกว้างขวางและสร้างการมีส่วนร่วมได้ดี การเผยแพร่เนื้อหาที่เน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาอย่างเหมาะสมมีส่วนช่วยลดความเสี่ยงจากการใช้ยาและเพิ่มความปลอดภัยของผู้ป่วย นอกจากนี้ การวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบเนื้อหาและช่วงเวลาการโพสต์ที่เหมาะสม เพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ การประยุกต์ใช้รูปแบบบริการนี้ในโรงพยาบาลอื่น ๆ สามารถช่วยเสริมสร้างระบบการจัดการความรู้ด้านยาในระดับประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements)

ผู้วิจัยขอขอบคุณ นพ.สมชัย พงษ์ชัยภูมิวิริยา ผู้อำนวยการโรงพยาบาลยะหริ่ง ที่ให้โอกาสให้พื้นที่ในการใช้ชื่อโรงพยาบาลยะหริ่งเป็นส่วนหนึ่งของช่องทางสื่อเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ขอขอบคุณ ภก.ประสิทธิ์ แฉวงษา หัวหน้ากลุ่มงานเภสัชกรรม และคณาจารย์ผู้บริโภครวม โรงพยาบาลยะหริ่ง ที่คอยให้กำลังใจให้คำปรึกษา และสนับสนุนการแสดงผลงานเภสัชกรรมผู้ให้บริการเภสัชสนเทศให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และขอขอบคุณ ภก.ธีรวิทย์ บำรุงศรี หัวหน้ากลุ่มงานเภสัชกรรม โรงพยาบาลกำแพงเพชร สำหรับการช่วยเหลือให้คำปรึกษาวิจัย และตรวจทานต้นฉบับรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้น ที่สำคัญขอขอบคุณผู้ติดตามเฟซบุ๊กเพจ PharmYaring ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

การมีส่วนร่วมของผู้เขียน (Author Contributions)

สุพยาน ลาเต๊ะ: เขียนร่างต้นฉบับบทความ ออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย การดำเนินการวิจัยและตรวจสอบข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ปรียา แก้วพิมล: ทบทวนและแก้ไขต้นฉบับบทความ และกำกับดูแลการวิจัย

การประกาศผลประโยชน์ทับซ้อน (Declaration of Competing Interest)

ผู้เขียนขอประกาศว่าไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการศึกษานี้

เอกสารอ้างอิง (References)

- Almuqbil, M., Alrojaie, L., Alturki, H., Alhammad, A., Alsharawy, Y., Alkoraishi, A., Almuqbil, A., Alrouwajeh, S., Wajid, S., & Al-Arifi, M. N. (2022). The role of drug information centers to improve medication safety in Saudi Arabia-a study from healthcare professionals' perspective. *Saudi Pharmaceutical Journal*, 30(4), 377–381. <https://doi.org/10.1016/j.jsps.2022.01.024>
- Ashenef, A., Reshid, E., Yilma, Z., Melaku, T., & Chane, T. (2018). Assessment of the use and status of new drug information centers in a developing country, Ethiopia: The case of public university hospital drug information centers. *BioMed Research International*, 2018, Article 3840976. <https://doi.org/10.1155/2018/3840976>
- The Association of Hospital Pharmacist (Thailand). (2023). *Mātrathān wichāchīp phēsatchakam rōngphayābān B.E. 2566–2570* [Standards for hospital pharmacy professional practice 2023–2028]. <https://heyzine.com/flip-book/918a88b264.html>
- Atkin, C. K. (1973). *New model for mass communication research*. Free Press
- Azizah, R. N., Habibie, H., Arsyad, D. S., & Bahar, M. A. (2024). Minding the gap: Assessing patient expectations versus experiences in drug information services at community health centers (Puskemas) in Indonesia urban settings. *Narra Journal*, 4(2), e838. <http://doi.org/10.52225/narra.v4i2.838>
- Bureau of Public Relations, The Secretariat of the Senate. (2019). *Konlayut kānpachāsamphan phān sū sanghom online dūai kānchai Facebook* [Public relations strategy through social media using Facebook]. Bureau of Publishing, The Secretariat of the Senate. <https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/599174>
- Chali, T. (2020, May 4). *Tham tâm chet khan tôn nī lāo Facebook không khun cha mī khon rumlōm* [Follow these 7 steps to attract crowds to your facebook page]. Taladpanya. <https://taladpanya.com/them-facebook-edgerank>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Gabay, M. P. (2017). The evolution of drug information centers and specialists. *Hospital Pharmacy*, 52(7), 452–453. <https://doi.org/10.1177/0018578717724235>
- Grossman, S., Nathan, J. P., Ipema, H. J., Ness, G. L., Tierno, H. E., Gabay, M. P., & Calip, G. S. (2020). Survey of drug information centers in the United States—2018. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 77(1), 33–38. <https://doi.org/10.1093/ajhp/zxz267>
- InsightERA. (2023, February 15). *Sarup khōmūn thī khūan rū digital 2023 Thailand chāk we are social lāe Meltwater* [Summary of key information from we are social and Meltwater]. <https://www.insightera.co.th/digital-2023-thailand>
- Jadipang, K. (2008). *Kānphatthanā prasitthiphāp kānsūsān phāinai 'ongkōn* [Enhancing internal communication effectiveness]: *Public Relations Office Region 3, The Government Public Relations Department* [Unpublished master degree]. Sukothai Thammathirat Open University.
- Kaewthep, K., Kanphai, K., & Sthapitanonda, P. (2000). *Mōng sū mai mōng sangkhom mai* [Looking at new media, looking at a new society]. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.
- Manosalva, M. A. N., Gutiérrez, J. J. L., & Cañas, M. (2016). Drug information centers: An overview to the concept. *Revista Colombiana de Ciencias Químico Farmacéuticas*, 45(2), 243–255. <https://doi.org/10.15446/rcciquifa.v45n2.59940>
- Marangunic, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: A literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95. <https://doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1>
- McCombs, M. E., & Becker, L. E. (1979). *Using mass communication theory*. Prentice-Hall.

- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University.
- Panich, V. (2016). *Khōp fā mai khōng kanchatkān khwāmru* [The new horizon of knowledge management]. The Knowledge Management Institute Foundation. <https://www.scbfoundation.com/stocks/de/file/1470107197b4jabdepdf/ขอบฟ้าใหม่ในการจัดการความรู้.pdf>
- Pimpimool, A. (2020). The development of the learning achievement test on algorithms and programming subject. *Journal of Education Burapha University*, 31(2), 12–26. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/view/244352>
- Sadagoban, G. K., Baiju, A., Sanjeev, S., Ayilya, M., & Borra, S. S. (2021). A cumulative review on the utilisation of drug information services provided in India. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research*, 12(3), 452–459. <https://doi.org/10.1093/jphsr/rmab029>
- Sensomboon, K., Bilmanoch, S., & Taphowong, W. (2024). A study of exposure behavior, utilization and satisfaction of users of the Department of Agricultural Extension Facebook. *SIAM Communication Review*, 23(1), 226–237. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/272784>
- Shrestha, S., Khatiwada, A. P., Gyawali, S., Shankar, P. R., & Palaian, S. (2020). Overview, challenges and future prospects of drug information services in Nepal: A reflective commentary. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 19(13), 287–295. <https://doi.org/10.2147/JMDH.S238262>
- Somtip, T., & Kitikannakorn, N. (2021). Efficiency of LINE ads application towards drug–information question–answering system at Jainad Narendra hospital. *Thai Bulletin of Pharmaceutical Sciences*, 16(1), 45–60. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/TBPS/article/view/246047>
- Thongnoi, Y. & Duangpim M. (2018). Knowledge management go forward innovation services @Library of Thing era. *PULINET Journal*, 5(2), 159–168. <https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/324>
- Triplett, S., Ness-Engle, G. N., Behnen, E. M. (2024). A comparison of drug information question responses by a drug information center and by ChatGPT. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 82(8), 448–460. <https://doi.org/10.1093/ajhp/zxae316>
- Wongpattanawut, S. (2023). The development of drug information service knowledge management model in the context of Thailand 4.0. *Journal of Health Consumer Protection*, 3(1), 139–147. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JOHCP/article/view/260545>