

กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

Online Health Communication Strategies through the
Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok)



กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

Online Health Communication Strategies through the
Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok)



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



©2562

ชนันภัสร์ ชาติภัทรชัยพัฒน์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

ผู้วิจัย ชณันภัทร์ ขาดิภัทรชัยพัฒน์

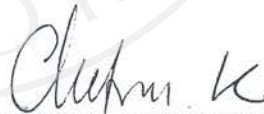
ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา เกศตายุรัตน์)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 มิถุนายน 2562

ชนันท์สร ชาตภัทรชัยพัฒน์. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์,
มิถุนายน 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) (191 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมมา สตะเวทิน

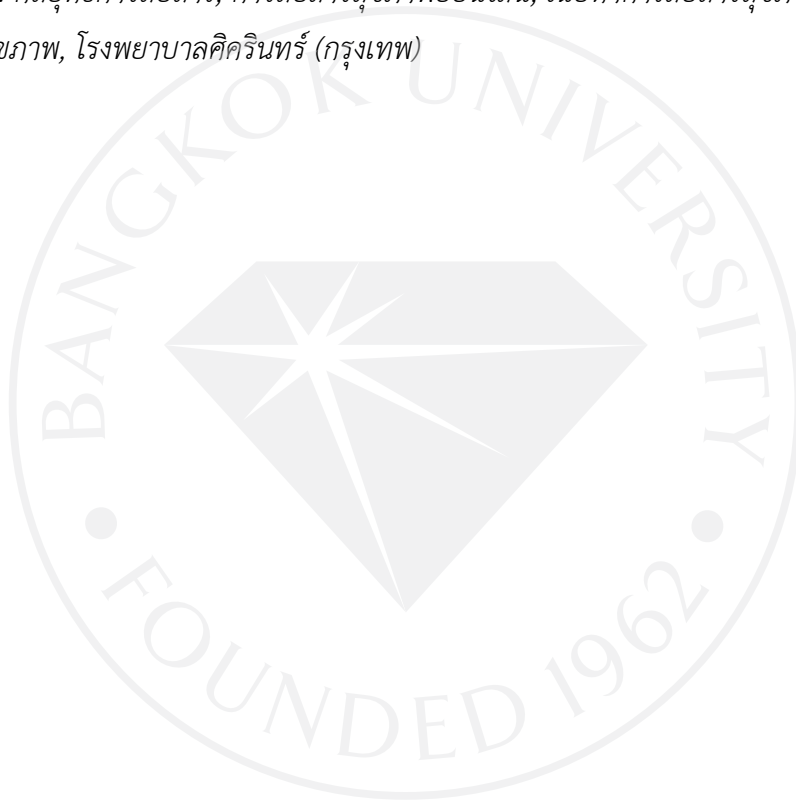
บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) 2) เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) 3) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) เป็นการศึกษาวิจัยด้วยวิธีการเก็บรวบรวมเนื้อหาและรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลสุขภาพ โดยนำเอาข้อมูลที่ได้้นั้นมาวิเคราะห์ร่วมกับการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) จำนวน 4 ท่าน และนำข้อมูลที่ได้มารายงานผลในรูปแบบตารางและรูปแบบวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นระยะเวลา 4 เดือน จากการศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กมีเนื้อหาในประเด็นของเกร็ดความรู้ทั่วไปและรูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ข้อความและรูปภาพมากที่สุด สามารถเข้าถึงได้ทุกช่วงวัยทั้งชายและหญิง ผ่านการนำเสนอในเนื้อหาและรูปแบบที่เข้าใจง่าย สามารถแชร์ต่อ เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ การมีส่วนร่วมกับข้อมูลต่าง ๆ สามารถนำไปพัฒนาระบบสุขภาพของสังคมได้จริง ทำให้รู้ถึงสาระสุขภาพต่าง ๆ โรคที่มาในช่วงฤดูกาลนั้น ๆ โรคใหม่ที่เกิดขึ้นทำให้รู้ถึงวิธีและแนวทางของการพึ่งพาตนเองได้ ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กแบ่งได้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งแบ่งประเด็นออกเป็นเกร็ดความรู้ทั่วไป, ให้ความรู้เรื่องสุขภาพ, กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล และการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น) 2) รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก แบ่งประเภทของรูปแบบออกเป็นรูปแบบข้อความและรูปภาพ, รูปแบบการ Live (ถ่ายทอดสด) และรูปแบบคลิป (VDO)

จากการศึกษาวิจัยเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก พบว่า สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้บริโภครู้สึกติดตามข้อมูลด้านสุขภาพและการแพทย์มีปฏิสัมพันธ์กับทางโรงพยาบาลได้จริงจากการเพิ่มขึ้นของการติดตามเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล ด้วยภาษาที่สื่อสารได้อย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อน ใช้คำไม่ยาก เข้าใจได้ง่าย ไม่ใช่คำศัพท์ทางการแพทย์ที่อาจ

ก่อให้เกิดการตีความไปทางที่ผิดได้ เมื่อผู้อ่านได้อ่านก็จะสามารถเข้าใจได้ทันทีกับสิ่งที่ทาง
โรงพยาบาลสื่อสารออกไป รูปแบบเป็นการใช้การ์ตูนบอกเล่าเรื่องราว รูปภาพประกอบจะมีทั้งที่
โรงพยาบาลถ่ายเองและภาพที่ซื้ออย่างถูกลิขสิทธิ์ไม่มีสิ่งใดที่ผิดกฎหมาย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
และการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนา
ระบบการบริการด้านสุขภาพของสังคมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในปัจจุบันต่อการมี
สุขภาพที่ดีได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, การสื่อสารสุขภาพออนไลน์, เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ, รูปแบบการ
สื่อสารสุขภาพ, โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)



Chatphattarachaiphath, C. M.Com.Arts (Strategic Communications), June 2019,
Graduate School, Bangkok University.

Online Health Communication Strategies through the Facebook Fanpage of Sikarin
Hospital (Bangkok) (191 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Patama Satawedini, Ph.D.

ABSTRACT

The study of “Online Health Communication Strategies through the Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok)” was a qualitative research. The objectives of the study were 1) to study the strategies for health communicating in Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok) 2) to study health communication contents in Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok) and 3) to study health communication form in the Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok) By using the information obtained to analyze with the interview (In-depth Interview) those who are involved in health communication through Facebook Fanpage of Sikarin Hospital (Bangkok) in 4 persons Data were collected from November 1, 2018 to February 28, 2019 for a period of 4 months from studying the health information communication strategies in Facebook Fanpage. There are content on the issue of general knowledge and the form of communication that uses the most text and images. Can reach all ages, both men and women Through presentation in content and format that is easy to understand Can be reshared Knowledge exchange Participation with various information can actually be used to develop the health system of society. Made aware of various health topics, diseases that came during that season, new diseases that occurred making them aware of the methods and approaches of self-reliance the study indicated that Strategies for communicating health information through Facebook media can be divided into 2 strategies as follows: Including 1) health information communication content in Facebook media Which divides the issue into General knowledge, health knowledge, activities/ important dates/festivals and marketing (packages, promotions) 2) Health information

communication form in Facebook media Classify the format into Text and image formats, Live format (Live broadcast) and Clip format (VDO).

The results of the study health communication strategies online through the Facebook Fanpage, it was found that the target group and consumers who were following health and medical information were actually able to interact with the hospital from the increase of Hospital Facebook tracking With a language that can communicate clearly and directly, not complicated, using words is not difficult to understand easily Do not use medical terminology that may cause misinterpretation. Once the reader has read it, he can immediately understand what the hospital communicates. The theme is to use cartoons to tell stories. The picture will be taken by the hospital itself and the copyrighted image has nothing illegal. To create credibility and effective communication to create a good attitude towards the organization which can lead to the development of the health service system of the society and the changing behavior of people in the present with good health.

Keywords: Communication Strategies, Online Health Communication, Health Communication Contents, Health Communication Form, Sikarin Hospital

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ชี้ทาง ให้ความรู้ต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการทำงานวิจัยนี้เสมอมา ตลอดจนอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่มอบวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัยจนการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูล และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงกระบวนการและการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพในสื่อออนไลน์ทำให้ผู้วิจัยพบแนวทางการสื่อสารสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพของสังคมต่อไป

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นกำลังใจ ดูแลผู้วิจัยตลอดการเรียนครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอบพระคุณ คุณกานต์ กุลศิริธัญ เจ้านายใจดีที่เมตตาให้ผู้วิจัยได้หยุดวันเสาร์เพื่อเรียนอย่างเต็มที่ ขอบพระคุณ นายแพทย์ศิววัฒน์ ล้วนรักษา (พี่เพบ) อีกหนึ่งกำลังใจที่สำคัญมาก ๆ กับผู้วิจัย ที่คอยเติมพลังให้ในเวลาารู้สึกท้อแท้ และที่ขาดไม่ได้ ผู้สนับสนุนหลักของการเรียนในครั้งนี้ ขอบคุณ รถเมล์ ที่สนับสนุนทุก ๆ เรื่อง ทั้งหมดของการเรียน ขอบคุณมาก ๆ ค่ะ และต้องขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ฝ่าฟันมาด้วยกัน ตั้งสติกัน ให้กำลังใจกันและกัน อด ลาก กันมาจนถึงเส้นชัยที่พวกเราทุกคนรอคอยได้อย่างสมบูรณ์แบบ เป็นประสบการณ์ดี ๆ ที่มีความสุข สนุก มีรอยยิ้ม เสียงหัวเราะตลอดมา และสิ่งเหล่านี้จะเป็นความทรงจำดี ๆ ให้กับผู้วิจัยตลอดไป

ชณันภัสร์ ชาติภัทรชัยพัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	9
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	9
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.5 กรอบแนวคิด	10
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย	11
บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ	12
2.2 แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ	19
2.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับสุขภาพ	30
2.4 แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ	31
2.5 รายละเอียดของโรงพยาบาลศิริรินทร์ และเฟชบุ๊กของโรงพยาบาล	32
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 รูปแบบของการวิจัย	43
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.4 การแปรผล	45
3.5 การรายงานผล และวิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1: ผลการศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	
4.2 ส่วนที่ 2: ผลการศึกษาวិธีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของ โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)	55
4.3 ส่วนที่ 3: ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อ เฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)	121
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย	178
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	183
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้	185
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป	186
บรรณานุกรม	187
ประวัติผู้เขียน	191
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562	56
ตารางที่ 4.2: สัดส่วนประเด็นเนื้อหาที่ปรากฏจากการเก็บข้อมูลเนื้อหาการสื่อสารข้อมูล สุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)	105
ตารางที่ 4.3: รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562	122
ตารางที่ 4.4: สัดส่วนประเด็นรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏจากการเก็บข้อมูลรูปแบบ การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)	171
ตารางที่ 5.1: สรุปสัดส่วนเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ที่ปรากฏ	178
ตารางที่ 5.2: สรุปสัดส่วนรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล ศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ที่ปรากฏ	180

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ภาพจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)	8
ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิด	10
ภาพที่ 2.1: ตัวอย่างเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)	34
ภาพที่ 2.2: ตัวอย่างเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)	35
ภาพที่ 2.3: ตัวอย่างเนื้อหาสุขภาพเกร็ดความรู้ทั่วไป	36
ภาพที่ 2.4: ตัวอย่างเนื้อหาในการให้ความรู้ด้านสุขภาพ	37
ภาพที่ 2.5: ตัวอย่างเนื้อหากิจกรรมของโรงพยาบาล	38
ภาพที่ 2.6: ตัวอย่างเนื้อหาการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)	39
ภาพที่ 2.7: ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อความและรูปภาพ	40
ภาพที่ 2.8: ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสาร Live (ถ่ายทอดสด)	41
ภาพที่ 2.9: ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสาร คลิป VDO	42
ภาพที่ 4.1: ภาพตัวอย่างกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสาร	52
ภาพที่ 4.2: ภาพตัวอย่างกลยุทธ์การใช้สื่อ	53
ภาพที่ 4.3: สัดส่วนเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏ	106
ภาพที่ 4.4: ตัวอย่างเนื้อหาเกร็ดความรู้ทั่วไป	109
ภาพที่ 4.5: ตัวอย่างกิจกรรมที่จัดในโรงพยาบาล	110
ภาพที่ 4.6: ตัวอย่างของวันสำคัญ	111
ภาพที่ 4.7: ตัวอย่างเทศกาลคริสต์มาส	112
ภาพที่ 4.8: ตัวอย่างประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพ	114
ภาพที่ 4.9: ตัวอย่าง Website ของโรงพยาบาลในการสั่งซื้อแพ็คเกจตรวจสุขภาพ	115
ภาพที่ 4.10: ตัวอย่างการสื่อสารผ่านการ์ตูนในการให้ความรู้ด้านสุขภาพ	115
ภาพที่ 4.11: ตัวอย่างประเด็นการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)	121
ภาพที่ 4.12: สัดส่วนรูปแบบเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏ	171
ภาพที่ 4.13: ภาพตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภทข้อความและรูปภาพ	173
ภาพที่ 4.14: ภาพตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภท Live (ถ่ายทอดสด)	175
ภาพที่ 4.15: ภาพตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภทคลิป VDO	177

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุคปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การติดตามข่าวสารที่ทันท่วงทีดูเหมือนจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์อย่างเรา ๆ ทันท่อสถานการณ์ต่าง ๆ โรคภัยไข้เจ็บก็เช่นกัน ผู้คนให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพกันมากกว่าแต่ก่อน และยังตระหนักในการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ หรือเมื่อเจ็บป่วยก็รีบเข้ารับการรักษาแต่เนิ่น ๆ ซึ่งแตกต่างจากเมื่อในอดีตที่ต้องรอให้ถึงขั้นเกือบวิกฤตถึงจะคิดไปพบแพทย์ อีกทั้งยังมีพฤติกรรมในการใช้บริการในด้านอื่นนอกเหนือจากการรักษา เช่น การเสริมความงามเพื่อลดความบกพร่องของร่างกาย เป็นต้น เพราะสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนไป ผู้คนเจ็บป่วยง่ายกว่าแต่ก่อน โรคต่าง ๆ ก็มากขึ้นเช่นกัน เหตุนี้ทำให้คนเริ่มกลัว จึงหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น จะเห็นได้จากกระแสสุขภาพต่าง ๆ ทั้งเรื่องการกิน การออกกำลังกาย เทรนด์สุขภาพของคนรักสุขภาพ ที่กระตุ้นให้เกิดการเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ห่างไกลโรค ก่อนจะเกิดการเจ็บป่วย และต้องซ่อมแซมร่างกายในภายหลัง ซึ่งกระแสสุขภาพเหล่านี้ ไม่เพียงแค่นั้นให้ผู้คนมีสุขภาพที่ดีเท่านั้น แต่มาพร้อมกับสุขภาพจิต สุขภาพกาย สุขภาพใจที่ดีตามด้วย เป็นการสร้างความสมดุลของการทำงานและการใช้ชีวิตของการมีสุขภาพดีต่อไป

สังคมในขณะนี้ เป็นสังคมที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงในเรื่องของความเป็นสื่อออนไลน์ที่เป็นการสร้างเครือข่ายทางสังคมในรูปแบบที่ไม่มีกรอบ ไม่มีขีดจำกัด สามารถสร้างสรรค์ในรูปแบบของออนไลน์ได้ ไม่ว่าจะอยู่ในสถานที่ใดบนโลกหรือแม้แต่สังคมในปัจจุบันที่พบเจออยู่แล้วยังพัฒนาและเพิ่มความสนิทสนมได้มากยิ่งขึ้นด้วยเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความสำคัญของสื่อนี้มีมากกว่าการ Chat กันอย่างเดียว สามารถที่จะสร้างกิจกรรมแสดงความคิดเห็นแจ้งข้อมูลข่าวสารที่ไม่ได้รับรู้เพียงแค่คนสองคน แต่มันคือการกระจายข่าวสารไปสู่ผู้อื่นอีกมากมาย (ศศิวิมล ชูแก้ว, 2555) ส่งผลให้ปัจจุบันเป็นยุคที่การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมและมีผลกระทบในทุก ๆ ด้าน มนุษย์เองก็มีการปรับตัวและพัฒนาต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกของการสื่อสารอยู่เสมอจากยุคแรกคือ Web 1.0 เป็นการนำเสนอข้อมูลทางเดียว (One-Way Communication) ก็คือยุคของหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ที่ผู้ใช้บริการสามารถอ่านได้แต่ไม่สามารถเข้าร่วมการสร้างข้อมูลได้ เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 นั่นคือ Web 2.0 เป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพการใช้งานเพิ่มมากขึ้น เน้นผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ (Co-Creation) สามารถโต้ตอบกับข้อมูลบนเว็บไซต์ได้ (Interactivity) มีลักษณะเป็น Dynamic Web ที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา (Content) แลกเปลี่ยนและกระจายข้อมูลข่าวสาร แบ่งปันกันได้ทั้งระดับบุคคล กลุ่ม องค์กร เป็นยุคของการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ช่วยสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างผู้ใช้กลุ่มต่าง ๆ จนเกิดเป็นเครือข่ายสังคม (Social Network)

ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั่วโลก (วชิราพร ปัญญาพินิจนุกร, 2551) จากยุค 2.0 ขยับมาเป็นยุค 3.0 เรียกว่า Web 3.0 ที่พัฒนามาจาก Web 2.0 นั่นเอง ในยุค 3.0 นี้สามารถจัดการข้อมูลจำนวนมากได้โดยการเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่มาจัดให้อยู่ในรูปแบบ Metadata คือ ข้อมูลที่สามารถบอกรายละเอียดได้ สามารถทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้มากขึ้น เน้นไปในส่วนของการจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์มากขึ้น (ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข, 2556) และปัจจุบันจากยุค Web 3.0 ได้ถูกพัฒนาเป็น Web 4.0 หรือที่เรียกว่า A Symbiotic Web คือ เว็บไซต์ที่มีการทำงานแบบ Artificial Intelligence (AI) ก็คือการสร้างให้คอมพิวเตอร์สามารถคิดได้ (Human Mind & Machines หรือ Human & Robot Coexistence) มีความฉลาดมากขึ้น ในการอ่านเนื้อหา (Text) และรูปภาพ (Graphic) และสามารถตอบสนองด้วยการคำนวณ หรือสามารถตัดสินใจได้ว่า จะ Load ข้อมูลใดที่จะทำให้มีประสิทธิภาพดีที่สุดมาก่อน ลักษณะของ Web 4.0 นี้ จะไม่มองไปที่ “ข้อมูล” อีกต่อไป เพราะจะก้าวข้ามกลายเป็น Activity หรือกิจกรรมแทน เพราะได้ผ่านจุดของ Web 3.0 ที่สามารถสื่อสารกันไปแล้ว Web 4.0 จึงมีความสำคัญอย่างมากกับธุรกิจออนไลน์ในอนาคต ที่ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล การซื้อขาย การสนับสนุนกิจกรรมที่ผู้ใช้งานต้องการ จะกลายเป็นเรื่องง่าย ทำให้ธุรกิจออนไลน์ องค์กรต่าง ๆ สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้ง่ายมากยิ่งขึ้นเช่นกัน (Thaiwebeasy, 2560)

การสื่อสารออนไลน์ในปัจจุบันจึงกลายเป็นช่องทางการสื่อสารของผู้คนส่วนใหญ่ด้วย เทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนตลอดเวลา การเข้าถึง การรับรู้ จึงง่ายกว่าแต่ก่อน การผสมผสานเทคโนโลยี และการสื่อสารเข้าไว้ด้วยกัน เกิดเป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ผู้คนสามารถจัดการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของตนเองได้อย่างอิสระ และเท่าเทียมกันมีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ มีความรวดเร็ว และยังมีประสิทธิภาพในการตอบโต้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้อย่างทันท่วงที เพราะปัจจุบันกระแสของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีช่วยให้วิถีชีวิตของผู้คนสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมออนไลน์ แลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็น และติดตามข่าวสารต่าง ๆ สื่ออินเทอร์เน็ต จึงกลายเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่ได้รับความสนใจ และการตอบรับที่ดีของผู้คนในสังคมออนไลน์มากขึ้น

บทบาทของการสื่อสารสุขภาพในรูปแบบของสื่อออนไลน์ สามารถเพิ่มศักยภาพในการรับรู้ให้ผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้บริการสุขภาพ การเลือกผลิตภัณฑ์สุขภาพ การส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการป้องกันและควบคุมโรค เพราะประชาชนมีความคาดหวังในการรับบริการที่ดี และมีความรอบรู้ด้านสุขภาพที่จะช่วยยกระดับความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ การใช้ข้อมูลและทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างถูกต้อง และเหมาะสม จึงเป็นการดำเนินงานสำคัญที่จะเพิ่มประสิทธิผลการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในทุกบริบทและกลุ่มวัยมากขึ้น อีกทั้งยังเป็น การแสดงถึงศักยภาพของโรงพยาบาลอีกด้วย

Bruce Uppin (2013) ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ สำหรับผู้ป่วยเข้ามาติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ซึ่งมีสมาชิกมากกว่าสองแสนคน เว็บไซต์นี้เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2004 ประชาชนที่มีอาการป่วย และอาศัยในสหรัฐอเมริกาจะเข้าสู่เว็บไซต์นี้เพื่อหาข้อมูลพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลการดูแลตนเอง แนวทางการรักษาของตนเอง กับคนอื่น ๆ ที่ประสบกับโรคเดียวกันเพื่อหาหนทางของการรักษาตัวได้อย่างเหมาะสม

โรงพยาบาลเอกชน และโรงพยาบาลรัฐบาลก็นิยมใช้สื่อออนไลน์เป็นตัวสื่อสาร เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ระบบการสื่อสารสุขภาพในด้านต่าง ๆ รวมถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์ เพราะสื่อออนไลน์สามารถทำให้การอัปเดตข้อมูลสุขภาพนั้น ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีการสอบถามข้อมูล หรือปัญหาสุขภาพต่าง ๆ ได้กับผู้ดูแล และได้รับคำตอบอย่างรวดเร็ว ทำให้คนรุ่นใหม่ในยุคนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้มากขึ้นตามเทรนด์ของการดูแลสุขภาพในยุคปัจจุบัน ที่มีกระแสของการดูแลสุขภาพที่มากขึ้น และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ และยังให้ความสำคัญในการเลือกรับเข้ารับบริการในโรงพยาบาลแต่ละแห่ง จึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในการตัดสินใจเข้ารับบริการด้วยเช่นกัน หรือแม้แต่บางครั้งบุคลากรทางการแพทย์เองก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการ แต่ก็ยังพบว่ามีปัญหาในการให้บริการทางการแพทย์อยู่ไม่น้อย เช่น ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการให้บริการ ความผิดพลาดของการสื่อสาร หรือการให้คำแนะนำ ซึ่งประเด็นเหล่านี้บางครั้งไม่รุนแรง แต่บางครั้งก็นำไปสู่กรณีพิพาทได้ (วรรณรัตน์ รัตนวรพงศ์ และณปิทยา บรรจงจิตร, 2552) ดังนั้นทำให้โรงพยาบาลหลายแห่งในกรุงเทพฯ เลือกที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้มาใช้บริการหรือผู้ที่สนใจจะใช้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลเพื่อศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเข้ารับบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

ดังนั้นการสื่อสารออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อความเข้าใจ ข้อมูลต่าง ๆ หากสื่อสารได้ดี มีประสิทธิภาพนอกจากจะทำให้ระบบขององค์กรทำงานได้ราบรื่นแล้ว ผู้รับบริการ ผู้ป่วย และญาติ ยังสามารถรับรู้และเข้าใจต่อสิ่งที่สื่อออกไปได้อย่างถูกต้องและตรงตามท้องถื่นคาดหวัง “การสื่อสารที่ดี จะนำไปสู่การบริการที่ดี” ซึ่งในโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารเป็นอย่างมาก เพราะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อโรงพยาบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงพยาบาลเอกชนด้วยแล้ว เรียกได้ว่า ส่งผลโดยตรง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบอกต่อ เป็นอีกส่วนที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับโรงพยาบาลเอกชน

จากผลสำรวจโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ในปี 2560 มีอัตราการเติบโตของโรงพยาบาลเอกชนสูงจนถึงร้อยละ 17.6 (ปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 15.3) และยังคงมีแนวโน้มของการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีปัจจัยที่มาสสนับสนุนจาก (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2560)

- 1) กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพที่มากขึ้นที่ปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการการใช้บริการทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย
- 2) การสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อให้ประเทศไทยเป็น Medical Hub ของเอเชีย โดยกำหนดและดำเนินการตามแผนพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2559-2568)
- 3) ความมีชื่อเสียงของโรงพยาบาลเอกชนของไทย ซึ่งเป็นที่ยอมรับในเรื่องของคุณภาพการรักษา การบริการและค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าประเทศอื่น ๆ และยังได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) ถึง 50 แห่ง ซึ่งมากกว่าทุกประเทศในภูมิภาคนี้

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นว่า ปัจจุบันธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง มุ่งเน้นด้านการรักษา คุณภาพการบริการ และหลาย ๆ แห่ง ยังให้ความสำคัญกับบุคลากรทางการแพทย์ จะเห็นได้ว่ามีความหลากหลาย ครบสาขาในด้านการรักษา และยังสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการลงทุนกับเทคโนโลยีทางการแพทย์ การสื่อสาร เป็นอีกกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การจัดกิจกรรมบรรยายโดยแพทย์, อบรมการดูแลสุขภาพโดยวิทยากรที่เป็นบุคลากรทางการแพทย์, อีเวนต์สุขภาพ, โปรโมชันแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับตรวจต่าง ๆ เป็นต้น เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้รับบริการให้เข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลมากยิ่งขึ้น ซึ่งยังคงเห็นหลาย ๆ ที่ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และยังมีพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ตามยุคสมัย โดยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เน้นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ สาขาต่าง ๆ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่โรงพยาบาลเอกชนต่างก็นำมาใช้เพื่อดึงดูดผู้มาใช้บริการ ซึ่งใช้วิธีการสื่อสารโดยการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อนำเสนอการบริการด้านต่าง ๆ ข้อมูลสุขภาพ วัสดุภัณฑ์ขององค์กร แพ็กเกจโปรโมชั่น กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งยังเน้นการแสดงผลนวัตกรรมทางการแพทย์เฉพาะทางเพื่อแสดงให้เห็นศักยภาพของโรงพยาบาลเอกชนด้วยและทำให้หลาย ๆ โรงพยาบาลต่างก็หากกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นให้คนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น เพราะเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกรวดเร็ว

การนำเสนอการสื่อสารข้อมูลด้านการแพทย์ และข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อออนไลน์ของโรงพยาบาลเอกชน จึงมีความแตกต่างกันจากการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารด้านอื่น ๆ ที่จะต้องใช้ความถูกต้องแม่นยำ และได้รับการยินยอมการเผยแพร่ข้อมูล เพราะการนำเสนอข้อมูลด้านการแพทย์ และข้อมูลสุขภาพจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความปลอดภัย เชื่อถือได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอความรู้ ปัญหาสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ หรือวิธี ขั้นตอนการปฏิบัติตนของผู้ป่วย มีความสำคัญอย่างมากที่ผู้ส่งสารจะต้องให้ความสนใจ และมีการคัดกรองข้อมูลก่อนนำเสนอลงไปสู่ช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมกับสาระ ที่ผู้รับสาร หรือผู้ใช้บริการต้องการ และสามารถนำเอาความรู้ ข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นเรื่องที่เป็นกระแสมความสนใจหรือข่าวที่เกิดขึ้นในสังคมใกล้ตัว มีความตรงประเด็น เนื้อหาสั้น กระชับ อ่านง่าย เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และด้วยความก้าวหน้าของสื่อออนไลน์เอง ทั้งด้านของการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ทำให้นักการสื่อสาร

ที่ต้องผลิตสื่อด้านสุขภาพเองก็ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ ทั้งยังต้องปรับเปลี่ยนฐานความรู้และความเข้าใจเรื่องของคุณภาพ ยังต้องมีการบูรณาการความรู้ด้านการสื่อสารและความรู้ด้านสุขภาพไว้ด้วยกัน เพื่อให้เห็นการนำเสนอการสื่อสารสุขภาพออนไลน์นั้นตรงกับความต้องการของผู้อ่านมากที่สุดอีกด้วย

ทั้งนี้การสื่อสารทางด้านสุขภาพในปัจจุบัน ยังคงมีข้อจำกัดอยู่หลาย ๆ อย่าง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2546) เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการโฆษณาสถานพยาบาล ซึ่งออกตามมาตรา 38 พ.ร.บ. สถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ที่กำหนดว่า ห้ามโฆษณาหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาด้วยถ้อยคำที่เป็นเท็จหรือโอ้อวด โดยใช้บังคับกับสถานพยาบาลที่ไม่ใช่สังกัดของหน่วยงานราชการ ประกาศดังกล่าว กำหนด 18 ข้อ ห้ามโฆษณาสถานพยาบาลในลักษณะดังนี้ (แพทยสภา, 2546)

- 1) ห้ามใช้ข้อความอันเป็นเท็จ หรือข้อความที่ไม่มีมูลความจริงทั้งหมดหรือบางส่วน หรือมีลักษณะหลอกลวงหรือปกปิดความจริงหรือทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นจริง
- 2) การใช้ข้อความทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่ามีบุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์แต่กลับไม่มีให้บริการ
- 3) การใช้สถาบัน หน่วยงาน องค์กร หรือบุคคล ที่ไม่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานรัฐ
- 4) การโฆษณาบริการโรคที่ไม่มีอยู่ในสาขาที่ผู้ประกอบวิชาชีพมีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตร
- 5) การอ้างอิงรายงานวิชาการ ผลงานวิจัย สถิติ โดยข้อมูลที่อ้างอิงไม่ใช่ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ
- 6) การใช้ข้อความหรือรูปภาพ โอ้อวดเกินจริงหรือข้อความที่กล่าวอ้างหรือบ่งบอกว่าของตนดีกว่า เหนือกว่า ดีที่สุด รายแรก แห่งแรก รับรองผล 100% หรือการเปรียบเทียบหรือข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าการบริการของสถานพยาบาลแห่งนั้นมีคุณภาพที่ดีกว่า เหนือกว่าหรือสูงกว่าที่อื่น
- 7) การโฆษณากิจการสถานพยาบาลหรือการโฆษณาความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญในการรักษาพยาบาลคุณภาพหรือประสิทธิผล สรรพคุณ กรรมวิธีหรือเปรียบเทียบผลก่อน-หลังในทำนองให้เข้าใจผิด
- 8) การใช้ชื่อสถานพยาบาลหรือข้อความที่ทำให้เข้าใจว่ามีการประกอบกิจการที่ไม่ตรงกับการรับอนุญาต
- 9) การโฆษณาสถานที่ซึ่งไม่ใช่เป็นของสถานพยาบาล
- 10) การโฆษณาด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่ประชาชน
- 11) การใช้ภาพหรือเสียงที่ไม่เหมาะสมสร้างความหวาดกลัว หรือมีลักษณะเป็นการส่อไปในทางลามกอนาจาร กระตุ้นหรือยั่วยุทางกามารมณ์
- 12) การใช้ภาพหรือเสียงโดยไม่สุภาพหรือแสดงอาการทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

- 13) การให้ร้าย เสียชื่อเสียง หรือทั้บถมสถานพยาบาลหรือผู้ประกอบวิชาชีพอื่น
- 14) ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรม
- 15) การโฆษณาที่รวมอยู่กับข้อความถวายพระพร หรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ เว้นแต่ชื่อของสถานพยาบาลหรือผู้ประพันธ์บทความดังกล่าว
- 16) การโฆษณาการให้บริการฟรี
- 17) การโฆษณาที่จัดให้มีการแถม แลกเปลี่ยน ให้สิทธิประโยชน์ รางวัล หรือการเสี่ยงโชคจากการรับบริการทางการแพทย์จากสถานพยาบาล
- 18) ห้ามการให้ส่วนลดค่าบริการหรือค่ารักษาพยาบาล เว้นแต่ลดเพื่อการอนุเคราะห์บุคคลด้อยโอกาส ลดต่อสมาชิกกลุ่มบุคคลหรือสถาบันหรือองค์กรเป็นการแจ้งให้ทราบเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้ฝ่าฝืนจะมีโทษต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2 หมื่นบาท และให้ปรับอีกวันละไม่เกิน 1 หมื่นบาท นับแต่วันที่ฝ่าฝืน จนกว่าจะระงับการโฆษณา

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการสื่อสารผ่านโฆษณาในสื่อออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ก็มีกฎหมายคุ้มครองประชาชนให้ได้รับบริการในด้านสุขภาพที่มีคุณภาพ มาตรฐาน ปลอดภัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพจึงได้ออกข้อกฎหมายดังกล่าวนี้ และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 31 มกราคม 2561 ที่ผ่านมา ส่งผลให้สถานพยาบาลคลินิก ไปจนถึงโรงพยาบาลเอกชนถูกจับตามองอย่างมากในเรื่องของการสื่อสารในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น รูปแบบของการนำเสนอ ความถูกต้องของข้อมูล คำต้องห้ามที่ไม่ให้มีในสื่อทุกประเภท ความเข้าใจในข้อมูล ระดับความลึกของข้อมูล เป็นต้น กลยุทธ์ของการสื่อสารในเรื่องของข้อมูลด้านการแพทย์และข้อมูลสุขภาพในสื่อออนไลน์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงมุมมองต่าง ๆ เนื่องจากบุคลากรที่เป็นผู้ส่งสาร ไม่ใช่บุคลากรทางการแพทย์ ความรู้ด้านสุขภาพอาจไม่เพียงพอ ซึ่งก็มักจะมีคำถามที่ตามมามากมายว่า ข้อมูลดังกล่าวนี้เป็นที่ยอมรับแล้วจริงหรือ

ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารข้อมูลสุขภาพนั้น ผู้ส่งสารจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของเนื้อหาสุขภาพ ที่สามารถถ่ายทอด สร้างคุณค่า ให้กับข้อมูลที่จะสื่อออกไปยังสังคม ตลอดจนแนวคิด วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ความถูกต้องของเนื้อหา การประสานงานระหว่างบุคลากรทางการแพทย์ที่จะช่วยยืนยันข้อมูลก็เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นประเด็นที่สำคัญที่ไม่ควรมองข้ามเพื่อให้ครอบคลุมทุกมิติด้านสุขภาพทั้งเชิงความรู้สุขภาพ และการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ที่แก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การสื่อสารเนื้อหาข้อมูลสุขภาพนี้เพื่อเป็นการทำความเข้าใจเบื้องต้น ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ สังคมออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย นับว่าเป็นประตูแรกให้กับผู้รับสาร หรือผู้รับบริการ ที่จะได้

ทำการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ไม่ให้เกิดความวิตกกังวล อีกทั้งยังสามารถติดตามผลสุขภาพได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง เพียงแค่เข้าค้นหาข้อมูลในสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ของโรงพยาบาล

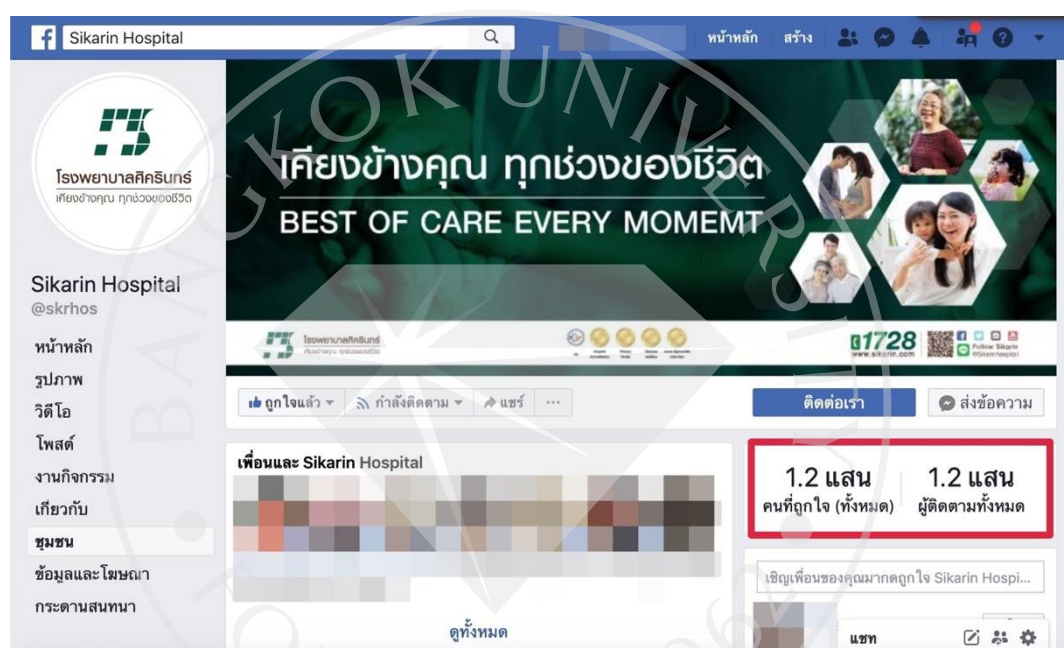
เฟซบุ๊กเป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการขยายตัวของจำนวนสมาชิกมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ในระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี เฟซบุ๊กจึงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย จากการสำรวจของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA (2561) ที่มีรายการผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 (ล่าสุด) พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน 10 ชั่วโมง 5 นาที โดยเฟซบุ๊ก (Facebook) ผู้ใช้งานนิยมใช้มากถึง 96% ซึ่งทำให้เห็นว่ากลุ่มคนที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมุ่งใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กหลากหลายรูปแบบ เช่น เพื่อแสวงหาความบันเทิง ใช้เป็นสื่อสารเพื่อถ่ายทอดและแบ่งปันสาระความรู้ อีกทั้งเฟซบุ๊กเองก็ยังเปิดโอกาสให้หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ได้ใช้พื้นที่เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ส่งผ่านไปยังประชาชนที่เป็นผู้รับสาร เพื่อติดต่อแลกเปลี่ยน หรือใช้โน้มน้าวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ ที่ถูกจัดขึ้น ทำให้มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดงบประมาณในการทำประชาสัมพันธ์เมื่อเปรียบเทียบกับ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ และเช่นกัน แม้แต่ในโรงพยาบาล ทั้งภาครัฐและเอกชน ก็นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กเป็นเครื่องในการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล หรือ ใช้โฆษณา เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพในด้านต่าง ๆ และยังสามารถตอบโต้ในข้อความกับผู้ดูแลเพจ (Admin) ได้ และในด้านของสุขภาพ เฟซบุ๊กได้ถูกนำมาใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาพและข้อมูลด้านการแพทย์ ที่มีเนื้อหาในแนวของการป้องกันตลอดจนแนวทางของการรักษา ในความเป็นโรงพยาบาลเอกชน นับว่าเฟซบุ๊กเพจนั้น มีความสำคัญอย่างมาก เป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคกลายมาเป็นผู้รับบริการจากการติดตามข้อมูลในเฟซบุ๊กนี้ ผ่านการสื่อสารเนื้อหาต่าง ๆ โดยที่สามารถทำให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมได้ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ด้านสุขภาพและการแพทย์ เพื่อศึกษาเรื่องของปัญหาสุขภาพ การรักษา การป้องกัน ไปจนถึงการดูแลตัวเอง ทั้งยังสามารถพูดคุยกับแพทย์ได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ทำให้บทบาทของเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลเอกชนเป็นที่นิยมอย่างมาก

ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก จึงเป็นทางเลือกแรก ๆ ที่ผู้ใช้บริการยุคปัจจุบันให้ความสนใจเข้าไปศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเข้ารับบริการ หรือแม้แต่การนัดหมายแพทย์ก็ตามที่สามารถสร้างการนัดหมายได้ก่อนเวลาเข้ารับบริการ นับว่าเป็นการได้รับการบริการที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิรินครินทร์ (กรุงเทพ)” ที่มีการใช้สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านการแพทย์ ข้อมูลด้านสุขภาพ ข่าวสารโรคภัย โรคระบาด โรคตามฤดูกาล การป้องกันดูแล รักษา เบื้องต้น ไปจนถึงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงพยาบาล จากการพิจารณา

และศึกษาข้อมูลในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) พบว่า มีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการติดตามจากผู้ใช้งานสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก (128,650 Like) โดยมีการนำเสนอข้อมูลด้านการแพทย์ ข้อมูลสุขภาพ บทความสาระสุขภาพ เกร็ดความรู้ สารบันเทิงเกี่ยวกับสุขภาพ กิจกรรมต่าง ๆ เทคโนโลยีทางการแพทย์ และโฆษณาต่าง ๆ ที่โรงพยาบาลนำเสนอออกมาผ่านสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก

ภาพที่ 1.1: ภาพจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

ผู้วิจัยเลือกศึกษากลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ รูปแบบของการนำเสนอหลากหลายรูปแบบ ซึ่งจะเป็นแนวทางที่โรงพยาบาลเอกชนอื่น ๆ สามารถใช้เพื่อสร้างการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนาระบบขององค์กร วิธีการนำเสนอข่าวสารการสื่อสารข้อมูลด้านการแพทย์ ข้อมูลด้านสุขภาพ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพิ่มศักยภาพ ความน่าเชื่อถือให้กับโรงพยาบาล ทำให้ผู้รับสาร ผู้ใช้บริการโรงพยาบาล สามารถค้นหาข้อมูล และรับข้อมูลที่ถูกต้องหลากหลาย

ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น นำไปสู่ความสนใจที่จะศึกษา “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)” เพื่อศึกษาเนื้อหาข้อมูลสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) และการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อให้เอื้อต่อข้อกำหนดของสถานพยาบาลเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาทางด้านสุขภาพ ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนในอนาคตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
- 1.2.2 เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
- 1.2.3 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ผู้วิจัยทำการศึกษา และเก็บข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) เท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาว่ามีวิธีการสื่อสารและนำเสนอข้อมูลอย่างไร ที่จะสามารถสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายและส่งผลต่อการเข้ารับบริการผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ ซึ่งจะเป็นการศึกษาที่ผู้วิจัย Focus 2 มิติ ด้วยกันคือ เนื้อหาการสื่อสาร รูปแบบของการสื่อสารเท่านั้น โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษา “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)” ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยเล่มนี้ ดังนี้

- 1.4.1 เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา โดยงานวิจัยเล่มนี้ได้ทำการศึกษาเนื้อหา รูปแบบ และการนำเสนอการสื่อสารข้อมูลทางการแพทย์และข้อมูลสุขภาพ ซึ่งทำการแบ่งช่องทางของการสื่อสารที่ปรากฏผ่านสื่อออนไลน์โดยมีการจำแนกแยกแยะเนื้อหาออกเป็น ข้อมูลทางการแพทย์ เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการแพทย์, เครื่องมือแพทย์, เนื้อหาข้อมูลสุขภาพ โรคระบาด โรคมัยไข้เจ็บใกล้ตัว โรคตามฤดูกาล การป้องกันโรคต่าง ๆ, ภาพ, คลิปวิดีโอ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแพทย์และสุขภาพ

เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของเนื้อหา การนำเสนอ รูปแบบของการสื่อสาร รวมถึงขอบเขตของการสื่อสารที่มีเนื้อหาอย่างละเอียด เพื่อให้เห็นถึง จริยธรรม จรรยาบรรณของการนำเสนอข้อมูลทางการแพทย์ และข้อมูลสุขภาพก่อนเผยแพร่สู่สังคม ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องครบถ้วนตามระเบียบข้อบังคับของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาของสถานพยาบาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงพยาบาลเอกชน ที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์เนื้อหา ก่อนการเผยแพร่ให้กับสังคมได้ รับข้อมูลข่าวสารด้านการแพทย์และข้อมูลสุขภาพอย่างถูกต้อง

1.4.2 เพื่อเพิ่มเติมความรู้ที่และนำไปประยุกต์ใช้ รวมถึงผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ที่จะนำไปพัฒนาการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น Content เรื่องโรคต่าง ๆ, กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงพยาบาล, การทำโปรโมชันการบริการด้านการแพทย์และสุขภาพ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันกับข้อมูลที่สื่อออกไประหว่างโรงพยาบาลและลูกค้าที่เป็นผู้มารับบริการ

1.4.3 เพื่อที่ความรู้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์มากสำหรับโรงพยาบาลพยาบาลเอกชนอื่น ๆ สามารถนำไปปรับใช้กับการเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์และข้อมูลสุขภาพให้กับสังคม อีกทั้งผู้ที่สนใจศึกษาต่อยอดงานวิจัยด้านนี้กับประเด็นที่สามารถเชื่อมโยงกับสาขาวิชาอื่น ๆ ได้

1.5 กรอบแนวคิด

จากการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) สามารถแสดงกรอบงานวิจัยของการศึกษาข้อมูลที่ใช้ลงสื่อออนไลน์ได้ ดังนี้

ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิด



1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1.6.1 การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง การนำเอาศาสตร์ทางด้านการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเนื้อหาด้านสุขภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ในการป้องกันสุขภาพแก่ประชาชน และสามารถเพิ่มระดับความรู้ ความเข้าใจ ให้ตระหนักถึงปัญหาในด้านสุขภาพ โดยเป็นการสร้างการรับรู้ถึงแนวทาง วิธี ของการแก้ไขปัญหาสุขภาพ การป้องกันการเกิดโรคต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง แบบไม่เข้าใจผิด หรือกระทำการป้องกันอย่างไม่ถูกต้อง

1.6.2 กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง กลยุทธ์ที่กำหนดแนวทางในการสื่อสารว่า จะใช้รูปแบบของการสื่อสารอย่างไร ให้สามารถนำเสนอเนื้อหาในด้านสุขภาพได้ตรงวัตถุประสงค์ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.6.3 เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ หมายถึง เนื้อหาสารที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อใช้สื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่สนใจโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ได้เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาด้านสุขภาพในเบื้องต้น ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ยังครอบคลุมไปถึงเนื้อหาในส่วนของกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงพยาบาลด้วย

1.6.4 รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ หมายถึง แนวทางในการนำเสนอการสื่อสารสุขภาพ ในที่นี้หมายถึง รูปแบบที่ใช้เป็นเครื่องมือของการสื่อสารสุขภาพ ที่ใช้สื่อสารในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น ภาพชุด, ข้อความ, คลิป VDO เป็นต้น

1.6.5 ข้อมูลสุขภาพ หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ โรคระบาด โรคตามฤดูกาล รวมถึงสุขภาพของแต่ละบุคคล ที่ทำให้ทราบถึงปัญหาสุขภาพต่าง ๆ การป้องกันโรคระบาด เป็นข้อมูลที่มีการส่งเสริมให้เกิดการป้องกัน การระมัดระวัง ส่งเสริมสุขภาพของผู้คนให้มีสุขภาพที่ดี

1.6.6 เฟซบุ๊ก หมายถึง เครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลก เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์หนึ่งในกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) สามารถเข้าถึงเนื้อหาด้านสุขภาพได้ และยังสามารถตอบโต้ หรือซักถาม แบ่งปันกับผู้ให้บริการได้ในเวลาอันรวดเร็ว

บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)” ซึ่งในบทนี้ทางผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิดทฤษฎีของการศึกษา โดยทางผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูล ทั้งจากงานวิชาการ และงานวิจัย เพื่อนำมาเป็นตัวกำหนดสมมติฐาน โดยแบ่งเนื้อหาของบทนี้เป็น 5 ส่วน มีสาระสำคัญดังนี้

- 2.1 แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ
- 2.2 แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ
- 2.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับสุขภาพ
- 2.4 แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
- 2.5 รายละเอียดของโรงพยาบาลศิริรินทร์ และเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล

2.1 แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ

2.1.1 ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพ มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสายงานโรงพยาบาล ในการที่จะพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะของประชาชนด้านสุขภาพ โดยเฉพาะการศึกษาเรื่องการสื่อสาร การสื่อสารสุขภาพจึงหมายถึง การนำเอาศาสตร์ทางด้านสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพเพื่อประโยชน์ในการป้องกันสุขภาพแก่ประชาชน หรือตามคำนิยามของ The National Cancer Institute ให้คำจำกัดความไว้ว่า การสื่อสารสุขภาพ หรือการสื่อสารสาธารณสุข (Health Communication) หมายถึง ความสามารถในการเพิ่มระดับความรู้และความตระหนักในปัญหาสุขภาพ แนวทางการแก้ไขปัญหาสุขภาพและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเชื่อและทัศนคติ ซึ่งจะเปลี่ยนบรรทัดฐานทางสังคม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างทันทีทันใด มีทักษะในการอธิบายบอกต่อถึงเรื่องการดูแลสุขภาพ ให้ความร่วมมือกับนโยบายสุขภาพ และต้องการเข้ารับบริการบริการทางด้านสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2009) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารสุขภาพไว้ว่า การใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการให้ข้อมูลสุขภาพและความสำคัญของประเด็นสุขภาพต่าง ๆ ที่สาธารณชนควรรู้ โดยใช้ทั้งการสื่อสารมวลชน และสื่อประสม รวมทั้งนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาพแก่สาธารณชนในการเพิ่มความตระหนักด้านสุขภาพทั้งในระดับตนเองและสังคมในการดูแลสุขภาพที่มีความสำคัญพอ ๆ กับการพัฒนาสุขภาพ (Health Development)

การสื่อสารสุขภาพจึงเป็นวิธีที่มุ่งปรับปรุงสุขภาพทั้งในระดับตัวบุคคล และประชากรทั้งประเทศ โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ ๆ โดยสื่อมวลชนและสื่อประสม ซึ่งมีทั้งในแง่บวก และในแง่ลบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ งานวิจัยต่าง ๆ ได้แสดงให้เห็นทฤษฎีแรงขับเคลื่อนของสื่อในการส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ ที่สามารถบรรจุเรื่องสุขภาพเพื่อเป็นวาระของประชาชน (Public Agenda) เนื้อหาการส่งเสริมสุขภาพ (Reinforce Health Message) การกระตุ้นการแสวงหาข้อมูลของประชาชน และข้อเท็จจริงบางประการในการนำมาสร้างวิถีสุขภาพที่ดี

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างสื่อประสม และเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพได้เป็นอย่างดี ในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่มีมากขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม

มลินี สมภพเจริญ (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ประเภทการสื่อสารที่อ้างถึงทั่วไป ได้แก่ ประเภทของการสื่อสารที่ใช้เกณฑ์จำนวนคนทำการสื่อสารเป็นตัวแบ่ง สามารถแบ่งการสื่อสารออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication)
- 2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งสามารถแบ่งย่อยออกได้เป็นอีก 2 ประเภท ดังนี้
 - 2.1) การสื่อสารระหว่างบุคคลชนิด 2 คน (Dyadic Communication)
 - 2.2) การสื่อสารระหว่างบุคคลชนิดกลุ่มเล็ก (Small Group Communication)
- 3) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารสาธารณะ (Large Group Communication and Public Communication)
- 4) การสื่อสารองค์กร (Organizational Communication)
- 5) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

ดังนั้น การสื่อสารสุขภาพจะมีการใช้การสื่อสาร ทั้ง 5 ประเภทข้างต้น เพียงแต่จะมีผู้ส่งสารช่องทางสื่อ และผู้รับสารแตกต่างกันไปตามแต่ละสถานการณ์ของการสื่อสาร

Ratzan, Payne & Bishop (1996) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การสื่อสารสุขภาพ” มีพื้นฐานสำคัญมาจากศาสตร์ 2 แขนง คือ การสื่อสาร (Communication) และสาธารณสุข (Public Health) การสื่อสารนับเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ (Health Education) การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) การเรียกร้องสิทธิ (Advocacy) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer Health Communication) และการใช้สื่อใหม่ (New Media) เป็นต้น

ประเวศ วะสี (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บทบาท และความสำคัญของการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ จึงควรมีการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาาระบบสื่อเพื่อสังคมหรือสื่อเพื่อสุขภาพให้ครบถ้วน ตั้งแต่ด้านนโยบาย บุคลากร เทคนิค การสื่อสาร งบประมาณ การวิจัยและการประเมินผล

Pettegrew & Logan (1987) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เพื่อทำความเข้าใจต่อทิศทางการสื่อสารสุขภาพที่เกิดขึ้นในสังคมไทยและเพื่อให้ระบบการสื่อสารเป็นไปเพื่อสังคมและสุขภาพให้มากที่สุดและครอบคลุมการสื่อสารสุขภาพในทุกระดับ ทั้งระดับภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Level) ระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal Level) ระดับองค์กร/เครือข่าย (Organizational/Network Level) ระดับมหภาค (The Macro Level)

วาสนา จันทรสว่าง (2550) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพ คือ การศึกษา และการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในงานสุขภาพเป็นกลวิธีในการนำเสนอข้อมูล การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้สาธารณชนได้รับผู้ สนใจ ตระหนัก เกิดจิตสำนึกในเรื่องสุขภาพ โดยเน้นกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ การแจ้งให้ทราบ (To Inform) การสอนหรือการให้การศึกษา (To Educate) การสร้างความพอใจหรือความบันเทิง (To Entertain) และการเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (To Persuade)

กิตติ กันภัย (2553) ให้นิยามการสื่อสารสุขภาพไว้ว่า เป็นกลไกสำคัญของการถ่ายทอดข่าวสารความรู้ความคิดเห็นระหว่างบุคคล กลุ่มองค์กรสาธารณะผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ผู้สื่อสารได้วางเป้าหมายไว้ในปัจจุบัน การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการทางสังคมในทุกภาคส่วน รวมทั้งเพื่อประโยชน์ต่อการสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารสุขภาพ มีพื้นฐานสำคัญมาจากศาสตร์ 2 แขนง คือ การสื่อสาร (Communication) และสาธารณสุข (Public Health) การสื่อสารนับเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ (Health Education) การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) การเรียกร้องสิทธิ (Advocacy) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer Health Communication) และการใช้สื่อใหม่ (New Media)

สรุปได้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพิ่มผลลัพธ์ด้านบวกของการบริการสุขภาพ และในทางตรงกันข้ามนั้น การสื่อสารแบบไร้ประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ด้านลบได้หลายประการ การสื่อสารระหว่างผู้ให้ และผู้รับบริการสุขภาพ จำเป็นต้องมีประสิทธิภาพตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อสร้างความไว้วางใจ และความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ดังนั้นการสื่อสารสุขภาพ ควรกระทำโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านนี้มากพอ ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อออนไลน์ของโรงพยาบาล จะต้องให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ การจดจำ และการฝึกปฏิบัติด้านการสื่อสารสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ และสม่ำเสมอ

2.1.2 กระบวนการสื่อสารสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพเป็นกระบวนการสื่อสารที่ส่งผลต่อสุขภาพในด้านป้องกันโรคและการสร้างเสริมสุขภาพ โดยใช้การสื่อสารที่มีความหลากหลาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารสุขภาพ สามารถอธิบายองค์ประกอบได้ ดังนี้

- 1) ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้นำด้านสุขภาพ หรือผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพ
- 2) เนื้อหาของสาร คือ ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึกเพื่อการสร้างเสริมปรับเปลี่ยน และคงไว้ซึ่งพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง และเหมาะสม เพื่อพัฒนาสุขภาพ และคุณภาพชีวิต
- 3) สื่อ หรือช่องทาง กิจกรรม รูปแบบ วิธีการ
- 4) กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรอง และประชาชนทั่วไป
- 5) ผลของการสื่อสาร อาจเกิดขึ้นในรูปแบบของการรับรู้ ความสนใจ ความตระหนัก และการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ

6) ผลกระทบ คือ ประโยชน์หรือโทษที่เกิดขึ้นตามมาจากการดำเนินงานของการสื่อสาร

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพนั้น ทำให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและสุขภาพ โดยการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญของการดูแลสุขภาพของประชาชน

จำเรียง กุระมะสุวรรณ (2533) ได้กล่าวว่า สามารถจำแนกรายละเอียดของการสื่อสารสุขภาพได้ ดังนี้

- 1) การเสนอข่าวสาร
 - 1.1) การให้ข้อเท็จจริงหรือการเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในภาวะปกติ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจ รับรู้ และนำไปใช้เป็นแนวทางในการดูแล ป้องกัน และให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสุขภาพ เพื่อให้เกิดสุขภาพที่ดี
 - 1.2) การเสนอข่าวด่วน ข่าวสำคัญ โดยเฉพาะในภาวะที่เกิดโรคติดต่อ ไม่ว่าจะเป็นโรคไข้เลือดออก โรคไข้หวัดใหญ่ อหิวาตกโรค ตลอดจนโรคติดต่อที่ระบาดร้ายแรง เช่น โรคซาร์ส โรคไข้หวัดนก โรคกาฬโรค เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนได้เฝ้าระวัง ป้องกันตนเองจากโรคระบาดได้อย่างทันทั่วทั้งที่ และลดปัญหาการแพร่กระจายของโรคเป็นวงกว้าง การให้ความรู้ในเรื่องที่สงสัย ไม่เข้าใจ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือประสบการณ์ต่าง ๆ ในด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อให้ประชาชนได้คลายความกังวล หวาดวิตก และมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคดังกล่าว

2) การชักจูงให้คล้อยตามหรือให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ เช่น การรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ ในวันงดสูบบุหรี่โลก เนื่องจากการสื่อสารจะช่วยให้เกิดความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ อย่างรอบด้าน และสิ่งเหล่านี้ จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองด้านสุขภาพ ทำให้เล็งเห็นพิษภัยของการสูบบุหรี่ ผลกระทบต่อผู้อื่น ทำให้เกิดความรู้สึกเต็มใจให้ความร่วมมือในการงดสูบบุหรี่ เพื่อสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้างรวมถึงผู้อื่นในสังคม

3) การกระตุ้นเตือน เป็นการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งความถี่ในการรับข้อมูลต่าง ๆ มีผลต่อการปรับเปลี่ยนทัศนคติ หากมีการกระตุ้นเตือนซ้ำ ๆ ย่อมจะส่งผลต่อการรับรู้และทำให้เห็นความสำคัญของสิ่งเหล่านั้น แล้วนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ในที่สุด

จึงสรุปได้ว่า การสื่อสารสุขภาพมีส่วนในเรื่องการให้ความรู้เรื่องสุขภาพได้หลายประการ ทั้งในการถ่ายทอดข้อความด้านสุขภาพที่ถูกต้อง การแก้ไขความเข้าใจผิด ๆ ในด้านสุขภาพอนามัย และช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารมีความตระหนักในด้านสุขภาพ การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ นำเสนอเนื้อหาให้ความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับโรคร้ายไข้เจ็บ วิธีการดูแลสุขภาพอย่างถูกต้อง รวมทั้งยังนำเสนอถึงความเสี่ยงในการเกิดโรคแก่บุคคลที่มีพฤติกรรมหรืออาการที่อาจเข้าข่ายเป็นโรคนั้น ๆ แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ และเข้าใจถึงวิธีการดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง และบุคคลในครอบครัวอย่างถูกต้อง และนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดี

2.1.3 ความสำคัญของการสื่อสารสุขภาพ

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้มีการติดต่อสื่อสารและให้ข้อมูลข่าวสารกันผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์มากขึ้น รวมถึงข้อมูลสุขภาพที่มีการเผยแพร่ตามเว็บไซต์สุขภาพต่าง ๆ ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเราทราบกันดีอยู่แล้วว่าข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมีการเติบโตที่รวดเร็ว แต่การตรวจสอบความถูกต้อง หรือความน่าเชื่อถือนั้น ยังทำได้ยาก ข้อมูลบางอย่างอาจไม่เป็นจริงอย่างที่มีการอ้างอิง หรืออาจมีความจริงแค่บางส่วนเท่านั้น ซึ่งหากเป็นข้อมูลสุขภาพที่ไม่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ ก็อาจเป็นอันตรายต่อผู้รับสารอย่างร้ายแรงหากมีการเลียนแบบหรือทดลองทำตาม

นักสื่อสารสุขภาพ หรือ นสส. (2550) ให้เหตุผลว่า การสื่อสารสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัวไม่ว่าจะเป็นความสนใจส่วนตัว การประสบปัญหาจากคนใกล้ตัว หรืออาจเป็นปัญหาของตนเองที่กำลังเดือดร้อน เนื่องจากไม่สามารถเลือกสิ่งที่จะบริโภค และไม่สามารถที่จะสื่อสารไปยังบุคคลอื่นเพื่อบอกปัญหาของตนเองได้ สิ่งที่ทำได้คือ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพนี้ จึงจำเป็นต้องมีองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารในการนำเสนอข้อมูลเรื่องสุขภาพได้อย่างถูกต้องและตรวจสอบได้

เรื่องของกระแสสังคมก็เป็นส่วนสำคัญ ที่ปัจจุบันคนหันมาใส่ใจเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น การสร้างกระแสต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยเรื่องการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อปลุกเร้าให้คนมาสนใจ ใส่ใจต่อการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ก่อนการเจ็บป่วย จนต้องซ่อมแซมร่างกายในภายหลัง

การสื่อสารให้คนเข้าใจเรื่องสุขภาพ จึงต้องแสวงหาวิธีการสื่อสารระหว่างแพทย์กับคนไข้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่ทางผู้วิจัยจะใช้เพื่อวิเคราะห์ เนื้อหา และรูปแบบของการสื่อสารของโรงพยาบาลเอกชนว่า มีองค์ประกอบใดบ้าง เพื่อการนำเสนอ ข้อมูลด้านสุขภาพ การสื่อสารด้านสุขภาพเป็นกระบวนการสื่อสารที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพในด้าน การป้องกันโรค และสร้างเสริมสุขภาพ โดยใช้การสื่อสารหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้เกิดการเข้าใจใน กระบวนการสื่อสารด้านสุขภาพ

วิภาวิน โมสูงเนิน (2553) การสื่อสารสุขภาพ ประกอบด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพและมีอิทธิพลต่อประชาชน เพื่อการมีสุขภาพที่ดีของกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ระดับ บัณฑิตบุคคล ระดับสถาบัน องค์กร และประชาชนทั่วไป ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

1) สุขศึกษา (Health Education) เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการมีสุขภาพ ที่ดีโดยการให้ข้อมูล และการให้การศึกษากับปัจเจกบุคคลผ่านสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ

2) การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริม หรือ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพสู่พฤติกรรมทางบวก โดยใช้หลักการตลาดพร้อมกับการ สื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ

3) การชี้นำ (Advocacy) เป็นกิจกรรมที่ใช้สื่อสารมวลชนในการส่งเสริมนโยบาย กฎระเบียบและโครงการต่าง ๆ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

4) การสื่อสารเกี่ยวกับภาวะเสี่ยง (Risk Communication) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับ สุขภาพที่เกี่ยวข้องเฉพาะกลุ่ม โดยต้องมีการพิจารณาสภาพแวดล้อม และทางเลือกต่าง ๆ ในการ จัดการกับภาวะเสี่ยงต่าง ๆ

5) การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะ ด้านสุขภาพเพื่อการบำบัดและรักษา การให้ความรู้ความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการต่าง ๆ เช่น การ สื่อสารระหว่างแพทย์กับคนไข้ และการสื่อสารระหว่างเพื่อนหรือกลุ่มที่อยู่ในสภาพเดียวกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อันมีประสิทธิภาพ

6) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer Health Communication) ช่วยให้ บัณฑิตบุคคลเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพตนเอง และสามารถเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพผู้อื่นหรือครอบครัวได้ รวมทั้งการนำเสนอ ข้อมูลสุขภาพในลักษณะต่าง ๆ เช่นการป้องกัน และการดูแลสุขภาพตนเอง

7) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทต่าง ๆ (New Information Technologies) เช่น อินเทอร์เน็ต และเวปไซด์เว็บ เสริมกับสื่อมวลชนดั้งเดิมจำพวก เช่น

สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อเป็นการกระจายแนวคิดการสื่อสารสุขภาพ ได้มากและทั่วถึงยิ่งขึ้น

จึงเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันทำให้กลยุทธ์ที่ใช้ถ่ายทอดเนื้อหาสาระมีความแตกต่างกันออกไป ผู้กำหนดเนื้อหาสาระจึงควรคำนึงถึงกลยุทธ์ต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ จะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การสามารถเข้าถึงเนื้อหาด้านสุขภาพ (Availability) ของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่มีความต้องการต่างกันได้ โดยโอกาสในการเข้าถึงอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ โฆษณากลางแจ้ง หรือสื่อประสมต่าง ๆ เป็นต้น
- 2) ความถูกต้องของเนื้อหา (Accuracy)
- 3) ความเชื่อถือได้ของเนื้อหา (Reliability) ที่ต้องมีการตรวจสอบหรือปรับให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาและสอดคล้องกับสถานการณ์ขณะนั้น
- 4) ความสามารถในการเข้าถึง (Reach) กลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ความต่อเนื่องของเนื้อหา (Consistency) ที่จะต้องมีความต่อเนื่องและสอดคล้องกับแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 5) ความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจ (Understandability) กับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน โดยใช้ระดับของภาษา หรือการอ่าน เป็นต้น
- 6) การมีหลักฐานหรือแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ (Evidence-bases) เป็นสิ่งที่จำเป็นมากโดยอาจได้มาจากการสำรวจ การศึกษาวิจัย หรือผลที่ได้จากการวิจัยสื่อสารโครงการอื่น ๆ

มลินี สมภพเจริญ (2551) จะเห็นว่าการสื่อสารสุขภาพต้องเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) และข้อความหรือสาร (Message) ที่จะส่งออกไป เพื่อต้องการให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม การเข้าไปมีส่วนร่วมจะสร้างการจดจำได้ดี เพราะผู้รับสารมักแสวงหาข่าวสารด้วยตนเอง (Active Information Seeker) องค์กรประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารสุขภาพจึงมีความสำคัญทำให้ผู้มาใช้บริการกล้าที่จะถามปัญหาทางสุขภาพ จากผู้ดูแลเพจเฟซบุ๊กทำให้เขาเหล่านั้นเกิดการปฏิบัติตามพฤติกรรมสุขภาพได้ดียิ่งขึ้น โรงพยาบาล หรือองค์กรต่าง ๆ เริ่มหันมาสนใจหรือรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ด้วยการใช้ประเด็นทางสุขภาพรณรงค์ทางสังคมเพื่อคืนกำไรให้สังคมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ก็ยิ่งทำให้ประเด็นทางสุขภาพเป็นที่สนใจของผู้คนมากยิ่งขึ้น

ชีวรัตน์ สุขสวัสดิ์ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันนี้หลายคนให้ความสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น อันจะเห็นได้จากการกำหนดสุขภาพะดีเป็นวาระแห่งชาติ รวมถึงการสร้างประเด็นกระแสข่าว การจัดกิจกรรมการรณรงค์เกี่ยวกับสุขภาพจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมอย่างกว้างขวาง เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) ที่สร้างกระแสปลูกเร้าให้คน

หันมาใส่ใจสุขภาพให้แข็งแรง ก่อนการเจ็บป่วยจนต้องซ่อมแซมสุขภาพ ดังนั้น การรับข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่ถูกต้องจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้น ความตระหนักต่อค่านิยมและการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมสุขภาพ โดยเฉพาะการได้รับข้อมูลสุขภาพจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ก็จะส่งผลต่อการ ส่งเสริมสุขภาพที่ดีของประชาชน จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมสุขภาพดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยเรื่อง การสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารจึงเป็น “เครื่องมือ” ที่สำคัญของการสร้างสังคมใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารสุขภาพแนวใหม่

จึงสรุปได้ว่า การสื่อสารสุขภาพ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต การใช้ชีวิต การป้องกัน ส่งเสริม และรักษาสุขภาพ ซึ่งมีความหมายสำคัญ เพราะเป็นเรื่องหนึ่งที่มีความใกล้ชิด เมื่อต้องสื่อสารเชิงสุขภาพกับสังคม หรือการเผยแพร่ออกไปให้แก่คนในสังคมนั้น ซึ่งประกอบด้วยคนที่มีลักษณะแตกต่างกันให้มีสุขภาพที่ดี ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการสื่อสาร ตั้งแต่วางแผนที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การระบุหัวข้อเพื่อการสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกันเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน การใช้สารที่ได้ผ่านการวิเคราะห์ลักษณะและพฤติกรรมของผู้รับสาร ควรมีความกระชับ ตรงประเด็น มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ประเด็นสุขภาพมากขึ้น

2.2 แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ

กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ เป็นกลยุทธ์ที่นำมาช่วยส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยประเด็นเนื้อหาส่วนใหญ่ หากเป็นในแง่ของด้านสุขภาพ มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ โรคระบาด การป้องกัน ดูแลและรักษา ไปจนถึงการประชาสัมพันธ์โรงพยาบาล ให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และยูทูป เครื่องมือเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นช่องทางของการเผยแพร่ข่าวสาร ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม สร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (วิภคฉนัญญ์ นิมิตรพันธ์, 2559)

การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์ ได้รับการพัฒนามาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มจากการสื่อสารข้อมูลอย่างง่าย ๆ จนมาถึงในยุคสมัยที่มีเทคโนโลยีและดิจิทัลเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นตัวการสำคัญต่อการเป็นตัวนำพาข้อมูลส่งต่อและเกิดการสื่อสารถึงกันด้วยเวลาอันรวดเร็วและยังมีประสิทธิภาพ นับว่าสื่อออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่สามารถเข้าถึงทุกคนได้ในทุกระดับ และยังมีการใช้กันอย่างแพร่หลายโดยอยู่ภายใต้การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีและดิจิทัล (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554)

อุมาพร นิลทวิก (2553) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการหรือการแลกเปลี่ยน โดยสาระสำคัญ คือ ผู้สื่อสารทำหน้าที่ผู้ส่งสารและผู้รับข่าว ในขณะที่เดียวกันไม่สามารถระบุได้ว่าการสื่อสารเริ่มต้นและสิ้นสุดลงที่จุดใด เพราะว่าการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลมและไม่มีที่สิ้นสุด ผู้รับข่าวและผู้ส่งข่าวนอกจากจะทำหน้าที่ทั้งการเข้ารหัสและถอดรหัสแล้ว ยังเป็นผู้ก่อให้เกิดข่าวสารและการกำหนดพฤติกรรม

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา (2558) ได้กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการพูดคุยโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมไปถึงการแบ่งปันสื่อต่าง ๆ ที่สามารถส่งผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันในทุกกลุ่มวัย ด้วยความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลาย หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ถูกพัฒนาให้รองรับต่อความต้องการการใช้งานอย่างทั่วถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ขยายฐานผู้ใช้งานตลอดจนมีความหมายที่กว้างขึ้น ทุกคนสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กันได้ผ่านโลกออนไลน์ ตลอดจนแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นการสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทั้งในเชิงพาณิชย์และแบบไม่ได้แสวงหากำไร ในหลาย ๆ ช่องทาง อาทิ Facebook, Line, Instagram, Twitter, YouTube เป็นต้น

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ คือ กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ ที่มีผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน สามารถโต้ตอบระหว่างผู้ใช้งานผ่านสื่อออนไลน์เดียวกัน การสื่อสารออนไลน์ยังมีประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรและบริษัทต่าง ๆ เนื่องจากสามารถเพิ่มโอกาสในการขยายฐานธุรกิจ ด้วยต้นทุนที่ต่ำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ คือ การสื่อสารสุขภาพที่เน้นการโต้ตอบ ผู้สื่อสารจะต้องมีความเข้าใจในประเด็นจากมุมมองที่หลากหลายทั้งในเรื่องของเนื้อหาสุขภาพและรูปแบบของการสื่อสาร เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความคล้อยตามในเนื้อหาสารนั้น อาจใช้กลยุทธ์แบบวาทศิลป์ ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกต่อสารและคู่สื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพนี้ เน้นความสุภาพในสังคม กล่าวคือ การสื่อสารที่ใช้ความสุภาพระหว่างผู้ส่งสาร เพื่อให้การสื่อสารไม่เกิดความเสียหายต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพที่ดี จะมีลักษณะ ดังนี้

1) กลยุทธ์ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ ต้องทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และเตรียมพร้อมรับสถานการณ์หรือแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ

2) กลยุทธ์ต้องมีความชัดเจน มีจุดเด่นที่เน้นความชัดเจน มีขอบเขตที่ไม่กว้างจนเกินไปเพราะหากขอบเขตที่กว้างเกินไปอาจทำให้กลยุทธ์ขาดความชัดเจน

3) กลยุทธ์ต้องมีการประสานกลไกเข้ากันได้ดี มีแนวร่วมฝ่ายต่าง ๆ มีการทำงานร่วมกัน โดยมองที่เป้าหมายเดียวกัน จะทำให้งานนั้นสำเร็จไปได้ด้วยดี (ธนวัฒน์ ชิตโสภณติก, 2558)

ศศิวิมล ชูแก้ว (2555) ได้กล่าวว่า สังคมในขณะนี้ เป็นสังคมที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงในเรื่องของความเป็นสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นการสร้างเครือข่ายทางสังคมแบบไม่มีกรอบ ความสำคัญของสื่อนี้มีมากกว่าการแซทซุกัน สามารถที่จะสร้างกิจกรรม แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ แจ้งข้อมูลต่าง ๆ เป็นการกระจายข่าวสารไปยังผู้อื่นได้อีกมากมาย ทั้งนี้เพื่อสร้างเครือข่ายให้เป็นที่สนใจที่ทำได้ทั้ง องค์กรสินค้า และบริการ เพื่อให้เกิดการรับรู้ และเป็นการสร้างความสัมพันธ์แบบไม่เห็นหน้า ด้วยการแสดงความคิดเห็น เพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมด้วยกันได้ในอนาคต

อัมพร แซ่โจว (2556) ได้กล่าวว่า รูปแบบทางสังคมได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งด้านกายภาพและเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กันได้ในชุมชน (Communities) เพื่อให้เกิดการบวนการเรียนรู้ จากเดิมที่รวมตัวกันในกลุ่มคน สมาคม หรือองค์กรเฉพาะในแต่ละพื้นที่ กลายเป็นการรวมตัวของเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ถึงกันกว้างขวางและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อที่สมาชิกในเครือข่ายจะสามารถมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความรู้ หรือช่วยเหลือกันพึ่งพากันและกัน โดยอาจมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่น ๆ ในสังคม เป็นการสร้างสังคมหรือเครือข่ายทางสังคม จากการขยายเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ไร้ขีดจำกัด และในขณะเดียวกันกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ก็หันมาพึ่งพาบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ไม่น้อย อย่างเช่นเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก

มงคล โสภณ (2557) ได้กล่าวว่า ในยุคที่ผู้บริโภคต่างก็ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย ทำให้ภาคธุรกิจไม่อาจปฏิเสธการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้ เพราะหากภาคธุรกิจใดที่เพิกเฉย ก็อาจเป็นการหยิบยื่นโอกาสให้กับคู่แข่งในทางอ้อมนั่นเอง การสื่อสารออนไลน์จึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยกลยุทธ์ เช่นเดียวกับการสื่อสารช่องทางอื่น ๆ

กลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ สามารถประเมินคุณภาพเกี่ยวกับข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านสุขภาพ โดยมูลนิธิ เอสโอเอ็น (HON: Health on the Net Foundation) กำหนดองค์ประกอบการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การรับรองจากผู้มีอำนาจหน้าที่ หมายถึง ข้อมูลใด ๆ ก็ตามไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำด้านสุขภาพ หรือการใช้นั้นต้องเป็นคำแนะนำจากแพทย์หรือบุคลากรในทีมสุขภาพ หากไม่เช่นนั้นจะต้องมีการระบุอย่างชัดเจนว่าข้อมูลดังกล่าวไม่ได้ได้รับการรับรองจากผู้ที่เป็นแพทย์หรือองค์กรทางการแพทย์

องค์ประกอบที่ 2 การส่งเสริมทางการแพทย์ หมายถึง ข้อมูลที่ให้นักเรียนเว็บไซต์สุขภาพ เป็นข้อมูลที่ใช้ในการส่งเสริมหรือสนับสนุนการดูแลสุขภาพเท่านั้น แต่ไม่ใช่ข้อมูลเพื่อการรักษา และ ไม่ใช่ข้อมูลที่เข้ามาแทนที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ป่วยกับแพทย์

องค์ประกอบที่ 3 การรักษาความลับของข้อมูล หมายถึง การตกลงระหว่างผู้บริโภครักษา ที่ให้ข้อมูลทางการแพทย์หรือข้อมูลสุขภาพของตนเองกับผู้ดูแลเว็บไซต์ ในการที่จะรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล โดยผู้ที่เป็นผู้ดูแลเว็บไซต์จะต้องซื่อสัตย์และปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายของ ข้อมูลนั้น

องค์ประกอบที่ 4 คุณลักษณะของข้อมูล หมายถึง ข้อมูลที่ปรากฏจะต้องระบุ แหล่งที่มาของข้อมูล และถ้าเป็นไปได้จะต้องมีการระบุถึงแหล่งเชื่อมโยง ไปยังแหล่งที่มาของข้อมูล การระบุวันที่ ปรับปรุงข้อมูลครั้งล่าสุดไว้ให้ชัดเจน

องค์ประกอบที่ 5 การสมเหตุสมผลในการอ้างอิงประโยชน์ หมายถึง มีการกำหนด แนวทางปฏิบัติในการอ้างอิงผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ให้การสนับสนุนตามความเหมาะสม มีหลักฐาน ตามสาระครบถ้วนที่ควรจะมี

องค์ประกอบที่ 6 ความโปร่งใสของเจ้าของเว็บไซต์ หมายถึง ผู้รับผิดชอบสุขภาพ จะต้องให้หรือเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับตนเองและให้ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ เช่น ระบุชื่อนามสกุล ตำแหน่ง สาขาความเชี่ยวชาญ สถานที่ปฏิบัติงาน เบอร์ติดต่อ หรืออีเมล ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาศึกษาหรือสนใจที่ต้องการจะหาข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อหรือติดต่อผู้ดูแลเว็บไซต์ได้

องค์ประกอบที่ 7 ความโปร่งใสของผู้ให้การสนับสนุน หมายถึง สนับสนุนเว็บไซต์ สุขภาพ ต้องระบุให้ชัดเจนว่าผู้ให้การสนับสนุนนั้นสนับสนุนด้านใดบ้าง และระบุได้ว่าผู้ให้การสนับสนุนดังกล่าวเป็นองค์กรหรือหน่วยงานใด เป็นหน่วยงานขององค์กรภาครัฐหรือองค์กร ภาคเอกชนหรือองค์กรภาคธุรกิจ

องค์ประกอบที่ 8 ความซื่อสัตย์ในการโฆษณา และนโยบายของบรรณาธิการ หมายถึง หลักการโฆษณาบนสื่อออนไลน์หรือเว็บไซต์ ซึ่งหลักการโฆษณานั้นเป็นแหล่งที่มาของเงินทุน ควรมีการระบุไว้ให้ชัดเจน (อิริยาพร อุดทา, 2559 อ้างใน มุทิตา โพธิ์กะสังข์, 2551)

การใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารออนไลน์ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด มีดังนี้

1) สร้างทีมผู้รับผิดชอบช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ บริษัทหรือองค์กรควรจัดตั้งทีม เฉพาะกิจขึ้นมาเพื่อดูแลสื่อออนไลน์ของบริษัทหรือองค์กรนั้น ๆ ซึ่งจะประกอบไปด้วยฝ่าย IT ฝ่าย การตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจกรรมสัมมนาการ เป็นต้น ซึ่งทีมผู้รับผิดชอบใน ช่องทางออนไลน์นี้ เรียกว่า สื่อสารองค์กร โดยเป็นทีมที่จะทำหน้าที่คอยดูแลสื่อออนไลน์ สื่อสาร ข้อมูลออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนี้ ได้รับข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน และช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรหรือบริษัทให้ออกมาดี

2) สร้างสรรค์สื่อออนไลน์ให้มีความหลากหลาย ในหลาย ๆ ช่องทาง โดยคำนึงถึงการนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกันในทุก ๆ ช่องทาง แต่ทั้งนี้ ต้องศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างและความเหมาะสมของแต่ละช่องทางด้วย เช่น เฟซบุ๊กสามารถโพสต์ข้อความพร้อมภาพประกอบได้ เป็นต้น จึงควรมีการปรับรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสม แม้จะเป็นการสื่อสารในเรื่องเดียวกัน การปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับช่องทางนั้น ๆ จะส่งผลต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ทางองค์กรหรือบริษัทต้องการสื่อไปหาได้ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อผู้บริโภค และสามารถดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้

3) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลการสื่อสารออนไลน์ขององค์กรหรือบริษัทนั้น ควรมีการวางแผนให้เหมาะสม โดยตีกรอบของการนำเสนอ ในแต่ละวัน วางแพลกว่าในแต่ละวันควรลงเนื้อหา ข้อความ ภาพ หรือคลิปวิดีโอ ก็ครั้งต่อวัน และเรื่องที่จะสื่อออกไปนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร อะไรที่กำลังเป็นกระแส หรือ วันสำคัญอะไร ต้องมีการวางแผนเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด โดยที่ทีมงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสื่อสารออนไลน์ควรมีการพูดคุย ตกลง แสดงความคิดเห็นก่อนจะนำเสนอในแต่ละครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดจากการนำเสนอข้อมูลออกไป

4) กรณีที่เกิดความผิดพลาดจากการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ ซึ่งความผิดพลาดอาจมีโอกาสดังเกิดขึ้นได้เสมอ ฉะนั้นการจัดการกับความผิดพลาด หรือรับมือกับความผิดพลาดที่เกิดขึ้นบนช่องทางออนไลน์ จะต้องมีความเป็นมืออาชีพพอสมควร เช่น หากเกิดความผิดพลาดจากการสะกดคำผิด หรือ ใช้ภาษาผิด พยายามอย่าลบข้อความทิ้ง ให้แก้ไขข้อความนั้นให้ถูกต้องทันที โดยไม่ต้องโพสต์ใหม่ แต่หากเป็นความผิดพลาดที่ร้ายแรง เช่น การไปพาดพิงบุคคลที่สามโดยไม่ได้ขออนุญาต ให้ทำการขอโทษอย่างเป็นทางการเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงความจริงใจ และความไม่ได้มีเจตนาที่จะกระทำผิด เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ควรเกิดขึ้นบ่อย เพราะนอกจากจะดูไม่เป็นมืออาชีพแล้ว ยังทำให้องค์กร ไม่มีความน่าเชื่อถือ อาจส่งผลต่อการติดตามของผู้บริโภคได้อย่างมาก

5) ติดตามลูกค้าที่ต้องการติดต่อสื่อสารกับองค์กรหรือบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ในฐานะผู้ดูแลสื่อออนไลน์ ต้องให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าขององค์กรหรือบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อออนไลน์ ที่มีการแสดงความคิดเห็นมากมาย ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ควรตอบกลับอย่างทันท่วงทีทันทีที่เห็นการแสดงความคิดเห็นนั้น ๆ ไม่ควรปล่อยไว้หรือเพิกเฉยจนข้ามวัน เพราะคือสิ่งที่ทำให้องค์กรหรือบริษัทดูน่าเชื่อถือที่ให้ความสำคัญกับผู้ที่มาแสดงความคิดเห็น หรือติดต่อพูดคุย ซักถามได้ ในการแสดงความคิดเห็นเชิงลบ ที่อาจจะต้องพบเจอบ้าง พยายามอย่าให้อารมณ์ในการตอบ เพราะการให้อารมณ์ตอบกลับความคิดเห็นเชิงลบ หรือลบความคิดเห็นเชิงลบ ออกเด็ดขาด ส่งผลถึงภาพลักษณ์ขององค์กรหรือบริษัทได้ในวงกว้าง ควรตั้งสติ และใจเย็นในการตอบกลับความคิดเห็นเชิงลบเหล่านั้น ดังนั้น เป็นไปได้ ควรแบ่งหน้าที่การรับผิดชอบ กำหนดมาตรฐาน

แบบแผนของการติดตาม ตอบกลับ หรือการแก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

6) เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสถิติเพื่อนำไปวิเคราะห์ เพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ โดยในสื่อออนไลน์มีการเก็บข้อมูลทางสถิติไว้ ผู้ดูแลสื่อออนไลน์สามารถใช้ข้อมูลสถิติเหล่านั้น ในการประเมินผล และนำมาปรับกลยุทธ์ในการสื่อสารในครั้งต่อ ๆ ไปและจะต้องติดตามข้อมูลทางสถิติอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับนำข้อมูลที่ได้หลังจากวิเคราะห์แล้ว แจ้งให้กับทุกคนในทีมของสื่อออนไลน์ได้ทราบ เพื่อจะได้ร่วมกันหาแนวทางของการนำเสนอสื่อให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพ ที่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์และยังมีความสำคัญไม่แพ้การสื่อสารช่องทางอื่น ๆ ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และยังมีการขยายตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยรูปแบบทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถสื่อสารซึ่งกันและกันได้ด้วยความเร็วบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบการ องค์กร หรือบริษัทต่าง ๆ จะต้องปรับตัวเพื่อให้ทันกับยุคสมัยและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อจับกระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยสร้างแนวทางการตลาดใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของผู้บริโภค เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับองค์กรของตน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัลได้อีกด้วย และแม้ในการสื่อสารออนไลน์จะเป็นช่องทางหนึ่งที่เข้าถึงง่ายและมีการกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว นักสื่อสารสุขภาพจำเป็นจะต้องมีความรู้และทักษะด้านสุขภาพด้วยเช่นกัน หากนักสื่อสารสุขภาพมีความรู้ในด้านนี้ดี ในการสื่อสารสุขภาพออนไลน์นั้น ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดความเชื่อใจของผู้รับสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจในการมีพฤติกรรมทางสุขภาพตามแนวทางที่ถูกต้องหรือไม่ นับว่าเป็นความภาคภูมิใจอย่างมาก เพราะกว่าการจะได้อะไรมาซึ่งความไว้วางใจในกลุ่มผู้รับสาร จะต้องสะสมและสร้างความคุ้นเคยในระยะเวลาที่ยาวนานพอสมควร กลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ จึงเป็นการใช้กลวิธีในการสื่อสารให้เนื้อหาด้านสุขภาพนั้นมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ที่ดีจะต้องมีความพร้อมของทีมงานเป็นหลักสำคัญ รวมถึงการเตรียมตัว เตรียมความพร้อมในเรื่องของข้อมูลที่จะนำเสนอ ต้องถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งต้องมีการรับรองความถูกต้องจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ประกอบด้วยเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้สื่อสารจะต้องให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องของการนำเสนอข้อมูล ต้องจัดการและวางแผนเพื่อรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ ถือว่าสำคัญอย่างมากในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร เพราะหากขาดการวางแผนที่ดีในการกำหนดกลยุทธ์แล้วนั้น เนื้อหาสุขภาพที่จะสื่อสารออกไปก็อาจจะขาดความน่าเชื่อถือได้ ซึ่งถือได้ว่าหากองค์กรขาดความน่าเชื่อถือ ก็จะทำให้องค์กรไม่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารสุขภาพให้กับผู้รับบริการ

2.2.1 เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ

เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ เป็นการใช้ทฤษฎี และกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสื่อความหมายด้านสุขภาพไปสู่ปัจเจกบุคคล องค์กร ประชาชน จนถึงสังคมโดยรวม เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ จิตสำนึก และค่านิยมด้านสุขภาพ ที่จะทำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขภาพ และการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีได้

ภานนท์ คุ่มสุภา (2558) กล่าวว่า เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพนั้น ต้องใช้การสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อเปิดรับการสร้างสังคมใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารสุขภาพแนวใหม่

1) เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ ช่วยป้องกันการระบาดของโรคได้ การมีความรู้ และทักษะในการสื่อสารเนื้อหาสุขภาพจะมีความสำคัญไม่แพ้การมีช่องทางการสื่อสารที่ดี เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพนี้จะช่วยกระจายเป็นข่าวสารความรู้ให้แก่ประชาชน ช่วยให้ประชาชนรู้จักวิธีหลีกเลี่ยง ป้องกัน เมื่อประชาชนรู้จักวิธีหลีกเลี่ยง ป้องกัน มีการร่วมมือที่ดี การเกิดโรคก็อาจจะชะลอหรือถึงขั้นไม่มีการเกิดโรคนั้น ๆ ได้

2) เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ สามารถช่วยชีวิต การพัฒนาระบบการสื่อสารสุขภาพที่ดี จะช่วยให้ประชาชนรู้จักวิธีการดูแลสุขภาพของตนเองและคนรอบข้างได้ ซึ่งในหลาย ๆ กรณียังสามารถช่วยชีวิตคนได้ เช่น เมื่อสื่อสารการช่วยเหลือคนไข้เบื้องต้น เมื่อมีการเรียนรู้จากเนื้อหาสุขภาพที่นำเสนอไป ช่วยให้เลือกรักษาที่เหมาะสม ปฏิบัติตัวตามคำแนะนำที่แพทย์ หรือบุคลากรทางการแพทย์แนะนำได้อย่างถูกต้อง ช่วยให้แพทย์เองก็สามารถวินิจฉัยโรค หรืออาการที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง เป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการเสียชีวิตได้

3) เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ ช่วยให้คนในสังคมมีส่วนร่วมในระบบสุขภาพที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้าง หรือพัฒนาระบบสุขภาพของสังคม เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้สึก ความคิดเห็นในเรื่องของสุขภาพ สังคมเองก็ได้เรียนรู้ทางด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในเรื่องของการบริการที่ดีได้ ทั้งยังสามารถตรวจสอบการให้บริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานการบริการที่ดีต่อไป

4) เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ ช่วยลดต้นทุนของการบริการสุขภาพ การให้ความรู้ผ่านการสื่อสาร ทำให้ประชาชนได้เห็นวิธีการป้องกัน รักษาสุขภาพของตนเอง ซึ่งหากมองในทางงบประมาณ การที่รู้จักป้องกัน หรือหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดโรคร้าย การเจ็บป่วยต่าง ๆ มีต้นทุนที่ต่ำกว่าการเยียวยา การสื่อสารเนื้อหาสาระสุขภาพที่ดี ช่วยลดผลกระทบจากความยากจน เนื่องจากเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ การสร้างความเข้าใจในเรื่องของการป้องกัน ยังคงเป็นแนวทางที่ดีกว่าการรักษาหากมีการสื่อสารที่ดี ที่สามารถให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการป้องกันตนเอง ทั้งยังช่วยตัดห่วงโซ่วัฏจักรความยากจนเหล่านี้ได้

5) เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ ช่วยให้เกิดการพัฒนากระบวนการสื่อสารให้บริการด้านสุขภาพ การมีบุคลากรที่เข้าใจในเนื้อหาสุขภาพเป็นอย่างดี สามารถเป็นนักสื่อสารสุขภาพได้ พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ หรือมีความเข้าใจในความต้องการของตัวคนไข้ หรือผู้รับบริการช่วยปรับรูปแบบการบริการหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในข้อบกพร่องของการบริการได้

ชีวรัตน์ สุขสวัสดิ์ (2554) กล่าวว่า เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ เป็นเครื่องมือที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน ที่ทำให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสาระสุขภาพ เป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากสุขภาพเป็นเรื่องสำคัญ ข้อมูลที่ผิดพลาด อาจนำมาซึ่งการสูญเสียได้ การนำเสนอเนื้อหาสุขภาพอย่างถูกต้อง สามารถทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงระบบสุขภาพที่เข้มแข็งได้ เพราะเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ คือ องค์ประกอบหนึ่งของการพัฒนาระบบสุขภาพที่จะต้องมีรากฐานที่ดี

สรุปได้ว่า เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ มีความสำคัญอย่างมากในการสื่อสาร ยิ่งในแง่ของสุขภาพด้วยแล้ว นับว่าต้องอาศัยเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพที่ถูกต้อง เพื่อลดความเสี่ยงในข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นได้จากการสื่อสารที่ไม่เข้าใจ เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ จึงเป็นอีกเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ก่อให้เกิดความมั่นใจในผู้รับบริการ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับเนื้อหาสุขภาพที่จะสามารถนำไปศึกษาข้อมูล และศึกษากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพได้อย่างเข้าใจมากขึ้น

2.2.2 รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ

รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ ประกอบไปด้วยศาสตร์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น สาระบันเทิง (Edutainment or Enter-Education) วารสารสุขภาพ (Health Journalism) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การขึ้นนำด้านสื่อ (Media Advocacy) การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication) และการตลาดทางสังคม (Social Marketing) ที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างสื่อประสม และเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยให้การนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพได้เป็นอย่างดีในการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพที่มีมากขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม (อำภาพร ปิงมูล, 2560)

สื่อออนไลน์ ก็เป็นสื่อรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันรูปแบบการสื่อสารก็มีหลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และสำหรับการสื่อสารในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง “เฟซบุ๊ก” ที่มีวัตถุประสงค์คือการเพิ่ม Like, Share และ Talking About โดยสื่อสารผ่านเนื้อหา รูปภาพ คลิปต่าง ๆ เป็นสร้างภาพลักษณ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรียกได้ว่า เป็นรูปแบบการสื่อสารที่องค์กรต่าง ๆ ให้ความสนใจไม่น้อยสำหรับเฟซบุ๊ก

สุรศักดิ์ ปาเฮ (2554) ได้กล่าวว่า การสื่อสารผ่านสื่อ Facebook (เฟซบุ๊ก) ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นเครือข่ายสังคมรูปแบบหนึ่งที่มีจุดประสงค์เพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนหรือคนรู้จัก โดยที่จุดเริ่มต้นของเฟซบุ๊กมาจาก มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) และเพื่อนของเขา ได้ทำการสร้างและร่วมกันพัฒนา และเริ่มใช้เฟซบุ๊ก ในปี 2004 ซึ่งจากเดิมที่เขาตั้งใจสร้างเฟซบุ๊กเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนภายในมหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่กลับได้รับผลตอบรับที่ดีเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีการขยายขอบเขตการสื่อสารออกไปยังมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเมืองบอสตัน หลังจากนั้น ภายในระยะเวลา 1 ปี จำนวนสมาชิกของเฟซบุ๊กก็เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว จนสามารถสร้างจำนวนสมาชิกในเครือข่ายที่เป็นนักศึกษาในสถานศึกษาและมหาวิทยาลัยได้ทั่วถึงทั้งประเทศสหรัฐอเมริกา และตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 เฟซบุ๊กก็สามารถขยายฐานสมาชิกไปยังผู้ใช้งานทั่วโลก โดยในปี 2011 นั้น เฟซบุ๊กก็ได้มีจำนวนสมาชิกทั่วโลกมากถึง 500 ล้านคน และจากจำนวนดังกล่าวนี้ มีผู้ใช้ถึงร้อยละ 50 ที่มีการใช้บริการเฟซบุ๊กเป็นประจำทุกวันในการดำเนินชีวิตประจำวัน

ปาริฉัตร มาตรวิจิตร (2557) ได้กล่าวว่า เฟซบุ๊ก ยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง โดยจะเห็นได้จากการที่เฟซบุ๊กมีการปรับปรุงเพิ่มเติมลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ ทำให้มีกิจกรรมที่สามารถทำได้บนเฟซบุ๊กอย่างหลากหลาย และสิ่งที่ทำให้เฟซบุ๊กแตกต่างจากบริการบนอินเทอร์เน็ตอื่น ๆ คือ หลักการและการใช้งานของเฟซบุ๊ก มีพื้นฐานมาจากการมีตัวตนจริงของบุคคล โดยสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้กล้าที่จะเป็นตัวของตัวเองอาจเป็นเพราะเฟซบุ๊กมีการกำหนดโครงสร้างพื้นฐานขึ้นมาเพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และให้อำนาจในการควบคุมความเป็นส่วนตัวนั้นกับผู้ใช้งาน

ปิยะฉัตร พรหมมา (2556) ได้กล่าวว่า เฟซบุ๊กนั้นสามารถเปรียบได้กับหน้าต่างขององค์กรหรือตราสินค้าบนเฟซบุ๊กที่สามารถสร้างได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยในการเริ่มต้นสร้างแฟนเพจตราสินค้า ควรมีการตั้งชื่อให้ผู้บริโภคมีการจดจำได้ง่าย ประกอบกับควรมีการใช้รูปโปรไฟล์ที่สอดคล้องและตรงกับชื่อของตราสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งรูปโลโก้ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สามารถสื่อถึงตราสินค้าได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงรายละเอียดต่าง ๆ บนแฟนเพจก็ควรเป็นรายละเอียดที่มีความชัดเจนเกี่ยวกับองค์กรหรือตราสินค้า ซึ่งการสร้างแฟนเพจนี้บได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรือตราสินค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากแฟนเพจสามารถที่จะทำหน้าที่ทางการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านหน้า News Feed ได้ ด้วยการแทรกซึมเข้าไปในพื้นที่ส่วนตัวของผู้บริโภคที่ใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก โดยที่ผู้บริโภคยินยอม ซึ่งต่างจากการสื่อสารประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้แฟนเพจยังสามารถให้ข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และสามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ส่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าด้วย อีกทั้งยังสามารถเพิ่มแอปพลิเคชันได้หลากหลาย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับแฟนเพจ เช่น การใช้งานวิดีโอ เกม เป็นต้น ก่อให้เกิดผลดีระหว่างองค์กรหรือตราสินค้า

โดยการที่จะทำให้มีความนิยมจากผู้บริโภคในการติดตามแฟนเพจ จำเป็นที่จะต้องได้รับการโปรโมต ซึ่งเทคนิคหนึ่งที่นิยมใช้ในการโปรโมต คือ การส่งค่าเชิญ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเหล่านั้นชักชวนผู้บริโภคคนอื่นต่อ ๆ ไป หรือทำการโปรโมตผ่านการแสดงในรูปแบบของโฆษณาให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กได้เห็น เรียกว่า Facebook Ads ที่มีการแสดงอยู่ทางด้านขวามือของหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

แต่ทว่าการโปรโมตผ่านทางโฆษณาจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม นอกจากนี้การโปรโมตแฟนเพจยังสามารถทำได้ด้วยการทำ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้นหาให้กับผู้บริโภคเพื่อเข้าถึงหน้าแฟนเพจของตราสินค้า หรือองค์กรได้อีกทางหนึ่ง

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถที่จะใช้ในการสื่อสารระหว่างองค์กร หรือตราสินค้าได้จริง ซึ่งสามารถทำได้โดยการแจ้งข่าวสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน้ากระดาน (Wall) ของแฟนเพจ ด้วยการสื่อสารผ่านทาง ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอก็ได้ และในการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผู้บริโภคสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับแฟนเพจได้ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการทำหน้าที่เป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งช่วยในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ หรือเผยแพร่ นำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ในเชิงธุรกิจได้เป็นอย่างดี เพราะแฟนเพจเป็นเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง และหากสารที่องค์กรหรือตราสินค้าทำการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจไปสามารถสร้างความพึงพอใจ หรือสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อองค์กรหรือตราสินค้าอยู่แล้ว ก็นับว่าเป็นประโยชน์ในการก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมกรรมกรมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้อีกด้วย โดยสามารถแบ่งพฤติกรรมหลัก ๆ ได้ดังนี้

- การกดไลค์ หรือการถูกใจ (Like) คือ การที่ผู้ใช้งานแฟนเพจแสดงความถูกใจข้อความที่ถูกโพสต์ลงบนหน้าแฟนเพจนั้น ๆ
- การแสดงความคิดเห็น (Comment) คือ การที่ผู้ใช้งานแฟนเพจมีการแสดงความคิดเห็นด้วยการเขียนข้อความโต้ตอบข้อความที่ถูกโพสต์ลงบนหน้าแฟนเพจนั้น ๆ
- การแบ่งปัน (Share) คือ การที่ผู้ใช้งานแฟนเพจมีการแสดงการมีส่วนร่วมด้วยการบอกต่อ หรือส่งต่อข้อความที่ถูกโพสต์ลงบนหน้าแฟนเพจนั้น ๆ ไปยังกลุ่มผู้ใช้งานอื่น ๆ เนื่องจากเห็นว่ามีความสำคัญที่ควรค่าแก่การบอกต่อ ซึ่งการแบ่งปันที่มักจะได้รับคามนิยมอย่างแพร่หลาย มักจะเป็นการแบ่งปันเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ที่สามารถเป็นได้ทั้งข้อความ รูปภาพ หรือแม้แต่วิดีโอ ประกอบกับเนื้อหาเหล่านั้นจะต้องมีความยาวที่ไม่ยาวจนเกินไป หรือสั้นจนเกินไป (“เจาะลึกข้อมูล Social network”, 2554)
- การโพสต์ (Post) คือ การที่ผู้ใช้งานแฟนเพจมีการแสดงข้อมูล หรือแสดงความคิดเห็นผ่านการโพสต์ข้อความที่สามารถเป็นได้ทั้ง ตัวอักษร, ภาพนิ่ง, ภาพเคลื่อนไหว, คลิปวิดีโอ หรือลิงก์ต่าง ๆ (สายฤดี พัฒนพงศานนท์, 2555)

เฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นช่องทางการกระจายสื่อให้กับหลากหลายองค์กรและธุรกิจต่าง ๆ อาทิ โรงพยาบาล โดยรูปแบบของการสื่อสารอาจเป็นภาพเคลื่อนไหว บทความทางการแพทย์ บทความด้านสุขภาพ และอีกหลากหลายรูปแบบ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรเป็นหลักที่สามารถยืนยันความน่าเชื่อถือให้แก่เหล่าผู้ป่วยหรือผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลนั้น ๆ ที่ต้องการทราบข้อมูลพื้นฐานของโรงพยาบาล (มุกิตา โพธิ์กะสังข์, 2551) ในปัจจุบันนักการสื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งการแบ่งกลุ่มเพื่อการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์นั้น การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรอาจไม่ได้ผลสำหรับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านจิตวิทยาและแรงจูงใจในโลกออนไลน์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางเพื่อที่จะสามารถส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ถึงผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว (วุฒิ สุขเจริญ, 2555 อ้างใน พงศ์วิษณุ คงเจริญ, 2558) การได้รับประโยชน์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้คนนิยมใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถติดต่อกับเพื่อนหรือคนรู้จัก ตลอดจนได้รู้จักกับเพื่อนใหม่ ได้แลกเปลี่ยนข้อมูล ทำความรู้จักกับบุคคลอื่น ทั้งยังมีความเชื่อเรื่องระบบจะมีศักยภาพ การพัฒนา การปรับปรุงในเรื่องของบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งช่วยให้คนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้นไปด้วย และการเพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตรวมถึงศักยภาพในการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ของอินเทอร์เน็ต นับว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะช่วยสนับสนุนผู้ให้ความรู้ด้านสุขภาพ สามารถที่จะส่งข้อมูลสุขภาพผ่านการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ เป็นการปฏิสัมพันธ์แบบปัจเจกบุคคล ผู้บริโภค, ผู้ป่วย, ผู้ให้การดูแลหรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงและสื่อสารข้อมูลสุขภาพ และเป็นการจัดการให้มีช่องทางสนับสนุนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพได้อีกช่องทาง (นภัสกร กรวยสวัสดิ์, 2553 อ้างใน อิริยาพร อุดทา, 2559)

สรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ ผ่านการสื่อสารสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ก็คือ การให้บริการผ่านหน้าเว็บไซต์ สามารถแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ หรือการสนทนาโต้ตอบกัน การสื่อสารผ่านสื่อเฟซบุ๊ก จึงมีความสำคัญมากสำหรับคนในยุคปัจจุบันที่ใช้เฟซบุ๊กไว้ติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนหรือประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพราะแม้แต่องค์กรหรือบริษัท ต่างก็ให้ความสำคัญต่อการใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางของการสื่อสาร ที่ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ หรือแม้แต่โรงพยาบาลเองที่ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก โดยที่โรงพยาบาลใช้ช่องทางสื่อเฟซบุ๊กนี้ในการ นำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ ข้อมูลทางการแพทย์ แจ้งข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ หรือการแนะนำโรงพยาบาลให้เป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการ และเป็นช่องทางการสื่อสารที่ง่ายต่อการติดต่อและสอบถามข้อมูล ทั้งยังเป็นช่องทางที่ได้แสดงความคิดเห็นของผู้รับบริการ ซึ่งตรงกับงานวิจัยนี้ที่จะใช้เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ เพื่อศึกษาข้อมูลของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล ที่มีผลต่อการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลได้

2.3 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับสุขภาพ

พฤติกรรมสุขภาพ (Behavior) คือ ปฏิกริยา หรือกิจกรรมทุกชนิดของสิ่งที่มีชีวิต จะสังเกตได้ หรือสังเกตไม่ได้ก็ตาม ถ้าสิ่งมีชีวิตนั้นเป็นคน พฤติกรรมของคน หรือผู้บริโภค ก็หมายถึง ปฏิกริยาต่าง ๆ ที่แสดงออกมาทั้งภายในและภายนอกของบุคคล (สุจิตรา พรหมนุชาธิป, 2560)

ประภา เพ็ญสุวรรณ (2527) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลจะมีสุขภาพที่แข็งแรงได้นั้น มักต้องเป็นบุคคลที่รู้จักการรักษาสุขภาพของตนเอง โดยเกิดจากการดูแลตัวเองในชีวิตประจำวันอย่างมีระบบ มีวินัย มีการควบคุมตนเองทั้งเรื่องของการกิน การนอน การป้องกันโรค ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ทั้งในสภาวะก่อนเกิดโรค และหลังเกิดโรคขึ้นแล้ว ซึ่งจะแบ่งพฤติกรรมสุขภาพออกกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ พฤติกรรมการป้องกันโรค หมายถึง การปฏิบัติทุกอย่างที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพของบุคคล และป้องกันไม่ให้เกิดโรค ตั้งแต่การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การพักผ่อนที่เพียงพอ ร่วมกับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งยังรักษาความสะอาดบ้านเรือน ที่พักอาศัย เสื้อผ้า ของใช้ต่าง ๆ ก็เป็นพฤติกรรมป้องกันโรคทั้งสิ้น

พฤติกรรมเมื่อเจ็บป่วย หมายถึง การปฏิบัติของตัวบุคคลเมื่อเจ็บป่วย หรืออยู่ในสภาวะสุขภาพที่ผิดปกติ ที่จะรวมถึงการไปรับบริการการรักษาพยาบาล และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์ หรือบุคลากรทางสาธารณสุขด้วย

อุบล เลี้ยววาริณ (2534) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมสุขภาพยังแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) พฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Behavior) คือ พฤติกรรมที่กระทำขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ร่างกายมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ การมีพฤติกรรมออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

2) พฤติกรรมป้องกันโรค (Health Protective Behavior) คือ พฤติกรรมที่กระทำขึ้นเพื่อป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ ได้แก่ การหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ การงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรักษาสุขภาพช่องปาก การตรวจสุขภาพร่างกายเป็นประจำทุกปีเพื่อคัดกรองโรคต่าง ๆ ที่อาจแฝงโดยเราไม่รู้ตัว เพื่อป้องกันได้อย่างทันท่วงที เป็นต้น

ปัจจุบันคนไทยพอใจในสุขภาพของตนเองน้อยลง แม้จะมีพฤติกรรมด้านสุขภาพดีขึ้น โดยจากผลสำรวจของ ดัชนีเอไอเอ เฮลท์ดี ลีฟวิ่ง อินเด็กซ์ ประจำปี 2561 ได้มีการสำรวจแนวโน้มด้านสุขภาพ แรงจูงใจ และความกังวลใจในเรื่องของสุขภาพบุคคลและชุมชนทั่วไปในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก พบว่า คนไทยใช้เวลาในการออกกำลังกายโดยเฉลี่ย 4.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เพิ่มขึ้นจาก 3.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ในปี 2559 แต่ระดับความพึงพอใจในสุขภาพลดลงเหลือเพียง 82% จาก 86% ในปี 2559 (The Standard, 2561)

ด้วยความต่อเนื่องของพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ พบว่า 52% ของผู้ที่เคยควบคุมอาหาร ยังคงทำต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และ 55% ของผู้ที่เคยเข้ายิมหรือฟิตเนส ยังคงทำต่อเนื่องซึ่งผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ 73% มองว่าอุปกรณ์เพื่อการดูแลสุขภาพ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพไปในทางที่ดีขึ้น แม้จะมีเพียง 38% ที่เคยใช้อุปกรณ์ดังกล่าวแต่เล็กใช้แล้ว (The Standard, 2561)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับสุขภาพ ก็คือ การปฏิบัติตัว หรือการกระทำที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล ที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ การป้องกัน เพื่อให้เกิดภาวะที่สมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายโดยไม่มีอาการของโรค หรือเจ็บป่วยต่าง ๆ การที่บุคคลจะมีสุขภาพที่ดีได้นั้น จะต้องเป็นบุคคลที่รู้จักการรักษาสุขภาพอนามัยของตนเอง โดยมีพฤติกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มีการรู้จักควบคุมตัวเองทั้งด้านอาหาร และร่างกาย ที่จะส่งผลต่อเนื่องในเรื่องของสุขภาพทั้งสิ้น โดยยังคงมีเรื่องของการสื่อสารสุขภาพ และเทคโนโลยีที่เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการศึกษาข้อมูลด้านสุขภาพ ให้เป็นไปตามยุคสมัยที่การสื่อสารสุขภาพ สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม ทุกเพศ และทุกวัย เพราะเทคโนโลยี มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ และยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับสุขภาพ สามารถปฏิบัติตนได้อย่างมีระบบ

2.4 แนวคิดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

การสื่อสารทุกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกับกลุ่มคน หรือมวลชน โดยหลักของธรรมชาติของมนุษย์แล้วนั้น มักทำการสื่อสารเพื่อมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยมีจุดมุ่งหมายหลักของการสื่อสารในแต่ละครั้ง และใช้วิธีโน้มน้าวใจให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ ผู้ฟัง ผู้อ่าน ผู้ติดตามสื่อ มีความเข้าใจ เกิดความคล้อยตาม หรือเห็นด้วยกับเรื่องที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสาร (อรรวรณ ปิรันธน์โหวาท, 2554)

Bermbeck & Howell (1976) ได้กล่าวว่า การโน้มน้าวใจ เป็นความพยายามอันแน่วแน่ที่จะเปลี่ยนความคิด การกระทำ โดยการควบคุมแรงผลักดันของมนุษย์ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ล่วงหน้า หรือ ความพยายามที่จะสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น

การโน้มน้าวใจมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1) ผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
- 2) โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งเสมอ และผู้ถูกโน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงใจ ให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ
- 3) สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการ คือ การเปลี่ยนแปลง หรือ การสร้างความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่น ได้แก่ อารมณ์ และพฤติกรรม เป็นต้น

Perloff (2010) ได้กล่าวว่า การโน้มน้าวใจ เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการ ซึ่งผู้ส่งสารพยายามชักจูงใจเพื่อให้เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร ผ่านการถ่ายทอด

ของแหล่งสารไปยังผู้รับสารในบริบทต่าง ๆ ซึ่งผู้ถูกโน้มน้าวใจมีเสรีภาพที่จะเลือกได้ว่าจะเชื่อหรือไม่เชื่อก็ได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้กล่าวว่า การโน้มน้าวใจ คือ เครื่องมือที่สำคัญของมนุษย์ที่ใช้ในการจูงใจบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสารเพื่อจูงใจ (Persuasive Communication Situation) อันเป็นสถานการณ์ที่บุคคลที่เป็นแหล่งข่าวสาร หวังที่จะให้ผู้รับสารก่อปฏิบัติการตอบสนองต่อข่าวสาร มีจุดหมายเพื่อต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารให้ดำเนินการไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

แวนอาซีเซย์ ดาหะยี (2552) ได้กล่าวว่า ผู้ส่งสารจะทำการโน้มน้าวใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดปฏิบัติการตอบสนองในทิศทางที่ตนต้องการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ดังนี้

- 1) เพื่อโน้มน้าวความสนใจ เป็นการใช้ภาษาเพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ และมีความสนใจติดตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดไป
- 2) เพื่อโน้มน้าวความคิด เป็นการใช้ภาษา หรือสื่ออื่น ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความคิด และความเข้าใจ และมีความคิดเห็นที่คล้อยตาม
- 3) เพื่อโน้มน้าวอารมณ์และความรู้สึก เป็นการใช้ภาษา หรือสื่ออื่น ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ ความรู้สึกร่วม และเกิดทัศนคติไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารต้องการ
- 4) เพื่อโน้มน้าวใจการกระทำ เป็นการใช้ภาษา หรือสื่ออื่น ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการกระทำ และพฤติกรรมที่ตอบสนองไปในทิศทางเดียวกันกับผู้ส่งสาร

สรุปได้ว่า การโน้มน้าวใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร เป็นเรื่องละเอียดอ่อน และซับซ้อน เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารใช้เป็นเครื่องมือเพื่อจูงใจผู้รับสารให้เกิดความสนใจ เกิดอารมณ์ ความรู้สึก ทัศนคติ และพฤติกรรมตอบสนองไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารคาดหวัง สอดคล้องกับงานวิจัยนี้ที่ผู้ส่งสารจะใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อเพชบุรี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการให้ผู้รับบริการของโรงพยาบาล รวมถึงประชาชนทั่วไปที่สนใจเรื่องของสุขภาพเข้ามามีส่วนร่วมในเนื้อหาของการสื่อสารสุขภาพ หรือกิจกรรมต่าง ๆ

2.5 รายละเอียดของโรงพยาบาลศิริรินทร์ และเพชบุรีของโรงพยาบาล

โรงพยาบาลศิริรินทร์ หรือ บริษัท ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2522 ภายใต้ชื่อ บริษัท สำโรงการแพทย์ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวน 16 ล้านบาท ได้เริ่มก่อสร้างอาคารโรงพยาบาล ใน พ.ศ. 2522 และสำเร็จสามารถดำเนินกิจการโรงพยาบาลได้ตั้งแต่ พ.ศ. 2524 ต่อมา เมื่อ พ.ศ. 2528 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ภายใต้ชื่อ บริษัท ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) ณ ปัจจุบันมีกิจการโรงพยาบาลภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ คือ

- โรงพยาบาลศิริรินทร์ 350 เตียง
- โรงพยาบาลรัชนีรินทร์ 100 เตียง
- โรงพยาบาลศิริรินทร์ หาดใหญ่ 120 เตียง

ทั้งยังมีการให้บริการผู้ป่วยประกันสังคม ปัจจุบัน มีผู้ประกันตนที่ลงทะเบียนเลือก โรงพยาบาลศิริรินทร์ จำนวน 130,000 คน มีอัตราใช้บริการผู้ป่วยนอกเฉลี่ยวันละ 700 คน หลังจากขยายอาคารบริการผู้ป่วยประกันสังคม ทำให้ผู้ประกันตนมีความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงการขยายเวลาบริการเพื่อให้ผู้ป่วยประกันตนได้รับความสะดวก

วิสัยทัศน์ คือ The International Premium Hospital

พันธกิจ คือ ให้บริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐาน พัฒนาระบบบริหาร จัดการสู่ระดับสากล สร้างสัมพันธภาพอันดีเลิศกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

โรงพยาบาลศิริรินทร์ เชื่อว่าการดำเนินธุรกิจที่เติบโต และยั่งยืนนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทาง ธุรกิจได้ครบถ้วนทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม ความเชื่อมั่นดังกล่าวสะท้อนอยู่ในวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรจากวิสัยทัศน์ของโรงพยาบาลศิริรินทร์ ด้วยลักษณะของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ความไว้วางใจ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดจากข้อมูลทางการตลาด เชื่อว่าการบอกต่อด้วยปากต่อปาก เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจ และมั่นใจในบริการเป็นลำดับแรกเสียก่อน ส่วนบุคลากรจะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ ทั้งทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และเชื่อมั่นถึงขั้นแนะนำให้บุคคลที่รู้จักมาลองใช้บริการ อย่างไรก็ตามพื้นฐานของธุรกิจบริการจะไม่มีตัวสินค้าที่จะนำมาแสดงให้เห็น คุณภาพได้

การรับรองคุณภาพที่เป็นมาตรฐานสากล อย่าง JCI: Joint Commission International Re-Accreditation 6th Version ซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานบริการสุขภาพระดับโลก และได้รับการต่ออายุเป็นปีที่ 3 แล้ว และยังได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลในรายโรค ดังนี้

1) Joint Commission International (JCI) Acute Myocardial Infarction (AMI) Program ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI ด้านโรคกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือดเฉียบพลัน เป็นมาตรฐานระดับสากลในการรับรองโรคเฉพาะทาง จากประเทศสหรัฐอเมริกา

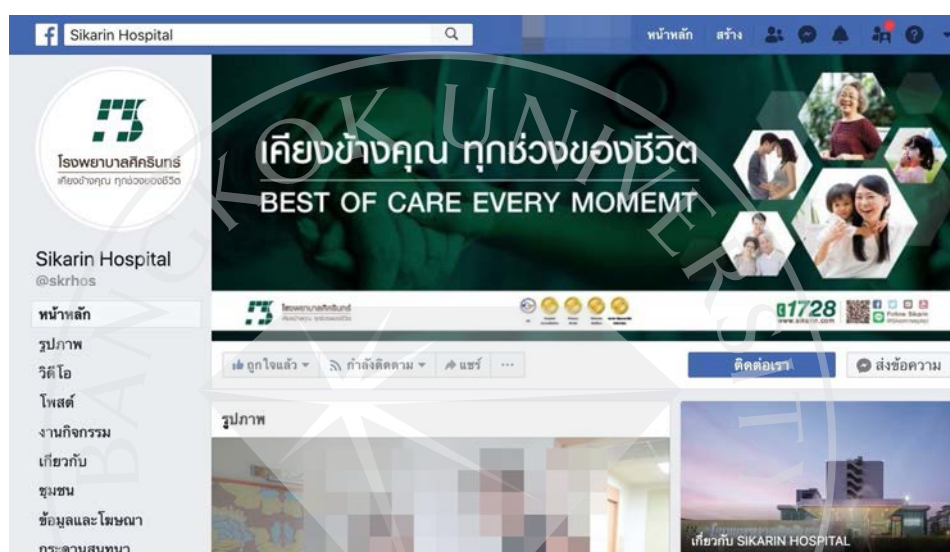
2) Joint Commission International (JCI) Diabetes Mellitus Program ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI ด้านโรคเบาหวานซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากลในการรับรองโรคเฉพาะทางจากประเทศสหรัฐอเมริกา

3) Joint Commission International (JCI) Primary Stroke Program ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI ด้านโรคหลอดเลือดสมองตีบ ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากลในการรับรองโรคเฉพาะทางจากประเทศสหรัฐอเมริกา

และยังได้รับการรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพจากสถาบันรับรองคุณภาพ
สถานพยาบาล (องค์การมหาชน) (สรพ.) HA – Hospital/Healthcare Accreditation

เฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

ภาพที่ 2.1: ตัวอย่างเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

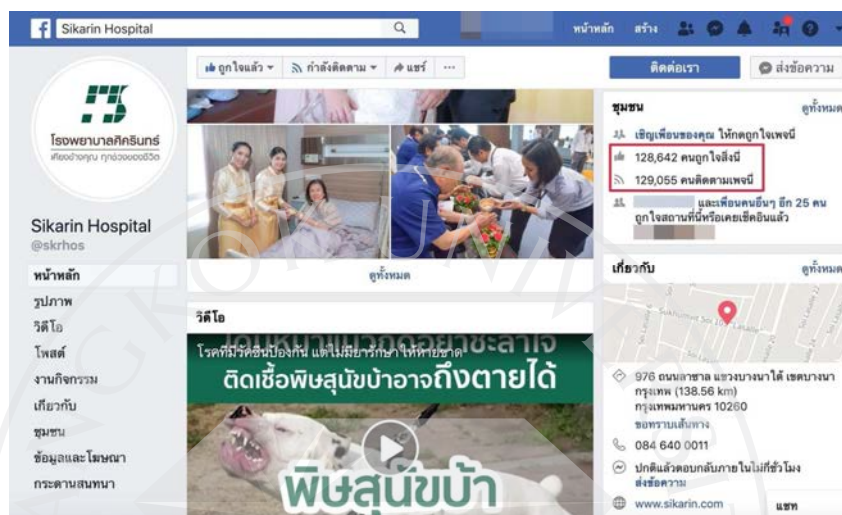


ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) เผยแพร่ข้อมูลสุขภาพต่าง ๆ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยมีการใช้ภาพ Cover Page เป็นสโลแกนของโรงพยาบาลที่สื่อถึงความใกล้ชิด “เคียงข้างคุณ ทุกช่วงของชีวิต” ให้ความรู้สึกเหมือนคนในครอบครัวที่คอยดูแล และอยู่ด้วยกันในทุก ๆ ช่วงของชีวิต และยังใช้ภาพ Logo ประจำโรงพยาบาลเป็นภาพโปรไฟล์ เป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์ศิริรินทร์ มีการใช้สีประจำโรงพยาบาล นั่นคือ “สีเขียว” เป็นธีมหลักของการทำสื่อต่าง ๆ และ Ads ต่าง ๆ ทำให้เกิดการจดจำภาพลักษณ์ที่ดี

ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูลจากเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) พบว่า มีจำนวนผู้กดถูกใจเพจ (Like Page) เป็นจำนวนถึง 128,642 คน และผู้ติดตาม (Follow) ถึง 129,055 คน

ภาพที่ 2.2: ตัวอย่างเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ มีรายละเอียดโดยแสดงเนื้อหา และรูปแบบการสื่อสาร ดังนี้

- 1) เนื้อหาสุขภาพ แบ่งเป็น
 - 1.1) เกร็ดความรู้ทั่วไป

ภาพที่ 2.3: ตัวอย่างเนื้อหาสุขภาพเกร็ดความรู้ทั่วไป



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เนื้อหาสุขภาพในประเด็นของเกร็ดความรู้ทั่วไป ที่ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์เผยแพร่ นั้นเป็นการนำเสนอการป้องกันโรคด้วยตนเอง เป็นวิธีง่าย ๆ เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบกับข้อความที่สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ ไม่ซับซ้อน

1.2) การให้ความรู้ด้านสุขภาพ

ภาพที่ 2.4: ตัวอย่างเนื้อหาในการให้ความรู้ด้านสุขภาพ



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เนื้อหาสุขภาพในประเด็นการให้ความรู้ที่ทางโรงพยาบาลศิริกรินทร์นำเสนอ นั้น เป็นการสื่อสารผ่านเนื้อหาในเชิงการดูแลตัวเอง เสริมความรู้จากสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว

1.3) กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล

ภาพที่ 2.5: ตัวอย่างเนื้อหากิจกรรมของโรงพยาบาล



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เนื้อหาสุขภาพในประเด็นกิจกรรมของโรงพยาบาลที่ทางโรงพยาบาลศิครินทร์นำเสนอเป็นกิจกรรมที่สามารถทำให้ผู้ติดตาม หรือผู้รับบริการได้ใกล้ชิดกันมากขึ้น เป็นกิจกรรมที่บรรยายโดยแพทย์ และเชิญชวนให้ผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลมีส่วนร่วมกิจกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ยังมี Content ในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น ลอยกระทง วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เป็นต้น และยังรวมถึงเทศกาลต่าง ๆ ก็มีการนำเสนอผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลด้วยเช่นกัน

1.4) การตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)

ภาพที่ 2.6: ตัวอย่างเนื้อหาการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)

Sikarin Hospital อยู่ที่ Sikarin Hospital
15 ก.พ. เวลา 10:43 • กรุงเทพมหานคร •

มะเร็งปากมดลูก ป้องกันได้!

มะเร็งปากมดลูก เป็นอีกหนึ่งโรคที่ผู้หญิงต้องระวังค่ะ จากสถิติของผู้ที่เป็นมะเร็งปากมดลูกมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกวัน และเราจะสาม... ดูเพิ่มเติม

มะเร็งปากมดลูก

สาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 1 ของผู้หญิงไทย

วัคซีนป้องกันเชื้อ HPV
สาเหตุของโรคมะเร็งปากมดลูก

วัคซีน Cervarix (ครอบคลุม 2 สายพันธุ์)
ราคา 8,300 บาท

วัคซีน Gardasil (ครอบคลุม 4 สายพันธุ์)
ราคา 9,300 บาท

ติดต่อศูนย์การแพทย์เฉพาะทางสตรี อาคาร 2 ชั้น 1
☎ 02-366-9900 ต่อ 2101, 2102

ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เนื้อหาสุขภาพในประเด็นการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น) ที่ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์นำเสนอ เป็นการสื่อสารถึงการบริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาล สิทธิพิเศษต่าง ๆ สำหรับผู้รับบริการ และผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล

2) รูปแบบการสื่อสาร แบ่งเป็น

2.1) ข้อความและรูปภาพ

ภาพที่ 2.7: ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อความและรูปภาพ

ศูนย์สุขภาพผู้หญิง Women's Center "เข้าใจ...ทุกช่วงวัยของผู้หญิง"

โรคยอดฮิตของผู้หญิง

- มะเร็งเต้านม**
เป็นโรคที่พบบ่อยที่สุด เป็นอันดับ 1 ในผู้หญิง
- มะเร็งปากมดลูก**
ในสตรี 3 อันดับแรกคือมะเร็งปากมดลูก
- ช่องคลอดอักเสบ**
เป็นโรคที่พบบ่อยที่สุดของผู้หญิงที่เกิดจากการติดเชื้อของแบคทีเรียในช่องคลอด
- เนื้องอกในเต้านม**
โรคที่พบบ่อยในเต้านม
- มะเร็งรังไข่**
พบได้ไม่บ่อยนักในสตรีอายุ 40-60 ปี

Sikarin Hospital
ถูกใจเพจแล้ว · 29 มีนาคม · ๑

ปรึกษาปัญหาสุขภาพแบบผู้หญิงๆ คลิ๊ก
<https://line.me/R/ti/p/@silt1525r>

ร่างกายของผู้หญิงกับผู้ชายนั้นแตกต่างกันแน่นอนว่าปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพก็ย่อมแตกต่างกันตามไปด้วย โดยเฉพาะปัญหาของผู้หญิงอย่างเราที่ต้องมีการเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด มาดูปัญหาสุขภาพ โรคยอดฮิตที่พบได้บ่อยในผู้หญิงกันค่ะ

- มะเร็งเต้านม เป็นมะเร็งที่พบบ่อยที่สุดเป็นอันดับ 1 ในผู้หญิงไทย สาวๆ ควรตรวจเช็คเต้านมด้วยตนเองเป็นประจำ และหมั่นตรวจเช็คสุขภาพโดยการตรวจเต้านมด้วยวิธี Mammography เป็นประจำทุกปี เพื่อที่จะทราบตั้งแต่เนิ่นๆ ว่า เป็นมะเร็งเต้านมหรือไม่ เพราะการตรวจพบมะเร็งเต้านมในระยะเริ่มต้นจะช่วยให้ลูกหลานไปยั้งอวัยวะอื่นๆ โดยผู้ป่วยมะเร็งเต้านมมักมีก้อนเนื้อในเต้านม เจ็บปวดเต้านม มีก้อนที่รักแร้ จากต่อมน้ำเหลืองโต มีสารคัดหลั่งจากหัวนมเป็นเลือด
- มะเร็งปากมดลูก ในแต่ละวันมีผู้หญิงที่ติดจากมะเร็งปากมดลูกถึง 7

เขียนความคิดเห็น...

ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

รูปแบบการสื่อสารในประเด็นของข้อความและรูปภาพ ทางโรงพยาบาลศิริราชหรือใช้รูปภาพที่ใส่ข้อความสั้น ๆ ให้เข้าใจง่าย และไม่เยิ่นเย้อ รูปภาพประกอบไม่มากนัก ดูแล้วเข้าใจง่าย ใช้สีประจำของโรงพยาบาล คือ สีเขียว เป็นสีหลักของทุก ๆ ภาพ

2.2) Live (ถ่ายทอดสด)

ภาพที่ 2.8: ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสาร Live (ถ่ายทอดสด)



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). *Facebook fan page*. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

รูปแบบการสื่อสารในประเด็นของการ Live (ถ่ายทอดสด) ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์ใช้การ Live (ถ่ายทอดสด) ในกิจกรรมต่าง ๆ หรือการพูดคุยเรื่องโรคกับแพทย์ ระยะเวลาประมาณ 30 นาที ต่อการ Live (ถ่ายทอดสด) แต่ละครึ่ง

2.3) คลิป VDO

ภาพที่ 2.9: ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสาร คลิป VDO



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

รูปแบบการสื่อสารในประเด็นของคลิป VDO ที่ทางโรงพยาบาลศิริราชนำเสนอ เป็น Short Clip คลิปสั้น ๆ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 นาทีต่อ 1 คลิป ที่มีทั้ง ข้อความ (Text) ดนตรีประกอบ เพื่อให้คลิปมีความน่าสนใจ ส่วนมากจะเป็นคลิปเกี่ยวกับโรคต่าง ๆ การป้องกันโรค และคำแนะนำจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเก็บรวบรวมเนื้อหาและรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลสุขภาพ โดยนำเอาข้อมูลที่ได้มานั้น มาวิเคราะห์ ร่วมกับการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นระยะเวลา 4 เดือน เพื่อนำเนื้อหาและรูปแบบ Content มาวิเคราะห์และศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) เนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) 2) รูปแบบการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) และ 3) กลยุทธ์ของการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ผู้วิจัยขอแนะนำข้อมูลและการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 รูปแบบของการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การแปรผล
- 3.5 การรายงานผล และวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)” ใช้การสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารสุขภาพ ของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) เพื่อการพัฒนาเนื้อหาข้อมูลสุขภาพให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และศึกษารูปแบบการสื่อสารสุขภาพที่นำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพในสื่อออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาและรูปแบบของการสื่อสารสุขภาพในเฟซบุ๊กโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นระยะเวลา 4 เดือน เพื่อให้เห็นความแตกต่างของเนื้อหา และเพื่อให้เห็นความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อที่ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ตารางบันทึกความถี่ของการโพสต์เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสุขภาพของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) โดยแยกเป็นประเภทของเนื้อหา และประเภทของรูปแบบการนำเสนอได้ ดังนี้

เนื้อหาสุขภาพ

- 1) เกร็ดความรู้ทั่วไป
- 2) การให้ความรู้ด้านสุขภาพ
- 3) กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล
- 4) การตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)

รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ

- 1) ข้อความ และรูปภาพ
- 2) Live สด
- 3) คลิป VDO

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์ (In-depth Interview) ผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จำนวน 4 ท่าน คือ คุณประเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนารุรกิจ, คุณภาสกร อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform, คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธ์ เลขานุการสำนักบริหาร และคุณณัฐธัญญา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ซึ่งเป็นผู้กำหนดการนำเสนอและวางกลยุทธ์ของการสื่อสารสุขภาพในเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ผู้วิจัยได้ใช้แนวคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบได้อย่างอิสระ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึกสำหรับจดรายละเอียดต่าง ๆ ของผู้ถูกสัมภาษณ์ มีแนวคำถามสัมภาษณ์ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์เนื้อหาข้อมูลสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารสุขภาพเป็นอย่างไร?
- 2) โรงพยาบาลมีแนวทางอย่างไรในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลสุขภาพ?
- 3) เนื้อหาข้อมูลสุขภาพแบบไหนที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุด?
- 4) วัตถุประสงค์ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ คืออะไร?
- 5) กลุ่มเป้าหมายที่ทางโรงพยาบาลต้องการสื่อสารคือใคร?
- 6) บริบทของการ Design เนื้อหาข้อมูลสุขภาพ เป็นอย่างไร?
- 7) มีการกำหนดงบประมาณของการทำสื่ออย่างไร?
- 8) เพราะอะไรจึงใช้ Social/Facebook เป็นช่องทางของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ?
- 9) ได้เนื้อหาข้อมูลจากแหล่งใด และมีวิธีการคัดเลือกเนื้อหาอย่างไร?

10) ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพใน Facebook มีการ Design Message อย่างไร?

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสุขภาพที่ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์สื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก เนื้อหาของการสื่อสารที่ทางผู้วิจัยเก็บข้อมูล แยกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ 1) เนื้อหาข้อมูลสุขภาพ 2) รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ ซึ่งได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562 โดยผู้วิจัยได้ทำการบันทึกความถี่ของการโพสต์ เนื้อหาที่โพสต์ รูปแบบการสื่อสาร ลงตารางบันทึกข้อมูล ที่สร้างขึ้นเพื่อให้เห็นถึงเนื้อหาและรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ในการนำมาศึกษาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊ก

3.4 การแปรผล

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ทางผู้วิจัยได้ทำรูปแบบตารางเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเริ่มทำการบันทึกข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562 เพื่อให้เห็นถึงจำนวนการโพสต์เนื้อหาข้อมูลสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารในแต่ละวัน โดยใช้กรอบการศึกษาจากบทที่ 2 คือ เนื้อหาการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสาร ที่สอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ โดยนำข้อมูลที่เก็บได้มานั้น มาแปรผลเป็นร้อยละเพื่อศึกษาประเด็นกลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาข้อมูลและรูปแบบการสื่อสารสุขภาพของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

และผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ซึ่งได้กำหนดคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) และตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า การถาม-ตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ได้เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ทางผู้วิจัยได้สร้างคำถามจากขอบเขตงานวิจัยที่ต้องการศึกษาให้ครอบคลุมและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทำให้เข้าใจผู้ให้สัมภาษณ์ และนำไปใช้ในการแปรผลได้ตามที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

3.5 การรายงานผล และวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการรายงานผลในรูปแบบตารางข้อมูล และการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 มาเป็นแนวทางอ้างอิงเพื่อประกอบการวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารประกอบด้วย

- 1) กลยุทธ์การสื่อสารที่ดี
- 2) เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ
- 3) รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ

ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ โดยนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและสร้างข้อสรุป จากข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย



บทที่ 4 ผลการวิจัย

กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสารสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) โดยเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ ประกอบด้วย 1) เกร็ดความรู้ทั่วไป 2) การให้ความรู้ด้านสุขภาพ 3) กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล 4) การตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชัน) และรูปแบบการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) ข้อความและรูปภาพ 2) Live สด (ถ่ายทอดสด) 3) คลิป VDO ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) แยกใส่ตาราง บันทึกเป็นรายเดือนว่าในแต่ละเดือน แต่ละวันเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์มีการโพสต์เนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพอย่างไร โดยนำเอาข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์ ร่วมกับการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จำนวน 4 ท่าน สามารถแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ส่วนที่ 1: ผลการศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
- 4.2 ส่วนที่ 2: ผลการศึกษาวิธีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
- 4.3 ส่วนที่ 3: ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562 สามารถแยกตารางออกเป็น 4 เดือน คือ พฤศจิกายน, ธันวาคม, มกราคม และกุมภาพันธ์ ที่มีการโพสต์เนื้อหา และรูปแบบการสื่อสาร โดยผู้วิจัยขออธิบายผลของการศึกษาแต่ละส่วน ดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1: ผลการศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

4.1.1 ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จากการศึกษาข้อมูลผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) พบว่าเฟซบุ๊กแพนเพจนี้ ให้เพื่อการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลสุขภาพ ข้อมูลทางการแพทย์ รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ จุดประสงค์ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ โดยสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการให้ความรู้ด้านสุขภาพ เป็นการสื่อสารระหว่างผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมายที่ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์

(กรุงเทพ) ต้องการสื่อสาร อีกทั้งยังนำเสนอข้อมูลเพื่อเป็นความรู้เกี่ยวกับสุขภาพทั่วไป ข้อมูลทางการแพทย์ กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร รวมไปถึงข่าวสารด้านสุขภาพต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ในด้านส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี เป็นแหล่งความรู้ ที่สามารถศึกษาเพื่อป้องกันตัวเองจากโรคร้ายไข้เจ็บ และยังสามารถแบ่งปันเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพนี้ไปยังผู้อื่น ๆ ได้

ผลของการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล ศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ทางผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์ ดังนี้

1) กลยุทธ์ในการให้ความรู้ด้านสุขภาพ คือ การให้ข้อมูลด้านสุขภาพที่ถูกต้อง มีการรับรองโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ การนำเสนอข้อมูลด้วยความจริงใจในทุก ๆ ประเด็นด้านสุขภาพ และมีการตอบคำถาม หรือปัญหาสุขภาพโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์การแพทย์ต่าง ๆ เน้นกลยุทธ์ของการให้ข้อมูลด้วยความถูกต้อง ข้อมูลที่เป็นจริง มีความน่าเชื่อถือ สามารถตรวจสอบได้ นำเสนอออกไปให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาล มีการปรับเนื้อหาให้ทันสมัย ใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ เพื่อให้เข้าใจง่าย และนำไปใช้ประโยชน์ในการป้องกันดูแลสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นได้

2) กลยุทธ์ด้านการตอบคำถาม ให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพต่าง ๆ เพราะเฟซบุ๊กไม่เพียงแต่เป็นช่องทางที่นำเสนอสื่อแต่เพียงอย่างเดียว เฟซบุ๊กยังเป็นเครื่องมือที่คอยเชื่อมระหว่างผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลให้มีปฏิสัมพันธ์กัน ด้วยการถามตอบในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ปัญหาสุขภาพด้านต่าง ๆ เป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถมีส่วนร่วมเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาพของตนเองและคนรอบตัว การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพนี้ เป็นอีกหนึ่งกระบวนการที่จะช่วยเหลือให้ผู้บริโภคข้อมูลด้านสุขภาพมีสุขภาพที่ดีที่สุดจากการพึ่งพาตนเอง และการอาศัยการปรึกษา จากผู้ให้คำปรึกษาที่มีพื้นฐานเรื่องของสุขภาพ เพื่อช่วยให้ตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดีเริ่มจากตัวเรา ซึ่งทางโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) เลือกใช้กลยุทธ์นี้ในการทำการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในออนไลน์ และได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลเป็นจำนวนมาก เพราะใคร ๆ ก็อยากปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ และต้องการแนวทางของการมีสุขภาพที่ดีทั้งนั้น และยังเป็นการศึกษาฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งบางครั้งยังเป็นการตอบคำถาม ปัญหาสุขภาพต่าง ๆ โดยแพทย์จริง ๆ ก็ยิ่งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ทั้งยังสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลอีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ซึ่งได้รับคำอธิบายจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำสื่อ ดังนี้

“กลยุทธ์ของการสื่อสารที่ทางผู้ทำสื่อสารได้นำเสนอในเฟซบุ๊กนั้น เรานั้นกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ทั้งในเรื่องของความทันสมัยของข้อมูล ที่มีกราฟิกที่ทันสมัย รูปแบบของการนำเสนอก็ต้องทันสมัย และเข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งในการตอบคำถามเรื่องของคุณภาพ ก็จะต้องมีความรู้เรื่องของคุณภาพในเบื้องต้น จึงจะสามารถให้คำแนะนำ คำปรึกษาแก่ผู้ที่สอบถามได้ หรือในบางกรณีที่ไม่สามารถตอบคำถามได้จริง ๆ จะทำการสอบถามไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ เพื่อขอความช่วยเหลือในการให้คำตอบแก่ผู้ที่ถามมา เรามองว่า จุดนี้สำคัญ เพราะลูกค้าต้องการได้คำตอบเรื่องของคุณภาพ หรือปัญหาด้านสุขภาพที่เผชิญอยู่ เขาเหล่านี้บางครั้งไม่ได้อยากเข้ามาเจอกับหมอ แต่แค่ต้องการแนวทางในการพึ่งพาตนเอง และเอาไปปรับใช้ได้ ส่งผลต่อเนื้อให้เขามีสุขภาพที่ดี ตรงนี้เราถือว่า เมื่อลูกค้าได้รับคำตอบที่ถูกต้อง เขาก็จะมีกำลังใจในการสร้างสุขภาพที่ดีต่อไปได้” (คุณประเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนาธุรกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“กลยุทธ์ที่เรานำเสนอ นอกจากที่คุณประเมษฐ์อธิบายแล้ว เรายังเน้นในเรื่องของข้อมูลทางการแพทย์ บทความทางการแพทย์ ที่ให้ความรู้เชิงวิชาการในแต่ละโรค เอามาเรียบเรียงให้ใช้ภาษาได้ง่ายมากขึ้น และทำ Art Work ที่เข้าใจง่าย ใช้คำกระชับ ทั้งภาพและรูปแบบที่นำเสนอมีความชัดเจนเพื่อให้นักสนใจ และใช้การ Link กันของเนื้อหาในรูปแบบในการนำเสนอถึงผู้รับสารเข้าไปสู่ความรู้เชิงวิชาการทางการแพทย์นั้น ๆ” (คุณภาสกร อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจเรื่องของคุณภาพมากยิ่งขึ้น โรงพยาบาลของเราจึงมีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไข และรูปแบบของกระทรวงสาธารณสุขด้วย ซึ่งจะใช้หลักการคือ 80/20 เน้นไปในเรื่องของคลินิกและศูนย์การแพทย์ต่าง ๆ ของโรงพยาบาล เรียกว่าเป็นจุดแข็งของเรา เพราะเรามีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญครบทุกสาขาวิชา ที่สามารถให้ความรู้ตั้งแต่เรื่องสุขภาพทั่วไป จนถึงเรื่องสุขภาพเฉพาะโรค โดยยกให้เรื่องสุขภาพเป็นร้อยละ 80 ของทั้งหมด ซึ่งอีกร้อยละ 20 จะเป็นเพียงเรื่อง โปรโมชั่น แพ็กเกจต่าง ๆ เท่านั้น และอย่างที่พี่ได้บอกไป โรงพยาบาลของเรา นอกจากจะมีกลยุทธ์ในการนำเสนอข้อมูลสุขภาพแล้ว เรายังเน้นการสร้าง Brand Awareness สำหรับการให้ข้อมูลเรื่องโรคต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด ก็คือจะเห็นได้จากรูปแบบของการนำเสนอ นั่นก็คืออีกหนึ่งกลยุทธ์ของเรา เอ่อ.. อย่างการใช้สีประจำของโรงพยาบาล ก็คือ สีเขียว ส้มแดงได้จากทุก ๆ Ads จะเน้นสีเขียวเป็นหลัก การใส่ Logo ของโรงพยาบาล และ Logo ของรางวัลมาตรฐานที่โรงพยาบาลได้รับ ก็สร้างความน่าเชื่อถือให้กับ Brand ได้อย่างมาก” (คุณณัฐธิดา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

ผู้วิจัยได้ถามต่อว่า “ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในเฟซบุ๊ก มีการ Design Message อย่างไร? จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“สำหรับเฟซบุ๊กด้วยลักษณะที่เป็นสื่อออนไลน์ภาษาที่ใช้ต้องอ่านง่าย เข้าใจง่าย สั้น กระชับ เนื้อหาไม่ยาวมากเกินไป เพราะจะทำให้ผู้รับสารไม่สามารถเข้าถึงแก่นสารของเนื้อหาได้ และสิ่งที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึง คือ การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลที่ถูกต้อง และใช้ภาษาสะกดคำตรงตามหลักภาษาไทยค่ะ” (คุณณัฏฐ์ณิชา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“Header อ่านชัด น่าสนใจ ใช้คำดึงดูด Detail ไม่มากเกินไป สรุปประเด็นให้อ่านแล้วเข้าใจได้ในทันที Description ใส่รายละเอียดให้พร้อม บางโพสต์ต้องสามารถลิงค์ไปหน้าเว็บไซต์ขององค์กรได้ และ Contract ของโรงพยาบาลต้องระบุใช้ชัดเจน เพื่อการติดต่อที่สะดวกมากยิ่งขึ้น” (คุณภาสกร อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ที่จะเน้นที่ข้อความที่เมื่อเอามาเรียบเรียงใหม่แล้ว ต้องกระชับ และเข้าใจง่าย ภาษาแพทย์ต้องเปลี่ยนเป็นภาษาที่ผู้อ่าน อ่านแล้วเข้าใจได้ ไม่ซับซ้อน เพราะกลุ่มเป้าหมายของเราไม่น่าจะเข้าใจในศัพท์แพทย์บางคำ ซึ่งทางทีมของการสื่อสารจะต้องดีไซน์ข้อความและรูปภาพก่อนนำเสนอในสื่อออนไลน์ทุกช่องทาง ก็เพื่อความถูกต้องของข้อมูล และเพื่อความสอดคล้องกันของเนื้อหาและรูปแบบที่จะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันค่ะ” (คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธพ เลขานุการสำนักบริหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

และจากการสัมภาษณ์ในส่วนของ การ Design Message ในเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยได้ถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับ “บริบทของการ Design เนื้อหาข้อมูลสุขภาพ เป็นอย่างไร?” ทางผู้สัมภาษณ์ได้อธิบายดังนี้

“บริบทของการสื่อสารเนื้อหาสุขภาพนั้น ผู้สื่อสารต้องเข้าใจในเนื้อหาของข้อมูลสุขภาพ ต้องเรียนรู้ก่อนที่จะสื่อสารออกไป เพราะเรื่องสุขภาพ เป็นเรื่องใกล้ตัว เป็นแนวทางของทุกคนที่ต้องการมีสุขภาพที่ดี ต้องมีวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ชัดเจน ข้อมูลที่เรารู้ เราก็ต้องสามารถที่จะอ้างอิงได้ว่า ข้อมูลนี้ได้มายังไง น่าเชื่อถือมากแค่ไหน ไม่ใช่เรื่องที่จะหยิบยกมาอ้างได้โดยไม่มีกรรับรองข้อมูล เพราะอาจหมายถึงชีวิตของผู้บริโภคก็ได้ หากได้ความรู้ หรือข้อมูลที่ผิดนะ อันตรายมาก ๆ” (คุณปรเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนาธุรกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ส่วนของพีบริบทของการดีไซน์เนื้อหา อย่างที่พี่ปรเมษฐ์บอกไว้ เราจะต้องรู้ข้อมูลเรื่องสุขภาพ ต้องทำความเข้าใจก่อนว่า ข้อมูลด้านสุขภาพในแต่ละเรื่องเป็นอย่างไร ที่มาที่ไปของโรคแต่ละโรค หรือยาแต่ละชนิดเป็นอย่างไร แล้วเริ่มที่การกำหนดหัวเรื่อง กรอบโครงเรื่องคร่าว ๆ ก่อน หลังจากนั้น ทำการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้สอดคล้องกันกับเนื้อหาที่จะสื่อสาร

ออกไป ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้ และเกิดการแชร์ข้อมูล ซึ่งตรงนี้ก็เป็นจุดประสงค์หลักในเรื่องของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ เพราะเราต้องการให้เกิดการบอกต่อ นอกจากจะเป็นการเผยแพร่เรื่องราวด้านสุขภาพแล้ว การแชร์ต่อยังมีผลต่อองค์กรด้วยนะ เพราะจะทำให้เราได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างในเรื่องของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพและข้อมูลด้านการแพทย์” (คุณณัฏฐ์ณิชา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

4.1.2 ผลการวิจัยกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล ศิครินทร์ (กรุงเทพ) พบว่า รูปแบบของการสื่อสารมีส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ เข้าใจในจุดประสงค์ของการสื่อสารที่ทางโรงพยาบาลต้องการสื่อสารออกไป โดยทางโรงพยาบาล จะมีการเลือกกลุ่มเป้าหมายก็เพื่อเป็นการคัดสรรคเนื้อหาที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องเลือกรูปแบบของการสื่อสารให้เหมาะกับเนื้อหาของการสื่อสาร พร้อมกับภาพประกอบ ที่สามารถเป็นส่วนช่วยเล่าเรื่องขยายความให้เข้าใจง่าย เข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น และรูปแบบกับเนื้อหาจะต้องอธิบายเรื่องราวด้านสุขภาพได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน เพื่อที่รูปแบบของการสื่อสารนั้น จะได้มีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งทางผู้วิจัยก็ได้แบ่งกลยุทธ์ของรูปแบบการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก ไว้ดังนี้

1) กลยุทธ์รูปแบบการสื่อสาร เป็นกลยุทธ์ของการใช้สื่อรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร ทั้งการใช้ภาพ การใช้คำ เป็นการทำให้เฟซบุ๊กเกิดความน่าสนใจ มีการเลือกใช้พาดหัว หรือการเปิดหัวเรื่องด้วยประเด็นของสุขภาพ อาจจะเป็นช่วงที่มีกระแสในขณะนั้นก็ได้ สามารถใช้เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคติดตามหัวข้อประเด็นสุขภาพนั้น ๆ ได้ เช่น แค่นวดทำให้เสียชีวิตได้จริงหรือ? มีโรคประจำตัว ไม่แข็งแรง จะรอดต้องระวัง อาจส่งผลข้างเคียงเสี่ยงถึงชีวิตได้ (Sikarin Hospital, 2561)

ภาพที่ 4.1: ภาพตัวอย่างกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสาร



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

จากภาพที่ 4.1 จะเห็นว่า เป็นการเล่นกับกระแสข่าวในช่วงเวลานั้น ที่มีการโยนเนื้อหาของข่าวที่เป็นกระแสใน Social ที่มีผู้เสียชีวิตจากการนวด เพราะไม่รู้ว่า ร่างกายไม่แข็งแรง และมีโรคประจำตัว โดยทางเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลได้เชื่อมโยงไปถึง การดูแลร่างกาย ด้วยกันตรวจสอบสุขภาพเป็นประจำทุกปี ก็เพื่อคัดกรองโรคต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ และไม่เพียงแต่เป็นการดูแลสุขภาพร่างกายเท่านั้น แต่ยังผสมผสานเนื้อหาให้เข้าถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แม้จะมีกระแสดูแลสุขภาพออกมาอย่างต่อเนื่อง แต่ทว่าคนบางกลุ่มก็ไม่ได้ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพเท่าที่ควร ดังนั้นการหยิบเอาข่าวมาเชื่อมโยงกับเรื่องราวสุขภาพ ก็สามารถช่วยให้ผู้บริโภคเองตระหนักถึงการมีชีวิตที่มีสุขภาพที่ดี

2) กลยุทธ์การใช้เครื่องมือประเภทสื่อ คือ การใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เพื่อให้สารนั้นไปถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยสื่อที่มีความหลากหลาย ซึ่งจากการศึกษาในเฟซบุ๊กของ โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) จะเห็นได้ว่ามีการใช้สื่อหลัก ๆ ก็คือ ข้อความและรูปภาพ การถ่ายทอดสด และคลิปวิดีโอ และพบว่ารูปแบบที่นำเสนอมาจากประเด็นที่คนให้ความสนใจ รวมถึงเลือกใช้รูปแบบสื่อตามความเหมาะสมกับเนื้อหาข้อมูลของสาร ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่า ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ได้มีการจัดกิจกรรมและจำหน่ายสื่อในโครงการ “ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือเด็กที่มีหัวใจพิการแต่กำเนิด โรงพยาบาลศิริรินทร์ขอเชิญชวนทุกท่าน ร่วมเป็นหนึ่งในพลังที่จะมอบชีวิตใหม่ให้กับน้อง ๆ ที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด พร้อมเข้าชม mini Concert จาก BNK48 #เพราะการให้ไม่มีคำว่าสิ้นสุด (Sikarin Hospital, 2561)

ภาพที่ 4.2: ภาพตัวอย่างกลยุทธ์การใช้สื่อ



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

จากภาพที่ 4.2 เห็นได้ว่าทางโรงพยาบาลใช้รูปแบบการสื่อสารประเภทรูปภาพและข้อความ เพื่อสื่อในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่ชื่นชอบ BNK48 รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่และเด็ก โดยใช้ คุณโบว์ และน้องมะลิ เป็นสื่อในการเชิญชวนผู้ปกครองที่มีลูกหรือหลานมีหัวใจพิการ แต่กำเนิดได้เข้าร่วมกิจกรรมของโรงพยาบาลในครั้งนี้ ซึ่งการใช้น้อง ๆ BNK48 อาจจะได้ตรงประเด็นในเรื่องของข้อมูลด้านสุขภาพ แต่ก็เพื่อชักชวนให้คนรุ่นใหม่ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการให้เพื่อสังคม และเพื่อมอบโอกาสให้กับน้อง ๆ ที่ป่วย ทั้งยังช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร เป็นการทำประโยชน์เพื่อสังคม โดยการใช้เนื้อหาสื่อที่ไม่จำเป็นเฉพาะเนื้อหาสุขภาพเท่านั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ในการสื่อสารออนไลน์ข้อมูลสุขภาพไม่จำเป็นจะต้องมีแต่เนื้อหาด้านสุขภาพเท่านั้น หากแต่ยังสามารถปรับเปลี่ยนให้การสื่อสารไปยังประเด็นอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ได้เช่นกัน นับว่าเป็นอีกรูปแบบที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพ และยังทำให้ผู้วิจัยรู้ว่า เฟซบุ๊กของโรงพยาบาลเองสามารถที่จะเป็นกระบอกเสียงในการส่งต่อเรื่องราวดี ๆ ในสังคมได้อีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ในคำถามที่ว่า “เพราะอะไรจึงเลือกใช้ Social/Facebook เป็นช่องทางการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ?” ได้รับการอธิบาย ดังนี้

“โรงพยาบาลเล็งเห็นว่า สื่อเฟซบุ๊กสามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่ได้จำกัดว่า จะต้องเป็นใคร ซึ่งเปิดกว้างต่อการรับรู้ และในยุคที่เรียกว่าดิจิทัล 4.0 แบบนี้ แน่แน่นอนว่า ไม่มีใครไม่เล่น Facebook ทั้งยังเป็นช่องทางที่สามารถทำให้ทุกคนได้มารู้จักกัน การใช้เฟซบุ๊กจึงตอบโจทย์ในการเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาพมากที่สุด” (คุณปรเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนาธุรกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“คงปฏิเสธไม่ได้หรอกนะว่า Facebook เป็น Platform ที่มีคนใช้งานมากที่สุด ช่องทางหนึ่ง ที่สำคัญเลยต้นทุนต่ำสำหรับการเผยแพร่ข้อมูล หรือทำการประชาสัมพันธ์ใด ๆ ก็ตามของโรงพยาบาล ก็ทำได้ง่ายมาก ๆ ทั้งรูปแบบ และ Content ที่สามารถทำได้อย่างหลากหลาย สามารถทำ Analytic ได้ชัดเจน” (คุณภาเสก อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“Online Media เป็นสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และแพร่กระจายเป็นวงกว้างแบบ Real Time และยังสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย สามารถตอบโต้ปรึกษาหารือ และเป็นสื่อกลางระหว่างโรงพยาบาลกับผู้บริโภค และสื่อทุกสื่อ Ads ทุก Ads รวมไปถึงทุก ๆ Content เราก็คือเป็นผู้ที่กำหนด และออกแบบเองทั้งหมด ไม่ได้มีการไปหยิบของคนอื่นมาใช้ เรามีทีมกราฟิกที่แข็งแกร่ง ทีมถ่ายภาพ และทีมออนไลน์ที่พร้อมจะพัฒนาการสื่อสารให้ตอบโต้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น เป้าหมายต่อไปของเราก็คือ การมี Content ที่เป็นภาษาอังกฤษมากขึ้น เพื่อให้เป็นเหมือนกับ วิสัยทัศน์ของโรงพยาบาล ที่เป็น The International Premium Hospital นั่นเอง





ค่ะ” (คุณณัฏฐ์ณิชา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) มีการใช้เนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างมาก ซึ่งทุกคนสามารถเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นเฉพาะผู้ป่วยเท่านั้นที่สามารถอ่านและติดตามเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพ แต่ทุกเพศ ทุกวัย ก็สามารถติดตามข้อมูลด้านสุขภาพได้ เพราะเฟซบุ๊กไม่ได้จำกัดแค่คนหรือสองคน แต่เฟซบุ๊กเปิดกว้างเพื่อให้ทุกคนได้เรียนรู้ ศึกษา อีกทั้งยังเชื่อมต่อให้ทุกคนได้ใกล้ชิดกัน แม้แต่โรงพยาบาลเอง ที่ภายนอกอาจจะเป็นสถานที่ที่รักษาผู้ป่วย ถ้าหากได้เข้ามาแล้วจะรู้เลยว่า โรงพยาบาลเองก็ไม่ได้ทำตัวเองให้เป็นเสมือนสถานที่รักษาพยาบาลเท่านั้น แต่เป็นที่ที่ทุกคนจะสามารถเข้ามาหาความรู้ แนวทางของการดูแลรักษาสุขภาพ ให้ห่างไกลจากโรค เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า เฟซบุ๊กเองก็เช่นกัน ที่เป็นตัวกลางของการสื่อสารให้ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่ผู้คนสามารถพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องของสุขภาพ ปัญหาสุขภาพต่าง ๆ ระหว่างกัน และกันได้ เพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันนั่นก็คือ การมีสุขภาพที่ดีแบบยั่งยืน

4.2 ส่วนที่ 2: ผลการศึกษาวิธีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) พบว่า มีเนื้อหาการสื่อสาร ที่ปรากฏ ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ทั่วไป	ให้ความรู้ด้านสุขภาพ	กิจกรรมวันสำคัญและเทศกาล	การตลาดสุขภาพ
1 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital อู่ท่า Sikarin Hospital 1 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍 รู้ยัง! ศิริรินทร์เรามีเครื่องตรวจแมมโมแกรมดิจิทัล 3 มิติ</p> <p>ข้อดีของการตรวจเครื่องแมมโมแกรมดิจิทัล 3 มิติ นอกจากช่วยในการตรวจหาความผิดปกติตั้งแต่เนิ่นๆได้แล้ว ยังสามารถมั่นใจได้ว่าได้รับปริมาณรังสีต่ำ และให้ผลถูกต้องแม่นยำ โดยระยะเวลาในการตรวจก็เอื่อย</p> <p>เห็นข้อดีแบบนี้แล้ว ถึงเวลาแล้วหรือยัง ที่ผู้หญิงควรเข้ารับการตรวจดิจิทัลแมมโมแกรมทุก ๆ ปี เพราะ "มะเร็งเต้านม รู้เร็ว รักษาทัน" ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ขอเชิญมา Health Center "อู่ท่า" ชั้น 1/พินิจ</p> <p>อัปเดตการตรวจด้วย "เครื่องดิจิทัลแมมโมแกรม 3D"</p> <p>ปริมาณรังสีต่ำ 30วินาทีแม่นยำ ระยะเวลาในการตรวจเอื่อย</p>				
2 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital อู่ท่า Sikarin Hospital 2 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍 ขอเชิญผู้ที่สนใจ เข้าร่วมกิจกรรมโรดโชว์ BE STRONG BE HEALTHY โดยมีกิจกรรมคือ นวัตกรรม</p> <p>พบกับหัวข้อสัมมนา : "โภชนาการ" สัมภาษณ์พิเศษถึงชีวิต โดย นพ.ศุภวิชญ์ สัตยาวัฒนสุข อายุแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ และเวชศาสตร์โรคของศิริรินทร์ และหัวข้อ รู้ทัน รู้ทัน "โรคเบาหวาน" โดยนิตยาเบญจาทรรักษ์ชัย และนิตยาภาไพฑูริย์ศิริรินทร์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น</p> <p>ฟังเพลงสบาย ๆ ภายในงานจากนักร้องชื่อดัง "ป๊าน โปษญ์เกียรติ เขียวแก้ว" และพิเศษ สำหรับผู้เข้าร่วมงาน 30 ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>BE STRONG BE HEALTHY 2018-2019</p> <p>กิจกรรมโรดโชว์ BE STRONG BE HEALTHY โรงพยาบาลศิริรินทร์ ห้องประชุมชั้น 2 อาคาร 1</p> <p>17 พฤศจิกายน 2561 10:00 น. - 12:00 น. วันพฤหัสบดี</p> <p>สมัครล่วงหน้า เวลา 10.00 - 12.00 น. ฟรี!</p> <p>รุ่น รู้ทัน "โรคเบาหวาน" สัมภาษณ์พิเศษถึงชีวิต</p> <p>รุ่น รู้ทัน "โรคเบาหวาน" สัมภาษณ์พิเศษ... สัมภาษณ์ถึงข้อดี</p> <p>นพ. ศุภวิชญ์ สัตยาวัฒนสุข</p> <p>พินิจ อู่ท่า ชั้น 1/พินิจ</p> <p>THABODDHEALTHV40 โทร 02 261 0191, 082 354 0582</p> <p>THABODD HEALTH WALKING SOCIETY โทร 02 261 0191, 082 354 0582</p> <p>THABODD HEALTH WALKING SOCIETY โทร 02 261 0191, 082 354 0582</p>				




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
5 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ๕ พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>#เราไม่อยากให้คุณป่วย เพราะการตรวจสุขภาพสามารถประเมินร่างกายว่าแข็งแรงหรือไม่ หรือมีความเสี่ยงในการเกิดโรคในอนาคตหรือไม่ หากตรวจพบโรค จะช่วยให้คุณรับมือกับ และรักษาได้ทันเวลาที่</p> <p>#การตรวจสุขภาพ ทำให้รู้ปัญหาสุขภาพของตัวเอง เพราะการพบความผิดปกติตั้งแต่ระยะแรกสามารถรักษาให้หายได้ง่ายกว่า เร็วกว่า อดยาหรือใส่ยาเกินแก้ เพราะยิ่งตรวจเร็ว รวดเร็ว การรักษาก็ได้ผลดีกว่า</p> <p>#ตรวจสุขภาพประจำปี สามารถช่วยปกป้องกันและค้นหาโรคได้ตั้งแต่ระยะแรก ทุกคนควรใส่ใจกับการตรวจสุขภาพ และนำคำแนะนำของ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ศูนย์ตรวจสุขภาพ Health Center "สุขภาพดี...เริ่มต้นที่ศิริรินทร์"</p> <p>"เราไม่อยากให้คุณป่วย"</p> <p>click</p>				●
6 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ๖ พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>#การตรวจสุขภาพ คือการค้นหาโรคที่ซ่อนอยู่ในตัวโดยที่ยังไม่มีอาการผิดปกติ และค้นหาพฤติกรรมหรือปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางป้องกันและรับคำแนะนำอย่างถูกต้องจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ</p> <p>เตรียมร่างกายให้พร้อม ก่อนเข้ามารับการตรวจสุขภาพ เพื่อได้รับการวินิจฉัยที่ถูกต้องจะ</p> <p>โปรแกรมตรวจสุขภาพประจำปี >>> https://goo.gl/W5GbhV ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ศูนย์ตรวจสุขภาพ Health Center "สุขภาพดี...เริ่มต้นที่ศิริรินทร์"</p> <p>เตรียมตัวให้พร้อม ก่อน "ตรวจสุขภาพ"</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ขอนฟัทพ้อมีค่าเพียงพอ อย่างน้อย 6 ชั่วโมง ● งดน้ำและอาหารก่อนตรวจ อย่างน้อย 8 ชั่วโมง ● งดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อย่างน้อย 24 ชั่วโมง 	●			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
6 พ.ย. 61				●	
8 พ.ย. 61		●			
8 พ.ย. 61		●			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
10 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อภุ่ที่ Sikarin Hospital 10 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>6 โรคภัยที่มากับ "ฤดูหนาว"</p> <p>เริ่มเข้าสู่ #ฤดูหนาว อากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย ร่างกายของเราจะอ่อนแอในช่วงเวลานี้</p> <p>โดยเฉพาะกลุ่มเด็กวัยกำลังโต ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีอาการป่วยหรือสุขภาพไม่แข็งแรง จะต้องระมัดระวังโรคภัยที่มากับฤดูหนาว เช่น โรคไข้หวัด-ไข้หวัดใหญ่ โรคหัด-โรคหัดเยอรมัน โรคปอดบวม โรคอีสุกอีใส โรคมือ เท้า ปาก หรือโรคอุจจาระร่วง ... อุเพิ่มเติม</p>  <p>Sikarin Hospital 1728</p>		●		
11 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อภุ่ที่ Sikarin Hospital 11 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>#โรคมะเร็ง พบได้ในทุกเพศทุกวัย และที่พบบ่อยของชายไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ โรค มะเร็งตับ #ลำไส้ใหญ่ #ปอด #ช่องปาก และ #ต่อมลูกหมาก</p> <p>โรคมะเร็งพบบ่อยของหญิงไทย 5 อันดับแรกได้แก่ โรค มะเร็งเต้านม #ลำไส้ใหญ่ #ปากมดลูก #ปอด และ #ตับ</p> <p>การตรวจพบ โรคมะเร็งได้ตั้งแต่ระยะเริ่มแรกย่อมเป็นผลดีต่อการรักษา ดังนั้นการตรวจสุขภาพประจำปี เป็นวิธีที่ช่วยค้นหาโรครึ่อาจไม่แสดงอาการในระยะเริ่มต้น ศิริรินทร์ขอเชิญชวนคุณ... อุเพิ่มเติม</p>  <p>ศูนย์ดูแลสุขภาพ "สุขภาพดี เริ่มต้นที่ศิริรินทร์" Health Center</p> <p>Sikarin Hospital 1728</p>		●		





(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
14 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 14 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>"วันเบาหวานโลก" (World Diabetes Day) ตรงกับวันที่ 14 พฤศจิกายนของทุกปี เพื่อให้ทุกคนตระหนักและทำความเข้าใจกับโรคเบาหวานให้มากยิ่งขึ้น และระลึกถึง "เฟรดริก แบงติง" (Frederick Banting) นักวิทยาศาสตร์การแพทย์ชาวแคนาดา ผู้มีส่วนร่วมค้นพบอินซูลินเมื่อ พ.ศ.2465</p> <p>โรค #เบาหวาน มักจะไม่ปรากฏอาการให้เห็นในระยะแรก แต่ถ้าระดับน้ำตาลในเลือดสูง อีกทั้งมีปัจจัยไม่เข้ารับการตรวจตามคำแนะนำของแพทย์ อาจเกิดโรคแทรกซ้อนตามมามากมาย เช่น เบาหวานขึ้นตา โรคหลอดเลือดสมอง แผลติดเชื้อ และอื่น ๆ เป็น... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>วัน เบาหวาน โลก 14 พฤศจิกายน</p>			●	
15 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 15 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>คุณทราบหรือไม่ว่า "วิตามินดี" มีประโยชน์มากมาย นอกจากอยู่ในแสงแดดอ่อน ๆ ขานเข้าและเย็น เพื่อเป็นพลังช่วยเสริมแคลเซียมที่รับประทานเข้าไปเสริมสร้างกระดูก และป้องกัน #โรคกระดูกพรุน โรคกระดูกบาง แล้ว</p> <p>ยังมีประโยชน์อื่น ๆ ที่คาดไม่ถึง เช่น ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ควบคุมความดันโลหิต ลดความเสี่ยงโรคหลอดเลือดหัวใจ อีกทั้งยัง #คลายความเครียด ลดอาการ #โรคซึมเศร้า ได้อีกด้วย</p> <p>ดังนั้น การตรวจวิเคราะห์ระดับวิตามินดีในร่างกายเพียงหยดเดียว ต้องอาศัยการตรวจเลือดซึ่งเป็นหนึ่งในโปรแกรมตรวจ... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>ศูนย์ดูแลสุขภาพสุขภาพผิว... สรีรบำบัดสิรินธร Vitamin D ดีมากกว่าที่คุณคิด</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ช่วยดูดซึมแคลเซียม ✓ ป้องกันโรคกระดูกพรุน / กระดูกบาง ✓ ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ✓ ควบคุมความดันโลหิต ✓ ลดความเสี่ยงโรคหลอดเลือดหัวใจ ✓ ลดความเครียด & โรคซึมเศร้า 		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
16 พ.ย. 61					
16 พ.ย. 61					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
17 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ได้แพร่ภาพสด... ที่ Sikarin Hospital 17 พฤศจิกายน 2018... คงเหน็ดเหนื่อย... เริ่มงานแล้วละ สำหรับกิจกรรม Be Strong Be Healthy จัดขึ้นเพื่ออาคาร 1 ชั้น 1 ณ ศูนย์อาหารและโถงโถง สำหรับใครที่สนใจสามารถเข้าร่วมฟังกันได้ละ</p> 			●	
18 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อัปเดต Sikarin Hospital 18 พฤศจิกายน 2018... คงเหน็ดเหนื่อย... หากคุณคิดว่าไม่ได้สูบบุหรี่ จะไม่มีความเสี่ยงเป็นโรคมะเร็งปอด คุณกำลัง คิดผิด!!! มะเร็งปอดสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่... มาจากการสูบบุหรี่เท่านั้น... สังเกตอาการเหล่านี้ หากคุณหรือคนใกล้ชิดคุณมี รีบมาปรึกษาแพทย์ทันที เพราะ #เราไม่หยอกให้คุณป่วย โปรแกรมตรวจสุขภาพ Perfect Checkup >> https://goo.gl/T56vx... ดูเพิ่มเติม</p> 		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
19 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital 19 พฤศจิกายน 2018</p> <p>รู้หรือไม่? ทุกๆ 100,000 คนเป็นโรค ALS หรือ โรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง ประมาณ 2 คนต่อปี</p> <p>โดยเฉลี่ยผู้ป่วยจะเสียชีวิตหลังจากมีอาการ ในระยะเวลาประมาณ 2.5 ปี ซึ่งสาเหตุของการเสียชีวิตมักเกิดจากระบบหายใจล้มเหลวและการติดเชื้อในปอดอันเนื่องมาจากการสำลัก... ดูเพิ่มเติม</p> <p>จากการเบี่ยงเบนของโรค กล้ามเนื้ออ่อนแรง ที่พบมากในผู้สูงอายุ?</p>	●			
20 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ได้เห็นรูปภาพใน 11 ภาพลงในอัลบั้ม: กิจกรรม BE STRONG BE HEALTHY — ที่ Sikarin Hospital 20 พฤศจิกายน 2018</p> <p>ภาพบรรยากาศกิจกรรม BE STRONG BE HEALTHY ในวันเสาร์ที่ 17 พฤศจิกายน 2561 ที่ผ่านมา จัดขึ้น ณ ศูนย์เมทรวานและตอมไท้อ อาคาร 1 ชั้น 1 โรงพยาบาลศิริรินทร์</p> <p>ได้รับเกียรติจากคุณประเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานที่เมทรวานธุรกิจ เป็นตัวแทนกล่าวเปิดงาน ซึ่งภายในงานได้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับเมทรวาน อาทิ การให้ความรู้เรื่องโรคเบาหวาน โดยคุณสุพิชฌาย์ บุณยโชติ นักโภชนาการและกำหนดอาหาร และการสัมมนาในหัวข้อ "เบาหวาน" กับภัยเงียบอันตรายถึงชีวิต โดย นพ.ศุภวิทย์ ลิลาวัฒน์สุข แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรค... ดูเพิ่มเติม</p> <p>กิจกรรม BE STRONG BE HEALTHY อุปถัมภ์ 11 ภาพ</p>			●	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
21 พ.ย. 61		●			
22 พ.ย. 61					●

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
22 พ.ย. 61				●	
23 พ.ย. 61				●	
26 พ.ย. 61			●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
27 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มงานกิจกรรม 27 พฤศจิกายน 2018 · 🌐</p> <p>Facebook Live บัสสาวะสีเข้ม เสี่ยงเป็น "นิ่วในถุงน้ำดี" วันพฤหัสบดีที่ 29 พฤศจิกายน อย่าลืมติดตาม Facebook Live ในหัวข้อ "บัสสาวะสีเข้ม เสี่ยงเป็น นิ่วในถุงน้ำดี" โดย นายแพทย์วัฒน์เรียม มงคลกุล ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผ่าตัดส่องกล้อง ศูนย์ผ่าตัดโดยการส่อง กล้อง</p> <p>บัสสาวะสีเข้ม เสี่ยงเป็น "นิ่วในถุงน้ำดี"</p> <p>ติดตามได้  LIVE</p> <p>วันพฤหัสบดีที่ 29 พฤศจิกายน 2561 เวลา 12.30 น.</p> <p>📅 29 พ.ย. 2018 บัสสาวะสีเข้ม เสี่ยงเป็น "นิ่วในถุงน้ำดี" Sikarin Hospital - กรุงเทพมหานคร 📍 ศูนย์หัวใจ Sikarin Hospital <input type="button" value="* สนใจเข้าร่วม"/></p>			●	
27 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital 27 พฤศจิกายน 2018 · 🌐</p> <p>เครียดมาก! เครียดตาม! อู๋มีคืนกันอี้ออนแอ แหมมคงอาจเล็งผิดเชื่อโรคได้จ่ายค่าบริการ!!!!</p> <p>👉 เครียดจนอู๋มีคืนกัน!!! ภัยร้ายยุค 4.0 โดย นพ. ธงชัย ฉัตรยิ่งมงคล... อู๋เพิ่มเต็ม</p> <p>เครียดจนอู๋มีคืนกันต่ำ ภัยร้ายยุค 4.0</p>	●			
28 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital 28 พฤศจิกายน 2018 · 🌐</p> <p>จัดการออฟฟิศซินโดรมอยู่หมัดด้วย 5 ขั้นตอน</p> <p>พบทีมงานออฟฟิศซินโดรมที่ศิริรินทร์ในช่วงเวลา 8 ชม. มีความ เสถียรมากที่จะเป็นโรคออฟฟิศซินโดรม แต่เรามีวิธีออกกำลังกายที่ทำได้ ง่าย และยังสามารถทำได้ขณะนั่งทำงานที่ออฟฟิศอีกด้วย เริ่มด้วย</p> <p>ท่านแรก ยืดกล้ามเนื้อ โดยนำมือมาประสานกันที่ด้านหลัง แล้วยืดคอซ้าย- ขวาสลับกัน คลำน่องออก น้า ไหล่ ที่ถูกใช้งานเป็นเวลานานติดต่อกันจะถูก ยืดออก จะรู้สึกได้ถึงความตึงที่ผ่อนคลายและเบา... อู๋เพิ่มเต็ม</p> <p>จัดการ ออฟฟิศซินโดรม อยู่หมัดด้วย 5 ขั้นตอน</p> <p>📅 1. ยืดกล้ามเนื้อ 📅 2. เขย่งเขม่นอกเขม่น 📅 3. ยืดกล้ามเนื้อที่คอ</p> <p>+3</p>		●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
29 พ.ย. 61			●		
30 พ.ย. 61		●			
1 ธ.ค. 61				●	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
3 ธ.ค. 61		●			
3 ธ.ค. 61			●		
4 ธ.ค. 61			●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
5 ธ.ค. 61				●	
5 ธ.ค. 61			●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
7 ธ.ค. 61			●		
9 ธ.ค. 61			●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
10 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital ออู๋ที่ Sikarin Hospital 10 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>ไส้ติ่งอักเสบ เป็นโรคที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน และถ้าปล่อยทิ้งไว้ไม่รักษา อาจไม่มีอันตรายถึงชีวิต</p> <p>แค่สัญญาณเตือนเหล่านี้ ว่าคุณมีหรือไม่ หากรีบเข้าพบแพทย์ด่วน! เพื่อได้รับการวินิจฉัยที่ถูกต้องและได้รับการรักษาได้ทัน</p> <p>หากได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคไส้ติ่งอักเสบ สามารถรักษาด้วยการผ่าตัด ผ่านกล้อง ... ดูเพิ่มเติม</p> 		●		
10 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 10 ธันวาคม 2018 · 📍</p> <p>ล้างสารพิษออกจากร่างกาย แครื่องให้ ก็เหมือนได้ดีท็อกซ์</p> <p>รู้หรือไม่... น้ำตาที่เราปล่อยออกมามีลักษณะที่แตกต่างกันไป 3 ชนิด และชนิดที่มีประโยชน์แตกต่างกันออกไป</p> <p>1. reflex tears น้ำตาที่มีผลจากมลภาวะ ช่วยป้องกันสิ่งแปลกปลอมที่จะ เข้ามาในดวงตาเรา เช่น ครีมน้ำตาและฝุ่นละอองจากดวงตา... ดูเพิ่มเติม</p> 		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
12 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 12 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ กรุงเทพฯ ได้รับการต่ออายุการรับรองมาตรฐานบริการสุขภาพระดับโลก JOINT COMMISSION INTERNATIONAL (JCI)</p> <p>ซึ่งเป็นการ RE-ACCREDITATION 6TH VERSION ครั้งที่ 3 โดยองค์กร Joint Commission International (JCI) มาตรฐานการพัฒนากิจการและความปลอดภัยในการรักษาพยาบาลทั่วโลก ระหว่างวันที่ 19 - 23 พฤศจิกายน 2561 ที่มหานคร</p>			●	
12 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital 12 ธันวาคม 2018 · 📍</p> <p>วันนี้ของเดือน อาการแบบนี้ผิดปกติหรือไม่? สาวๆ มันก็เป็นประจำกับอาการ "ประจำเดือนมาไม่ปกติ" แต่รู้หรือไม่ว่า อาการเป็นอย่างไร คือสังเกตอะไรบางอย่างที่เราเข้าใจว่าปกติ แต่ความจริงอาจผิดปกติก็มีนะ มาทำความเข้าใจอาการต่างๆ เช็คให้ชัวร์ ไม่พอรอเกิน... ดูเพิ่มเติม</p> <p>วันนี้ของเดือน อาการแบบนี้ ผิดปกติหรือไม่?</p> <p>1. ประจำเดือนมาไม่ปกติ 2. ประจำเดือนมาไม่สม่ำเสมอ 3. อาการปวดท้องประจำเดือน</p>	●			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
13 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital อู่ทิ่ Sikarin Hospital 13 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 🌐</p> <p>ส่งท้ายปีเก่า ค่ะต้อนรับปีใหม่ 🎉🎊</p> <p>มอบสุขภาพที่ดีเป็นของขวัญปีใหม่ กับดีคุณเองและคนที่คุณรัก ด้วย #โปรแกรมการตรวจสุขภาพ 2019</p> <p>รายละเอียดเพิ่มเติม >> https://goo.gl/STJVzu... ดูเพิ่มเติม</p>				●
13 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital อู่ทิ่ Sikarin Hospital 13 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 🌐</p> <p>งาน "Sikarin Thank You Party 2018 : Corporate & Insurance" จัดขึ้น เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2561 มีกลุ่มผู้บริหารของบริษัทประกันชั้นนำและ บริษัทคู่ค้า บริษัท ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมงานประมาณ 200 คน เพื่อทัก วิสัยทัศน์ปี 2019 ภายใต้ concept "Change" โดย คุณสุรียันต์ โคตรโรจน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) และ ร่วมแลกเปลี่ยนกับคอนเสิร์ตของศิลปิน มอส ปัญญาภา มาพร้อมรางวัลสิน</p>			●	




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
14 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital อยุธยา Sikarin Hospital 14 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>สงสัยกันอยู่ใช่ไหมคะ ว่าอาการปวดท้องที่เราเป็นอยู่นั้น คือไส้ติ่งอักเสบหรือไม่... วันนี้เรามีข้อสังเกตอาการปวดท้องกัน ว่าปวดท้องแบบไหน เสี่ยงเป็นไส้ติ่งอักเสบ</p> <p>อย่ารอให้ไส้ติ่งแตกนะคะ หากมีอาการใดอาการหนึ่ง ให้รีบมาพบแพทย์โดยด่วน เพื่อทำการวินิจฉัยและรับการรักษาที่ถูกต้อง</p> <p>หากได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นไส้ติ่งอักเสบ สามารถเลือกวิธีการรักษาด้วยการผ่าตัดมาลองได้ อ่านรายละเอียด คลิก >>> https://bit.ly/2B0QY6A... ดูเพิ่มเติม</p> 		●		
14 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 14 ธันวาคม 2018 · 📍</p> <p>เมื่อลูกอาหารติดคอ</p> <p>รู้หรือไม่ว่า แคนดักเกิดขึ้นเพียงสามารถทำให้เด็กเสียชีวิตได้ จากคลิปที่ถูกนำมาเผยแพร่ให้ทุกคนเห็นเหตุการณ์ที่มีสาวรวง 2 นายช่วยเหลือน้องวัย 1 ขวบที่เกิดภาวะอาหารติดคอได้อย่างถูกวิธีจนทำให้หนูน้อยรอดจากการเสียชีวิต</p> <p>ไม่ใช่ทุกคนจะโชคดีได้เจอคนที่ได้รับการอบรมการช่วยเหลือในภาวะฉุกเฉินแบบนี้ ดังนั้น คุณพ่อคุณแม่ควรเรียนรู้วิธีรับมือกับสถานการณ์แบบนี้ให้ดีที่สุด โดยเลททาวอย่างมีสติอย่างมากในภาวะมาด้นตระหนกแบบนี้... ดูเพิ่มเติม</p> 		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
15 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital ได้แพร่ภาพสด 15 ธันวาคม 2018</p> <p>Healthy Mom Healthy Baby โดย พญ. ทวีระนันท์ มิตตะระนาพันธ์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านสูติ-นรีเวช</p>			●	
16 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital ภูเก็ต Sikarin Hospital 16 ธันวาคม 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>ภาพบรรยากาศกิจกรรม All About 9 Months "9 เดือนของแม่ ก้าวแรกของลูก" ในวันเสาร์ที่ 15 ธันวาคม 2561 ที่ผ่านมา จัดขึ้น ณ ห้องประชุม Sikarin Grand Room อาคาร 3 ชั้น 8 โรงพยาบาลศิริรินทร์</p> <p>ภายในงานมีสัมมนาในหัวข้อ "Healthy Mom Healthy Baby" โดย แพทย์หญิง ทวีระนันท์ มิตตะระนาพันธ์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านสูติ-นรีเวช ที่มาให้ความรู้เรื่องระหว่างตั้งครรภ์จนถึงการดูแลตัวเองหลังคลอด รวมถึงมี Active Yoga การเสริมความพร้อมและฝึกสมาธิก่อนคลอด โดย "ศุภนพวีร์" พันธวิทย์ อภิรักษ์พานิช จากสถาบัน Yoga Gil... ดูเพิ่มเติม</p>			●	
17 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มงานกิจกรรม 17 ธันวาคม 2018</p> <p>วันพฤหัสบดีที่ 20 ธันวาคม อย่าลืมติดตาม Facebook Live ในหัวข้อ "อายุ 30+ ระวังเป็นไส้เลื่อน" โดย นายแพทย์ณวัฒน์ เขียว มฤตกรกุล ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผ่าตัดส่องกล้อง</p> <p>อายุ 30+ ระวังไส้เลื่อน ติดตามได้ f LIVE วันพฤหัสบดี 20 ธันวาคม 2561 เวลา 12.30 น.</p> <p>พ.ศ. 20 ธ.ค. 2018 อายุ 30+ ระวังเป็นไส้เลื่อน Sikarin Hospital - กรุงเทพมหานคร * สนใจเข้าร่วม</p> <p>ศ. คุณหญิง Sikarin Hospital</p>		●		




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
17 ธ.ค. 61					
19 ธ.ค. 61					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
20 ธ.ค. 61			●		
21 ธ.ค. 61			●		
21 ธ.ค. 61			●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
24 ธ.ค. 61					
24 ธ.ค. 61					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
25 ธ.ค. 61				●	
25 ธ.ค. 61				●	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
26 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 26 ธันวาคม 2018</p> <p>ทำไมลูกถึงอ้วกนะ</p> <p>ภาวะอ้วกหรือถ่ายเป็นน้ำเป็นส่วนใหญ่ของวัยเด็ก เกิดจากการติดเชื้อของพอมเม เนื่องจากวิธีการเลี้ยงในมัจฉินลูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับชีวิตประจำวันของพ่อแม่มากขึ้น มักจะถ่ายเข้าไว้ในชั่วโมงง่วงนอน</p> <p>ตัวเลขจากสถณณามันพบว่า เด็กก่อนวัยเรียนจะมีเด็กอ้วก 1 คนในจำนวนเด็ก 5 คน ในเด็กวัยเรียนจะมีเด็กอ้วก 1 คนในจำนวนเด็ก 10 คน ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาถือว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจำนวนเด็กอ้วกเพิ่มจำนวนเร็วที่สุดในโลก...ดูเพิ่มเติม</p>	●			
28 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 28 ธันวาคม 2018</p> <p>สายหวานห้ามพลาด! ส่วนผสมปริมาณน้ำตาลชนิดก่อนเริ่มกินหวาน</p> <p>จากสถิติระบุว่าเฉลี่ยแล้วคนไทยจะทานน้ำตาล 30 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ หรือ 20 ช้อนชาต่อวัน เกือบเป็น 2-3 เท่า ของความต้องกาน้ำตาลต่อวัน</p> <p>ต่างจากที่องค์การอนามัยโลกแนะนำให้ว่า ร่างกายของคนเรานั้นมีความต้องการน้ำตาลต่อวันประมาณ 6 ช้อนชา (ประมาณ 2 ช้อนโต๊ะ) หรือ สูงสุดไม่เกิน 10 ช้อนชา ...ดูเพิ่มเติม</p>	●			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
29 ธ.ค. 61				●	
30 ธ.ค. 61				●	



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
2 ม.ค. 62		●			
4 ม.ค. 62		●			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
4 ม.ค. 62				●	
4 ม.ค. 62					●



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
7 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 7 มกราคม</p> <p>4 โรคต้อ โรคตาที่บวมของตา</p> <p>"ต้อตา" เป็นอวัยวะที่สำคัญ เป็นอวัยวะที่เราใช้มากเป็นอันดับต้นๆ ในแต่ละวันส่งผลให้เกิดความเสื่อมตามกาลเวลา รวมถึงปัจจัยภายนอกต่างๆ จนทำให้สูญเสียความสวยงาม และเป็นอุปสรรคต่อการมองเห็น</p> <p>โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ต้อกระจก" และ "ต้อหิน" เมื่อนานวันหากไม่รักษาตั้งแต่เนิ่นๆ อาจส่งผลร้ายแรงต่อต้อตาอาจทำให้ตาบอดได้ โรคต้อสามารถแบ่งออกเป็น 4 ชนิด วันนี้เราจะไปทำความรู้จักกับอาการ สาเหตุ และการรักษาโรคต้อทั้ง 4 ชนิดกัน... ดูเพิ่มเติม</p>		●		
9 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 9 มกราคม</p> <p>เมื่องาน หมดไฟ ใจเลย Burnout Syndrome</p> <p>ช่วงนี้หลายคนให้ความสนใจมาตรวจสอบภาวะซึมเศร้าของตัวเอง และอาจจะค้นพบว่าอาการความทุกข์หลายอย่างที่เกิดขึ้นในชีวิต เช่น เครียด หงุดหงิด ขาดแรงจูงใจในการทำงาน หงุดหงิด ก้าวร้าว ร่างกายอ่อนแอ ไม่มีสมาธิ ฯลฯ</p> <p>ซึ่งเข้าข่ายอาการของโรคซึมเศร้า จนทำให้เกิดความกังวลว่าตนเองป่วยเป็นโรคดังกล่าวหรือไม่? แต่แท้จริงแล้ว อาการต่างๆ เหล่านี้อาจจะไม่ได้เป็นตัวชี้วัดถึงภาวะซึมเศร้าได้อย่างชัดเจนเสียทีเดียว ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>รู้สึกลมดไฟในการทำงาน หรือจะเป็น Burnout-Syndrome</p>		●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
9 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 7 ภาพจากเมื่อ 9 มกราคม ลงในอัลบั้ม: พิธีทำบุญตักบาตร วันขึ้นปีใหม่ประจำปี 2562 — ที่ Sikarin Hospital 9 มกราคม · 📍 · 🌐</p> <p>คณะผู้บริหาร บริษัท ศิริรินทร์ จาคัด (มหาชน) ร่วมทำบุญตักบาตรข้าวสารอาหารแห้งแด่พระสงฆ์ 9 รูป เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ประจำปี 2562 พร้อมด้วย พิธีไหว้ศาลพระพรหม เพื่อเป็นสิริมงคล เมื่อเช้าววันที่ 9 มกราคม 2562</p>  <p>พิธีทำบุญตักบาตร วันขึ้นปีใหม่ประจำปี 2562 รูปภาพ 7 ภาพ</p>			●	
11 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 11 มกราคม · 📍</p> <p>จะรับมืออย่างไรเมื่อ "ไม่สบายขณะตั้งครรภ์"</p> <p>คุณแม่ตั้งครรภ์ที่มีภูมิคุ้มกันต่ำ และจะเกิดอาการเจ็บป่วย ไม่สบายได้ง่ายกว่าปกติอยู่แล้ว ซึ่งความเจ็บป่วยที่พบได้บ่อยคือ "โรคไข้หวัด"</p> <p>และอย่างที่ทุกท่านหลายท่านทราบดีอยู่แล้วว่า คุณหมอจะแนะนำให้ระมัดระวังในเรื่องการเข้ายาสะตั้งครรภ์เป็นพิเศษ ... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>คุณพ่อควรรู้! ระวังมือเมื่อคุณแม่ไม่สบายขณะตั้งครรภ์</p>		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
12 ม.ค. 62				●	
13 ม.ค. 62				●	


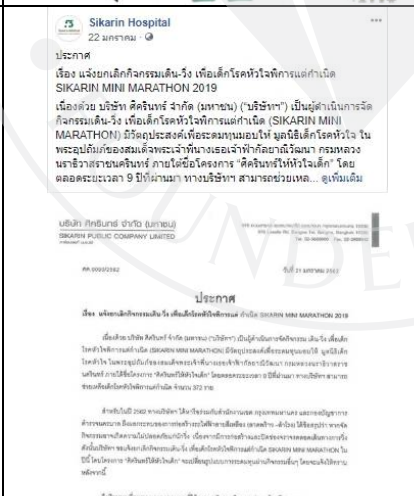
(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
15 ม.ค. 62	 <p>Sikarin Hospital 15 มกราคม · 🌐</p> <p>PM 2.5 คืออะไร อันตรายแค่ไหนกับ</p> <p>หมอกจางๆ หรือควัน อ้อ นั่นไม่ใช่ทั้งหมอก ไม่ใช่ทั้งควัน หลายวันมานี้ หลายคนคงตกใจกับหมอกที่ปกคลุมเกือบทุกพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และอาจกำลังเข้าใจผิดว่า ควัน เข้าสู่ผ่านทางตาแล้ว หมอกเอง เพราะว่ามันไม่ใช่หมอก แต่คือ มลพิษทางอากาศหรือฝุ่นละอองที่สูงเกินกว่ามาตรฐานและเข้าสู่นครายต่อสุขภาพ</p> <p>ค่า PM หรือ Particulate Matters เป็นคำเรียกค่ามาตรฐานของฝุ่นขนาดเล็กที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของทาง US EPA (United state Environmental Protection Agency) ประเทศสหรัฐ... ดูเพิ่มเติม</p>	●			
16 ม.ค. 62	 <p>Sikarin Hospital 16 มกราคม · 🌐</p> <p>“วิธีสวมใส่หน้ากากอนามัย N95”</p> <p>เนื่องจากอนุภาคมลพิษขนาดเล็กที่มีกระจายมาจากการปล่อยของขนาดเล็กรวมถึง PM2.5 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หาดนครและบริเวณเขต</p> <p>ซึ่งมีค่าค่อนข้างสูงซึ่งมีผลกระทบต่อสุขภาพเป็นอย่างมากเสี่ยงอันตรายถึงแก่ชีวิตได้ เราจึงต้องมีวิธีป้องกันไม่ให้ฝุ่นละออง... ดูเพิ่มเติม</p> <p>วิธีสวมใส่ N95 หน้ากากอนามัย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ล้างมือ 2. สอดมือให้อยู่ในลักษณะโค้งรูป 3. ดึงสายรัดศีรษะ เส้นล่างไว้ใต้หู และเส้นบนรัดเหนือหู 4. กดโครงลวดใต้แบบขึ้นจมูก 	●			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
21 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 21 มกราคม</p> <p>ยังคงเป็นกระแสอย่างต่อเนื่องสำหรับชาไข่มุก ไม่ว่าจะหันไปทางไหนก็เจอได้ไม่ยาก</p> <p>❗ แล้วคุณรู้หรือไม่ ว่าทำไมหลายคนถึงกลายเป็นแฟนพันธุ์แท้ชาไข่มุก เพราะสมองของเราถูกกระตุ้นด้วยความหวาน จนเกิดความชอบและเข้าใจว่า ออออ หลังจากนั้นก็หาที่ร้านขายชาไข่มุกกันอยู่เรื่อย ๆ</p> <p>ในชาไข่มุกมีแคลอรีตั้งแต่ 200-400 กิโลแคลอรี นอกจากนี้ยังมีปริมาณน้ำตาลมากถึง 8-11 ช้อนชา เริ่มไปด้วยไขมันอิ่มตัวจากนม ซึ่งในปริมาณนี้เพียงพอที่จะทำให้คอเลสเตอรอลเกิน 6 ช้อนชา ส่วนผู้ชายก็ไม่ควรบริโภคน้ำตาลเกิน 9 ช้อนชา... ดูเพิ่มเติม</p> 				
22 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 22 มกราคม</p> <p>ประกาศ เนื่องด้วย หน่วยงานกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด SIKARIN MINI MARATHON 2019 เมืองค้อม นนทบุรี ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) (“ศิริรินทร์”) เป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด (SIKARIN MINI MARATHON) มีวัตถุประสงค์เพื่อระดมทุนมอบให้ มูลนิธิเด็กโรคหัวใจ ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ภายใต้ชื่อโครงการ “ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก” โดยตลอดระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมา ทางศิริรินทร์ สามารถช่วยเหลือ... ดูเพิ่มเติม</p> 				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
23 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 23 มกราคม · 🌐</p> <p>จับสัตว์เลี้ยงปล่อย เสี่ยงโรคมะเร็งกระเพาะอาหาร !</p> <p>รู้หรือไม่... พฤติกรรมการจับน่องหมาแมวเพิ่มความเสี่ยงโรคมะเร็งกระเพาะอาหาร จากผลวิจัยล่าสุดของมหาวิทยาลัย Kilsasto ประเทศฟินแลนด์</p> <p>สิ่งปลูกถ่ายสัตว์ไว้ในรูปของเหลว เช่น นมลาย ปัสสาวะ เลือด น้ำหนอง และสิ่งปลูกถ่ายของเชื้อต่างๆจะ อาจส่งต่อเชื้อโรคที่ก่อให้เกิดมะเร็งเลี้ยงเป็นโรคมะเร็งในกระเพาะอาหารได้บ้างซึ่ง... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>จับสัตว์เลี้ยงปล่อย อาจมีความเสี่ยง มะเร็งกระเพาะอาหาร</p>		●		
25 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 25 มกราคม · 🌐</p> <p>ถ้าคุณมีอาการ 1 ใน 4 นี้ แสดงว่าระบบควบคุมการขับปัสสาวะผิดปกติ</p> <p>การควบคุมการขับปัสสาวะผิดปกติเป็นภาวะที่พบบ่อยในผู้สูงอายุทั้งชายและหญิง โดยมีอาการคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลั้นปัสสาวะไม่อยู่ 2. มีสภาวะเลือดคั่งขณะไอ จาม หรือหัวเราะ... ดูเพิ่มเติม  <p>4 อาการผิดปกติ ที่บ่งกว่าระบบควบคุม การขับปัสสาวะ มีปัญหา</p>		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
28 ม.ค. 62		●			
29 ม.ค. 62					●



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
30 ม.ค. 62		●			
1 ก.พ. 62			●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
4 ก.พ. 62					
4 ก.พ. 62					



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
5 ก.พ. 62				●	
6 ก.พ. 62				●	




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
6 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 8 กุมภาพันธ์ 2019</p> <p>คนไทย ตายจากเช็ดยา 1 คน ทุกๆ 15 นาที</p> <p>บางคนอาจมองเรื่องการซื้อยาเป็นเรื่องไกลตัว แต่แท้จริงแล้ว เป็นเรื่องที่ไม่ใกล้ตัวมาก เพราะในประเทศไทย มีคนไทยตายจากเช็ดยา 1 คน ในทุกๆ 15 นาที</p> <p>และมีพบว่า มีอัตราการเสียชีวิตจากเช็ดยาประมาณ 20,000-30,000 คน ดังนั้นเช็ดยาจึงนับเป็นปัญหาสุขภาพที่ไม่ควรมองข้าม... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ซื้อยาเกินของ ใช้ยาผิดโรค ทุก 15 นาทีที่คนไทย ตายจากเช็ดยา 1 คน</p>	●			
6 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 8 กุมภาพันธ์ 2019</p> <p>"แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือนจากร้าย" กิจกรรมโรคหัวใจ Be Strong Be Healthy</p> <p>เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น. เรื่อง "แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือนจากร้าย" โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญพร้อม วิทยากรผู้เชี่ยวชาญโรคหลอดเลือดสมองและระบบประสาท ศูนย์หลอดเลือดสมองและระบบประสาท โรงพยาบาลศิริรินทร์ ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>BE STRONG BE HEALTHY 2018-2019</p> <p>กิจกรรมโรคหัวใจ BE STRONG BE HEALTHY โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ อายุ 3 ปี 1</p> <p>23 ก.พ. 2562</p> <p>นาคาลี เดวิส</p> <p>แพทย์หญิง วลัยพรรณ วิชัยบังเหณี สาขาอายุรศาสตร์โรคหัวใจและระบบประสาท ศูนย์หลอดเลือดสมองและระบบประสาท โรงพยาบาลศิริรินทร์</p> <p>เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น.</p> <p>แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือน จากร้าย!</p>			●	




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ											
8 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 8 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>เพราะการให้ คือ ความสุขที่ยิ่งใหญ่ โอกาสพิเศษที่จะได้ร่วมกันเป็นอยู่ในโครงการ "ศิริรินทร์ห่วงใยเด็ก" โรงพยาบาลศิริรินทร์ขอเชิญชวนทุกครอบครัวมอบโอกาสให้กับน้องโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด ด้วยการซื้อสื่อไปให้ ศิริรินทร์ห่วงใยเด็ก! ... โดยสามารถสั่งซื้อสื่อผ่านทาง Line@ : http://line.me/tip/~@sil1525r หรือที่บูชานายสื่อโรงพยาบาลศิริรินทร์ อาคาร 1 ชั้น 1 ตั้งแต่วันที่ - 28 กุมภาพันธ์ 2562 ... ดูเพิ่มเติม</p>			●												
8 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 8 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>หลอดเลือดหัวใจล้มเหลวอันดับ 1 ของการเสียชีวิตทั่วโลก องค์การอนามัยโลก รายงานถึงสาเหตุการเสียชีวิต 10 อันดับแรกทั่วโลก โดยระบุว่า โรคหลอดเลือดหัวใจล้มเหลวและโรคเป็นสาเหตุสำคัญที่สุดด้วยตัวเลขรวม 15.2 ล้านรายในปี 2559 และยังคงเป็นสาเหตุสำคัญของการเสียชีวิตตลอด 15 ปีที่ผ่านมา ... ในสังคมประเทศไทยมีงานสถิติสาธารณสุขกระทรวงสาธารณสุข พบอัตราการตายจากโรคหลอดเลือดหัวใจ (I20 - I25) รวมประชากร 100,000 คน ปี พ.ศ. 2555 - 2559 และโดยส่วนมากเป็นวัยทำงาน ... ดูเพิ่มเติม</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ปี</th> <th>จำนวนคน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ปี 2555</td> <td>15,070 คน</td> </tr> <tr> <td>ปี 2556</td> <td>17,394 คน</td> </tr> <tr> <td>ปี 2557</td> <td>18,079 คน</td> </tr> <tr> <td>ปี 2558</td> <td>19,417 คน</td> </tr> <tr> <td>ปี 2559</td> <td>21,008 คน</td> </tr> </tbody> </table> <p>ภาวะหัวใจล้มเหลวสูง ปัจจัยเสี่ยงอันดับ 1 ที่ทำให้คนไทยเป็นโรคหลอดเลือดหัวใจล้มเหลว</p>	ปี	จำนวนคน	ปี 2555	15,070 คน	ปี 2556	17,394 คน	ปี 2557	18,079 คน	ปี 2558	19,417 คน	ปี 2559	21,008 คน		●	
ปี	จำนวนคน															
ปี 2555	15,070 คน															
ปี 2556	17,394 คน															
ปี 2557	18,079 คน															
ปี 2558	19,417 คน															
ปี 2559	21,008 คน															
8 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มงานกิจกรรม 8 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>"แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือนจากโรคภัย" กิจกรรมโรคหัวใจ Be Strong Be Healthy ... เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น. เรื่อง "แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือนจากโรคภัย" โดยแพทย์หญิงสลิขพรณ วัชรขันธ์ที่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญโรคหลอดเลือดสมองและระบบประสาท ศูนย์หลอดเลือดสมองและระบบประสาท โรงพยาบาลศิริรินทร์ และพบกับ คุณนาตาลี เดวิส เข้าร่วมเสวนาด้วย... ดูเพิ่มเติม</p> <p>กิจกรรมโรคหัวใจ Be Strong Be Healthy เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น. ... ส. 23 ก.พ. แค่ปวดหัว หรือสัญญาณเตือนจากโรคภัย * สนใจเข้าร่วม</p>			●												

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
10 ก.พ. 62				●	
11 ก.พ. 62		●			
13 ก.พ. 62		●			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
14 ก.พ. 62					●
15 ก.พ. 62					●



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
15 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 15 กุมภาพันธ์ ๖๒</p> <p>ในเวลาที่เรามีอาการปวดท้อง อันเกิดมาจากเรามีแมลงในกระเพาะอาหาร อาจมีลักษณะอาการอื่นๆ กันดังนี้คือ #อึมกับปวด #หัวก็ปวด #มีอาการปวดของโรคกระเพาะนั้น จะคล้ายคลึงกับการปวดท้องในแบบอื่นๆ จนแยกแยะไม่ออก</p> <p>จะรู้ได้อย่างไรว่าเรากำลังเป็นโรคกระเพาะ ลองมาตรวจดูจาก 5 สัญญาณเสี่ยงเกิดโรคกระเพาะ ดูเพิ่มเติม</p> <p>5 สัญญาณเสี่ยง โรคกระเพาะอาหาร</p> <p>1. ปวดท้อง 2. อาเจียน 3. คลื่นไส้ 4. ถ่ายเหลว 5. มีไข้</p>		●		
16 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 16 กุมภาพันธ์ ๖๒</p> <p>น้องๆ ส่วนหนึ่งใน 221 คน ที่ได้รับการรักษาโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด ยังมีเด็กๆ อีกมากมายที่รอโอกาส ...</p> <p>ส่งต่อโอกาสให้ไปถึงพวกเขา เพื่อช่วยเหลือเด็กที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด กับโครงการ "ศิริรินทร์หัวใจเด็ก" ด้วยความช่วยเหลือไปโล "ศิริรินทร์หัวใจเด็ก" ในราคา 399 บาท โดยรายได้ทั้งหมดนำไปจ่ายมอบให้มูลนิธิเด็กโรคหัวใจในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ เพื่อช่วยเหลือน้องๆ ที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>น้องๆ ส่วนหนึ่ง ใน 221 คน ที่ได้รับการรักษาโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด</p>			●	




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
18 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 18 กุมภาพันธ์</p> <p>"คอเลสเตอรอลสูง ใครว่าไม่อันตราย"</p> <p>คอเลสเตอรอล (Cholesterol) คืออะไร? คอเลสเตอรอล คือ สารประกอบไขมันชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อร่างกาย จากการทำงานของสารคอเลสเตอรอลมาช่วยในการสร้างสุขภาพที่ดี เช่น เป็นสารตั้งต้นผลิตฮอร์โมนบางชนิด และเป็นองค์ประกอบของเยื่อหุ้มเซลล์ และหากในร่างกายเรามีคอเลสเตอรอลมากเกินไป จากประโยชน์ก็อาจกลายมาเป็นโทษร้ายได้เหมือนกัน</p> <p>ผู้ที่ระดับคอเลสเตอรอลสูงสามารถเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิด... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ศูนย์โรคหัวใจ "หัวใจคุณ...ให้เราดูแล"</p> <p>คอเลสเตอรอลสูง ใครว่าไม่อันตราย!</p> <p>ระดับคอเลสเตอรอลสูง เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดโรค</p> <ul style="list-style-type: none"> โรคหลอดเลือดหัวใจส่วนปลายอุดตัน (Peripheral Artery Disease PAD) ภาวะสมองขาดเลือดเฉียบพลัน (Stroke/Ischemic Stroke TIA) โรคหลอดเลือดสมอง (MIA/Stroke) โรคหลอดเลือดสมอง (Stroke) โรคหัวใจวาย (Heart Attack) <p>สัญญาณเตือนภัยคอเลสเตอรอลสูง</p> <ul style="list-style-type: none"> โรคหลอดเลือดหัวใจส่วนปลายอุดตัน ภาวะสมองขาดเลือดเฉียบพลัน โรคหลอดเลือดสมอง โรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจวาย <p>1728</p>		●		
18 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 18 กุมภาพันธ์</p> <p>ดูแลตับดี ไม่มีโรคตับทรวงใจ</p> <p>คนไทยมีอัตราการเสียชีวิตจากโรคตับแข็งอันดับสองที่สุดในโลก เฉลี่ยเป็นเพศชาย 36.9 ต่อประชากร 100,000 คนและหญิง 15.2 ต่อประชากร 100,000 คน ซึ่งในแต่ละวันมีผู้ป่วยรายใหม่เฉลี่ยถึง 30 รายทั่วประเทศ และมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ</p> <p>คุณทราบหรือไม่ว่าตับเป็นอวัยวะภายในที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในร่างกาย มีหน้าที่สำคัญหลายอย่าง เช่น... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ดูแลตับดี ไม่มีโรคตับทรวงใจ</p> <p>1728</p>		●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
19 ก.พ. 62				●	
20 ก.พ. 62			●		
20 ก.พ. 62			●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
21 ก.พ. 62					
22 ก.พ. 62					



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
22 ก.พ. 62		●			
23 ก.พ. 62				●	
23 ก.พ. 62				●	




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ																																	
24 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 24 กุมภาพันธ์</p> <p>ตรวจสุขภาพไตกันเถอะ</p> <p>หน่วยไตเป็นหน่วยที่เล็กที่สุด แต่ก็สำคัญที่สุด ทำหน้าที่ในการกรองเลือด ปล่อยสารต่างๆ จากเซลล์ รวมไปถึงการดูดกลับสารที่สำคัญกลับมา โดยระบบการทำงานของไตจะสอดคล้องกับระบบทางเดินปัสสาวะ ระบบหัวใจ และหลอดเลือดอย่างใกล้ชิด</p> <p>ไตและระบบทางเดินปัสสาวะเป็นระบบที่รักษาสมดุลในร่างกายของเรา ซึ่งสิ่งที่ทำลายไตมากที่สุด คือ ทอดิกรรณการทานอาหารของเรานั่นเอง ดังนั้น ควรปรับรอาหารทั้งเชิงปริมาณ และปริมาณโปรตีนที่เหมาะสม และตรวจคัดกรองโรคไตเพื่อเช็คสุขภาพไตเป็นประจำ... ูเพิ่มเต็ม</p> <p>ตรวจสุขภาพไต "สุขภาพ... เริ่มต้นที่ไต" ตรวจคัดกรองโรคไต NEPHRO PROGRAM</p> <p>อย่าทิ้งวันของไตไว้</p> <ul style="list-style-type: none"> • บริการตรวจสุขภาพไต • บริการฉีดวัคซีน • บริการ 0-2000 <table border="1"> <thead> <tr> <th>รายการตรวจ</th> <th>NEPHRO PROGRAM A</th> <th>NEPHRO PROGRAM B</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>การตรวจสุขภาพไต</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจเลือด</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจปัสสาวะ</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจอัลตราซาวด์</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจความดันโลหิต</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจไขมันในเลือด</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจน้ำตาลในเลือด</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจไต</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> <tr> <td>การตรวจไต</td> <td>•</td> <td>•</td> </tr> </tbody> </table>	รายการตรวจ	NEPHRO PROGRAM A	NEPHRO PROGRAM B	การตรวจสุขภาพไต	•	•	การตรวจเลือด	•	•	การตรวจปัสสาวะ	•	•	การตรวจอัลตราซาวด์	•	•	การตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ	•	•	การตรวจความดันโลหิต	•	•	การตรวจไขมันในเลือด	•	•	การตรวจน้ำตาลในเลือด	•	•	การตรวจไต	•	•	การตรวจไต	•	•				●
รายการตรวจ	NEPHRO PROGRAM A	NEPHRO PROGRAM B																																				
การตรวจสุขภาพไต	•	•																																				
การตรวจเลือด	•	•																																				
การตรวจปัสสาวะ	•	•																																				
การตรวจอัลตราซาวด์	•	•																																				
การตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ	•	•																																				
การตรวจความดันโลหิต	•	•																																				
การตรวจไขมันในเลือด	•	•																																				
การตรวจน้ำตาลในเลือด	•	•																																				
การตรวจไต	•	•																																				
การตรวจไต	•	•																																				
24 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital ได้ทีมบุคลากรทีม 12 ฝ่ายลงใจสนับสนุน กิจกรรม BLACKMORES RUN & MOVE 2019 24 กุมภาพันธ์</p> <p>กิจกรรม BLACKMORES RUN & MOVE 2019</p> <p>ภาพบรรยากาศ กิจกรรม BLACKMORES RUN & MOVE 2019 วันอาทิตย์ 24 กุมภาพันธ์ 2562 ที่สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 750 ปี สนามเฉลิมพระเกียรติ ร.๙ ซอย 43</p> <p>ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์ ได้เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรม โดยดูแลสุขภาพและความพร้อมด้านร่างกายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกท่าน อาทิ การตรวจวัดกระดูกในร่างกาย การวัดค่าดัชนีมวลกาย หรือ BMI การดูแลสุขภาพเบื้องต้น และการให้คำแนะนำด้านสุขภาพต่างๆ เพื่อให้ออกกำลังกายอย่างถูกวิธี... ูเพิ่มเต็ม</p>			●																																		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
25 ก.พ. 62				●	
27 ก.พ. 62			●		
27 ก.พ. 62			●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

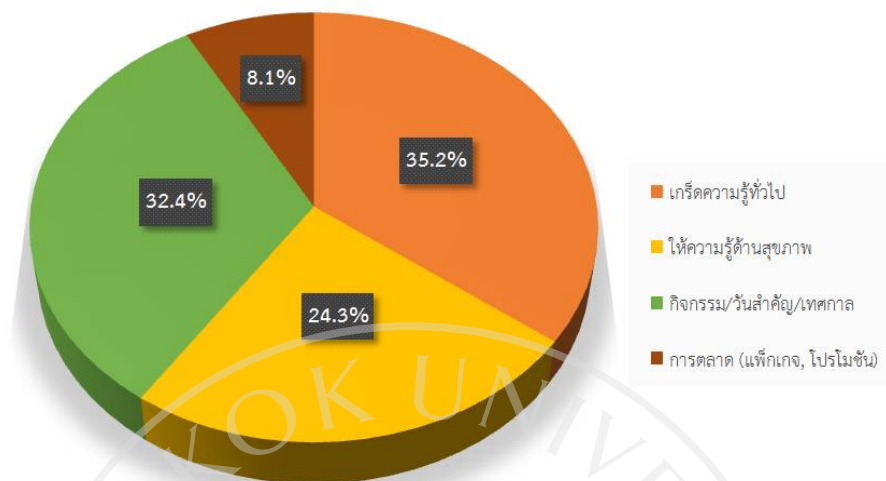
วัน/เดือน/ปี	ภาพเนื้อหา ข้อมูลสุขภาพ	เกร็ดความรู้ ทั่วไป	ให้ความรู้ ด้านสุขภาพ	กิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล	การตลาด สุขภาพ
28 ก.พ. 62	 <p>Silkarin Hospital 28 กุมภาพันธ์</p> <p>พริกน้ำปลา เค็มๆ หนอย ฮอยฮอย</p> <p>พริกน้ำปลา เป็นเครื่องดื่มที่ขาดไม่ได้ของใครหลายๆ คน และรู้หรือไม่ว่า เจ้าพริกน้ำปลาแหละ ของอร่อยที่กลายเป็นภัยร้ายต่อร่างกายของเรา</p> <p>พริกน้ำปลา 1 ช้อนชา มีโซเดียมถึง 500 มิลลิกรัมเลยทีเดียว! ... อู๋ห์แหม่ม</p> <p>คุณอาจสนใจกรมแพทยศาสตร์ Internal Medicine Specialist</p> <p>พริกน้ำปลา 1 ช้อนชา มีโซเดียมถึง 500 มิลลิกรัมเลยทีเดียว!</p> <p>โดยปกติแล้ว ปริมาณโซเดียมที่ คนรับประทานควรได้รับ ไม่เกิน 2000 มิลลิกรัมต่อวัน (โดยปกติแล้ว 1 ช้อนชา ของพริกน้ำปลา 4 – 5 ช้อนชา)</p>				

ตารางที่ 4.2: สัดส่วนประเด็นเนื้อหาที่ปรากฏจากการเก็บข้อมูลเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

ประเด็นเนื้อหาการสื่อสาร	จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็นร้อยละ
เกร็ดความรู้ทั่วไป	39	35.2
ให้ความรู้ด้านสุขภาพ	27	24.3
กิจกรรม	36	32.4
การตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น)	9	8.1
รวม	111	100

จากตารางที่ 4.1 และตารางที่ 4.2 พบว่า เนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏสูงที่สุด คือ เกร็ดความรู้ทั่วไป มีจำนวน 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล มีจำนวน 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.4 ถัดมา คือ ให้ความรู้ด้านสุขภาพ มีจำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.3 และน้อยที่สุด คือ การตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) มีจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.1

ภาพที่ 4.3: สัดส่วนเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏ



จากภาพที่ 4.3 สัดส่วนของเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

ประเด็นเกิดความรู้ทั่วไป พบว่า ในประเด็นเกิดความรู้ทั่วไปนั้นทางโรงพยาบาลให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งของการนำเสนอ จากการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2561 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2562 พบการนำเสนอเกิดความรู้ทั่วไปมากถึง 39 ครั้ง ซึ่งจุดประสงค์ของการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในประเด็นเกิดความรู้ทั่วไปนี้ กลุ่มเป้าหมายสามารถที่จะศึกษาข้อมูล เรียนรู้แนวทางการปฏิบัติตัวอย่างไรให้ห่างไกลจากโรคนั้น ๆ รวมถึงวิธีของการหลีกเลี่ยงอันตรายที่อาจเกิดจากการเข้าใจผิดในเรื่องของสุขภาพ เพื่อที่เมื่อสื่อสารออกไป จะทำให้ผู้รับสารสามารถนำไปสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ไม่ผิดพลาด

ตัวอย่างในประเด็นเกิดความรู้ทั่วไป

เรื่อง 5 สัญญาณเสี่ยงโรคระเพาะเหาะถาหมา สัญญาณเสี่ยงของโรคระเพาะนี้ สังเกตได้จากในเวลาที่เรามีอาการปวดท้อง อันเกิดมาจากการมีแผลในกระเพาะอาหาร อาจมีลักษณะอาการที่รู้ ๆ กันดีนั่นคือ อิ่มก็ปวด หิวก็ปวด ซึ่งอาการปวดของโรคระเพาะนั้น จะคล้ายคลึงกับการปวดท้องในแบบอื่น ๆ จนแทบแยกไม่ออกจะรู้ได้อย่างไรว่าเรากำลังเป็นโรคระเพาะ ลองมาตรวจดูจาก 5 สัญญาณเสี่ยงเกิดโรคระเพาะ (Sikarin Hospital, 2562)

ในเนื้อหาประเด็นเกิดความรู้ทั่วไปที่ทางผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างนี้ พบว่า มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพร่วมด้วย เช่น อาการปวดท้องแบบนี้ จะรู้ได้อย่างไรว่าเป็นโรคระเพาะ?

1) อาการปวดท้องแบบจุก ๆ แสบ ๆ เป็นลักษณะของอาการปวดที่จู้ ๆ ก็จัดขึ้นมาแล้วจู้ ๆ ก็หายไปตรงบริเวณเหนือสะดือ นั่นก็คือแฉว ๆ ลื่นปี่

- 2) เวลาที่หิว หรือเวลาที่อึดก็จะมีอาการปวดท้องทางฝั่งขวามือ อาจไม่ได้ทำให้เรา รู้สึกปวดมาก หากว่ากินยาลดกรดเข้าไปก็ยังพอช่วยบรรเทาอาการได้
- 3) มีอาการปวดแสบบริเวณท้อง บางครั้งก็จะเจ็บขึ้นมาถึงตรงลิ้นปี่ โดยไม่ได้เกี่ยวว่า เราจะท้องว่าง หรืออึดแล้ว
- 4) เมื่อเวลาที่เรานอนหลับก็มีอาการปวดท้องจนทำให้ต้องตื่น เป็นอาการที่เกิดขึ้น แบบไม่แน่นอน
- 5) มีอาการปวดท้องมาก ๆ จนอาจเกิดอาการข้างเคียง คือ อาเจียน หรือบางทีถึงขั้นที่ถ่ายเป็นเลือด (Sikarin Hospital, 2562)

และยังพบว่า มีประเด็นของการป้องกันโรค เช่น เมื่อรู้ตัวแล้วว่ากำลังเป็นโรคระเพาะ เราควรจะเริ่มต้นด้วยการดูแลตนเองดังนี้

- รับประทานอาหารให้ตรงเวลา
- รับประทานอาหารอ่อนที่ย่อยง่าย และควรเคี้ยวอาหารให้ละเอียด
- หลีกเลี่ยงสิ่งระคายเคืองต่อกระเพาะอาหาร เช่น ยาชุด ยาแก้ปวดข้อ ยาแก้ปวด แอสไพริน ยาที่มีสเตียรอยด์ น้ำอัดลม อาหารรสจัด เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อาหารหรือเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน เช่น ช็อกโกแลต ชา กาแฟ เป็นต้น
- งดสูบบุหรี่
- อาหารที่รับประทานในแต่ละมื้อไม่ควรมีปริมาณมากเกินไป
- ถ้าเครียดพยายามลดความเครียด เช่น ดูหนัง ฟังเพลง ทำสมาธิ การฝึกผ่อนคลาย กล้ามเนื้อ เป็นต้น
- หมั่นออกกำลังกาย

ถ้าปฏิบัติตามนี้แล้วอาการไม่ดีขึ้น ควรไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล เพื่อการตรวจวินิจฉัยที่แน่นอน (Sikarin Hospital, 2562)

เนื้อหาข้อมูลสุขภาพในประเด็นของเกร็ดความรู้ทั่วไป นอกจากจะให้ความรู้ในเรื่องของสุขภาพแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันตนเองจากโรคต่าง ๆ เพื่อที่ผู้รับสารสามารถจะนำความรู้ดังกล่าวนี้ ไปแชร์ต่อ เผยแพร่ต่อได้อย่างถูกต้อง และจากประเด็นเกร็ดความรู้ทั่วไปนี้ เป็นเรื่อง ที่ทางโรงพยาบาลได้การสนับสนุนข้อมูลจากศูนย์การแพทย์ มีการตรวจเนื้อหา ก่อนเผยแพร่ในสื่อ เฟซบุ๊ก เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากที่สุดโดยรับรองข้อมูลจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา ซึ่งทำให้ข้อมูลที่นำเสนอ นั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุดเพื่อช่วยใช้เป็นแนวทางในการ ป้องกันโรค บรรเทา และรักษาสุขภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบสัมภาษณ์ที่ทางผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ดังนี้

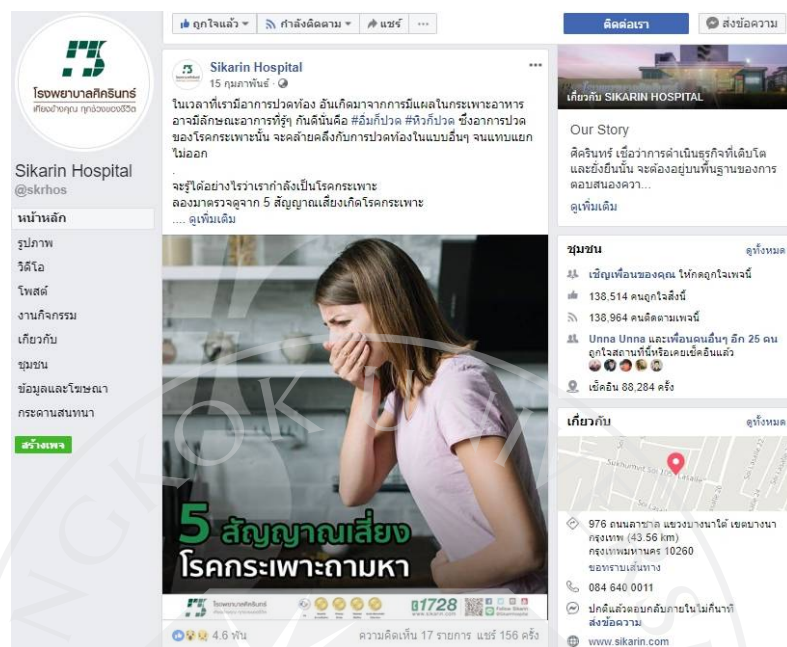
“ในการเลือกเนื้อหาจะต้องมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ มี Reference เพื่อที่จะสามารถนำมาเรียบเรียงใหม่ และให้ทางคณะแพทย์เป็นผู้ตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้งก่อนทำการเผยแพร่ในสื่อออนไลน์” (คุณภาเสก อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ในการจัดเตรียมข้อมูลทางทีม จะเลือกข้อมูลจาก Website ที่น่าเชื่อถือสูงสุด หรือบางครั้งก็มีการขอข้อมูลจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสาขานั้น ๆ ในแต่ละศูนย์การแพทย์เป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูล แล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายก่อนเผยแพร่” (คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธพ เลขานุการสำนักบริหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

ได้อธิบายว่า “เรามีการเลือกข้อมูลจาก Website ทางการแพทย์, บทความทางการแพทย์ และนิตยสารสุขภาพ ซึ่งจะมีการคัดเลือกเนื้อหาโดยนำมาเปรียบเทียบจากเนื้อหาของหลาย ๆ แหล่งข้อมูล นำมาสรุปให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย เรียบเรียงใหม่ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหาของผู้รับสาร และต้องมีการรับรองข้อมูลก่อนนำไปเผยแพร่โดยแพทย์ก่อนทุกครั้ง” (คุณณัฐธนิชา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยเห็นว่า เนื้อหาข้อมูลในประเด็นของเกร็ดความรู้ทั่วไปนั้น ทางผู้สื่อสารไม่ได้มุ่งไปในเรื่องของทำให้ความรู้ทั่วไปเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสอดแทรกความรู้ในเรื่องของสุขภาพ และการป้องกันโรคเข้าไปด้วย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหา และมีความรู้ ความเข้าใจต่อโรคนั้น ๆ โดยที่สามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตจริงได้ เพื่อให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ปราศจากโรคต่าง ๆ และใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 4.4: ตัวอย่างเนื้อหาเกร็ดความรู้ทั่วไป



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

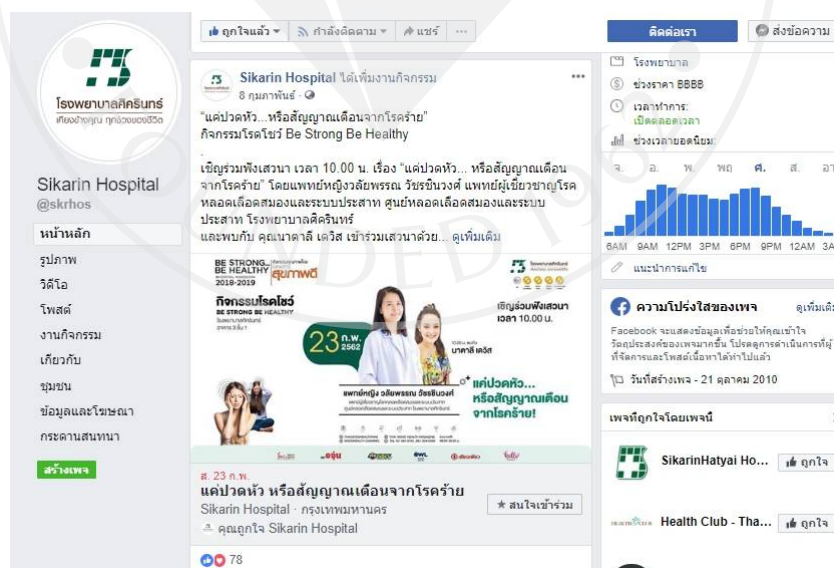
ประเด็นของกิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล พบว่า ประเด็นของกิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาลนี้เป็นประเด็นรองลงมาจาก ประเด็นเกร็ดความรู้ทั่วไป ทางโรงพยาบาลให้ความสำคัญในเรื่องของกิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล โดยสังเกตจากคอนเทนต์ของกิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่ามีมากถึง 36 ครั้ง ที่ปรากฏในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) โดยที่ในกิจกรรม จะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพทั้งสิ้น ที่มีการเชิญชวนให้ลูกค้าที่เป็นลูกค้าของโรงพยาบาลเอง หรือผู้ที่สนใจในละแวกกรุงเทพ และสมุทรปราการ ได้มีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมที่ทางโรงพยาบาลจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างโรงพยาบาลและผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเห็นว่า เนื้อหาของการจัดกิจกรรม เป็นเรื่องของสุขภาพที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวในแต่ละครั้งของโรงพยาบาล จะได้รับประโยชน์ในเรื่องของการดูแลสุขภาพมากมาย โดยมีการเชิญชวนผ่านเฟซบุ๊ก และมีการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมผ่านเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล รวมถึงการติดโปสเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวในโรงพยาบาลด้วย รวมถึงวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางโรงพยาบาลได้มีการนำเสนอผ่านสื่อเฟซบุ๊ก โดยที่ทางผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างของกิจกรรมที่จัดในโรงพยาบาล

หัวข้อของกิจกรรม “Be Strong Be Healthy แคंपวดหัว หรือสัญญาณเตือนจากโรคร้าย” โดยมีการบรรยายให้ความรู้โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ร่วมกับดารานักแสดงที่เชิญมาเป็นแขกรับเชิญพิเศษ ซึ่งกิจกรรมในครั้งนี้ เป็นกิจกรรมที่พูดถึงเรื่องของโรคทางสมอง ให้ความรู้โดย พญ.วลัยพรรณ วัชรชินวงศ์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญโรคหลอดเลือดสมองและระบบประสาท ศูนย์หลอดเลือดสมองและระบบประสาท โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) แขกรับเชิญพิเศษ คุณนาตาลี เดวิส เข้าร่วมเสวนาในครั้งนี้ด้วย (Sikarin Hospital, 2562)

จากกิจกรรมดังกล่าวที่ยกตัวอย่างนี้ จะเห็นได้ว่า ทางโรงพยาบาลได้ให้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาของศูนย์การแพทย์นั้น ๆ เป็นผู้บรรยาย และการันตีถึงข้อมูลที่ถูกต้อง ทำให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความมั่นใจในการได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางของการป้องกันโรคได้อย่างสูงสุด รวมถึงยังมีการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีโอกาสซักถามในสิ่งที่สงสัยหรือรายละเอียดต่าง ๆ ที่ต้องการรู้กับแพทย์โดยตรง ซึ่งก็จะยิ่งสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มากยิ่งขึ้น

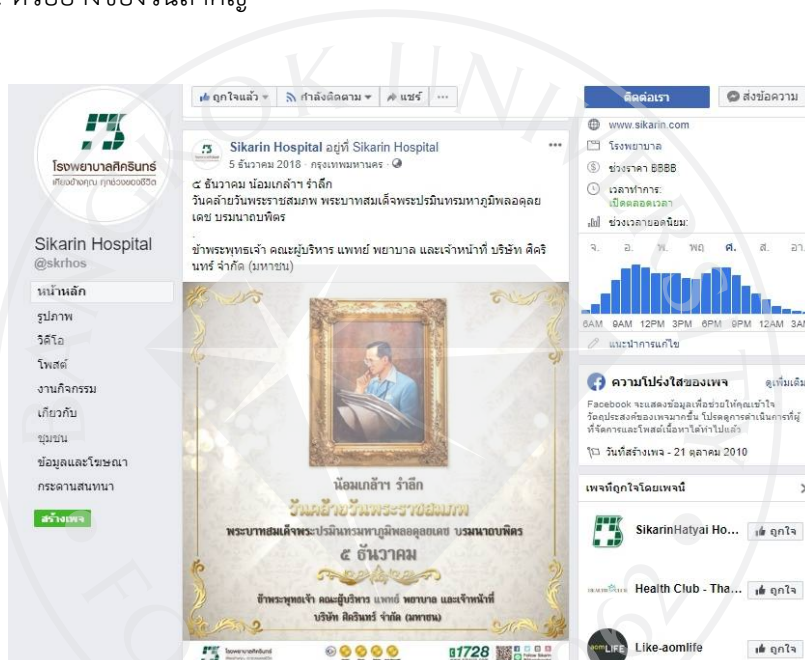
ภาพที่ 4.5: ตัวอย่างกิจกรรมที่จัดในโรงพยาบาล



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

ในวันสำคัญ ทางโรงพยาบาลให้ความสำคัญค่อนข้างมาก จากการเก็บข้อมูล พบว่ามีคอนเทนต์การสื่อสารวันสำคัญที่เผยแพร่ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการรับรู้ของผู้รับสารในแง่ของการระลึกถึงการตระหนักถึงวันสำคัญ เช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เป็นการเผยแพร่การสื่อสารที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นชาวไทย ที่มีการนับถือศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ เพื่อให้เกิดเป็นประเพณีอันดีงาม หรือการน้อมรำลึก วันคล้ายวันพระราชสมภพของพระมหากษัตริย์ เพื่อแสดงถึงความจงรักภักดี เป็นต้น

ภาพที่ 4.6: ตัวอย่างของวันสำคัญ



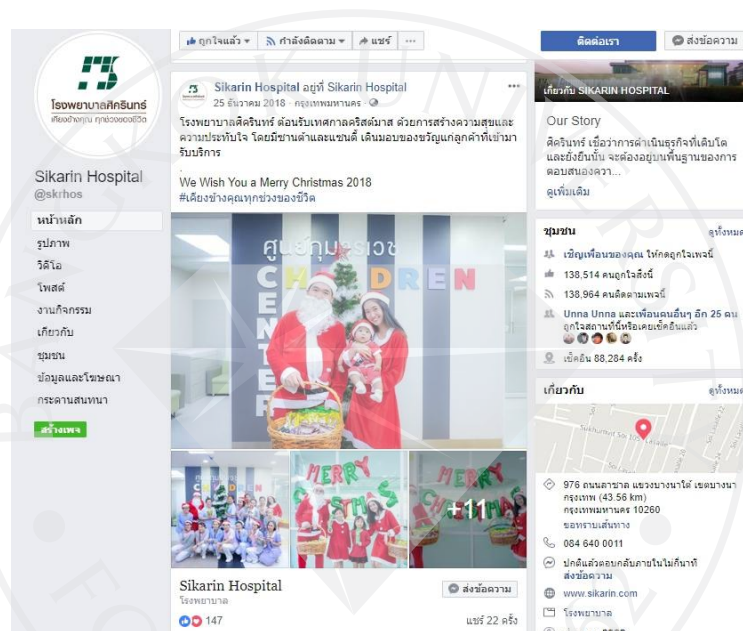
ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

ตัวอย่างของเทศกาล

ในเทศกาลต่าง ๆ ทางโรงพยาบาลมีการเผยแพร่คอนเทนต์ของแต่ละเทศกาล โดยจากการเก็บข้อมูล พบว่า ในช่วงเทศกาล ทางโรงพยาบาลจะให้เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิญชวนผู้รับบริการให้มีส่วนร่วมในเทศกาลนั้น ๆ เช่น เทศกาลคริสต์มาส ใช้เจ้าหน้าที่แต่งตัวเป็นซานตาคลอส เดินแจกของขวัญให้กับลูกค้าของโรงพยาบาลในแต่ละศูนย์การแพทย์ และผู้มารับบริการในโรงพยาบาล เพื่อให้เกิดความประทับใจ และเป็นการสร้างรอยยิ้ม ความสุขต่อลูกค้าและผู้รับบริการ โดยเผยแพร่รูปภาพในสื่อเฟซบุ๊ก เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงพยาบาลได้อีกด้วย

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า นอกจากจะมีประเด็นในเรื่องของเทศกาลแล้ว จะเห็นได้ว่ามีอีก 1 ประเด็นที่สอดแทรกในเรื่องของเทศกาลด้วย นั่นก็คือ กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และโรงพยาบาลจากการที่เจ้าหน้าที่เข้าไปพบปะพูดคุยกับลูกค้า หรือผู้รับบริการในโรงพยาบาล สามารถนำไปสู่การมีสุขภาพจิตที่ดีในตัวของลูกค้าและผู้มารับบริการเอง ทั้งยังช่วยพัฒนาระบบ ส่งเสริมสุขภาพในประเด็นอื่น ๆ ได้ในอนาคตต่อไป

ภาพที่ 4.7: ตัวอย่างเทศกาลคริสต์มาส



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เนื้อหาข้อมูลในประเด็นของกิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาลนี้ นอกจากจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรแล้ว ยังสอดแทรกการพัฒนากระบวนการพัฒนาระบบสุขภาพในด้านต่าง ๆ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างตัวผู้รับบริการ และโรงพยาบาลได้อย่างดี เพราะนอกจากจะเป็นคอนเทนต์ที่น่าเสนอในเรื่องของกิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล ต่าง ๆ แล้ว ยังเป็นเสมือนแหล่งข่าวที่ผู้รับสารสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วม บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสนใจ ใฝ่วิจัย นำไปสู่การพัฒนากระบวนการสุขภาพและความสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบสัมภาษณ์ที่ทางผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ดังนี้

“ในประเด็นของกิจกรรม ทางโรงพยาบาลมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว นอกจากผู้ที่ร่วมกิจกรรมจะได้รับความรู้ในเรื่องของสุขภาพ ยังได้พบปะกับแพทย์ประจำของแต่ละศูนย์การแพทย์ที่เปิดโอกาสให้ถาม-ตอบเกี่ยวกับโรคในหัวข้อของการเสวนาแต่ละครั้งได้ ส่วนวันสำคัญ ที่ทางโรงพยาบาลสื่อสารออกไป เพื่อเป็นแสดงให้เห็นถึงองค์กรให้ความสำคัญต่อวันสำคัญต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม รวมถึงการสื่อให้เห็นถึงความเอาใจ ที่ไม่ใช่เอาใจใส่ในส่วนของการรักษาเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราด้วย หรือ แม้แต่เทศกาล ก็มีการสื่อสารออกไปเพื่อให้ผู้รับสารได้เห็นเห็นว่า ทางโรงพยาบาลก็มีการจัดกิจกรรมในเทศกาลนั้น ๆ ทำให้คนข้างนอกไม่รู้สึกว่า ที่นี่คือโรงพยาบาลที่มีแต่หมอและพยาบาลเท่านั้น ไม่ใช่สถานที่ที่เพียงแค่อำนาจ แต่ยังให้ความสำคัญที่ส่งผลต่อสุขภาพจิตของผู้ป่วย สร้างรอยยิ้มให้แก่ผู้ป่วยได้ องค์กรเองก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดีเช่นกัน”

(คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธ์ เลขานุการสำนักบริหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ผู้ใช้บริการ หรือลูกค้ามีการให้ความสนใจกับกิจกรรมที่ทางโรงพยาบาลจัดขึ้นเป็นอย่างมาก หลาย ๆ ครั้งที่มีการสอบถามเข้ามาในช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Line หรือ Chat ผ่าน In Box เพื่อขอเข้าร่วมกิจกรรม ทำให้เห็นว่า การสื่อสารในประเด็นของกิจกรรมมีผลตอบรับที่ดีมาก และประเด็นของวันสำคัญ หรือในช่วงเทศกาล ในการสื่อสารคอนเทนต์ออกไป ก็จะทำให้เห็นว่ามีคนแชร์ เผยแพร่ต่อส่งผลให้องค์กรเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้าง ทั้งยังมีการ Comment แสดงความรู้สึกต่าง ๆ องค์กรเองก็จะได้รับประโยชน์จากการที่มีลูกค้าหรือผู้รับบริการมา Comment โดยการนำไปปรับปรุงในเรื่องระบบสุขภาพต่าง ๆ ได้ต่อไป” (คุณณัฐธิดา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

จากการสัมภาษณ์นี้ทางผู้วิจัยเห็นว่า ในประเด็นของกิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาลนี้ ทางผู้สื่อสารมีการใช้คอนเทนต์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กร และตัวของผู้บริโภคที่เป็นทั้งผู้รับบริการ ผู้ป่วย หรือแม้แต่ผู้ที่สนใจทั่วไปเอง ก็สามารถที่จะเข้าถึงการสื่อสารได้ง่าย อีกทั้งยังเกิดการเรียนรู้เพื่อทำความรู้จักองค์กร ได้รับความรู้ทั้งในเรื่องของการดูแลสุขภาพ วันสำคัญต่าง ๆ และเทศกาล ที่สามารถมีส่วนร่วมได้ องค์กรเองก็ได้สื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพ พบว่า มีการสื่อสารในประเด็นของการสื่อสารแนวให้ความรู้ด้านสุขภาพ ร่องลงมาจากประเด็นกิจกรรม วันสำคัญ และเทศกาล ซึ่งในประเด็นของการให้ความรู้ด้านสุขภาพนี้ สามารถโยงไปในส่วนที่เป็นประเด็นของเกร็ดความรู้ทั่วไป และกิจกรรม วันสำคัญ เทศกาล รวมถึงหลาย ๆ ประเด็นของการสื่อสาร ซึ่งจะเห็นได้ว่า ทางโรงพยาบาลสื่อสารประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพ มีจำนวน 27 ครั้ง แม้จะไม่ใช่ประเด็นที่ทางโรงพยาบาลสื่อสารบ่อยมากนัก แต่ก็ยังเป็นประเด็นสำคัญของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพสำหรับโรงพยาบาล เพื่อให้เห็นถึงการจัดการข้อมูล

การสื่อสารที่ดี มีคุณภาพ ครบถ้วน ถูกต้อง มีการรับรองจากแพทย์จริง ๆ เป็นการนำเสนอเนื้อหาความรู้ด้านสุขภาพไปยังกลุ่มเป้าหมาย และผู้บริโภคที่สนใจศึกษาเรื่องสุขภาพ รู้ถึงวิธีการป้องกัน การรักษา การหลีกเลี่ยงอันตรายต่าง ๆ และการดูแลตัวเอง รวมถึงคนในครอบครัว เพื่อให้เป็นแนวทางของการมีสุขภาพที่ดี

ตัวอย่างของประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพ

เรื่อง “4 โรคต่อ โรคตาที่ไม่ควรมองข้าม” “ดวงตา” เป็นอวัยวะที่สำคัญ เป็นอวัยวะที่เราใช้มากเป็นอันดับต้น ๆ ในแต่ละวันส่งผลให้เกิดความเสื่อมตามกาลเวลา รวมถึงปัจจัยภายนอกต่าง ๆ จนทำให้สูญเสียความสวยงาม และเป็นอุปสรรคต่อการมองเห็น (Sikarin Hospital, 2562)

จากประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพที่ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างนี้ พบว่า มีการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) ร่วมด้วย เช่น โปรแกรมตรวจสุขภาพ Perfect Checkup โดยเป็นลิงค์ที่สามารถคลิกเพื่อนำไปสู่ Website ของโรงพยาบาลในหน้าของโปรแกรมตรวจสุขภาพต่าง ๆ ที่มีหลากหลายให้เลือกตามความต้องการของแต่ละบุคคลด้วยโปรแกรมที่ครอบคลุมการตรวจ สามารถสั่งซื้อแพ็กเกจได้จากหน้า Website ได้ทันที

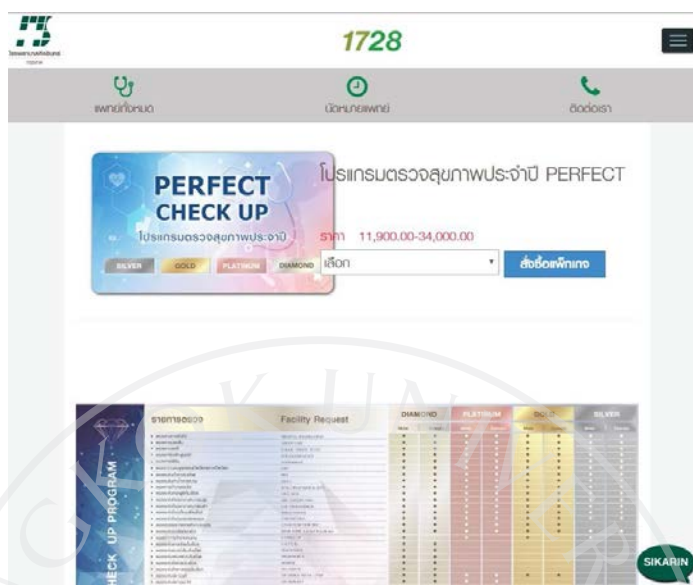
นอกจากนี้ยังพบว่า ที่ผู้สื่อสารใช้คอนเทนต์ที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ที่สื่อสารผ่านรูปภาพ การ์ตูน หรือการใช้ Infographic อธิบายถึงลักษณะอาการของโรคต่าง ๆ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจถึงการสื่อสารนั้น ๆ และเข้าใจถึงลักษณะอาการของโรคนั้น ๆ ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 4.8: ตัวอย่างประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพ



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

ภาพที่ 4.9: ตัวอย่าง Website ของโรงพยาบาลในการสั่งซื้อแพ็คเกจตรวจสุขภาพ



ที่มา: Sikarin Hospital. (2562). เว็บไซต์โรงพยาบาลศิริรินทร์. สืบค้นจาก <http://www.sikarin.com/>.

ภาพที่ 4.10: ตัวอย่างการสื่อสารผ่านการ์ตูนในการให้ความรู้ด้านสุขภาพ



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

เนื้อหาข้อมูลในประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพ นอกจากจะมีประเด็นของเกร็ดความรู้ทั่วไป และการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) ร่วมด้วยแล้ว เป็นประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพที่ไม่ได้นำเสนอ ข้อมูลที่เป็นวิชาการมากเกินไป โดยมีการใช้วิธีการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย การใช้ภาษา ที่สั้น กระชับ ไม่ยาวเยิ่นเย้อ การนำเสนอเนื้อหาแนวนี้ ส่งผลให้ผู้บริโภค หรือผู้รับสาร สามารถทำ ความเข้าใจกับโรคนั้น ๆ ได้ง่าย ทั้งยังสามารถนำไปเป็นแนวทางของการป้องกันโรคที่อาจเกิดขึ้น หรือเป็นแนวทางของการรักษาสำหรับผู้ป่วยโรคนั้น ๆ อยู่แล้ว เพื่อใช้ประกอบกับการรักษา และการดูแลตัวเองเพื่อไม่ให้เกิดโรคนั้นซ้ำ ๆ ได้อีก

ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบสัมภาษณ์ที่ทางผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ สื่อสาร ดังนี้

“นำเสนอเนื้อหาผ่านทาง Online Platform เป็นหลัก โดยเฉพาะในเฟซบุ๊ก และยังมีใน ช่องทาง Line@ และ Twitter ที่เป็น Platform ที่ทางโรงพยาบาลกำลังศึกษาเพื่อนำเสนอข้อมูล สุขภาพอยู่ในขณะนี้ ซึ่งจะต้องมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และนำมาปรับใช้เพื่อนำเสนอ เนื้อหาสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค” (คุณณัฐธิดา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่ วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ทางโรงพยาบาลเน้นแนวทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ง่าย เข้าใจง่าย และรู้สึกว่ ึ่งเรื่องที่สื่อสารออกไปนั้น ไม่ได้เป็นเรื่องที่ไกลตัว แต่เป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถเรียนรู้ ศึกษาและนำไป ปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางของการป้องกันโรคได้ หรือคนที่ยังไม่รู้จักโรคนั้น ๆ ก็จะสามารถทำความเข้าใจโรคดังกล่าวได้ง่าย เช่น การออกแบบ Art Work เป็นตัวการ์ตูน มีรูปภาพประกอบอย่างชัดเจน และเน้นสีสันสดใสน่ารัก ให้ผู้บริโภคได้เข้าใจเนื้อหาทางการแพทย์นั้น ไม่ได้น่ากลัวเสมอไป” (คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธ์ เลขานุการสำนักบริหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นของให้ความรู้ด้านสุขภาพ ผู้วิจัยได้ถามเพิ่มเติมจาก คำถามสัมภาษณ์และได้รับความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้

“เนื้อหาในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพของประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพนั้น เราจะใช้ภาษา ที่ไม่ได้เป็นทางการ แต่จะเป็นการเรียบเรียงใหม่ ให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย สลับกับใช้ภาษาทาง การแพทย์ที่เข้าใจง่าย แต่ยังคงความเป็นข้อมูลในเชิงลึกอยู่ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเกิดความสนใจใน Content นั้น ๆ” (คุณภาสกร อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“หากพูดถึงความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้ความรู้ด้านสุขภาพ ยกตัวอย่างเช่น โรคยอดฮิต โรคระบาด จะมีการออกแบบ Content ให้น่าสนใจโดยใช้ภาพประกอบเป็นการ์ตูน หรือ Infographic ที่สื่อสารเรื่องราวของโรคที่เป็นกระแสในช่วงนั้น ๆ หรือโรคระบาดที่กำลังเกิดขึ้น ให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้บริโภคเองมีแนวทางในการป้องกันโรค และสามารถศึกษา ทำความรู้อีก

กับโรคได้มากยิ่งขึ้น” (คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธ์พ เลขานุการสำนักบริหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“สิ่งที่ทำให้เนื้อหาข้อมูลสุขภาพมีความน่าสนใจนั้น ต้องเป็นเรื่องที่ไม่ได้ไกลตัวผู้บริโภคเกินไป เป็น Content ที่เข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ง่าย ด้วยภาษาที่กระชับ ไม่เป็นทางการมากนัก แต่ข้อมูลก็ต้องไม่ผิดไปจากข้อมูลเดิม เพียงแค่การเรียบเรียงให้มีความน่าสนใจของการใช้คำให้มากขึ้น ระวังในการใช้คำที่จะสื่อสารออกไปก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด เพราะเราเป็นโรงพยาบาล การสร้างความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผู้บริโภคจะสนใจในเนื้อหาที่ผู้บริโภคเองสามารถเอาไปเผยแพร่ต่อได้ หรือแม้แต่เอาไปใช้เป็นหลักของการป้องกันโรค การปรับตัวเมื่อต้องเผชิญกับโรคนั้น ๆ ในกรณีที่เป็นช่วงที่มีโรคระบาด ก็ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ไม่ว่าจะเรื่องของการรับประทานอาหาร และการดูแลตัวเองเมื่อเกิดโรคนั้นกับตัวเอง เพราะสิ่งที่โรงพยาบาลสื่อสารออกไป ผู้บริโภคมีความคาดหวัง หวังที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ในการที่จะนำไปปรับใช้กับตัวเอง หรือใช้ดูแลคนในครอบครัวได้” (คุณณัฐธัญญา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

ผู้วิจัยยังได้ถามต่อในคำถามสัมภาษณ์และได้คำอธิบายเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ดังนี้

“กลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลสำหรับการสื่อสารข้อมูลสุขภาพนั้น คือ ทุกเพศ ทุกวัย ที่ต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพ โดยเฉพาะประชาชนที่อาศัยในแถบจังหวัดสมุทรปราการ และในรัศมีห่างจากโรงพยาบาลไม่เกิน 10 กิโลเมตร” (คุณพลอยพรรณ วิเศษสินธ์พ เลขานุการสำนักบริหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“กลุ่มเป้าหมาย เป็นบุคคลทั่วไป ที่มีการใช้สื่อ Social Media อยู่เป็นประจำ และมีการติดตามเพจบุ๊กของโรงพยาบาลศิรินครินทร์อยู่แล้ว ก็นับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของเราในการที่จะสื่อสารข้อมูลสุขภาพออกไป เพื่อให้เกิดการแชร์ต่อ เผยแพร่ข้อมูลต่อ ขยายวงกว้างต่อไปได้ หรือกลุ่มคนเฉพาะที่มักเจ็บป่วย หรือกลุ่มคนที่ต้องการดูแลสุขภาพให้ดีขึ้น ก็เป็นเป้าหมายของเราเช่นกัน” (คุณภาสกร อยู่สุขชี ผู้จัดการบริหารส่วน Platform, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

“ปัจจุบันประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทางโรงพยาบาลจึงจะเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นหลัก โดยจะเลือกจำกัดกลุ่มเป้าหมายในแถบกรุงเทพ และสมุทรปราการ รวมถึงปริมณฑลเป็นหลัก” (คุณณัฐธัญญา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นให้ความรู้ด้านสุขภาพนี้ ทางผู้วิจัยเห็นว่า ทางผู้สื่อสารให้ความสำคัญต่อการเรียบเรียงข้อมูล จากข้อมูลเดิมเป็นอย่างมาก เพื่อไม่ให้เกิดการสื่อสารออกไปเกิดความผิดพลาด หรือเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ และทุก ๆ เนื้อหาข้อมูลในเรื่องของสุขภาพ

นั้น จะต้องได้รับการรับรองจากแพทย์แต่ละศูนย์เพื่อเป็นการการันตีถึงข้อมูลที่ต้องการ ครบถ้วนมากที่สุด เช่นเดียวกับการสื่อสารข้อมูลในประเด็นเกร็ดความรู้ทั่วไปที่ต้องมีการส่งให้แพทย์ตรวจเพื่อยืนยันความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลก่อนมีการเผยแพร่สู่ช่องทาง Online ใน เฟซบุ๊กของโรงพยาบาล โดยที่เนื้อหาของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพนั้น ๆ จะต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ๆ ของโรงพยาบาลได้อย่างง่าย ไม่เยิ่นเย้อยืดเยื้อ หรือเข้าใจยาก ซึ่งข้อมูลที่เข้าใจง่ายก็จะทำให้ผู้รับสารเองได้รับความรู้ ข้อมูลทางการแพทย์ที่ถูกต้อง เพื่อนำไปสร้างเสริมให้ชีวิตห่างไกลโรค และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ ด้วยสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เฟซบุ๊กมีส่วนช่วยให้ระบบสุขภาพของสังคมดีขึ้นได้จาก Content ที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย คนในสังคมก็จะสามารถดูแลตัวเองได้เบื้องต้น เฟซบุ๊กจึงเป็นปรากฏการณ์แรกที่คนในสังคมจะนึกถึง และเข้ามาหาความรู้ทางการแพทย์ต่าง ๆ เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาระบบสุขภาพให้ดีกว่าเดิมต่อไป

ประเด็นการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) พบว่า การตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) ที่ทางโรงพยาบาลสื่อสารในสื่อเฟซบุ๊ก เป็นการสื่อสารเนื้อหาสุขภาพที่น้อยที่สุด จากการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2562 มีจำนวน 9 ครั้งเท่านั้น ซึ่งจากการศึกษาเนื้อหาการสื่อสารในประเด็นของการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) นี้ ทางโรงพยาบาลไม่ได้เน้นเป็นพิเศษ แต่ก็ทำการสื่อสารออกไปตามความเหมาะสม หรือสื่อสารแฝงไปกับการเขียน Content ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น ประเด็นของกิจกรรม วันสำคัญ เทศกาล ดังตัวอย่างนี้

ตัวอย่างประเด็นการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น)

เรื่องเทศกาลวาเลนไทน์ “วาเลนไทน์ปีนี้ มามอบสุขภาพให้คนที่คุณรักกัน” การตรวจสุขภาพประจำปี จะสามารถตรวจพบความผิดปกติได้ตั้งแต่ระยะเริ่มแรก ความรุนแรงหรือการลุกลามของโรคที่พบจะไม่มากเพื่อทำการวางแผนในการรักษาและป้องกันภาวะแทรกซ้อนจากโรคต่าง ๆ หรือบางโรคอาจเพิ่มโอกาสในการรักษาโรคให้หายขาดได้ (Sikarin Hospital, 2562)

จากตัวอย่างในประเด็นการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) จะเห็นได้ว่า ทางโรงพยาบาลได้มีการสื่อสารโดยใช้ประเด็นของกิจกรรม วันสำคัญ เทศกาล มาเชื่อมโยงให้เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการสื่อสาร เพื่อให้ทราบถึง แพ็กเกจการตรวจสุขภาพ ที่สื่อออกไปว่า การตรวจสุขภาพ ก็เพื่อเป็นการตรวจคัดกรองโรคที่อาจเกิดขึ้นได้ เป็นการป้องกัน หรือตรวจรักษา หากพบเจอโรค ซึ่งผู้รับสารอาจจะไม่ได้ต้องการตรวจสุขภาพ แต่สามารถซื้อแพ็กเกจตรวจสุขภาพนี้ให้กับญาติ เพื่อน แฟน หรือคนที่รักก็ได้

และยังพบว่า ยังมีการใช้ประเด็นเกร็ดความรู้ทั่วไป เช่น “ผลการตรวจสุขภาพบอกอะไรได้บ้าง?”

ซึ่งผลของการตรวจสอบสุขภาพนี้ จะนำไปตรวจค้นหาความเสี่ยงของการเป็นโรคต่าง ๆ เช่น การมีระดับน้ำตาลในเลือดสูงบ่งบอกเป็นโรคเบาหวาน ดูการทำงานของไตที่ผิดปกติบ่งบอกถึงภาวะไตเสื่อมหรือไตวาย ดูความผิดปกติการทำงานของตับ ค่าสูงกว่าปกติแสดงถึงภาวะตับผิดปกติหรือบ่งบอกถึงโรคต่าง ๆ เช่น โรคตับอักเสบ ตับแข็ง ดูปัจจัยเสี่ยงตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของโรคหัวใจและหลอดเลือด ป้องกันการเกิดเส้นเลือดอุดตัน กล้ามเนื้อหัวใจพิการ ถ้าไม่รีบรักษาอาจทำให้เสียชีวิตหรืออัมพาตตรวจหาความเสี่ยงในการเป็นมะเร็ง เพื่อป้องกันการเสียชีวิต เช่น มะเร็งต่อมลูกหมาก มะเร็งเต้านม มะเร็งทางนรีเวช มะเร็งลำไส้ มะเร็งกระเพาะอาหาร และตรวจหาความเสี่ยงต่อการเป็นโรคอื่น ๆ เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเก๊าท์ โรคกระดูกพรุน นิวในระบบทางเดินปัสสาวะ การติดเชื้อมีจุดหรือก้อนที่ปอด และโรคอื่น ๆ (Sikarin Hospital, 2562)

เนื้อหาของการสื่อสารประเด็นของการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชัน) นี้ นอกจากจะทำให้ผู้รับสารได้รับรู้ถึงแพ็คเกจ และโปรโมชันต่าง ๆ ของโรงพยาบาลแล้ว ยังได้ในเรื่องของความรู้ด้านสุขภาพต่าง ๆ ที่โยงไปยังการขายแพ็คเกจ หรือการแจ้งโปรโมชัน ของโรงพยาบาลได้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือก พิจารณาตามความเหมาะสม เป็นอีกแนวทางของการแนะนำองค์กร ในเรื่องของเครื่องมือแพทย์ เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์และสุขภาพ และยังแฝงไปด้วยความรู้ในการป้องกันตัวเองให้ห่างไกลจากโรค

นอกจากนี้ เนื้อหาประเด็นการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชัน) อาจหมายถึง การโฆษณาโรงพยาบาล ศักยภาพของโรงพยาบาลที่มีต่อการรักษา มีศูนย์การแพทย์เฉพาะทางที่สามารถให้บริการผู้ป่วยได้อย่างครบครัน ซึ่งก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพได้เช่นเดียวกัน และด้วยโรงพยาบาลเอกชน มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว การทำการตลาดด้วยการออกแพ็คเกจ โปรโมชัน สามารถช่วยดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคสายสุขภาพได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การตลาดในสายสุขภาพก็ยังมีจุดประสงค์เพื่อดึงดูดแพทย์เก่ง ๆ และมีชื่อเสียง ให้มาเป็น “แม่เหล็ก” ในการดึงดูดผู้บริโภค โรงพยาบาลจึงต้องมีการคิด การตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชัน) ออกมาเรื่อย ๆ เมื่อเป็นการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งสอดคล้องกับคำถามสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้ถามว่า “ในฐานะที่เป็นสื่อสารการตลาดของโรงพยาบาล มีแนวทางอย่างไรในการนำเสนอเนื้อหาการตลาดที่เป็นแพ็คเกจ และโปรโมชัน”

คุณภาเสก อยู่สุขชี ผู้จัดการส่วนบริหาร Platform (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562) ได้อธิบายว่า “การนำเสนอแพ็คเกจ และโปรโมชัน จะมีการประชุมเพื่อกำหนดการออกแบบแพ็คเกจ และโปรโมชัน ซึ่งจะต้องผ่านการอนุมัติจากฝ่ายบริหารก่อน ถึงจะสามารถเผยแพร่รายการของแพ็คเกจ และโปรโมชันได้”

คุณณัฐธัญญา พุ่มพวง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์การตลาดอาวุโส (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562) ได้กล่าวว่า “แนวทางของการนำเสนอแพ็คเกจ โพรโมชัน ต้องมีการสำรวจตลาด คู่แข่ง เพื่อที่จะสามารถวางแผนการออกแบบแพ็คเกจ โพรโมชัน เพื่อทำ Plan นำเสนอต่อฝ่ายบริหาร การทำแพ็คเกจ โพรโมชัน ในระบบบริการสุขภาพ ในบางครั้งก็จะวาง Plan ในช่วงของเทศกาล, วันสำคัญ, ระยะเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโรค หรือตามที่ฝ่ายบริหารต้องการให้นำเสนอแพ็คเกจ โพรโมชันในระยะเวลาสั้น ๆ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค แพ็คเกจ โพรโมชันที่จะเผยแพร่ ออกไปนั้น ต้องสามารถเปลี่ยน สลับ หมุนเวียนได้ เช่น วัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ ที่จะต้องมีการทำ แพ็คเกจ และโพรโมชัน เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเสี่ยง เป็นต้น”

คุณพลอยพรรณ วิเศษสินรพ เลขานุการสำนักบริหาร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562) ได้กล่าวว่า “ฝ่ายบริหารจะมีการเรียกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประชุม เพื่อกำหนดทิศทาง และแนวทางของการออกแพ็คเกจ และโพรโมชัน เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และดู ระยะเวลาที่เหมาะสมของการทำแพ็คเกจ โพรโมชัน ให้สอดคล้องกับช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ฤดูที่เสี่ยงต่อ การเกิดโรค อย่างฤดูฝน ที่จะมีผู้ป่วย ทั้งในเด็กเล็ก ไปจนถึงผู้ใหญ่ ที่มักป่วยด้วยอาการไข้หวัดใหญ่ ทางโรงพยาบาลก็จะทำแพ็คเกจการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่สำหรับผู้ป่วยที่เป็นกลุ่มเสี่ยง ของโรคไข้หวัดใหญ่ หรือการออกแพ็คเกจ และโพรโมชันสำหรับตรวจสุขภาพประจำปี ที่จะต้องมี แพ็คเกจออกมาทุกปี ก็เพื่อเป็นทางเลือกและให้สิทธิพิเศษกับผู้บริโภคหรือลูกค้านั่นเอง”

จากประเด็นการสัมภาษณ์ในประเด็นการตลาด (แพ็คเกจ, โพรโมชัน) ผู้วิจัยเห็นว่า ทางผู้ สื่อสารไม่ได้เน้นการสื่อสารในเรื่องของการตลาด (แพ็คเกจ, โพรโมชัน) มากนัก สังเกตได้จากข้อมูลที่ได้ ตลอดเวลาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงกุมภาพันธ์ 2562 เป็นเวลา 4 เดือน พบว่า มีการนำเสนอในเรื่องของการตลาด (แพ็คเกจ, โพรโมชัน) จำนวน 9 ครั้งเท่านั้น แต่จะเป็นการ สื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของการตลาด (แพ็คเกจ, โพรโมชัน) ในช่วงที่มีเทศกาล, วันสำคัญ ตามที่ได้ สัมภาษณ์ผู้ทำสื่อสารได้ให้สัมภาษณ์ไว้ เช่น ในเทศกาลปีใหม่ และเทศกาลวาเลนไทน์ ที่มีการออก แพ็คเกจตรวจสุขภาพ สำหรับมอบให้คนที่รัก ที่ทางโรงพยาบาลสื่อสารเชิญชวนให้ผู้บริโภคได้รับรู้ เรื่องของแพ็คเกจผ่านสื่อในเฟซบุ๊ก โดยระบุระยะเวลาของแพ็คเกจ ราคา รายการตรวจ เป็นต้น

ภาพที่ 4.11: ตัวอย่างประเด็นการตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)





ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

4.3 ส่วนที่ 3: ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)



จากการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) พบว่า มีรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพที่ปรากฏ ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3: รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริราช (กรุงเทพ) ตั้งแต่ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
1 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital ฮุ้ตี่ Sikarin Hospital 1 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>รู้ดี! ศิริราชฯเรามีเครื่องตรวจแมมโมแกรมดิจิทัล 3 มิติ</p> <p>ข้อดีของการตรวจเครื่องแมมโมแกรมดิจิทัล 3 มิติ นอกจากช่วยในการตรวจหาความผิดปกติได้เร็วขึ้นแล้ว ยังสามารถมั่นใจได้ว่าได้รับปริมาณรังสีต่ำ และให้ผลถูกต้องแม่นยำ โดยระยะเวลาในการตรวจสั้น</p> <p>เห็นข้อดีแบบนี้แล้ว ถึงเวลาแล้วหรือยัง ที่ผู้หญิงควรเข้ารับการตรวจรังสีทรวงอกแมมโมแกรมทุก ๆ ปี เพราะ "มะเร็งเต้านม รุ้เร็ว รักษาทัน" ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>บริการรังสีเต้านม</p> <p>3 มิติแมมโมแกรม</p> <p>รังสีเต้านม ในทรวงอกน้อย</p>			
2 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital ฮุ้ตี่ Sikarin Hospital 2 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>ขอเชิญผู้สนใจ เข้าร่วมกิจกรรมโรดโชว์ BE STRONG BE HEALTHY โดยมีกิจกรรมดัง ภายมา</p> <p>พบกับทีมผู้เชี่ยวชาญ "เบาหวาน" กับเรียนรู้ขั้นตอนการวินิจฉัย โดย นพ.ศรวิชัย สิริราชเวช ราชชนแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่อมไร้ท่อ และระบบต่อมไร้ท่อ โรงพยาบาลศิริราช และทีม "โรดโชว์เบาหวาน" โดยนักกำหนดอาหารวิชาชีพ และนักกายภาพบำบัด โรงพยาบาลศิริราช โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น</p> <p>ฟังเพลงสบาย ๆ ภายในงานจากนักร้องชื่อดัง "ป๊อปปูล่ามิวสิค" เขียวแก้ว" และพิเศษ สำหรับผู้เข้าร่วมงาน 30 ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>BE STRONG BE HEALTHY 2018-2019</p> <p>กิจกรรมโรดโชว์ BE STRONG BE HEALTHY โดยสมาคมเบาหวานแห่งประเทศไทย 2 อาคาร 1</p> <p>17 พฤศจิกายน 2561</p> <p>10.00 - 12.00 น. ฟรี!</p> <p>พื้นที่ "เบาหวาน" กับเรียนรู้ขั้นตอนการวินิจฉัย</p> <p>"เบาหวาน" คือภัยเงียบ... อันตรายถึงชีวิต!</p> <p>พ.ญ.ศรวิชัย สิริราชเวช</p>			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
5 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ฮุทธิ์ Sikarin Hospital 5 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>#เราไม่อยากให้คุณป่วย เพราะการตรวจสุขภาพสามารถประเมินร่างกายว่าแข็งแรงหรือไม่ หรือมีความเสี่ยงในการเกิดโรคในอนาคตหรือไม่ หากตรวจพบโรค จะช่วยให้สามารถป้องกัน และรักษาได้ทันเวลาที่</p> <p>#การตรวจสุขภาพ ทำให้รู้ปัญหาสุขภาพของตัวเอง เพราะการพบความผิดปกติตั้งแต่ระยะแรกสามารถรักษาให้หายได้ง่ายกว่า เร็วกว่า อายุน้อยให้สายเกินไป เพราะยิ่งตรวจเร็ว รวดเร็ว การรักษาก็จะได้ผลดีกว่า</p> <p>#ตรวจสุขภาพประจำปี สามารถช่วยเราป้องกันและค้นหาโรคได้ตั้งแต่ระยะแรก ทุกคนควรใส่ใจกับการตรวจสุขภาพ และนำคำแนะนำของ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
6 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ฮุทธิ์ Sikarin Hospital 6 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>#การตรวจสุขภาพ คือการค้นหาโรคที่ซ่อนอยู่ในตัวโดยที่ยังไม่มีอาการผิดปกติ และค้นหาพฤติกรรมหรือปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางป้องกันและรับคำแนะนำอย่างถูกต้องจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ</p> <p>เตรียมร่างกายให้พร้อม ก่อนเข้ามารับการตรวจสุขภาพ เพื่อได้รับการวินิจฉัยที่ถูกต้องและรวดเร็ว</p> <p>โปรแกรมตรวจสุขภาพประจำปี >>> https://goo.gl/W5GbhV... ดูเพิ่มเติม</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
6 พ.ย. 61		●		
8 พ.ย. 61				●
8 พ.ย. 61		●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
10 พ.ย. 61	<p>Sikiran Hospital อู่ทิ่ Sikiran Hospital 10 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>6 โรคภัยที่มากับ "ฤดูหนาว"</p> <p>เริ่มเข้าสู่ #ฤดูหนาว อากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย ร่างกายของเราจะอ่อนแอในช่วงเวลานี้</p> <p>โดยเฉพาะกลุ่มเด็กวัยกำลังโต ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีอาการป่วยหรือสุขภาพไม่แข็งแรง จะต้องระมัดระวังโรคภัยที่มากับฤดูหนาว เช่น โรคไข้หวัด-ไข้หวัดใหญ่ โรคหัด-โรคหัดเยอรมัน โรคปอดบวม โรคอีสุกอีใส โรคมือ เท้า ปาก หรือโรคอุจจาระร่วง ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
11 พ.ย. 61	<p>Sikiran Hospital อู่ทิ่ Sikiran Hospital 11 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>#โรคมะเร็ง พบได้ในทุกเพศทุกวัย และที่พบบ่อยของชายไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ โรค มะเร็งตับ #สำไส้ใหญ่ #ปอด #ช่องปาก และ #ต่อมลูกหมาก</p> <p>โรคมะเร็งพบบ่อยของหญิงไทย 5 อันดับแรกได้แก่ โรค มะเร็งเต้านม #สำไส้ใหญ่ #ปากมดลูก #ปอด และ #ตับ</p> <p>การตรวจพบโรคมะเร็งได้ตั้งแต่ระยะเริ่มแรกย่อมเป็นผลดีต่อการรักษา ดังนั้นการตรวจสุขภาพประจำปี เป็นวิธีที่ช่วยค้นหาโรคที่อาจไม่แสดงอาการในระยะเริ่มต้น #เราไม่อยากให้คุณป่วย... ดูเพิ่มเติม</p> 			




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
14 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ฮุทธิ์ Sikarin Hospital 14 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>"วันเบาหวานโลก" (World Diabetes Day) ตรงกับวันที่ 14 พฤศจิกายนของทุกปี เพื่อให้ทุกคนตระหนักและทำความเข้าใจกับโรคเบาหวานให้มากยิ่งขึ้น และระลึกถึง "เฟรดอริก แบนต์ลิง" (Frederick Bantling) นักวิทยาศาสตร์การแพทย์ชาวแคนาดา ผู้มีส่วนร่วมค้นพบอินซูลินเมื่อ พ.ศ.2465</p> <p>โรค เบาหวาน มักจะไม่ปรากฏอาการให้เห็นในระยะแรก แต่ถ้าระดับน้ำตาลในเลือดสูง ยักยอกไม่เข้ารับการตรวจตามคำแนะนำของแพทย์ อาจเกิดโรคแทรกซ้อนตามมามากมาย เช่น เบาหวานขึ้นตา โรคหลอดเลือดสมอง แผลติดเชื้อ และอื่น ๆ เป็น... ดูเพิ่มเติม</p> 			
15 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ฮุทธิ์ Sikarin Hospital 15 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>คุณทราบหรือไม่ว่า "วิตามินดี" มีประโยชน์มากมาย นอกจากอยู่ในแสงแดดอ่อน ๆ ยามเช้าและเย็น เพื่อเป็นตัวช่วยดูดซึมแคลเซียมที่รับประทานเข้าไปเสริมสร้างกระดูก และป้องกัน #โรคกระดูกพรุน โรคกระดูกบาง แล้ว</p> <p>ยังมีประโยชน์อื่น ๆ ที่คาดไม่ถึง เช่น ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ควบคุมความดันโลหิต ลดความเสี่ยงโรคหลอดเลือดหัวใจ อีกทั้งยัง #คลายความเครียด ลดอาการ #โรคซึมเศร้า ได้อีกด้วย</p> <p>ดังนั้น การตรวจวิเคราะห์ระดับวิตามินดีว่าเพียงพอหรือไม่ ต้องอาศัยการตรวจเลือดซึ่งเป็นหนึ่งในโปรแกรมตรวจส... ดูเพิ่มเติม</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
16 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital 16 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>"มะเร็งต่อมลูกหมาก" โรคร้ายที่เป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 5 ของผู้ชายไทย</p> <p>โรคดังกล่าวมักจะไม่ได้แสดงอาการในระยะเริ่มแรก แต่หากมีอาการกลับ มีสภาวะไม่อยู่ มีสภาวะติดขัด มีสภาวะบ่อยครั้งในเวลากลางคืน มีสภาวะไม่ออก มีสภาวะมีเลือดปนออกมา หรือน้ำหนักตัวลดลง หากมีอาการที่กล่าวมาอย่างใดอย่างหนึ่ง ควรรีบปรึกษาแพทย์เพื่อรับการวินิจฉัยและทำการรักษาอย่างละเอียด</p> <p>#สุขภาพดีเริ่มต้นที่ศิริรินทร์... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>Infographic with a green background and white text. It lists symptoms: 'ปัสสาวะบ่อยในดึกกลางคืน', 'ปัสสาวะติดขัด', 'ปัสสาวะมีเลือดปนออกมา', 'น้ำหนักลดลง', 'ปัสสาวะไม่ออก', 'กลั้นปัสสาวะไม่อยู่'. The main text says 'ระวัง! คุณอาจเป็น "มะเร็งต่อมลูกหมาก" หากมีอาการแบบนี้'. It also includes a QR code and the number 01728.</p>	●		
16 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มงานกิจกรรม 6 พฤศจิกายน 2018 · 📍</p> <p>ร่วมเสวนาวันที่ 8 พฤศจิกายน อย่านิ่งเฉยตาม Facebook Live ในหัวข้อ "ทำไมต้องตรวจสุขภาพ?" โดย นายแพทย์ชัชชัย ฉัตรชัยมงคล รองประธานเจ้าหน้าที่ด้านการแพทย์</p>  <p>Poster for a Facebook Live event. It features a photo of a man in a white lab coat. Text includes 'ทำไม ต้องตรวจสุขภาพ?', 'ติดตามได้ f LIVE', and 'วันพฤหัสบดีที่ 8 พฤศจิกายน 2561 เวลา 12:30 น.'. At the bottom, it says 'ทำไมต้องตรวจสุขภาพ? Sikarin Hospital - กรุงเทพมหานคร * สนใจเข้าร่วม'.</p>	●		
17 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มภาพสด — ที่ Sikarin Hospital 17 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>เริ่มงานแล้วนะะ สำหรับกิจกรรม Be Strong Be Healthy จัดขึ้นที่อาคาร 1 ชั้น 1 ณ ศูนย์นันทนาการและดอมโรงเีไฟ</p> <p>สำหรับใครที่สนใจสามารถเข้าร่วมฟังกันได้ละ</p>  <p>Video thumbnail showing a stage event with a speaker and an audience. A play button is overlaid on the image.</p>			●



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
18 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ภูเก็ต Sikarin Hospital 18 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร ·</p> <p>หากคุณคิดว่าในได้สูบบุหรี่ จะไม่มีความเสี่ยงเป็นโรคมะเร็งปอด คุณกำลังคิดผิด!!! มะเร็งปอดสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ซึ่งสาเหตุไม่ได้มาจากสูบบุหรี่เท่านั้น...</p> <p>สังเกตอาการเหล่านี้ หากคุณหรือคนใกล้ชิดคุณมี รุนมาปรึกษาแพทย์ทันที เพราะ #เราไม่เอายกให้คุณป่วย</p> <p>โปรแกรมตรวจสุขภาพ Perfect Checkup >> https://goo.gl/rT56vx... ดูเพิ่มเติม</p> 			
19 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital 19 พฤศจิกายน 2018 ·</p> <p>รู้หรือไม่? ทุกๆ 100,000 คนเป็นโรค ALS หรือ กล้ามเนื้ออ่อนแรง ประมาณ 2 คนต่อปี</p> <p>โดยเฉลี่ยผู้ป่วยจะเสียชีวิตหลังจากมีอาการ ในระยะเวลาประมาณ 2.5 ปี ซึ่งสาเหตุของการเสียชีวิตมักเกิดจากรับหายใจล้มเหลวและการติดเชื้อในปอดอันเนื่องมาจากการสำลัก...</p> <p>ดูเพิ่มเติม</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
20 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 11 ภาพลงในอัลบั้ม: กิจกรรม BE STRONG BE HEALTHY — ที่ Sikarin Hospital 20 พฤศจิกายน 2018</p> <p>ภาพบรรยากาศกิจกรรม BE STRONG BE HEALTHY ในวันเสาร์ที่ 17 พฤศจิกายน 2561 ที่ผ่านมามี จิตชัย ณ. สุนย์มาหาหวานและ ค่อมไร่ท้อ อาคาร 1 ชั้น โรงพยาบาลศิริรินทร์</p> <p>ได้รับเกียรติจากคุณเปรมชัย มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนาธุรกิจ เป็นตัวแทนกล่าวเปิดงาน ซึ่งภายในงานได้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับเบาหวาน อาทิ การให้ความรู้เรื่องโภชนาการ โดยคุณสุพิชฌาย์ ปุระณโณดี นักโภชนาการและกำหนดอาหาร และการสัมมนาในหัวข้อ "เบาหวาน" กับเจ๊เบบ อันตราถึงชีวิต โดย นพ. สุภวัชย์ สิลาวัฒน์สุข แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรค ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
21 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อนุมัติ Sikarin Hospital 21 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>"การผ่าตัดผ่านกล้อง" เป็นนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าโรคร้ายต่างๆ โดยเฉพาะช่องเป็นแผลขนาดเล็ก เพื่อสอดอุปกรณ์และกล้อง ซึ่งดีเทียบเท่าการผ่าตัดเปิดหน้าท้องหรือวิธีอื่น ทำให้ผู้ป่วยมีแผลเล็ก เจ็บน้อย พ้นตัวเร็วไม่เกิน 1 สัปดาห์ก็ใช้ชีวิตได้ตามปกติ</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ มีเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย มั่นใจด้วยการได้รับรองมาตรฐาน ... ดูเพิ่มเติม</p> 			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
22 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 22 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>#การตรวจสุขภาพ ประจำปี จะช่วยให้แพทย์วินิจฉัยปัญหาสุขภาพและ มองเห็นโรคได้ตั้งแต่ระยะแรก ทุกคนควรมองใจกับการตรวจสุขภาพและรับคำ แนะนำของแพทย์มาปรับใช้ในการดูแลสุขภาพ ปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิต เพื่อให้สุขภาพแข็งแรงอยู่เสมอ เพราะ #เราไม่ยากใจใคร่ป่วย</p> <p>#สุขภาพดีเริ่มต้นที่ศิริรินทร์</p> <p>ไม่ยากป่วย คลิก >> https://goo.gl/JTeg4C... ดูเพิ่มเติม</p> 	●		
22 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 22 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>"ประเพณีลอยกระทง" ตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำเดือน 12 เพื่อเป็นการขอ ขมาต่อพระแม่คงคา ซึ่งในปีนี้ตรงกับวันที่ 22 พฤศจิกายน 2561</p> <p>#ลอยกระทง #วันลอยกระทง #LoyKratong #ลอยกระทง2018 #โรง พยาบาลศิริรินทร์ #SikarinHospital</p> 	●		
23 พ.ย. 61	<p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 23 พฤศจิกายน 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>เอา Line ปะ!! ถ้าเอา...ง่ายนิดเดียว</p> <p>เพียงแค่ "ADD LINE @sikarinhospital" พร้อมขอมือถือ - นามสกุล และเบอร์โทร ติดต่อกลับ... ดูเพิ่มเติม</p> 	●		




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
26 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital 26 พฤศจิกายน 2018 · กรุงเทพมหานคร · นิ้วในถุงน้ำดี เป็นโรคที่สามารถเกิดได้กับทุกคน</p> <p>เช็กสัญญาณเตือนเหล่านี้ ว่าคุณมีอาการไหม หากมีรีบเข้ามาพบแพทย์ด่วน !... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ศูนย์ผ่าตัดส่องกล้อง Min Invasive Surgery Center</p> <p>6 สัญญาณเตือน นิ้วในถุงน้ำดี</p> <p>ปวดท้อง ไออาเจียน บวมท้อง ไปถ่ายอุจจาระ +4 ข้ออื่นๆ</p>			
27 พ.ย. 61	 <p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มงานกิจกรรม 27 พฤศจิกายน 2018 · Facebook Live ปัสสาวะสีเข้ม เสียงเป็น "นิ้วในถุงน้ำดี"</p> <p>วันพฤหัสบดีที่ 29 พฤศจิกายน อายวัฒน์ติดตาม Facebook Live ในหัวข้อ "ปัสสาวะสีเข้ม เสียงเป็น นิ้วในถุงน้ำดี" โดย นายแพทย์อัมรินทร์ มงคลกรกุล ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผ่าตัดส่องกล้อง ศูนย์ผ่าตัดโดยการส่องกล้อง</p> <p>ปัสสาวะสีเข้ม เสียงเป็น "นิ้วในถุงน้ำดี"</p> <p>ติดตามได้ LIVE</p> <p>วันพฤหัสบดีที่ 29 พฤศจิกายน 2561 เวลา 12.30 น.</p> <p>พ.ศ. 29 พ.ย. 2018 ปัสสาวะสีเข้ม เสียงเป็น "นิ้วในถุงน้ำดี" Sikarin Hospital · กรุงเทพมหานคร 👍 สนใจเข้าร่วม</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
27 พ.ย. 61			●	
28 พ.ย. 61		●		
29 พ.ย. 61			●	



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
30 พ.ย. 61				
1 ธ.ค. 61				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
3 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 3 ธันวาคม 2018</p> <p>เหงื่อออกที่มือ .. สัญญาณของโรคหัวใจจริงหรือ?</p> <p>ในภาวะที่เหงื่อออกมากแบบไม่สัมพันธ์กับอากาศร้อน หรือไม่ได้มีการออกกำลังกาย อาจเกิดได้จากระบบประสาทที่ทำงานผิดปกติควบคุมเกี่ยวกับเหงื่อทำงานผิดปกติ ซึ่งบางรายมีอาการอื่นๆ เช่น มีไข้ เบื่ออาหาร หรือหมดแรง โดยไม่รู้สาเหตุร่วมด้วย และเกิดขึ้นติดต่อกันนาน 6 เดือน อาจเป็นสัญญาณเตือนของโรค..</p> <p>1. โรคเบาหวาน... ดูเพิ่มเติม</p> 			
3 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital อู่ท่า Sikarin Hospital 3 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร</p> <p>ริดสีดวงทวาร โรคที่พบได้บ่อย และเมื่อเป็นแล้วจะทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันไม่สะดวกสบาย</p> <p>ดังนั้นเมื่อเกิดอาการจะก่อให้เกิดความรำคาญใจและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ อย่าปล่อยให้โรคริดสีดวงอยู่กับเราเป็นเวลานานโดยไม่ได้รับการรักษา!!!</p> <p>สังเกตตัวเอง ว่ามีอาการเหล่านี้หรือไม่ ถ้ามีอาการอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างถึงขั้นสนใจ ให้รีบเข้ามารับปรึกษาแพทย์ทันที... ดูเพิ่มเติม</p> 			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
4 ธ.ค. 61				
5 ธ.ค. 61				


(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
7 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital 7 ธันวาคม 2018 · 🌐</p> <p>แน่นหน้าอก หายใจไม่เต็ม อ่อนเพลีย</p> <p>เจ็บหน้าอก แน่นหน้าอก หายใจไม่เต็ม อ่อนเพลีย หายใจเข้าไม่เต็มปอด นี่คือสัญญาณอย่างหนึ่งที่เป็นโรคหลอดเลือดหัวใจตีบ</p> <p>ปี 2545 สถิติจากกระทรวงสาธารณสุข ปรากฏว่ามีผู้ป่วยด้วยระบบไหลเวียนของเลือด 7.2 ล้านราย ซึ่งอัตราการตายของคนไทยจากโรคหัวใจ จะมีอัตราตาย 27.7 จากประชากร 100,000 คน... ดูเพิ่มเติม</p> <p>แน่นอก หายใจไม่เต็ม สัญญาณเตือนร้ายแรง โรคหลอดเลือดหัวใจตีบ</p>			
9 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital อพ.ที่ Sikarin Hospital 9 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 🌐</p> <p>ไส้เลื่อน คืออาการที่ลำไส้บางส่วนยื่นออกมาจากที่ผนังหน้าท้องทำให้เห็นเป็นก้อน การที่ลำไส้ดันออกมาบริเวณหน้าท้องนั้น ถ้าปล่อยทิ้งไว้อาจเกิดภาวะติดเชื้อแทรกซ้อน หากไม่รีบทำการรักษาจะเป็นอันตรายได้</p> <p>มาดูกันว่าสาเหตุอะไรบางอย่างทำให้เกิดไส้เลื่อนได้ ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ศูนย์ผ่าตัดส่องกล้อง Mini Invasive Surgery Center</p> <p>3 สาเหตุไส้เลื่อน</p> <p>1 ยกของหนัก</p> <p>2 ไอเรื้อรัง</p> <p>3 ใช้แรงเบ่งถ่ายอุจจาระ</p> <p>Sikarin Hospital 01728</p>			




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
10 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital ภูเก็ต Sikarin Hospital 10 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 📍</p> <p>ไส้ติ่งอักเสบ เป็นโรคที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน และถ้าปล่อยทิ้งไว้ไม่รักษา อาจไม่มีอันตรายถึงชีวิต</p> <p>เช็กสัญญาณเตือนเหล่านี้ ว่าคุณมีหรือไม่ หากมีรีบเข้ามาพบแพทย์ด่วน ! เพื่อได้รับการวินิจฉัยที่ถูกต้องและได้รับการรักษาได้ทัน</p> <p>หากได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคไส้ติ่งอักเสบ สามารถรักษาด้วยการผ่าตัด ผ่านกล้อง ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
10 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 10 ธันวาคม 2018 · 📍</p> <p>ล้างสารพิษออกจากร่างกาย แคร์ริงไฟ์ ก็เหมือนได้ดีทีออกซ์</p> <p>รู้หรือไม่ว่า... น้ำตาที่เราปล่อยออกมามีลักษณะที่แตกต่างกันไป 3 ชนิด แต่ละชนิดก็มีประโยชน์แตกต่างกันออกไป</p> <p>1. reflex tears น้ำตาที่มีผลจากลมภาวะ ช่วยป้องกันสิ่งแปลกปลอมที่จะ เข้ามาในดวงตาเรา เช่น ควันและฝุ่นละอองจากดวงตา... ดูเพิ่มเติม</p> 			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
12 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital สุทธิศิริรินทร์ Hospital 12 ธันวาคม 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ กรุงเทพฯ ได้รับการต่ออายุการรับรองมาตรฐานบริการสุขภาพระดับโลก JOINT COMMISSION INTERNATIONAL (JCI)</p> <p>ซึ่งเป็นการ RE-ACCREDITATION 6TH VERSION ครั้งที่ 3 โดยองค์กร Joint Commission International (JCI) มาตรฐานการพัฒนาด้านคุณภาพและความปลอดภัยในการรักษาพยาบาลทั่วโลก ระหว่างวันที่ 19 - 23 พฤศจิกายน 2561 ที่ผ่านมา</p>  			
12 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 12 ธันวาคม 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>วันนี้ของเดือน อาหารแบบนี้ผิดปกติหรือไม่?</p> <p>สาวๆ มันก็เป็นประจำกับอาการ "ประจำเดือนมาไม่ปกติ" แลรู้หรือไม่ว่าอาการเป็นอย่างไร ต้องสังเกตอะไรบางอย่างที่เราเข้าใจว่าปกติ แต่ความจริงอาจผิดปกติก็มีนะ</p> <p>มาทำความเข้าใจอาการต่างๆ เช็คให้ชัวร์ ไปพร้อมกัน... อู่มั้มเดิม</p>  <p>1. ประจำเดือนมาไม่ปกติ</p> <p>2. ระดับความเข้มข้นของเลือดผิดปกติ</p> <p>3. อาการปวดท้องประจำเดือน</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
13 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital อู่ท่า Sikarin Hospital 13 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 🌐</p> <p>ส่งท้ายปีเก่า ล้อนรับปีใหม่ 🎉🎊</p> <p>📌 มอบสุขภาพที่ดีเป็นของขวัญปีใหม่ กับตัวเองและคนที่คุณรัก ด้วย #โปรแกรมการตรวจสุขภาพ 2019</p> <p>รายละเอียดเพิ่มเติม >> https://goo.gl/STJVzu... ดูเพิ่มเติม</p> <p>Happy New Year 2019 Celebrate Re-accreditation JCI</p> <p>รายการตรวจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ตรวจสุขภาพ/PHYSICAL / Physical Examination ตรวจความสมบูรณ์ของเม็ดเลือด / CBC ตรวจไขมันจากเลือด / FPG ตรวจคอเลสเตอรอลในเลือด / Cholesterol ตรวจน้ำตาลกลูโคสในเลือด / sUN ตรวจการทำงานของไต / Creatinine ตรวจการทำงานของตับ / SGOT/SGPT ตรวจกรดซัลฟูริก / Uric acid ตรวจรังสีทรวงอก / UA ถ่ายภาพรังสีทรวงอก / Chest X-ray <p>ราคา 2,019.- วันที่ - 31 ธันวาคม 2561</p>			
13 ธ.ค. 61	 <p>Sikarin Hospital อู่ท่า Sikarin Hospital 13 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร · 🌐</p> <p>งาน "Sikarin Thank You Party 2018 : Corporate & Insurance" จัดขึ้น เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2561 มีกลุ่มผู้บริหารของบริษัทประกันชั้นนำและ บริษัทคู่ค้า บริษัท ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมงานประมาณ 200 คน เพื่อทักทายปี 2019 ภายใต้ concept "Change" โดย คุณสร้อยรัตน์ โคจรรุ่งโรจน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ศิริรินทร์ จำกัด (มหาชน) และ ร่วมสนุกไปกับคอนเสิร์ตของศิลปิน มอส ปฏิภาณ มารวมสร้างสีสัน</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
14 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital อรุณี Sikarin Hospital 14 ธันวาคม 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>สงสัยกันอยู่ไหมคะ ว่าอาการปวดท้องที่เราเป็นอยู่นั้น คือไส้ติ่งอักเสบหรือไม่... วันนี้เรามีข้อสังเกตอาการปวดท้องกัน ว่าปวดท้องแบบไหน เสี่ยงเป็นไส้ติ่งอักเสบ</p> <p>อย่ารอให้ไส้ติ่งแตกนะคะ หากมีอาการใดอาการหนึ่ง ให้รีบพบแพทย์โดยด่วน เพื่อทำการวินิจฉัยและรับการรักษาที่ถูกต้อง</p> <p>หากได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นไส้ติ่งอักเสบ สามารถเลือกรักษาด้วยการผ่าตัดมากรองได้ อ่านรายละเอียด คลิก >>> https://bit.ly/2BQYeA... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>ศูนย์ผ่าตัดอวัยวะส่องกล้อง Minimally Invasive Surgery Center</p> <p>ปวดแบบนี้ให้สงสัยไส้ติ่งอักเสบ</p> <p>ปวดท้องด้านข้างขวา</p> <p>ปวดบริเวณสะดือ</p> <p>ปวดมากขึ้นขณะขยับตัว</p>			
14 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 14 ธันวาคม 2018</p> <p>เมื่อลูกอาหารติดคอ</p> <p>รู้หรือไม่ว่า แดงก็เกิดขึ้นเดียวสามารถทำให้เด็กเสียชีวิตได้ จากคลิปที่ถูกนำมาเผยแพร่ให้ทุกคนเห็นเหตุการณ์ที่มีสารจว 2 นายช่วยหนูน้อยวัย 1 ขวบที่เกิดภาวะอาหารติดคอได้อย่างอุกรวิจนทำให้หนูน้อยรอดจากการเสียชีวิต</p> <p>ไม่ใช่ทุกคนจะโชคดีได้เจอคนที่ได้รับการอบรมการช่วยเหลือในภาวะฉุกเฉินเช่นนี้ ดังนั้น คุณพ่อคุณแม่ควรเรียนรู้วิธีรับมือกับสถานการณ์เช่นนี้ให้ดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องมีสติอย่างมากในภาวะนำต้นตระหนักเช่นนี้... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>วิธีสังเกตอาการและช่วยเหลือเมื่ออาหารติดคอเด็ก</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
15 ธ.ค. 61				●
16 ธ.ค. 61		●		
17 ธ.ค. 61		●		




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
17 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 17 ธันวาคม 2018</p> <p>แล้วคงทำให้เสียชีวิตได้จริงหรือ</p> <p>จากข่าวที่มีการเปิดเผยว่า มีผู้เสียชีวิตจากกรณีรถเข็นที่แกว่งขึ้นมา จาก ล้มเลือดอุดตันหลอดเลือดที่ปอด ทั้งนี้ผู้เข้ารับการตรวจสุขภาพ ร่างกายแข็งแรงปกติ อีกทั้งยังมีอาการออกกำลังกายด้วย</p> <p>แต่ในวันเกิดเหตุเมื่อมอง ไม่ได้ซักพัก ผู้เสียชีวิตมีอาการแน่นหน้าอก จน ฟ้าไปเสียชีวิตในที่สุด หลังจากตรวจสอบสาเหตุพบว่า ผู้ตายเพิ่งมีอาการลิ ขึ้นจากอุบัติเหตุรถเข็นที่ปอด ... อุทมณี</p> 	●		
19 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 19 ธันวาคม 2018</p> <p>6 พฤติกรรมที่ไม่ควรทำหลังการออกกำลังกาย</p> <p>หลังจากเริ่มที่จะออกกำลังกายมาหลายชั่วโมงก็อาจมีอาการตัวเองด้วย ในบางนั้นจะกลายเป็นเหนื่อยเปล่า จากที่ฟิต ก็คงกลายเป็นร่างพังเอาได้</p> <p>1. กินจิ้งจกตุ๋น 2. อดนอน ... อุทมณี</p> 	●		
20 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital ได้แพร่ภาพสด 20 ธันวาคม 2018</p> <p>อายุ 30+ จะวิ่งเป็นได้กี่ไมล์</p> <p>นายแพทย์อัมรินทร์ นฤตกรกุล ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคหลอดเลือด ศูนย์โรคหัวใจ โดยการส่องกล้อง</p> 		●	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
21 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital ฮุติ Sikarin Hospital 21 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร ·</p> <p>แผลเล็ก เจ็บน้อย ฟื้นตัวเร็ว ด้วยการรักษาที่ทันสมัย</p> <p>การผ่าตัดส่องกล้อง เป็นหนึ่งในวิธีการทางการแพทย์ที่ช่วยแผลผ่าตัดมีขนาดเล็กลง ลดอาการเจ็บแผล และใช้ระยะเวลาในการพักฟื้นน้อยกว่าการผ่าตัดแบบเปิดแผล ซึ่งส่งผลให้สามารถกลับไปใช้ชีวิตตามปกติได้เร็วขึ้น</p> <p>ศูนย์ผ่าตัดส่องกล้อง คลินิก >> https://bit.ly/2B0QYeA... ดูเพิ่มเติม</p> 	●		
21 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 21 ธันวาคม 2018 ·</p> <p>ตรวจภายใน... ทำกันอย่างไร</p> <p>สมัยนี้การตรวจภายในของผู้หญิงไม่ใช่เรื่องน่าอายอีกต่อไป เพราะมีวิธีการที่ปลอดภัยและรวดเร็ว หากใครยังไม่แน่ใจ มาดูกันว่า คุณนั้นมีวิธีการตรวจอย่างไร</p> <p>การตรวจภายในโดยทั่วไปใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที โดยผู้รับการตรวจภายในไม่ต้องเตรียมตัวอะไร นอกจากผู้ที่มีประจำเดือนไม่ควรเข้าตรวจ... ดูเพิ่มเติม</p> 	●		
24 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 24 ธันวาคม 2018 ·</p> <p>PM 2.5 คืออะไร อันตรายแค่ไหน</p> <p>หมอกจางๆ หรือควัน อลัน มันไม่ใช่ทั้งหมอก ไม่ใช่ทั้งควัน หลายวันมานี้ หลายคนคงตกใจกับหมอกที่ปกคลุมเกือบทุกพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และอาจกำลังเข้าใจผิดว่า ควัน เข้าสู่ทางหน้าแล้ว หมอกเอง เพราะว่ามันไม่ใช่หมอก แต่คือ มลพิษทางอากาศหรือฝุ่นละอองที่สูงเกินกว่ามาตรฐานและเป็นอันตรายต่อสุขภาพ</p> <p>ค่า PM หรือ Particulate Matters เป็นค่าเรียกมาตรฐานของฝุ่นขนาดเล็กที่นับอันตรายต่อสุขภาพของทาง US EPA (United state Environmental Protection Agency) ประเทศสหรัฐ... ดูเพิ่มเติม</p> 	●		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
24 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 24 ธันวาคม 2018</p> <p>ขนาดต้องต้องตรวจเช็คเป็นระยะ แล้วร่างกายของเราจะไม่ตรวจเช็คได้อีก ไหม?</p> <p>การตรวจสุขภาพ เป็นการตรวจหาปัจจัยเสี่ยงอันจะส่งผลทำให้สุขภาพเสีย ไป ดังนั้นการ "ตรวจสุขภาพ" จึงเน้นที่การตรวจก่อนการเป็นโรค การตรวจ สุขภาพที่ถูกต้องจะทำให้เราได้ว่า "เรายังมีปัจจัยเสี่ยงอะไรบ้าง"</p> <p>เพื่อจะได้ป้องกันก่อนที่จะเกิดโรค และหากสามารถขจัดได้ก็ไม่เป็นโรค การ ตรวจเช็คร่างกายตั้งแต่ระยะที่ยังปราศจากอาการ มีประโยชน์ต่อตัวเรามากกว่า การตรวจพบเมื่อมีอาการปรากฏแล้ว... อุทุมมลิน</p>			
25 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital อนุที่ Sikarin Hospital 25 ธันวาคม 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>Merry Christmas 2018!!!</p> <p>วันนี้ถือเป็นอีกหนึ่งวันที่มีความสำคัญต่อชาวคริสต์ทั่วโลก และมีการให้ของ ขวัญแก่กันและกัน ดังนั้น ถ้ารักใคร่อยากสิ่งมอบของขวัญดี ๆ อย่าง โปรแกรมตรวจสุขภาพให้กับคนที่คุณรักและ สุขสันต์วันคริสต์มาสค่ะ</p> <p>ต้อนรับเทศกาลแห่งความสุข ด้วยโปรแกรมตรวจสุขภาพ Healthy New Year 2019 >> https://bit.ly/2A9cM8n</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
25 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital ฮุ้ทึ่ Sikarin Hospital 25 ธันวาคม 2018 กรุงเทพมหานคร</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ ต้อนรับเทศกาลคริสต์มาส ด้วยการสร้างความสุขและความประทับใจ โดยมีซานต้าและเรนดี เดิมเมอบของขวัญแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ</p> <p>We Wish You a Merry Christmas 2018 #เคียงข้างคุณทุกช่วงของชีวิต</p> 			
26 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital 26 ธันวาคม 2018</p> <p>ทำไม่ลูกถึงอ่อนนะ</p> <p>ภาวะอ่อนหรือน้ำหนักเกินส่วนใหญ่ของวัยเด็ก เกิดจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่ เนื่องจากวิถีการเลี้ยงในมีจจุบันถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับชีวิตประจำวันของพ่อแม่มากขึ้น มักจะเอาง่ายเข้าไว้ในชั่วโมงเร่งด่วน</p> <p>ตัวเลขจากกรมอนามัยพบว่า เด็กก่อนวัยเรียนจะมีเด็กอ่อน 1 คนในจำนวนเด็ก 5 คน ในเด็กวัยเรียนจะมีเด็กอ่อน 1 คนในจำนวนเด็ก 10 คน ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมามีอ่าว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจำนวนเด็กอ่อนเพิ่มขึ้นจำนวนเร็วที่สุดในโลก... ดูเพิ่มเติม</p> 			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
28 ธ.ค. 61				
29 ธ.ค. 61				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
30 ธ.ค. 61	<p>Sikarin Hospital อพาร์ทิเมนต์ Sikarin Hospital 30 ธันวาคม 2018 · กรุงเทพมหานคร ·</p> <p>แจ้งเหตุฉุกเฉินตลอด 24 ชม. ได้ที่ โทร. 1728 นะคะ และขอให้ทุกท่านเดินทางโดยสวัสดิภาพ</p> <p>มีใหม่ที่ โรงพยาบาลศิริรินทร์ พร้อมเตียงทุกชนิด ตลอด 24 ชม. ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
2 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 2 มกราคม ·</p> <p>เรื่องกินเรื่องใหญ่ รู้เท่าทัน ก่อนทานอาหารแต่ละมื้อ</p> <p>อาหารที่เรารับประทานเข้าไปในแต่ละครั้ง จะต้องผ่านกระบวนการภายในของร่างกาย ก่อนจะย่อยสลายเป็นของเสีย หรืออาจจะ โดยเริ่มที่ปาก ไปที่กระเพาะอาหาร ลำไส้เล็ก ลำไส้ใหญ่</p> <p>กระบวนการดังกล่าวเรียกว่า ภายย่อยอาหาร ซึ่งระยะเวลาในการย่อยจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ปริมาณอาหาร ชนิดของอาหาร ... ดูเพิ่มเติม</p> 			



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)
ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
4 ม.ค. 62	 <p>Sikarin Hospital 4 มกราคม · 🌐</p> <p>10 อาหารสลายไขมัน</p> <p>1. ข้าวโอ๊ต ไม่ใช่แค่รสชาติที่ถูกลปาก แต่ข้าวโอ๊ตยังช่วยลดความหิวด้วย เพราะข้าวโอ๊ต ประกอบด้วยไฟเบอร์ซึ่งช่วยให้การ ควบคุมระดับคอเลสเตอรอลในร่างกาย... ดูเพิ่มเติม</p> <p>10 อาหารช่วยสลายไขมัน</p>			
4 ม.ค. 62	 <p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 59 ภาพจากเมื่อ 4 มกราคม ลงในอัลบั้ม: งานมอบของขวัญปีใหม่ — ที่ Sikarin Hospital 4 มกราคม · 🌐 · 📍</p> <p>นพ.อดิธิวัฒน์ จรุงศิริ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ศิริรินทร์ สังกัด (มหาชน) และคณะผู้บริหารมอบของขวัญแก่แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ที่ โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) และโรงพยาบาลศิริรินทร์ (สมุทรปราการ) เนื่องในโอกาสเทศกาลสงกรานต์ปีใหม่ต้อนรับปีใหม่ เพื่อส่งมอบความสุขและ เป็นกำลังใจในการทำงานสำหรับปี 2562 ต่อไป เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2562 ที่ท่ามา</p> <p>งานมอบของขวัญปีใหม่ รูปภาพ 59 ภาพ</p>			

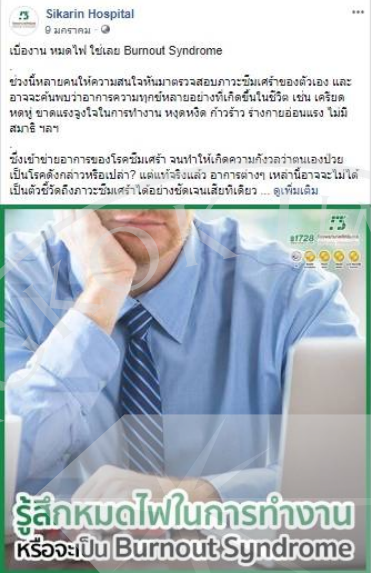

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
4 ม.ค. 62				
7 ม.ค. 62				




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
9 ม.ค. 62	 <p>9 มกราคม · ๑</p> <p>เนื่องงาน หมดไฟ ไบโบล Burnout Syndrome</p> <p>ช่วงนี้หลายคนให้ความใส่ใจหันมาดูแลสุขภาพของตัวเอง และอาจจะค้นพบว่าอาการความทุกข์หลายอย่างที่เกิดขึ้นในชีวิต เช่น เครียด หดหู่ ขาดแรงจูงใจในการทำงาน หมดหวัง ค่ำข้าว ร่างกายอ่อนแรง ไม่มีสมาธิ ฯลฯ</p> <p>ซึ่งเข้าข่ายอาการของโรคซึมเศร้า จนทำให้เกิดความกังวลว่าตนเองป่วยเป็นโรคดังกล่าวหรือไม่? แต่แท้จริงแล้ว อาการต่างๆ เหล่านี้อาจจะไม่ได้เป็นตัวชี้วัดถึงภาวะซึมเศร้าได้อย่างชัดเจนเสียทีเดียว ... อุทุมมเด็ม</p> <p>รู้สึกหมดไฟในการทำงาน หรือจะเป็น Burnout Syndrome</p>			
9 ม.ค. 62	 <p>9 มกราคม · ๑</p> <p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 7 ภาพจากเมื่อ 9 มกราคม ลงในอัลบั้ม: พิธีทำบุญตักบาตร วันขึ้นปีใหม่ประจำปี 2562 — ที่ Sikarin Hospital</p> <p>คณะผู้บริหาร บริษัท ศิริรินทร์ สังกัด (มหาชน) ร่วมทำบุญตักบาตรข้าวสารอาหารแห้งแด่พระสงฆ์ 9 รูป เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ประจำปี 2562 พร้อมด้วย ทวีให้ศาลพระพรหม เพื่อเป็นศิริมงคล เมื่อเช้าวันที่ 9 มกราคม 2562</p> <p>พิธีทำบุญตักบาตร วันขึ้นปีใหม่ประจำปี 2562 รูปภาพ 7 ภาพ</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
11 ม.ค. 62				
12 ม.ค. 62				
13 ม.ค. 62				



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
15 ม.ค. 62				
16 ม.ค. 62				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
21 ม.ค. 62	 <p>Sikarin Hospital 21 มกราคม · 🌐</p> <p>ยังคงมีคนกระแสร้องอย่างเนื่องสำหรับชาไข่มุก ไม่ว่าจะหันไปทางไหนก็เจอได้ไม่ยาก</p> <p>👉 แล้วคุณรู้หรือไม่ว่า ทำไมหลายคนจึงกลายเป็นแฟนพันธ์ุชาไข่มุก เพราะสมของของเราก่อเกิดด้วยความหวาน จนเกิดความชอบและเข้าใจว่าอร่อย หลังจากนั้นก็จะทำให้ร่างกายหนักอึ้งเรื่อยๆ</p> <p>ในชาไข่มุกมีแคลอรีตั้งแต่ 200-400 กิโลแคลอรี นอกจากนี้ยังมีปริมาณน้ำตาลมากถึง 8-11 ช้อนชา เต็มไปด้วยไขมันอิ่มตัวจากนม ซึ่งในหนึ่งถ้วยของชาไข่มุกมีน้ำตาลเกิน 6 ช้อนชา ส่วนผู้ขายก็ไม่ควรบริโภคน้ำตาลเกิน 9 ช้อนชา... ดูเพิ่มเติม</p>			
22 ม.ค. 62	 <p>Sikarin Hospital 22 มกราคม · 🌐</p> <p>ประกาศ เรื่อง แจ้งยกเลิกกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด SIKARIN MINI MARATHON 2019</p> <p>เนื่องด้วย บริษัท ศิริรินทร์ จํากัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") เป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด (SIKARIN MINI MARATHON) มีวัตถุประสงค์เพื่อระดมทุนมอบให้ มูลนิธิโรคหัวใจ ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ภายใต้ชื่อโครงการ "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" โดยตลอดระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมา ทางบริษัทฯ สามารถช่วยเหลือ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>บริษัท ศิริรินทร์ จํากัด (มหาชน) SIKARIN PUBLIC COMPANY LIMITED เลขที่ 100/002382 วันที่ 21 มกราคม 2562</p> <p>ประกาศ เรื่อง แจ้งยกเลิกกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด SIKARIN MINI MARATHON 2019</p> <p>เนื่องด้วย บริษัท ศิริรินทร์ จํากัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด SIKARIN MINI MARATHON มีวัตถุประสงค์เพื่อระดมทุนมอบให้ มูลนิธิโรคหัวใจ ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ภายใต้ชื่อโครงการ "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" โดยตลอดระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมา ทางบริษัทฯ สามารถช่วยเหลือ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>บริษัทฯ ในปี 2562 ขอแจ้งให้ทราบว่า บริษัทฯ มีแผนที่จะยกเลิกการจัดกิจกรรมเดิน-วิ่ง เพื่อเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด SIKARIN MINI MARATHON 2019 เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านสถานที่และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงการขาดแคลนผู้สนับสนุนและผู้บริจาคเงินช่วยเหลือกิจกรรมดังกล่าว</p> <p>จึงเรียนมาเพื่อทราบและขอขอบคุณที่ทุกท่านสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ</p>			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
23 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 23 มกราคม · 📍</p> <p>สุนัขดีมีชัยอยู่อย่างหนึ่งคือเลี้ยงดูดีและระวังโรคพิษสุนัขบ้า !</p> <p>รู้หรือไม่... พฤติกรรมการจับน้องหมาไม่ถูกวิธีอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงโรคพิษสุนัขบ้าจากสุนัขตัวเล็กของคุณได้มากกว่าสุนัขขนาดใหญ่ซะอีก</p> <p>สิ่งที่คุณต้องระวังกับน้องหมาของคุณ เช่น น้ำลาย มีสาร เมือค น้ำหนอง และสิ่งสกปรกอื่น ๆ ของน้องหมา อาจส่งต่อเชื้อโรคทำให้คุณและสัตว์เลี้ยงของคุณเป็นโรคพิษสุนัขบ้าได้จากรอยขีดข่วน ... อู๋เต็มเต็ม</p> 	●		
25 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 25 มกราคม · 📍</p> <p>ถ้าคุณมีอาการ 1 ใน 4 นี้ แสดงว่าระบบคอมพิวเตอร์ของคุณมีปัญหา</p> <p>การตรวจคอมพิวเตอร์มีหลายวิธีที่ง่ายกว่าที่คิดว่าคุณไม่รู้อะไรเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ของคุณ</p> <p>และนี่คือ 4 อาการที่บ่งชี้ว่าคุณมีปัญหา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คอมพิวเตอร์ช้าลง 2. มีเสียงดังจากคอมพิวเตอร์ของคุณ หรือที่เรียกว่า... อู๋เต็มเต็ม 	●		
28 ม.ค. 62	<p>Sikarin Hospital 28 มกราคม · 📍</p> <p>หาว สบ โคล</p> <p>ใครจะคิดว่า แค่เราหาว หรือง่วงแล้ว เราไม่ได้ง่วง หรือร่างกายต้องการพักผ่อน ออกกำลังกาย แต่มีสัญญาณถึงร่างกายที่ผิดปกติหรือไม่</p> <p>ผู้ที่ทำงานบ่อย คือ หาวมากกว่า 1 ครั้งต่อชั่วโมงอาจเป็นผลมาจากการทำงานบ่อย ด้วยโรคเครียดและภาวะที่ต้องมีการศึกษา เช่น... อู๋เต็มเต็ม</p> 	●		



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
29 ม.ค. 62				
30 ม.ค. 62				



(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
1 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 1 กุมภาพันธ์</p> <p>ถึงจะเป็นปีใหม่ แต่เราต้องไม่ลืมดูแลสุขภาพตัวเองหลังจากปาร์ตี้ช่วงปีใหม่ต่างๆ ด้วยการลดน้ำตาล ฟังดูง่าย แต่ค่อนข้างยากกว่าอีก</p> <p>1. ควบคุมอาหาร เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น ผักผลไม้ หรือน้ำมันทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ คือ เนื้อสัตว์ นม ไข่ ผัก ปริมาณการกินอาหารให้เป็นเวลานานขึ้น ที่สำคัญรับประทานน้ำตาลในปริมาณที่เหมาะสม ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
4 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 4 กุมภาพันธ์</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ เชิญชวนทุกท่านร่วมมอบโอกาสให้กับเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิดกับโครงการ "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" ด้วยการซื้อเสื้อโปโล "ศิริรินทร์ ให้หัวใจเด็ก" ในราคา 399 บาท</p> <p>รายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้มูลนิธิเด็กโรคหัวใจในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ เพื่อช่วยเหลือน้องๆ ที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด</p> <p>ติดต่อสอบถามได้ที่บูทขายเสื้อ โรงพยาบาลศิริรินทร์ อาคาร 1 ชั้น 1 หรือ ... ดูเพิ่มเติม</p> 			


(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
4 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 4 กุมภาพันธ์</p> <p>กรน ความผิดปกติของระบบทางเดินหายใจ</p> <p>คุณมีอาการเหล่านี้หรือไม่</p> <p>- ง่วงมากผิดปกติในเวลากลางวัน (excessive daytime sleepiness) ... อ่านต่อ</p> 			
5 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 12 ภาพลงในอัลบั้ม: วัน ตรุษจีน 2562 5 กุมภาพันธ์</p> <p>ตรุษจีนปีนี้ โรงพยาบาลศิริรินทร์ขอมอบความมีงดั่ง สูงเรื่อง ใจให้แก่ผู้ป่วยใน และลูกคำที่มาใช้บริการ ด้วยความขอมสรวงผลเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ทุก ท่านในวันตรุษจีน ขอขอบพระคุณในความไว้วางใจที่โรงพยาบาลศิริ รินทร์ดูแลทุกท่าน และคนที่คุณรักเสมอมา</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
6 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 6 กุมภาพันธ์</p> <p>"ศิริรินทร์หัวใจเด็ก"</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ ร่วมกับ มูลนิธิโรคหัวใจ ในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ สาขาคือ "โครงการผ่าตัดโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด" โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือเด็กที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด และเป็นสื่อกลางจัดหาเด็กกลุ่มเสี่ยง</p> <p>หัวใจเต้นเร็ว หายใจเร็ว เล็บสีม่วงคล้ำ คิมนมบ่อย เลี้ยงไม่โต เหงื่อออกมาก อ่อนเพลีย ... หากสิ่งเหล่านี้บ่งชี้ว่าบุตรของท่านมีอาการดังกล่าว สามารถเข้ารับการตรวจจากแพทย์ของมูลนิธิ... ดูเพิ่มเติม</p> 			
6 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 6 กุมภาพันธ์</p> <p>คนไทย ตายจากเชื้อดื้อยา 1 คน ทุกๆ 15 นาที</p> <p>บางคนอาจมองเรื่องการดื้อยาเป็นเรื่องไกลตัว แต่แท้จริงแล้ว เป็นเรื่องใกล้ตัวมากกว่า เพราะในประเทศไทย มีคนไทยตายจากเชื้อดื้อยา 1 คนในทุกๆ 15 นาที</p> <p>และยังพบว่ามียังการเสียชีวิตจากเชื้อดื้อยาประมาณปีละ 20,000-38,000 คน ดังนั้นเชื้อดื้อยาจึงนับเป็นปัญหาสุขภาพที่ไม่ควรมองข้าม... ดูเพิ่มเติม</p> 			




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
6 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 6 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>"แค่ปวดหัว...หรือสัญญาณเตือนจากโรคร้าย" กิจกรรมโรดโชว์ Be Strong Be Healthy</p> <p>เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น. เรื่อง "แค่ปวดหัว...หรือสัญญาณเตือนจากโรคร้าย" โดยแพทย์หญิงวชิรพรณ วชิรฉิมวงศ์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญโรคหลอดเลือดสมองและระบบประสาท ศูนย์หลอดเลือดสมองและระบบประสาท โรงพยาบาลศิริรินทร์... ดูเพิ่มเติม</p> <p>BE STRONG... BE HEALTHY กิจกรรมโรดโชว์ 2018-2019 สุขภาพดี</p> <p>กิจกรรมโรดโชว์ BE STRONG BE HEALTHY โรงพยาบาลศิริรินทร์ อาคาร 3 ชั้น 1</p> <p>23 ก.พ. 2562</p> <p>10.00 น. พบกับ นาคาสี เดวิส</p> <p>แพทย์หญิง วชิรพรณ วชิรฉิมวงศ์ สามารถดูรายละเอียดของกิจกรรมและระบบประสาท หลอดเลือดสมองและระบบประสาท ในแอปพลิเคชัน</p> <p>เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น.</p> <p>แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือน จากโรคร้าย!</p>			
8 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 8 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>เพราะการให้ คือ ความสุขที่ยิ่งใหญ่</p> <p>โอกาสพิเศษที่จะได้ร่วมกันเป็นผู้นำโครงการ "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" โรงพยาบาลศิริรินทร์ขอเชิญชวนทุกท่านร่วมมอบโอกาสให้กับน้องๆ ไรศหัวใจพิการแต่กำเนิด ด้วยการซื้อสื่อโปรโต "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก"</p> <p>โดยสามารถสั่งซื้อสื่อผ่านทาง Line@ : http://line.me/ti/p/~@sil1525r หรือที่บูธขายสื่อโรงพยาบาลศิริรินทร์ อาคาร 1 ชั้น 1 ตั้งแต่วันที่ - 28 กุมภาพันธ์ 2562 ... ดูเพิ่มเติม</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
8 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 8 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>หลอดเลือดหัวใจล้ม ครองอันดับ 1 ของการเสียชีวิตทั่วโลก</p> <p>องค์การอนามัยโลก รายงานถึงสาเหตุการเสียชีวิต 10 อันดับแรกของโลก โดยระบุว่า โรคหลอดเลือดหัวใจล้มและสโตรกเป็นสาเหตุสำคัญที่สุดด้วยตัวเลขรวม 15.2 ล้านรายในปี 2559 และยังคงเป็นสาเหตุสำคัญของการเสียชีวิตตลอด 15 ปีที่ผ่านมา</p> <p>ในประเทศไทยมีอัตราการเสียชีวิตจากโรคหลอดเลือดหัวใจล้มสูงที่สุด พบอัตราการตายจากโรคหลอดเลือดหัวใจ (I20 – I25) เฉลี่ยประชากร 100,000 คน ปี พ.ศ. 2555 – 2559 และโดยส่วนมากเป็นวัยทำงาน... ดูเพิ่มเติม</p> 			
8 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital ได้เพิ่มงานกิจกรรม 8 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>"แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือนจากโรคร้าย" กิจกรรมโรคหัวใจ Be Strong Be Healthy</p> <p>เชิญร่วมฟังเสวนา เวลา 10.00 น. เรื่อง "แค่ปวดหัว... หรือสัญญาณเตือนจากโรคร้าย" โดยแพทย์หญิงอัมพรพรพร วังวิจิตรวงศ์ แพทย์ผู้ชำนาญการโรคหลอดเลือดสมองและระบบประสาท ศูนย์หลอดเลือดสมองและระบบประสาท โรงพยาบาลศิริรินทร์ และพบกับ คุณนงนุช เจริญ เสาวงามด้วย... ดูเพิ่มเติม</p> 			
10 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 10 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>รู้หรือไม่ว่า? โรคหัวใจพิการแต่กำเนิด เป็นโรคหัวใจที่พบบ่อยที่สุดในเด็ก และยังเป็นที่มาของการเสียชีวิตอันดับหนึ่งของเด็กที่มีความพิการแต่กำเนิด โดยจะพบในทารก 8 คน จากทารก 1,000 คน</p> <p>หากสังเกตพบบุตรของท่านมีอาการ หัวใจเต้นเร็ว หายใจเร็ว เล็บสีม่วงคล้ำ คีบมม่น้อย เลี้ยงไม่โต เหงื่อออกมาก ออกนพลีบ สามารถเข้ารับการรักษาได้ทันท่วงที จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโรคหัวใจทารกในครรภ์ที่โรงพยาบาลศิริรินทร์ หัวใจเด็ก" ในวันจันทร์ที่ 1 เมษายน 2562 เวลา 09.00 - 12.00 น. ห้องประชุม Sikarin Grand Room ชั้น 8 อาคาร... ดูเพิ่มเติม</p> 			





(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
11 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 11 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>ข้อควรรู้: ในการรับประทานอาหาร #วิตามินและอาหารเสริม</p> <p>1. คนเรามีโอกาสที่จะต้องใช้วิตามินและอาหารเสริมสุขภาพมากขึ้น เพราะโอกาสที่จะได้รับสารอาหารที่เพียงพอจากอาหารที่รับประทาน เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีนั้นเป็นไปได้ยาก อันเกิดจากการเลือกรับประทานแต่อาหารที่ตนเองชอบจึงขาดความหลากหลาย</p> <p>2. การทานยาปฏิชีวนะ กระทบการขนส่งอาหาร และขั้นตอนในการปรุงอาหาร ส่งผลกระทบทำให้เกิดการสูญเสียสารอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการ ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่จำเป็นลดลง... ดูเพิ่มเติม</p> 			
13 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 13 กุมภาพันธ์ · 🌐</p> <p>อาหารช่วย ดับ ไขมัน</p> <p>การทำงานอาหารที่ดีต่อสุขภาพดีเป็นประจำ จะช่วยแบ่งเบาภาระให้ตับได้ ซึ่งการที่ตับทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมส่งผลให้ร่างกายมีพลังมากขึ้น</p> <p>นอกจากหน้าที่ในการขับสารพิษแล้ว ตับยังช่วยในกระบวนการย่อยอาหาร และเปลี่ยนสารอาหารให้เป็นพลังงาน เมื่อร่างกายต้องการดับที่แข็งแรงจะส่งผลให้มีสุขภาพที่ดี ... ดูเพิ่มเติม</p> 			





(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
14 ก.พ. 62				
15 ก.พ. 62				


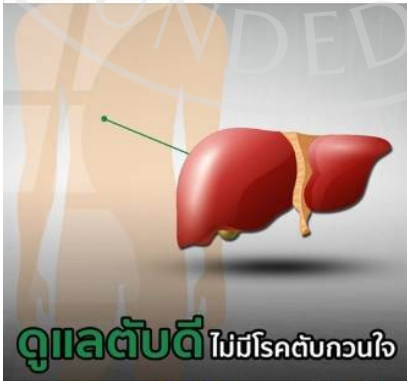
(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
15 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 15 กุมภาพันธ์</p> <p>ในเวลาที่เรามีอาการปวดท้อง อันเกิดมาจากการมีแบคทีเรียในกระเพาะอาหาร อาจมีลักษณะอาการที่รู้ๆ กันดีนั่นคือ #อึมก็ปวด #หัวก็ปวด ซึ่งอาการปวดของโรคกระเพาะนั้น จะคล้ายคลึงกับอาการปวดท้องในแบบอื่นๆ จนแทบแยกไม่ออก</p> <p>จะรู้ได้อย่างไรว่าเรากำลังเป็นโรคกระเพาะ ลองมาตรวจดูจาก 5 สัญญาณเสี่ยงเกิดโรคกระเพาะ ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>5 สัญญาณเสี่ยง โรคกระเพาะอาหาร</p>			
16 ก.พ. 62	 <p>Sikarin Hospital 16 กุมภาพันธ์</p> <p>น้องๆ ส่วนหนึ่งใน 221 คน ที่ได้รับการรักษาโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด ยังมีเด็กๆ อีกมากมายที่รอโอกาส ...</p> <p>ส่งต่อโอกาสให้ไปถึงพวกเขา เพื่อช่วยเหลือน้องๆ ว่าเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด กับโครงการ "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" ด้วยการขอเสื้อโปโล "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" ในราคา 399 บาท โดยรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้มูลนิธิเด็กโรคหัวใจในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ เพื่อช่วยเหลือน้องๆ ที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>น้องๆ ส่วนหนึ่ง ใน 221 คน ที่ได้รับการรักษาโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด</p>			




(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
18 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 18 กุมภาพันธ์</p> <p>"คอเลสเตอรอลสูง ใครว่าไม่อันตราย"</p> <p>คอเลสเตอรอล (Cholesterol) คืออะไร? คอเลสเตอรอล คือ สารประกอบไขมันชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อร่างกาย ร่างกายของเราต้องการคอเลสเตอรอลบางอย่างในการสร้างสุขภาพที่ดี เช่น เป็นสารตั้งต้นผลิตฮอร์โมนบางชนิด และเป็นองค์ประกอบของเยื่อหุ้มเซลล์ และหากในร่างกายเรามีคอเลสเตอรอลมากเกินไป จากประโยชน์ก็อาจกลับกลายเป็นโทษภัยได้เหมือนกัน</p> <p>ผู้ที่มิระดับคอเลสเตอรอลสูงสามารถเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิด... ดูเพิ่มเติม</p> 			
18 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 18 กุมภาพันธ์</p> <p>ดูแลตับให้ดี ไม่มีโรคตับกวนใจ</p> <p>คนไทยมีอัตราการเสียชีวิตจากโรคตับแข็งอันดับสูงที่สุดในโลก เฉลี่ยเป็นเพศชาย 36.9 ต่อประชากร 100,000 คนและหญิง 15.2 ต่อประชากร 100,000 คน ซึ่งในแต่ละวันมีผู้ป่วยรายใหม่เฉลี่ยถึง 30 รายทั่วประเทศ และมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ</p> <p>คุณทราบหรือไม่ ตับเป็นอวัยวะภายในที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในร่างกาย มีหน้าที่สำคัญหลายอย่าง เช่น...ดูเพิ่มเติม</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
19 ก.พ. 62				
20 ก.พ. 62				
20 ก.พ. 62				







(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
21 ก.พ. 62				
22 ก.พ. 62				


(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
22 ก.พ. 62				
23 ก.พ. 62				
23 ก.พ. 62				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561-28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด																																				
24 ก.พ. 62	 <p>ตรวจสุขภาพไตกันเถอะ</p> <p>หน่วยไตเป็นหน่วยที่เล็กที่สุด แต่ก็สำคัญที่สุด ทำหน้าที่ในการกรองเลือด ปล่อยสารต่าง ๆ จากเซลล์ รมไปทิ้งการดูดกลับสารที่สำคัญกลับมาย โดยระบบการทำงานของไตจะสอดคล้องกับระบบทางเดินปัสสาวะ ระบบหัวใจ และหลอดเลือดอย่างใกล้ชิด</p> <p>ไตและระบบทางเดินปัสสาวะเป็นระบบที่ศึกษาสมมติในร่างกายของเรา ซึ่งสิ่งที่ทำลายไตมากที่สุด ก็คือ พฤติกรรมจากอาหารที่เราทานเอง ดังนั้น ควรรับประทานอาหารที่เบาก่อน และดื่มน้ำให้ปริมาณที่เหมาะสม และตรวจคัดกรองโรคไตเพื่อเช็คสุขภาพไตเป็นประจำ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>ตรวจคัดกรองโรคไต NEPHRO PROGRAM</p> <p>อาการเตือนของโรคไต</p> <ul style="list-style-type: none"> • ปัสสาวะบ่อยจนกลางคืน • ปัสสาวะมีเลือดปน • บวมที่ขา 60000 <table border="1"> <thead> <tr> <th>รายการตรวจ</th> <th>NEPHRO PROGRAM A</th> <th>NEPHRO PROGRAM B</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต BUN (Blood Urea Nitrogen) / Creatinine / P/cre</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต GFR (Glomerular Filtration Rate) / Creatinine / GFR</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / BUN, CREATININE & UREA</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CALCIUM</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / PHOSPHORUS</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CHOLESTEROL</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CHOLESTEROL / HDL</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / HDL</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </tbody> </table>	รายการตรวจ	NEPHRO PROGRAM A	NEPHRO PROGRAM B	ตรวจค่าไต Creatinine	●	●	ตรวจค่าไต BUN (Blood Urea Nitrogen) / Creatinine / P/cre	●	●	ตรวจค่าไต GFR (Glomerular Filtration Rate) / Creatinine / GFR	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / BUN, CREATININE & UREA	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CALCIUM	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / PHOSPHORUS	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CHOLESTEROL	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CHOLESTEROL / HDL	●	●	ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / HDL	●	●			
รายการตรวจ	NEPHRO PROGRAM A	NEPHRO PROGRAM B																																						
ตรวจค่าไต Creatinine	●	●																																						
ตรวจค่าไต BUN (Blood Urea Nitrogen) / Creatinine / P/cre	●	●																																						
ตรวจค่าไต GFR (Glomerular Filtration Rate) / Creatinine / GFR	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / BUN, CREATININE & UREA	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CALCIUM	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / PHOSPHORUS	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CHOLESTEROL	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / CHOLESTEROL / HDL	●	●																																						
ตรวจค่าไต Creatinine / UREA / ACID / P/cre / HDL	●	●																																						
24 ก.พ. 62	 <p>Sikirin Hospital ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 12 ภาพลงในอัลบั้ม: กิจกรรม BLACKMORES RUN & MOVE 2019</p> <p>24 กุมภาพันธ์</p> <p>กิจกรรม BLACKMORES RUN & MOVE 2019</p> <p>ภาพบรรยากาศ กิจกรรม BLACKMORES RUN & MOVE 2019 วันอาทิตย์ 24 กุมภาพันธ์ 2562 ที่สนาม ๗ ศูนย์กีฬาจังหวัดขอนแก่น ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.๙ ซอย 43</p> <p>ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์ ได้เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรม โดยดูแลสุขภาพและความพร้อมด้านร่างกายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกท่าน อาทิ การตรวจมวลกระดูกร่างกาย การวัดค่าดัชนีมวลกาย หรือ BMI การดูแลปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการให้คำแนะนำด้านสุขภาพต่างๆ เพื่อให้ออกกำลังกายอย่างถูกวิธี... ดูเพิ่มเติม</p>																																							

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
25 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 25 กุมภาพันธ์</p> <p>โรงพยาบาลศิริรินทร์ขอเชิญชวนทุกท่าน ร่วมเป็นหนึ่งในพลังที่จะมอบชีวิตใหม่ให้กับน้องๆ ที่ป่วยเป็นโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด พร้อมเข้าชม Mini Concert จาก BNK48</p> <p>เพียงคุณร่วมซื้อเสื้อโมโต "ศิริรินทร์ให้หัวใจเด็ก" ราคา 399 บาท และลงทะเบียนกับเรา พบกันในวันที่ 13 มีนาคม 2562 ณ อาคาร 3 ชั้น 8 โรงพยาบาลศิริรินทร์ กรุงเทพฯ</p> <p>รายได้ทั้งหมดหลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้มูลนิธิโรคหัวใจในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ เพื่อช่วยเหลือน้องๆ ที่ป่วยเป็น... ดูเพิ่มเติม</p> 			
27 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 27 กุมภาพันธ์</p> <p>"ปวดศีรษะอย่างฉับพลันและรุนแรงมาก ภายใน 1 นาที อันตราย รันทบแพทย์ด่วน!"</p> <p>หากคุณมีอาการปวดศีรษะอย่างฉับพลัน โดยมีอาการปวดพุ่งอย่างรุนแรงมาก ภายใน 1 นาที ... นั่นคือเป็นสัญญาณเตือนที่อันตรายของโรคหลอดเลือดสมองและระบบประสาท... ต้องรีบพบแพทย์ด่วนเพื่อหาสาเหตุและรักษาได้ทันเวลา ... ดูเพิ่มเติม</p> 			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562

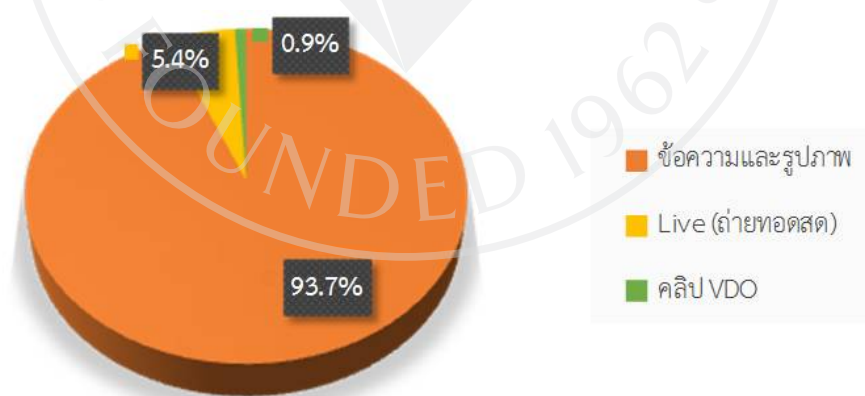
วัน/เดือน/ปี	รูปแบบ ข้อมูลสุขภาพ	ภาพและ ข้อความ	คลิป VDO	Live สด
27 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 27 กุมภาพันธ์ · 📍</p> <p>ปวดท้องน้อยด้านขวา นานกว่า 6 ชั่วโมงอาการเสียง ไล่ดังแตก</p> <p>ไล่ดังอีกเสบ เป็นโรคปวดท้องเฉียบพลันที่พบบ่อยที่สุด เกิดได้กับทุกเพศทุกวัย จำนวนผู้ป่วยมากถึงร้อยละ 7 ของประชากรไทย พบมากในเด็กถึงวัยทำงาน</p> <p>อาการเตือนที่อาจเป็นโรคไล่ดังอีกเสบ ในช่วงแรกจะมีอาการปวดรอบสะดือ และจะปวดมากขึ้นบริเวณท้องน้อยด้านขวานานกว่า 6 ชั่วโมง บางรายอาจมีอาการร่วมอื่นๆ เช่น เมื่ออาหาร คลื่นไส้ อาเจียน อุจจาระร่วง... ดูเพิ่มเติม</p>  <p>1728</p>			
28 ก.พ. 62	<p>Sikarin Hospital 28 กุมภาพันธ์ · 📍</p> <p>พริกน้ำปลา เค็มๆ หนอย อร่อยดี</p> <p>พริกน้ำปลา เป็นเครื่องปรุงที่ขาดไม่ได้ของใครหลายๆ คน แต่จะรู้หรือไม่ว่า เจ้าพริกน้ำปลานี้แหละ ของอร่อยที่กลายเป็นภัยร้ายต่อร่างกายของเรา</p> <p>พริกน้ำปลา 1 ช้อนชา มีโซเดียมถึง 500 มิลลิกรัมเลยนะ! ... ดูเพิ่มเติม</p> <p>คุณอายุจรธรมเพพามา Internal Medicine Specialist</p> <p>พริกน้ำปลา 1 ช้อนชา มีโซเดียมถึง 500 มิลลิกรัมเลยนะ!</p> <p>โดยปกติแล้ว ปริมาณโซเดียมที่ร่างกายต้องการคือ ไม่เกิน 2000 มิลลิกรัมต่อวัน (เทียบเท่ากับ 1 ช้อนชา หรือ น้ำปลา 4 – 5 ช้อนชา)</p>  <p>1728</p>			

ตารางที่ 4.4: สัดส่วนประเด็นรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏจากการเก็บข้อมูลรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

ประเด็นรูปแบบการสื่อสาร	จำนวนรูปแบบที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็นร้อยละ
ข้อความและรูปภาพ	104	93.7
Live (ถ่ายทอดสด)	6	5.4
คลิป VDO	1	0.9
รวม	111	100

จากตารางที่ 4.3 และตารางที่ 4.4 พบว่า รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏสูงที่สุด คือ ข้อความและรูปภาพ มีจำนวน 106 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 93.7 รองลงมา คือ Live (ถ่ายทอดสด) มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 และน้อยที่สุดคือ คลิป VDO มีจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9

ภาพที่ 4.12: สัดส่วนรูปแบบเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏ



จากภาพที่ 4.12 สัดส่วนรูปแบบเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏสามารถจำแนกได้ ดังนี้

4.3.1 รูปแบบการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลสุขภาพประเภทรูปภาพและข้อความ พบว่า ในสื่อเฟซบุ๊กนิยมใช้รูปแบบการสื่อสารที่เป็นรูปภาพและข้อความมากที่สุด โดยใช้รูปภาพประกอบการอธิบาย เพื่อสื่อให้กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บริโภคได้ศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่ทางผู้สื่อสารต้องการสื่อ ซึ่งจะมีเนื้อหาที่ไม่ยาวเกินไป ใช้ภาษาที่กระชับ หรือมีการบรรยายไปในรูปภาพนั้น ๆ เลยเมื่อผู้อ่านได้อ่านก็จะสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการสื่อได้ เนื้อหาที่มีความชัดเจน ใช้ภาษาที่ไม่เป็นภาษาทางการแพทย์ทั้งหมด แต่ก็ยังคงซึ่งการอ้างอิงจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย

จากการศึกษาการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลสุขภาพทางผู้วิจัยเห็นว่า ทางโรงพยาบาลมักใช้รูปแบบของรูปภาพและข้อความในการนำเสนอ เนื่องจากเป็นรูปแบบที่สื่อสารง่าย คนอ่านเมื่ออ่านแล้วเข้าใจถึงจุดประสงค์ของการสื่อสารนั้น ซึ่งเมื่อพิจารณาจากจำนวนที่ผู้สื่อสารได้นำเสนอไปนั้น เห็นได้อย่างชัดเจนว่า สื่อรูปแบบรูปภาพและข้อความสามารถดึงให้ผู้อ่านมีความสนใจ เข้าถึงเนื้อหา ได้มากกว่ารูปแบบการสื่อสารอื่น ๆ เพราะด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย อ่านแล้วได้ความรู้ ด้วยภาษาที่สั้น กระชับ ไม่ได้ใช้ภาษาทางการแพทย์ที่มากเกินไป เกิดการแชร์ต่อได้ สามารถนำไปเป็นแนวทางของการเริ่มต้นการมีสุขภาพที่ดีได้ในอนาคต ดังนั้น การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในรูปแบบข้อความและรูปภาพ จึงเป็นประเภทของการสื่อสารที่สามารถให้ความรู้ และอธิบายโดยให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน และสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้

ตัวอย่าง

“สงสัยกันอยู่ใช่ไหมคะ ว่าอาการปวดท้องที่เราเป็นอยู่นั้น คือไส้ติ่งอักเสบหรือไม่ วันนี้เรามีข้อสังเกตอาการปวดท้องกัน ว่าปวดท้องแบบไหน เสี่ยงเป็นไส้ติ่งอักเสบ อয়ারอให้ไส้ติ่งแตกนะ หากมีอาการใดอาการหนึ่ง ให้รีบมาพบแพทย์โดยด่วน เพื่อทำการวินิจฉัยและรับการรักษาที่ถูกต้อง” (Sikarin Hospital, 2561)

จากการศึกษารูปแบบข้อความ และรูปภาพในสื่อเฟซบุ๊กและการสัมภาษณ์ ได้รับคำอธิบายว่า “รูปภาพและข้อความที่ทางโรงพยาบาลเผยแพร่ในเฟซบุ๊กนั้น เราให้ความสำคัญอย่างมาก ตั้งแต่การวางแผน เรียบเรียงเนื้อหาให้กระชับ ถูกต้อง ชัดเจน ซึ่งทุก ๆ เนื้อหาที่เป็นเนื้อหาทางการแพทย์ เราจะส่งให้กับแพทย์ตรวจก่อน ถึงจะสามารถเผยแพร่ได้ นั่นก็เพื่อความน่าเชื่อถือ และการอ้างอิงถึงข้อมูล รวมถึงออกแบบภาพ Art Work ให้สวยงาม และยังคงสร้างการจดจำแบรนด์ด้วยการใส่ CI (Corporate Identity) ในทุก ๆ Art Work ที่เรานำเสนอไป” (คุณปรเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนารูธุรกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

ดังนั้นจึงพิจารณาได้ว่ารูปแบบการสื่อสารประเภทข้อความและรูปภาพเป็นรูปแบบที่เหมาะสมเป็นอันดับหนึ่ง ในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพ เพราะเนื้อหาที่ผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายต้องการ ต้องไม่ยาวเกินไป แต่ต้องถูกต้อง มีรับรองข้อมูลจากแพทย์จริง ๆ รูปภาพที่ใช้

ก็จะต้องสื่อได้ตรงกับประเด็นที่สื่อสารออกไป เพื่อให้ผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายจะมีการจดจำรับรู้ เนื้อหาข้อมูลนั้น ๆ ได้ง่าย

ภาพที่ 4.13: ภาพตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภทข้อความและรูปภาพ



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

4.3.2 รูปแบบเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภท Live (ถ่ายทอดสด) พบว่าโรงพยาบาลให้ความสำคัญในการ Live (ถ่ายทอดสด) เป็นอันดับสอง รองลงมาจาก ประเภทของข้อความและรูปภาพ เนื่องด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนา ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การ Live (ถ่ายทอดสด) จึงเป็นทางเลือกอีกทางสำหรับโรงพยาบาลเอกชน และจากการเก็บข้อมูล แม้ว่าจะพบว่า การ Live (ถ่ายทอดสด) จะปรากฏเพียง 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 แต่ก็ยังคงเป็นรูปแบบของการนำเสนอที่ทางโรงพยาบาลใช้ และยังคงใช้อย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ในการจัดกิจกรรมของโรงพยาบาล เนื่องจากการ Live (ถ่ายทอดสด) สามารถดึงดูดให้คนเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมในระหว่างกันถ่ายทอดสดได้ ทั้งการตอบคำถามในประเด็นของหัวข้อสุขภาพ หรือการร่วมสนุกกับกิจกรรมของโรงพยาบาลเพื่อชิงของรางวัล

จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในรูปแบบ Live (ถ่ายทอดสด) ผู้วิจัยเห็นว่าทางโรงพยาบาลได้มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ในหลากหลายหัวข้อ ซึ่งก็สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นจำนวนมาก โดยการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง จะมีการเชิญแพทย์ผู้เชี่ยวชาญร่วมพูดคุย เสวนากันในหัวข้อที่เกี่ยวกับสุขภาพ และถ่ายทอดสดผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล โดยมีการถ่ายบรรยากาศรอบ ๆ ให้ได้เห็นถึงความเป็นกันเอง ทั้งแพทย์ และผู้ร่วมฟังการเสวนาในแต่ละครั้ง ซึ่งผู้ที่รับชมการถ่ายทอดสดนั้น สามารถส่งคำถามเพื่อสอบถามในข้อสงสัยเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพของตนเอง ก็จะได้รับคำตอบจากแพทย์ทันที หรือหากหลังจากจบการถ่ายทอดแล้ว ยังสามารถตั้งคำถามไว้ได้ โดยทางแอดมินของเพจจะเป็นผู้ไปสอบถามกับแพทย์ และกลับมาตอบคำถามให้กับคนที่ถามได้คลายความสงสัยได้ และที่สำคัญในการถ่ายทอดสดทั้งผู้ที่สนใจหรือกลุ่มเป้าหมายไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการขอรับคำปรึกษาจากแพทย์

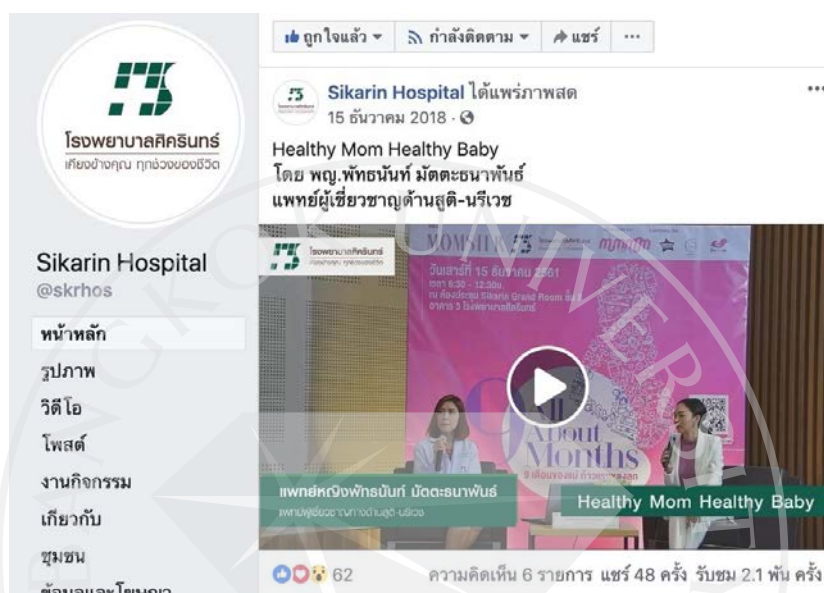
จากการศึกษารูปแบบการ Live (ถ่ายทอดสด) และการสัมภาษณ์ได้รับคำอธิบายว่า “ในทุก ๆ กิจกรรมของโรงพยาบาล เราจะเลือกใช้การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายของเราได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เราจัดขึ้น ซึ่งก็ได้รับความสนใจอย่างมาก ผลตอบรับค่อนข้างดี โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับคุณพ่อคุณแม่่มือใหม่ที่เราจะมีการสอนวิธีเริ่มต้นการดูแลคุณแม่ตั้งครรภ์จนถึงคลอดน้อง ได้รับเกียรติจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญประจำศูนย์สูติ นรีเวชมาร่วมพูดคุยให้ความรู้ต่าง ๆ ในช่วงแรก ๆ เราก็กังวลว่า จะ Fail หรือเปล่า ถ่ายทอดสดไปแล้ว จะมีคนดูหรือไม่ ในช่วงแรก ๆ คนดูอาจจะยังไม่เยอะเท่าที่ควร และยังไม่ได้เป็นอย่างที่เราคาดหวัง แต่เราก็ยังคงพัฒนาโดยการเชิญชวนให้มาร่วมสนุกโดยการร่วมตอบคำถามในช่วงถ่ายทอดสด เพื่อรับรางวัล อาจจะเป็น Gift Voucher ตรวจสุขภาพ ซึ่งได้รับความสนใจ มีคนร่วมสนุกเยอะเลยทีเดียว หรือแจกของรางวัลโดยส่งของที่ระลึกจากโรงพยาบาล เป็นกระบอกน้ำบ้าง ตลับใส่ยาบ้าง ซึ่งก็ช่วยเพิ่มจำนวนคนที่เข้ามาดูได้เยอะเหมือนกัน และทำให้โรงพยาบาลเองก็มีแฟนคลับเพิ่มมากขึ้น หรือแม้แต่คุณแม่เองที่เป็นผู้บรรยายในหัวข้อสุขภาพ ก็มีแฟนคลับเพิ่มขึ้น เรายังคงรูปแบบของการ Live (ถ่ายทอดสด) ต่อไป และจะมีหัวข้อที่หลากหลายมากขึ้น ต้องติดตามครับ” (คุณประเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนารัฐกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

ตัวอย่าง

“กิจกรรม All About 9 Months 9 เดือนของแม่ ก้าวแรกของคุณ” ในวันเสาร์ที่ 15 ธันวาคม 2561 ที่ผ่านมามีจัดขึ้น ณ ห้องประชุม Sikarin Grand Room อาคาร 3 ชั้น 8 โรงพยาบาลศิริรินทร์ ภายในงานมีสัมมนาในหัวข้อ “Healthy Mom Healthy Baby” โดย แพทย์หญิงพันธนันท์ มัตตะธนาพันธ์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านสูตินรีเวช ที่มาให้ความรู้เรื่องระหว่างตั้งครรภ์จนถึงการดูแลตัวเองหลังคลอด รวมถึงมี Active Yoga การเตรียมความพร้อมและฝึกสมาธิก่อนคลอด

โดย “ครูหมวย” พัชรี อภินทนาพงศ์ จากสถาบัน Yoga Gita ที่ให้ผู้ใช้ร่วมงานได้ลองทำ” (Sikarin Hospital, 2561)

ภาพที่ 4.14: ภาพตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภท Live (ถ่ายทอดสด)



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

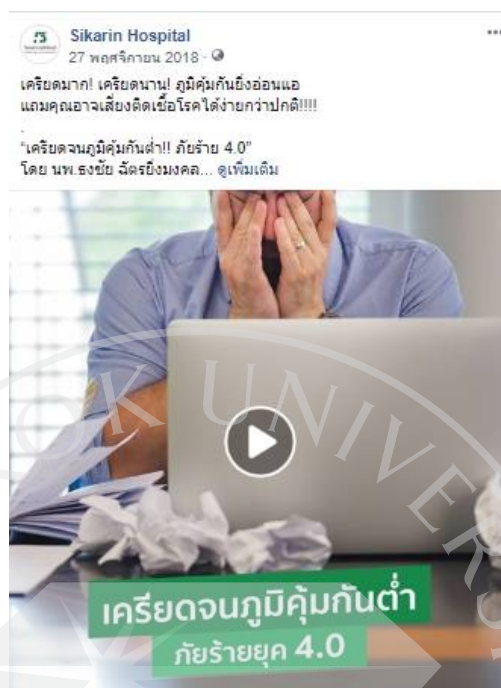
4.3.3 รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภท คลิป VDO พบว่า โรงพยาบาลมีการใช้รูปแบบของคลิป VDO น้อยที่สุด จากการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2561 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2562 ปรากฏรูปแบบของคลิป VDO มีจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9 ในการสื่อสารรูปแบบคลิป VDO นี้ จะประกอบด้วยหลากหลายรูปแบบนำมาประกอบกัน ทั้ง ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง เป็นการผสมผสานกันของสื่อ เพื่อนำเสนอ แต่เฟซบุ๊กในโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) รูปแบบการนำเสนอประเภทคลิป VDO ไม่ได้ได้รับความนิยมเท่าที่ควร หากเปรียบเทียบกับรูปแบบอื่น ๆ ทั้งรูปแบบข้อความและรูปภาพ และรูปแบบ Live (ถ่ายทอดสด) กลับได้รับความนิยมที่มากกว่า ซึ่งในการนำเสนอรูปแบบคลิป VDO เนื้อหาจะเป็นแนวการดูแลสุขภาพ การแนะนำการปฏิบัติตัวขณะป่วยโรคนั้น ๆ นับว่าเป็นสื่อที่ครบถ้วนในเรื่องของการนำเสนอ หากแต่ยังมีการนำเสนอที่น้อยมากในรูปแบบดังกล่าวนี้

จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภทคลิป VDO นี้ ยังพบว่า การนำเสนอไม่ได้แตกต่างจากรูปแบบอื่น ๆ ยังคงเป็นเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก และยังไปในทิศทางเดียวกันกับรูปแบบข้อความและรูปภาพ เพียงแต่วิธีการนำเสนอขั้นตอนการทำที่ซับซ้อนมากกว่าเท่านั้น

จากการสัมภาษณ์ได้รับคำอธิบายว่า “รูปแบบของคลิป มีลักษณะที่เป็นคลิปสั้น ไม่เกิน 1-2 นาทีเท่านั้น ในการนำเสนอข้อมูลสุขภาพ เพราะถ้าเวลายาวกว่านี้ อาจทำให้ดูน่าเบื่อ ในสายตาของผู้บริโภค เพราะสื่อรูปแบบนี้ จะต้องมีการกระชับคำ ภาษา และต้องสรุปให้เข้าใจได้ภายในระยะเวลาที่เราเองเป็นผู้กำหนด ซึ่งจะมีเพียงไม่กี่หัวข้อที่สามารถนำเสนอรูปแบบนี้ได้ และเพราะเราเป็นโรงพยาบาล ฉะนั้นในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพจำเป็นต้องให้รายละเอียดที่แม่นยำ ชัดเจน แต่เราก็ยังคงมีความคิดที่จะพัฒนารูปแบบของคลิปเพื่อให้เข้ากับยุคของดิจิทัล เรายังคงพัฒนารูปแบบของคลิปต่อไป ในอนาคตจะให้เห็นสื่อรูปแบบคลิปมากขึ้นในหน้าเพจของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ ครบุรี) (คุณประเมษฐ์ มั่นคง ผู้อำนวยการสายงานพัฒนาธุรกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 เมษายน 2562)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภทคลิป VDO นี้ สำหรับโรงพยาบาลยังคงเป็นรูปแบบที่ไม่ได้นิยมใช้กันมากนัก แต่ยังคงมีความน่าสนใจในการใช้สื่อประเภทนี้นำเสนอ เพราะจากที่ผู้วิจัยมองว่าเป็นรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย มีทั้งภาพและเสียง ภาษาที่ใช้ก็เข้าใจได้ง่าย น่าจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ไม่น้อย หากเทียบกับการ Live (ถ่ายทอดสด) แต่ด้วยพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค รูปแบบของคลิป VDO อาจไม่ได้ตอบโจทย์มากนักสำหรับผู้บริโภคทั่วไป เพราะจุดอ่อนของการสื่อสารรูปแบบประเภทคลิปนี้ หากเป็นเนื้อหาที่เข้าใจยาก ผู้รับสารอาจไม่สนใจและกดข้ามได้ ซึ่งก็ยังคงเป็นข้อเสียของการนำเสนอรูปแบบคลิป VDO ผู้สื่อสารจะต้องทำความเข้าใจต่อเนื้อหาข้อมูลก่อนการนำเสนอ เพื่อให้ดึงดูดใจได้ในช่วงแรก และเกิดการติดตามต่อเรื่อย ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ในการเรียนรู้ข้อมูลสุขภาพต่อสื่อประเภทคลิป VDO

ภาพที่ 4.15: ภาพตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพประเภทคลิป VDO



ที่มา: Sikarin Hospital. (2561). Facebook fan page. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)” เป็นการศึกษาวิจัยด้วยวิธีการเก็บรวบรวมเนื้อหาและรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลสุขภาพ โดยนำเอาข้อมูลที่ได้นั้น มาวิเคราะห์ ร่วมกับการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–28 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นระยะเวลา 4 เดือน เพื่อนำเนื้อหาและรูปแบบ Content มาวิเคราะห์และศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสาร โดยมีผลการศึกษาวิจัย 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ส่วนที่ 1 เนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ), ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) และส่วนที่ 3 กลยุทธ์ของการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) โดยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

5.1.1 เนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)

จากการเก็บข้อมูล พบว่า ในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) มีเนื้อหาข้อมูลสุขภาพที่ปรากฏ โดยสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 5.1: สรุปสัดส่วนเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ที่ปรากฏ

ประเด็นเนื้อหาการสื่อสาร	จำนวนที่ปรากฏ (ร้อยละ)
เกร็ดความรู้ทั่วไป	35.2
ให้ความรู้ด้านสุขภาพ	24.3
กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล	32.4
การตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น)	8.1
รวม	100

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) มีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลสุขภาพที่ปรากฏ คือ 4 ประเด็น อันดับแรก ได้แก่ เกร็ดความรู้ทั่วไป มีจำนวน 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.2, ให้ความรู้ด้านสุขภาพมีจำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.3, กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาลมีจำนวน 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.4 และการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) มีจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.1

5.1.1.1 เกร็ดความรู้ทั่วไป ของเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จากผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏเป็นเนื้อหาที่ผสมระหว่างความรู้ทั่วไปและความรู้ด้านสุขภาพ สารคดีสุขภาพต่าง ๆ ที่สามารถศึกษา เรียนรู้ การป้องกันตัวเองได้อย่างง่าย เป็นการหยิบยกเอาเรื่องราวในชีวิตประจำวันที่จะต้องพบเจอ มาเรียบเรียงแนวให้ความรู้ แนะนำเคล็ดลับการมีสุขภาพที่ดี แนะนำวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ที่ผู้อ่านสามารถเรียนรู้ ศึกษา นำไปใช้ได้จริง

5.1.1.2 ให้ความรู้ด้านสุขภาพ ของเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จากผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏเป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้ด้านสุขภาพ และความรู้ในทางการแพทย์ เนื้อหาที่บอกวิธีการดูแลตัวเองเบื้องต้น การปฏิบัติตัวอย่างไรเมื่อต้องอยู่ความเสี่ยงของการเกิดโรค เป็นเนื้อหาที่มีส่วนช่วยให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้บริโภคสามารถลดความเสี่ยงของการเกิดโรคนั้น ๆ ได้ เป็นการสร้างพฤติกรรมให้เกิดการรักสุขภาพ และมีเป้าหมายของการมีสุขภาพที่ดีได้ ทั้งยังรู้จักการรับมือกับโรคภัยไข้เจ็บที่ระบาด หรือโรคตามฤดูกาลก็สามารถที่จะรู้วิธีป้องกันตัวเองได้อย่างทันเวลา

5.1.1.3 กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล ของเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จากผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏเป็นเนื้อหาในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างโรงพยาบาลกับผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมาย ที่สนใจเรื่องสุขภาพ เพราะในทุก ๆ การสื่อสารของเนื้อหากิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล ทางโรงพยาบาลจะมีการเชิญให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี และทำให้เห็นถึงความเอาใจใส่ สนใจในสิ่งรอบตัวก่อให้เกิดความประทับใจ ส่งผลดีต่อทั้งองค์กรและตัวผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ยังมีการสอดแทรกเรื่องราวที่โยงไปถึงเนื้อหาข้อมูลสุขภาพได้ แม้จะเป็นวันสำคัญ หรือเทศกาลก็ตามองค์กรก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมายก็มีแนวทางของการมีสุขภาพที่ดีได้อย่างยั่งยืน

5.1.1.4 การตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) ของเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) จากการศึกษา พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏเป็นเนื้อหาที่นำเสนอเรื่องราวสุขภาพ ก่อนจะแนะนำแพ็กเกจ และโปรโมชั่น เพื่อให้ผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมาย สามารถมีแนวทางในการตัดสินใจ เป็นทางเลือกของการเตรียมพร้อมสู่การมีสุขภาพที่ดี หลัก ๆ จะเป็นในเชิงของการ

ชักชวนให้มีสุขภาพที่ดี มีสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสะดวก สบายกับผู้บริโภค ซึ่งการมี แพ็กเกจ โปรโมชันนี้ เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้ดี หากมองในอีกมุมมองหนึ่ง โรงพยาบาลอาจ ไม่ได้ทำโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดเข้ารับการรักษา แต่อาจเป็นในแง่ของการเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า เดิมก็เป็นได้ ทำให้เกิดเป็น Brand Loyalty หรือความจงรักภักดีต่อแบรนด์ก็ได้ เมื่อลูกค้าบอกเล่า ต่อไปเป็นทอด ๆ โรงพยาบาลก็จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชัน) จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากจริง ๆ

5.1.2 รูปแบบการสื่อสารเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล ศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

จากการเก็บข้อมูล พบว่า ในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) มีรูปแบบการ สื่อสารข้อมูลสุขภาพที่ปรากฏ โดยสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 5.2: สรุปสัดส่วนรูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ที่ปรากฏ

ประเภทรูปแบบการสื่อสาร	จำนวนที่ปรากฏ (ร้อยละ)
ข้อความ และรูปภาพ	93.7
Live (ถ่ายทอดสด)	5.4
คลิป VDO	0.9
รวม	100

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) มีการใช้รูปแบบการสื่อสาร ข้อมูลสุขภาพที่ปรากฏทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ ข้อความ และรูปภาพ มีจำนวน 104 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 93.7, Live (ถ่ายทอดสด) มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 และคลิป VDO มีจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9

5.1.2.1 ข้อความและรูปภาพ จากผลการศึกษา พบว่า รูปแบบข้อความ และรูปภาพ ของเฟซบุ๊กโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) เป็นรูปแบบที่ทางโรงพยาบาลให้ความสำคัญอย่างมาก เพื่อสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจและเข้าถึงเนื้อของการสื่อสาร และสามารถนำประเด็นเนื้อหา ของการสื่อสารไปเป็นแนวทางของการดูแลสุขภาพทั้งของตนเองและผู้อื่น ซึ่งการนำเสนอรูปแบบ ของการสื่อสารนั้น ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ก็จะเป็นในเรื่องของ เนื้อหาสุขภาพ เทรนด์สุขภาพ

การดูแลตัวเองในห่างไกลจากโรคระบาดในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น มะเร็งปากมดลูก ป้องกันได้ด้วยการฉีดวัคซีน HPV, หนักร้อน ระวังโรคพิษสุนัขบ้า หากโดนสัตว์เลี้ยงกัดต้องรีบเข้ามาพบแพทย์เพื่อฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า เป็นต้น ทางโรงพยาบาลจะมีการออกแบบ ข้อความ และรูปภาพให้สอดคล้อง เชื่อมโยงกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ใช้ภาษาที่กระชับ ถูกต้องตามหลักภาษาไทย ไม่ใช่ภาษาทางการแพทย์ เพราะจะเข้าใจยาก ข้อความต้องไม่ยาวเกินไป มีการใช้ภาษาที่ดึงดูดใจคนติดตาม มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ Art Work ใช้สีของโรงพยาบาลเป็นหลัก อาจเพิ่มลูกเล่นเข้าไปเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เน้นการใช้รูปภาพการ์ตูน เพราะสามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย จึงทำให้รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพนี้ตอบโจทย์ของการสื่อสารได้อย่างมาก

5.1.2.2 Live (ถ่ายทอดสด) จากการศึกษา พบว่า ในรูปแบบของการถ่ายทอดสดในเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) นั้น ทางโรงพยาบาลจะมีการกำหนดหัวข้อของการถ่ายทอดสดในแต่ละครั้ง มีการเชิญแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา ของศูนย์การแพทย์ มาร่วมพูดคุยเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ ปัญหาสุขภาพ การส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี ถ่ายทอดความรู้ ตอบคำถาม ประเด็นสุขภาพโดยแพทย์จริง ๆ เปิดโอกาสให้กับผู้ชมสามารถร่วมถามคำถามเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพ หรือขอคำแนะนำในเรื่องของโรคต่าง ๆ ในการถ่ายทอดสดแต่ละครั้งจะมีพิธีกร ที่ร่วมพูดคุยกับแพทย์ เป็นสื่อกลางระหว่างแพทย์กับผู้ชมที่คอยหยิบยกคำถามจากผู้ชมให้กับแพทย์เพื่อจะได้ตอบคำถามกันสด ๆ ผู้ชมจะรู้สึกเหมือนได้พบกับแพทย์ตัวจริง รูปแบบการถ่ายทอดสดนี้ ผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่า มีความครบถ้วนของเนื้อหาทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ เกร็ดความรู้ทั่วไป, ให้ความรู้ด้านสุขภาพ, กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล และการตลาด (แพ็กเกจ, โปรโมชั่น) แต่ก็ยังไม่ได้เป็นที่นิยมมากนักในเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) อันเนื่องมาจากตารางเวลาของแพทย์ไม่สามารถควบคุมได้เท่าที่ควร ยังคงมีปัญหาเล็กน้อยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของเทคโนโลยียังไม่เอื้อต่อการถ่ายทอดสดเท่าที่ควร ซึ่งก็ยังคงมีการพัฒนาในระบบเทคโนโลยีต่าง ๆ ต่อไป

5.1.2.3 คลิป VDO จากการศึกษา พบว่า รูปแบบของคลิป VDO ในเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ไม่นิยมในการสื่อสารสุขภาพด้วยรูปแบบนี้นัก จากการพิจารณาเห็นว่า คลิป VDO ที่มีในเฟซบุ๊กนั้น เป็นการผสมผสานระหว่างข้อความ รูปภาพ ตัดต่อเพื่อให้เกิดเป็นภาพเคลื่อนไหว หรือบางครั้งก็เป็นคลิป VDO ที่ถ่ายทำแล้วนำมาตัดให้มีระยะเวลาสั้นลง ไม่เกิน 1-2 นาที เล่าเรื่องราวสุขภาพ โรคต่าง ๆ วิธีป้องกันโรค ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เป็นแพทย์จริง ๆ ของแต่ละสาขาที่มาให้ความรู้ เช่น โรคอัลไซเมอร์ ใช้แพทย์จากศูนย์สมองและระบบประสาท เป็นผู้ให้ความรู้ โดยทางโรงพยาบาลจะเป็นผู้กำหนดหัวข้อเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ก็เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนี้ให้สามารถเข้าถึงการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ และเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงศักยภาพของการรักษาของแพทย์ได้อีกทาง แต่เพราะวิธีการทำคลิปที่ค่อนข้างมีความซับซ้อนหลายขั้นตอนกว่าจะออกมาเป็น

คลิป ทำให้การสื่อสารประเภทรูปแบบคลิป VDO ยังไม่ใช่รูปแบบหลักที่โรงพยาบาลจะนำมาสื่อสารบ่อย ๆ แต่ยังคงเป็นรูปแบบที่ในอนาคตทางโรงพยาบาลจะใช้นำเสนอข้อมูลสุขภาพมากขึ้น

5.1.3 กลยุทธ์ของการสื่อสารที่เกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

“สุขภาพ” เป็นสิ่งที่ปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น จนเกิดเป็นกระแสของการมีสุขภาพที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ที่มีการเผยแพร่เรื่องของการดูแลสุขภาพหลากหลายเรื่องราว ที่จะทำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมให้มีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน และรู้จักการป้องกันเพื่อไม่ให้ตัวเองเจ็บป่วย ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษากลยุทธ์ของการสื่อสารที่เกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ออกเป็น 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ของเนื้อหาข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก (Content) และกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก (Communication Form)

5.1.3.1 กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)

1) กลยุทธ์เนื้อหาการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก (Content) จากผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาข้อมูลที่ทางโรงพยาบาลนำเสนอในสื่อเฟซบุ๊ก เป็นการนำเสนอในเรื่องของสุขภาพ การปฏิบัติตัวให้ห่างไกลโรค การส่งเสริมให้ทุกคนมีสุขภาพที่ดี และมีส่วนร่วมกับทุก ๆ บริษัทที่โรงพยาบาลสื่อสารออกไป เพื่อใช้ดึงดูดให้เกิดการติดตาม และเผยแพร่ แชร์ต่อ และเป็นทางเลือกของการเข้ารับบริการ จากการสังเกต การเก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์เฟซบุ๊กของโรงพยาบาลมีการใช้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงในการทำสื่อ เพื่อแนะนำการดูแลสุขภาพเบื้องต้นแบบไม่ต้องพึ่งพาแพทย์ โดยเนื้อหาที่ได้มา ต้องเป็นแหล่งที่อ้างอิงได้ และต้องตรวจสอบข้อมูลก่อนโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญก่อนมีการเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ส่วนใหญ่ในการสื่อสารเนื้อหาจะเป็นเรื่องของเกร็ดความรู้สุขภาพทั่วไป รองลงมาคือ ให้ความรู้ด้านสุขภาพ ถัดมาก็คือ กิจกรรม/วันสำคัญ/เทศกาล และสุดท้าย คือ การตลาด (แพ็คเกจ, โปรโมชั่น) ซึ่งทั้งหมดนี้ ผู้อ่าน สามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง ให้เกิดความอยากที่จะมีสุขภาพที่ดี และต้องเป็นสุขภาพดีแบบยั่งยืน ทั้งนี้ยังพบอีกว่า กลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทางโรงพยาบาลใช้ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพก็คือ การสร้างความเชื่อมั่นที่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูลได้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อมั่นในโรงพยาบาล โดยการใช้รูปภาพที่เป็นรูปของโรงพยาบาลเอง มีการสื่ออย่างถูกต้องไม่ติดลิขสิทธิ์ เนื้อหา มีการเรียบเรียงใหม่ ให้เกิดความเข้าใจ เข้าถึงได้อย่างง่าย ไม่ซับซ้อน การใช้คำภาษา ถูกต้องตามหลักภาษาไทยทุกประการ เนื้อหาไม่เยิ่นเย้อเกินไป ทำให้ผู้อ่านไม่เบื่อเวลาที่เจอข้อมูลเรื่องสุขภาพและข้อมูลทางการแพทย์ และกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บริโภค ยังสามารถที่จะนำเนื้อหา

ในสื่อเฟซบุ๊กไปเผยแพร่ แชนด์ต่อได้อย่างไม่มีข้อผิดพลาด รวมถึงใช้ในการอ้างอิงสำหรับงานวิชาการได้อีกด้วย

2) กลยุทธ์รูปแบบการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก

(Communication Form) จากผลการศึกษาพบว่า โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) ใช้รูปแบบของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ ข้อความและรูปภาพ รองลงมา คือ Live (ถ่ายทอดสด) และใช้น้อยที่สุดคือ คลิป VDO ทางโรงพยาบาลมีการออกแบบรูปแบบของการสื่อสารให้เชื่อมโยงกับ Content ในแต่ละเรื่อง ซึ่งก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพและการแพทย์ กลยุทธ์ของโรงพยาบาลสำหรับรูปแบบการสื่อสารนั้น เน้นในเรื่องของการออกแบบให้สื่อมีความทันสมัย เนื้อหาทันเหตุการณ์และสถานการณ์จริง ๆ ใช้รูปแบบที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภค มีการสื่อสารที่ตรงไปตรงมาในประเด็นของสุขภาพและการแพทย์ ใช้ภาพประกอบสื่อที่สวยงาม ใช้ภาษาที่สั้น กระชับ เข้าใจได้ทันทีที่อ่าน ไม่ใช่ศัพท์ทางการแพทย์มากเกินไป ยังคงความเป็นแบรนด์ด้วยการใส่รูปแบบ CI (Corporate Identity) ตามแบบฉบับของโรงพยาบาล เพื่อให้เกิดการจดจำ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรการใช้การดูแลแทนการใช้ภาพคนจริง ๆ ก็เป็นส่วนช่วยให้ข้อมูลสุขภาพ หรือข้อมูลทางการแพทย์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ไม่ยาก สามารถเข้าถึงได้ทุกคน ทุกระดับ ทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ ที่สำคัญต้องมีความสม่ำเสมอในเรื่องของการนำเสนอทุก ๆ วัน อีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ทางโรงพยาบาลเลือกใช้ ก็คือ กลยุทธ์ของการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างโรงพยาบาลกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการที่ใช้รูปแบบของการถ่ายทอดสด ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่สามารถลดช่องว่างระหว่างโรงพยาบาลกับกลุ่มเป้าหมายได้ มีโอกาสในการเพิ่มจำนวนผู้เข้ารับบริการได้ เพราะการถ่ายทอดสด ทำให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการถามตอบ เกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพกับแพทย์จริง ๆ เหมือนได้เข้าพบแพทย์จริง ๆ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ จุดนี้ทำให้ระหว่างผู้บริโภคและโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์อันดีได้อย่างต่อเนื่องแบบระยะยาว เพราะความเชื่อมั่น นำเชื่อถือ ที่มีต่อโรงพยาบาล ซึ่งรูปแบบการถ่ายทอดสดนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กอีกด้วย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ)” สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

5.2.1 กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพฯ) มีเนื้อหาเพื่อให้ความรู้ในเรื่องของสุขภาพและข้อมูลทางการแพทย์ ซึ่งเป็นการให้ความรู้ที่ไม่ใช่เพียงกลุ่มเป้าของโรงพยาบาลเท่านั้น แต่เนื้อหาที่ทางโรงพยาบาลสื่อออกไป สามารถเข้าถึงคนได้ทุกกลุ่มทุกระดับ เพื่อต้องการให้ทุกคนทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้มีการตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดี มีแนวทางของการรักษาสุขภาพ ทั้งที่ป่วย ไม่ได้ป่วย หรืออาจกำลังป่วย ก็สามารถ

ที่จะศึกษาหาข้อมูลจากเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลได้ ด้วยเนื้อหาที่ไม่ได้มีศัพท์ทางการแพทย์มากเกินไป มีการเรียบเรียงข้อความให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย และยังทันต่อเหตุการณ์ หรือสถานการณ์นั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการระบาดของโรค โรงพยาบาลถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลชั้นดีที่จะศึกษาถึงโรคนั้น ๆ ได้ ด้วยข้อมูลที่มีการคัดกรอง และตรวจโดยแพทย์ทุกครั้งก่อนทำการเผยแพร่ในสื่อเฟซบุ๊ก ก็เพื่อใช้ในการอ้างอิงที่มาของแหล่งข้อมูลได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสร้างความน่าเชื่อถือได้ โดยที่ตัวกลุ่มเป้าหมาย และไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จะได้รับความรู้ สาระ เรื่องของสุขภาพไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้ทุก ๆ คนได้มีความรู้สำหรับการดูแลสุขภาพของตนเองในเบื้องต้น เป็นประโยชน์สำหรับการที่จะนำเนื้อหาด้านสุขภาพไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อลดอัตราการเกิดโรค และลดความเสี่ยงของ ความรุนแรงของโรคนั้น ๆ หากได้รับข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงจากโรงพยาบาล และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ในแต่ละสาขา ที่ต่างก็อยากให้เฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางของการปรับพฤติกรรมให้หันมาใส่ใจในเรื่องของ สุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น ด้วยบริบททางสังคมที่ปัจจุบัน ผู้คนต่างให้ความสนใจในเรื่องของ สุขภาพมากกว่าเมื่อก่อน และสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กก็เป็นช่องทางที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลสาร ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลได้มากยิ่งขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดของ มลินี สมภพเจริญ (2551) ได้ศึกษาเรื่องสถานการณ์การสื่อสารสุขภาพผลวิจัย พบว่า การสื่อสาร สุขภาพต้องเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อต้องการให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมใน กิจกรรม เพราะผู้รับสารมักแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ ด้วยตนเอง เกิดการปฏิบัติตามพฤติกรรมสุขภาพ ได้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก สามารถเปลี่ยน พฤติกรรมของคนในสมัยนี้ได้จริง ด้วยเทรนด์ของการรักษาสุขภาพ และกระแสของการมีสุขภาพดีก็ ยังคงเป็นกระแสที่ได้รับการยอมรับอย่างมาก สังเกตได้จากเพจรักสุขภาพต่าง ๆ ที่มีให้เห็นเยอะมาก ในปัจจุบัน ทำให้เห็นถึงการตระหนักถึงการมีสุขภาพที่ดี ไม่เจ็บป่วย และทุกคนสามารถมีสุขภาพ ที่ดีได้แค่เริ่มต้นใส่ใจ มีสติกับทุก ๆ สิ่ง ทั้งอาหารการกิน ติดตามข่าวสารเป็นประจำ ออกกำลังกาย ตรวจสอบสุขภาพเป็นประจำทุกปีเพื่อคัดกรองโรคที่เราเองก็อาจไม่รู้ หรือรู้ ก็จะได้หาทางรักษาได้อย่าง ทันท่วงที ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสาระความรู้ด้านสุขภาพทั้งสิ้นสอดคล้องกับแนวคิดของ มงคล โสภณ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกแฟนเพจสายการบินต้นทุนต่ำ ผลวิจัยพบว่า ในยุคที่ผู้บริโภคต่างก็ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย ทำให้ภาคธุรกิจไม่อาจปฏิเสธ การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้ การสื่อสารออนไลน์จึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยกลยุทธ์ เช่นเดียวกับการสื่อสารช่องทางอื่น ๆ ซึ่งทางโรงพยาบาลเองก็ยังคงอาศัยการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อมาใช้ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ และทำให้ได้ผลตามที่โรงพยาบาลกำหนด ซึ่งอาจไม่ได้หมายถึง จำนวนการกดไลค์เพจที่มากขึ้น แต่เป็นจำนวนของผู้ที่มีสุขภาพที่ดี เพราะติดตามข้อมูลด้านสุขภาพ ในเพจเฟซบุ๊กของโรงพยาบาล เท่านั้นก็ทำให้วัตถุประสงค์ของโรงพยาบาลที่ต้องการให้ผู้บริโภคหันมา ใส่ใจเรื่องสุขภาพก็ตรงตามที่ได้วางไว้แล้ว

5.2.2 รูปแบบของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อเพชบุ๊กของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ รูปแบบที่เห็นได้อย่างเด่นชัดเลยก็คือ ข้อความ และรูปภาพ ด้วยสีสันของ Art Work รวมถึง Content ที่สื่อออกมา ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย แม้จะเป็นเรื่องของสุขภาพทางด้านการแพทย์ ด้วยความเป็นโรงพยาบาล ภาพจำ คือ มีแต่เนื้อหาวิชาการ ซึ่งปัจจุบัน โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการสื่อสารให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ใช้สีเขียวที่เป็นสีของโรงพยาบาลเป็นสีหลักสำหรับการออกแบบ Art Work หรือ รูปแบบอื่น ๆ ที่จะสื่อถึงความปลอดภัย เชื่อใจ เชื่อถือได้ ถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีผ่านสื่อเพชบุ๊ก และคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคเป็นหลัก มีการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งรูปแบบที่ทางโรงพยาบาลสื่อไปนั้น ยังสอดคล้องกับเนื้อหาทำให้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และไม่ได้อันเป็นเป้าหมายได้เป็นอย่างดีสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิยะฉัตร พรหมมา (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความผูกพัน และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการสื่อสารผ่านเพชบุ๊กแฟนเพจ ผลการวิจัย พบว่า เพชบุ๊กเปรียบได้กับหน้าตาขององค์กร การแสดงความชัดเจนเกี่ยวกับองค์กร หรือตราสินค้า จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และจดจำได้ดี ซึ่งจากผลการศึกษาเห็นได้ว่า ทางโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ได้มีรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพ นอกจากข้อความ และรูปภาพแล้ว ยังมีรูปแบบ Live (ถ่ายทอดสด) และคลิป VDO ที่อาจจะไม่ได้เป็นรูปแบบที่โรงพยาบาลใช้บ่อยมากนัก แต่ก็ยังเป็นโมเดลที่ยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสุขภาพมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังเน้นการให้ความรู้คู่ความบันเทิง บันเทิงที่ว่าก็คือไม่ได้ใส่ความรู้วิชาการมากจนเกินไป แต่ทำให้กลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคอื่น ๆ สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สามารถติดตามได้อย่างถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนเสริมสร้างพฤติกรรมให้หันมาใส่ใจเรื่องของสุขภาพมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้

1) การสื่อสารข้อมูลสุขภาพ เนื้อหาของเรื่องสุขภาพเป็นลักษณะของการให้ความรู้เบื้องต้น เป็นส่วนใหญ่ ควรเน้นในเรื่องของการป้องกันตนเอง เพื่อที่ผู้อ่านจะได้มีแนวทางของการดูแลป้องกันตนเองจากโรคต่าง ๆ ได้มากขึ้น และอัปเดตโรคที่ใหม่ หรือกำลังเป็นกระแสในช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ศึกษาและทำความรู้จัก ต่อยอดไปจนถึงการป้องกันและดูแลตัวเองได้

2) รูปแบบของการสื่อสาร ที่เห็นได้ชัดเลยว่า รูปแบบของคลิป VDO ที่มีน้อยมาก ถ้าหากมีการนำเสนอรูปแบบคลิป VDO ในเชิงของการให้ความรู้เรื่องสุขภาพโดยแพทย์จะยิ่งเพิ่มความน่าสนใจให้กับการสื่อสารรูปแบบคลิปได้ เพื่อให้เห็นความแตกต่างจากรูปแบบการสื่อสารทั่วไป ซึ่งคลิปก็ต้องไม่ยาวจนเกินไป เนื้อหา Content ในคลิปก็ควรสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทำให้ดูทันสมัย ด้วยการเล่นกับกระแสในช่วงเวลานั้น ๆ ก็จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหาข้อมูลสุขภาพสำหรับ

สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กได้ หรืออาจแทรกด้วยการนำกิจกรรมมาให้ผู้ที่ดูคลิป VDO ได้มีส่วนร่วม ก็จะยิ่งดึงดูดผู้บริโภคได้ดี

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงข้อมูลด้านสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลของโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ข้อมูลเรื่องใดที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ เพื่อสื่อถึงการติดตามข้อมูลสุขภาพในสื่อเฟซบุ๊ก ที่นำมาซึ่งการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการในโรงพยาบาล ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงศักยภาพของการสื่อสารที่ส่งผลต่อการใช้บริการในโรงพยาบาลได้ต่อไป

2) นอกจากโรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ) ควรมีการศึกษาโรงพยาบาลคู่แข่ง เพื่อให้เห็นถึงวิธีการของการสื่อสาร กลยุทธ์ของคู่แข่งที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลสุขภาพในสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งอาจได้กลยุทธ์ของการสื่อสารข้อมูลสุขภาพได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- การสื่อสารสุขภาพ. (2550). สืบค้นจาก <http://www.slideshare.net/UtaiSukviwatsirikul/health-communication-39869601>.
- กิตติ กันภัย. (2553). งานวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ: กลไกในการพัฒนาสังคม. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี ฉบับสังคมศาสตร์*, 4(1), 65-77.
- กลไกสำคัญ “Medical hub”. (2562). สืบค้นจาก <http://www.thaiprivatehospitals.org/คอลัมน์โลกสีขาว/>.
- จำเรียง กุระมะสุวรรณ. (2533). *ประชากรสูงอายุกับการจัดสวัสดิการในการพยาบาลผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชีวรัตน์ สุขสวัสดิ์. (2554). *การสื่อสารสำหรับพยาบาล*. สืบค้นจาก <http://www.olearning.siam.edu/2011-11-28-08-10-01/437-100-101->.
- ประภา เพ็ญสุวรรณ. (2527). *การวัดสถานะทางสุขภาพ: การสร้างมาตรการการประมาณค่าและแบบสอบถาม*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพยาบาล.
- ประเวศ วะสี. (2543). *สุขภาพในฐานะอุดมการณ์ของมนุษย์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. นนทบุรี: สำนักงานปฏิรูปสุขภาพ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- ปจรรย์ ณะสมบุญกิจ. (2561). *การสื่อสารสุขภาพ*. สืบค้นจาก <http://kb.hsri.or.th/dspace/handle/11228/4871?locale-attribute=th>.
- ปาริฉัตร มาตรวิจิตร. (2557). *อิทธิพลของการใช้เฟซบุ๊กในความสัมพันธ์แบบคู่รักต่อการผูกมัดในความสัมพันธ์ และความหึงหวง: บทบาทส่งผ่านของความไว้วางใจคู่รัก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิยะฉัตร พรหมมา. (2556). *การเปิดรับข่าวสาร ความผูกพัน และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา. (2558). *ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม*. สืบค้นจาก <http://www.ms.ipser.mahidol.ac.th/ConferenceXI/Download/Book/447-IPSR-Conference-A02-fulltext.pdf>.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต*. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 99-103.
- พระราชบัญญัติสถานพยาบาล 2560. (2560). สืบค้นจาก <http://www.medicalhub.org>.
- พฤติกรรมผู้ใช้งานสื่อ Digital ของ Q3 ปี 2018. (2561). สืบค้นจาก <https://www.twfdigital.com/blog/2018/07/q3-2018-digital-usage-stats-thailand/>.

- แพทยสภา. (2546). *ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2546)*. สืบค้นจาก <https://www.tmc.or.th/statute.php>.
- พงศวิชัย คงเจริญ. (2558). *เนื้อหาของกระทู้พันทิปและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมและรีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- เฟซบุ๊ก คืออะไร. (2557). สืบค้นจาก http://www.dmc.tv/pages/top_of_week.
- ภานนท์ คุ่มสุภา. (2558). *แนวทางการออกแบบสารและเลือกใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดของกิจการเพื่อสังคม*. สืบค้นจาก <http://www.academia.edu/16115125/>.
- มลินี สมภพเจริญ. (2551). สถานการณ์การสื่อสาร. *วารสารสุขศึกษา, 31(110)*, 1-11.
- มหาวิทยาลัยนเรศวร. (ม.ป.ป.). *การสื่อสารสุขภาพ (Health communication)*. สืบค้นจาก http://nuph.health.nu.ac.th/phnu/ckeditor/upload/files/1379314635_123.pdf.
- มูทิตา โพธิ์กะสังข์. (2551). *เว็บไซต์สุขภาพ การสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ และคุณภาพข้อมูลในเชิงการแพทย์และสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- มงคล โสภณ. (2557). *กลยุทธ์บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://jothailand744.wordpress.com/2014/08/26/social-media-strategy-marketing/>.
- วชิราพร ปัญญาพินิจนุกร. (2551). *เปิดประตูสู่ยุค Web 2.0 และก้าวต่อไปของยุค Web 3.0*. สืบค้นจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/weblog/2008/09/24/entry-9>.
- วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ และณปิทยา บรรจงจิตร. (2552). นิเทศศาสตร์ประยุกต์กับการสื่อสารสุขภาพ: สื่อสารอย่างไรคนไข้เข้าใจไม่มีปัญหา. *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal, 4(4)*, 539-545.
- วาสนา จันทร์สว่าง. (2550). *การสื่อสารสุขภาพ: กลยุทธ์ในงานสุขศึกษาและการสร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคังการพิมพ์.
- วิภาวิน โมสูงเนิน. (2553). *การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
- วิศกฉณัญญ์ นิมิตรพันธ์. (2559). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 6(1)*, 21-31.
- ศศิวิมล ชูแก้ว. (2555). *การศึกษารูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.*

- ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข. (2556). เทคโนโลยีเว็บ พัฒนาการของเว็บไซต์ เว็บ 1.0, เว็บ 2.0, เว็บ 3.0, เว็บ 4.0 [WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0, WEB 4.0]. สืบค้นจาก <http://www.anantasook.com/web-technology-future-internet-web3-0/>.
- ศุภชัยวิจัยธนาคารออมสิน. (2560). ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน. สืบค้นจาก <https://www.gsb.research.or.th/>.
- สายฤดี พัฒนพงศานนท์. (2555). การรับรู้วิธีการส่งเสริมการขายบนเฟซบุ๊กแฟนเพจและผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริภาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมปรารถนา พรหมช่วย. (2552). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของคลินิกศัลยกรรมความงาม “เมโกลคลินิก”. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดิเทพ บุตรราช. (2553). ความหมายของคำว่า Social network สังคมออนไลน์. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/socialnetworksangkhmxxnlin05/khwam-hmaykxng-kha-wasocial-network-sangkhm-xxnlin>.
- อัมพร แซ่โซว. (2556). พฤติกรรมการใช้ Facebook และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- อิริยาพร อุดทา. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อุบล เลี้ยววาริณ. (2534). ความสำคัญของการศึกษาที่มีต่อพฤติกรรมสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุมาพร นิลทวิก. (2553). การสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุไรรัตน์ มากไมตรี. (2558). อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กรณีศึกษาธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท. (2554). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำภาพร ปิงมูล. (2560). การสื่อสารกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของประชากรในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- 10 ข้อดี Facebook Fan Page ต่อธุรกิจ. (2557). สืบค้นจาก <http://incquity.com/articles/tech/10-ways-facebook-fan-page-help-business>.
- Bruce Upbin. (2013). *Patients like me is building a self-learning healthcare system*. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/bruceupbin/2013/03/01/building-a-self-learning-healthcare-systempaul-wicks-of-patientslikeme/>.
- ETDA. (2561). *ETDA เปิดพหุติกรรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 คนไทยใช้เน็ตเพิ่ม 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html>.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). User of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53.
- Pettegrew, L. S., & Logan, R. (1987). *The health care context*. Retrieved from https://scholarcommons.usf.edu/spe_facpub/373.
- Perloff, R. M. (2010). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century* (4th ed.). New York: Routledge.
- Ratzan, S. C., Payne, J. G., & Bishop, C. (1996). The status and scope of health communication. *Journal of Health Communication*, 1, 25-41.
- Sikarin Hospital. (2561). *Facebook fan page*. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/skrhos/>.
- Sikarin Hospital. (2562). *เว็บไซต์โรงพยาบาลศิรินครินทร์*. สืบค้นจาก <http://www.sikarin.com/>.
- Thaiwebeasy. (2560). *สร้างธุรกิจให้คุณด้วย “เว็บไซต์”*. สืบค้นจาก https://www.thaiwebeasy.com/thai_news_detail.php?news_id=4.
- The Standard. (2561). *ผลสำรวจชี้ คนไทยมีแนวโน้มใส่ใจสุขภาพมากขึ้น*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/aia-sharing-a-life-charity/>.
- World Health Organization. (2009). *Health literacy and health promotion*. Retrieved from https://www.dors.it/documentazione/testo/201409/02_2009_OMS%20Nairobi_Health%20Literacy.pdf.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ชณันภัสร์ ชาติภัทรชัยพัฒน์	
อีเมล	chananphat.ch@gmail.com	
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ - สำเร็จการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย จ.เชียงใหม่ 	
ประสบการณ์การทำงาน	2556-2560	เจ้าหน้าที่การตลาด โรงพยาบาลเมืองนารายณ์ จ.ลพบุรี
	2560-2561	เจ้าหน้าที่การตลาดออนไลน์ ฝ่ายสื่อสารองค์กร โรงพยาบาลศิริรินทร์ (กรุงเทพ)
	2562-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่การตลาด ฝ่ายการตลาดต่างประเทศ บริษัท ชัยเสรี เมืททอล แอนด์ รับเบอร์ จำกัด

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 14 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ชลนันทิสรุ์ ทวีสิทธิ์ชัยพร้อมนี้ อยู่บ้านเลขที่ 40 ซ. 6
ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง ตันโพธิ์
อำเภอ/เขต เมืองสมุทรปราการ จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 16000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7610 300 902
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรสู่ลูกค้าภายในสื่อโซเชียลมีเดียของโรงพยาบาล
ศิริราชินทร์ (กรุงเทพฯ)

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... Chanaphatผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวชนันภัทร์ ชาติภัทราชัยวัฒน์)

ลงชื่อ..... อัญญาผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อัญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

