

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประเมินและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท” มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท 2. เพื่อการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท 3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทกับการเปิดรับ การประเมิน และการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท

สรุปผลการวิจัย

พนักงานกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี อายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ ทำงาน 1-3 ปี โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และพนักงานกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีรายได้ 8,000-10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ ปฏิบัติงานสายสนับสนุนบริการ (วิศวกร แม่บ้าน รปภ.) ปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลพญาไท 2 คิดเป็น ร้อยละ 37.8 ปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลพญาไท 1 ร้อยละ 34.7 และปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลพญาไท 3 ร้อยละ 27.5 การเปิดรับสื่อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ สื่อวารสาร @ Phyathai พบว่า พนักงาน ส่วนใหญ่ เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงพยาบาลพญาไท จากวารสาร @ Phyathai ร้อยละ 62.6 ไม่เคยได้รับ ร้อยละ 37.4 สื่อเว็บไซต์ (www.phyathai.com) เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้อยละ 63.5 ไม่เคยได้รับ ร้อยละ 36.5 สื่อ Intranet เคยได้รับข้อมูลข่าวสารร้อยละ 63.5 ไม่เคยได้รับ ร้อยละ 36.5 สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 83.3 ไม่เคยได้รับ ร้อยละ 16.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงพยาบาลพญาไท จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ มากที่สุด

สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เกี่ยวกับโรงพยาบาลพญาไท พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยภาพรวม ในระดับน้อย โดยมีการพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์มากที่สุด อันดับต่อมา คือ เว็บไซต์ (www.phyathai.com) และ Intranet โดยมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ในระดับ

ปานกลาง ในขณะที่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้น้อยที่สุด คือ วารสาร @ Phyathai โดยมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมที่ใช้ภายในเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท อยู่ในระดับดีในทุก ๆ สื่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า เว็บไซต์ (www.phyathai.com) เป็นสื่อที่คุณภาพผลดีที่สุด ลำดับที่สอง คือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ Intranet มีคุณภาพผลน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อ ปรากฏผลดังนี้

1. วารสาร @ Phyathai ที่ใช้ภายในเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท พบว่า มีการประเมินอยู่ในระดับดี และมีประสิทธิผลดีในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายด้าน พบว่ารูปแบบการนำเสนอของวารสาร @ Phyathai มีประเมินว่าผลดีที่สุด รองลงมา คือ ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของวารสาร @ Phyathai ในขณะที่ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของวารสาร @ Phyathai มีประเมินว่าน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับดี

2. เว็บไซต์ (www.pyhathai.com) ที่ใช้ภายในเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท พบว่า มีประเมินว่า อยู่ในระดับดี ในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่ของเว็บไซต์ (www.pyhathai.com) มีการประเมินว่าดีที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบการนำเสนอของเว็บไซต์ (www.pyhathai.com) ในขณะที่ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ของเว็บไซต์ (www.pyhathai.com) มีประเมินว่าน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับดี

3. Intranet ที่ใช้ภายในเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท พบว่า มีประเมินว่า อยู่ในระดับดี และดีในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของ Intranet มีการประเมินว่าดีที่สุด รองลงมา คือ การเผยแพร่ การอ่านและเข้าใจได้ง่าย ของ Intranet ในขณะที่ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ของ Intranet มีการประเมินว่าน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับดี

4. บอร์ดประชาสัมพันธ์ ที่ใช้ภายในเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท พบว่า มีประเมินว่า อยู่ในระดับดี ในทุก ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเป็นรายด้าน พบว่า รูปแบบการนำเสนอของบอร์ดประชาสัมพันธ์ มีการประเมินว่าดีที่สุด รองลงมา คือ การเผยแพร่ของบอร์ดประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของบอร์ดประชาสัมพันธ์ มีประเมินว่าน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับดี

การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อ พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท มีการใช้ประโยชน์จากสื่อทุก ๆ สื่อ ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์จากบอร์ด

ประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์ (www.phyathai.com) ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ จากวารสาร @ phyathai น้อยที่สุด เมื่อศึกษาแยกรายสื่อ ปรากฏผลดังนี้

1. วารสาร @ Phyathai พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท มีการใช้ประโยชน์ จากทุก ๆ ด้าน ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรมากที่สุด ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ในการประสานงานภายในองค์กรให้สะดวกรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพ ได้น้อยที่สุด

2. เว็บไซต์ (www.phyathai.com) พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท มีการ ใช้ประโยชน์จากทุก ๆ ด้าน ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในการทำให้รับทราบข้อมูลข่าวสาร และข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ได้มากที่สุด ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ในการสร้าง ความสัมพันธ์และความเข้าใจกันระหว่างพนักงานกับองค์กร ได้น้อยที่สุด

3. Intranet พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท มีการใช้ประโยชน์จากทุก ๆ ด้าน ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ได้มากที่สุด ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ในการสร้างสร้างขวัญกำลังใจและความภาคภูมิใจให้กับพนักงาน ภายในองค์กร ได้น้อยที่สุด

4. บอร์ดประชาสัมพันธ์ พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไท มีการใช้ประโยชน์ จากทุก ๆ ด้าน ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในการทำให้รับทราบข้อมูลข่าวสารและ ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ได้มากที่สุด ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ในการสร้าง ความสัมพันธ์และความเข้าใจกันระหว่างพนักงานกับองค์กร ได้น้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ของผลการทดสอบพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน ผลการทดสอบ สมมติฐาน ปรากฏผลดังนี้

พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทเพศชายและหญิงจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากเว็บไซต์ (www.phyathai.com) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai Intranet และ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่พบความแตกต่าง

Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากบอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่พบความแตกต่าง

พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่ปฏิบัติงานในสถานที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่ปฏิบัติงานในสถานที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai เว็บไซต์ (www.phyathai.com) , Intranet และบอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไท ที่แตกต่างกัน มีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏผลดังนี้

พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทเพศชายและหญิงมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทเพศชายและหญิงมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai และ Intranet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากเว็บไซต์ (www.phyathai.com) และ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่พบความแตกต่าง

พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุต่างกันมีการประเมินประสิทธิผลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai เว็บไซต์ (www.phyathai.com) Intranet และบอร์ดประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุการทำงานต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุการทำงานต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากเว็บไซต์ (www.phyathai.com) Intranet และบอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่พบความแตกต่าง

พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน

พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai เว็บไซต์ (www.phyathai.com) Intranet และ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่มีรายได้ต่างกันต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้านพบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่มีรายได้ต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai เว็บไซต์ (www.phyathai.com) Intranet และบอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่อยู่ในสายงานต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวม เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่อยู่ในสายงานต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจาก Intranet และ บอร์ดประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการประเมินรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai และเว็บไซต์ (www.phyathai.com) ไม่พบความแตกต่าง

พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่ปฏิบัติงานในสถานที่ต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่ปฏิบัติงานในสถานที่ต่างกันมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจาก Intranet และบอร์ดประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร@ phyathai และเว็บไซต์ (www.phyathai.com) ไม่พบความแตกต่าง

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏผลดังนี้

พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทเพศชายและหญิงมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้านพบว่า พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทเพศชายและหญิงมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากวารสาร @ phyathai เว็บไซต์ (www.phyathai.com) Intranet และ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พนักงานเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่า

อภิปรายผล

1. สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเครือข่ายโรงพยาบาลพญาไทมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ทำให้การประสานงานภายในองค์กร สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจกันระหว่างพนักงานกับองค์กร สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจกันระหว่างพนักงานกับผู้บริหารองค์กร สร้างขวัญกำลังใจและความภาคภูมิใจให้กับพนักงานภายในองค์กร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ดังนั้นองค์กรจึงมีจุดมุ่งหมายที่จะใช้สื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ วารสาร @ Phyathai บอร์ดประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ เพื่อส่งข้อมูลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และก่อประสิทธิผลได้ดีที่สุด

สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็น สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีประสิทธิภาพและชื่นชอบมากที่สุด นอกจากนี้ สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ยังเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเคยได้รับสื่อมากที่สุด นั่นคือ หากองค์กรต้องการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ควรให้ความสำคัญกับสื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์อย่างยิ่ง และบอร์ดประชาสัมพันธ์ยังเป็นสื่อที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการบอกต่อหรือพูดคุยต่อไปได้ ประกอบกับเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากทั้งในด้านของการนำเสนอ เนื้อหาของข่าวสาร ความถูกต้อง น่าเชื่อถือ รวดเร็วทันเหตุการณ์ อ่านเข้าใจง่าย และการเผยแพร่ โดยสื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์มีประสิทธิผลด้านรูปแบบการนำเสนอมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยองค์กรต้องนำทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การรับรู้ ความเข้าใจ และเป็นสิ่งที่มนุษย์จะต้องพบเห็นในชีวิตประจำวัน และเพื่อให้การสื่อสารภายในสัมฤทธิ์ผลที่มุ่งหมายไว้ นอกจากการเลือกสื่อที่เหมาะสม ขั้นตอนที่ดีกว่ามีความจำเป็นมากก็คือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปนั้น เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มากที่สุด หากสื่อที่องค์กรจะต้องเลือกใช้ในงบประมาณที่จำกัด การเปิดรับสื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจึงเป็นหนทางเลือกที่เหมาะสม

อันสอดคล้องกับ แนวคิดด้านประชาสัมพันธ์ของ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ ในเรื่อง การเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารตามลักษณะดังนี้

1.1 เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) โดยธรรมชาติของมนุษย์จะใช้ความพยายามเพียงระดับเบื้องต้น จากในกรณีการศึกษาจากพนักงานโรงพยาบาลพญาไทนี้ พบว่าพนักงานโรงพยาบาลพญาไทจะเลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้อย่างง่ายดายแก่ตน อาทิ

สื่อประเภทวารสารที่มีแจกประจำอยู่ที่โรงพยาบาล พนักงานสามารถจัดหามาเพื่อเก็บไว้เป็นข้อมูล ที่ตนเองได้

1.2 เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล ซึ่งแต่ละคนก็จะมี พฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก จากในกรณีการศึกษาจากพนักงาน โรงพยาบาลพญาไทนี้ พบว่าพนักงานโรงพยาบาลพญาไทจะเลือกรับสื่อที่ตนสะดวกที่จะรับข่าวสาร อาทิ ระหว่างการทำงานก็สามารถเดินผ่านที่บอร์ดประชาสัมพันธ์และรับรู้ข่าวสารเพื่อนำไปพูดคุย กับเพื่อนร่วมงานต่อไปได้

1.3 เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุก สังคมจะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบคนอายุมาก เช่น สื่อวารสารที่ พนักงานภายในองค์กรที่ทำงานมานานจะเคยชินต่อการรับสื่อจากวารสารประจำโรงพยาบาลอยู่ เสมอ

1.4 ลักษณะเฉพาะสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนั้นเป็นความต้องการเลือกสื่อของ ผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้จะเน้นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร โดยเฉพาะสื่อประเภทเว็บไซต์และ Intranet นั้นเป็นสื่อใหม่ที่มีความเฉพาะตัว นั่นคือเป็นสื่อที่ใช้ เฉพาะบุคลากรภายในองค์กรเท่านั้น และมีลักษณะที่เหมาะสมกับการส่งข่าวสารเฉพาะบุคคลด้วย เช่น การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับการเปิดรับข่าวสารของพนักงานแต่ละคน เพื่อการส่งข่าวสารที่ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งสื่อเว็บไซต์และ Intranet ยังเป็นสื่อที่สะดวกสำหรับพนักงานภายในองค์กรที่ ต้องการสืบค้นข้อมูล ที่มีการจัดเก็บข้อมูลทีมากและละเอียดตามที่องค์กรต้องการ

อีกทั้ง ลักษณะการเลือกใช้สื่อยังส่งผลถึงประสิทธิผลของสื่อแต่ละประเภท แตกต่างกันไป นั่นคือ สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้พนักงานที่รับสื่อ นำข้อมูลไปบอกกล่าวต่อไป สอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2537, น. 59) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผลของสื่อย่อมมีประสิทธิผล ของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์ การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารจะมีมาก

จะเห็นได้ว่าการเลือกใช้สื่อขององค์กรมีความจำเป็นต้องศึกษาในเรื่องของ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและประสิทธิผลของสื่อ เพื่อให้องค์กรสามารถเลือกใช้สื่อได้ตรง กับวัตถุประสงค์ขององค์กรและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เช่น หากองค์กรต้องการให้ ข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ควรเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบ

ผสมผสาน และเน้นการเปิดรับสื่อประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ โดยอาจเน้นการสร้างสรรค์บอร์ดให้เกิดความน่าสนใจ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นข้อมูลให้เกิดการสนทนาต่อไปได้

2. จากผลการวิจัยพนักงานโรงพยาบาลพญาไทมีวิธีการเลือกรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยเกี่ยวข้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเลือกเปิดรับและแสวงหาข่าวสาร (แคทซ์และคณะ, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2541, น. 35-37) โดยมีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสาระที่เลือกเปิดรับ ทั้งนี้เพื่อนำมาตอบสนองความพึงพอใจให้มากที่สุด โดยทฤษฎีนี้ได้เน้นความสำคัญของผู้รับสาร ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อและเปิดรับสารที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของผู้รับสารว่า เป็นตัวจักรที่สำคัญที่สามารถตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรในระดับมาก โดยที่องค์กรควรใช้สื่อแต่ละประเภทตามประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ดีที่สุด อาทิ องค์กรต้องการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีข้อเท็จจริงต่างๆที่เกิดขึ้นในองค์กร ก็ควรเลือกใช้สื่อเว็บไซต์ (www.phythai.com) หากองค์กรต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ควรเลือกใช้สื่อประเภทวารสาร@Phyathai และสื่อ Intranet หากองค์กรต้องการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีข้อเท็จจริงต่างๆที่เกิดขึ้นในองค์กร ก็ควรเลือกใช้สื่อเว็บไซต์ (www.phythai.com) โดยองค์กรต้องนำทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเลือกเปิดรับและแสวงหาข่าวสาร มาปรับใช้กับสื่อประเภทวารสารและ Intranet และนำไปปรับใช้กับสื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อให้ทุก ๆ สื่อที่เลือกใช้ก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

3. พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มี เพศ, อายุ, สถานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และพบว่า พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้ สายงานที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกัน พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกัน นอกจากนี้ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และพบว่า พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุ อายุการทำงาน สายงาน สถานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการประเมินประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกันรวมทั้ง พนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีลักษณะ

ทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกันไป ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่กำหนดความแตกต่างในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลที่อยู่บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิฐานะ ล้วนแต่มีอิทธิพลที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะของกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ตลอดจนความสัมพันธ์กับแบบแผนทางความรู้สึกนึกคิด ความเข้าใจ ความต้องการ ค่านิยมทัศนคติ ความคิดเห็น รวมไปถึงพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจยอมรับ ความยากง่ายในการถูกชักจูง

ข้อสังเกตพนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มี เพศ อายุการทำงาน การศึกษารายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และพบว่าพนักงานเครือโรงพยาบาลพญาไทที่มีอายุ สายงาน สถานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกันทั้งนี้จากแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ที่ว่าผู้รับสารแต่ละบุคคลมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสาร คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม การที่ผู้รับสารมีคุณสมบัติที่เหมือนกันจะมีความคล้ายคลึงกันในแง่ของพฤติกรรมการสื่อสารโดยการอาศัยคุณสมบัติของผู้รับสารที่นำมาใช้ในการจัดกลุ่ม¹ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนในการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและเกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

1. จากการประเมินผลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยภาพรวม ในระดับน้อย โดยมีพฤติกรรมการใช้สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์ (www.phyathai.com) และ Intranet โดยมีพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ในระดับปานกลาง ในขณะที่สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีพฤติกรรมการใช้น้อยที่สุด คือ วารสาร @ Phyathai โดยมีพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย ดังนั้นควรที่จะมีการจัดกิจกรรม เพื่อกระตุ้นให้ตัวพนักงานเห็นถึงความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารภายใน อันจะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง และองค์กร

2. จากการประเมินจะเห็นได้ว่าสื่อที่มีความนิยมมากที่สุดนั้นคือ สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ ทางองค์กรควรที่จะเห็นความสำคัญโดยการเพิ่มเนื้อหาและการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ

3. องค์กรควรศึกษาสื่อประเภทสื่อบุคคล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เนื่องจากสื่อบุคคลมีความสำคัญในการโน้มน้าวใจต่อข่าวสารขององค์กร ให้พนักงานขององค์กรสามารถหาข้อมูลข่าวสารได้สะดวกขึ้น และสามารถสร้างความเข้าใจอันดีต่อข่าวสารและองค์กรได้

4. องค์กรควรศึกษาเรื่องการเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป้าหมายขององค์กรที่ภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบ Two-way communication และเพื่อให้องค์กรได้นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายมาปรับปรุงการทำงานสม่ำเสมอ และสามารถสร้างความเข้าใจอันดีต่อข่าวสารที่ส่งออกไปและสามารถวัด feedback จากการทำงานได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยไม่ได้คำนึงถึงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ ด้วย อาทิ สื่อประชาสัมพันธ์ที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายบุคคลภายนอก หรือผู้มาใช้บริการเครือข่ายโรงพยาบาลพะเยา

2. ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าตัวพนักงานส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการทำแบบสอบถามเป็นเวลานาน ดังนั้นควรที่จะ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการทำแบบสอบถามครั้งต่อไป