

การศึกษาค้นคว้าบูรณาการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงสำรวจเพื่อศึกษาภาพลักษณ์เชิงจริยธรรมของวิชาชีพการพยาบาล และเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างพยาบาลและประชาชนผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์เชิง จริยธรรมของวิชาชีพการพยาบาล 3 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้ป่วย ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมงาน และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์เชิงจริยธรรมของวิชาชีพการพยาบาล คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้ป่วย/ญาติหรือแม้แต่ตัวพยาบาลเองที่มีต่อวิชาชีพการพยาบาลในการทำหน้าที่ตามความรับผิดชอบด้านต่างๆ ภาพลักษณ์เชิงจริยธรรมของวิชาชีพการพยาบาลจะเป็นไปในเชิงบวกหรือลบขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสี่ส่วนของการสื่อสารคือ ผู้สื่อสาร สาร ช่องทางหรือสื่อ และผู้รับสาร การพัฒนาภาพลักษณ์ทางจริยธรรมสัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านตัวบุคลากรพยาบาล ซึ่งเป็นผู้ส่งสาร และพฤติกรรมต่างๆ รวมทั้งท่าทีของพยาบาล ซึ่งถือเป็นผลผลิตของสารที่สำคัญยิ่ง

ผลจากการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์เชิงจริยธรรมของวิชาชีพการพยาบาลด้านต่าง ๆ และในภาพรวมนั้น พบว่าความคิดเห็นของผู้ป่วยหรือญาติผู้ใช้บริการมีความแตกต่างจากความคิดเห็นของพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทั้ง 3 ด้าน และในภาพรวม โดยพบว่า พยาบาลจะมีความคิดเห็นในเชิงบวกมากกว่ากลุ่มผู้ป่วยหรือญาติผู้ใช้บริการ จากการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ได้ผลควรทำความเข้าใจกัน ใประหว่างการปรับปรุงตัวพยาบาลเองกับกระบวนการสื่อสารที่จะนำภาพลักษณ์ไปสู่ผู้ใช้บริการให้มีประสิทธิภาพ

ABSTRACT

TE 138003

This research integrated both qualitative and survey methods to study the concept of the ethical image of the nursing profession and compared the views of nurses and their clients towards three aspects of this image – responsibilities toward patients, colleagues, and profession.

The results show that an ethical image of the nursing profession is the impression that arises in nurses' and clients' mind as to how nurses conduct their responsibilities. Positive or negative, the image depends on factors in a communication model – sender, message, medium, and receiver. Management of their ethical image thus significantly involves nurses as senders and their conducts as messages.

The results of the comparison show that a statistically significant difference exists between clients' and nurses' views in each of the three aspects and as a whole. Moreover, it is found that nurses tend to have more positive views than clients. It is suggested that effective creation of a positive image does not only depend on an improvement of nurses' operations, but also the process of communicating the right kind of messages to clients.