

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางของผู้เข้ารับบริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อของผู้เข้ารับบริการกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) และวิธีการวัดข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลกลาง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนกรอกแบบสอบถามเอง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลาง และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลาง และการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Independent T-test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) วิธีผลต่างน้อยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลในครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS 14.0 (Statistical Package for the Social Sciences) โดยทดสอบสมมติฐานด้วยการกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 46-60 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ มีอายุเฉลี่ย 45 ปี ซึ่งมีความแตกต่างด้านอายุ ดังนี้ อายุน้อยที่สุด 18 ปี และสูงสุด 87 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ มีรายได้เฉลี่ย 13,749 บาท ซึ่งความแตกต่างด้านรายได้มีดังนี้ รายได้ต่ำที่สุด 1,000 บาท และสูงที่สุด 340,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ เป็นผู้ป่วยนอก และมีความถี่ในการมาโรงพยาบาลปีละ 2-4 ครั้ง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า

สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางจากสมาชิกในครอบครัว และญาติมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อจากสมาชิกในครอบครัว และญาติ เพื่อนร่วมงาน/เพื่อนร่วมสถาบันการศึกษา คนรู้จัก แพทย์ พยาบาล และหรือเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล และอื่นๆ นานกว่านั้นหรือไม่เคยเลยมากที่สุด

สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางจากโปสเตอร์/แผ่นป้ายมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อจากแผ่นพับ โปสเตอร์/แผ่นป้าย ป้ายอักษรวิ่ง บอร์ดนิทรรศการ บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ตนานกว่านั้นหรือไม่เคยเลยมากที่สุด

ตอนที่ 3 ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางโดยรวมในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ยรวม 5.25 และมีภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ด้านองค์กร กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ในเรื่องของโรงพยาบาลมีความมั่นคงมากที่สุด

ด้านการบริหารจัดการ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ ในเรื่องของโรงพยาบาลมีการบริหารจัดการภายใต้กรอบกฎหมายมากที่สุด

ด้านแพทย์ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านแพทย์ ในเรื่องของแพทย์มีความรู้ความสามารถมากที่สุด

ด้านพยาบาล กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านพยาบาล ในเรื่องของพยาบาลมีความรู้ความสามารถในการให้การพยาบาลมากที่สุด

ด้านเจ้าหน้าที่ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านเจ้าหน้าที่ ในเรื่องของเจ้าหน้าที่หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสและพูดจามากที่สุด

ด้านการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ ในเรื่องของมีการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากที่สุด

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในเรื่องของความช่วยเหลือผู้ป่วยยากจนมากที่สุด

ภาพลักษณ์โดยรวม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางโดยรวมในด้านแพทย์มากที่สุด

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยพบว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้เข้ารับบริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกัน พบว่า อายุและสถานภาพการมาโรงพยาบาลแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกัน และผู้เข้ารับบริการที่มาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอก จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกับผู้เข้ารับบริการที่มาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยในและญาติผู้ป่วย ส่วนเพศ รายได้

ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการมาโรงพยาบาลแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลกลางมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง พบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลกลางทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง

เนื่องจาก ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม นั่นคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ และสถานภาพการมาโรงพยาบาล มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง ดังนั้น จึงดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ต่อไป เพื่อศึกษาว่า อายุ และสถานภาพการมาโรงพยาบาล มีส่วนในการอธิบายความผันแปรของระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางได้เพิ่มขึ้นอีกร้อยละเท่าไร รวมทั้งใช้ในการประมาณค่าตัวแปรตามเมื่อทราบค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัว และสร้างแบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพการมาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอกมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางอยู่ในระดับน้อย ($R = 0.173$) ดังนั้น จึงสามารถอธิบายระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางได้เพียงร้อยละ 3 เมื่อนำอายุเข้ามาพิจารณาร่วมด้วย จะทำให้มีความสัมพันธ์มากขึ้น ($R = 0.204$) และอธิบายระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4.2

นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวเพียงตัวเดียวกับตัวแปรตาม ตัวแปรสถานภาพการมาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอกมีความสัมพันธ์เชิงลบกับตัวแปรการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง นั่นคือ ผู้เข้ารับบริการที่เป็นผู้ป่วยนอก มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางอยู่ในระดับน้อย ในขณะที่ตัวแปรอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง กล่าวคือ ผู้เข้ารับบริการที่มีอายุมาก จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อโรงพยาบาลกลางในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ” ผลการวิจัยได้ปรากฏออกมาว่า มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรตาม นั่นคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และสถานภาพการมาโรงพยาบาล มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้เข้ารับบริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการมาโรงพยาบาลแตกต่างกัน การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางไม่แตกต่างกัน มีเพียงอายุและสถานภาพการมาโรงพยาบาลเท่านั้น ที่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกัน

การอภิปราย จากการศึกษานี้พอจะอธิบายได้ว่า เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการมาโรงพยาบาลแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางไม่แตกต่างกัน อาจมีสาเหตุมาจากโรงพยาบาลกลางเป็นโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมุ่งไปที่ประชาชนทั่วไป โดยไม่มีการแบ่งแยกในเรื่องของเพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการมาโรงพยาบาล เพราะหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐบาลต้องการให้บริการในรูปแบบของการบริการสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงหรือรับบริการได้ทั่วทุกคน จึงทำให้การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยที่ได้นี้มีทั้งส่วนที่สอดคล้องและตรงข้ามกับงานวิจัยของพรพิชชา ภัทรากร¹ เรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ ซึ่งพบว่า ส่วนที่สอดคล้องกันคือ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลรัฐไม่แตกต่างกัน ส่วนที่ตรงข้ามกันกับงานวิจัยของพรพิชชา นั่นคือ ความถี่ในการมาโรงพยาบาลแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลรัฐแตกต่างกัน

อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง โดยอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง กล่าวคือ ผู้เข้ารับบริการที่มีอายุมากจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อโรงพยาบาลกลางในระดับมาก สอดคล้องกับแนวความคิดของ

¹ พรพิชชา ภัทรากร, “การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545), น. บทคัดย่อ.

กิตติมา สุรสนธิ² ที่อธิบายว่า อายุ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เพราะอายุจะเป็นตัวบ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้มีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน หรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่า เด็กเมื่อวานขึ้น สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ รวมทั้งลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของพีระ จิระโสภณ³ ด้วย ที่ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อช่วยให้เข้าใจและสามารถคาดคะเนพฤติกรรม การรับสารของผู้รับสารได้ล่วงหน้า โดยศึกษาได้จากลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ โดยทั่วไปแล้วคนหนุ่มสาวมักมีความคิดเสรีนิยม ส่วนคนสูงอายุมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า และชักจูงได้ยากกว่า กลุ่มคนอายุต่างกันมีความสนใจในเรื่องต่างๆ ไม่เหมือนกัน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ อินทร์ประทับ⁴ เรื่องภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาในทัศนะของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของพรรคชาติพัฒนา งานวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในสายตาของผู้เข้าในเขตกรุงเทพมหานครของदनัยกิติ์ สุขสว่าง⁵ พบว่า อายุมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านการบริการ และด้านการจัดประโยชน์ของสำนักงานทรัพย์สินฯ แตกต่างกัน และในงานศึกษาวิจัยของ วิภาวรรณ ทองเพชร⁶ เรื่องภาพลักษณ์ของทพอากาศในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า อายุแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของกองทัพอากาศแตกต่างกัน

² กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ม.ป.ป.), น. 19-20.

³ พีระ จิระโสภณ, “การวิเคราะห์องค์ประกอบเกี่ยวกับผู้รับสารในงานนิเทศศาสตร์,” ใน ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์, หน่วยที่ 9 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช, 2531), น. 440-441.

⁴ ปาริชาติ อินทร์ประทับ, “ภาพลักษณ์พรรคชาติพัฒนาในทัศนะของชาวกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

⁵ ดนัยกิติ์ สุขสว่าง, “ภาพลักษณ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในสายตาของผู้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

⁶ วิภาวรรณ ทองเพชร, “ภาพลักษณ์ของทพอากาศในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), น. บทคัดย่อ.

สถานภาพการมาโรงพยาบาลแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการมาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอก จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการมาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยใน และญาติผู้ป่วย ซึ่งตรงข้ามกับงานวิจัยของพรพิชชา ภัทรกร⁷ ที่พบว่า สถานภาพการมาโรงพยาบาลแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์โดยรวมของโรงพยาบาลรัฐไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า สถานภาพการมาโรงพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอกมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง นั่นคือ ผู้เข้ารับบริการที่เป็นผู้ป่วยนอก มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางอยู่ในระดับน้อย กล่าวคือ ผู้ป่วยในและญาติมีการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางมากกว่าผู้ป่วยนอก ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า ระยะเวลาในการมาอยู่ที่โรงพยาบาลของผู้ป่วยในและญาตินานกว่าผู้ป่วยนอก ย่อมได้สัมผัสกับโรงพยาบาลกลางทั้งในด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านแพทย์ ด้านพยาบาล ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการให้บริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มากกว่าผู้ป่วยนอก จึงทำให้รับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางได้ชัดเจนกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการการเกิดภาพลักษณ์ของพงษ์เทพ วรจิโกศาท⁸ ที่ได้อธิบายไว้ว่า กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ในแต่ละบุคคลนั้นเกิดจากการที่บุคคลได้รับทราบเหตุการณ์ต่างๆ จากภายนอก ซึ่งไม่สามารถสร้างเป็นภาพลักษณ์ได้ทันที แต่จะมีการพัฒนาสร้างเป็นภาพขึ้นมาอย่างเป็นขั้นตอน อันประกอบด้วย เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้ และความประทับใจ อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นตามขั้นตอนนี้ จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องมาจากการได้รับข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับองค์การนั้นๆ และหรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย ดังนั้น ถ้ากลุ่มตัวอย่างอยู่ที่โรงพยาบาลกลางนาน ก็จะได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส รวมทั้งได้รับรู้อย่างต่อเนื่องและมากยิ่งขึ้นก็จะทำให้รับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางได้ชัดเจนมากขึ้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง

⁷ พรพิชชา ภัทรกร, “การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ,” น. บทคัดย่อ.

⁸ พงษ์เทพ วรจิโกศาท, (บรรณาธิการ) “ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์,” อ้างถึงใน พรทิพย์ วรจิโกศาท, ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: เจริญผล, 2536), น. 129-131.

การอภิปราย จากการศึกษาวิจัยนี้พอจะอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจนานกว่านั้นหรือไม่เคยเลย กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างได้รับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางน้อยมาก ดังนั้น เมื่อทดสอบสมมติฐานจึงพบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ แฉสุรภาพ⁹ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์อินเตอร์เนชั่นแนล จากการรับรู้ของผู้โดยสารที่ไม่ใช่ชาวญี่ปุ่น พบว่า ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ฯ ผ่านสื่อต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ฯ

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า สื่อบุคคลโดยเฉพาะสมาชิกในครอบครัวและญาติ มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดของวิลเบอร์ ชแรมม์¹⁰ (Wilbur Schramm) ที่ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า สื่อบุคคลเป็นการโน้มน้าวใจโดยการเผชิญหน้า (Face-to-Face) ซึ่งจะมีประสิทธิผลมากกว่าการโน้มน้าวใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ ประเภทโสตทัศนูปกรณ์และสื่อสิ่งพิมพ์ และสอดคล้องกับแนวคิดของอีไลฮู แคทซ์ และ พอล เอฟ ลาซาร์สเฟลด์¹¹ (Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld) ที่กล่าวว่า อิทธิพลหรือประสิทธิผลของสื่อบุคคล คือ การทำหน้าที่ถ่ายทอดและเสริมย้ำความคิดเห็นทัศนคติ และค่านิยม เนื่องมาจากสื่อบุคคลจะมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารแบบกลุ่มเล็ก/กลุ่มย่อย โดยใช้ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกันเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ซึ่งลักษณะของการสื่อสารจะเป็นแบบตัวต่อตัว หรือเครือข่ายของกลุ่มบุคคลที่รู้จัก หรือกลุ่มบุคคลขนาดเล็กที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ด้วยการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านวิธีต่างๆ แล้วจะสร้างหรือ

⁹ ทัศนีย์ แฉสุรภาพ, “ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน: ศึกษาเฉพาะสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จากการรับรู้ของผู้โดยสารที่ไม่ใช่ชาวญี่ปุ่น,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

¹⁰ Wilbur Schramm, How Communication Work's: In basic Reading In Communication Theory (New York: Harper and Row Publishers, Inc., 1973), pp. 28-32.

¹¹ Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications (New York: The Free Press of Glencoe, 1955), pp. 44-45.

แบ่งปันความคิดและทัศนคติร่วมกัน เพื่อเสริมย้ำความคิด ทัศนคติ และค่านิยมของผู้รับสารที่มีอยู่เดิม ให้นั่นแน่นขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผลที่เป็นเช่นนี้น่าจะมีสาเหตุมาจาก เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านสุขภาพ การเกิดการเจ็บไข้ได้ป่วย หรือต้องการจะไปเข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาล ด้วยเหตุผลต่างๆ เหล่านี้ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจว่า จะเลือกไปเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลกลางดีหรือไม่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ย่อมต้องเริ่มมีการเรียนรู้และมีกระบวนการการเลือกสรรและเปิดรับสื่อต่างๆ จากบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดกับตนเองก่อน จึงเป็นไปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจึงเลือกที่จะเปิดรับสื่อบุคคล โดยเฉพาะบุคคลที่เป็นสมาชิกในครอบครัวและญาติมากที่สุด เพราะมีความใกล้ชิดสนิทสนมและน่าจะมีความคิด ทัศนคติ และค่านิยมที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกันกับตนเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการเลือกสรรของโจเซฟ ที แคลปเปอร์¹² (Joseph T. Klapper) ที่กล่าวไว้ว่า ข้อมูลและข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น และในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการในการเลือกสรรนั้น ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับ กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกรับตามความคิดเห็น และความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้ คือ หลังจากการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเองแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปตามความรู้และทัศนคติของตนเอง ขั้นตอนที่ 3 การเลือกจดจำ คือ การเลือกจดจำมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการเลือกรับรู้ แนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารจะจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมากขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

¹² Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp 19-26.

สำหรับสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโปสเตอร์และแผ่นป้ายมากกว่า แผ่นพับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ บอร์ดนิทรรศการ และป้ายอักษรวิ่ง น่าจะมีผลสืบเนื่องมาจาก โปสเตอร์และแผ่นป้ายมีการเผยแพร่รอบบริเวณโรงพยาบาลกลาง อีกทั้งสื่อเฉพาะกิจชนิดนี้ยังมีขนาดใหญ่ รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ เพราะฉะนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างเดินทางผ่านโรงพยาบาลกลาง จึงสามารถเปิดรับสื่อนี้ได้บ่อยครั้งกว่า นอกจากนี้ ความถี่ในการมาโรงพยาบาลก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ น้อยมาก เพราะผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาโรงพยาบาลกลางปีละ 2-4 ครั้ง และแผ่นพับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ บอร์ดนิทรรศการ หรือป้ายอักษรวิ่ง ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จัดเป็นสื่อที่โรงพยาบาลกลางใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เฉพาะภายในองค์กรเท่านั้น ดังนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมาโรงพยาบาลไม่บ่อยครั้ง จึงทำให้มีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจต่างๆ น้อยตามไปด้วย ส่วนสื่อเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเฉพาะกิจชนิดนี้น้อยที่สุด อาจเพราะกลุ่มตัวอย่างยังไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารได้ด้วยข้อจำกัดบางประการ เช่น การต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ ความยุ่งยาก และความเคยชิน เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงไม่ค่อยได้เปิดรับสื่อนี้มากนัก

ถึงแม้ผลการวิจัยจะพบว่า การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางทั้งสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำมาก แต่การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางของผู้เข้ารับบริการ กลับอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ผลที่เป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างมีการเข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลกลางโดยตรง จึงสามารถรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ได้ด้วยตนเอง (Direct Perception) และด้วยความประทับใจที่ได้รับ ส่งผลให้เกิดการจดจำและทำให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ พิมลสินธุ์¹³ ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของแต่ละคน ซึ่งบุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้นได้จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น หรือประสบการณ์ในอดีต โดยเกิดการรับรู้ขึ้นได้ทั้งทางตรง (Direct Perception) คือ ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตัวเอง และทางอ้อม (Indirect Perception) ประสบการณ์ผ่านสื่อต่างๆ และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา และยังสอดคล้องกับแนวคิดของเคนเนธ อี โบลด์ิง¹⁴ (Kenneth E. Boulding) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลได้รับมาจากการสังเกตโดยตรงจากบุคคล สถานที่ เหตุการณ์

¹³ พรทิพย์ พิมลสินธุ์, ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, น. 37.

¹⁴ Kenneth E. Boulding, *The Images: Knowledge in Life and Society*

(Miccigan: The University of Michigan Press, 1956), pp. 47-57.

ความคิด หรือวัตถุประสงค์ต่างๆ รอบตัวเรา ซึ่งเราได้รับภาพต่างๆ ผ่านการรับรู้ ดังนั้น การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางผ่านประสบการณ์ตรงจึงอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางในการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และสถานภาพการมาโรงพยาบาล มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง ส่วนการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลกลางทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางของผู้เข้ารับบริการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก แต่บริการเปิดรับสื่อทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำมาก ดังนั้น โรงพยาบาลกลางควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และมุ่งเน้นให้มีการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ โดยการกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เป็นรูปธรรม มีดำเนินการหรือกิจกรรมตามแผน และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับโรงพยาบาลกลางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่ความเข้าใจอันดีระหว่างโรงพยาบาลกลางกับกลุ่มเป้าหมาย และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลกลางต่อไป

2. ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า ผู้เข้ารับบริการเปิดรับสื่อทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำมาก ดังนั้น ควรให้มีการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น โดยเพิ่มช่องทางในการเปิดรับสื่อให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนร่วมด้วย เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพมาก เพื่อที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสื่อจากโรงพยาบาลกลางเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3. ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า ผู้เข้ารับบริการเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุด แต่ความถี่ในการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับต่ำมาก ดังนั้น โรงพยาบาลกลางควรให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลให้มากขึ้น โดยมุ่งให้สื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้อยู่ในพื้นที่ที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่จะเผยแพร่ นโยบาย การดำเนินการ การประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ของโรงพยาบาลกลาง เพราะสื่อบุคคลจะมีความใกล้ชิดสนิทสนมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางในการสื่อสารจะมีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาและสถานที่ในการเปิดรับ จึงสามารถ

ทำให้ความถี่ในการเปิดรับสื่อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงพยาบาลกลางได้อีกด้วย

4. แม้ผลการวิจัยจะค้นพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางอยู่ในเชิงบวก แต่ไม่ควรปล่อยให้ภาพลักษณ์เป็นไปเองตามธรรมชาติ ซึ่งโรงพยาบาลกลางต้องคำนึงถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นระบบ เป็นไปตามความเป็นจริง ดังนั้น จึงควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ และบำรุงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีเอาไว้ เพื่อให้เป็นภาพลักษณ์ที่ตรงตามความเป็นจริงของโรงพยาบาลกลาง อันจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของโรงพยาบาลกลาง และความนิยมชมชอบเชื่อถือศรัทธาของประชาชนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลกลางเท่านั้น ในการศึกษารั้งต่อไปควรขยายประชากรที่ใช้ในการศึกษาให้กว้างขึ้น โดยศึกษากับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลกลางอย่างครอบคลุมมากที่สุด

2. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบตัดช่วงและเป็นการวัดผลแบบครั้งเดียว ไม่อาจสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางที่ปรากฏในการวิจัยจะคงเดิม โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง อาจจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางอีก เพื่อเปรียบเทียบกันว่ามีเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาอย่างไรบ้าง

3. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรจัดให้มีการทำวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้ จะได้รับทราบถึงการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดลึกซึ้ง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์โรงพยาบาลกลางต่อไป

4. เนื่องจากสิ่งที่สำคัญในการสำรวจภาพลักษณ์คือ ต้องทำการสำรวจทั้งภายในและภายนอกขององค์กร แต่การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้เข้ารับบริการ ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยกับบุคลากรของโรงพยาบาลกลางด้วย เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมมากยิ่งขึ้น