



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลนั้น ได้ดำเนินการควบคู่มากับการให้บริการของโรงพยาบาล โดยตลอด แต่ไม่ได้ตระหนักว่าเป็นงานประชาสัมพันธ์ เป็นเพียงการใช้วิธีจูงใจให้เข้ามาใช้บริการรักษา หรือเข้าใช้บริการของโรงพยาบาลให้มากขึ้นเท่านั้น (สุรีย์ จันทรโมลี , 2535) การประชาสัมพันธ์ที่ ดำเนินการอย่างเป็นทางการก็คือ การเผยแพร่ข่าวสารทางสุขภาพอนามัย การให้บริการสุขภาพใน โอกาสต่างๆ เช่น การฉีดวัคซีน ทันตกรรม เป็นต้น แต่การประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของ โรงพยาบาลเป็นอย่างยิ่งนั้น คือ ผู้ที่มารับบริการของโรงพยาบาลนั่นเองที่จะบอกได้ว่า ภาพลักษณ์ ของโรงพยาบาลเป็นอย่างไร ปัจจัยหลักสำคัญอันดับแรกที่ประชาชนจะเลือกใช้บริการของโรงพยาบาล นั้นคือ ตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ต้องมีความสามารถในการรักษาและมีสัมพันธภาพที่เป็นกันเองกับ ประชาชน (สำลี เปลี่ยนบางช้าง และคณะ , 2524) แต่ทัศนคติของบุคลากรโรงพยาบาลจำนวนไม่น้อยที่ มองผู้ใช้บริการในลักษณะของผู้ก่อภาระยุ่งยากให้แก่ตนเอง และปฏิบัติงานให้เพียงเท่าที่มีหน้าที่ มอง เห็นแต่ผลเสีย และมีแนวคิดแค่เพียงว่า จัดบริการให้ดี และเพียงพอก็ใช้ได้แล้ว เมื่อเกิดความเข้าใจผิด หรือมีความผิดพลาดเกิดขึ้น จึงไม่ได้แก้ข่าวชี้แจง ไม่ได้ปรับปรุงการบริการ ไม่แก้ไขข้อบกพร่องจึงเป็น สาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนโรงพยาบาลไปเรื่อยๆจนกว่าจะพบผู้ที่มีลักษณะที่ประชาชนคาดหวัง (ศุภชัย คุณารัตนพฤกษ์ และคณะ , 2532 ; สุรีย์ จันทรโมลี , 2535) ในสภาพสังคมปัจจุบันคนไทยมีฐานะดี ขึ้น และสนใจการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น กอปรกับการเปิดกว้างของโลกแห่งข้อมูลข่าวสาร ทำให้ประชาชนผู้มารับบริการมีโอกาสในการเลือกและตัดสินใจหาสิ่งที่ดีที่สุดตอบสนองความ ต้องการของตนเอง โรงพยาบาลเอกชนจึงเป็นทางเลือกอันดับแรก ด้วยเหตุผลที่มีคุณภาพในการ บริการเป็นเลิศ มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ สะดวกรวดเร็ว มีอุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ตลอดจนความมีอัธยาศัยของเจ้าหน้าที่มากกว่าสถานบริการของรัฐถึงร้อยละ 42.20 - 64.40 (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ , 2537 ; ศูนย์วิจัยและบริการธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2530 ; บังอร พิศวง และคณะ , 2534) ขณะเดียวกัน ความพึงพอใจของผู้มารับบริการด้านการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป ทั่วประเทศ จากการวิจัยของนายแพทย์ ศุภชัย คุณารัตนพฤกษ์ และคณะ ในปีพ.ศ. 2532 พบว่า ผู้มารับ บริการในโรงพยาบาลไม่พึงพอใจต่อการบริการ 14.6 % ส่วนในกลุ่มของประชาชนทั่วไป อัตราความ

ไม่พึงพอใจเพิ่มสูงถึง 65 % โรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐนั้นถือเป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพของการให้บริการได้สูงทั้งในด้านของการรักษาพยาบาล มีบุคลากรที่พร้อมมูล ตลอดจนอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการรักษาได้อย่างทัดเทียมกับโรงพยาบาลเอกชน จากโครงสร้างขนาดใหญ่นี้เอง ทำให้เกิดความซับซ้อนและมีกฎระเบียบมากมายของแต่ละหน่วยงาน ขาดการประสานงานในการให้บริการ และขาดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการ จึงทำให้ศักยภาพในด้านของการบริการต่ำลง (ศุภชัย คุณารัตนพฤกษ์ และคณะ , 2532) จากช่องว่างและความแตกต่างเหล่านี้ ย่อมมีผลกระทบต่อชื่อเสียงและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และโรงพยาบาลโดยตรง ในสภาพการณ์เช่นนี้โรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไปต้องปรับจุดยืนให้ชัดเจนเพื่อความอยู่รอด การพัฒนาโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไปในทศวรรษหน้า จึงต้องเน้นที่คุณภาพของงานมากกว่าปริมาณงาน (ทิศทางการพัฒนาโรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป , 2535) กองโรงพยาบาลภูมิภาคจึงได้จัดโครงการปีแห่งการพัฒนาคุณภาพบริการโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป ปีพ.ศ. 2535 โดยเน้นกิจกรรมหลัก 4 ด้านของการบริการ โดยในด้านของการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การต้อนรับและอำนวยความสะดวกนั้น ได้จัดให้มีโครงการพยาบาลประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในโรงพยาบาลทุกแห่ง เพื่อมุ่งที่จะแก้ไขภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลด้านการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนผู้มารับบริการ มีหน้าที่โดยตรงในการแก้ไขปัญหาข้อข้องใจที่เกิดจากการใช้บริการ ให้คำแนะนำปรึกษา ให้การพยาบาลเบื้องต้นแก่ผู้รับบริการ และประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในโรงพยาบาลและนอกโรงพยาบาล โดยคาดหวังผลที่ได้คือ ผู้เข้าอบรมมีความรู้ ทักษะและทัศนคติที่ดีต่องานประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล และมีพยาบาลประชาสัมพันธ์ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป และภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลดีขึ้น (โครงการพยาบาลประชาสัมพันธ์ กองโรงพยาบาลภูมิภาค , 2535)

โดยเนื้อแท้แล้ว การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ของหน่วยงานให้ประชาชนทราบ ขณะเดียวกันก็เป็นการตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของกลุ่มชน เป็นการดำเนินงานอย่างมีแผนงานต่อเนื่อง เพื่อปรับแนวคิดระหว่างหน่วยงานและชุมชนให้สอดคล้องกัน ด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับ และก่อให้เกิดความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีต่อกัน (Edward L. Bernays , 1961; Scott M. Cutlip , 1993 ; ชาญชัย อาจิมสมาจาร , 2535 ; อรุณงามดี อ่างถึงในอุดมศักดิ์ เวชราภรณ์ และคณะ , 2537) การประชาสัมพันธ์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนเอื้ออำนวยให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการบริหารงานให้กิจกรรมทั้งหลายดำเนินไปด้วยดี มีความราบรื่น และประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับและพึงพอใจ (รวิวงศ์ ศรีทองรุ่ง , 2539) ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในองค์กรสุขภาพ จึงต้องเริ่มจากตัวของบุคลากรของโรงพยาบาลเอง เพราะเขาคือบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กร และจะต้องพบปะกับบุคคลภายนอก

ถ้าหากองค์กรพยายามสร้างภาพลักษณ์ไปในทิศทางหนึ่ง แต่บุคลากรขาดการรับรู้และมีพฤติกรรมที่สวนทาง พวกเขาจะกลายเป็นบุคคลแรกที่ทำลายภาพลักษณ์จนหมดสิ้น (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ , 2537) ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงไม่อาจถือว่าเป็นหน้าที่ของคนหนึ่งคนใดที่จะรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น แต่เป็นภาระและความรับผิดชอบของทุกคนในโรงพยาบาล นับตั้งแต่ แพทย์พยาบาล และบุคลากรที่มีสุขภาพทุกคนที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ให้เกิดขึ้น แต่เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องใหม่สำหรับพยาบาล และไม่เคยได้บรรจุไว้ในหลักสูตร การจะให้พยาบาลเป็นประชาสัมพันธ์ที่ดีของวิชาชีพและองค์กรนั้นจะต้องได้รับการฝึกอบรมและต้องทราบว่าสมรรถนะที่พึงประสงค์ด้านประชาสัมพันธ์ของพยาบาลซึ่งแตกต่างจากวิชาชีพอื่น แต่ขณะนี้ยังไม่มีใครทราบชัดเจน และยังไม่มีการศึกษาไว้ การอบรมก็เป็นไปตามที่คิดกันว่าพยาบาลประชาสัมพันธ์ควรปฏิบัติกันอย่างไร ซึ่งจากผลการประเมินโครงการพยาบาลประชาสัมพันธ์เบื้องต้นในปี 2537 พบว่า ประสบัญญาในเรื่องของการปฏิบัติงานได้ต่อเนื่อง เพราะมีการโอนย้ายลาออกของพยาบาลที่ได้รับการอบรมตามโครงการ , ขาดความก้าวหน้าในวิชาชีพ เนื่องจากไม่มีกรอบตำแหน่งในสายการพยาบาล (กองการพยาบาล , 2535 ; กองโรงพยาบาลภูมิภาค ; 2537) นอกจากนั้นยังขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากผู้บริหารของโรงพยาบาล , ขาดการอบรมเพิ่มเติมแก่พยาบาลที่ปฏิบัติงานนี้ (วิภาวรรณ พาหุมนโต , สัมภาษณ์ , 2537 ; ศุภราภรณ์ วรินทร์รา , สัมภาษณ์ , 2539) ขณะที่โรงพยาบาลที่มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นผลสำเร็จเช่นโรงพยาบาลอุดรดิตถ์นั้น แนวทางในการปฏิบัติงานมุ่งเน้นที่การให้บริการพยาบาลที่สร้างความประทับใจ และยังเป็นการทำงานร่วมกันเป็นทีมของพยาบาลไม่ใช่คนหนึ่งคนใด (ประพิศ เอี่ยมนิ่ม , สัมภาษณ์ , 2539) และเนื่องจากพยาบาลถือเป็นสื่อบุคคลประการหนึ่งที่จะกำหนดภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลในทัศนะของงานประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าพยาบาลวิชาชีพควรมีสมรรถนะที่พึงประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง จึงจะกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของโรงพยาบาลได้

ซึ่งข้อสมรรถนะที่เป็นประโยชน์จากการศึกษานี้ จะได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรทางการพยาบาลต่อไปทั้งในสถานบริการระดับรองลงไป และเนื่องจากยังไม่มีผู้ใดได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ และเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องของศาสตร์ทั้ง 2 สาขา ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคเดลฟาย ในการมุ่งหาข้อสรุปของความคิดเห็นที่สอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกันของผู้เชี่ยวชาญในวงการพยาบาลและการสาธารณสุข และผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของพยาบาลวิชาชีพ ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลศูนย์ และโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของพยาบาลวิชาชีพเฉพาะที่ปฏิบัติงานโรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป สังกัดกระทรวงสาธารณสุข
2. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของพยาบาลวิชาชีพในเชิงของความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะ และทัศนคติในตัวของพยาบาลวิชาชีพ และในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของวิชาชีพและโรงพยาบาล

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคเดลฟายในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 3 รอบ
2. ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ตอบแบบสอบถามด้วยความจริงใจ เต็มใจ และมีอิสระในการได้ข้อมูล
3. วันเวลา ที่แตกต่างกันในการตอบแบบสอบถามแต่ละรอบของผู้เชี่ยวชาญ ไม่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
4. ภูมิหลัง (Back ground) ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ สามารถให้ความเห็นที่เชื่อถือได้

คำจำกัดความ

สมรรถนะที่พึงประสงค์ หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติ ตลอดจนบุคลิก ลักษณะที่เป็นคุณสมบัติเหมาะสมต่อการแสดงออก หรือ กระทำสิ่งหนึ่ง สิ่งใดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พยาบาลวิชาชีพ หมายถึง ผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต หรือ ประกาศนียบัตรพยาบาลศาสตร์ เทียบเท่าปริญญาตรี และขึ้นทะเบียนประกอบวิชาชีพสาขาการพยาบาล ของสภาการพยาบาล ทำหน้าที่ผู้บริหารการพยาบาล พยาบาลประจำการ และอาจารย์พยาบาล

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสร้างเสริม รักษาและธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิดของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน เพื่อนำมาซึ่งความศรัทธา นิยมชมชอบ และความร่วมมือ ตลอดจนการสนับสนุนจากประชาชนในการดำเนินงานของสถาบันให้บรรลุวัตถุประสงค์

สมรรถนะที่พึงประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของพยาบาลวิชาชีพ หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทศนคติ ตลอดจนบุคลิกลักษณะ ที่พยาบาลวิชาชีพพึงมีเป็นพื้นฐาน และใช้ในการแสดงออกอย่างมีประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มารับบริการและประชาชนผู้เกี่ยวข้อง ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ต่อวิชาชีพและโรงพยาบาล

โรงพยาบาลศูนย์ หมายถึง โรงพยาบาลในสังกัดกรมการแพทย์ และสังกัดกองโรงพยาบาลภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข ที่มีขนาดจำนวนเตียงในการรับผู้ป่วย 500 - 1,000 เตียง

โรงพยาบาลทั่วไป หมายถึง โรงพยาบาลในสังกัดกรมการแพทย์ และสังกัดกองโรงพยาบาลภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข ที่มีขนาดจำนวนเตียงในการรับผู้ป่วย 150-500 เตียง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้รับข้อความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสมรรถนะสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพสามารถปฏิบัติงาน และพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เป็นแนวทางให้ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องนำผลของการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกิจกรรมพัฒนาบุคลากรพยาบาล เพื่อเพิ่มพูนลักษณะสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนนำมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการซึ่งจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ต่อวิชาชีพและโรงพยาบาล
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรของผู้ที่ศึกษาสาขาพยาบาลศาสตร์ให้มีแนวคิดเชิงการประชาสัมพันธ์ และเตรียมบุคลากรที่จะเข้าสู่วิชาชีพให้มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ วิชาชีพ และโรงพยาบาล