

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมา

โรงพยาบาลศูนย์เป็นสถานบริการรักษาพยาบาลของภาครัฐ มีภาระหน้าที่ในการให้บริการด้านสุขภาพแก่ประชาชนทุกระดับ ทุกสิทธิการรักษาไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้บริการสิทธิประกันสังคม โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค เบิกต้นสังกัด ผู้ป่วยที่ชำระเงินเอง หรือที่มาตามระบบการส่งต่อการรักษาตามขั้นตอนการบริการจากโรงพยาบาลชุมชนและโรงพยาบาลทั่วไป ซึ่งทั้งหมดนี้มีผู้ใช้บริการทั้งที่อยู่ในเครือข่าย นอกเครือข่ายการบริการ โรงพยาบาลศูนย์จึงต้องมีการพัฒนาทั้งทางด้านโครงสร้าง องค์กร การบริหารองค์กร และการรักษาพยาบาลที่เป็นงานประจำให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังต้องเน้นให้เห็นความเด่นชัดในด้านการรักษาที่มีความพิเศษเฉพาะทางทั้งด้านอายุรกรรม ศัลยกรรม กุมารเวชกรรม สูติ-นรีเวชกรรม งานจิตเวช งานโสต ศอ นาสิก งานจักษุวิทยา เพื่อให้เห็นความเด่นชัดในความเป็นโรงพยาบาลระดับตติยภูมิตามระบบโครงสร้างใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข และให้มีความทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง พัฒนาสถานที่ให้เหมาะสมเพื่อรองรับการให้บริการที่มากขึ้น รวมทั้งการ พัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ให้ทันกับ ความก้าวหน้าทางวิชาการ โดยเน้นผลการรักษาที่ดี มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ มีความคล่องตัว มีการควบคุมการทำงานให้มีศักยภาพในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับเลือกบริการที่ดีและเหมาะสมที่สุด (ไพสิน ถิระวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2539) สำหรับประเทศไทยภายใต้ระบบการสวัสดิการการรักษาพยาบาล โรงพยาบาลศูนย์ได้รองรับนโยบายโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค แต่จากการที่ประชาชนไม่ได้เป็นผู้เลือกสถานบริการได้เองแต่รัฐเป็นผู้กำหนดให้ใช้สถานพยาบาลใกล้บ้านซึ่งมีทั้งสถานีอนามัย โรงพยาบาลชุมชน โรงพยาบาลทั่วไป และโรงพยาบาลศูนย์ ประชาชนบางส่วนเกิดปัญหาความไม่พึงพอใจในสถานพยาบาล จากความไม่สะดวกในการใช้บริการ ความแออัดของจำนวนผู้ใช้บริการหรือไม่พอใจในวิธีการบริการ และในขณะที่สถานพยาบาลต่าง ๆ ยังไม่มีการปรับมาตรฐานให้มีความใกล้เคียงกัน และไม่มีการประชาสัมพันธ์แสดงให้ประชาชนรับรู้ในศักยภาพของการรักษาของแต่ละสถานที่ประชาชนจึงไม่ทราบในความสามารถในการรักษาของสถานบริการของตน จึงมีแนวโน้มที่จะเลือกไปรับบริการในสถานที่ที่มีความเฉพาะ และหลากหลายในการบริการการรักษามากกว่านั้นคือ ในกลุ่มของโรงพยาบาลใหญ่ ได้แก่ โรงพยาบาลศูนย์ โรงเรียนแพทย์ ซึ่งมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวนแพทย์พยาบาลและเจ้าหน้าที่มากกว่า โดยมีได้คำนึงถึงสิทธิการรักษา ปัญหาที่ตามมาก็คือ ความแออัด

ในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ (สงวน นิตยารัมภ์พงศ์, 2541) แต่ถึงจะมีบุคลากรจำนวนมาก ที่คอยให้บริการแต่โรงพยาบาลมักจะประสบปัญหาคำร้องเรียนและถูกตำหนิในการบริการ เช่น ความล่าช้า ไม่สนใจผู้ใช้บริการ สนใจแต่ค่ารักษาและสิทธิรักษา ซึ่งตรงกับการศึกษาของ จินดา ถิระพันธ์ (2537) พบว่าพยาบาลและโรงพยาบาลยังถูกตำหนิในการให้บริการ มักถูกมองว่างานของการรักษาพยาบาล เป็นแบบธุรกิจ คนไข้เป็นผู้จ่ายเงินซื้อบริการ โรงพยาบาล และพยาบาลกลายเป็นผู้ขายบริการ ไม่มีความสัมพันธ์ที่ดี หรือมีน้ำใจต่อกัน ความศรัทธาเชื่อถือที่มีมาในอดีตหมดไป ภาพลักษณ์ซึ่งหมายถึง ชื่อเสียงของโรงพยาบาล ตามความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเปลี่ยนไปในทางลบ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาล ประชาชนและผู้รับบริการมีความระแวงสงสัย ไม่พอใจ ไม่เชื่อถือ รวมทั้งอาจมีความเข้าใจผิด ๆ อันทำให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงวิชาชีพ การรักษาพยาบาล และภาพลักษณ์ในที่สุด เพราะความผิดหวังในโรงพยาบาลที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้นั่นเอง

ภาพลักษณ์ หรือคำว่า Image ตามพจนานุกรม หมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่องหรือภาพที่อยู่ในความนึกคิด (พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน, 2535) ส่วน ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หรือภาพลักษณ์โดยส่วนรวม เป็นภาพรวมขององค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันโดยการกระทำ หรือพฤติกรรม การบริหาร และการประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทกับภาพลักษณ์ด้วย (พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร, 2537)

โดยพื้นฐานของการทำงานแล้ว การรู้เขา-รู้เรา เป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วย พัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี การรู้เขานับเป็นจุดที่สำคัญยิ่งในการสร้างภาพลักษณ์ ที่เราจะต้องรู้ให้ได้ว่าบุคคลอื่นหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นมององค์กรอย่างไร เพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูลความต้องการเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการ ถ้าเปรียบเทียบกับทางธุรกิจ จะมีคำพูดว่า "ลูกค้าต้องการอะไร" ส่วนการรู้เราคือการรู้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานทั้งหมดเพื่อที่เราจะได้รู้ว่าปัจจุบันองค์กรของเราเป็นอย่างไร ซึ่งจะได้จากการสำรวจสภาพองค์กร ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในองค์กร สิ่งแรกที่จะต้องพิจารณาคือต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เขามององค์กรอย่างไร วิธีการที่จะทราบภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของกลุ่มเป้าหมายของเรานั้น อาจจะได้จากการสำรวจความคิดเห็น การทำวิจัย การสอบถาม สัมภาษณ์ การรับฟังข้อมูลจากหลาย ๆ ฝ่าย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะนำมากำหนดภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป ภาพลักษณ์องค์กรมีความสำคัญ สามารถทำให้สถาบัน หน่วยงานมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ ศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้องค์กรหน่วยงานสถาบันนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ (นิธิทัศน์, 2546)

ในกระแสของการเปลี่ยนแปลงนั้นภาพลักษณ์จะยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการสื่อสาร และข้อมูลข่าวสาร บุคคล และองค์กรจะมีลักษณะเป็นสาธารณะมากขึ้น การมีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และบุคลากรนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียง ได้รับความร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา ทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (ไพลิน ธีระวัฒน์ และวาสนา จันทรัสว่าง, 2539) ในทางตรงกันข้าม ถ้าภาพลักษณ์นั้นเป็นไปในทางลบจะทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ ทั้งยังบั่นทอนขวัญ และกำลังใจของคนในองค์กรอีกด้วย (สิริยา สัมมาวาจา, ม.ป.ป. อ้างถึงใน ทศนีย์ ศุภวัชร, 2544)

การศึกษาภาพลักษณ์จะมีมุมมอง 3 ประการ ประการแรกคือ การมองตนเอง เป็นการสำรวจว่าองค์กรมีภาระหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ปรัชญาในการดำเนินงานเป็นอย่างไร นโยบาย แนวคิด วัตถุประสงค์ ขององค์กรเป็นอย่างไร ฉะนั้นภาพลักษณ์ขององค์กร (Institutional Image) ควรมีแนวโน้มเป็นไปอย่างไร ภาพลักษณ์นี้จะbecomeภาพที่เราต้องการให้เกิดขึ้นในความเป็นจริงและต้องการให้เกิดขึ้นในสายตาของบุคลากรและสังคม ส่วนมุมมองที่สอง และสาม คือการมองที่บุคลากรของเรา และบุคลากรนอกกลุ่มต่าง ๆ ว่ามีท่าที ความรู้สึก นึกคิด ทัศนคติอย่างไรต่อองค์กร ในสายตาและความคิดเห็นของเรากล่าวถึงเป็นอย่างไร มีภาพลักษณ์ในปัจจุบัน (Current Image) อย่างไร และภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นตามความคาดหวังของเขา เป็นอย่างไร

ภาพลักษณ์และการศึกษาภาพลักษณ์ เป็นกลยุทธ์ใกล้ตัวที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ควรเข้าใจแนวคิด และรู้จักใช้ภาพลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมให้องค์กรในระยะยาว ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการพัฒนาองค์กร (ไพลิน ธีระวัฒน์ และวาสนา จันทรัสว่าง, 2539)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในลักษณะต่าง ๆ เช่น ภาพลักษณ์ของพยาบาล และโรงพยาบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ปัจจัยที่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์โรงพยาบาลกองทัพบกตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพตามทฤษฎีการพยาบาลของนิวแมน ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมหิดลในทัศนะของอาจารย์ บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย มหิดลซึ่งเป็นงานวิจัยในเชิงปฏิฐานนิยม เน้นวิธีการที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ปรากฏให้เห็น และรู้ค่าความหมายจากระดับความรู้สึก ได้แก่ การวัดระดับทัศนคติ ระดับความพึงพอใจ โดยใช้ค่าคะแนนเป็นตัววัดและใช้ค่าทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นหลัก แต่การให้ความสำคัญในด้านความรู้สึก โลกทัศน์ ความหมาย และวัฒนธรรม ที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมภายนอกนั้นการวิจัยในเชิงปฏิฐานนิยมยังทำได้น้อย และจากการสืบค้นรายงาน

การวิจัยพบว่ายังไม่มีงานวิจัยในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศูนย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงระบบบริการสุขภาพ ที่เน้นบริการที่ให้ผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก จากความเชื่อที่ว่า การได้รับความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดเห็นจากผู้ให้บริการโดยตรงจะเป็นการได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ มีความหมายที่ตรงกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการ และได้ความหลากหลายในข้อมูลความหมาย ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงแก่นของภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศูนย์ได้ถูกต้อง โดยเลือกทำการวิจัยในเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นวิธีการวิจัยเชิงอุปมาน เป็นการค้นหาความหมายและอธิบายประสบการณ์ตามมุมมองของผู้ที่มีประสบการณ์ตรง เป็นการเพิ่มความเข้าใจในปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ อย่างลึกซึ้ง และเป็นองค์รวม วัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงคุณภาพจึงมุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจ การค้นหาความหมายของประสบการณ์ ภายใต้ปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ โดยผ่านการสัมภาษณ์ การสังเกต และการวิเคราะห์ในเชิงอุปมานอย่างเป็นระบบ การวิจัยเชิงคุณภาพจึงเหมาะกับปรากฏการณ์ที่ยังไม่ชัดเจน หรือยังไม่อึดตัวในเชิงขององค์ความรู้ในเรื่องนั้น ๆ

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาถึงกระบวนการทางสังคม (Basic Social Process) ของปรากฏการณ์ใด ๆ ที่ผู้วิจัยสนใจ เป็นการทำความเข้าใจความเป็นสิ่งนั้น ๆ (Meaning) ตามมุมมอง หรือภายใต้บริบทของตัวอย่างวิจัยเอง โดยที่นักวิจัยต้องหลีกเลี่ยงอคติ หรือพยายามที่จะแยกเก็บ (Bracket) ทศคติของตน หรือประสบการณ์ของตนตลอดจนแนวคิด ทฤษฎีใด ๆ ที่ได้เรียนรู้มาให้ปะปน จำกัด หรือแทรกแซงในสิ่งที่กำลังศึกษาหรือในช่วงที่กำลังรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้เพื่อให้ปรากฏการณ์ที่ศึกษานั้น ๆ เป็นที่ประจักษ์ตามบริบทของปรากฏการณ์นั้นเองตามธรรมชาติ (Data Emerge)

ปัจจุบันการวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ในการทำวิจัยทางสหวิทยาการสุขภาพ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถนำมาซึ่งความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแบบแผนสุขภาพ (Health Pattern) วิถีชีวิต ความเชื่อทางสุขภาพ (Health Belief) และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพของผู้ให้บริการในมุมมองหรือในภาษาและภายใต้บริบทของผู้มาใช้บริการเอง ซึ่งนับว่าเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญ และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการให้การดูแลรักษาพยาบาล เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นคำลักษณะเชิงนามธรรม ความหมายจึงแตกต่างกันไปตามการรับรู้ ประสบการณ์ ทศคติ ความเชื่อและความคาดหวัง เป็นเรื่องที่ต้องศึกษาหาเหตุผลที่ละเอียดจึงต้องใช้การศึกษาโดยการสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลโดยตรง และเป็นการสอบถามแบบเจาะลึกประกอบกับการสังเกต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดครบถ้วนอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหาร

ในการนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนามูลฐาน การดำเนินงาน และโครงสร้างองค์กรได้อย่างถูกต้อง ทันเหตุการณ์ และครอบคลุมเพื่อให้เกิดผลดีต่อผู้ให้บริการและผู้ให้บริการมากที่สุด

คำถามงานวิจัย

ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของโรงพยาบาลศูนย์จากผู้ให้บริการเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของโรงพยาบาลศูนย์ที่คิดสรร ตามการรับรู้ของผู้ให้บริการ
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของโรงพยาบาลศูนย์ ตามการรับรู้ของผู้ให้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศูนย์ที่คิดสรรแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่เข้ารับการรักษ และญาติที่ดูแลผู้ป่วย ในโรงพยาบาลที่คิดสรรในระหว่างวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2547 ถึง 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2548 ครอบคลุมในงานการรักษาพยาบาลทุกแผนกของโรงพยาบาลศูนย์ และทุกสิทธิการรักษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การทราบถึงภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของโรงพยาบาลทั้งในแง่ดี และส่วนที่ควรปรับปรุง ซึ่งสามารถ

1. ใช้เป็นแนวทางที่เหมาะสม ในการธำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดี และวางแผนป้องกันแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของโรงพยาบาลอื่นจะทำให้การดำเนินงานของบุคลากรและหน่วยงานประสบความสำเร็จ
2. ใช้เป็นแนวทางการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่สามารถสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณ ของหน่วยงานในสังคม

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. โรงพยาบาลศูนย์ คือ โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในระดับการบริการส่วนภูมิภาค มีอำนาจหน้าที่ เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพอนามัย การป้องกัน ควบคุม และรักษาโรค การฟื้นฟูสมรรถภาพของประชาชน และราชการอื่นตามที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงสาธารณสุขหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงสาธารณสุข แบ่งงานภายในออกเป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มภารกิจด้านอำนวยการ กลุ่มภารกิจด้านพัฒนาระบบบริการสุขภาพ กลุ่มภารกิจด้านการพยาบาล กลุ่มภารกิจด้านบริการตติยภูมิ และกลุ่มภารกิจด้านบริการปฐมภูมิและทุติยภูมิ

2. ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่คนรู้สึกนึกคิดหรือวาดขึ้นในใจ เป็นความคิดเห็นทัศนคติ ความเชื่อ ความประทับใจต่อคน หรือองค์กร การประเมินภาพลักษณ์กระทำได้ด้วยวิเคราะห์ ภาพการรับรู้ของประชาชนใน 2 ลักษณะ คือ ภาพลักษณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

2.1 ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวกก็ได้ เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงพยาบาลของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อโรงพยาบาลศูนย์ บุคคล หรือการดำเนินงานซึ่งอาจเกิดจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

2.2 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ ผู้ใช้บริการมีความต้องการจะให้องค์กรเป็นเช่นที่ผู้ใช้บริการต้องการ ในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาโรงพยาบาล การบริการและสัมพันธภาพกับผู้ใช้บริการ ระบบบริหารของโรงพยาบาล การประโยชน์แก่ส่วนรวม การปฏิบัติงานตามกรอบของกฎหมายบ้านเมือง และความรับผิดชอบต่อสังคม

3. ผู้ใช้บริการในที่นี้หมายถึง ผู้ป่วยที่กำลังรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาล ผู้ป่วยที่มาตรวจรักษาในแผนกผู้ป่วยนอก และญาติที่มากับผู้ป่วยในกรณีที่ผู้ป่วยไม่สามารถให้ข้อมูลได้ด้วยตนเอง ด้วยเหตุผลทางพยาธิสภาพใดก็ตาม