

การรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของ พนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม

Perception image and activities models of the corporate social responsibilities (CSR).

In need of Tepakorn nakhonpathom hospital's employees.

ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ (Phaphimon Thanarungcharoenkit)*

ศศิรัศมี โสมโสพิน (Sasirat Somsophon)*

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Pitak Siriwong)**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการศึกษาด้านการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม โดยใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา(Phenomenology) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Design) โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งก็คือพนักงานของโรงพยาบาลเทพากรออกเป็น 3 กลุ่มรวมทั้งหมด 18 คน ได้แก่ 1. กลุ่มแพทย์และพยาบาล 2. กลุ่มบุคลากรทางสาธารณสุข และ 3.กลุ่มบุคลากรช่วยสนับสนุนทางการแพทย์ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ไม่เข้าใจความหมาย รวมถึงข้อดีข้อเสียของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาก่อน โดยรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร ได้แก่ การจัดกิจกรรมออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ในชุมชน ใกล้เคียงเพื่อตรวจคัดกรองโรค การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาทำประโยชน์เพื่อชุมชน การประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของโรงพยาบาล

คำสำคัญ : การรับรู้, ภาพลักษณ์, ความรับผิดชอบต่อสังคม

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Student's Master of Business Administration Program , Entrepreneurship, Faculty of Management Science,
Silpakorn University

** รศ.ดร.สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Assoc.Prof.Dr., Department of Marketing Faculty of Management Science Silpakorn University

Abstract

This research is qualitative research to study the perception image and activities models of the Corporate Social Responsibilities(CSR). The purpose for sample-specific (Purposive Sampling Design) by segmenting the Key Informants, that is, study on perception image and activities models of Corporate Social Responsibilities, including activities models of the Corporate Social Responsibilities. In need of Tepakorn Nakhonpathom Hospital's employee. Using the Phenomenology and in-depth interviews with a selection of employee of Tepakorn hospital into three groups. Altogether 18 people, include 1. Doctors and nurses group 2. Public health employees group 3. Medical support employee group.

The study finds most key informants, do not understand the meaning. The pros and cons of corporate social responsibility activities. And have no previous experience in corporate social responsibility activities. The activities models of social responsibility in need of Tepakorn Nakhonpathom Hospital's employees for example mobile clinic for disease prevention and screening in neighboring communities , Corporate philanthropy, Community volunteering, Socially responsible business practices and compliance with the rules and regulations of the hospital.

Keyword : Perception, Image, Corporate Social Responsibilities

บทนำ

ในปัจจุบันท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่งผลกระทบไปถึงด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อีกทั้งปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้หลายคนต้องมีการปรับตัวในการดำรงชีวิตอยู่ตลอดเวลา เพราะสิ่งที่แน่นอนที่สุดอยู่บนโลกที่ไม่แน่นอน (วีรพงศ์ เจตพิพัฒน์พงษ์ , 2015:10) อีกทั้งสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันเกิดภาวะซบเซาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาพรวมของธุรกิจที่หลากหลายประเภทต้องมีการปรับตัวให้ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางสถานการณ์ของการแข่งขัน เช่นเดียวกับธุรกิจด้านการแพทย์และโรงพยาบาล ที่ผู้นำของแต่ละองค์กรธุรกิจอาจมุ่งเน้นหรือตั้งเป้าหมายขององค์กรไปที่ผลกำไรสูงสุดเป็นหลัก เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ แต่อาจไม่ได้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมหรือที่หลายๆคนรู้จักกันในชื่อย่อว่า CSR ซึ่งมาจาก Corporate Social Responsibility โดยมีความหมายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (วิมล จันทร , 2552) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญในการทำให้องค์กรธุรกิจมีความมั่นคงและมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น

ในสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจนี้ การสร้างคุณค่าตราสินค้าให้อยู่ในใจผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่ช่วยสร้างผลกำไรให้กับองค์กรได้ ซึ่งในการสร้างคุณค่าตราสินค้าจำเป็นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การรู้จักตราสินค้า (Brand awareness) การรับรู้ในคุณภาพสินค้า (perceived quality) การสร้างความเชื่อมโยงกับ

ตราสินค้า และความภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty) (Aaker, 2004) โดยส่วนใหญ่องค์กรธุรกิจจะมีวิธีการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรด้วยการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงหรือผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกับประชาชนทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและบุคคลอื่นๆ ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรได้ในวงกว้าง (วิรัช ลภีรัตนกุล (2553 : 76)

ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการดำรงชีวิตตามแนวทางของหลักพุทธศาสนา จึงทำให้คนไทยถูกปลูกฝังในเรื่องของการมีจิตเมตตา ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่วนใหญ่จึงยังมุ่งเน้นไปที่ การบริจาคเพื่อการกุศล (Philanthropy) การมีส่วนร่วมของชุมชน การมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม เช่น ด้านศาสนา พระมหากษัตริย์ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกับทางประเทศในแถบตะวันตกที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมก็ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากล โดยยังคงดำเนินอยู่ในบริบทของวัฒนธรรมและสังคมแบบไทย (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์ , 2555)

โรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม เป็นโรงพยาบาลเอกชนขนาด 100 เตียง มีบุคลากรในการทำงานประมาณ 150 คน (ฝ่ายบุคคลโรงพยาบาลเทพากร , 2559) และมีผู้มาใช้บริการทางการแพทย์อย่างสม่ำเสมอ แต่ทางโรงพยาบาลยังไม่เคยมีการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งกับบุคลากรของโรงพยาบาล และผู้มาใช้บริการ ทางผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงการรับรู้และภาพลักษณ์ของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางให้ผู้บริหารองค์กรนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร และช่วยส่งเสริมให้บุคลากรและผู้มาใช้บริการมีความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกัน รู้จักการเสียสละแบ่งปันให้กับสังคม อีกทั้งบุคลากรและผู้มาใช้บริการจะมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เกิดความไว้วางใจ ส่งผลให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือและเกิดความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ต่อการทำงานและการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม มากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม และนำผลการวิจัยไปพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ต่อโรงพยาบาลและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อโรงพยาบาลอื่นๆ ที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อเริ่มต้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงผู้ให้บริการจะให้ความไว้วางใจและกลับมาเลือกใช้บริการประกันสังคมในโอกาสต่อไปและได้รับความพึงพอใจและคุณภาพการบริการที่ดีที่สุด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาถึงความต้องการของการรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการศึกษาด้านการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีขอบเขตการศึกษาเฉพาะการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานและผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐมเท่านั้น ซึ่งมีขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการนำแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิดการรับรู้ แนวคิดภาพลักษณ์ และแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม มาศึกษาและใช้อธิบายถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ ความหมาย ที่มาของความหมาย ความต้องการของรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงอุปสรรคและปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือพนักงานของโรงพยาบาลเทพากรจำนวน 18 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ เดือนกันยายน 2559

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทางวิชาการ เพื่อศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม
4. ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลเทพากร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการรับรู้ภาพลักษณ์

การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลเลือกสรร จัดระบบ และแปลความหมายของสิ่งเร้าที่บุคคลสัมผัสได้ ให้เป็นภาพที่มีความหมายตามความรู้สึกนึกคิดของตน กล่าวอย่างง่าย คือ การรับรู้เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งภายนอกไปสู่สิ่งภายในและจิตใจที่แต่ละคนได้มีประสบการณ์ ในการรับรู้บางครั้งผู้รับรู้ไม่ได้สนใจหรือคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นประจำ แต่มีประสบการณ์ในการรับรู้ไม่มากนักน้อย การรับรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งเร้าต่างๆที่เกิดขึ้นในโลกภายนอกของผู้บริโภคจะต้องถูกรับรู้และมีผลกระทบต่างๆมากมาย (คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ , 2539 : 67-69)

Robbins (2003) กล่าวว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ คือ การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของร่างกายเพื่อไปสู่การการตีความโดยผ่านกระบวนการทางความคิด ความเข้าใจ ความทรงจำ หรือการเรียนรู้ และการตัดสินใจที่จะแสดงการตอบสนองทางพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์ (2555) ที่กล่าวว่า การที่ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้นั้นต้องมาจากการสื่อสารด้วยข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และใช้ระยะเวลาเพียงพอใน

การสื่อสารซ้ำหลายครั้งและสื่อสารผ่านในหลากหลายช่องทาง ซึ่งภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยากหากอยู่บนพื้นฐานของความจริง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ หมายถึง ส่วนประกอบรวมกันหลายสิ่ง ทั้งในด้านความเชื่อ ความคิด และความรู้สึกชื่นชมที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นจากการกระทำหรือทัศนคติที่มนุษย์มีต่อสิ่งนั้นและมีความเชื่อมโยงกันอย่างมากกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น (Kotler, 2000 : 553) ส่วนในด้านภาพลักษณ์ของบริษัท(Corporate Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของมนุษย์ที่มีต่อองค์กรหรือธุรกิจนั้นๆทั้งนี้รวมถึง การจัดการในด้านต่างๆของธุรกิจ และรวมไปถึงสินค้าและบริการของธุรกิจนั้นด้วย (วิรัช ลภีรัตนกุล , 2540 : 81-83)

Kenneth E. Boulding (1975 : 91) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกที่สร้างหรือเกิดขึ้นมาเฉพาะบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ประกอบไปด้วยข้อเท็จจริง ซึ่งบุคคลจะเก็บความรู้ในเชิงอัตวิสัยที่ได้มาจากประสบการณ์หรือสิ่งต่างๆ ที่พบเจอและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากธรรมชาติของแต่ละบุคคลไม่สามารถที่จะทำความเข้าใจกับสิ่งที่พบเจอได้ทุกอย่าง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2553) ให้ความหมายของ CSR (Corporate Social Responsibility) ไว้ว่าเป็นการดำเนินงานขององค์กรที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยการดำเนินงานที่สร้างความสมดุลให้แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

Kotler and Lee (2005) ให้ความหมายของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR คือข้อตกลงที่กำหนดขึ้นมาเพื่อพัฒนาสังคม ให้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นโดยดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบและการแบ่งปัน ช่วยเหลือของทรัพยากรองค์กร โดยแบ่งกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 7 กิจกรรม ได้แก่

1. การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นด้านสังคม เป็นการจัดหาเงินทุน สิ่งของ หรือทรัพยากรอื่นขององค์กร เพื่อขยายการรับรู้ หรือความห่วงใยต่อประเด็นสังคมนั้น
2. การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคม เป็นการอุดหนุนหรือบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายสินค้า หรือบริการเพื่อช่วยเหลือ หรือร่วมแก้ปัญหาทางสังคมโดยมีช่วงเวลาที่จำกัด เพื่อนำรายได้ไปสนับสนุนกิจกรรมการกุศลนั้นๆ โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการกุศลผ่านการซื้อสินค้า
3. การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม เป็นการสนับสนุนการพัฒนาหรือการทำให้เกิดผลจากการรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และสร้างความตระหนักในด้านสาธารณสุข ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม หรือด้านสุขภาวะ
4. การบริจาคเพื่อการกุศล เป็นการช่วยเหลือไปที่ประเด็นทางสังคมโดยตรง ในรูปแบบการบริจาคเงิน หรือสิ่งของ มักเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกหรือมีผู้เสนอให้ทำ

5. การอาสาช่วยเหลือชุมชน เป็นการสนับสนุนหรือจูงใจให้พนักงาน คู่ค้าร่วมสละเวลาและแรงงานในการทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่เพื่อตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมที่องค์กรให้ความสนใจองค์กรอาจริเริ่มกิจกรรมเองหรือทำร่วมกับองค์กรอื่นๆ

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างพินิจพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในเชิงการป้องกันโดยการหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม หรือในเชิงร่วมกันแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยกระบวนการทางธุรกิจ

7. การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก เป็นการใช้กระบวนการทางธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการสู่ตลาดในราคาที่ไม่แพง เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับฐานราก ให้สามารถเข้าถึงสินค้าหรือบริการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลเทพากร

โรงพยาบาลเทพากรเป็นโรงพยาบาลเอกชน ขนาด 100 เตียง ก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2538 โดยมีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท และมีผู้ถือหุ้นจำนวน 253 คน ซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย โรงพยาบาลเปิดทำการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2539 โรงพยาบาลสร้างขึ้นเพื่อให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปและผู้ประกันตนของโครงการประกันสังคม เป็นโรงพยาบาลที่มีอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยอีกทั้งมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญครบทุกสาขาและบุคลากรทางการแพทย์ที่สามารถดูแลผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการให้บริการทางการแพทย์โรงพยาบาลสามารถครอบคลุมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม โดยมุ่งหวังผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกตามความเหมาะสม (ฝ่ายธุรการโรงพยาบาลเทพากร , 2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัฒนพงษ์ นาชัยลาน (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมและความภักดีในตราสินค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ลูกค้านักธนาคาร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความภักดีในตราสินค้าของธนาคารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางด้าน CSR ซึ่งเป็นการใช้หลักการบริหารองค์กรโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมการศึกษา การสร้างรายได้ ซึ่งธนาคารควรรักษาภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในระดับดีอยู่แล้วให้ดียิ่งต่อไป เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

กิริติ บันดาลสิน, ฐิติลักษณ์ สมบุญ และ สุรัสวดี มีดวง (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์และศึกษาต่อการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขต พระนคร ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าธนาคารออมสินซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่จำนวน 25 ราย จากการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในเขต พระนคร อยู่ในระดับดี โดยลูกค้าส่วนใหญ่ มีการรับรู้ภาพลักษณ์

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านสื่อ โฆษณาสิ่งพิมพ์ ซึ่งลูกค้ามีความเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารว่า ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยลูกค้ามีความต้องการให้ธนาคารจัดกิจกรรมอาสาต้าน การบริจาคนเงินหรือสิ่งของแก่ชุมชน การส่งเสริมการออม การให้ความรู้ และการปลูกจิตสำนึกให้แก่เยาวชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา(Phenomenology) เพื่อมุ่งเน้นถึงการหาความหมาย ความเข้าใจ ความรู้สึก และคุณค่า รวมทั้งอธิบายถึงปรากฏการณ์ต่างๆ โดยการวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (ชาย โพธิ์สีตา , 2556) เพื่อนำมาศึกษาและอธิบายถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม เกี่ยวกับทัศนคติหรือมุมมองด้านต่างๆ ในแง่ของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

คณะผู้วิจัยเลือกใช้แบบแผนการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Design) แล้วนำมาจัดกลุ่มเพื่อแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มแพทย์และพยาบาล 7 คน 2.กลุ่มบุคลากรทางสาธารณสุข 5 คน และ 3.กลุ่มบุคลากรช่วยสนับสนุนทางการแพทย์ 6 คน รวมทั้งหมดจำนวน 18 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมด้วยตนเอง ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจะครบถ้วนตรงตามความต้องการของงานวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบเผชิญหน้า ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมด้วย โดยใช้แนวคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงทัศนคติ อธิบายถึงสิ่งที่ตนเองเข้าใจหรือประสบการณ์ที่มีเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากหนังสือ เอกสาร ตำราทางวิชาการต่างๆ โดยศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ภาพลักษณ์ การให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัย ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สมุดจดบันทึก ใช้ในการจดบันทึกสาระสำคัญของบทสัมภาษณ์ระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยการบันทึกใจความสำคัญของประเด็นให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เบื้องต้น
2. เครื่องบันทึกเสียง ใช้เพื่อบันทึกบทสนทนาทั้งหมดระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลัก เนื่องจากเครื่องบันทึกเสียงสามารถบันทึกรายละเอียดของบทสัมภาษณ์เป็นคำพูดของผู้ให้ข้อมูลหลักแบบคำต่อคำ (verbatim) อย่างต่อเนื่องและข้อมูลที่มีความแม่นยำ ทั้งยังช่วยให้ผู้วิจัยมีสมาธิในการฟังและสังเกตร่วมด้วย
3. แนวคำถาม ใช้แนวคำถามแบบปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสแก่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระโดยไม่มีความถูกหรือผิด สามารถคิดได้หลากหลาย แต่ยังคงอยู่ในประเด็นที่ตั้งไว้ และยังคงช่วยไม่ให้เกิดความกังวลหรือหาคำตอบที่คาดว่าจะตรงกับความคิดหรือความต้องการของผู้วิจัย
4. ผู้วิจัย ถือเป็นเครื่องมือวิจัยที่สำคัญที่สุดในการทำวิจัย เนื่องจากต้องมีความสามารถอย่างมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการตีความข้อมูลโดยไม่มีอคติ และต้องสามารถคิดวิเคราะห์เพื่อนำไปหาข้อสรุปจากข้อมูลได้ (ประสพชัย พสุนนท์ , 2555)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) เป็นการใช้คำถามนำไปสู่การสนทนา ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักมีบทบาทกำหนดทิศทางสนทนาร่วมกับผู้วิจัยเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการทำความเข้าใจประเด็นคำถามร่วมกัน โดยการใช้ประเด็นและข้อคำถามแบบปลายเปิดหรือแนวคำถามกว้างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเล่าเรื่องราวต่างๆ อย่างมีเป้าหมายตามแนวทางที่คณะผู้วิจัยได้เตรียมไว้ และใช้การสังเกตร่วมด้วยเพื่อบันทึกิริยาท่าทาง น้ำเสียง คำพูด ภาษาที่ใช้ รวมถึงความขัดแย้งของคำพูดหรือพฤติกรรมทางกายที่แสดงออกมาจะทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือความหมายที่แท้จริง (ทวีศักดิ์ นพเกษร , 2551)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นงานวิจัยที่มีความยืดหยุ่นของข้อมูลค่อนข้างมาก โดยเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยก็คือตัวผู้วิจัยเอง ดังนั้นในการสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มประสิทธิภาพของงานวิจัยเชิงคุณภาพ จึงต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนการนำไปวิเคราะห์ ซึ่งก็คือ การตรวจสอบแบบสามเส้า โดยหลักของการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า คือ การไม่ปักใจเชื่อว่าแหล่งข้อมูลแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ได้มาตั้งแต่แรกเป็นแหล่งที่เชื่อถือได้ ดังนั้นนักวิจัยจึงจำเป็นต้องแสวงหาความเป็นไปได้ว่ายังมีข้อมูลจากแหล่งอื่นใดอีกบ้าง (สุรางค์ จันทวานิช , 2552 : 32) โดยมีการตรวจสอบดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล เป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า เมื่อเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนแล้ว ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันหรือไม่

2. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัยเป็นการตรวจสอบข้อมูล หากมีการเปลี่ยนแปลงผู้เก็บข้อมูลแล้ว ข้อมูลที่ได้จะมีความสอดคล้องกันหรือไม่

3. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูล 3 วิธีที่ต่างกันแล้วข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันหรือไม่ เช่น การใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกต และการใช้เอกสาร (อรุณี อ่อนสวัสดิ์ , 2551)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม คณะผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การถอดข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำต่อคำ(verbatim) จนได้ข้อมูลถึงจุดอิ่มตัวและนำมาเขียนเป็นบทสัมภาษณ์ เพื่ออ่านบทสัมภาษณ์อย่างละเอียด จากนั้นนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกในสมุดจดบันทึก โดยผู้วิจัยต้องมีสติตลอดเวลาและปราศจากอคติต่อข้อมูลทั้งหมด

2. นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและสรุปประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาจัดกลุ่มคำตอบโดยให้คำตอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันอยู่ด้วยกัน เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์และตีความโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

3. สรุปผลการวิจัย ด้วยการเรียบเรียงเป็นการบรรยายเชิงพรรณนาในแต่ละหัวข้อตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยนำผลการวิจัยมาเชื่อมโยงส่วนต่างๆตามหัวข้อไว้ด้วยกัน แล้วกลั่นกรองเอาสิ่งสำคัญทั้งหมดเพื่อหาข้อสรุปที่พบจากงานวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 18 คน และแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้ คือ 1.กลุ่มแพทย์และพยาบาล 2. กลุ่มบุคลากรทางสาธารณสุขอื่นๆ และ 3. กลุ่มบุคลากรสนับสนุนทางการแพทย์ ทางผู้วิจัยได้แยกเป็นประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม

1.1 การรับรู้ ทักษะ และความรู้สึที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากยังไม่รู้และไม่เข้าใจความหมาย ส่งผลต่อการแสดงความคิดเห็นว่า ทำไมโรงพยาบาลต้องทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ถ้าทำแล้วจะได้รับหรือเสียผลประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ ทำเพื่ออะไร

และทำแล้วจะได้รับผลตอบแทนอย่างไร และไม่เคยมีประสบการณ์ตรงกับการทำกิจกรรมนี้ทั้งส่วนตัวและกับทางโรงพยาบาล จึงส่งผลให้บุคลากรส่วนมากยังมีเข้าใจคลาดเคลื่อนกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2 ความรู้และความรู้สึกที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม โดยส่วนมากผู้ให้ข้อมูลหลักยังไม่มีความรู้และไม่เข้าใจความหมายของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และยังไม่มีความรู้ที่ชัดเจนด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเลยว่ามีส่วนประกอบอะไรบ้าง ถ้าร่วมกิจกรรมแล้วเกิดการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายส่วนตัวหรือไม่ ถ้าต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มทางโรงพยาบาลก็ไม่ควรจัดกิจกรรมนี้ขึ้นมาเพราะจะทำให้พนักงานเดือดร้อน

1.3 ทศนคติและความเชื่อที่มีต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยส่วนมากผู้ให้ข้อมูลหลักคิดว่า ถ้าจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วควรจะเป็นประโยชน์แก่โรงพยาบาลและสังคมมากขึ้น ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การทำตามบุคคลอื่นเพื่อรักษาหน้าตาตนเอง โดยมากจะเข้าใจว่า การทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการแสดงความมีน้ำใจรู้จักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เพื่อนมนุษย์ด้วยกันและช่วยกันดูแลสังคมเพื่อทำให้เกิดความสุขทั้งภายในใจตนเองและสังคมร่วมกัน

1.4 ความคิดเห็นด้านรูปแบบการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็นว่าเนื่องจากทางโรงพยาบาลเทพากร ไม่มีฝ่ายที่รับผิดชอบโดยตรงและไม่เคยจัดทำรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กรมาก่อน จึงไม่มีใครเข้าใจและไม่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนี้ แต่ส่วนใหญ่เข้าใจและแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในมุมมองต่างๆดังนี้

1. เป็นการทำบุญและการนำสิ่งของไปบริจาคให้แก่ผู้ยากไร้หรือผู้ที่ขาดแคลนทุนทรัพย์เพื่อการศึกษา โดยพนักงานแสดงความคิดเห็นว่า การที่โรงพยาบาลมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านของการทำบุญในรูปแบบต่างๆ อาจเริ่มจากให้พนักงานหรือบุคลากรภายในโรงพยาบาลนำสิ่งของที่ไม่ได้ใช้แล้วและคาดว่าจะเกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น เพื่อนำไปบริจาคให้กับชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับโรงพยาบาล เพื่อเป็นการแสดงศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานของโรงพยาบาลที่มีความร่วมมือร่วมใจและสามัคคีกัน

2. เป็นกิจกรรมที่ตั้งใจทำเพื่อคืนกำไรสู่สังคมเท่าที่โอกาสเอื้ออำนวย โดยอาจมีการออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่เพื่อให้บริการด้านสุขภาพเบื้องต้นกับชุมชน หรือเข้าร่วมกับหน่วยงานของราชการเพื่อรวมตัวกันทำประโยชน์ให้แก่สังคม โดยนำทีมแพทย์ พยาบาล และกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ออกเยี่ยมชุมชนและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเบื้องต้นโดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยอาจมีการจัดทำกิจกรรมออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

3. การเป็นจิตอาสาที่ทำประโยชน์และตอบแทนสังคม เนื่องจากโรงพยาบาลตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เช่น วัด โรงเรียน เป็นต้น เริ่มต้นจากการให้พนักงานเข้าร่วมหรือเป็นตัวแทนของโรงพยาบาลเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในจังหวัดนครปฐม ตัวอย่างเช่น งานนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ทางโรงพยาบาลได้เข้าร่วม โดยการจัดจุดบริการไว้ให้ประชาชนทั่วไป เพื่อการช่วยเหลือแบบฉุกเฉินในเบื้องต้นแก่ประชาชนก่อนส่งตัวไปรักษาที่โรงพยาบาลต่อไป

4. การทำดีต่อสังคมทุกครั้งที่มีโอกาส ด้วยการให้ความร่วมมือในกรณีที่ต้องการหรือหน่วยงานต่างๆ ขอความร่วมมือกับโรงพยาบาล เช่น หากภาคเอกชนหรือองค์กรต้องการความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ หรือการสร้างอนามัยให้บุคลากรหรือพนักงานในองค์กรนั้นๆ ทางโรงพยาบาลอาจให้ความร่วมมือโดยการส่งเจ้าหน้าที่ไปให้ความรู้แก่พนักงานในบริษัทหรือองค์กรธุรกิจต่างๆ

5. การทำตามกฎระเบียบหรือกฎหมายที่กำหนดไว้ของแต่ละสาขาอาชีพ เพื่อให้ผู้ป่วยได้รับความปลอดภัยทุกขั้นตอนเมื่อมาใช้บริการที่โรงพยาบาล โดยอาจมีการส่งพนักงานเข้าร่วมฝึกอบรมในแต่ละสาขาวิชาชีพ เพื่อเพิ่มพูนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ๆ ให้มากยิ่งขึ้น หรือการจัดกิจกรรมเพื่ออบรมจริยธรรมให้แก่พนักงานทุกคน เป็นต้น

2. รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร

2.1 การอาสาทำประโยชน์เพื่อชุมชนและส่วนรวม (Community Volunteering) เช่น การจัดกิจกรรมออกหน่วยการแพทย์เคลื่อนที่ในชุมชนใกล้เคียง เพื่อตรวจคัดกรองโรค ให้แก่คนในชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือถ้ามีกิจกรรมภายในจังหวัดที่ต้องการความช่วยเหลือจากบุคลากรทางการแพทย์ในสาขาใดทางโรงพยาบาลยินดีให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ หรือในกรณีที่ไม่สามารถจัดกิจกรรมได้เองก็ควรเข้าร่วมกับองค์กรอื่นเพื่อศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงานจริง

2.2 การบริจาคเพื่อการกุศล (Corporate Philanthropy) เช่น การให้นำเสื้อผ้า หนังสือหรือสิ่งของที่ไม่ได้ใช้แล้วของพนักงาน นำไปบริจาคให้แก่โรงเรียนและเด็กนักเรียนที่ขาดแคลนในถิ่นทุรกันดาร หรือการรวบรวมเงินตามศรัทธาเพื่อนำไปซื้อของถวายวัดที่ห่างไกล การบริจาคเพื่อสร้างห้องน้ำให้แก่ วัด โรงเรียนในเขตชุมชน

2.3 การประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) เช่น แพทย์และบุคลากรสาธารณสุข ในแต่ละสาขาวิชาชีพควรทำตามจรรยาบรรณของตนเพื่อความปลอดภัยของทุกคน ส่วนบุคลากรสนับสนุนการแพทย์อื่นๆควรทำตามกฎระเบียบข้อบังคับของโรงพยาบาล เพื่อให้การบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด รวมถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของบุคลากรโรงพยาบาลเทพากรจังหวัดนครปฐม คณะผู้วิจัยพบว่า พนักงานส่วนมากยังไม่มี การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากโรงพยาบาลเทพากร ไม่เคยจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกโรงพยาบาล เพียงแต่แสดงความคิดเห็น ความรู้สึก และทัศนคติออกมาตามความเข้าใจของแต่ละบุคคล รวมถึงประสบการณ์ที่เคยประสบมาแล้วคิดว่าน่าจะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนด้านรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม พบว่ากิจกรรมที่พนักงานส่วนมากต้องการให้จัดทำขึ้น คือ การจัดกิจกรรมออกหน่วยการแพทย์เคลื่อนที่ในชุมชนใกล้เคียง การบริจาคเพื่อการกุศลและการทำ

ประโยชน์เพื่อชุมชนและส่วนรวม การประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ทุกคนรู้จักการเสียสละเพื่อสังคม ไม่เห็นแก่ตัว ไม่เกิดการแบ่งพรรคแบ่งพวกจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ดี

อภิปรายการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า พนักงานส่วนมากอาจยังไม่มีความเข้าใจถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากพอ อาจเป็นเพราะไม่เคยได้ยินผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆและการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอง อีกทั้งไม่เคยเข้าร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาก่อน จึงไม่มีความเข้าใจมากพอซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กิริติ บันดาลสิน และคณะ(2559) ที่กล่าวว่า ลูกคามีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารออมสินในเขตพระนคร อยู่ในระดับดี และมองว่าเป็นประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวม และมีพฤติกรรมการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านทางสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ดังนั้นทางผู้บริหารอาจต้องแสดงบทบาทผู้นำทางด้านนี้เพิ่มขึ้น อาจทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดเข้าใจและอยากมีส่วนร่วมและมีความต้องการให้โรงพยาบาลจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านจิตอาสาและการบริจาคเพื่อการกุศล โดยผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดมีความต้องการให้โรงพยาบาลจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านจิตอาสาและการบริจาคเพื่อการกุศล ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุวรัตน์ จิระเมธธร และคณะ(2559) ที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการ คือ การมีจิตอาสาจากแรงกายแรงใจ และการบริจาคเพื่อการกุศล ซึ่งมาเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ เนื่องจากการเริ่มต้นที่ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายมากมายและยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในโรงพยาบาลให้เกิดความรักใคร่สามัคคีปรองดองกัน นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการบริหารองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ทั้งยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลให้เป็นที่รับรู้แก่บุคคลภายนอก ซึ่งส่งผลให้โรงพยาบาลประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจอีกด้วย ด้านรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Lee (2005) ที่กล่าวว่าความรับผิดชอบต่อสังคม คือข้อตกลงที่กำหนดขึ้นมาเพื่อพัฒนาสังคมให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้นโดยดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ และให้การช่วยเหลือแบ่งปันของทรัพยากรในองค์กรที่มีอยู่ ได้แก่ การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาช่วยเหลือชุมชน และการประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การอาสาและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สาคร สุขศรีวงศ์ (2557) ที่กล่าวว่า หากองค์กรใดที่ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากความรับผิดชอบต่อสังคม อาจได้รับผลกระทบทางลบจากทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ตัวอย่างเช่น ขาดความเชื่อมั่นระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร พนักงานไม่มีกำลังใจในการทำงาน ลูกคามีความรู้สึกไม่ดีต่อองค์กร ไม่เกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า คนภายนอกไม่ยอมมีส่วนร่วมและไม่อยากให้ความร่วมมือ เป็นต้น ส่งผลให้องค์กรขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ หากแต่ผู้บริหารองค์กรมุ่งสร้างผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและความมีจริยธรรม สุดท้ายแล้วกำไรที่ได้มานั้นก็จะไม่สามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กรได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ให้ข้อมูลหลักที่คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลคือบุคลากรของโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐมเท่านั้น หากมีโอกาสเหมาะสมควรศึกษาไปถึงผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลด้วยว่ามีทัศนคติอย่างไรเกี่ยวกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาล และต้องการให้โรงพยาบาลมีรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไรบ้าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ร่วมกันและจะเป็นประโยชน์กับโรงพยาบาลมากขึ้น ในด้านภาพลักษณ์และความจงรักภักดีในการมาใช้บริการเนื่องจากเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้หวังกำไรเพียงอย่างเดียว

2. จากการศึกษาในครั้งนี้ หากทางโรงพยาบาลเทพากรและบุคลากรได้มีการจัดทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาลขึ้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมเช่น การเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของโรงพยาบาล การติดป้ายโฆษณาเชิญชวนให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมนี้เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงพยาบาลให้มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในสายตาของบุคคลภายนอก และส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลเทพากรในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเฉพาะพนักงานของโรงพยาบาลเท่านั้น โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในกรณีศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาล เพื่อให้ได้ข้อมูลงานวิจัยที่หลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อหาการรับรู้ ความหมายและความต้องการรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ไม่ได้มีการดำเนินกิจกรรมหรือทดลองใช้จริง ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการร่วมมือกันขององค์กร เพื่อจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมและหาแนวทางที่ดีกว่าในการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กิริติ บันดาลสิน, จิตติลักษณ์ สมบุญ,สุรัสดา มีด้วง และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559). “การรับรู้ภาพลักษณ์และ

ความต้องการด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตพระนคร.”

วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ

ปีที่ 9 , ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม-เมษายน) : 55-66

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. (2539). “เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.” พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :

ชวนพิมพ์ : 67

ชาย โพธิ์สีดา. (2556). “ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.” พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร :บริษัท

อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด : 180

ทวีศักดิ์ นพเกษร. (2551). “วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเล่ม1.” พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โชคเจริญมาร์เก็ตติ้ง(CJM) :

118

ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร :ท้อปส์ : 106

ฝ่ายบุคคล โรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม ข้อมูลอ้างอิงถึง 15 กันยายน 2559

ฝ่ายธุรการ โรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม ข้อมูลอ้างอิงถึง 31 มีนาคม 2554

พัฒน์พงษ์ นาชัยลาน. (2557). “การรับรู้ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมกับความจงรักภักดีในตราของ

ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน).” วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปีที่10, ฉบับที่ 1

(เดือนมกราคม-เมษายน) :223-237

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). “การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการ

แข่งขันอย่างยั่งยืน.” นนทบุรี : ینگค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.

ยุวรัตน์ จิรเมธาธร , ขวัญนา คงคาเขตร , จันทิมา แจ่มจำรัส , สมสกุล เบาเนต และ พัทธ์ชัย ศิริวงศ์ (2559).“

การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย และการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ

นักเรียนชายรักชาย โรงเรียนทวิธาภิเศก กรุงเทพมหานคร” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal

ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 9 , ฉบับที่ 1

(เดือน มกราคม-เมษายน) : 298-310

วรพรรณ เอื้ออาภรณ์. (2555). “DNA CSR แบบไทยๆตามกระแสโลก.” กรุงเทพมหานคร : ฟาร์ตมมงคล

วิรัช ลภิตนกุล. (2540). “การประชาสัมพันธ์.” กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 81-83

_____. (2553). “การประชาสัมพันธ์.” ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 8.กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

สาคร สุขศรีวงศ์. (2557). “การจัดการ : จากมุมมองของนักบริหาร.” พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร :จี.พี

ไซเบอร์พริ้นท์ :78

สุภางค์ จันทวานิช. (2552). “การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ.” พิมพ์ครั้งที่ 17.กรุงเทพมหานคร :

ด้านศุภาธารการพิมพ์ : 32

โสภณ พรโชคชัย. (2551). “CSR ที่แท้.” พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :ส.วชิรการพิมพ์ : 18

แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์. (2555). "การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพบริการ : กรณีศึกษาธนาคารเกียรติน

นาคินสาขากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ธัญบุรี.

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551).“ระเบียบวิธีวิจัย. พิษณุโลก.” :ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยนเรศวร : 282

ภาษาต่างประเทศ

Kenneth E. Boulding. (1975). **Modern Public Relations**. New York : MCGraw-Hill

Philip Kotler and Nancy Lee.(2005). **Corporate Social Responsibility : doing the most**

Good for your company and your cause. New Jersey :John Wiley&Sons. Hoboken:3

Robbins, S.P. (2003). **Organizational behavior**. 10th ed. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.