

การศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานกับ ภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กฤติยา อินตา

สำนักบริหาร กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ความคิดเห็นของบุคลากรในองค์กรเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ รวมทั้ง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชีวทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพที่ปฏิบัติงานทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค จำนวน 300 คน สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในส่วนของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการแจกแจงความถี่ ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้ค่าไค-สแควร์ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.67 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.33 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.33 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.33 และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 21 - 25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.67 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง และช่องทางเว็บไซต์กรม Hss.moph.go.th มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับดี และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สำหรับผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชีวทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ เพศ อายุ และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรแต่อย่างใด ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานกับภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ นั้น มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่กับภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การรับรู้, ข้อมูลข่าวสาร, ภาพลักษณ์

Corresponding author: กฤติยา อินตา, สำนักบริหาร กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

E-mail : amkritiya@gmail.com

The Relationship Between Department's Information and the Image of Department of Health Service Support

Krittiya Intha

Department of Health Service Support, Ministry of Public Health, Nonthaburi, Thailand.

Abstract

This study was the survey research focusing on the relationship between department's information and the image of Department of Health Service Support. The purposes of this study were to find social factors, how workers were aware of the organization's information, operation and activities, and also to research the opinion of the employees about duty and image of the department. There were 300 samples who work at the Department of Health Service Support, Ministry of Public Health selected by purpose (Purposive Sampling). The content were described and analyzed to percentage, mean and standard deviation by using and the Pearson's product moment correlation coefficient.

The results revealed that the samples were females (51.67%) and males (48.33%). Most of them were in the age of 50-60 years old (35.33%), Bachelor Graduates (56.33%), and have been worked for 21-25 years (17.67%). The most popular method that samples got organization's information was the website hss.moph.go.th (63.33%) and the samples were moderately aware of the organization's information and activities. The samples had good attitude about the Department of Health Service Support's roles, and had very good attitude about the Department's image.

The education level and the Department of Health Service Support's image were related at the .05 statistical significant levels, but gender, age and working age were not related to the image. The awareness of Department of Health Service Support's information and activities were related to the organization's image at the .05 statistical significant levels, and the attitude of workers about the department's roles were related to the image of Department of Health Service Support's image at the 0.05 statistical significant levels.

Keywords : Perception, Information, Image

Corresponding author: Krittiya Intha. Dissemination Technical Officer, Practitioner Level, Bureau of Administration, Department of Health Service Support, Ministry of Public Health, Nonthaburi, Thailand. E-mail: amkrittiya@gmail.com

บทนำ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข มีวิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรหลักด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน” มีภารกิจหลักในการพัฒนานโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน ควบคุม กำกับ รับรองคุณภาพ มาตรฐาน และพัฒนากลไกการบังคับใช้กฎหมาย ควบคุมและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชนโดยมีส่วนร่วมของประชาชน และศึกษา วิเคราะห์ วิจัย พัฒนา ประเมินเทคโนโลยี และถ่ายทอด องค์ความรู้และเทคโนโลยีการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน และอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกระทรวงการแบ่งส่วนราชการกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2552 มีภารกิจเกี่ยวกับการสนับสนุนหน่วยบริการสุขภาพทุกระดับให้มีประสิทธิภาพในการดูแลสุขภาพของประชาชน โดยส่งเสริม และสนับสนุน ระบบคุ้มครองประชาชนด้านบริการสุขภาพ ส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรภาคเอกชน เพื่อการบริการสุขภาพ อันจะทำให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี สามารถพิทักษ์สิทธิและเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

ภายใต้บทบาทภารกิจและโครงสร้างกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ทำหน้าที่เป็น “Health Regulator, Technology Assessment, Model Development, Technical Support” เพื่อ

พิทักษ์และคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ ภารกิจที่เปลี่ยนแปลงของกรม คือ เปลี่ยนจากการเป็นผู้ให้บริการมาเป็นการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์และควบคุมกำกับ ประเมินผล ติดตาม คุณภาพ มาตรฐาน การพัฒนาระบบสุขภาพของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ มีดังนี้¹

1. ภายใต้ National Health Authority (NHA) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีหน้าที่เป็น Health Regulator ในระบบบริการสุขภาพ (ผลิตภัณฑ์ & บริการสุขภาพ) ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพในระดับประเทศ (National Health Service Consumer Protection Authority : NHSCPA)

2. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ปรับบทบาท “เป็นผู้ควบคุม กำกับ (Regulator) คุณภาพมาตรฐาน เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพทั้งส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูครอบคลุมทั้งประเทศ”

3. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพจะดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ คือ “ระบบบริการมีมาตรฐาน ประชาชนมีความรู้ มีศักยภาพ มีประสิทธิภาพดูแลตนเอง และคุ้มครองสิทธิของตนเองได้”

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า กรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีบทบาทภารกิจที่สำคัญหลายประเด็นที่จะต้องพัฒนา อันได้แก่ การพัฒนานโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน ควบคุม กำกับ รับรอง

คุณภาพ มาตรฐาน และพัฒนาการในการบังคับใช้กฎหมาย ควบคุมและพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

ดังนั้น กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพให้เกิดการยอมรับในบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และเป็นที่รู้จักของหน่วยงานภายในและภายนอกกระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรออกไปสู่สาธารณชนนั้น จะต้องอาศัยหลักการติดต่อสื่อสารเพื่อนำหลักการที่เป็นรูปธรรม คือ ภาพที่มองเห็น จับต้อง และความรู้สึกรู้สึกนึกคิด แปลความหมายเป็นนามธรรม จนเกิดเป็นภาพพจน์หรือภาพลักษณ์ (จินตภาพ) และสิ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรไปสู่สาธารณชน ได้แก่ การตั้งชื่อ การจัดองค์กร จินตภาพ และเส้นสาย คือ การใช้เครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่างๆ สื่อในการทำการส่งเสริมภาพลักษณ์² ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญสำหรับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากโลกปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย โดยเฉพาะสื่อสารมวลชน สามารถทำให้คนในสังคมรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง ดังนั้น ถ้าหากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ การสนับสนุนและความร่วมมือจากบุคลากรภายในหน่วยงานภาคีเครือข่าย และประชาชนเพื่อให้กรมสนับสนุนบริการสุขภาพประสบความสำเร็จใน

การดำเนินงาน แต่ถ้าหากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้าน ฉะนั้น ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดีนับเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กร ถึงแม้มีวิกฤติการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ทันทั่วทั้งที่

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จึงมีความสนใจที่ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ให้เป็นที่รู้จักแก่หน่วยงานภายในและภายนอกกระทรวงสาธารณสุข ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจบทบาทหน้าที่ ภารกิจ และกิจกรรมของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชีวทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพกับภาพลักษณ์องค์กร

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพกับภาพลักษณ์องค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมสนับสนุนบริการสุขภาพที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้แก่ สำนักบริหาร สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กองแบบแผน กองแผนงาน กองวิศวกรรมการแพทย์ กองสุศึกษา กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน กองคลัง กองบริหารทรัพยากรบุคคล กองสุขภาพระหว่างประเทศ ศูนย์ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริต และสำนักงานสนับสนุนบริการสุขภาพเขต 1 – 12 จำนวน 1,080 คน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทอโร ยามาเน่ โดยใช้ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน คัดเลือกหน่วยงานภายในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงานกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จากบุคลากรกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (ส่วนกลาง) จังหวัดนนทบุรี ด้วยตนเอง และจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม – กรกฎาคม 2558

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ มาตรวจหาคะแนนข้อคำถามในแต่ละข้อตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการแจกแจงความถี่ ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้ค่าไค-สแควร์ (χ^2 - test) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สรุปผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.67 มีอายุ 50-60 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.33 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.33 และมีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 21-25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.67 มีการใช้อุปกรณ์ในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 69.33 โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ 68.33 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 43.00 สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 37.33 มีการใช้บริการสื่อบอยด์ที่สุดในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในช่วงเวลา 17.01 - 21.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.66 มีความถี่ในการเข้าใช้บริการสื่อบอยด์ครั้งในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร

การดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 33.67 มีระยะเวลานานในการเข้าใช้บริการสื่อในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้แก่ 1 - 2 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.67

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพจากช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์กรม hss.moph.go.th มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 เอกสาร/ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ คิดเป็นร้อยละ 55.67 ผู้บริหาร/ เจ้าหน้าที่กรม คิดเป็นร้อยละ 52.67 อบรม/ สัมมนา/ งานประชุมวิชาการ/ นิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 40.67 Facebook กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 31.00 และมีการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.00

กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เท่ากับ 4.16 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .45 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อได้แก่ ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ภาครัฐเครือข่าย และท้องถิ่นในการดำเนินงานสาธารณสุข ส่งเสริม พัฒนา และสนับสนุนการให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนามาตรฐานเครื่องมือต่างๆ ทางกายภาพ ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนางานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพให้เข้าถึงประชาชนมากยิ่งขึ้น

ส่งเสริมสนับสนุน ควบคุม กำกับและพัฒนา ระบบบริการสุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย และพัฒนาและดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบให้เกิดผลสำเร็จ ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนามาตรฐานด้านอาคารสถานที่ และสิ่งก่อสร้าง ด้านสาธารณสุขต่างๆ ส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย พัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ และเทคโนโลยีด้านระบบบริการสุขภาพแก่องค์กรต่างๆ และดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านความช่วยเหลือ และให้ความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์องค์กร เท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.53 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ได้แก่ เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการพัฒนางานสาธารณสุข ตามแนวพระราชดำริและโครงการเฉลิมพระเกียรติเพื่อเทิดพระเกียรติพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์ และเป็นองค์กรที่มีการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค ด้านระบบบริการสุขภาพ เป็นองค์กรที่มีการควบคุม กำกับ พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคด้าน ระบบบริการสุขภาพโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านนโยบายมุ่งเน้น ประโยชน์ที่จะเกิดกับประชาชนอย่างเป็นรูปธรรมและมีความเสมอภาค เป็นองค์กรของรัฐที่แสดงบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาระบบเฝ้าระวัง การ

คุ้มครอง และการเยียวยาผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงานได้อย่างทันสมัยและเหมาะสม เป็นองค์กรที่มีการควบคุม กำกับ และประเมินผล ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนและภาคีเครือข่ายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ พัฒนาเจ้าหน้าที่ให้สามารถทำงานได้อย่างมีคุณภาพ เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านนโยบายมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างกว้างขวาง บนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ และเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาและส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลภายในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีระบบและทันสมัย เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในชื่อเสียงและเกียรติภูมิด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน และมีการจัดการทรัพยากรอย่างฉลาดและเหมาะสม

อภิปรายผล

ผลการการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการพัฒนางานสาธารณสุข ตามแนวพระราชดำริและโครงการเฉลิมพระเกียรติเพื่อเทิดพระเกียรติพระบรมวงศานุวงศ์ทุกพระองค์ และมีการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ มีการควบคุม กำกับ พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคด้าน ระบบบริการสุขภาพโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน มีการดำเนินงานด้านนโยบาย

มุ่งเน้นประโยชน์ที่จะเกิดกับประชาชนอย่างเป็นรูปธรรมและมีความเสมอภาค แสดงบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมีการพัฒนาระบบเฝ้าระวัง การคุ้มครอง และการเยียวยาผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงานได้อย่างทันสมัยและเหมาะสม มีการควบคุม กำกับ และประเมินผลยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ มีการพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนและภาคีเครือข่ายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ และพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้สามารถทำงานได้อย่างมีคุณภาพ เป็นองค์กรที่มีการดำเนินงานด้านนโยบายมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างกว้างขวาง บนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ ฯลฯ อภิปรายได้ว่า เป็นผลมาจากผู้บริหารระดับสูงของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ให้ความสำคัญต่อบทบาท หน้าที่ และภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยนำนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขมากำหนดเป็นนโยบายหลักของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพให้บรรลุเป้าหมาย และที่สำคัญหน่วยงานที่รับผิดชอบหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมและผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ และมีการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเพื่อให้หน่วยงานทั้งภายใน และภายนอกกระทรวงสาธารณสุข

ตลอดจนบุคลากรของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้รับรู้เกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ และภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จากหลากหลายช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์กรม hss.moph.go.th เอกสาร/สิ่งพิมพ์เผยแพร่ ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่กรม การอบรม/สัมมนา/งานประชุมวิชาการ/นิทรรศการ และ Facebook กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ฯลฯ ดังที่ ศุภรัตน์ อสุวพงษ์พัฒน์³ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น การสร้างความรู้สึกระบอบใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล ด้วยการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่าที่ดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ ข่าวสาร กิจกรรมและผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และผลทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิติยา ศรีพูล⁴ ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน พบว่าประชาชนในจังหวัดสงขลาที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดทางสังคมกับภาพลักษณ์องค์กร การศึกษาครั้งนี้ พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์

องค์กร ดังที่ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ⁵ กล่าวว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยมและความต้องการที่แตกต่างกันไป ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันจึงมีการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ การดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพแตกต่างกัน การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุทัยรัตน์ เมืองแสน⁶ ศึกษาทัศนคติของพนักงานไทยต่อภาพลักษณ์องค์กรจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์องค์กรจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า เพศ อายุ ระยะเวลาการปฏิบัติงานไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อภิปรายได้ว่า เพศ อายุ และระยะเวลาการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ดังที่ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ⁵ กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน สำหรับอายุเป็นตัวกำหนดหรือบ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคล คนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก ใจร้อนกว่า มองโลกในแง่ดีกว่า ส่วนคนอายุมากจะมีความระมัดระวังในเรื่องต่าง ๆ มากกว่า มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง และระยะเวลาการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสบการณ์ในการทำงานว่าบุคคลนั้นมีความรู้

ความสามารถ และมีประสบการณ์อย่างไร ถ้าหากมีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากก็ยังมีประสบการณ์มากกว่าบุคคลที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อย และมีความเชี่ยวชาญมากกว่า แต่การศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศอายุ และการปฏิบัติงานที่ต่างกันได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพที่เหมือนกันจากช่องทางที่หลากหลาย ได้แก่ เว็บไซต์กรม hss.moph.go.th เอกสาร/ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ผู้บริหาร/ เจ้าหน้าที่กรม การอบรม/ สัมมนา/ งานประชุมวิชาการ/ นิทรรศการ และ Facebook กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ฯลฯ อภิปรายได้ว่า ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานที่รับผิดชอบมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมและผลการดำเนินงานต่างๆ ตลอดจนภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ตามแผนงาน/โครงการที่กำหนดไว้ และมีการวางแผนในการใช้สื่อ เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมเหมาะสม รวมทั้งวิธีการและเทคนิคในการใช้สื่อต่างๆ และคุณภาพของเครื่องมือ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพไม่แตกต่างกัน การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุทัยรัตน์ เมืองแสน⁶ ศึกษาทัศนคติของพนักงานไทยต่อภาพลักษณ์องค์กรจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย พบว่า เพศ และอายุไม่มี

ความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์องค์กรจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการดำเนินงานกับภาพลักษณ์องค์กร การศึกษาครั้งนี้ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร จากผู้บริหาร/ เจ้าหน้าที่กรม รายงานผลงานประจำปี เยี่ยมชม ศึกษาดูงานและอบรม/ สัมมนา/ งานประชุมวิชาการ/ นิทรรศการ) อภิปรายได้ว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีการนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มาวางแผนดำเนินการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ โดยมีการสังเคราะห์ วิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางในการสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ได้แก่ ช่องทางจากผู้บริหาร/ เจ้าหน้าที่กรม รายงานผลงานประจำปี เยี่ยมชม ศึกษาดูงานและอบรม/ สัมมนา/ งานประชุมวิชาการ/ นิทรรศการ ดังที่ เสนีย์ แดงวัง⁷ กล่าวว่า กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ที่ใช้กันอยู่ 1) กลยุทธ์การเผยแพร่ข่าวสาร เป็นการกำหนดกลวิธีในการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดและประเภทของสื่อ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบเรื่องราวข่าวสารของหน่วยงานได้เข้าใจนโยบายและสนับสนุนให้ความร่วมมือต่อไปในอนาคต 2) กลยุทธ์การโน้มน้าวใจและจูงใจ เป็นการวางแผนว่าจะชักจูงหรือโน้มน้าวจิตใจของกลุ่มเป้าหมายให้เห็นคล้อยตาม โดยพิจารณากลุ่มเป้าหมาย ข้อความและคำพูด ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิด และ

ประเภทของสื่อ Merrill & Lowenstein⁸ กล่าวว่า ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อและข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป โดยมีแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อนั้นๆ ความอยากรู้อยากเห็น ตามปกติแล้วมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของ ความคิดเห็น หรือการกระทำความอยากรู้อยากเห็นในแง่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจจะเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สอดคล้องกับ วลัยลักษณ์ เลี้ยงดี ศรีสุข⁹ ศึกษาเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่สมาชิกสหกรณ์เปิดรับ ได้แก่ สื่อบุคคลประกอบด้วย คณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ ผู้ประสานงานและเพื่อนสมาชิก รองลงมาได้แก่ บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเอกสารประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลในทางบวกต่อการรับรู้ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร (การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ (ไทยรัฐ) เอกสาร/ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ (ช่อง 3) E-mail address เว็บไซต์ เว็บไซต์กรม hss.moph.go.th สื่ออื่นๆ (Line Facebook กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, Facebook, Twitter, Youtube) อภิปรายได้ว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบมีการนำกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์มากำหนดกลวิธีในการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร

ระยะเวลา ชนิดและประเภทของสื่อ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบเรื่องราวข่าวสารของหน่วยงาน ได้เข้าใจนโยบาย การโน้มน้าวใจและจูงใจผ่านทางหนังสือพิมพ์ (ไทยรัฐ) เอกสาร/ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ (ช่อง 3) E-mail address เว็บไซต์กรม hss.moph.go.th สื่ออื่นๆ เช่น Line ของกรม สปส. Facebook กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และ Facebook, Twitter, Youtube และช่องทางการสื่อสารดังกล่าวเป็นช่องทางที่ทันสมัย กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงาน และกิจกรรมของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของมนตรี สังข์ทอง ปกรณ์ แสงนิม และจินดาพร คงเดช¹⁰ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกาเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่า สื่อที่นักศึกษาได้รับรู้ข่าวสารสูงสุด เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาอาจารย์แนะแนว/อาจารย์ภายในโรงเรียน และ www.sci.rmutsb.ac.th

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพกับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อภิปรายได้ว่าเป็นผลมาจากหน่วยงานที่รับผิดชอบมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ นโยบาย บทบาท หน้าที่ภารกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่าง

ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้บุคลากรของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่างถูกต้อง ดังนั้น จึงมีการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเพื่อให้บุคลากรมีความประทับใจ ความนิยมชมชอบและความเชื่อถือศรัทธาในภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ดังที่ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร¹¹ กล่าวว่า การมีข้อมูลที่จำเป็นโดยสมบูรณ์ ข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการทำประชาสัมพันธ์ เช่น ข้อมูลภายในองค์กรเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เช่น ยุทธศาสตร์ นโยบาย บทบาทหน้าที่ เป้าหมาย การบริหารงานทั้งในเรื่องเงินและคน แผนการผลิตสินค้าและบริการ หรือแผนการตลาด เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้มีการเข้าใจงานขององค์กร รู้จักสินค้าและบริการของตนว่ามีคุณสมบัติอย่างไร มีการพัฒนาไปจากเดิมอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดภาพลักษณ์ได้อย่างสอดคล้องกับลักษณะขององค์กร สินค้าและบริการ นอกจากนี้เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้จักบุคลากรขององค์กรทุกระดับ บุคลากรภายในองค์กรเป็นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งของการทำประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหากต้องการให้บุคลากรภายในมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ต้องหาวิธีที่จะสื่อสารกับบุคลากรเหล่านี้ให้ได้โดยให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรอยู่อย่างสม่ำเสมอ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ดีขององค์กร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การดำเนินงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวางแผนในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้บุคคลากรมีการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์กรม hss.moph.go.th เป็นช่องทางที่บุคลากรสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด

2. บทบาทหน้าที่ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความช่วยเหลือ และให้ความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินงานตามบทบาท หน้าที่ และภารกิจที่หน่วยงานรับผิดชอบอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน

3. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ในด้านการเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในชื่อเสียงและเกียรติภูมิด้านระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน เพื่อให้หน่วยงานภายนอกกระทรวงสาธารณสุขมีการยอมรับในชื่อเสียงไว้วางใจ และศรัทธากรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกกระทรวงสาธารณสุข และประชาชน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผลการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
2. ควรมีการศึกษารูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
3. ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพในทัศนะของลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บรรณานุกรม

1. กลุ่มนโยบายและแผน กองแผนงาน. แผนปฏิบัติการกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประจำปีงบประมาณ 2558. นนทบุรี : กองแผนงาน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข; 2558.
2. วัฒนา ณ ระนอง. รายงานการวิจัย เรื่อง ภาพพจน์องค์กร. คณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์; 2532.
3. ศุภรัตน์ อสุวพงษ์พัฒนา. คู่มือการวางแผนการประชาสัมพันธ์กรมอนามัยในยุคโลกาภิวัตน์. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรมอนามัย: กระทรวงสาธารณสุข; 2546.
4. นิตยา ศรีพูล. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน. การประชุมมหาดไทยวิชาการครั้งที่ 4 การวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย; 10 พฤษภาคม 2556; มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา; 2550.
5. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2542.
6. อุทัยรัตน์ เมืองแสน. ทัศนคติของพนักงานไทยต่อภาพลักษณ์องค์กรจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ 2555; 2(1): 55-63.
7. เสนีย์ แดงวัง. เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; 2531.
8. Merrill. CJ . and Lowenstein, LR. Media Messages and Men : New perspectives in communication. New York: David McKay; 1971.
9. วลัยลักษณ์ เลี้ยงดีศรีสุข. สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการรับรู้ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด. [การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์) บัณฑิตวิทยาลัย] นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช; 2554.
10. มนตรี สังข์ทอง ปกรณ์ แสงนัม และจินดาพร คงเดช. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. วารสารสมาคมนักวิจัย 2557; 19(2): 114-124.
11. พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2537.