

ธนิณี เตรียมชัยศรี : การประชาสัมพันธ์ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาล เอกชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. (PUBLIC RELATIONS IN CHANGE MANAGEMENT OF PRIVATE HOSPITAL TO PROVIDE MEDICAL TOURISM)

อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ. สุวัฒน์นา วงษ์กะพันธ์, 252 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษากระบวนการในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาล เอกชน กระบวนการ สื่อ และความแตกต่างของการประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลเอกชนเพื่อประชาสัมพันธ์การเปลี่ยนแปลง และ วิธีการที่โรงพยาบาลเอกชนใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลต่อกลุ่มเป้าหมายภายนอก โดยใช้วิธีการ ศึกษา 2 วิธี คือ ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหาร , เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์/ฝ่ายการตลาด และเจ้าหน้าที่ฝ่าย บุคคล ของโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 5 แห่ง , เจ้าหน้าที่รองการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2 คนและนายกสมาคมโรงพยาบาล เอกชน รวมทั้งสิ้น 18 คน นอกจากนั้นยังศึกษาจากเอกสารด้วย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.การเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาลเอกชนเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงรุกกระบวนการการเปลี่ยนแปลงของโรงพยาบาล เอกชนมี 7 ขั้นตอนคือ 1.)เข้าใจถึงสาเหตุที่ต้องเปลี่ยนแปลงพบว่าปัจจัยทั้งภายในและภายนอกโรงพยาบาลโดยปัจจัยภายนอกมี ผลต่อปัจจัยภายในด้วยและปัจจัยด้านวิสัยทัศน์มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงที่สุด 2.)การกำหนดเป้าหมายโดยกำหนดให้ โรงพยาบาลมีมาตรฐานในระดับสากล 3.)การสร้างและกำหนดทางเลือกโดยใช้วิธีการระดมสมองและการเปรียบเทียบข้อดีและ ข้อเสียของโรงพยาบาลเอกชนกับธุรกิจประเภทเดียวกันและประเภทอื่น มีการใช้กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงองค์การแบบต่อเนื่อง 4.)การวางแผนโดยการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆโดยเฉพาะด้านบุคลากร 5.)การปฏิบัติตามแผน โดยมีการสื่อสารภายใน องค์การ ,การกำหนดผู้รับผิดชอบการเปลี่ยนแปลง ,การให้สิทธิอำนาจ 6.)การเสริมแรงและการจัดการกับแรงต้านการเปลี่ยนแปลง 7.)การประเมินผลการเปลี่ยนแปลง

2.โรงพยาบาลเอกชนได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์คือ สื่อสิ่งพิมพ์ , สื่อกิจกรรม ,สื่อบุคคลและสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ จาก การวิจัยพบว่าโรงพยาบาลใช้การประชุมมากที่สุดในการสื่อสารการเปลี่ยนแปลง และมีสื่อที่โรงพยาบาลได้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการ สื่อสารการเปลี่ยนแปลง

3.กระบวนการในการประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลเอกชน ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1.)การวิจัยและรับฟัง ความคิดเห็น โดยมีกรสื่อสารจากบนลงล่าง ฝ่ายบุคคลจะรับนโยบายและจะเป็นผู้ศึกษาเนื้อหาและสื่อที่จะต้องสื่อสาร 2.) การ วางแผนและการตัดสินใจ เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและวิธีการสื่อสารโดยเน้นในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลง 3.) ขั้นตอนติดต่อสื่อสาร พบรูปแบบของการสื่อสาร 3 รูปแบบคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง , การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการ สื่อสารแบบแนวนอนหรือทแยง 4.) การประเมินผลโดยดูจากการที่พนักงานได้ปฏิบัติตามสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ออกไป

4. ความแตกต่างของการประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลเอกชนคือวิธีการสื่อสาร แม้ว่าจะมีการใช้สื่อแบบเดียวกันแต่ มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป

5. โรงพยาบาลเอกชนได้ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด โดยกลยุทธ์ปากต่อปากและเว็บไซต์เป็นวิธีที่โรงพยาบาล เอกชนใช้มากที่สุด เน้นการใช้สื่อ free media มากกว่าการซื้อสื่อ และโรงพยาบาลเอกชนมีการศึกษาพฤติกรรมและการใช้สื่อของ กลุ่มเป้าหมาย และพบว่าโรงพยาบาลเอกชนได้ใช้วิธีการ Road Showในการประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดตลาดต่างประเทศ

ภาควิชา ...การประชาสัมพันธ์... ลายมือชื่อธนิณี.....ธนิณี เตรียมชัยศรี..... สาขาวิชา...การประชาสัมพันธ์.. ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... ปีการศึกษา 2550