

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กฤษณี เวชสาร. ศาสตร์และศิลป์ของนักการตลาด. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 10(กันยายน 2530) : 11-13.
- กฤษณา ตันติผลาชีวะ. การบริหารหอผู้ป่วย, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เจริญกิจ, 2525.
- คณะกรรมการโครงการพัฒนางานพยาบาล แผนกผู้ป่วยนอก. ศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ที่มารับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการ ประจำปี 2536 : พัฒนางานพยาบาล 36 ณ. ห้องประชุมตึกออบรมวิภาคาร คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์, 2536.
- จารุวรรณ เสวกวรรณ และคณะ. ความคิดเห็นของผู้ป่วยนอกต่อบริการของโรงพยาบาลราชวิถี. ฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลราชวิถี กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข, 2536.
- จินตนา บุญงการ. ธุรกิจขายบริการ. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 12(สิงหาคม 2532) : 6-11.
- ✓ จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล. ความสัมพันธ์ระหว่างการกระจายสินค้า และส่วนประสมการตลาด. ในเอกสารการสอนชุดวิชา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.
- จิรัฐม์ ศรีรัตนบัลล์. คุณภาพของบริการทางการแพทย์กับแนวคิดทางการตลาด. จุฬาลงกรณ์วารสาร. 38(เมษายน 2537) : 169-178.
- จรัส สุวรรณเวลา. สภาวะผสมบริการสุขภาพภาครัฐและเอกชน. แพทยสภาสาร. 22(พฤศจิกายน-ธันวาคม 2536) : 29-32.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. ศูนย์วิจัยและบริการธุรกิจ. โรงพยาบาลเอกชน (ตอนที่ 1). คู่แข่งธุรกิจ. (3-9 พฤษภาคม 2536).
- ��ชวาล วีระพันธ์ และคณะ. ความรับรู้ว่าตนเองป่วยการใช้บริการสาธารณสุขเมื่อเจ็บป่วยกับระบบการส่งต่อในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐจังหวัดพิษณุโลก. ในเอกสารประกอบการประชุมสัมมนาเสนอผลงานวิจัยเพื่อผลงานสาธารณสุขมูลฐานปี 2530 ครั้งที่ 5. นครปฐม : ศูนย์สาธารณสุขมูลฐานอาเซียน. มหาวิทยาลัยมหิดล, 2528.

- ชูชัย ศรีขำนิ. การประยุกต์แนวคิดการตลาดเพื่อการบริการทางการแพทย์ และสาธารณสุข ในเอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการบริหารบุคลากรในงานบริการสุขภาพ. ณ หอประชุมตึกสงฆ์ โรงพยาบาลสระบุรี, 15-17 มีนาคม 2538.
- ชำนาญ ภู่อี่ยม. การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการในโรงพยาบาลของรัฐ. อุดรดิตถ์ : โรงพิมพ์ที่ออฟเซ็ทอาร์ท, 2537.
- วิชาวี โจนแสง. การตลาดและกระบวนการบริหารทางการตลาด. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารการตลาด หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2536
- ดวงวดี สังข์บอล. หลักและกระบวนการบริหารการพยาบาล. ในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการพยาบาล. หน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2536.
- ธงชัย สันติวงษ์. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2536.
- ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สมาคมการจัดการธุรกิจ. ผลงานการตลาดดีเด่นครั้งที่ 4 ประจำปี 2530-2531. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- ธนาคารกสิกรไทย, ฝ่ายวิชาการ. โรงพยาบาลเอกชน : ก้าวสู่ยุคการแข่งขันเชิงธุรกิจ. สรุปข่าวธุรกิจ. 24(16-30 เมษายน 2536) : 7-11.
- นิตย์ ฝ้าม. การศึกษาตัวแปรพยากรณ์อุปสงค์การบริการทางโทรศัพท์ ในประเทศไทยในอนาคต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- บงอร พิสง, สำเร็จ ใจหาญ และจารวดี คำทอง. การศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุรินทร์. วารสารการแพทย์ โรงพยาบาลศรีสะเกษ, สุรินทร์, บุรีรัมย์. 6(กันยายน-ธันวาคม 2534) : 219-225.
- บริษัทอัลฟารีเรีย จำกัด. ทำเนียบโรงพยาบาลและสถิติสาธารณสุข : 2536-2537. กรุงเทพมหานคร : ซีรฟงส์ การพิมพ์, 2536.
- บุปผา อธิธมณฑล. การบริหารการพยาบาลแนวใหม่. วารสารการพยาบาล, 19(มกราคม-เมษายน, 2535), 56-57.

- ปราณี สิริสมบัติ. การบริหารการพยาบาลในสถานบริการเอกชน. สารสภาการพยาบาล. 2(กันยายน 2530) : 14-19.ปราณีต สวัสดิ์รักษา. ในเอกสารประกอบการอบรม เรื่อง การบริหารการพยาบาล. คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 18 ตุลาคม 2519 - 7 มกราคม 2520.
- ปริญ ลักขิตานนท์. ความหมายและวัตถุประสงค์ในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า. ในเอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.
- พัชรี ทองแผ่. คุณภาพการพยาบาลตามการรับรู้ของผู้ป่วย ในโรงพยาบาลชุมชน เขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพยาบาลศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พรทิพย์ กวินสุพร. การศึกษาความรู้เจตคติ และการปฏิบัติการบริหารการพยาบาล โดยใช้เทคนิคเชิงธุรกิจของหัวหน้าหอผู้ป่วย ในโรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพยาบาลศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พินุด ทีปะปาล. หลักการตลาด. ปรับปรุงใหม่. กรุงเทพมหานคร : เขตโล่การพิมพ์, 2534.
- เพ็ญศรี ฉายสะอาด และคณะ. ระยะเวลาให้บริการ และความพึงพอใจของผู้ป่วย แผนกผู้ป่วยนอก : โรงพยาบาลกระทุ่ม จังหวัดภูเก็ต. วารสารกองการพยาบาล. 24(พฤษภาคม-สิงหาคม 2540) : 14-19.
- ระมิด ฝ่ายชัย. การบริหารการตลาด : การศึกษาในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา, 2530.
- โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี. โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการ. ในเอกสารเอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรการบริหารบุคลากรในงานบริการสุขภาพสู่ความเป็นเลิศในการบริการสุขภาพ. 2537. (อัดสำเนา)
- โรงพยาบาลเอกชนกับยุทธการดึงตัวผู้ป่วย. วารสารการตลาด. 18 (2531) : 14-16.
- โรงพยาบาลเอกชน. ผู้จัดการรายวัน. (4-5 มิถุนายน 2537) : 17.
- วรรณวิไล จันทราภา และกันยา กาญจนบุรานนท์. การจัดบริการพยาบาลสำหรับผู้ป่วยนอก. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารโรงพยาบาล 1 หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2527.

- วิภา ครุวงศ์พิศิษฏ์กุล. ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อบริการของโรงพยาบาลรามารับดี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2525.
- วิไล ธีระพันธ์. ปัญหาการผลิตและการใช้รายการโทรทัศน์ ศึกษาของเทศบาลนครกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะครุศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2514.
- วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียรและคณะ. คุณภาพบริการโรงพยาบาลในสายตาผู้ป่วย. วารสารการวิจัยระบบสาธารณสุข. 4(2539) : 158-168.
- วิเชียร ทวีลาภ และคณะ. หลักบริหารการพยาบาล. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2521.
- ศิริกุล จงชนสารสมบัติ, โรงพยาบาลเอกชน : ธุรกิจบริการที่แข่งขันได้. บริษัทปริทรรศน์. 15(กันยายน 2537) : 22-25.
- ศิริพร สุริยะ. การประยุกต์แนวคิดด้านการตลาดของผู้บริหารการพยาบาลในหน่วยงานบริการ พยาบาลของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพยาบาลศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2536.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษณ์านนท์ และสุกร เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538.
- ศิริโสภา เขตตานุรักษ์. กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.
- สกาเวศี ดวงเด่น. การศึกษาคุณภาพการบริการพยาบาลที่ผู้ป่วยคาดหวัง และที่พยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วยรับรู้ความคาดหวังของผู้ป่วย โรงพยาบาลของรัฐ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพยาบาลศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2539.
- สมใจ ยิ้มวิไล. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ : กรณีศึกษา โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี. วารสารโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี. 5 (กุมภาพันธ์, 2537) : 129-139.
- สาธารณสุข, กระทรวง. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. กองการพยาบาล. คู่มือปฏิบัติงาน โรงพยาบาลชุมชน ฝ่ายการพยาบาล. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก, 2528.

- สาธารณสุข, กระทรวง. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. กองการพยาบาล. คู่มือการบริหารงานฝ่ายการพยาบาล : โรงพยาบาลศูนย์และโรงพยาบาลทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลสหประชาพาณิชย์, 2530.
- สาธารณสุข, กระทรวง. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. กองการพยาบาล. การจัดระบบบริหารผู้ป่วยนอก. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก, 2533.
- สาธารณสุข, กระทรวง, สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. กองการพยาบาล. มาตรฐานการพยาบาล รพศ./รพท./รพช. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก, 2536.
- สุดาควง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดขงพลเทรดดิ้ง, 2540.
- สุมนา อยู่โพธิ์. ตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2536.
- เสาวภา มีถาวรกุล และเอกพล หนูศรี. ส่วนประสมการตลาด. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา หน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 2, นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2537.
- อรณพ แสงวนิช. อุตสาหกรรมเด่น : โรงพยาบาลธุรกิจที่น่าจับตามอง. บรรษัทปริทัศน์. 13(เมษายน 2536) : 23-26.
- อัจจิมา จันทร์าทิพย์. การตลาดธุรกิจบริการ. วารสารบริหารธุรกิจ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 27(ตุลาคม 2525 - เมษายน 2526) : 56-60.
- อัมพรพรรณ ตั้งจิตพิทักษ์. ความคิดเห็นของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลที่ได้รับในแผนกอายุรศาสตร์วชิรพยาบาล. ข่าวสารการพยาบาลวชิรพยาบาล : (มกราคม-เมษายน 2528) : 7-16.
- อายุตม์ ธรรมครองราชย์, ไพโรจน์ โชติวิทยาคาร และรัตน์ จิรวิทยากุล. การศึกษาการให้บริการที่แผนกผู้ป่วยนอก ภาควิชากุมารเวชศาสตร์ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์. รายงานวิจัย. (เมษายน, 2532) : 35.
- อารีย์ วิจารณ์ท์. การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการที่แผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการสาธารณสุข. 3(กุมภาพันธ์ 2537) : 159-64.

ภาษาอังกฤษ

- Aday, L. and Anderson, R.. Development of indices of access to medical care. MichiganHealth Administration Press, 1975.
- Alward and Camunas. Public Relation Part I, A skill for nurse. JONA. 20 (October 1990) : 28-34.
- Angel, G.M.A. Study of Marketing as Practiced by Selected Nursing Service Divisions. Dissertation of University of Petsburgh, 1991.
- Arford, P.H. Value = Quality + Cost. JONA. 25(September 1995) : 64.
- Assael, H. Marketing : principles and strategy. New York : The Dryden, Inc. , 1990.
- Boone, L.E. and Kurtz, D.L. Contemporary Marketing. 6th ed. Chicago : The dryden Press, 1989.
- Bowie, B.H. and Kivney, N. Using Market Research for Product live development. Nursing Management. 24(August 1991) : 54-57.
- Cooper ,P.d. Health Care Marketing : A Foundation for managed quality. 3th ed. Maryland : Aspend Publishers,Inc., 1994.
- Decker, P.J. and Sullivan, E.J. Nursing Administrating. New Jercy : Appleton & Lange, 1992.
- Deloughery, G.L. Issues and Trend in Nursing. 2nd ed. St. Louis : Mosby year Book, Inc., 1995.
- Dienemann, J. Nursing Administration : Strategic practice and application. New Jercy : Appleton & Lange, 1990.
- Donovan, H. M. Nursing Service Administration Managing The Enterprice. Saint Louis : The C.V. Mosby Company, 1975.
- Freitag E.M. Marketing in HHC : A Practical Approach Nursing. Clinics of North America. 23(June 1988) : 415-429.
- Horowitz, L.P. Nurses and market Research. Nursing Management. 23 (November 1992) : 54-56.
- Hulka, et al. Satisfaction with medical care in a low income population. Journal of Chronic Disease. 24(1971) : 661-673.

- Jalvalgi, R.G., Rao, S.R., and Thomas, E.G. Choosing a hospital : Analysis of consumer trade offs. Journal of Health Care Marketing. 11(March 1991) : 12-22.
- Johnson and Friends. Marketing Your Nursing Product Line. Reaping the benefits. JONA. 17(November 1987) : 29-33.
- Katz, B. Selling Professional Services. 2nd ed. Great Britain : Courier International Ltd, 1989.
- Kawamoto, K. Nursing Leadership : To Thrive in a world of change. Nursing Administration Quarterly. 18(Spring 1994) : 1-6.
- Kolath, A. Marketing Home Health Care. JONA. 21(November 1991) : 52.
- Kotler, P. and Armstrong, G. Principles of Marketing. Englewood Cliffs : Printice- Hall, Inc., 1989.
- ✓ Kotler, P. Marketing Management. 8th ed. New Jersey : Prentice-Hall Inc., 1994.
- Lehmann, R.S. Nursing Management Desk Reference : Concepts, Skill & Strategies. Philadelphia : Sammdess Co., 1994.
- Lovelock, C.H. and Weinberg, C.B. Public & Nonprofit Marketing : Case & Readings. California : John Wiley & Sons, Inc., 1984.
- Mc Carthy, E.J. and Perreault. Basic marketing : a manageriac approach. 10th ed. Illinois : Van Hottman, Inc., 1990.
- Pattan J.E. Nurse accountment From selling to marketing. JONA. 21(September 1991) : 16-20.
- Payne, A. The Essence of Services Marketing. New York : Prentice Hall Inc., 1993.
- Perderson, A. Qualities of the excellent head nurse. Nursing Administrator Quarterly. 18 (Fall 1993) : 40-50.
- Polit, D.F. and Hungler, B.P. Nursing Research : Principles and methods. 3rd ed. Philadelphia : J. B. Lippincott Co., 1987.
- Possin, B. Dealing with Competition : The role of the nursing out reach coordinator. Nursing Management. 19(8) : 20.
- Resler. B. Research and Marketing of A Health Promotion Program. A Dissertation of Bellarmine College. 1994.
- Scardina, S., A. Serqual : A tool for evaluating Patient satisfaction with nursing care. Journal of Nursing Care Quality. 8(January 1994) : 38-46.

- Skinner, S.J. Marketing. Boston : Houghton Mifflin Co., 1990.
- ✓ Stanton, J. W. and Futrell, C. Fundamentals of Marketing. 8th ed. New York : Mc Graw-Hill Book Co., 1987.
- Stanton, W.J., Etzel , M.J. and Walker, B.J. Fundamentals of Marketing. 9th ed. New York : McGraw-Hill, Inc., 1991.
- Starsen, L. Key Business Skills for Nurse Managers. Philadelphia : J.B. Lippincott Co.,1987.
- Tilbury, M.S. and Fisk, T. A. Marketing and Nursing : A Contemporary view. Maryland : National Health Publishing, 1980.
- Tomey,A. M. Guide to Nursing Management. 4th ed. St.Louis : Mosby&Yearbook,Inc., 1992.
- Walker, D.D. The Cost of Nursing Care in Hospitals. JONA. 13(3) : 13-18.
- Ward, M.J. and Price, S.A. Issue in Nursing Administration : Selected Reading. St. Louis : Mosby & Year book,Inc., 1991.
- Webster R. The Importance of Marketing in nurse educations. Nurse Education Today. 10(April 1990) : 140-144.
- Weiss, M.D.,Pettingill, M. M., savik, K. and Kjervik, D. K. The Exposition as a marketing strategy. Nursing Mangement. 21(September 1990) : 54-58.
- Young, L.C. and Hayne, A. N. Nursing Administration : From Concepts to Practice. Philadelphia : W.B. Saunders, Co., 1988.
- Zikmud, G.W. and D'Amico, M. Marketing. 3rd ed. New York : John Wiley and Sons,Inc.,1989.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ และหนังสือขอความร่วมมือ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. นายแพทย์ ชานาญ ภูเอี่ยม	ผู้อำนวยการ โรงพยาบาลอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์
2. ดร. ศิริพร ตันติพิบูลวินัย	อธิการบดี วิทยาลัยพยาบาลมิชชัน
3. รองศาสตราจารย์ อุดมรัตน์ สงวนศิริธรรม	หัวหน้าภาควิชาการบริหารการพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. นางสาว สุวิณี วิวัฒน์วานิช	อาจารย์ประจำคณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. นาง สุจิตรา เจนกาญจนลักษณ์	หัวหน้าฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
6. นาง ปราณิ ศิริสมบัติ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลพญาไท 1
7. นาง เฉลิมลาภ ศรีสุโร	ผู้อำนวยการฝ่ายบริการผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
8. นางลอร่า ศิริเกษม	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลกรุงเทพ
9. นางสาว ศิริวรรณ สุรภาพ	หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์การตลาด โรงพยาบาลพระรามเก้า
10. นาง อรชร ไกรจักร์	หัวหน้าฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลสำโรงการแพทย์ จังหวัดสมุทรปราการ

ที่ ทม 0309/ 10763



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

1/ พฤศจิกายน 2539

เรื่อง ขอความร่วมมือในการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเลิดสิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวอรรัญญา มานิตย์ นิสิตชั้นปริญญาโทบัณฑิตศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของบุคลากรแผนกผู้ป่วยนอก” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา ตามาพงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้ นิสิตจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยการนำเครื่องมือในการวิจัยมาเก็บข้อมูลกับบุคลากรในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาล ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้นางสาวอรรัญญา มานิตย์ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ สุกตะลัทธิ)

รักษาราชการแทนรองคณบดีฝ่ายวิชาการ

งานมาตรฐานการศึกษา

โทร. 2183530

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับ	ชื่อรายการ	ตัวชี้วัด	การสังเกต		การสัมภาษณ์		ปัญหาและอุปสรรค	สำหรับผู้วิจัย
			มี	ไม่มี	มี	ไม่มี		
2.	1.4 ศักยภาพของ การบริการ	1.3.8 มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน.....	() 42
		1.3.9 รูปภาพติดฝาผนังสวยงาม..	() 43
		1.3.10 ตู้ขายหนังสือพิมพ์ อัตโนมัติ.....	() 44
		1.4.1 มีโครงการขายจำนวนเตียง	() 45
		1.4.2 มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการ บริการ.....	() 46
		1.4.3 ให้บริการครบวงจร ตั้งแต่ รับบัตรตรวจรักษาพยาบาล คิดเงินและรอรับยา ใน คลินิกพิเศษที่มีผู้รับบริการ มาก.....	() 47
		1.4.4 เครื่องขายบริการข้อมูล ด้านสุขภาพ.....	() 48
	ด้านราคา บริการ (Price)	2.1 การให้ ส่วนลด	2.1.1 แก่บริษัทคู่สัญญาของ โรงพยาบาล(contract).....	() 49
			2.1.2 ในเทศกาลพิเศษ/วันสำคัญ..	() 50
		2.2 การตั้ง ราคาตาม ช่วงเวลา	2.2.1 มีการตั้งราคาพิเศษ ใน คลินิกนอกเวลา.....	() 51
		2.3 ตั้งราคา เพื่อส่งเสริม การตลาด โดยการคืน กำไรให้ สังคม	2.3.1 มีบริการรักษาแบบให้เปล่า ใน 1.) แหล่งชุมชน..... 2.) วันสำคัญ/โอกาสพิเศษ. 3.) ผู้ถือบัตรสิทธิพิเศษต่างๆ 4.) เด็กอายุน้อยกว่า 12 ปี.. 5.) ผู้สูงอายุ..... 6.) คนพิการ.....	() 52 () 53 () 54 () 55 () 56 () 57

**คู่มือประกอบแบบบันทึกการสังเกตการจัดบริการสุขภาพ
ตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร**

ส่วนที่ 1 คำจำกัดความ

1. การตลาด (Marketing) หมายถึง การจัดบริการสุขภาพของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร ที่มุ่งตอบสนองต่อความจำเป็น ความต้องการของผู้รับบริการ แผนกผู้ป่วยนอก

2. การจัดบริการสุขภาพตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Health service delivery according to marketing mix strategy) หมายถึง บริการที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานครจัดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ในการตอบสนองความต้องการ ความจำเป็นของผู้รับบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์/บริการสุขภาพ (Product/health service) ราคาค่าบริการ (Price) สถานที่และช่องทางการจัดบริการ (Place and distribution) และการส่งเสริมการบริการ (Promotion)

3. ผลิตภัณฑ์ (Product)/ บริการสุขภาพ (Health service) หมายถึง บริการสุขภาพทุกชนิด ที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร เสนอแก่ผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็น ด้านสุขภาพของผู้รับบริการ ประกอบด้วย บริการหลักหรือรูปลักษณะของบริการ บริการที่คาดหวัง บริการเสริม และศักยภาพของบริการ

3.1 บริการหลักหรือรูปลักษณะของบริการ (Core product or generic product) หมายถึง บริการสุขภาพที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ ในกรุงเทพมหานครจัดให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ บริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาลและ การฟื้นฟูสภาพ รวมถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ห้องตรวจ ห้องรอตรวจ อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย

3.2 ผลิตภัณฑ์/ บริการที่คาดหวัง (Expected product/ service) หมายถึง ชุดของคุณลักษณะและสภาพการณ์ที่ผู้รับบริการคาดหวัง โดยทั่วไปว่าจะได้รับบริการหลัก ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว ได้รับการรักษาตามเวลา ความสบายของที่นั่งรอตรวจ ความสะอาดของผ้าปูที่นอน ปลอดภัยจากอากาศเย็นสบาย บรรยากาศที่สงบ ห้องน้ำสะอาด ไม่มีกลิ่น มีโทรศัพท์เป็นต้น

3.3 บริการเสริม (Augmented product) หมายถึง บริการที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ ในกรุงเทพมหานครจัดให้แก่ผู้รับบริการ ควบคู่ไปกับบริการสุขภาพในปัจจุบัน เป็นบริการที่จัดขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าของบริการให้เหนือกว่า โรงพยาบาลคู่แข่งในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและความเชื่อถือไว้วางใจได้ เช่น การให้เครื่องดื่มน้ำเย็นฟรี ขณะผู้รับบริการรอตรวจ มีโทรทัศน์ วิทยุทัศน์ให้ดู มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน กระบวนการตรวจรักษาที่รวดเร็ว

3.4 ศักยภาพของการบริการ (Potential product) หมายถึง การแสวงหาบริการเสริมทุกชนิด รวมทั้งการริเริ่ม ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงทุกประเภท ที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐในกรุงเทพมหานครมุ่งแสวงหามา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในอนาคต และทำให้บริการเด่นชัดขึ้น เพื่อให้ผู้รับบริการพึงพอใจและประทับใจ

4. ราคาค่าบริการ (Price) หมายถึง กลวิธีการกำหนดราคาค่าบริการที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขึ้น เพื่อแข่งขันกับโรงพยาบาลคู่แข่ง โดยมุ่งให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้แก่ การลดราคาพิเศษ สำหรับผู้มีรายได้น้อยการบริการรักษาแบบให้เปล่าในชุมชน การตั้งราคาพิเศษในคลินิกนอกเวลา เป็นต้น

5. สถานที่และช่องทางการจัดบริการ (Place and distribution) หมายถึงความสะดวกของผู้รับบริการในการเดินทางมารับบริการในแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายบริการไปสู่ผู้รับบริการให้สะดวกขึ้น เช่นการให้บริการสุขภาพที่บ้าน การให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ การรับ ส่งต่อผู้รับบริการ จัดคลินิกขยาย เป็นต้น

6. การส่งเสริมการบริการ (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานครจัดขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์และก่อให้เกิดการรู้จักเข้าใจและมีเจตคติที่ดีต่อบริการต่อแผนกผู้ป่วยนอกชัดเจนขึ้น ได้แก่ การส่งข่าวสารทางไปรษณีย์โดยตรงถึงผู้รับบริการ การจัดนิทรรศการ การกระจายเสียงภายในแผนกผู้ป่วยนอก การใช้คำขวัญ สัญลักษณ์ การจัดกิจกรรมในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันแม่ วันเด็ก เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินประกอบแบบบันทึกการสังเกต

คำชี้แจง ตัวชี้วัดที่มีเครื่องหมาย *ให้ทำการสังเกตภาพรวมของโรงพยาบาล

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
1	ด้านบริการ 1.1 บริการหลัก หรือรูปลักษณะการบริการ	1.1.1 คัดกรองผู้รับบริการก่อนเข้ารับการรักษา 1.1.2 ให้การบริการเบื้องต้นในรายที่มีอาการผิดปกติ	<ul style="list-style-type: none"> - มีการซักประวัติ อาการ อาการแสดง และลงบันทึก - มีการวัดสัญญาณชีพ (Vital signs) และลงบันทึก - สังเกตอาการขณะรอรับการตรวจ - กรณีเป็นลม <ul style="list-style-type: none"> - จัดให้นอนพัก - ประเมินสถานะทั่วไปโดยการสังเกต - วัดสัญญาณชีพและตรวจร่างกายทั่วไป - กำหนดปัญหาและให้การดูแลเบื้องต้น - กรณีอาการหนัก จัดให้พบแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทันที - กรณีชัก <ul style="list-style-type: none"> - ให้การดูแลช่วยเหลือโดยทำทางเดินหายใจให้โล่ง - ให้ออกซิเจน - หายชัก ส่งห้องฉุกเฉิน - กรณีไข้สูง <ul style="list-style-type: none"> - เช็ดตัวลดไข้ - ให้ความเย็นมาก ๆ

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		1.1.3 ให้บริการปรึกษาปัญหาทางสุขภาพทั้งรายบุคคลหรือรายกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> - มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ - รับปรึกษาปัญหาสุขภาพกาย จิต และสังคม เป็นรายบุคคล รายกลุ่ม - จัดบริการให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพเป็นรายกลุ่ม (group counselling) ในโรคไม่ติดต่อ เช่น โรคหัวใจ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน เป็นต้น
		1.1.4 จำนวนบุคลากรเหมาะสมกับผู้รับบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - คำนวณจากสูตรความต้องการบุคลากร - $\frac{\text{จำนวนผู้รับบริการใน 1 วัน} \times 31}{7 \times 60} + 10\% \text{ ของจำนวนบุคลากรที่คำนวณได้}$
		1.1.5*มีการสร้างจุดเด่นในการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - โดยการตีตประกาศให้ผู้รับบริการทราบ/จากการบอกต่อ ปากต่อปากของผู้รับบริการ จนทำให้จำนวนผู้รับบริการในแผนกดังกล่าวมีจำนวนมากขึ้น
		1.1.6*คลินิกเฉพาะโรค/พิเศษ	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีบริการคลินิกใดคลินิกหนึ่งดังต่อไปนี้ - เบาหวาน - ความดันโลหิตสูง - โรคหัวใจ - คลายเครียด - ผู้สูงอายุ - คลินิกเด็ก - ผู้มีบุตรยาก

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		1.1.12 ขนาดของห้องตรวจ เหมาะสม	- พื้นที่ห้องตรวจทั่วไป ไม่น้อยกว่า 2.5 x 3.5 ตารางเมตร - ห้องตรวจครรภ์ พื้นที่ห้อง ไม่น้อยกว่า 2.5 x 3.5 ตารางเมตร - ห้องตรวจสูติรีเวช ควรมีเตียงตรวจ ภายใน : เตียงตรวจธรรมดา = 3 : 1 - ห้องตรวจ หู คอ จมูก ควรมีห้อง ทำการรักษาร่วมด้วย
	1.2 บริการที่ ผู้รับบริการ คาดหวัง	1.2.1 มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับและ คอยอำนวยความสะดวก แก่ผู้มารับบริการ	- ให้การต้อนรับ ด้วยใบหน้า ยิ้มแย้ม ตามกาลเทศะ - แสดงกิริยาจากสุภาพ
		1.2.2 มีบรรยากาศการต้อนรับ ที่อบอุ่น	- ให้ความสนใจทันทีที่ผู้รับบริการมาถึง โดยการมองหน้าและทักทาย - ใช้คำพูดที่สุภาพ มีคำขึ้นต้น เช่น คะ, ขา, นะจ๊ะ, นะคะ - ยิ้มแย้ม ตามกาลเทศะ
		1.2.3 บรรยากาศของสถานที่มี ความสงบ	- ปราศจากเสียงอึกทึก ครึกโครม - ไม่มีเสียงรบกวนทางไมโครโฟน และการประกาศตามสาย
		1.2.5 การนัดตรวจทาง โทรศัพท์	- ผู้รับบริการสามารถโทรศัพท์นัด/ เลื่อนนัดการตรวจได้
		1.2.6 มีการเชื่อมโยงการติดต่อ ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ (online)	- มีการใช้ข้อมูลของผู้รับบริการร่วมกัน ในแต่ละห้องตรวจของ แผนกผู้ป่วยนอก

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		1.2.6 คิวรอตรวจสั้น	- รอแพทย์ตรวจไม่เกิน 30 นาที - จัดทำเป็นมาตรฐาน ประจำห้องตรวจ เป็นรูปเล่ม สำหรับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติ ตาม ได้อย่างถูกต้อง
		1.2.7 โทรศัพท์สาธารณะ มีจำนวนเพียงพอ	- จำนวนโทรศัพท์:ผู้รับบริการ=1:10 (คำนวณจากใน 24 ชั่วโมง) - ไม่มีคนรอคิว
		1.2.8 บุคลากรแต่งกายสะอาด	- สีขาว ไม่มีคราบสกปรก รอยเปื้อน ต่าง ๆ
		1.2.9 บุคลากรแต่งกาย สวยงาม	- ถูกต้องตามกฎระเบียบของ โรงพยาบาล
		1.2.10 พุดคุยและรับฟัง ปัญหาเป็นอย่างดี	- ให้ความสนใจรับฟังและให้คำ แนะนำตามความเหมาะสม - ทำที่เต็มใจ (มองหน้าผู้รับบริการ) - วาจา น้ำเสียงสุภาพ นุ่มนวล เช่น คุณ... และคำลงท้าย อาจมี คะ,ขา, นะจ๊ะ
		1.2.11 อาคารสถานที่สะอาด	- ไม่มีรอยเปื้อน - ไม่มีฝุ่น - ไม่มีหยากไย่
		1.2.12 จัดอาคารสถานที่ อย่างสวยงาม	- ประดับ/ตกแต่ง ด้วยแจกัน/ กระถาง ดอกไม้ - ผาผนังติดรูปภาพ/แจกัน สวยงาม/ติด ภาพฝาผนัง (wall paper)/สีใหม่ และ สดใส

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		1.2.13 อาคารสถานที่ ทันสมัย	- ใช้วัสดุก่อสร้าง เป็นกระเบื้อง/ หินอ่อน/ฟอร์เมก้า - ฝ้าผนัง มีลวดลายสวยงาม อาจทำเป็น ภาพฝ้าผนัง/กระเบื้องรุ่นใหม่/ กระจก - ตกแต่งด้วยวัสดุอุปกรณ์สมัยใหม่ เช่น โคมไฟ เฟอร์นิเจอร์ แก้ว
		1.2.14 อาคารสถานที่ ปราศจากกลิ่น	- นำยามาเชื้อโรค - กลิ่นที่ไม่สะอาด เช่น ปัสสาวะ เลือด แผลติดเชื้อ (สกปรก)
		1.2.15 อาคารสถานที่ มีแสงสว่างเพียงพอ	- มีกำลังส่องสว่าง 50-100 ฟุตแรงเทียน - เลือกหลอดไฟฟ้าที่สามารถถอดทำ ความสะอาดได้
		1.2.16 อาคารสถานที่มีอากาศ ถ่ายเทได้สะดวก	- บริเวณทั่วไป เพดานสูง ไม่น้อยกว่า 9 ฟุต ถ้าห้องตรวจไม่น้อยกว่า 8 ฟุต - พื้นที่ของประตู หน้าต่าง ช่องลม รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1 ใน 10 ของ พื้นที่ห้อง - ติดพัดลมระบายอากาศ กรณีเป็นห้อง ปรับอากาศ
		1.2.17 พื้นห้อง อาคาร ใช้สี สบายตา	- ใช้โทนสีอ่อน ๆ เช่น สีขาว สีเทาอ่อน สีฟ้าอ่อน เป็นต้น
		1.2.18 จัดวางวัสดุ อุปกรณ์ เป็นระเบียบ	- การจัดวางตำแหน่งของสิ่งของต่าง ๆ เหมาะสม ไม่แออัด - ช่องทางเดินสะดวก
		1.2.19 ป้ายต่าง ๆ มีมาตรฐาน และสวยงาม	- ใช้ตัวอักษร สี ที่เป็นแบบเดียวกัน - มองเห็นชัดเจน

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		1.2.20 ที่จอดรถเพียงพอ	- พื้นที่สำหรับจอดรถ ไม่น้อยกว่า 120 ตารางเมตร/คัน
		1.2.21 เก้าอี้นั่งขณะรอตรวจ เหมาะสม	- ไม่มีคำร้องเรียนจากผู้รับบริการ - จำนวนเพียงพอกับผู้รับบริการ ไม่มีผู้รับบริการยืนรอ - รูปทรง สวยงาม น่านั่ง - จัดเป็นหมวดหมู่ สวยงาม - หันหน้าเข้าหาสิ่งที่กำลังรอรับบริการ
		1.2.22 ห้องสุขาจำนวนเพียงพอ	- จำนวนห้องสุขา:ผู้รับบริการ = 1 : 6 (คำนวณจากผู้รับบริการ 1 คน ใช้ห้องสุขาเฉลี่ย 30 นาที) - ไม่มียืนรอคิว
	1.3 บริการเสริม	1.3.1 ตู้บริการเงินด่วน (ATM)	- มีตู้บริการเงินด่วนอยู่ในบริเวณแผนกผู้ป่วยนอก หรือบริเวณใกล้เคียง ๆ ที่ผู้รับบริการสามารถไปใช้บริการได้อย่างสะดวก
		1.3.2 ตู้เครื่องคีบอัตโนมัติ	- อยู่ในบริเวณแผนกผู้ป่วยนอกหรือบริเวณใกล้เคียง ๆ ที่ผู้รับบริการสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก
		1.3.3 ซุปเปอร์มาร์เก็ต/ มินิมาร์ท	- เช่นเดียวกับข้อ 1.3.2
		1.3.4 โทรทัศน์ให้ดู	- ขนาดของโทรทัศน์ที่เหมาะสมคือ 20-21 นิ้ว:จำนวนผู้รับบริการไม่เกิน 40 คน - หันหน้าเข้าหาผู้รับบริการ
		1.3.5 กระจาดต้นไม้	- มีกระจาดต้นไม้ ตั้งอยู่ในที่เห็นชัดเจน

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน	
2	ด้านราคาค่าบริการ	1.3.6 แจกกันดอกไม้	- สวยงาม ตั้งในที่ผู้รับบริการสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	
		1.3.7 เครื่องดื่ม น้ำเย็นแจกฟรี	- โดยใส่แก้ว มีภาชนะปิดมิดชิด วางไว้บริการ หรืออาจมีเจ้าหน้าที่เดินบริการ ในช่วงเวลาที่มีผู้รับบริการมาก	
		1.3.8 มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน	- มีหนังสือพิมพ์ในห้องตรวจตลอดเวลา - ตรงกับวัน เวลา ในปัจจุบัน (ไม่ใช่หนังสือพิมพ์เก่า)	
		1.3.9 รูปภาพติดฝาผนัง	- รูปภาพสวยงาม ใส่กรอบรูปเรียบร้อย	
		1.3.10 ตู้หนังสือพิมพ์อัตโนมัติ	- เช่นเดียวกับข้อ 1.3.2	
		1.4 สักยภาพของการบริการ	1.4.1 มีโครงการขยายจำนวนเตียง	- มีโครงการ/กำลังดำเนินการที่จะให้บริการแก่ผู้รับบริการเพิ่มจำนวนขึ้น
		1.4.2 มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการบริการ	- อาจดำเนินการเป็นครั้งคราว	
		1.4.3 ให้บริการเบ็ดเสร็จในจุดเดียวตั้งแต่รับบัตรตรวจรักษา คิดเงิน และรอรับยา ในคลินิก พิเศษ ที่มีผู้รับบริการมาก	- ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการในห้องตรวจนี้เพียงแห่งเดียว โดยไม่ต้องเข้ารับบริการในห้องอื่น ๆ	
		1.4.4 มีเครือข่ายบริการข้อมูลด้านสุขภาพ (network)	- ข้อมูลของผู้รับบริการสามารถใช้ร่วมกันได้ในโรงพยาบาล เครือข่าย	
		2.1 การให้ส่วนลด	2.1.1 แก่บริษัทคู่สัญญาของโรงพยาบาล (contract)	- โรงพยาบาลทำสัญญากับบริษัทว่าจะลดราคาค่าบริการให้กับพนักงานที่เข้า

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		2.1.2 เทศกาลพิเศษ/วันสำคัญ	<p>รับบริการ กับ โรงพยาบาล เช่น ลด 10 % หรือตามแต่จะตกลงกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ในวันใดวันหนึ่ง ดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - วันมหิดล - วันพ่อ - วันแม่ - วันผู้สูงอายุ - วันเด็ก - วันพยาบาลแห่งชาติ - วันครอบครัว - วันครบรอบเปิดโรงพยาบาล - วันเอดส์โลก - วันเบาหวานโลก - วันงดสูบบุหรี่โลก - วันองค์การอนามัยโลก - ช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการให้บริการนั้น ๆ
	2.2 การตั้งราคาตามช่วงเวลา	2.2.1 มีการตั้งราคาพิเศษในคลินิกนอกเวลา	- อาจคิดราคาเพิ่มทั้งค่าบริการและค่าตรวจรักษาของแพทย์ หรืออย่างไรก็ได้
	2.3 ตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยการคืนกำไรให้สังคม	<p>2.3.1 มีบริการรักษาแบบให้เปล่า ใน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) * ผู้ถือบัตรสิทธิพิเศษต่าง ๆ 2.) * ผู้สูงอายุ 3.) * คนพิการ 4.) * วันสำคัญ/โอกาสพิเศษ 	<ul style="list-style-type: none"> - ได้แก่ บัตรผ่านศึกต่าง ๆ - บัตรเหรียญชัย เป็นต้น - ผู้มีบัตรผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป - ผู้ที่มีบัตรแสดงว่าเป็นคนพิการ - เช่นเดียวกับข้อ 2.1.2

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
3	2.4 ส่วนยอมให้	2.4.1 การให้เครดิตกับส่วนราชการ/เอกชน โดย 1.) * ทำการรักษาพยาบาลก่อนการชำระเงิน (เบิกต้นสังกัด) 2.) * การผ่อนชำระค่าบริการ	- กรณีนอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาล - อาจทำเป็นรูปแบบชัดเจนหรือไม่ก็ได้
	ด้านสถานที่และช่องทางการจัดบริการ	3.1.1 ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้โดยสะดวก 1.) การจราจรสะดวก	- มีถนนผ่านโรงพยาบาลหลายสาย - มีรถโดยสารประจำทางผ่านหลายสาย
	3.1 สถานที่/ทำเลที่ตั้ง	3.2.1 การไหลเวียนของผู้รับบริการเป็นไปอย่างสะดวก โดยมี 1.) ทางลาดสำหรับรถเข็น 2.) ลิฟท์สำหรับผู้รับบริการ 3.) ประตูทางเข้าอัตโนมัติ 4.) คลินิกนอกเวลาราชการ 5.) มีสื่อ/สัญญาณลึกลับแสดงการติดต่อระหว่างหน่วยงาน	- บริเวณใดบริเวณหนึ่งของแผนกผู้ป่วยนอก - เพื่อความสะดวกในการเข้ารับบริการในผู้ป่วยนอก - เช่นเดียวกับข้อ 2 - จัดให้มีคลินิกนอกเวลา อาจเป็นตรวจโรคทั่วไปหรือเฉพาะทาง - เส้นบอกสี/ศรชี้ - กรณีห้องตรวจอยู่หลายชั้น ควรมีป้ายแสดงรายละเอียดว่าห้องตรวจจะใ้ อยู่ชั้นไหน บริเวณหน้าลิฟท์
	3.2 เส้นทางการติดต่อสื่อสาร		

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		7.) มีใบนำทางการตรวจ กรณีการตรวจหลาย ขั้นตอน	- ใบนำทางการตรวจเพื่ออำนวยความสะดวก สะดวก ในการตรวจหลายขั้นตอน เช่น เอ็กซเรย์ การตรวจทางห้อง ปฏิบัติการ - เป็นแบบฟอร์มชัดเจน
		9.) มีการประสานงานการ ส่งต่อผู้รับบริการ เพื่อ การวินิจฉัย การรักษา ต่อเนื่อง ทั้งภายใน โรงพยาบาล และใน ระบบเครือข่าย	- การประสานงานโรงพยาบาลในระบบ เครือข่าย กรณีแพทย์ต้องการส่งผู้รับ บริการเพื่อการรักษาต่อ (refer)
		10.) ตอบปัญหาสุขภาพทาง โทรศัพท์	- จัดให้มีบริการโทรศัพท์ สายตรงเกี่ยวกับการตอบ ปัญหาสุขภาพ - หรือบางโรงพยาบาลอาจให้ โอเปอเรเตอร์โอนสายไป ตามห้องตรวจที่ผู้รับบริการต้องการ รายละเอียด
		11.) การตรวจรักษา นอกสถานที่แก่ลูกค้า สถาบันที่มีการนัด ไว้ล่วงหน้า	- กับหน่วยงานเอกชน/ รัฐบาล/ ผู้มี อุปการะคุณ ตามที่แสดงความต้องการ
		12.) จัดบริการรถพยาบาล เคลื่อนที่	- มีหน่วยงานสำหรับบริการรถพยาบาล เคลื่อนที่ในโรงพยาบาล

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
4	การส่งเสริม การบริการ	13.) รับผิดชอบ-ส่ง กรณีส่งต่อ (refer)	- จัดบริการพยาบาล กรณีรับ-ส่งต่อ ผู้รับบริการ เพื่อการรักษาต่อ พร้อม เจ้าหน้าที่ประจำรถ
		14.) จัดบริการดูแล สุขภาพที่บ้าน	- มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดูแล สุขภาพที่บ้านโดยตรง
		15.) ผู้รับบริการสามารถ เปลี่ยนการรับบริการ จากโรงพยาบาลหนึ่ง ไปยังอีกแห่งหนึ่งใน เครือข่ายได้	- แพทย์เขียนใบส่งต่อ (refer) ให้ผู้รับ บริการ กรณีผู้รับบริการต้องการรักษา ต่อที่โรงพยาบาลอื่นในเครือข่าย
		4.1 การ โฆษณา	4.1.2 ใช้สัญลักษณ์ของ หน่วยงาน/โรงพยาบาล
4.2 การ ประชาสัมพันธ์	4.2.1 ภายใน	5.) มีไฟวิ่งคอมพิวเตอร์ เพื่อบอกข่าวสาร ประชาสัมพันธ์/ ให้ความรู้ทางสุขภาพ	- ติดตั้งในบริเวณที่เห็นชัดเจน - อยู่บริเวณแผนกเวชระเบียน/ ห้องจ่ายยาในแผนกผู้ป่วยนอก
		7.) เอกสาร/แผ่นพับ ให้ความรู้ทางสุขภาพ หยิบอ่านได้สะดวก	- จัดวางไว้ในที่เห็นชัดเจนและผู้รับ บริการสามารถหยิบอ่านได้อย่าง สะดวก
		8.) จัดบรรยายวิชาการ โดยมีการติดประกาศ ให้ผู้รับบริการทราบ	- โดยมีตารางบรรยายวิชาการติด ประกาศให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้า เป็นรายเดือน/รายปี หรือติดประกาศ

เกณฑ์การประเมินการสังเกต (ต่อ)

ลำดับ	ข้อรายการ	ตัวชี้วัด	เกณฑ์การประเมิน
		<p>ล่วงหน้า</p> <p>9.) มอบของที่ระลึกแก่ผู้มารับบริการ ในวันสำคัญ/เทศกาลพิเศษ</p> <p>10.) ให้การสนับสนุนเอื้อเฟื้อ สถานที่ ในกิจกรรมต่าง ๆ</p> <p>11.) จัดนิทรรศการแสดงกิจกรรม หรือให้ความรู้ทางสุขภาพ</p> <p>12.) มีกล่อรับความคิดเห็น</p> <p>4.2.2 ภายนอก</p> <p>4.) ส่งเสริมให้บุคลากรของหน่วยงานเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชุมชนขององค์กร</p> <p>5.) แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาของโรงพยาบาล จากบุคคลภายนอก</p>	<p>เฉพาะเรื่อง เป็นครั้งคราวไปก็ได้</p> <p>- การ์ดอวยพร/ดอกไม้/อื่น ๆ ตามความเหมาะสม วันสำคัญ/เทศกาลพิเศษ เช่นเดียวกับข้อ 2.1.2</p> <p>- การศึกษาดูงาน</p> <p>- การวิจัย</p> <p>- การถ่ายทำละคร/ภาพยนตร์</p> <p>- อาจจัดเป็นครั้งคราว หรือมีมุมสำหรับแสดงนิทรรศการไว้ตลอดก็ได้</p> <p>- ประจำห้องตรวจและจุดต่าง ๆ ที่ผู้รับบริการสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยสะดวก</p> <p>- มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ</p> <p>- สโมสรต่าง ๆ เช่น โรตารี ไลออนส์</p> <p>- คณะกรรมการหมู่บ้าน</p> <p>- สมาชิกสภาเทศบาล เป็นต้น</p> <p>- โดยการติดประกาศให้เจ้าหน้าที่ทุกคน</p> <p>- สื่อมวลชน</p> <p>- พ่อค้า/ นักธุรกิจ</p> <p>- ข้าราชการ เป็นต้น</p>
4.4	การส่งเสริมการขาย	4.4.2 มีโครงการป้องกันโรคตามฤดูกาล	<p>- ไข่เลื้อยออก ในฤดูฝน</p> <p>- ท้องเดิน ในฤดูร้อน เป็นต้น</p>

ภาคผนวก ค

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการหาความเที่ยงของเครื่องมือ

1. การกำหนดหาความเที่ยงของแบบบันทึกการสังเกต (Interater Reliability)

ใช้สูตร (Polit and Hungler, 1987)

สูตร

$$\text{ความเที่ยงของการสังเกต} = \frac{\text{จำนวนครั้งของการสังเกตที่เหมือนกัน}}{\text{จำนวนครั้งของการสังเกตที่เหมือนกัน} + \text{จำนวนครั้งของการสังเกตที่ต่างกัน}}$$

ตารางที่ 12 ค่าความเที่ยงของการสังเกตของที่เหมือนกันและต่างกัน ในการบันทึกการสังเกต
การจัดบริการสุขภาพตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด แผนกผู้ป่วยนอก

การสังเกตครั้งที่	1	2	3	4	5	6	รวม
การสังเกตที่เหมือนกัน	107	109	109	110	110	111	656
การสังเกตที่ต่างกัน	10	8	8	7	7	6	46

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} \text{ความเที่ยงของการสังเกต} &= \frac{656}{656 + 46} \\ &= 0.93 \end{aligned}$$

ความเที่ยงของการสังเกตระหว่างผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย มีค่าเท่ากับ 0.93

ภาคผนวก ง

ผลการศึกษานำร่อง (Pilot study)

ผลการศึกษาเบื้องต้น (Pilot study)

จากการศึกษาคุณภาพงานโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ พญาไท เวชธานี รวบรวมการจัดบริการสุขภาพตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมทางทางการตลาดของแผนกผู้ป่วยนอก ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ

1.1 อาคารสถานที่ - ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย สะดวกสบาย เฟอร์นิเจอร์ทันสมัย ใช้สีเย็นตา กระจกให้แสงผ่านได้ตลอด เพื่อฆ่าเชื้อโรค และสำหรับชมบรรยากาศ

- ที่จอดรถ ชั้นลงคนละทาง ทางขึ้นไม่ชัน จัดหาที่จอดรถเพิ่ม กรณีไม่เพียงพอสำหรับผู้รับบริการ

1.2 อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้

- เน้นความทันสมัย เช่น มีเครื่องวัดความดันโลหิตระบบดิจิทัล พรอทมีปลอกหุ้ม ใช้แล้วทิ้งปลอก เครื่องตรวจอุตราศาสตร์ ในแผนกสูติกรรม เครื่องส่องหูให้ผู้รับบริการเห็นด้วย เครื่องวัดสายตาด้วยระบบ คอมพิวเตอร์ เครื่องเลเซอร์ในห้องตรวจผิวหนัง เครื่องตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ เครื่องเอ็กซเรย์หลอดเลือด (Vascular angiogram) เครื่องเอ็กซเรย์หลอดอาหาร (Fluoroscope) เครื่องเอ็กซเรย์เต้านม (Mamogram) เป็นต้น

- อุปกรณ์การติดต่อสื่อสาร มีโทรศัพท์ วิทยุสื่อสาร เครื่องติดต่อภายใน(intercom) เครื่องโทรสาร(fax)

- นำระบบ คอมพิวเตอร์ มาใช้อย่างเต็มรูปแบบ ในแผนกการเงิน ห้องบัตร ห้องจ่ายยา และห้องตรวจโรค

1.3 บุคลากร

- เน้นความเชี่ยวชาญของแพทย์ เฉพาะทาง

- ให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน

1.4 การบริการ

- ขณะรอตรวจ มีหนังสือพิมพ์ให้อ่าน เครื่องดื่ม น้ำดื่ม

แจกฟรี

- ตอบปัญหาสุขภาพทาง โทรศัพท์ โทรศัพท์ตามเยี่ยมผู้รับบริการ หลังจากออกจากโรงพยาบาล มีบริการศูนย์ Hotline การคลอด แม่และเด็ก

- เก้าอี้ สวยงาม น่านั่ง หันเข้าหาสิ่งกำลังรอตรวจ จำนวนเพียงพอ

- ทำบัตรด้วยระบบ คอมพิวเตอร์

- มีระบบการนัด

- ใบนำทางการตรวจ กรณีตรวจหลายขั้นตอน

- มีแบบประเมินผลให้ผู้รับบริการ

- เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ การเข้ารับบริการ
- จัดบรรยายวิชาการฟรี และตีพิมพ์ประกาศให้ผู้เข้ารับบริการ ได้รับทราบ

2. ด้านราคาค่าบริการ

- 2.1 การให้ส่วนลด กับผู้ถือบัตรสมาชิก ผู้ถือหุ้น เทศกาลพิเศษ หรือ วันสำคัญ เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล
- 2.2 บริการฟรี โดยการออกหน่วย หรือในเทศกาลพิเศษ วันสำคัญ
- 2.3 บริการแบบเหมาจ่ายในโปรแกรมการตรวจสุขภาพตามวัย เข้าทำงาน
- 2.4 มีการชำระค่าบริการ โดยใช้บัตรเครดิต
- 2.5 มีการติดราคาค่าบริการให้ผู้รับบริการทราบ มีการแยกใบเสร็จรับเงินสำหรับค่าบริการต่างๆ ให้เห็นชัดเจน

3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดบริการ

- 3.1 สถานที่ทำเลที่ตั้ง -แผนกผู้ป่วยนอก อยู่หน้าโรงพยาบาล สามารถติดต่อกับหน่วยงานอื่นได้สะดวก
 - การจราจรสะดวก อยู่ในย่านชุมชน
- 3.2 เส้นทางการติดต่อสื่อสาร
 - ป้ายแสดงการติดต่อสื่อสาร/สัญลักษณ์ ระหว่างหน่วยงานชัดเจน อ่านง่าย สวยงาม มีป้ายหน้าห้องตรวจต่างๆ ป้ายแสดงขั้นตอนการรับบริการ

4. ด้านการส่งเสริมการบริการ

- 4.1 การโฆษณา ทางป้ายโฆษณา ภูเขา
- 4.2 การประชาสัมพันธ์ ทั้งภายนอกและภายในโรงพยาบาล เช่น โทรศัพท์เชื่อมผู้รับบริการ ส่งจดหมายข่าว ใบปลิว ไปยังผู้รับบริการเก่า จัดทำวารสารของโรงพยาบาล จัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสุขภาพ จัดวิทยากรออกไปเผยแพร่ความรู้ตามหน่วยงาน ที่ขอความร่วมมือมา ร่วมกิจกรรมในชุมชน
- 4.3 การส่งเสริมการขาย มีการแจกของที่ระลึก ให้เครดิต ในการชำระค่าบริการ จัดกิจกรรมทางสุขภาพทั้งภายในและภายนอกโรงพยาบาล
- 4.4 การขายโดยบุคลากร จัดบุคลากรออกหาผู้รับบริการใหม่

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวอรรัญญา มานิตย์ เกิดเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2507 ที่จังหวัดนครสวรรค์ จบการศึกษา ประกาศนียบัตรพยาบาลศาสตร์และผดุงครรภ์ชั้นสูง จากวิทยาลัยพยาบาล พุทธชินราชพิษณุโลก เมื่อปี พ.ศ. 2529 และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี (บริหาร สาธารณสุข) จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เมื่อปี พ.ศ. 2532 เข้าศึกษาต่อหลักสูตร พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2537 ปัจจุบันรับราชการในตำแหน่งพยาบาลวิชาชีพ 6 แผนกอายุรกรรม โรงพยาบาลลพบุรี จังหวัดลพบุรี

