

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง  
ชื่อหัวเรื่อง : การศึกษาการดำเนินงานของโรงพยาบาลหริภุญชัย เมโมเรียล  
ชื่อผู้จัดทำ : นางสาวจันทร์ฉาย กันธะกร รหัส 9512 99 39  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : อาจารย์ฐิติกุล ไชยวรรณ  
ปีการศึกษา : 2541

### บทคัดย่อ

การศึกษาการดำเนินงานของ โรงพยาบาลหริภุญชัย เมโมเรียล ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ คือ 1) ศึกษาวิธีการดำเนินงานในด้านต่างๆ 2) ศึกษาปัจจัยข้อจำกัด โอกาส จุดแข็ง และจุดอ่อนของธุรกิจ และ 3) ศึกษาปัญหาตลอดจนแนวทางในการแก้ไขปัญหา ซึ่งได้ทำการศึกษาทางด้านการบริการ การตลาด การเงิน การจัดองค์การ การจัดซื้อ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดเก็บข้อมูล ในการศึกษาการดำเนินงานในครั้งนี้ รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงาน การสังเกต และการค้นคว้าเพิ่มเติม จากวารสาร เอกสาร หรือ บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ( SWOT ANALYSIS ) การวิเคราะห์การแข่งขันภายในธุรกิจ ( Five – Forces Model ) ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน มีนาคม 2541 ถึง กุมภาพันธ์ 2542

จากการศึกษาการดำเนินงานของ โรงพยาบาลหริภุญชัย เมโมเรียล พบว่าจุดแข็งในการดำเนินงานของโรงพยาบาล คือ เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกในจังหวัดลำพูน และเป็นโรงพยาบาลที่มีเครื่อง X - RAY Computer เพียงแห่งเดียวในจังหวัดลำพูนเช่นกัน นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการยังแตกต่างจากคู่แข่งในจังหวัดเดียวกัน รวมถึงราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่มีมาตรฐาน และบริการใกล้เคียงกัน ส่วนจุดอ่อนที่นำไปสู่ปัญหาหลักของโรงพยาบาล ก็คือ ภาพพจน์ของโรงพยาบาล ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งในด้านความเชื่อถือ และบริการที่ยังไม่ได้รับการยอมรับจากประชาชนเท่าที่ควร ในส่วนของปัญหารอง คือ ไม่มีการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์การตลาดอย่างชัดเจน ทั้งในระดับองค์กร และระดับหน้าที่ ส่งผลให้การทำงานของเจ้าหน้าที่ในระดับต่างๆ ไม่มีแนวทางในการทำงานที่ชัดเจน 2 ) การไม่ประหยัดจากการสั่งซื้อ เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลขนาดกลางปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้งไม่มากส่งผลให้ต้นทุนเวชภัณฑ์สูง

แนวทางในการแก้ไขปัญหาหลักคือ โรงพยาบาลจะต้องพยายามสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ดียิ่งขึ้นให้ได้ในใจของประชาชน สร้างความเชื่อถือและไว้วางใจในด้านการรักษาพยาบาลทั้งใน

ด้าน Hardware และ Software ปรับปรุงค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลให้เหมาะสม และสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงให้โรงพยาบาล โดยมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ ในส่วนของการแก้ไขปัญหา รong โรงพยาบาลควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ชัดเจนทั้งในระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที เพื่อให้เจ้าหน้าที่ในระดับต่างๆ มีแนวปฏิบัติชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

PAYAP UNIVERSITY