

แนวทางการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้รับบริการ โดยประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา : ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย

APPLYING APPRECIATIVE INQUIRY TO CREATE POSITIVE CUSTOMERS EXPERIENCE: THE CASE STUDY OF DENTAL DEPARTMENT, KOSUMPISAI HOSPITAL

พัฒนินดา มุลศรีแก้ว¹
ภิญโญ รัตนพานธุ์²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้รับบริการ โดยใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย วัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อทราบถึงประสบการณ์เชิงบวกของผู้รับบริการ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย และเพื่อหาแนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้รับบริการ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย โดยมีผู้เข้าร่วมการศึกษา คือ ผู้รับบริการที่ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย จำนวน 30 คน และบุคลากรฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย จำนวน 19 คน รวมเป็น 49 คน วิธิตำเนินการการศึกษาใช้กระบวนการของสุนทรียศาสตร์ร่วมกับหลักการวิเคราะห์สออาร์และส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ค้นพบประสบการณ์เชิงบวกทั้งหมด 42 ประสบการณ์ นำมาวิเคราะห์พบปัจจัยที่เป็นจุดร่วม 8 ปัจจัย และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น 4 ปัจจัย นำมาหาแนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกต่อผู้รับบริการได้ทั้งหมด 7 โครงการ ดังนี้ 1. โครงการทันตกรรม โกสุมพิสัย บริการด้วยหัวใจ 2. โครงการรู้อะไรไม่รู้ รู้จักโรค 3.โครงการเตียงไหนๆ ก็ทำฟันได้ 4. โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 5. โครงการที่จีฟ 6. โครงการวันสตอปเซอร์วิส และ 7. โครงการเฟิร์สอิมเพรสชั่น ซึ่งได้เริ่มดำเนินโครงการไปแล้วทั้ง 7 โครงการ

คำสำคัญ: สุนทรียศาสตร์ ประสบการณ์เชิงบวก ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ การวิเคราะห์สออาร์

Abstract

The study of applying appreciative inquiry to create positive customers experience: the case study of dental department, Kosumpisai Hospital. The objectives of this research are realizing and finding the approaches to create positive customers experience of dental department at Kosumpisai Hospital by applying appreciative inquiry. 49 participants including 19 dental health care providers and 30 clients were interviewed. The principle of appreciative inquiry, SOAR Analysis, Service Marketing mix and the brainstorm of personnel, provide the result of study. The result indicates that there are 42 positive experiences. They were analyzed and found that there are eight convergence factors and four divergence factors. All factors, which used to find the approaches to create positive experience, were used to plan and create seven projects which are; 1. Service mind of Kosumpisai's dental department, 2. Best to know dental disease, 3. Wherever dental units, 4. Sharing positive experiences, 5. TGIF: Thanks god is Friday, 6. One Stop Service, and 7. First impression. Finally, all of projects already started.

Keywords: Appreciative inquiry, Positive experience, Service marketing mix, SOAR Analysis

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
E-mail: hunnykitty23@gmail.com

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

โรงพยาบาลของรัฐที่ขึ้นตรงกับกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่ดูแลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ให้บริการ ทั้งในด้านการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสภาพ ด้วยภาระงานที่มีมากขึ้นเพราะต้องดูแลผู้ป่วยแบบองค์รวมให้ครบทุกด้าน แต่โรงพยาบาลของรัฐนั้นมีทรัพยากรที่จำกัดในหลายๆเรื่อง เช่น ขาดแคลนงบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการดูแลผู้ป่วย เป็นต้น ทำให้ในบางครั้งโรงพยาบาลของรัฐไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ป่วยได้ และผู้ป่วยในปัจจุบันนี้มองแพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลในลักษณะของผู้ให้บริการไม่ใช่ผู้ให้ความช่วยเหลือ และมองตัวผู้ป่วยเองเป็นผู้รับบริการไม่ใช่ผู้ขอรับความช่วยเหลือเหมือนในอดีต และเมื่อบุคลากรของโรงพยาบาลของรัฐให้บริการที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยได้ จึงทำให้เกิดการฟ้องร้องขึ้น

ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา การฟ้องร้องแพทย์จากกระทรวงสาธารณสุขมีสถิติการฟ้องร้องที่มากขึ้น เห็นได้จากบทความเรื่องหมอกับความเสี่ยงในชีวิต [1] สถิติการฟ้องร้องในปี 2557 ข้อมูล ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2557 การฟ้องร้องมีมากถึงร้อยละ 28 ของแพทย์ทั่วประเทศที่สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นการฟ้องมีทั้งในคดีแพ่งและอาญา โดยส่วนใหญ่ถูกฟ้องในคดีแพ่ง มากที่สุดเป็นคดีเกี่ยวกับคดีผู้บริโภค โดยมีมากถึงร้อยละ 43.8 ของคดีแพ่งที่แพทย์จากกระทรวงสาธารณสุขถูกฟ้องร้องทั้งหมด นอกจากนี้ทันตแพทย์เอง ก็ถูกฟ้องร้องมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน เห็นได้จากบทความเรื่องเราเรียนรู้อะไรจากคดีฟ้องทันตแพทย์ [2] ในช่วงระหว่างปี 2539 – 2550 มีทันตแพทย์ที่ถูกฟ้องร้องมีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 1.42 ของทันตแพทย์ทั้งหมด ซึ่งมีแนวโน้มจะสูงมากขึ้น โดยเรื่องที่ถูกฟ้องร้องมากที่สุดคือ การรักษาที่ไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น เพื่อไม่ให้ปัญหาฟ้องร้องเกิดขึ้น ทางสถานพยาบาล คลินิกเอกชนต่างๆ โรงพยาบาลเอกชน รวมถึงโรงพยาบาลของรัฐเองนั้น จึงควรมีการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการฟ้องร้องไว้ให้พร้อม

ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย เป็นคลินิกทันตกรรมที่มีเตียงทำฟันพร้อมให้บริการจำนวน 8 เตียง บุคลากรประกอบด้วย ทันตแพทย์จำนวน 8 คน ทันตภิบาลจำนวน 6 คน และผู้ช่วยทันตแพทย์จำนวน 8 คน มีผู้เข้ารับบริการเฉลี่ยวันละ 60 คน โดยมีการแบ่งหน้าที่ทั้งในส่วนของการให้การรักษาทั่วไปและเฉพาะทาง การส่งเสริม ป้องกันสุขภาพช่องปาก และการออกเวียนไปให้บริการตามโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในความรับผิดชอบ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัยเป็นคลินิกทันตกรรมที่มีความพร้อมในการให้บริการประชาชนอยู่ในระดับดี โดยมี บุคลากร เครื่องมือ อุปกรณ์ที่เพียงพอ มาตรฐานการบริการผ่านระบบประกันคุณภาพ HA ถึงแม้ว่าฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย มีความพร้อมในการให้บริการ อีกทั้งยังไม่เคยถูกร้องเรียนจากผู้รับบริการ ทางฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัยก็ควรมีการสร้างประสบการณ์เชิงบวกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำสุนทรียศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการศึกษา เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของผู้รับบริการที่เคยรับบริการที่ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย แล้วนำไปกำหนดแนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจมากขึ้น ลดความเสี่ยงในการถูกร้องเรียนลงได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงประสบการณ์เชิงบวกของผู้รับบริการ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย จากการใช้สุนทรียศาสตร์
2. เพื่อหาแนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกต่อผู้รับบริการ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย

วิธีดำเนินงาน

1. ผู้เข้าร่วมการศึกษา
การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดผู้เข้าร่วมการศึกษา ดังนี้
- ผู้รับบริการที่มีอายุระหว่าง 18 – 70 ปี โดยเข้ารับบริการที่ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย ระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2559 จำนวน 30 คน โดยเลือกจากการสุ่ม
- บุคลากรฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย จำนวน 19 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของผู้รับบริการ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค้นหาแนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้รับบริการ
3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้
3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้ศึกษาได้การสัมภาษณ์ผู้เข้ารับบริการที่มีอายุระหว่าง 18 – 70 ปี โดยเข้ารับบริการที่ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย ระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2559 จำนวน 30 คน โดยเลือกจากการสุ่ม และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ได้เตรียมการไว้ล่วงหน้า
3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากหนังสือ สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ และงานวิจัยต่างๆ
4. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา
การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการ 4D ของสุนทรียศาสตร์ [3] ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา คือ การค้นพบ (Discovery) การสร้างฝัน (Dream) การออกแบบ (Design) และการทำให้เป็นจริง (Discovery) โดยในแต่ละขั้นตอนได้นำแนวคิดและทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ด้วย ได้แก่ การวิเคราะห์สออาร์ [4] ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ [5] และแนวคิดสัตว์ผู้นำสี่ทิศ [6]
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล
การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นโดยประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ แล้วนำจุดร่วมที่ได้มารวมความคิดเห็นจากบุคลากรโดยใช้วิเคราะห์สออาร์ เพื่อค้นหาแนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกต่อผู้รับบริการ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย และประเมินผลการดำเนินโครงการโดยใช้การประเมินผลของเคิร์กแพทริก [7]

ผลการศึกษา

จากการศึกษา ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 การค้นพบ (Discovery) มีดังนี้
จากการค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุดของผู้รับบริการที่ ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย จากผลการสัมภาษณ์จากผู้รับบริการทางทันตกรรมที่มีอายุระหว่าง 18-70 ปี จำนวน 30 คน ได้ทั้งหมด 42 ประสบการณ์ และเมื่อนำประสบการณ์เชิงบวกที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นสามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นตามการจำแนกโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดได้ตามตารางที่ 1

ส่วนที่ 2 การสร้างฝัน (Dream)

ผลการกำหนดวิสัยทัศน์องค์กร โดยการระดมความคิดผ่านการแบ่งกลุ่มโดยใช้แนวคิดผู้นำ 4 ทิศ ได้วิสัยทัศน์ขององค์กร คือ “ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย ทำงานเป็นทีม ดูแลผู้ป่วยแบบองค์รวม มุ่งสู่บริการที่เป็นเลิศภายในปี พ.ศ. 2564”

ส่วนที่ 3 การออกแบบ (Design) และ การทำให้เป็นจริง (Destiny)

ผลการระดมความคิดเห็นของบุคลากรโดยใช้การวิเคราะห์สออาร์ พบว่า

3.1 จุดแข็ง ได้จากผลการวิเคราะห์หาจุดร่วมประสบการณ์เชิงบวกของผู้รับบริการโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ คือ การรักษาที่นุ่มนวลไม่น่ากลัว การให้คำอธิบายแก่ผู้รับบริการดี ชัดเจนเข้าใจง่าย การให้รางวัลแก่ผู้รับบริการที่เป็นเด็ก (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การมีช่องทางให้บริการหรือเตียงทำฟันหลายมีจำนวนมาก (3) ด้านบุคคล คือ การมีหัวใจบริการ (Service mind) เช่น การใส่ใจ จัดจำผู้รับบริการ การพูดเพราะ การชวนคุย พูดให้กำลังใจ เป็นต้น ความเชี่ยวชาญของผู้ให้การรักษา เช่น การรักษาแล้วผู้รับบริการหายจากอาการเจ็บป่วย หรือการใช้เวลาทำไม่นาน เป็นต้น จำนวนบุคลากรที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ และ (4) ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การมีอุปกรณ์ครบสามารถให้บริการในงานที่เฉพาะได้มากยิ่งขึ้น

3.2 โอกาส หลังจากบุคลากร ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัยทราบจุดแข็งขององค์กรแล้ว ได้ร่วมกันค้นหาโอกาสจากจุดแข็ง ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ คือ โอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โอกาสที่ผู้รับบริการจะได้รับประโยชน์จากการนั่งรอก่อนเข้ารับบริการ (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ โอกาสที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้มากขึ้น (3) ด้านบุคคล คือ โอกาสในการสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการ และโอกาสในการสร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีม (4) ด้านกระบวนการ คือ โอกาสที่จะเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้รับบริการ (5) ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ โอกาสในการสร้างความประทับใจแรกพบ

3.3 แรงบันดาลใจ จากการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาส ทำให้บุคลากร ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย มีแรงบันดาลใจ ได้แก่ (1) แรงบันดาลใจในการสร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีม (2) แรงบันดาลใจในการดูแลผู้ป่วยแบบองค์รวม (3) แรงบันดาลใจในการมุ่งสู่บริการที่เป็นเลิศ

3.4 ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น หลังจากบุคลากรฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย ได้ทำการระดมความคิดร่วมกันวิเคราะห์สออาร์ จึงได้แนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกต่อผู้รับบริการ โดยแบ่งตามส่วนประสมทางการตลาดได้ 7 โครงการ ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ได้แก่ โครงการทันตะโกสุม บริการด้วยหัวใจ และโครงการรู้อะไรไม่รู้ รู้จักโรค (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ โครงการเตียงไหนๆ ก็ทำฟันได้ (3) ด้านบุคคล ได้แก่ โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และโครงการทีจีฟ (TGIF: Thanks god is Friday) (4) ด้านกระบวนการ ได้แก่ โครงการวันสตอปเซอร์วิส (One stop service) (5) ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ โครงการเฟิร์สอิมเพรสชั่น (First impression)

สรุป

จากการสัมภาษณ์ผู้รับบริการทางทันตกรรมที่มีอายุระหว่าง 18-70 ปี จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์พบว่า มีปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่น โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาดได้ตามตารางที่ 1 และจากการสร้างฝันกำหนดวิสัยทัศน์องค์กร โดยการระดมความคิดผ่านการแบ่งกลุ่มโดยใช้แนวคิดผู้นำ 4 ทิศ โดยมีบุคลากรเข้าร่วมจำนวน 19 คน ได้วิสัยทัศน์ขององค์กร คือ “ฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย ทำงานเป็นทีม ดูแลผู้ป่วยแบบ

องค์กรมุ่งสู่บริการที่เป็นเลิศในปี พ.ศ. 2564”

จากการระดมความคิดเห็นในการวิเคราะห์สออาร์ ได้แนวทางในการสร้างประสบการณ์เชิงบวกต่อผู้รับบริการ โดยแบ่งตามส่วนประสมทางการตลาดได้ 7 โครงการ ดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ได้แก่ โครงการทันตะโกสุม บริการด้วยหัวใจ และโครงการรู้อะไรไม่รู้ รู้จักโรค (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ โครงการเตียงไหนๆ ก็ทำฟันได้ (3) ด้านบุคคล ได้แก่ โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และโครงการทีจีพี (TGIF: Thanks god is Friday) (4) ด้านกระบวนการ ได้แก่ โครงการวันสตอปเซอร์วิส (One stop service) (5) ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ โครงการเฟิร์สอิมเพรสชั่น (First impression) โดยทั้ง 7 โครงการได้เริ่มดำเนินการแล้วในบางกิจกรรมตามแนวคิด 10-10-10 Appreciative inquiry [8] ส่วนบางกิจกรรมยังไม่สามารถทำได้ เนื่องจากติดระเบียบของทางราชการ จึงได้จัดทำแผนเตรียมเสนอต่อฝ่ายบริหารพิจารณาในปีงบประมาณ 2560 ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลาและการปฏิบัติงานทำให้กลุ่มเป้าหมายที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นผู้รับบริการในช่วงเวลานอกเวลาราชการ ซึ่งอาจจะมีประสบการณ์และพฤติกรรมแตกต่างจากผู้รับบริการในช่วงเวลาราชการ ดังนั้น การสัมภาษณ์ควรสัมภาษณ์ในช่วงเวลาที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. ภายหลังจากที่ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลแล้วควรมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ
3. สามารถนำแนวคิดผู้นำสี่ทิศที่ได้เริ่มนำร่องในการพัฒนาองค์กรในกิจกรรมการเรียนรู้ตัวเองและเข้าใจผู้อื่นมาสานต่อให้เห็นผลชัดเจนยิ่งขึ้น โดยอาจจัดกิจกรรมที่ให้ผู้บุคลากรได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ผ่านการแบ่งกลุ่มโดยใช้แนวคิดผู้นำ 4 ทิศ เช่น ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ในหัวข้อ หากผู้รับบริการเป็นประเภทกระทิง หมู อินทรี หงูเข้ามารับบริการ เราจะมีให้บริการกลุ่มเหล่านี้อย่างไรบ้าง โดยอาจจะใช้ร่วมกับกิจกรรม World café เป็นต้น
4. ในการศึกษาครั้งต่อไป เนื่องจากองค์กรเป็นหน่วยงานของรัฐ ในการค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุด อาจนำเสนอทรัพยากรประยุกต์ใช้ร่วมกับแผนผังอิชิกาว่าหรือแผนผังกังปลาเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะขององค์กร
5. ควรมีการค้นหาบุคคลทางการแพทย์ต้นแบบหรือโรงพยาบาลต้นแบบ เพื่อศึกษาดูงานแล้วนำมาประยุกต์ใช้และปรับปรุงการให้บริการในองค์กร โดยอาจจะเป็นองค์กรนอกอุตสาหกรรม เช่น ร้านสุกี้เอ็มเค เป็นต้น
6. ควรมีการแยกขั้นตอนกระบวนการออกเป็น ก่อนรับการรักษา ระหว่างรับการรักษาและหลังรับการรักษา เพื่อให้การค้นหาประสบการณ์รวมถึงการค้นหาแนวทางครอบคลุมทุกขั้นตอนมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์ภิญโญ รัตนาพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้ชี้แนะแนวทาง ให้คำแนะนำปรึกษา ทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี บุคลากรฝ่ายทันตกรรม โรงพยาบาลโกสุมพิสัย ที่มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ และให้ความร่วมมือในการพัฒนาองค์กร ตลอดจนสมาชิกในครอบครัวและเพื่อนทุกคนที่คอยส่งกำลังใจให้เสมอ

เอกสารอ้างอิง

- [1] อำนาจ กุลานันท์. (2557). หมอกับความเสี่ยงในชีวิต. *หมายเหตุแพทย์สภา*, 2557; 3(12), 2-4.
- [2] ไพศาล กังวลกิจ. (2551). *เราเรียนรู้อะไรจากคดีฟ้องร้องทันตแพทย์*. ค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2559, จาก

- <http://www.dentalcouncil.or.th/content/dentist/detail.php?type=4&id=207>
- [3] Cooperrider D. L., Whitney D., & Stavros, J. (2008). **Appreciative inquiry handbook for leaders of change**. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.
- [4] ภิญญู รัตนาพันธ์. (2557). ตัวอย่าง SOAR Analysis แบบละเอียด. ค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/561655>
- [5] ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธา. (2552). การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [6] จตุพร วิศิษฐ์โชติอังกูร. (2554). รู้จักตัวเอง เข้าใจผู้อื่น จุดเริ่มต้นของ Facilitator. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/473787>
- [7] ศูนย์ทดสอบและประเมินวิชาชีพ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2555). รูปแบบการประเมิน. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2559, จาก <http://econ.tu.ac.th/archan/sakon/ME%20701/รูปแบบการประเมิน.pdf>
- [8] ภิญญู รัตนาพันธ์. (2555). 10-10-10 Appreciative Inquiry (Reflection ตอน 1). ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/483690>

ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นตามการจำแนกโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม	ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (The service product)	<ul style="list-style-type: none"> - หมอทำไม่เจ็บ ไม่น่ากลัว (ถอนฟันนุ่มนวล) - หมออธิบายเข้าใจดีให้คำแนะนำรักษาดีชัดเจนเข้าใจง่าย - หมอพูดเพราะ - หมอชวนคุยและพูดให้กำลังใจ ทำให้ไม่เกร็ง - หมอใส่ใจดี จำคนไข้ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีรางวัลให้เด็กหลังจากทำฟันเสร็จ - มีการให้คำแนะนำในการรักษาอย่างอื่นเพิ่มเติม
ด้านราคา (Pricing the service)	ไม่พบประสบการณ์ด้านนี้	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	- มีช่องทางให้บริการเยอะ (มีเพียงทำฟันหลายเตียง)	ไม่มี
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ไม่พบประสบการณ์ด้านนี้	
ด้านบุคคล (People)	- หมอใช้เวลาในการรักษาไม่นาน (ทำเร็ว)	<ul style="list-style-type: none"> - หมอรักษาแล้วดีขึ้น - ทีมแพทย์มีจำนวนเยอะ ทำให้ไม่ต้องรอคิวนาน
ด้านกระบวนการ (Process)	- รอคิวไม่นาน มาถึงได้ทำเลย	ไม่มี
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)	ไม่มี	- มีอุปกรณ์ครบ