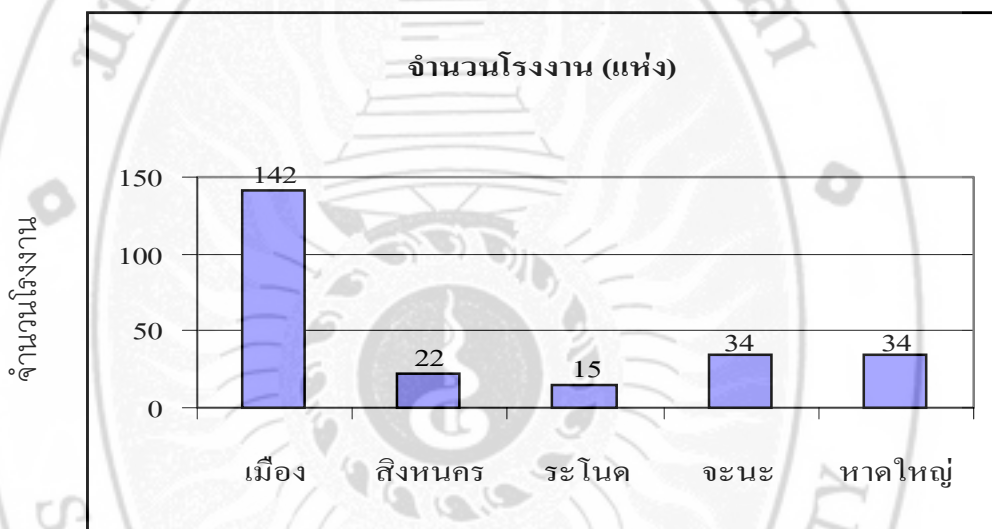


### บทที่ 3

## สภาพการดำเนินการประกันสังคมโรงพยาบาลสงขลา

### จำนวนผู้ใช้สิทธิเลือกประกันตน

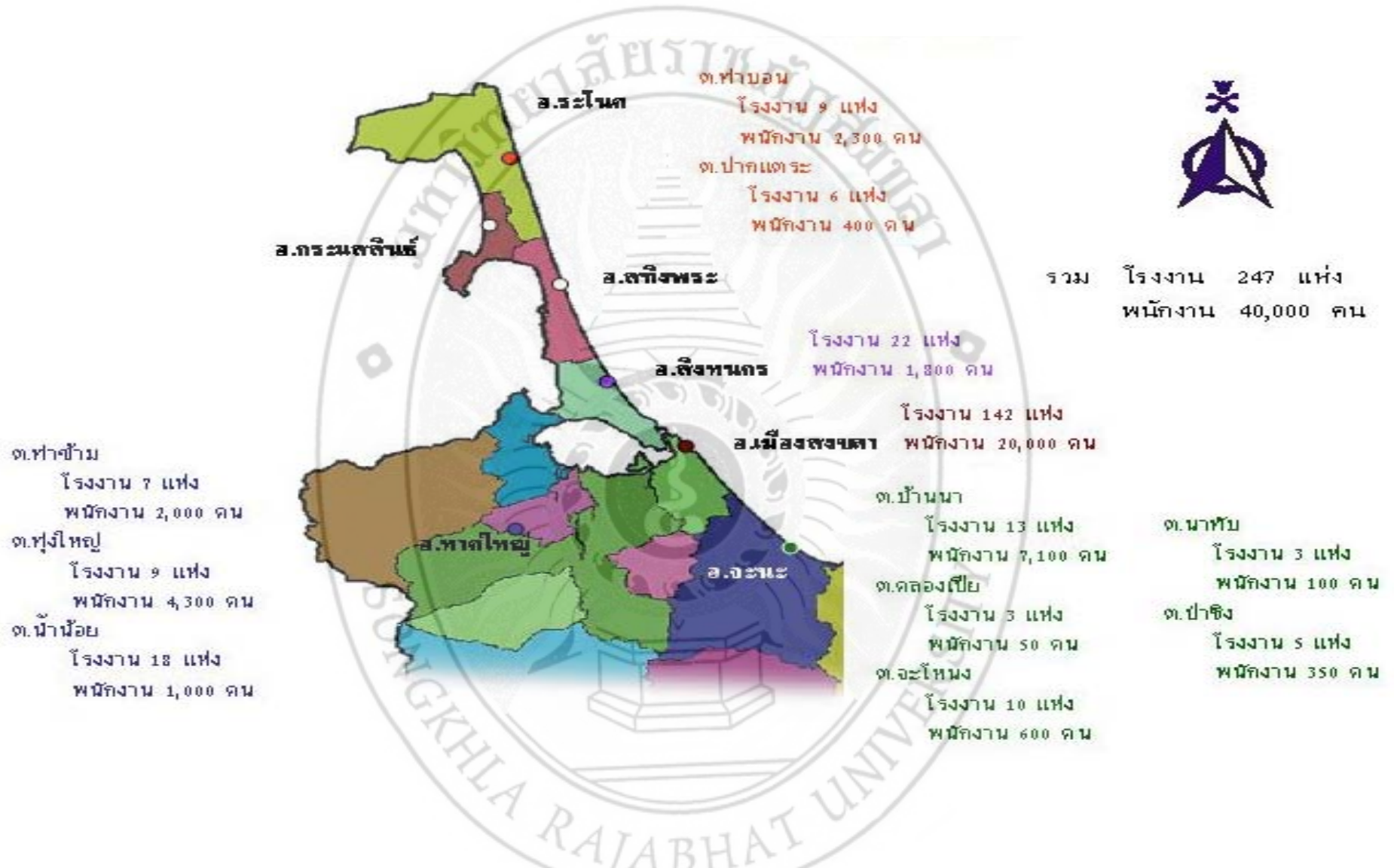
จำนวนผู้ใช้สิทธิที่เลือกประกันตนกับโรงพยาบาล ทางโรงพยาบาลสงขลาได้มีการกำหนดพื้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในเขตรับผิดชอบไว้ จำนวน 5 อำเภอ ได้แก่



ภาพที่ 5 กราฟแสดงปริมาณจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่อยู่ในเขตพื้นที่เป้าหมายของโรงพยาบาลสงขลา

(ที่มา : ข้อมูลจากสำนักงานประกันสังคมจังหวัดสงขลา, 2546)

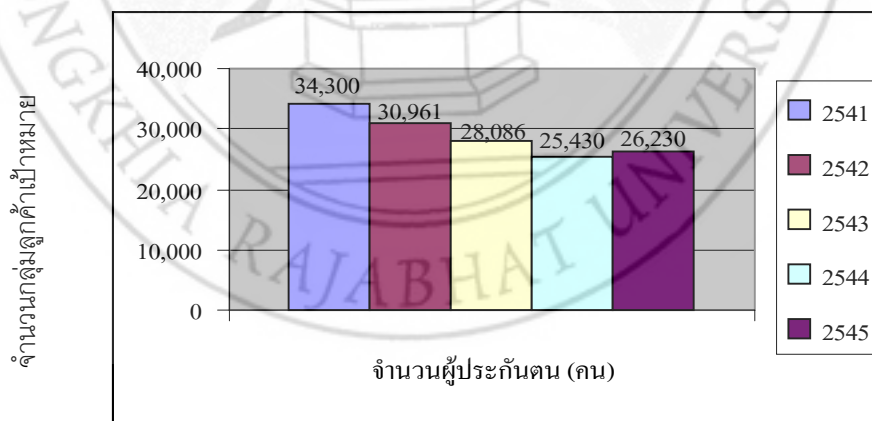
จากภาพที่ 5 จะเห็นได้ว่าในเขตพื้นที่เป้าหมายงานด้านประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลา ประกอบด้วยเขตพื้นที่จำนวน 5 อำเภอได้แก่ เขตอำเภอเมือง มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 142 แห่ง อำเภอสิงหนคร จำนวน 22 แห่ง อำเภอรโนด จำนวน 15 แห่ง อำเภอจะนะ และอำเภอหาดใหญ่ อย่างละ 34 แห่ง จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่าในเขตพื้นที่เป้าหมายของโรงพยาบาลมีโรงงานรวมทั้งสิ้น 247 แห่ง และจำนวนพนักงาน 40,000 คน ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้มีผู้มาใช้สิทธิเลือกประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลาเพิ่มขึ้น เพราะจากจำนวนโรงงานดังกล่าวจะต้องมีจำนวนพนักงานเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนางานด้านประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลา จะส่งผลในทางบวกที่จะทำให้โรงพยาบาลสงขลา มีรายได้เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 6 แผนที่แสดงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเครือข่ายโรงพยาบาลสงขลา

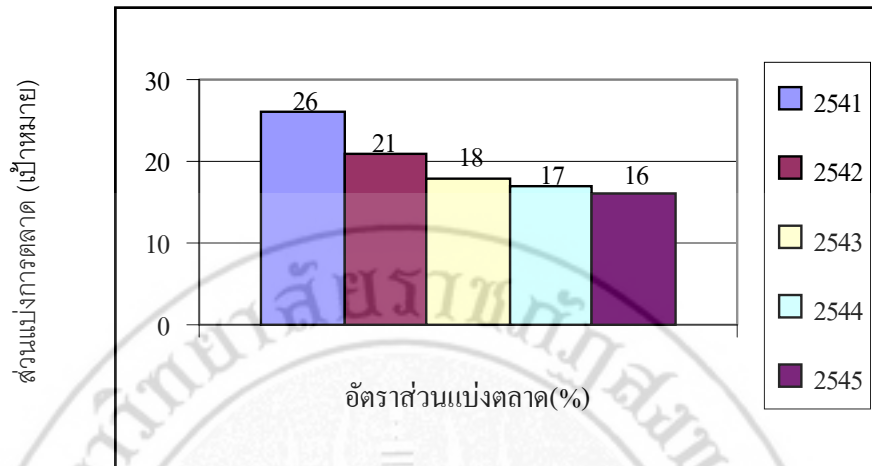
จากภาพที่ 6 จะเห็นได้ว่าพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเครือข่ายของโรงพยาบาลสงขลา ประกอบด้วยเขตพื้นที่ทั้งหมดจำนวน 5 อำเภอ ซึ่งในแต่ละอำเภอประกอบด้วยโรงงานอุตสาหกรรมพอสรุปได้ดังนี้ อำเภอเมืองสงขลามีโรงงานทั้งหมด 142 แห่ง พนักงาน 20,000 คน อำเภอหาดใหญ่มีจำนวนโรงงานตั้งอยู่ใน 3 ตำบล ซึ่งประกอบด้วย ตำบลท่าข้าม มีจำนวนโรงงาน 7 แห่ง มีพนักงาน 2,000 คน ตำบลทุ่งใหญ่มีโรงงาน 9 แห่ง มีพนักงาน 4,300 คน และในเขตพื้นที่ตำบลน้ำน้อยมีโรงงานตั้งอยู่ 18 แห่ง มีจำนวนพนักงาน 1,000 คน อำเภอสิงหนคร มีโรงงานที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ 22 แห่ง จำนวนพนักงาน 1,800 คน อำเภอระโนดในเขตพื้นที่ตำบลท่าบอน มีโรงงาน 6 แห่ง พนักงาน 400 คน และในส่วนของอำเภอจะนะ เขตพื้นที่ 5 ตำบล ประกอบด้วยตำบลบ้านนา มีโรงงาน 13 แห่ง พนักงาน 7,100 คน ตำบลคลองเปี่ยมมีโรงงาน 3 แห่ง พนักงาน 50 คน ตำบลจะโหนดมีโรงงาน 10 แห่ง พนักงาน 600 คน ตำบลนาทับ มีพนักงาน 100 คน และในส่วนของตำบลป่าชิง มีโรงงาน 5 แห่ง พนักงาน 350 คน สรุปได้ว่าในเขตพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเครือข่ายของโรงพยาบาลสงขลามีโรงงานรวมกันทั้งสิ้น 247 แห่ง และมีพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในโรงงานต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 40,000 คน จากข้อมูลดังกล่าวถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีของโรงพยาบาลสงขลาที่จะทำการขยายเครือข่ายประกันตนของโรงพยาบาลสงขลาไปในเขตพื้นที่ดังกล่าว

โรงพยาบาลสงขลา ได้ตั้งเป้าหมายที่จะให้ผู้ใช้สิทธิบัตรของโรงพยาบาลสงขลาเพิ่มขึ้น หลังจากที่ได้ดำเนินนโยบายเชิงรุก โดยการนำข้อมูลสถิติยอดผู้ประกันตนที่เลือก โรงพยาบาลสงขลาย้อนหลัง 5 ปี มาเป็นตัวเปรียบเทียบในการกำหนดยอดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังตารางเปรียบเทียบ



ภาพที่ 7. แสดงข้อมูลจำนวนผู้ประกันตนระหว่างปี พ.ศ.2541-2545

(ที่มา : ข้อมูลจากงานประกันสังคมโรงพยาบาลสงขลา, 2546)



ภาพที่ 8 แสดงอัตราส่วนแบ่งการตลาด ระหว่างปี พ.ศ.2541-2545  
(ที่มา : ข้อมูลจากงานประกันสังคมโรงพยาบาลสงขลา, 2546)

จากภาพที่ 7 และภาพที่ 8 จะเห็นได้ว่ายอดผู้ใช้สิทธิบัตรประกันสังคมกับโรงพยาบาลสงขลา มีการลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่อง โดยเปรียบเทียบจากผู้ใช้สิทธิในแต่ละปี ยอดต่ำกว่าเป้าหมายที่โรงพยาบาลสงขลาตั้งไว้ (จำนวน 40,000) แต่จากการดำเนินการพบว่าในปี พ.ศ.2541 มีกลุ่มเป้าหมายที่เลือกประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลา จำนวน 34,300 คน มีอัตราส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ระดับ 26% ในปี พ.ศ. 2542 มียอดผู้เลือกประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลา จำนวน 30,961 คน มีอัตราส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 21% ปี พ.ศ. 2543 มียอดผู้ประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลา 28,086 คน มีส่วนแบ่งการตลาด 18% ในปี พ.ศ. 2544 มียอดผู้ประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลา 25,430 คน มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ 17% และในปี พ.ศ. 2545 มียอดจำนวนผู้ประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลา 26,230 คน มีอัตราส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 16%

จากตารางข้อมูลที่น่ามาแสดง จะเห็นได้ว่ายอดผู้ใช้สิทธิบัตรประกันสังคมกับโรงพยาบาลสงขลา มีการลดจำนวนผู้มาใช้บริการลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมา จนถึงปี พ.ศ. 2545 และอัตราส่วนแบ่งทางการตลาดก็ลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่องเช่นกัน จากข้อมูลดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่โรงพยาบาลสงขลาจะต้องทำการปรับปรุงกระบวนการทำงานทางด้านการบริการประกันสังคม โดยกำหนดยุทธศาสตร์การบริการเชิงรุก เพื่อที่จะทำให้ยอดผู้ใช้สิทธิบัตรประกันสังคมหันมาให้ความสนใจเลือกประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลาเพิ่มขึ้น โดยการเปรียบเทียบข้อมูลที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายในเขตความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ 40,000 คน นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลของเดือนตุลาคมที่มีผู้มาใช้สิทธิเพิ่มขึ้น 29,383 คน หลังจากใช้แผนการ

บริการเชิงรุก จะเห็นว่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทางเลือกใช้สิทธิของผู้ประกันตนในปี พ.ศ. 2545 ที่มียอดผู้ประกันตนกับโรงพยาบาลสงขลาเพิ่มจำนวนสูงขึ้น

## โครงสร้างเจ้าหน้าที่

1 ด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ทางโรงพยาบาลสงขลาได้กำหนดเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเชิงรุกสำหรับปฏิบัติงานเกี่ยวกับการประกันสังคมโดยเฉพาะและได้กำหนดทีมปฏิบัติงานออกเป็น 3 ทีม ดังนี้

1.1 ทีมงานด้านการตลาด มีบุคลากรจำนวน 3 คน โดยมีหน้าที่ในการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเขตรับผิดชอบทั้ง 5 อำเภอ

**ขั้นตอนการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ด้านการตลาดในการปฏิบัติงาน ดังนี้**

### (1) ชั้นเยี่ยมและแนะนำตัว

โดยทางโรงพยาบาลสงขลาจะทำการจัดส่งทีมงานด้านการให้บริการด้านงานประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลา ออกไปเยี่ยมผู้ประกอบการกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อรับทราบปัญหาของสถานประกอบการ ในเรื่องปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและปัญหาโดยทั่ว ๆ ไปของลูกค้าเป้าหมาย พร้อมทั้งเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจัดขึ้น โดยการเข้าเยี่ยมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่กับหน่วยงานเป้าหมาย เพื่อที่จะนำข้อมูลและปัญหาที่ได้รับ มาปรับปรุงและแก้ไขหน่วยงานประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลาต่อไป

### (2) ชั้นแนะนำงานด้านประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลา

หลังจากที่ทีมงานเข้าตรวจเยี่ยมและรับทราบถึงปัญหาของตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนำปัญหาและข้อมูลที่ได้มาทำการพัฒนาปรับปรุงหน่วยงานประกันสังคม ทีมงานก็จะเข้าเยี่ยมกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง เพื่อแนะนำให้ทางบริษัทหรือหน่วยงานนั้นรับทราบแนวทางการให้บริการงานด้านบัตรประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลาอย่างละเอียดเพื่อที่จะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจในการที่จะคัดเลือกให้พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทหรือหน่วยงานตัดสินใจเลือกใช้บริการงานด้านประกันสังคมกับโรงพยาบาลสงขลา

### (3) ชั้นติดตาม

ทางโรงพยาบาลสงขลาจะจัดส่งเจ้าหน้าที่ด้านประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลา เข้าทำการตรวจสุขภาพให้กับตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางบริษัทหรือหน่วยงานจัดขึ้น พร้อมทั้งจัดส่งทีมงานเข้าไปให้บริการรับสมัครผู้ที่ต้องการเลือกใช้

สิทธิบัตรประกันสังคมกับโรงพยาบาลสงขลายังสถานที่ทำงาน โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาทำบัตรประกันสังคมที่สำนักงานประกันสังคม

**1.2 ทีมอาชีพเวชกรรม** ประกอบด้วยบุคลากรจำนวน 3 คน มีการกำหนดหน้าที่ในการตรวจสุขภาพเบื้องต้นสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ประกันตนนอกสถานที่และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแรงเสริมในการตัดสินใจเลือกใช้ประกันสังคมกับโรงพยาบาลสงขลา

**1.3 ทีมทันตภิบาล** ประกอบด้วยบุคลากรจำนวน 2 คน จะทำการออกตรวจฟันที่ของกลุ่มเป้าหมายร่วมกับทีมงานอาชีพเวชกรรม โดยจะทำการตรวจรักษาโรคเบื้องต้นที่เกี่ยวกับโรคในช่องปากและคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

### การกำหนดนโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับงานประกันสังคมของโรงพยาบาลสงขลา

ตามที่รัฐบาลกำหนดนโยบายส่งเสริมในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน และการป้องกันสุขภาพ โดยการกำหนดให้โรงงานต้องมีพยาบาลประจำโรงงานและต้องตรวจสุขภาพประจำปี ทำให้กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมได้มีแนวคิดที่จะนำระบบ สวัสดิการข้าราชการเข้าสู่ระบบประกันสังคม ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าประกันสังคมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากแนวคิดนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวข้างต้น ทำให้โรงพยาบาลสงขลาซึ่งเป็นโรงพยาบาลของรัฐ ที่มีความได้เปรียบในเรื่องของสถานที่ตั้ง เนื่องจากมีรัศมีครอบคลุมหลายโรงงาน ได้กำหนดนโยบายของโรงพยาบาลสงขลาขึ้นเพื่อดำเนินงานเกี่ยวกับงานด้านประกันสังคม โดยได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาระบบบริการผู้ประกันตนเครือข่ายโรงพยาบาลสงขลาขึ้น เพื่อที่จะให้งานบริการผู้ประกันตนเครือข่ายโรงพยาบาลสงขลาเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลและเป็นการบริการเชิงรุกที่สอดคล้องกับบริการเชิงรับอย่างเป็นระบบ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นจำนวน 19 คน โดยที่คณะกรรมการดังกล่าวจะมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานดังนี้

- 1 กำหนดแผนงานโครงการต่าง ๆ ในการให้บริการเชิงรุกและเชิงรับแก่ผู้ประกันตนในเครือข่ายโรงพยาบาลสงขลา ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- 2 หาแนวทางในการเพิ่มยอดผู้ประกันตนเครือข่ายโรงพยาบาลสงขลาให้เพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี
- 3 มีผู้รับผิดชอบงานที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ประกันตนหรือผู้ประกอบการสามารถติดต่อโดยตรงได้สะดวกและมีความพึงพอใจ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทางโรงพยาบาลสงขลาได้มีการจัดเตรียมสถานที่สำหรับไว้คอยบริการกลุ่มลูกค้าสิทธิบัตรประกันสังคมที่มีปัญหา จะมีเคาต์เตอร์ไว้สำหรับให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีปัญหาในการใช้สิทธิบัตร โดยเฉพาะ



ภาพที่ 9. แสดงพื้นที่หน่วยบริการสิทธิบัตรนอกเครือข่าย  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2547)

4 จัดคลินิกสำหรับให้บริการตรวจผู้ประกันตน โดยเฉพาะ และในกรณีที่ผู้ประกันตนมีความประสงค์จะขอตรวจกับแพทย์เฉพาะทาง เจ้าหน้าที่ก็จะดำเนินการให้ตามความประสงค์ของผู้ใช้สิทธิประกันตน



ภาพที่ 10. แสดงพื้นที่ให้บริการตรวจสอบสิทธิบัตร  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2547)

5 โรงพยาบาลสงขลา มีการเตรียมสถานที่สำหรับผู้มาใช้บริการให้ได้รับความสะดวกอย่างเพียงพอกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในเรื่องของสถานที่จอดรถ ห้องน้ำ สถานที่พักผ่อนและเรื่องบริการ



ภาพที่ 11. อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจพื้นที่ที่ใช้ทดลองยุทธศาสตร์  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2547)

6 มีการจัดเตรียมรถบริการฉุกเฉิน (EMS) สำหรับรับ – ส่งผู้ป่วยกรณีฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง โดยผู้ประกันตนสามารถติดต่อขอรับบริการได้ทางโทรศัพท์หมายเลข 1669

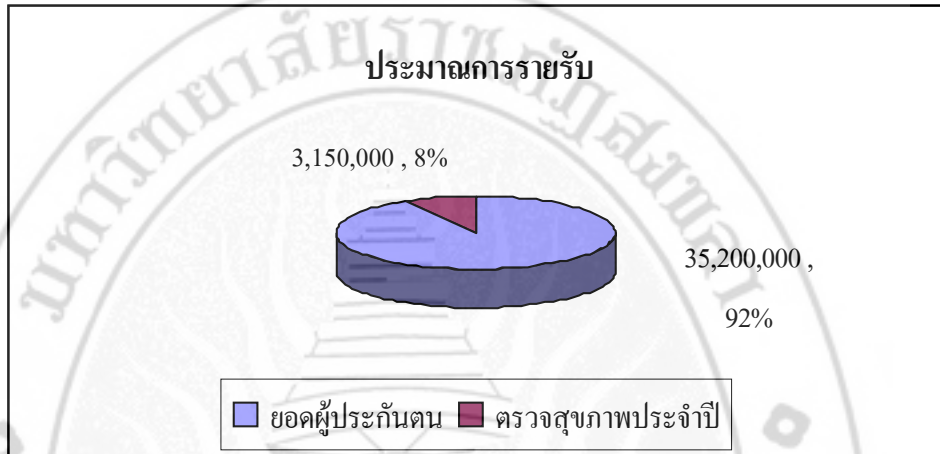


ภาพที่ 12. แสดงการให้บริการผู้ป่วยกรณีฉุกเฉิน  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2547)

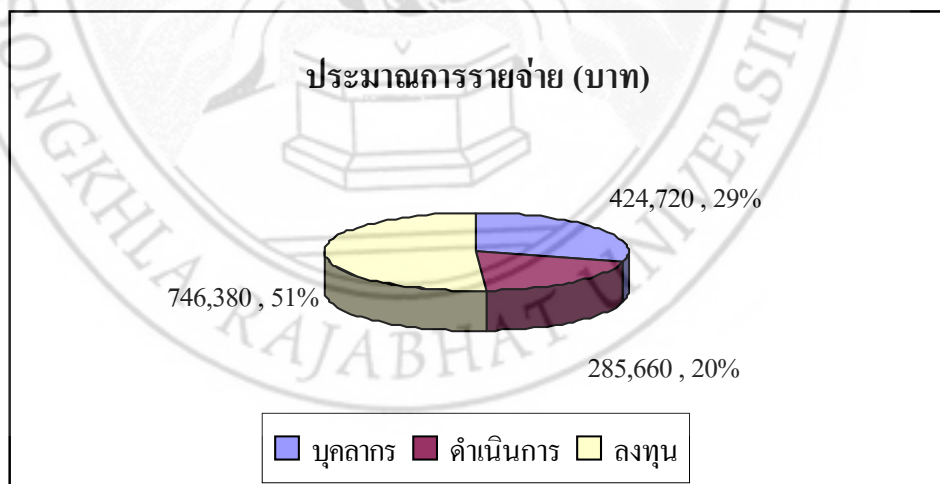


## งบประมาณของโรงพยาบาลสงขลาในการให้บริการ

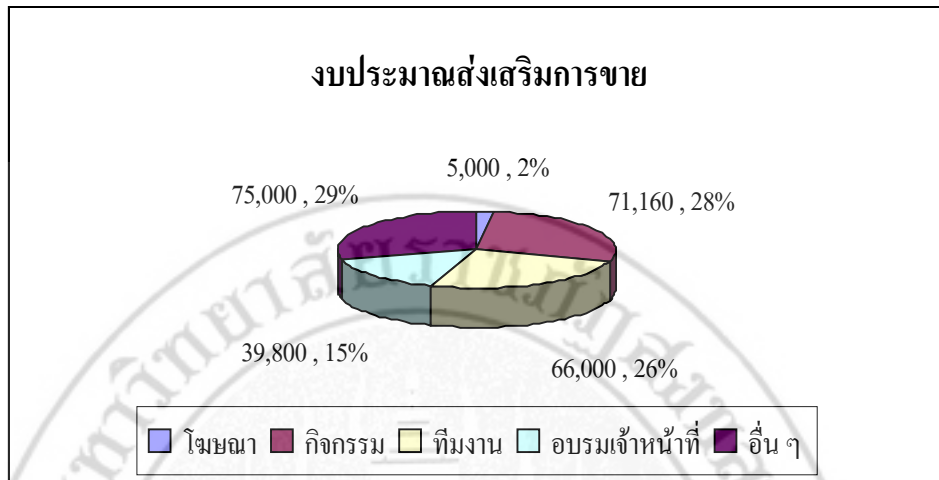
งบประมาณ ในส่วนของการให้บริการเชิงรุก ได้กำหนดงบประมาณสำหรับใช้ในการบริหารในส่วนต่าง ๆ โดยทำการประมาณการรายรับ – รายจ่ายไว้ ดังนี้



ภาพที่ 13. กราฟแสดงประมาณการรายรับ  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2546)



ภาพที่ 14. กราฟแสดงประมาณการรายจ่าย  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2546)



**ภาพที่ 15.** กราฟแสดงงบประมาณส่งเสริมการขาย  
(ที่มา : โรงพยาบาลสงขลา, 2546)

### กระบวนการและแนวโน้มของตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

แนวโน้มการเลือกสถานพยาบาลของผู้ประกันตน ผู้ประกันตนที่ขึ้นทะเบียนของโครงการประกันสังคมมีมากขึ้น เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่ว่าสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 รายขึ้นไป ต้องขึ้นทะเบียนประกันตน ในขณะเดียวกัน การมาใช้สิทธิประกันสังคมมีจำนวนมากขึ้น อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกันตนทราบสิทธิของตนเองมากขึ้นและต้องการใช้สิทธินั้นอย่างเต็มที่ ทำให้การแข่งขันของสถานพยาบาลเครือข่ายประกันสังคมทางด้านการเลือกสถานพยาบาลของผู้ประกันตนมีมากขึ้น

สำหรับเขตจังหวัดสงขลามีจำนวนผู้เอาประกันตน ณ เดือนกรกฎาคม 2546 ที่ขึ้นทะเบียนไว้ทั้งสิ้น 186,934 คน ซึ่งกองทุนผลประโยชน์ที่สถานพยาบาลได้รับคือ 205,627,400 บาท และมีสถานพยาบาลที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 6 แห่ง (ข้อมูลจาก [www.sso.molsw.go.th](http://www.sso.molsw.go.th)) จึงจัดว่าเป็นเก็ทก้อนโตที่น่าสนใจแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอย่างยิ่ง

ในการเลือกสถานพยาบาล ผู้ประกันตนสามารถเลือกสถานพยาบาลได้ใหม่ทุก 2 ปี ซึ่งปัจจัยในการเลือกสถานพยาบาลของผู้ประกันตนได้แก่ เมื่อพิจารณาโดยรวมผู้ประกันตนส่วนใหญ่เลือกสถานพยาบาลประกันสังคมปัจจุบันเนื่องจากการเดินทางที่สะดวก รองลงมาคือปัจจัยเรื่องการมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โดยมีเหตุผลอื่นประกอบคือ การมีบริการที่สะดวกรวดเร็ว การมีเครื่องมือที่ทันสมัย การมีสถานที่สะดวกสบายและหากกล่าวถึงการให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือก

สถานพยาบาลที่จะขึ้นทะเบียนประกันตน ผู้ประกันตนจะให้ความสำคัญในปัจจัยเรื่องคุณภาพการรักษาพยาบาลมากที่สุด รองลงมาคือบริการที่สะดวกรวดเร็ว ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่สะดวกสบาย การมีเครือข่ายครอบคลุม และการแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัว (ที่มา : รายงานการวิจัยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

นอกจากปัจจัยต่างๆ ที่ผู้ประกันตนนำมาเป็นเกณฑ์ในการเลือกสถานพยาบาลแล้วทางหน่วยประสานงานลูกค้าสัมพันธ์ได้รวบรวมข้อมูลจากสถานประกอบการทำให้ทราบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการให้ทางโรงพยาบาลจัดทีมลูกค้าสัมพันธ์เข้าไปพบปะกับพนักงานสม่ำเสมอ อีกทั้งต้องการที่จะทราบข่าวสารข้อมูลของโรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าต้องการให้มีการติดต่อกันระหว่างสถานประกอบการและโรงพยาบาลเป็นไปแบบ Business to Business

ในส่วนของการตรวจสอบสภาพของพนักงาน ลูกค้าต้องการให้มีการจัดโปรแกรมโดยเฉพาะที่เหมาะสมกับแต่ละสถานประกอบการ ซึ่งหากมีการให้บริการ ณ สถานประกอบการก็จะดียิ่ง

การบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสงขลาจะเน้นการให้การรักษาที่ทำให้ลูกค้า/ผู้ประกันตน มีอาการที่ดีขึ้นจากการป่วยเร็วที่สุด สำหรับการเป็นสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมนั้น ทางโรงพยาบาลได้เน้นการให้ความรู้ การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน การป้องกันการเจ็บป่วยหรือโรคที่เกิดจากการทำงาน และการลดอาการเบื้องต้นของการเจ็บป่วยเพื่อลดต้นทุนของลูกค้าในเรื่องของการสูญเสียเวลาในการปฏิบัติงาน การเดินทาง และต้นทุนทางด้านจิตใจ โดยทางโรงพยาบาลได้จัดทีมงานเพื่อประสานงาน โครงการประกันสังคมสำหรับผู้ประกันตนที่เลือกโรงพยาบาลสงขลาเป็นสถานพยาบาลหลัก

### จุดเด่นของการบริการ

1. มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางและความทันสมัยในการวินิจฉัยโรค
2. มีหน่วย call center ตอบรับและแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันท่วงที
3. ทีมลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสานสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า และตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า
4. แยกคลินิกประกันสังคมเป็นพิเศษ เพื่อความสะดวกในการให้บริการ
5. ความทันสมัยของเครื่องมือ และวิวัฒนาการทางการแพทย์ เป็นแหล่งความรู้ของนักศึกษาแพทย์
6. ดูแลผู้ประกันตนอย่างเอื้ออาทร ใส่ใจกับความรู้สึกรู้สึกของผู้ป่วยและญาติผู้ป่วย

7. มีทีมบริการตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ บริการผู้ประกันตน/สถานประกอบการตามความเหมาะสมกับแต่ละสถานประกอบการ
8. ความรวดเร็วในการให้บริการ
9. เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรม มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ให้คำแนะนำลูกค้าอย่างเต็มใจและจริงใจ

เนื่องจากโรงพยาบาลสงขลามีนโยบายที่จะส่งมอบบริการที่สร้างคุณค่าเพิ่มแก่ลูกค้าประกันตนและไม่ใช้ราคาในการแข่งขัน เน้นการป้องกันโรคมกกว่าการรักษาโรค เพื่อป้องกันการลดราคาจนทำให้คุณภาพการบริการลดลง ดังนั้นการกำหนดราคาของโรงพยาบาลสงขลาสำหรับสถานประกอบการที่มีผู้ขึ้นทะเบียนประกันตนกับโรงพยาบาลจะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของสถานประกอบการ ความเสี่ยงของโรคที่เกิดขึ้นจากการทำงาน

### กระบวนการประชาสัมพันธ์การบริการเชิงรุก

แผนการตลาดสำหรับการบริการเชิงรุกนี้ หน่วยประสานงานลูกค้าสัมพันธ์ได้จัดทำโดยวางแผนให้มีความสอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดเบื้องต้นของกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้

แผนการตลาดด้านการบริการ คือ การบริการลูกค้าประกันตนทางการแพทย์จะเน้นการให้การรักษาที่ทำให้ลูกค้า / ผู้ประกันตน มีอาการที่ดีขึ้นจากการป่วยเร็วที่สุด สำหรับการเป็นสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมนั้น ทางโรงพยาบาลได้เน้นการให้ความรู้ การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน การป้องกันการเจ็บป่วย หรือโรคที่เกิดจากการทำงานและการลดอาการเบื้องต้นของการเจ็บป่วย เพื่อลดต้นทุนของลูกค้า มีทีมลูกค้าสัมพันธ์ที่จะประสานงาน เป็นศูนย์ข้อมูลผู้ประกันตนและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกันตนอย่างเหนียวแน่น

แผนการตลาดด้านราคา สำหรับการบริการผู้ประกันตนทางโรงพยาบาลไม่สามารถกำหนดราคาได้ เนื่องจากเป็นเงื่อนไขของงานประกันสังคม แต่โรงพยาบาลสามารถใช้ราคาเป็นตัวส่งเสริมการขายได้ในกรณีการตรวจสุขภาพพนักงานประจำปีของสถานประกอบการ ซึ่งราคาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความจำเป็นในการตรวจของแต่ละสถานประกอบการ การเสนอราคาจะเสนอราคาที่บวกเพิ่มจากกำไรและคิดเป็นส่วนลดจากกำไรที่บวกเพิ่ม เพื่อเป็นการดึงดูดใจ ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้คือ มีพนักงานรับการตรวจสุขภาพประจำปี 9,000 คน

แผนการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายสำหรับการบริการเชิงรุกนี้ จะมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์โดยหน่วยประสานงานลูกค้าสัมพันธ์ การออกหน่วยดูแลสุขภาพ ณ สถานประกอบการ การบริการตรวจสุขภาพประจำปี ณ สถานประกอบการ การส่งพยาบาลวิชาชีพไป

ประจำสถานประกอบการ ซึ่งหากสถานประกอบการใดมีพยาบาลของโรงพยาบาลสงขลาประจำอยู่จะได้รับความอำนวยความสะดวกยิ่งขึ้นในเรื่องการติดต่อกับโรงพยาบาลและทีมวิทยากรอบรมให้ความรู้ ณ สถานประกอบการ

แผนการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเป็นบริการเชิงรุกสำหรับผู้ประกันตนเป็นครั้งแรกของโรงพยาบาลสงขลา ดังนั้นกลยุทธ์สำคัญที่เลือกใช้คือกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เพื่อเป็นการแจ้งข่าว การสร้างการรู้จัก / รับรู้และสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกันตนอย่างใกล้ชิด โดยจัดสรรไว้ร้อยละ 1.9 ของยอดขายรับที่ประมาณไว้

แผนการตลาดด้านบุคลากร เนื่องจากบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในงานบริการ ดังนั้นทุกคนในโรงพยาบาลจะต้องทำงานอย่างสัมพันธ์กัน เพราะฉะนั้นจึงจัดโปรแกรมการสร้างห่วงโซ่คุณภาพ เพื่อที่จะให้ลูกค้าได้รับและมองเห็นคุณค่าของบริการที่ทางโรงพยาบาลมอบให้

แผนการตลาดด้านกระบวนการบริการ เนื่องจากกระบวนการบริการที่ให้ความสำคัญกับผู้ประกันตนจะช่วยให้ผู้ประกันตนรู้สึกดีกับโรงพยาบาลมากขึ้น จึงจัดตั้ง Call Center (ลูกค้าสัมพันธ์) เพื่อตอบสนอง รับข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้ประกันตน ออกแบบการบริการที่ต้องการความรวดเร็วให้มีระบบ

แผนการตลาดด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ ทุกอย่างที่คุณประกันตนสามารถสัมผัสได้ไม่ว่าจากการสัมผัสทางตา ความรู้สึก หรือสัมผัสโดยร่างกาย จะต้องสื่อสารถึงลูกค้าไปในแนวทางเดียวกันอย่างสอดคล้องเป็นเอกลักษณ์เพื่อเป็นการสื่อสารให้คุณลูกค้าแปลความหมายเกี่ยวกับความทันสมัยทางการแพทย์ ประสิทธิภาพการรักษาพยาบาล และการบริการ

โดยหน่วยงานงานลูกค้าสัมพันธ์ได้กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดของแผนไว้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547 และมีการวางแผนมาตรการฉุกเฉินไว้ หากยอดผู้ประกันตนไม่ได้ตรงตามกำหนด

การเลือกสถานพยาบาลของผู้ประกันตนสามารถเปลี่ยนได้ทุกปี ทำให้มีการแข่งขันของสถานพยาบาลโครงการประกันสังคมมากขึ้น อีกทั้งโรงพยาบาลเอกชนสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดได้อย่างเด่นชัดกว่าโรงพยาบาลของรัฐบาล ทางโรงพยาบาลสงขลาเองขาดการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้ประกันตนอย่างต่อเนื่อง และการบริการแบบดั้งเดิมของโรงพยาบาลทำให้มีผู้เลือกโรงพยาบาลสงขลาเป็นสถานพยาบาลที่จะขึ้นทะเบียนประกันตนลดน้อยลง ดังนั้นจึงต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาดภายในและภายนอกไปพร้อม ๆ กัน เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของแผนการตลาด กลยุทธ์สำคัญที่เลือกใช้คือกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน โดยจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในการส่งเสริมการตลาด

อย่างเหมาะสมให้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม เฉพาะเจาะจงและสอดคล้องกับการตั้งราคา โดยมีแผนการส่งเสริมการตลาดดังนี้.-

**ตารางที่ 1** แสดงขั้นตอนแผนการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	กลยุทธ์	กลุ่มเป้าหมาย	การปฏิบัติ	วัตถุประสงค์
การเข้าพบลูกค้า โดยทีมลูกค้าสัมพันธ์	หน่วยเคลื่อนที่	เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความรู้ เทคนิค ในการเข้าพบลูกค้า</li> <li>- จัดตารางการออกเยี่ยมลูกค้า ทั้งลูกค้าที่เคยเข้าเยี่ยมและยังไม่เคยเข้าเยี่ยม ที่เป็นลูกค้าคาดหวัง</li> <li>- มอบนามบัตรแก่ลูกค้า</li> <li>- โทรศัพท์หรือเข้าเยี่ยมลูกค้าเมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้ว</li> <li>- ทีมลูกค้าสัมพันธ์ออกเยี่ยมลูกค้าเป็นระยะ ๆ เพื่อนำเสนอข่าวสาร ข้อมูลแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า</li> <li>- เงินตอบแทนพิเศษหากได้ยอดผู้ประกันตนตามเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>- เพื่อทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง</li> <li>- เพื่อผลักดันให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพอใจในการรักษาและบริการ</li> <li>- เพื่อตรวจสอบความพอใจและรับฟังข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการบริการและทำให้ลูกค้าชอบโรงพยาบาลมากขึ้น</li> <li>- เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าและดอกย้าชื่อ</li> <li>- โรงพยาบาลสงขลาให้ลูกค้าได้ยินดีขึ้น</li> <li>- เพื่อสร้างความพอใจหลังการขาย</li> </ul>

(ที่มา : ข้อมูลจากงานประกันสังคม โรงพยาบาลสงขลา, 2546)

ตารางที่ 1. แสดงขั้นตอนแผนการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

การส่งเสริมการตลาด	กลยุทธ์	กลุ่มเป้าหมาย	การปฏิบัติ	วัตถุประสงค์
ตลาด				
ประชาสัมพันธ์	กล่องรับ ความคิด เห็น	สถาน ประกอบการ	- ขอติดตั้งกล่องรับความ คิดเห็น ณ สถาน ประกอบการ	- เพื่อเป็นการติดต่อ แบบ 2 ทางกับผู้ประกัน ตนหรือผู้รับบริการ ซึ่งจะสามารถตอบ สนองความต้องการของ ลูกค้าได้ทันทั่วทั้ง
โดยเจ้าหน้าที่ รพ.	ส.ค.ส./ ปฏิทิน โรงพยาบาล โลโก้ ป้าย สัญลักษณ์	ผู้จัดการ โรงงาน	- มอบ ส.ค.ส./ปฏิทินแก่ ตัวแทนสถานประกอบ การ ในโอกาสวันขึ้นปี ใหม่ - ติดสัญลักษณ์โรงพยาบาล และหน่วยงานลูกค้า สัมพันธ์ที่รถตู้ จัดแบบ ฟอร์มเจ้าหน้าที่ให้เป็นเอก ลักษณ์	- เพื่อเป็นการสร้าง สัมพันธ์อันดีแก่ผู้มี อิทธิพลในสถาน ประกอบการ เพื่อสร้างการจดจำ
ตลาดทางตรง	ให้ของที่ ระลึก ศูนย์ลูกค้า สัมพันธ์	สถาน ประกอบการ ลูกค้า ประกันตน	-มอบของที่ระลึกของ โรงพยาบาล -จัดทีมงานที่สามารถ โทรศัพท์ไปหาลูกค้าและ สามารถรับโทรศัพท์ สามารถตอบคำถามของ ลูกค้าได้	เพื่อสร้างการจดจำ เป็นการสร้างความ สัมพันธ์ในระยะยาว
		ส่งจดหมาย	-ส่งจดหมายโดยตรงแก่ ลูกค้า/สถานประกอบการ ในกรณีต่าง ๆ	เพื่อแสดงให้เห็นถึงการ ติดตามการรักษาและ ความใส่ใจ

(ที่มา : ข้อมูลจากงานประกันสังคมโรงพยาบาลสงขลา, 2546)

ตารางที่ 1. แสดงขั้นตอนแผนการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

การส่งเสริมการตลาด	กลยุทธ์	กลุ่มเป้าหมาย	การปฏิบัติ	วัตถุประสงค์
การโฆษณา ตลาด	แผ่นพับ	ผู้ประกันตน	- แนะนำหน่วยงาน งานลูกค้าสัมพันธ์ - แนะนำบริการที่เกี่ยวข้อง กับประกันสังคม - ให้ความรู้โรคและ อุบัติเหตุจากการประกอบ อาชีพ	- เพื่อสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับโรงพยาบาล สงขลากับลูกค้า - เพื่อแนะนำอภราษ ละเอียดการให้บริการ แก่ลูกค้า
	ชุดคู่มือ บริการ โรงพยาบาล สงขลา	ลูกค้าโรงงาน	- จัดทำคู่มือบริการคลินิก ของโรงพยาบาลแจกแจก ลูกค้า	
	โฆษณาผ่าน ทาง อินเทอร์เน็ต	ลูกค้าโรงงาน	จัดทำเว็บไซต์ของ โรงพยาบาลสงขลา - ติดต่อเว็บไซต์อื่นเพื่อ ลิงค์เชื่อมโยงสู่เว็บไซต์ ของโรงพยาบาล	เพื่อประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลให้ข้อมูล บริการของโรงพยาบาล ตลอดจนการติดต่อกับ ฝ่ายต่าง ๆ ของโรง พยาบาล
	วิทยุ	ลูกค้า/บุคคล ทั่วไป	- ส่งข่าวสารที่เกี่ยวกับงาน ประกันสังคม - ให้ความรู้เกี่ยวกับโรค หรืออุบัติเหตุที่เกี่ยวข้อง กับการทำงาน - ส่งข่าวสารทางคลื่นวิทยุ สวท. ทภ.4 สท.6, อสมท 96.5	- เพื่อสร้างความถี่ในการ ได้ยินชื่อโรงพยาบาล สงขลา และหน่วยลูกค้า สัมพันธ์ - เพื่อแสดงถึงความ ปรารถนาดีต่อลูกค้า อย่างจริงใจ เป็นการ สร้างความเชื่อใจ และ ต้องการใช้บริการ

(ที่มา : ข้อมูลจากงานประกันสังคมโรงพยาบาลสงขลา, 2546)