



# Strategies and Tools

## for Healthcare Organization Management

กลยุทธ์และเครื่องมือในการบริหารองค์การสุขภาพ



- การจัดการเชิงกลยุทธ์ในองค์การสุขภาพ • การบริหารเชิงมุ่ง • การจัดการความปลอดภัยของผู้ป่วยในโรงพยาบาล
- การจัดการความรู้ในองค์การสุขภาพ • การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในองค์การ • การตลาดสำหรับบริการทางด้านสุขภาพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรสุนีย์ ทังเจริญกุล



# สารบัญเนื้อหา

	หน้า
<b>บทที่ 1 การจัดการเชิงกลยุทธ์ในองค์การสุขภาพ</b>	
ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์	1
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ในองค์การสุขภาพ	2
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การสุขภาพ	3
การกำหนดพันธกิจและเป้าหมายขององค์การสุขภาพ	10
การกำหนดกลยุทธ์สำหรับองค์การสุขภาพ	11
การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติในองค์การสุขภาพ	18
การควบคุมประเมินผลการดำเนินการตามกลยุทธ์ในองค์การสุขภาพ	21
<b>บทที่ 2 การบริหารเชิงมุ่ง</b>	
ที่มาของแนวคิดการบริหารเชิงมุ่ง	26
หลักการบริหารเชิงมุ่ง	26
ประโยชน์ของการบริหารเชิงมุ่งต่อการพัฒนาองค์การ	27
กระบวนการบริหารเชิงมุ่ง	28
ตัวอย่างการบริหารเชิงมุ่งในโรงพยาบาล	32
<b>บทที่ 3 การจัดการความปลอดภัยของผู้ป่วยในโรงพยาบาล</b>	
ความหมายของความปลอดภัยของผู้ป่วย	37
ความเสี่ยงและอันตรายจากการรักษาพยาบาล	38
ความหมายของการจัดการความปลอดภัยของผู้ป่วย	41
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความปลอดภัยของผู้ป่วยในโรงพยาบาล	42
การจัดการความปลอดภัยของผู้ป่วยเชิงระบบ	44
เครื่องมือที่ช่วยในการจัดการความปลอดภัยของผู้ป่วยในโรงพยาบาล	47
<b>บทที่ 4 การจัดการความรู้ในองค์การสุขภาพ</b>	
ที่มาของการจัดการความรู้ในองค์การ	63
ความหมายของการจัดการความรู้	64
ความสำคัญของการจัดการความรู้	65
แนวทางในการจัดการความรู้ในองค์การ	66
เครื่องมือที่ช่วยในการจัดการความรู้ในองค์การ	70
ตัวอย่างการจัดการความรู้ในโรงพยาบาล	74

# สารบัญเนื้อหา

	หน้า
<b>บทที่ 5 การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร</b>	
ความหมายของนวัตกรรม	77
ประเภทของนวัตกรรมทางด้านสุขภาพ	78
ความหมายของเทคโนโลยี	79
ประเภทของเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพ	79
แหล่งที่มาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางด้านสุขภาพ	80
หลักในการเลือกนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในองค์กรสุขภาพ	81
กระบวนการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในองค์กร	83
<b>บทที่ 6 การตลาดสำหรับบริการทางด้านสุขภาพ</b>	
แนวคิดเกี่ยวกับบริการ	89
ลักษณะเฉพาะของบริการทางด้านสุขภาพ	90
ประเภทของบริการทางด้านสุขภาพ	92
องค์ประกอบของบริการทางด้านสุขภาพ	92
ความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาด	93
การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับบริการทางด้านสุขภาพ	94
การจัดทำแผนการตลาดสำหรับบริการทางด้านสุขภาพ	116