



## ผลการวิจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่แพทย์และพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐ และเอกชนส่วนใหญ่ร้อยละ 70.2 และ 51.1 ตามลำดับ เคยมีประสบการณ์ในการให้บริการสุขภาพที่บ้านและเห็นด้วยว่าหน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชนควรสนับสนุนและร่วมมือกันในการรับผิดชอบจัดบริการสุขภาพที่บ้าน ผู้รับบริการที่สำคัญได้แก่ ผู้ป่วยเรื้อรัง พิกการ ผู้สูงอายุที่เจ็บป่วย มารดาและทารก ผู้ป่วยระยะสุดท้าย ผู้สูงอายุภาวะปกติ และผู้ป่วยโรคจิตโรคประสาทตามลำดับ

ความคิดเห็นของแพทย์และพยาบาลวิชาชีพต่อการบริการสุขภาพที่บ้านมีดังนี้

### 1. ความคิดเห็นตามแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด พบว่า

1.1 ด้านการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ( $\bar{X}=4.15, 4.17$ ) โดยเฉพาะในเรื่องวัตถุประสงค์และการจัดบริการในลักษณะต่างๆ เพื่อให้บริการสุขภาพที่บ้านที่ครอบคลุมทั้งการดูแลรักษาพยาบาล การป้องกันโรค การส่งเสริมสุขภาพ และการฟื้นฟูสุขภาพ

1.2 ด้านการจัดสถานที่และช่องทางการบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ( $\bar{X}=3.90, 3.89$ ) โดยเฉพาะในเรื่องการจัดบริการสุขภาพที่บ้านโดยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงและวันหยุด การจัดบริการรับส่งระหว่างบ้านกับโรงพยาบาล และการประสานงานเพื่อการดูแลรักษาพยาบาลที่ต่อเนื่องและถูกต้อง

1.3 ด้านการคิดราคาค่าบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ( $\bar{X}=3.88, 3.86$ ) โดยเฉพาะในเรื่องการกำหนดค่าบริการที่ยุติธรรม โดยมีการเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน ผู้รับบริการสุขภาพควรเป็นผู้รับผิดชอบค่าบริการทั้งหมดซึ่งอาจเบิกจ่ายจากต้นสังกัดหรือจากบริษัทประกันสุขภาพ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าการจัดบริการสุขภาพที่บ้านเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้รับบริการและของโรงพยาบาล และทำให้โรงพยาบาลมีจำนวนเตียงว่างเพียงพอต่อการให้บริการสุขภาพแก่ผู้ที่มีความต้องการ

1.4 ด้านการส่งเสริมการบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมาก ( $\bar{X}=4.13, 4.22$ ) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดให้มีการส่งเสริมด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการสุขภาพที่บ้านโดยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการจัดนิทรรศการและการเสนอบทความวิชาการ

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของแพทย์และพยาบาลวิชาชีพโดยรวมต่อการบริการ  
สุขภาพที่บ้าน ตามแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านได้แก่ การให้บริการ การจัดสถานที่  
และช่องทางการบริการ การคิดราคาค่าบริการ และการส่งเสริมการบริการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยของ  
คะแนนความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของแพทย์และพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงาน ระหว่าง  
โรงพยาบาลของรัฐและเอกชนตามแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด พบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนน  
ความคิดเห็นต่อการคิดราคาค่าบริการและการส่งเสริมการบริการไม่แตกต่างกัน แต่ค่าเฉลี่ย  
ของคะแนน ความคิดเห็นด้านการให้บริการ และการจัดสถานที่และช่องทางการบริการมีความ  
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นของ  
แพทย์และพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลของรัฐมีค่ามากกว่าของแพทย์  
และพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชน

**Thesis title** Health Care Providers' Opinions on Home Health Care

**Author** Mrs. Watcharee Tuykampee

**M.N.S** Nursing Administration

**Examining Committee :**

Assoc. Prof. Dr.Wichit	Srisuphan	Chairman
Assoc. Prof. Udomrat	Sangounsiritham	Member
Assist. Prof. Dr.Prakin	Suchaxaya	Member
Assist. Prof. Raymoul	Nantsupawat	Member
Assist. Prof. Wilawan	Senaratana	Member

#### **Abstract**

The purposes of this study were to survey health care providers' opinions on home health care and to compare opinions of health care providers' in public and private hospitals. Sixty physicians and 240 professional nurses from both public and private hospitals in Amphur Muang Chiang Mai were selected by systematic random sampling method. Data were obtained from the questionnaire developed by the researcher. The content validity of the questionnaire was examined by the experts. The reliability of the questionnaire was 0.94. A total of 300 questionnaires were delivered to the samples and 298 of them (98%) were returned. Data was analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test and two-way ANOVA.

The results of the study revealed that 70.2% and 50.1% of the physicians and professional nurses, respectively in both public and private hospitals used to have experiences in home health care service. The samples showed that both public and private health organizations should support and collaborate in providing home health care service for clients including chronically ill, disabled patients, sick elderly, mother and child, terminally ill, healthy elderly and psychiatric patients respectively.

Regarding to opinions on home health care service, it was found that,

1. The opinions of physicians and professional nurses on home health care service based on marketing mix concept were as follows ;

1.1 Most of the samples strongly agreed with the product/ service area ( $\bar{X} = 4.15, 4.17$ ) particularly in the items of the objectives and types of home health care service which included medical and nursing care, prevention, promotion and rehabilitation.

1.2 Most of the samples strongly agreed with the place area ( $\bar{X} = 3.90, 3.89$ ) particularly in the items of 24-hour and holiday service, transportation to and from the hospital, and continuation and accuracy of care.

1.3 Most of the samples strongly agreed with the price area ( $\bar{X} = 3.88, 3.86$ ) particularly in the items of reasonable service charge that was clearly written and posted. The clients should be responsible for the payment which might be reimbursed from the clients' working place or respective health insurance company. The samples underlined that home health care service would reduce the expense of both the clients and the hospitals and would increase the availability of the beds for other patients.

1.4 Most of the samples strongly agreed with the promotion area ( $\bar{X} = 4.13, 4.22$ ) particularly in the items of the promotion of public knowledge and understanding of home health care service. The public relation could be organized in various ways including poster and paper presentation.

2. Over all the mean scores of opinions of physicians and professional nurses on home health care service, based on marketing mix concept including product/service, place, price and promotion, were not different.

3. The mean scores of opinions of physicians and professional nurses of public and private hospitals, based on marketing mix concept, showed that opinions about price and promotion were not different. However, the mean scores of opinions on product/service and place were statistically significant different ( $p < .05$ ). The mean scores of opinions of physicians and professional nurses in the public hospital were higher than those in the private hospitals.