

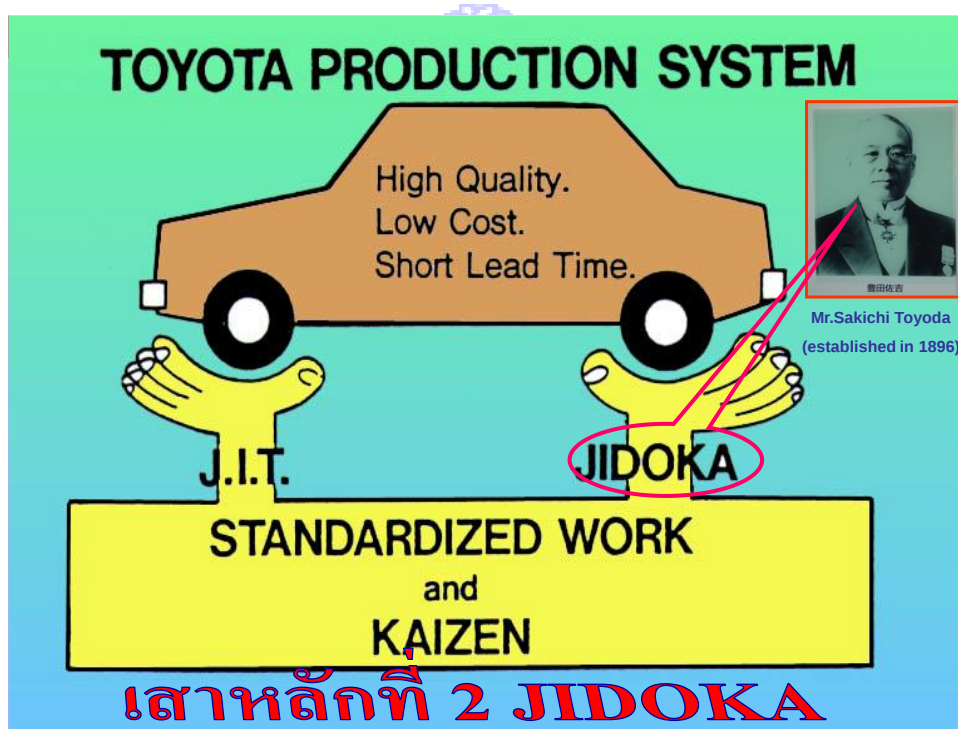
B1-203

Toyota Way กับ การสร้างความน่าเชื่อถือ

14 มีนาคม 2556 เวลา 08.30-10.00 น.

ห้อง Sapphire 203

ศิริพงษ์ โพธิ์ลักษณ์ (บ.โตโยต้า)



ความน่าเชื่อถือสูตรสำเร็จแห่งความยั่งยืน ผู้ที่จะบอกว่าน่าเชื่อถือต้องเป็นมุมมองของลูกค้า ซึ่งระบบที่ดูแลตอบสนองต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ในธุรกิจของโรงพยาบาลระบบที่มี คุณค่าในมุมมองผู้ป่วยที่ต้องการคือวิธีการรักษา หายเร็ว

ในการดำเนินธุรกิจเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและต้องมีการถ่ายทอดสู่รุ่นถัดไปเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ในการเรียนรู้เรื่องความเชื่อในมุมมองลูกค้า การออกแบบระบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและลดสิ่งที่ลูกค้าไม่ต้องการลง

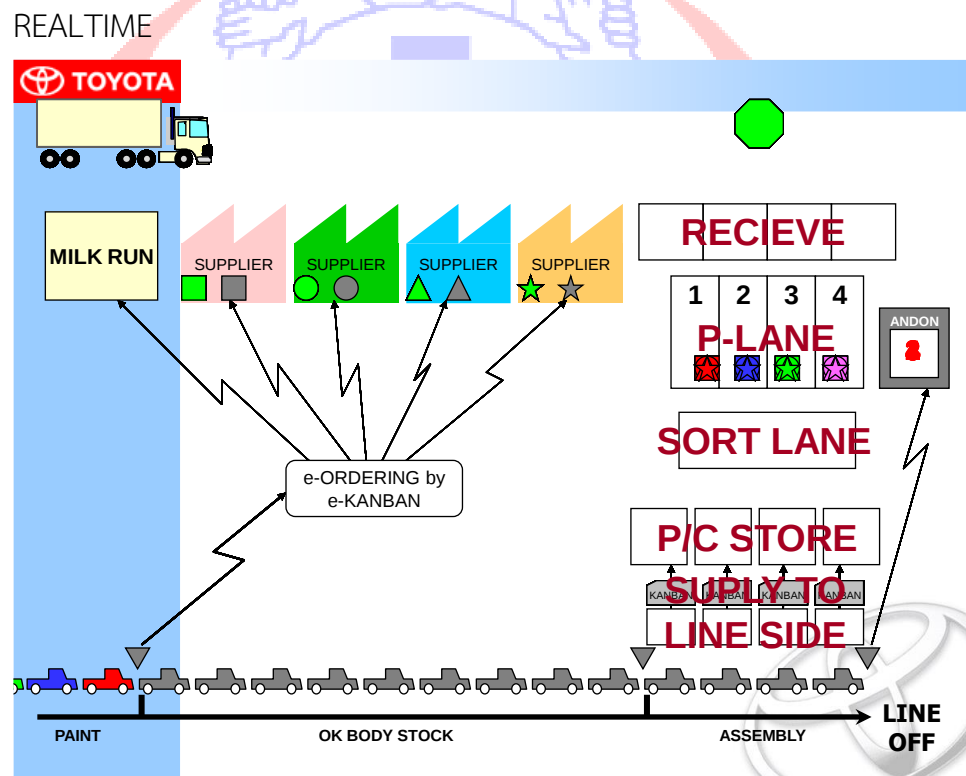
สาเหตุการเปลี่ยนแปลงมีทั้งจากตนเองเช่นนโยบาย30บาททำให้มีผู้มารับบริการในโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นหรือการที่คู่แข่งเปลี่ยนแปลงให้บริการรวดเร็วขึ้น เราจำเป็นต้องตื่นรู้ มีสติ เพราะบางช่วงเราไวต่อการตอบสนองแต่บางช่วงไม่รู้อะไรเลย การนำกฎไตรลักษณ์ อนิจจัง ทุกขัง อนัตตา สิ่งที่ต้องตื่นรู้ไวต่อสถานการณ์รอบตัว ระบบที่ออกแบบไม่เอาง่าย เข้าว่าแต่ให้เป็นกระบวนการที่เรียบง่าย ควรครุ่นคิดว่ามีโอกาสเกิดปัญหา การรับฟังเสียงของผู้รู้จริง เตรียมพร้อมรับมือทุกสถานการณ์ (resilience) ทั้งผู้นำและบุคลากรต้องได้รับการฝึกฝนและเตรียมตัวเพื่อรู้วิธีการที่จะตอบสนองเมื่อเกิดความล้มเหลวขึ้นในระบบ สูตรสำเร็จที่ทำให้ลูกค้าเชื่อถืออย่างยั่งยืน เราต้องสามารถสร้างสัมพันธภาพให้ลูกค้ามาในระดับสูงสุดจนช่วยบอกต่อ/ช่วยขาย/ร่วมทุน ในการเติมปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจทั้งสินค้าและบริการตรงกับที่ลูกค้าต้องการด้วย ความง่าย สะดวกสบาย การรักษาสัญญา ปฏิสัมพันธ์ที่ดีและรู้สึกว่าการดูแลที่ดี ปัจจัยต่างๆสามารถเพิ่ม/ลดความพึงพอใจของลูกค้า



การมองหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการและมีคุณค่าแก่ลูกค้า จะทำให้การออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการ โดยเรียนรู้จากกระบวนการ/เครื่องมือคุณภาพที่โรงงานนำมาใช้ELIMINATE ด้วยMUDA(waste/ลดการสูญเสีย/ลดขั้นตอนการผลิต/ลด

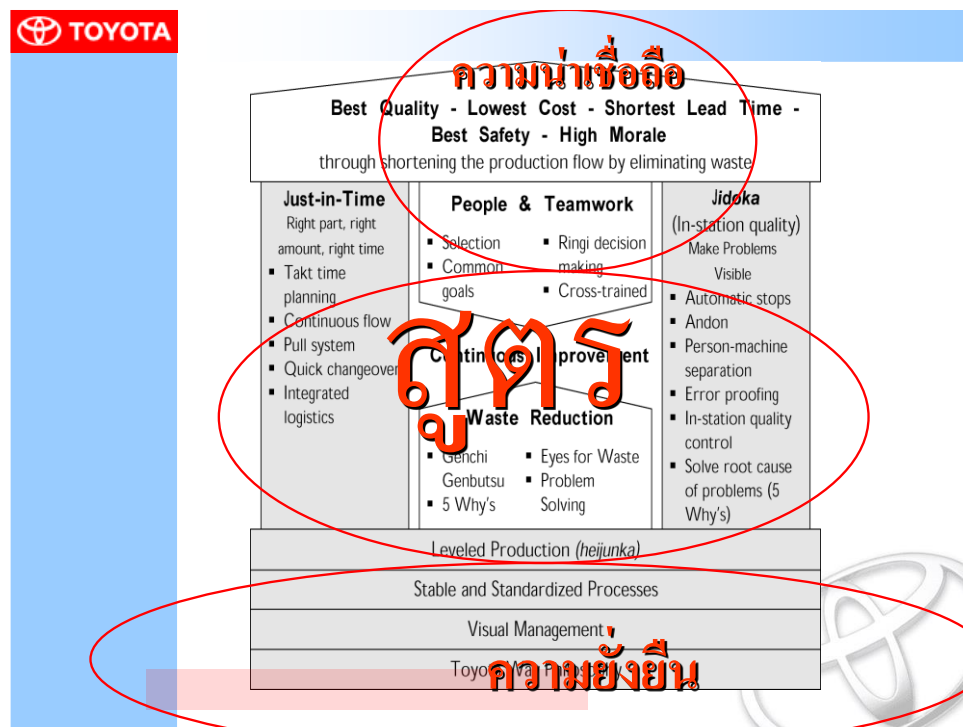
การกักตุน) MURA(unevenness/ลดการรอคอย) MURI(overburden/ลดการ
ขนส่ง/) หลักการคือมุ่งฝึกตามมาตรฐานที่ดีทำให้ชำนาญจะตื่นรู้สามารถ
DETECTสิ่งผิดปกติได้อย่างรวดเร็ว การสอนสิ่งที่ไม่ใช่มาตรฐาน/ข้อห้ามไม่สามารถ
เขียนได้หมด การมุ่งลดwaste พยายามกำจัดสิ่งที่ลูกค้าไม่ต้องการหรือสิ่งที่ไม่
คุณค่าสำหรับลูกค้าด้วยกฎ80/20 การดักจับกระบวนการที่ไม่ดี/ อะไรที่ไม่
เหมือนเดิมสำหรับลูกค้า การตื่นรู้ปัญหาด้วยเทคนิควิธีการดึงเชือก

(ANDON)เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ รับรู้ปัญหาเป็นแบบสัญญาณเตือนก่อนล่วงหน้าเพื่อ
ให้คนมาสอน/ช่วยเหลือแบบ



ความน่าเชื่อถือของระบบและความยั่งยืนในการรวมกันของAEC.ในอนาคตควร
เรียนรู้ปรากฏการณ์การอยู่รอดของยุโรป อเมริกาที่ต้องปรับตัวเป็นระยะๆด้วยการ
ทำCSR, HIGH PRODUCTION ,HIGH PERFORMANCE MANUFACTURING ,
RANKING, MERCHทำไปทำมาก็ไม่ยั่งยืน การศึกษาชีวิตสัตว์ดิग्ดำบรรพพบว่าการ
จะยั่งยืนได้ด้วยการหาอาหาร การปรับตัวหลักหนีภัย การสืบทอดเผ่าพันธุ์นั้นการ

ที่องค์กรจะยั่งยืนต้องมีค่านิยมร่วมกันและมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น งานใน
โรงพยาบาลทั้งผู้ป่วยและบุคลากรต่างมีอารมณ์ส่วนที่เป็นSOFTSIDEขององค์กรก็
ต้องแก้ด้วยSOFTSIDE ต้องสร้างผู้นำและคนในองค์กรที่มีความไวเข้าใจความรู้สึก
ลูกค้ามี 5วัฒนธรรม



1 วัฒนธรรม CHALLENGE เอาปัญหาลูกค้ามาเป็นปัญหาเรา เราสร้างวิสัยทัศน์ระยะยาว ชะลิ่งท้าทายด้วยความกล้าหาญ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อทำให้ความฝันของเราเป็นจริง

2 วัฒนธรรม KAIZEN เริ่มจากการมองเห็นปัญหา และตั้งใจจะแก้ ค่อยๆทำไปเรื่อยๆ และการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆอยากปรับปรุงจะทำให้เกิดความยั่งยืน

3วัฒนธรรมGENCHI GENBUTSU/FACT MANAGEMENT ไปดูปัญหาจริงๆการลงมือปฏิบัติ การไปยังแหล่งข้อมูลเพื่อค้นหาข้อเท็จจริง สำหรับการตัดสินใจที่ถูกต้องแก้ที่ต้นเหตุ และสร้างมตร่วมกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างรวดเร็วที่สุด

4 วัฒนธรรม RESPECT การให้เกียรติสำคัญ การยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน
พยายามทุกวิถีทางเพื่อที่จะเข้าใจซึ่งกันและกัน รับผิดชอบและพยายามอย่างดีที่สุด ดู
บรรยากาศและอารมณ์ เพื่อสร้างความไว้วางใจร่วมกัน

5 วัฒนธรรม TEAMWORK สนใจที่จะพัฒนาอย่างเป็นระบบครอบคลุม
พนักงานเกษียณ ซึ่งส่งผลต่อพนักงานปัจจุบัน

การนำแนวคิดเรียนรู้จะช่วยให้องค์กรอยู่ได้อย่างยั่งยืนแม้เผชิญความเปลี่ยนแปลงที่ไม่
แน่นอน เมื่อเราสามารถเข้าใจลูกค้า ดูระบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ
การทำให้ทั้งระบบและลูกค้าอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

