



บริษัท อาร์เอฟเอส จำกัด

เพื่อให้ RFS บรรลุวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำด้านการจัดการและเป็นต้นแบบของประเทศในการพัฒนาระบบสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาลที่เป็นมาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน” เราเชื่อมั่นว่าเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กรและเป็นกรอบในการประเมินตนเอง เพื่อหาโอกาสในการพัฒนางานด้านระบบสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาล เพื่อสนับสนุนให้ระบบการดูแลสุขภาพมีคุณภาพ ความปลอดภัยแก่ทั้งผู้ป่วย บุคลากรทางการแพทย์และสังคม การมีส่วนร่วมในการสร้างบุคลากรและยกระดับมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรด้านสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาล ตลอดจนการเผยแพร่และสร้างองค์ความรู้ด้านสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง

อาจารย์ นพ.สุกิจ แยมวงษ์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท อาร์เอฟเอส จำกัด

ลักษณะองค์กร

RFS (Ramathibodi Facilities Services) จัดตั้งในปี พ.ศ. 2554 โดยคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการด้านการจัดการระบบสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาลแบบครบวงจร (Healthcare Facility Management: HFM) และ รองรับการขยายงานของคณะฯ ตอบสนองต่อความท้าทายด้านการรักษาพยาบาลที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว สนับสนุนการรักษาพยาบาลให้มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยสูงสุด การให้บริการด้าน HFM กับคณะฯ เป็นแบบ Shared service คือ การนำงานที่มีความคล้ายคลึงกัน หรือรูปแบบการทำงานที่มีปริมาณซ้ำจำนวนมากมารวมศูนย์เพื่อให้เกิดความคล่องตัว เพิ่มผลผลิต พัฒนางานให้มีมาตรฐานเดียวกัน รองรับการขยายตัวและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รวมถึงลดต้นทุนในการดำเนินการ ปัจจุบัน RFS ให้บริการคณะฯ ทั้ง 2 พื้นที่ คือ 1) พื้นที่ในเขตพญาไท (PY) และ 2) พื้นที่ใน อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ (BP) ด้วยประสิทธิภาพดีกว่าภาครัฐ RFS ได้นำสมรรถนะหลักในการบริหารจัดการด้านวิศวกรรมชีวการแพทย์ ความเชี่ยวชาญด้านระบบปรับอากาศและห้องสะอาด รวมทั้งด้านการยกเคลื่อนย้ายผู้ป่วย ให้บริการลูกค้าภายนอกคณะฯ โดยการเป็นที่ปรึกษา และการให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงตามความต้องการ ภายใต้การบริหารจัดการตามมาตรฐานสากลที่ RFS ได้รับการรับรอง เช่น มาตรฐานด้านการบริหารจัดการเครื่องมือแพทย์ (BMEC) มาตรฐานระบบคุณภาพ ISO9001 และ แนวทางในการพัฒนาองค์กร RFS นำเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ TQA ที่องค์กรได้รับการรับรองรางวัลการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (TQC) ร่วมกับแนวคิดการปรับปรุงผลงานด้วย PDCA ซึ่งเป็นวิธีการหลักในการปรับปรุงผลการดำเนินการ โดยการนำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่หลากหลายทั้งในระดับชาติและนานาชาติ มาเป็นตัววัดเทียบในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร

การนำองค์กร

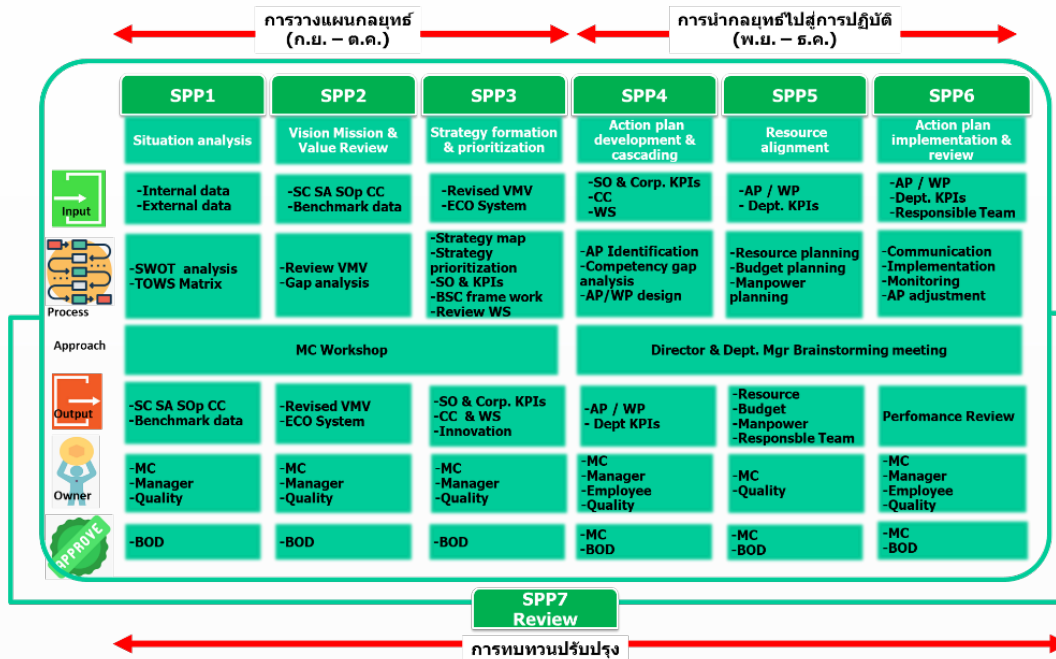
ผู้นำระดับสูงวางระบบการนำองค์กร โดยนำความต้องการและความคาดหวังของผู้เกี่ยวข้องเป็นศูนย์กลาง พร้อมกำหนดแนวทางการสื่อสาร เน้นย้ำสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญและความสอดคล้องของงานที่รับผิดชอบ ผู้นำระดับสูงกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรคือ **“เป็นผู้นำด้านการจัดการและเป็นต้นแบบของประเทศในการพัฒนาระบบสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาลที่เป็นมาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน”** และ กำหนดพันธกิจสำคัญคือ บริการด้านการจัดการสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาลด้วยมาตรฐานสากล มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ร่วมสร้างบุคลากรและยกระดับมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรด้านสนับสนุนโรงพยาบาล เผยแพร่และสร้างองค์ความรู้ด้านสิ่งสนับสนุนโรงพยาบาล โดยผู้นำระดับสูง ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างตามค่านิยม **R F S**



มุ่งหวังให้เกิดผลสำเร็จ มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพอย่างเต็มความสามารถ เพื่อส่งมอบผลลัพธ์ที่มีคุณค่า (Result Driven) และให้ความสำคัญกับการให้บริการที่เน้นการตอบสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ (Focus on Customer) ทำงานร่วมกันภายใต้เป้าหมายเดียวกัน พัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งตนเองและทีมงานเพื่อสร้างผลงานและบริการที่ดีขึ้น (Self-development & Synergy & Success Together) ทั้งนี้ผู้นำระดับสูงมีการกำกับติดตามการปฏิบัติงาน ทบทวนและปรับปรุงผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ส่งเสริมการประพฤติปฏิบัติตาม กฎหมาย และจริยธรรม สร้างสภาพแวดล้อมเพื่อความสำเร็จ กระจายอำนาจการตัดสินใจสู่ระดับต่างๆ สร้างพื้นที่ให้บุคลากรมีส่วนร่วมเสมือนเป็นเจ้าของ กำหนดแนวทางการปฏิสัมพันธ์ทุกด้านกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกำกับดูแลให้ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด มีระบบการประเมินคณะกรรมการบริษัท (ประเมินตนเอง) และทีมบริหารอย่างชัดเจน โดยนำผลการประเมินมาใช้พัฒนาสมรรถนะและกำหนดค่าตอบแทน ใช้หลักการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลอย่างมีจริยธรรมเพื่อการดำเนินการโดยมีการคำนึงถึงการบริการและการปฏิบัติที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้นำระดับสูงสนับสนุน จัดโครงการ “เพื่อนใจ” เพื่อให้บุคลากรมีช่องทางในการประเมินสุขภาพใจ เมื่อบุคลากรมีความรู้สึกปลอดภัย มีความสุขกับการทำงานจะส่งเสริมให้การบริการด้าน HFM มีประสิทธิภาพ ผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์ได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของสังคมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร RFS กำหนดกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรโดยกำหนดกรอบเวลา กำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินงาน รวมทั้งศึกษา เครื่องมือสำคัญ ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญและทันสมัย เพื่อช่วย สนับสนุนการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร ให้บรรลุวิสัยทัศน์องค์กร โดยกระบวนการวางแผนกลยุทธ์



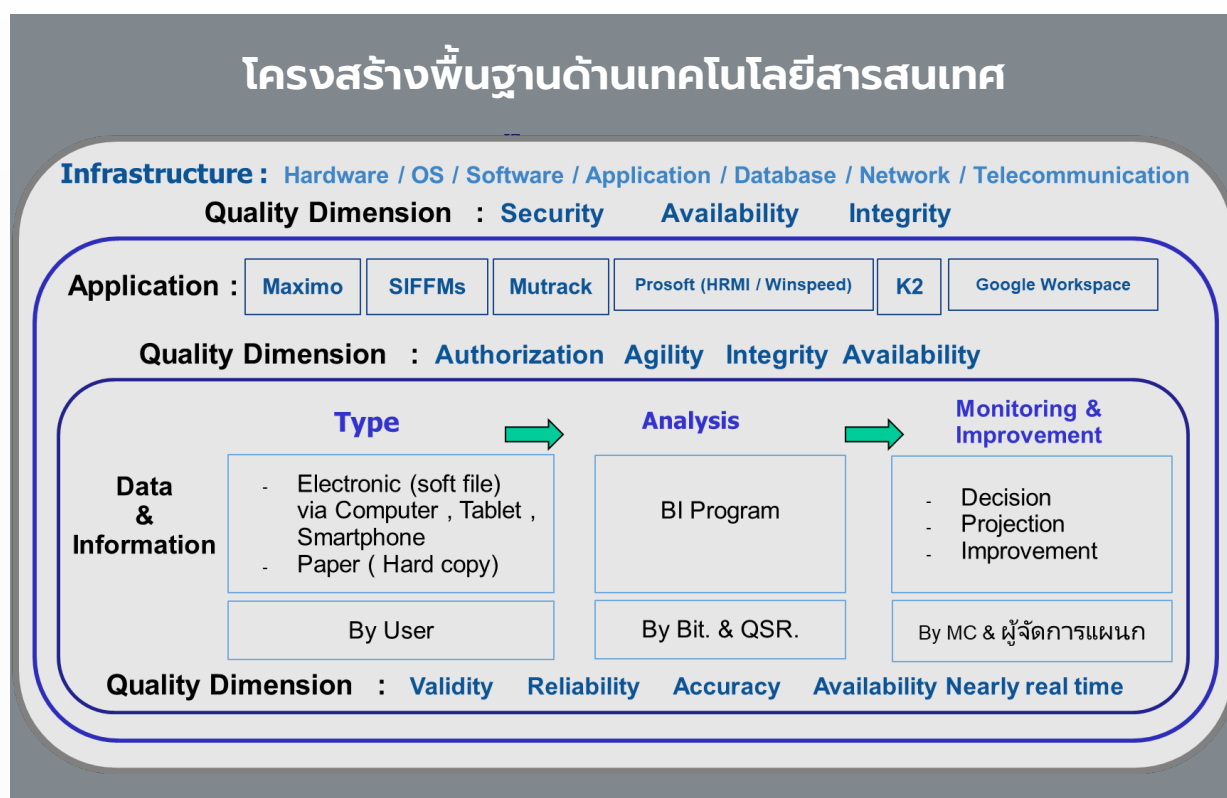
แบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน ขั้นตอน 1-3 เป็นการวางแผนและทบทวนกลยุทธ์ ขั้นตอน 4-6 เป็นการนำสู่การปฏิบัติ และขั้นตอนที่ 7 เป็นการทบทวนและปรับปรุง ซึ่งมีการดำเนินการเป็นประจำทุกปีและเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการจัดทำกลยุทธ์มีการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกโดย วิธี SWOT Analysis & TOWS Matrix ทำการทบทวนความท้าทาย ความได้เปรียบและโอกาสเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งสมรรถนะหลัก กำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยระบุเป้าหมาย ระยะเวลาและตัวชี้วัด ทำการสื่อสารถ่ายทอดสู่ฝ่ายต่าง ๆ และผู้ปฏิบัติงาน เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้อง และนำหลักการ SMART ร่วมกับ BSC มาใช้กำหนดตัวชี้วัดระดับองค์กรเพื่อติดตามผลการดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจในความสำเร็จ

ลูกค้า

RFS กำหนดและทบทวนกระบวนการมุ่งเน้นลูกค้า ตามแนวทางการปรับปรุงผลการดำเนินการขององค์กรด้วยแนวคิด PDCA ตั้งแต่การจำแนกลูกค้า ซึ่งลูกค้าของ RFS แบ่งเป็น 2 กลุ่มตามรูปแบบการให้บริการ คือ 1. ลูกค้าภายในคณะฯ RFS ให้บริการ เป็นแบบ Shared service และ 2. ลูกค้าภายนอกคณะฯ เป็นแบบการให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้า องค์กรกำหนดวิธีการรับฟังเสียงของลูกค้าเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบบริการและกระบวนการสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า มีกระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า สนับสนุนข้อมูลที่สำคัญให้กับลูกค้า มีระบบการจัดการกับข้อร้องเรียน รวมถึงการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า นำมาปรับปรุงการบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบและปรับปรุงการบริการและกระบวนการสำคัญ รวมทั้งเป็นปัจจัยนำเข้าในการทบทวนกลยุทธ์ ทำการทบทวนและปรับปรุงแนวทางรับฟังเสียงของลูกค้าเป็นประจำทุกปีและเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและกระบวนการสร้างความผูกพันของลูกค้าเพื่อความสำเร็จด้านการตลาด เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความผูกพัน ส่งผลถึงการเจริญเติบโตขององค์กร

การวัด วิเคราะห์ และการจัดการความรู้

เพื่อให้การติดตามการปฏิบัติการประจำวันและผลการดำเนินการโดยรวมขององค์กร สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน องค์กรนำตัวชี้วัดจากแผนกลยุทธ์ขององค์กรที่ผ่านการพิจารณาและอนุมัติ ตามกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ มากำหนด ตัวชี้วัดที่สำคัญพร้อมเป้าหมายโดยแบ่งเป็น 3 ระดับ 1) Corporate KPIs ติดตามความสำเร็จโดยรวมขององค์กร 2) Department/Unit KPIs ติดตามการปฏิบัติการสำคัญของหน่วยงาน และ 3) Personal KPIs ติดตามการปฏิบัติงานประจำวัน และกำหนดผู้รับผิดชอบในการกำกับติดตามการรายงานความคืบหน้า วิเคราะห์ และปรับปรุง การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอทั้งนำผลการดำเนินงานที่สำเร็จและไม่สำเร็จมาเรียนรู้ร่วมกันผ่านเวทีการประชุม ประจำเดือน และเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลสารสนเทศที่องค์กรนำมาใช้ในการติดตามและวัดผลมีประสิทธิภาพ องค์กรได้ จัดตั้ง IT Committee ทำหน้าที่วางระบบการจัดการสารสนเทศให้มีคุณภาพ พร้อมใช้และเชื่อถือได้



กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ รวมถึงสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลของพนักงานกลุ่มต่างๆ จัดหาระบบและอุปกรณ์ด้าน IT อย่างเหมาะสมและเพียงพอต่อการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ และทำให้ได้นำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน สำหรับกระบวนการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ RFS กำหนดและทบทวนความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ใหพนักงานได้เรียนรู้และเพิ่มสมรรถนะด้วยตนเองและเรียนรู้ระหว่างการปฏิบัติงานจากหัวหน้า และผู้ควบคุมงาน มีกระบวนการสร้างและจัดเก็บองค์ความรู้เพื่อนำไปเผยแพร่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยวิธีการที่หลากหลาย มุ่งเน้นการปฏิบัติที่เป็นเลิศ มีการทบทวนและปรับปรุงการจัดการความรู้ให้เหมาะสม

บุคลากร



บุคลากรเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ โดย RFS จัดตั้งคณะกรรมการทรัพยากรบุคคล (HRMC) เพื่อวางนโยบายและแนวทางปฏิบัติ กำกับติดตาม ทบทวนและปรับปรุงให้พนักงานขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งการพิจารณาด้านขีดความสามารถและอัตรากำลังคนถึงผลิตภาพ (Productivity Base) มีการพัฒนาความรู้ความสามารถ การประเมินผลการปฏิบัติงานโดยนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาสมรรถนะและเชื่อมโยงกับผลตอบแทน รางวัล และการปรับระดับตำแหน่งงาน องค์กรมีแนวทางเสริมสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เปิดกว้าง เน้นการสื่อสารแบบสองทิศทาง เพื่อให้บุคลากรมีความผูกพัน จึงกำหนดหลักการสำคัญได้แก่ 1) การสื่อสารเพื่อให้เกิดการเข้าใจ โดยผู้นำระดับสูงเป็นผู้สื่อสารในเรื่องที่สำคัญด้วยตนเอง 2) การสร้างทัศนคติที่ดีและนำไปปฏิบัติ โดยผู้นำระดับสูงเป็นแบบอย่างตามค่านิยม 3) การส่งเสริมพฤติกรรมที่ดีตามค่านิยมและวัฒนธรรม โดยผู้นำและผู้จัดการแผนกย่อยชมเชยผู้ปฏิบัติตนตามค่านิยมผ่าน Gold slip ซึ่งเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน สำหรับการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงาน องค์กรวางระบบให้บุคลากรมีส่วนร่วมผ่านคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ซึ่งผ่านการคัดเลือกจากบุคลากรโดยตรง เพื่อสร้างพื้นที่ให้บุคลากรมีส่วนร่วมเสมือนเป็นเจ้าของ

การปฏิบัติการ

เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า และบรรลุพันธกิจอย่างต่อเนื่อง องค์กรออกแบบการบริการและกระบวนการทำงาน รวมทั้งประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน โดยมีการทบทวนเป็นประจำทุกปีในกระบวนการจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ มีการกำหนดการออกแบบบริการและกระบวนการอย่างเป็นระบบตาม PDCA ค้นหาข้อกำหนดของการบริการและกระบวนการ จากนั้นนำไปออกแบบกระบวนการที่สำคัญพร้อมกำหนดตัวชี้วัดโดยใช้ SIPOC & Service Blueprint แบ่งเป็นกระบวนการหลัก กระบวนการสนับสนุน และการจัดการเครือข่ายอุปทาน จัดทำ SOP และ WI ทำการสื่อสารสู่ผู้เกี่ยวข้อง ทดลองปฏิบัติและฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถต่อการปฏิบัติงาน มีการกำกับติดตามผ่านตัวชี้วัดของกระบวนการใน Daily Brief, Huddle และการตรวจติดตามภายใน มีการวางระบบป้องกันภัยบนโลกไซเบอร์ และจัดการให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยโดยพิจารณาจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการปฏิบัติการและกรณีภัยพิบัติหรือภาวะฉุกเฉิน เพื่อให้การดำเนินการของลูกค้าและบริษัทไม่หยุดชะงัก



บริษัท อาร์เอฟเอส จำกัด

270 อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ ชั้น 8 โรงพยาบาลรามาธิบดี
ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
โทร 02 764 6555 | แฟกซ์ 02 764 6556 อีเมล academy@rfs.co.th