คณะแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
FACULTY OF MEDICINE
PRINCE OF SONGKLA UNIVERSITY

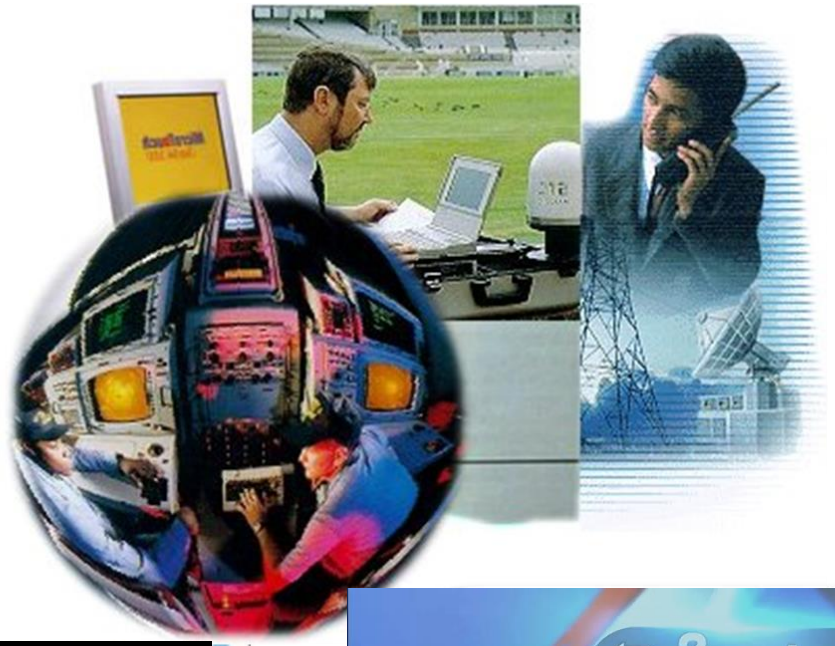
กระบวนการพลิกฟื้นสู่การบริการที่ประทับใจ
(SRP: Service Recovery Process)

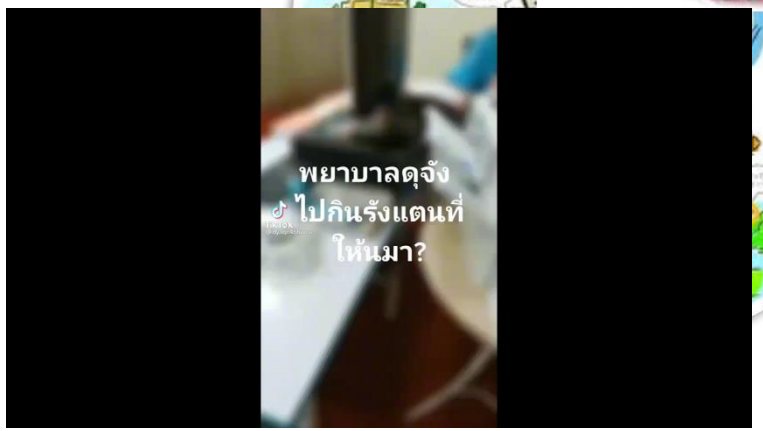
ลักษมี สารบรรณ
ผู้จัดการ HACC-ST

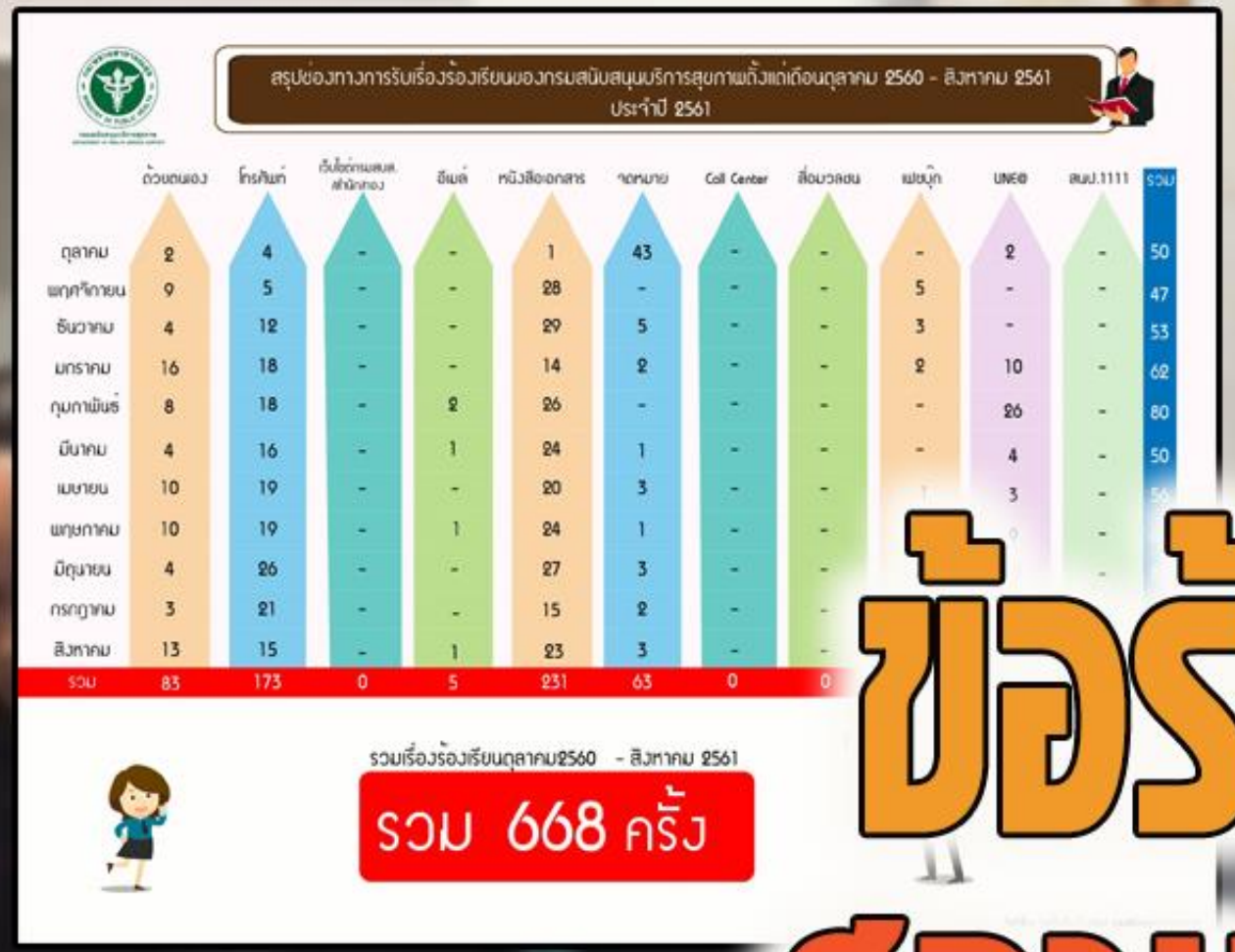
ปรัชญาชี้นำ

“ขอให้ถือประโยชน์ส่วนตน เป็นที่สอง ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์ เป็นกิจที่หนึ่ง ลาภ ทรัพย์ และเกียรติยศ จะตกแก่ท่านเอง ถ้าท่านทรงธรรมมะแห่ง

“ทำไมต้องเปลี่ยน/พ







ข้อร้องเรียน สถานพยาบาล

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และทิศทางความเป็นเลิศทางวิชาการ

ปีงบประมาณ 2563-2567

วิสัยทัศน์

คณะแพทยศาสตร์ เพื่อเพื่อนมนุษย์

Dedicated & Excellent Medical School for Mankind

พันธกิจ

1. ผลิตและพัฒนาแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ คุณธรรม และจริยธรรม โดยยึดถือประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง
2. ให้บริการด้านรักษาพยาบาลที่เป็นเลิศจนถึงระดับเหนือกว่าตติยภูมิ ด้วยจิตวิญญาณ โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์
3. สร้างงานวิจัยที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ บนพื้นฐานวัฒนธรรม การวิจัยและนวัตกรรม
4. ให้บริการวิชาการ ที่ตอบสนองความต้องการของสังคมไทย และเชื่อมโยงสู่เครือข่ายสากล

ค่านิยม (Core value)

MEDPSU

Mankind **E**xcellence **D**edication **P**rofessionalism **S**ocial responsibility **U**nity

ถือประโยชน์เพื่อนมนุษย์ **มาตรฐานสูงสุด**เพื่อทุกชีวิต **อุทิศตน**เพื่องาน **เชี่ยวชาญ** มีจรรยาบรรณ สรรค์สร้าง**เพื่อสังคม** ผสานผสม**เป็นหนึ่งเดียว**

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO)

1 Internationalization

พัฒนาคณะแพทยศาสตร์ไปสู่การเป็นคณะแพทย์ชั้นนำที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

2 Networking and Societal responsibility

เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือ ร่วมกันอย่างเต็มศักยภาพ รวมถึงการนำองค์ความรู้มาปรับใช้ในสภาพความต้องการและปัญหาที่แท้จริงของสังคมและชุมชน

3 Smart Organization

สร้างองค์กรอัจฉริยะ สร้างระบบการเรียนรู้ เสริมปัญญา และสร้างเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมองค์กรให้ใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีอย่างคุ้มค่า

ทิศทางความเป็นเลิศทางวิชาการในการพัฒนา
คณะแพทยศาสตร์ปี 2563 – 2567

1. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการแพทย์แบบเฉพาะเจาะจง (Precision medicine / Genomic)
2. การดูแลรักษาผู้ป่วยในกลุ่มโรคอุบัติใหม่ อุบัติซ้ำ และการควบคุมการแพร่กระจายเชื้อในโรงพยาบาล
3. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านโรคอ้วน เพื่อส่งเสริมความเป็นเลิศของคณะแพทย์ในการรักษาโรคอ้วนแบบครบวงจร และครอบคลุมด้านวิจัย บริการรักษาพยาบาล และการฝึกอบรม
4. การดูแลผู้ป่วยสูงอายุ (Aging)
5. การปลูกถ่ายเซลล์ต้นกำเนิดหรือการปลูกถ่ายไขกระดูก (Stem cell)
6. การบริหารจัดการสารสนเทศเพื่อสุขภาพและการศึกษา (Health & Educational Informatics)
7. นำแนวคิด Translational Medicine สนับสนุนการศึกษาวิจัยที่นำไปสู่การประยุกต์ในผู้ป่วย โดยใช้วิทยาศาสตร์การแพทย์เป็นพื้นฐาน
8. สร้างโรงพยาบาลในระบบ Privatization ขนาด 300 เตียง เพื่อขยายศักยภาพในการดูแลผู้ป่วยในระบบบริการพิเศษและการพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต

Songklanagarind Quality Way is Never-Ending Journey For AHA

2544

- Hospital Accreditation (HA) 2544-2546

2547

- Claim Award 5 ปีติดต่อกัน 2547-2551

2548

- HA 1st Re-accreditation (2547-2550)

2550

- TQC
- 5S Sliver Award
- HA 2nd Re-accreditation (2550-2553)

2552

KAIZEN Trophy Award

2553

KAIZEN Award (Gold, 2Silver, Trophy), Lean Silver Award

Songklanagarind Quality Way is Never-Ending Journey For AHA

- AHA 26 สค.2563- 25 สค.2566

2562 **2563** - รับการตรวจ AHA 24-26 ธค.2562, 19 สค.2563

Informal AHA 2 (15-16 ส.ค.62)

Informal AHA 1(18-19ก.ค.62)

2561 ตามรอยคุณภาพความเสี่ยง (7-8 พ.ค.62)

Gap Assessment2(28 -1 มี.ค.2562)

Gap Assessment 1(7 กันยายน 2561)

2560 – HA 5th Re-accreditation (2560-2563)

2559 KAIZEN Award (Gold, Silver)

2557 – HA 4th Re-accreditation (2557-2560)

PMQA: การพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ และการบูรณาการการบริการที่เป็นเลิศ

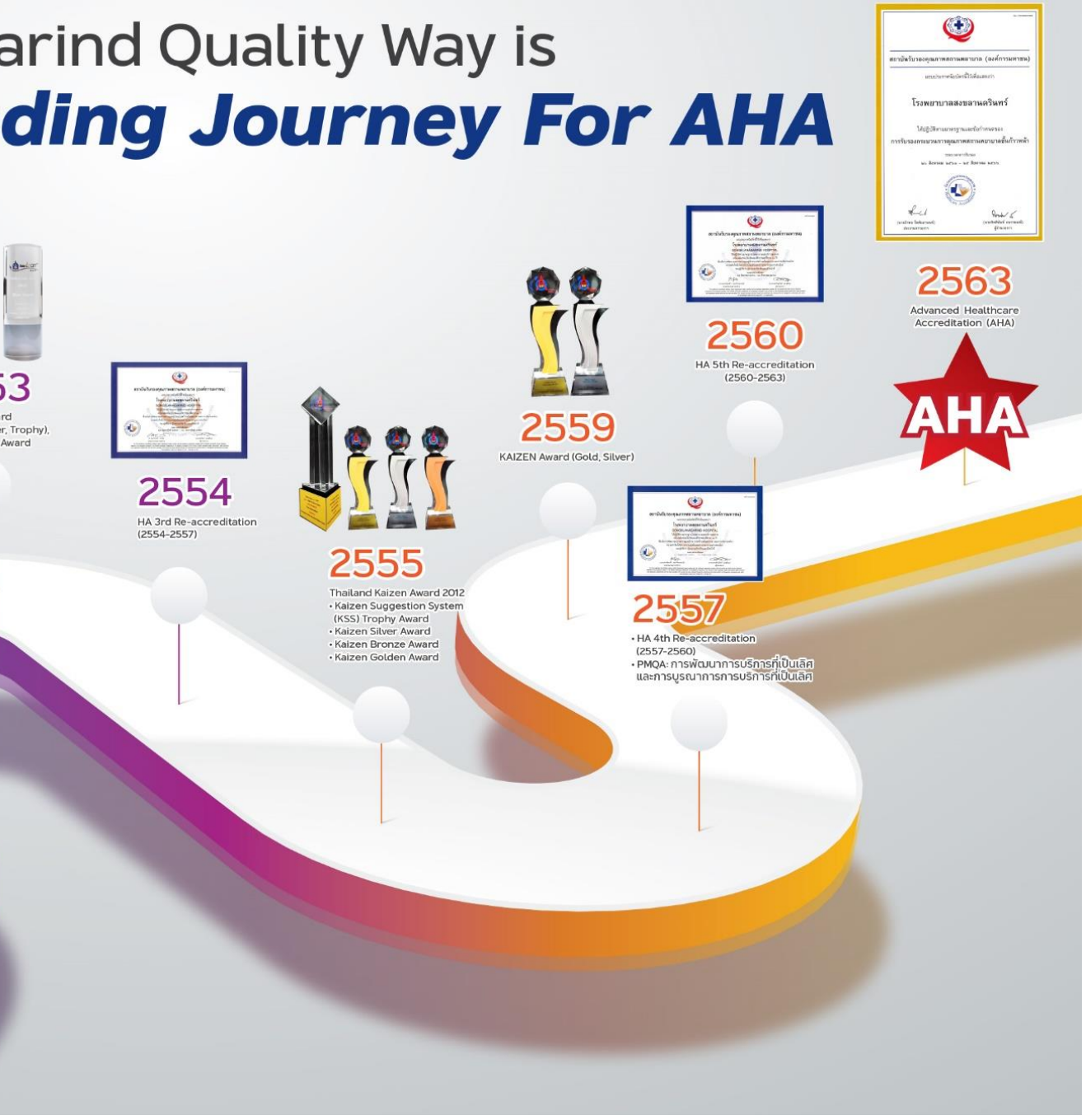
2555 Thailand Kaizen Award 2012

* Kaizen Suggestion System (KSS) Trophy Award

* Kaizen Silver Award* Kaizen Bronze Award * Kaizen Golden Award

2554 – HA 3rd Re-accreditation (2554-2557)

Songklanagarind Quality Way is
Never-Ending Journey For AHA



2544
Hospital Accreditation (HA) 2544-2546

2547
- HA 1st Re-accreditation (2547-2550)
- Claim Award 5 ปีติดต่อกัน 2547-2551

2550
- TQC
- 5S Sliver Award
- HA 2nd Re-accreditation (2550-2553)

2552
KAIZEN Trophy Award

2553
- KAIZEN Award (Gold, 2Silver, Trophy),
- Lean Silver Award

2554
HA 3rd Re-accreditation (2554-2557)

2555
Thailand Kaizen Award 2012
- Kaizen Suggestion System (KSS) Trophy Award
- Kaizen Silver Award
- Kaizen Bronze Award
- Kaizen Golden Award

2557
- HA 4th Re-accreditation (2557-2560)
- PMQA: การพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ และการบูรณาการการบริการที่เป็นเลิศ

2559
KAIZEN Award (Gold, Silver)

2560
HA 5th Re-accreditation (2560-2563)

2563
Advanced Healthcare Accreditation (AHA)

AHA

The essential for AHA

Organization Performance Excellence

Systematic Process management

Quality Improvement , Learning, Innovation

Core Value driven organization

ความพึงพอใจในการบริการ (Customer's Satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ผู้รับบริการ/ผู้ใช้บริการ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

ผู้ให้บริการ จะต้องค้นหาความต้องการของผู้รับบริการเพื่อตอบสนองและให้การบริการที่ถูกใจ

การพัฒนาทักษะสู่การบริการเชิงรุก

KUS → Smart Service

A
- แสวงหาความรู้ใหม่ (**K**nowledge)
- สร้างความเข้าใจ (**U**nderstanding)
- ฝึกความสามารถ ทักษะใหม่ (**S**kills)
- สร้างเจตคติต่อตน คน งาน

Service
- รู้(ใจ)คน
- เข้าใจงาน
- สื่อสารเป็น
- แสดงออกอย่างเหมาะสม

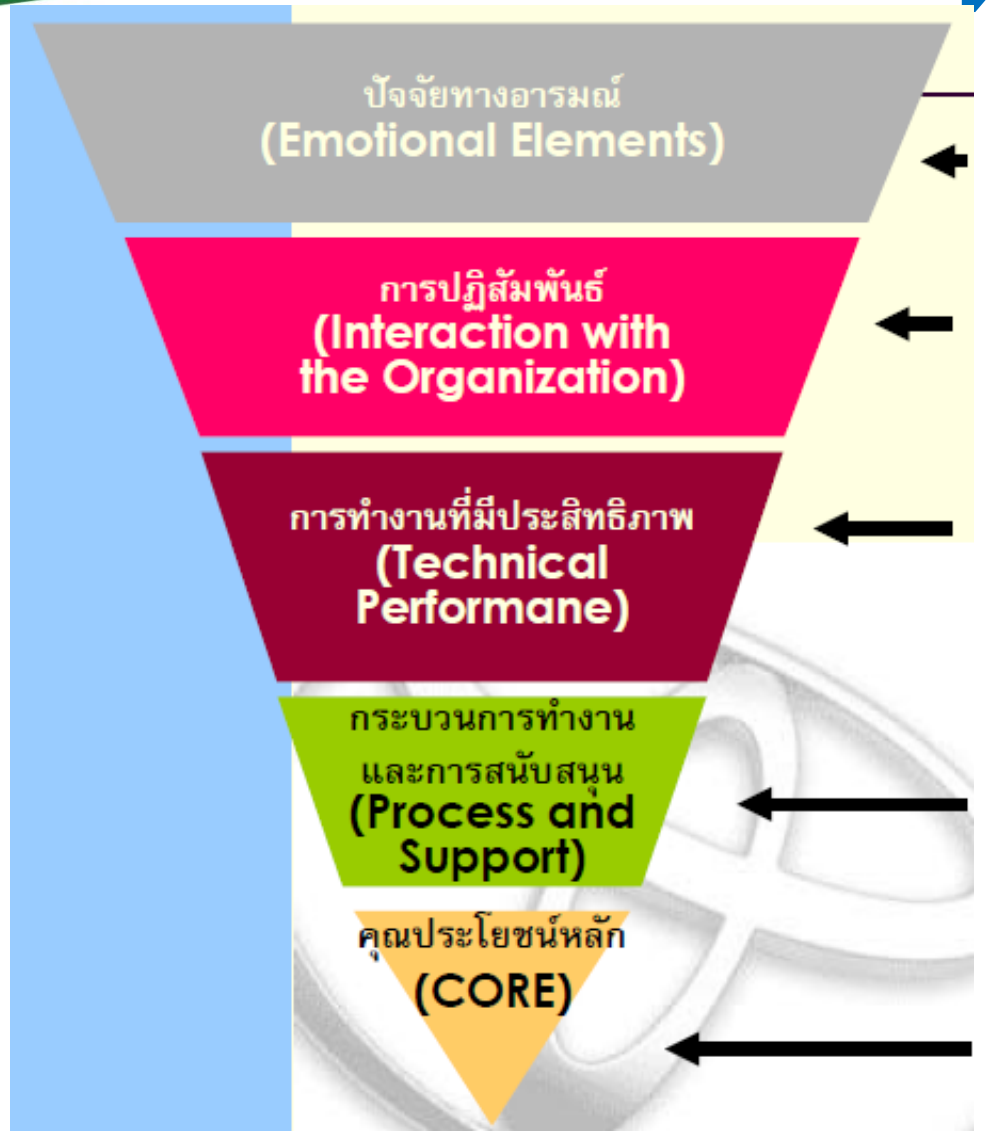
$$\text{ความพึงพอใจในการบริการ} = \frac{\text{ความรู้สึกทั้งหมดของลูกค้า}}{\text{ความคาดหวังของลูกค้า}}$$

การจะให้บริการที่ดีและเกิดความประทับใจได้นั้น

ผู้ให้บริการจะต้องทราบว่า.....

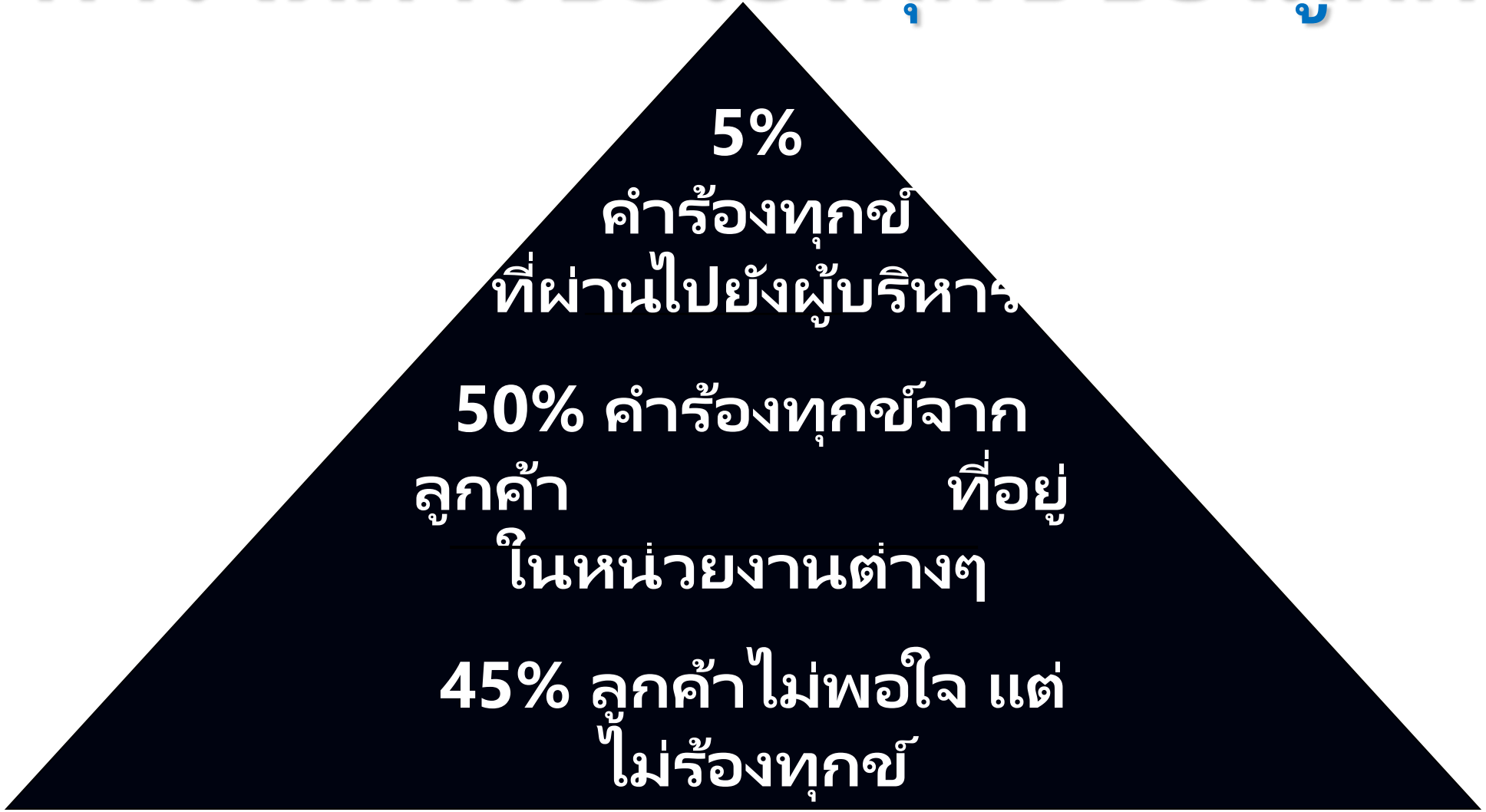
1. ผู้มาใช้บริการของเราคือใคร
2. เขาคาดหวังอะไรจากเราบ้าง

อะไรบ้างที่ทำให้ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ

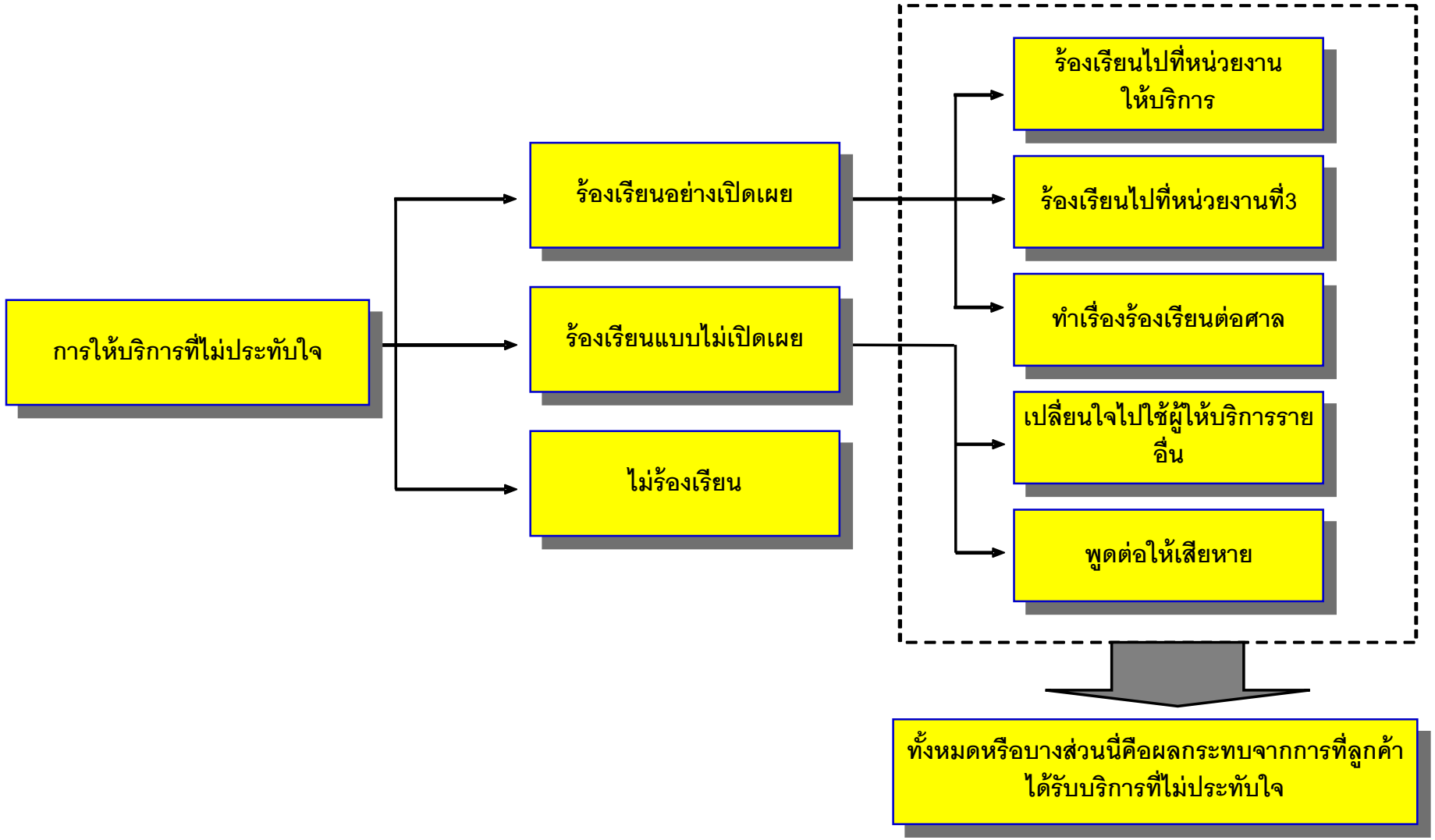


- อารมณ์ไม่ดี รู้สึกว่าดูแลไม่ดี
- ปฏิสัมพันธ์ไม่ดี บริการไม่ดี พูดไม่ดี
- ทำงานไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ได้มาตรฐาน ไม่รักษาสัญญา
- กระบวนการทำงาน ติดต่อ

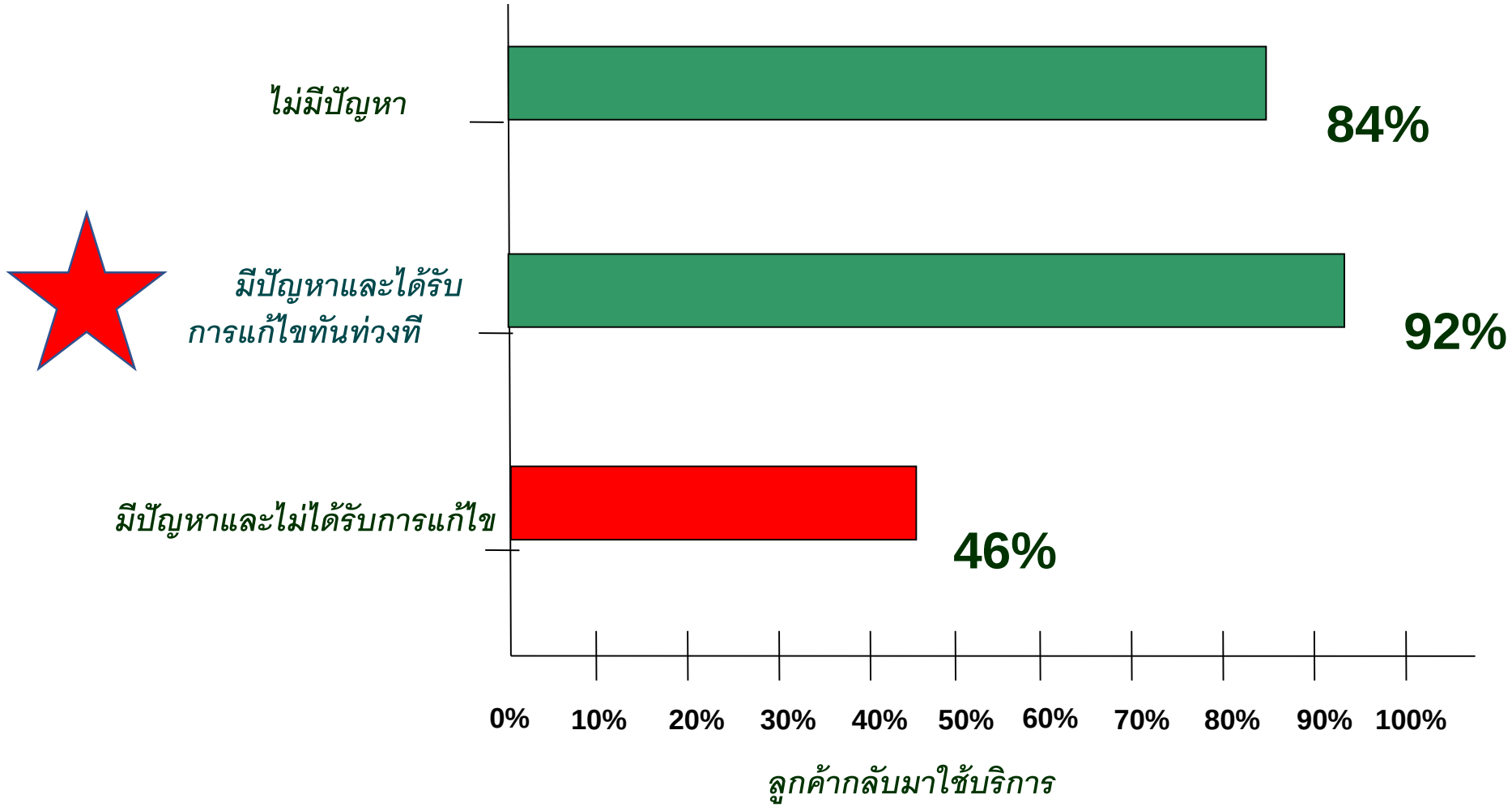
การจัดการข้อร้องทุกข์ของลูกค้า



การแสดงออกของลูกค้าที่ไม่พอใจ

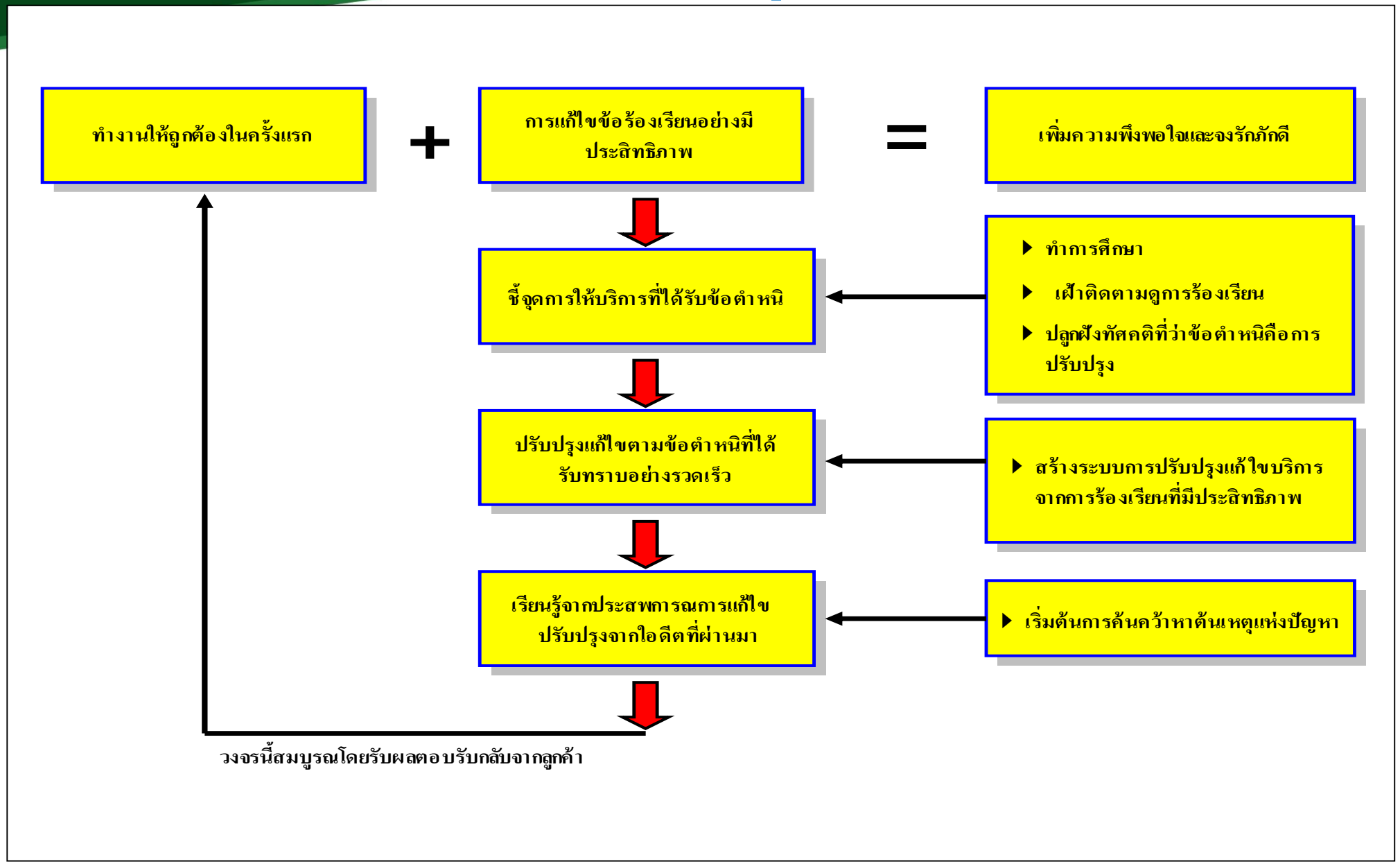


ผลลัพธ์ของกระบวนการจัดการคำบ่น/คำร้องทุกข์



Source: IBM-Rochester study

กระบวนการพลิกฟื้นสู่การบริการที่ประทับใจ



กระบวนการพลิกฟื้นสู่การบริการที่ประทับใจ (Service) rec

ปฏิบัติที่ถูกต้อง
ตั้งแต่แรก QA

+

การจัดการข้อ
ร้องเรียนอย่างมี
ประสิทธิภาพ

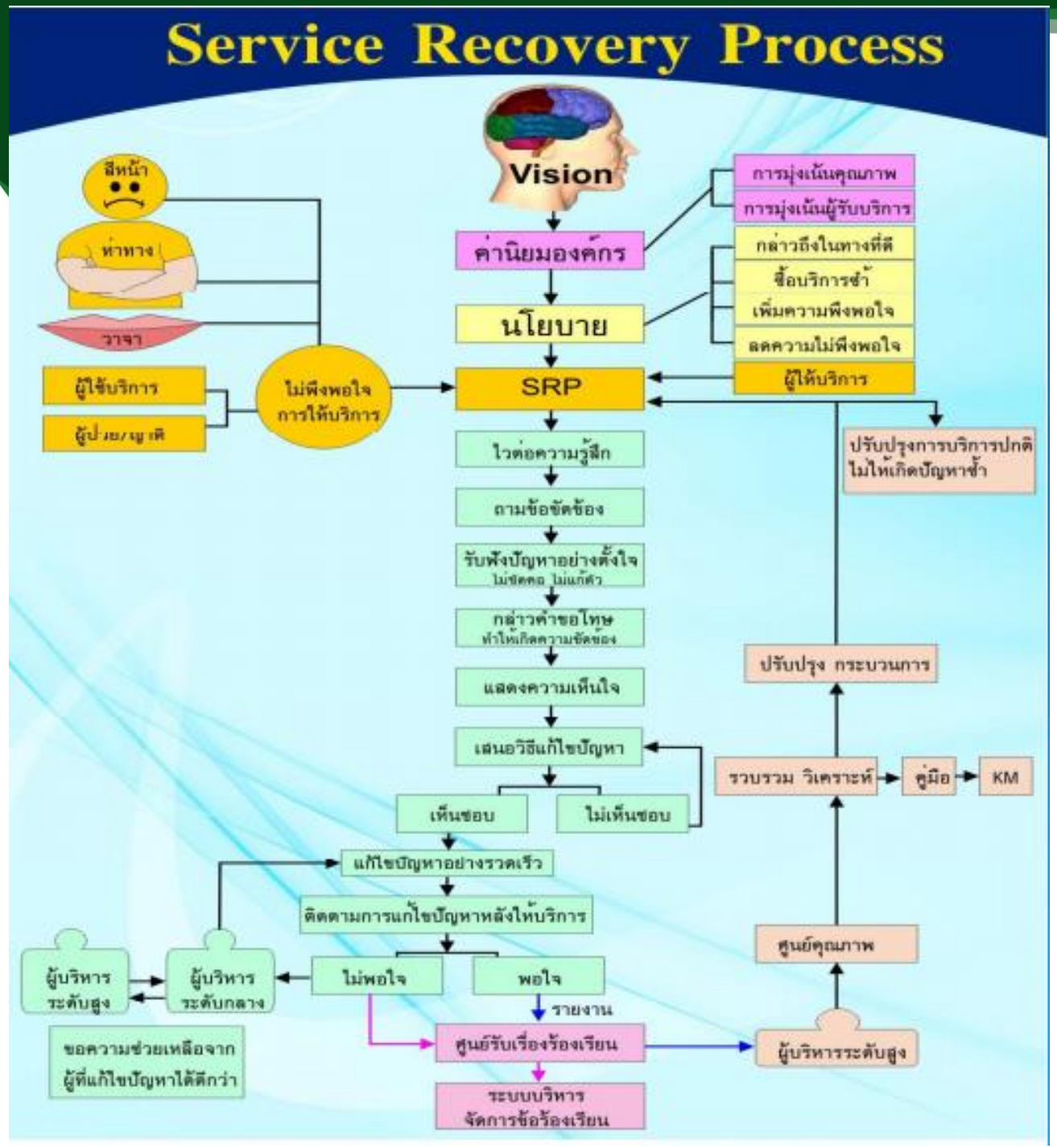
เสริมสร้างความพึงพอใจ
กล่าวถึงในทางที่ดี

เป้าหมายในการรับมือข้อร้องเรียนของลูกค้า

1. ลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า
2. แก้ปัญหาให้กับลูกค้า
3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

SRP ใครบ้าง หลังเกิดเหตุ

1. **The first victim** หมายถึงผู้ป่วย ญาติ ครอบครัว
2. **The second victim** หมายถึงผู้มีส่วนให้เกิดอุบัติการณ์ ผู้ให้บริการ ทีมสุขภาพ
3. **The third victim** หมายถึงองค์กร โรงพยาบาล องค์กรวิชาชีพ ระบบของประเทศ



Service Recovery Process

กระบวนการแก้ไขความไม่พึงพอใจก่อนกลายเป็นข้อร้องเรียน ประกอบด้วย

1. ไวต่อการรับรู้ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการโดยสังเกตสีหน้า ท่าทาง น้ำเสียงและวาจา
2. ถามถึงข้อขัดข้องที่เกิดขึ้น
3. รับฟังปัญหาอย่างตั้งใจ
4. กล่าวคำขอโทษ แสดงความเห็นอกเห็นใจ
5. เสนอวิธีแก้ไขปัญหา
6. ปฏิบัติการแก้ไขอย่างรวดเร็ว
7. ติดตามการแก้ไขอย่างรวดเร็ว
8. แก้ปัญหาเพิ่มเติมด้วยตนเองหรือขอความช่วยเหลือจากผู้ที่สามารถแก้ปัญหาได้ดีกว่า
9. รายงานเหตุการณ์ไปยังศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ผู้ให้บริการของโรงพยาบาลฯ ใช้ service recovery process ทุกครั้งเมื่อผู้รับบริการไม่พึงพอใจ ซึ่งอาจเกิดขึ้นระหว่างการติดต่อโดยตรงหรือทางโทรศัพท์ ทั้งนี้เพื่อลดความไม่พึงพอใจ เพิ่มการกลับมาใช้การบริการซ้ำ และกล่าวถึงในทางที่ดี

Workshop SRP

"การแก้ปัญหาของผู้ใช้บริการ"

Workshop SRP

- ทำกิจกรรมรายกลุ่ม แบ่งเป็น 4 กลุ่ม
- ให้เวลาทำกลุ่ม 5 นาที คิดสถานการณ์ตามโจทน์และการแก้ปัญหาทั้งที่สำเร็จ และไม่สำเร็จ (เรื่องส่วนตัว การเรียน หรืออื่นๆ)ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว
- ให้เวลานำเสนอ 3 นาที่ ช่วยกันให้ข้อคิดเห็น/เพิ่มเติม 2 นาที

เวลาอาจปรับตามความเหมาะสม

กลุ่ม 1

คุณจะทำอย่างไร ถ้าผู้ใช้บริการ ไม่เข้าใจ บ่น และถามคำถามที่คุณไม่รู้คำตอบ

กลุ่ม 2

คุณจะทำอย่างไร

ถ้าต้องปฏิเสธ คำขอของผู้ใช้บริการ

กลุ่ม 3

คุณจะทำอย่างไร

หากผู้ใช้บริการ หมดความอดทน และแสดงอารมณ์รุนแรง

กลุ่ม 4

คุณจะทำอย่างไร

หากการให้บริการ เกิดความผิดพลาด และเกิดปัญหาขึ้นกับผู้ใช้บริการ

แนวทางในการพลิกฟื้นสู่การบริการที่ประทับใจอย่างมีประสิทธิภาพ

- **WIN-WIN Situation**
- แก้ไขด่วน
- ยอมรับข้อผิดพลาดข้อขัดข้อง แต่ไม่ใช่ตั้งใจค้าน
- เข้าใจปัญหาในมุมมองของลูกค้า
- อย่าโต้เถียง
- รับรู้ความรู้สึกของลูกค้า
- ยกผลประโยชน์ให้ลูกค้าในกรณีที่ไม่แน่ใจ
- พยายามชี้แจงขั้นตอนการแก้ปัญหา
- แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงความก้าวหน้าในการแก้ปัญหา
- ตระหนักถึงการจ่ายเงินชดเชย
- เน้นการอ่อนน้อมเพื่อความ

แนวทางปฏิบัติเมื่อได้รับคำต่อว่าโดยท่องคาถา “8 ไม่” ไว้ในใจจะได้ผลดี

- ไม่โต้เถียง ต้องทนฟัง
- ไม่พูดสวน ต้องฟังให้จบ
- ไม่บอกปัด ต้องรับเรื่องไว้เอง
- ไม่ผัดผ่อน ต้องถือเป็นเรื่องด่วน
- ไม่โยนกลอง ต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน
- ไม่แสดงความข้องใจ ต้องแสดงความเชื่อถือ
- ไม่ปฏิเสธความรับผิดชอบ ต้องกล้ารับผิดหากผิดจริงถ้าไม่มีอำนาจจัดการแก้ไขปัญหา จงติดต่อผ่านเรื่องไปยังผู้มีอำนาจแก้ไข
- ไม่พูดก่อนคิดทบทวน 2 ครั้ง ต้องใคร่ครวญก่อนพูดทุกครั้ง

ลูกค้าแต่ละประเภทไม่ได้เป็นพระเจ้า

จะอย่างไรก็เป็นลูกค้าอยู่วันยังค่ำ

เป็นลูกค้าที่ท้าทายความสามารถของพนักงานในการติดต่อร่วมงานด้วย

ที่จะต้องแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดในการรับมือ

เพื่อให้ลงเอยกันได้อย่างสวยงาม

Appearance (อวัจ

ภาษากาย(Body language)

เชิงบวก(Positive signals)	เชิงลบ(Negative signals)
● นิ่ง (Stillness)	● ลูบหน้า ตา (Touching the face)
● สบตา (Sustained eyes)	● ลุกลี้ลุกลน (Nervous mannerisms)
● ผายมือ (Open palms)	● มือไม่ว่าง (Handling objects)
● เข้าถึงบริการง่าย (Easy stance)	● การชี้นิ้ว (Pointing)
● ระยะใกล้ชิด (Using “your” space)	

พัฒนาบุคลิกภาพอย่างไรเพื่อก้าวสู่สถานการณ์

1. พัฒนาเสน่ห์จากภายในเรียนรู้และเข้าใจตนเองเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกในงานบริการ
2. การพัฒนาเสน่ห์จากภายนอก
   - พัฒนาทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
   - เรียนรู้วิธีการและมารยาท การแ[illegible]ในการติดต่อกับผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม

เสน่ห์จากภายนอก
กริยา ท่าทาง การแต่งกาย
น้ำเสียง
ความรู้ ทักษะ
แรงจูงใจ
ค่านิยม
ทัศนคติ
ความเชื่อ
อารมณ์
นิสัยส่วนตัว
เสน่ห์จากภายใน

การพัฒนาเสน่ห์จากภายในด้วยทักษะ EQ

EQ - - - - Emotional Quotient

E.Q หรือ เชาว์อารมณ์ (Emotional Intelligence) ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการตระหนักรู้ถึง ความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น เพื่อการสร้างแจงจูงใจในตนเองบริหารจัดการอารมณ์ต่าง ๆ ได้ (Goleman, 1998)

Dr. Daniel Goleman

การพัฒนาเสน่ห์จากภายในด้วยทักษะ EQ

EQ - - - - Emotional Quotient

สำหรับประเทศไทย กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ความหมายของ “ความฉลาดทางอารมณ์” ว่า ประกอบด้วย เก่ง ดี มีความสุข

เก่ง หมายถึง ความสามารถในการรู้จักตนเอง มีแรงจูงใจ สามารถตัดสินใจ แก้ปัญหาและ แสดงออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

ดี หมายถึง ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และความต้องการของตนเองรู้จักเห็นใจ ผู้อื่นและมีความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม

http://www.gotoknow.org/posts/295893

การพัฒนาเสน่ห์จากภายในด้วยทักษะ EQ 4 มุมมอง

1. ทักษะในการรู้จักและเข้าใจอารมณ์ของตนเอง
2. ทักษะในการบริหารอารมณ์ของตนเอง
3. ทักษะในการอ่านอารมณ์ของผู้อื่นและการสื่อสาร
4. ทักษะที่ช่วยในการบริหารอารมณ์ของผู้อื่นและการสร้าง

Dr. Daniel Goleman

1. ทักษะในการรู้จักและเข้าใจอารมณ์ของตนเอง

- รู้สึกอย่างไร
- เมื่อเกิดอารมณ์ เกิดอะไรกับเรา
- ภาวะที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกในในทางลบ
- Self assessment
- ประโยชน์ของการตัดไฟแต่ต้นลม

2.ทักษะในการบริหารอารมณ์ของตนเอง

Goleman's Window of Opportunities

3 ทางออก

1. เปลี่ยนสถานการณ์ให้ดีขึ้น

- สร้างบรรยากาศ/จัดสิ่งแวดล้อมแบบที่เราต้องการ/เหมาะสม

➢ นำความคิดในเชิงบวกเข้ามาช่วย

2. เปลี่ยนมุมมอง

- พาตัวเราออกไปจากสถานการณ์นั้น
- พาใจเราออกไปจากสถานการณ์นั้น
  - ปัญหาคืออโกาส
  - เหมือนเป็นบุคคลที่สาม
- อนุโลม

3. ใช้เทคนิคอื่นๆ ช่วยจัดการอารมณ์

ทางร่างกาย

- Acupressure
- Tai Chi
- Yoga โยคะ
- Deep Breathing การหายใจ
- Exercise การออกกำลังกาย

ทางจิตใจ

- นั่งสมาธิ
- พิธีกรรมทางศาสนา

พลังคิดบวก ช่วยอะไรเราได้บ้าง?

https://slideplayer.in.th/slide/15137513/

คำพูด 2 วิธีคิด

“แย่แน่ละคราวนี้”	“ ไม่เป็นไรหรอก เดี๋ยวทุกอย่างจะต้องดีขึ้น”
“โชคร้ายจริงๆ เจองาน	“นี่คือบททดสอบว่าเราเป็น “มืออาชีพหรือไม่”
“เจอทางตันเข้าให้	“ มันน่าจะมีทางออกทางอื่น”
“มันเป็นไปไม่ได้”	“ยาก..แต่ทำได้”
“ไม่น่ารอด ”	“ไม่น่ายาก”

3.ทักษะในการอ่านอารมณ์ของผู้อื่นและการสื่อสาร

ทักษะการฟัง

ลักษณะของการฟังที่ดี

- มีสมาธิ
- ตั้งใจฟัง
- สนใจติดตามเรื่องราว
- มีการแสดงออกอย่างสอดคล้องกับเรื่องราวที่ฟัง
- มีการแสดงออกตอบรับเรื่องที่ฟัง

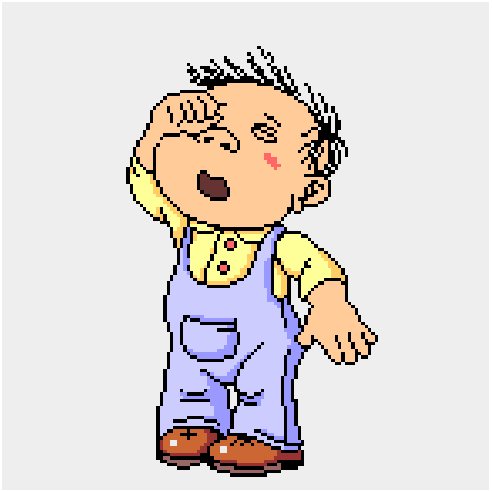
Active listening (การฟังเชิงรุก) Vs Deep listening (การฟังด้วยใจ)

การฟังเชิงรุก คือ	ข้อสังเกต
การฟังด้วยใจ ไม่ใช้แค่หูฟังอย่างเดียว	- การรู้จักพื้นหลังความทุกข์หรือความท้าทยของผู้พูด จะทำให้เราเข้าใจเขาได้มากขึ้น - สิ่งที่ผู้พูดกำลังสื่อมีมากกว่าแค่เนื้อหา ให้สังเกตสีหน้า แววตา น้ำเสียง ท่าทางระหว่างการสนทนา
การฟังที่ต้องใช้ความอดทน (ทั้งการอดทนฟังจนจบ ไม่เผลอพูดขัดตั้งคำถาม หรือตัดสินผิดถูก และการอดทนให้เวลากับผู้พูด ให้มั่นใจว่าเขามีเราที่พร้อมฟังและพร้อมเข้าไปอยู่ในโลกของเขา)	- การแนะนำของเราแม้เกิดจากความหวังดี แต่อาจปิดกั้นความเข้าใจความรู้สึกของกันและกัน ต้องระลึกอยู่เสมอว่าเรามีหน้าที่ฟัง - ผู้พูดเองอาจกำลังต้องการเวลาเพื่อเรียบเรียงความคิดความรู้สึกของตนอยู่ - หากเราในฐานะผู้ฟังสามารถเข้าไปอยู่ในโลกเดียวกับผู้พูดได้ เขาจะได้ยินเสียงของตัวเองมากขึ้น เป็นการดึงสติให้กลับมาอยู่กับปัจจุบัน
การฟังที่ควรมีการทวนความเข้าใจให้ตรงกัน (เพราะประสบการณ์ที่ต่างกัน อาจทำให้เข้าใจต่างกัน)	- การพูดย้ำสิ่งที่ได้ยินเป็นเทคนิกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้พูดฉุกคิดว่าจะทำตามที่พูดออกมาหรือไม่ เช่น ทวนคำพูดกลับมา “ที่คุณพูดว่าเป็นทุกข์และอยากตาย หมายถึงคุณมีความคิดอยากฆ่าตัวตายใช่ไหม"
การฟังที่ผู้ฟังต้องอยู่กับปัจจุบัน	- ผู้พูดอาจเผชิญกับภาวะอารมณ์สับสน ผู้ฟังจำเป็นต้องมีสติ ไม่เอนเอียงตามความรู้สึกนั้น แต่ควรคิดและติดตามเรื่องราวด้วยมุมมองเชิงบวก

อ่าน/ฟังอะไร

อ่านอะไร – สีหน้าท่าทาง น้ำเสียง เขา หรือเธอรู้สึกอย่างไร

ฟังอะไร – คำพูด เกิดอะไรขึ้น



สะท้อนกลับโดยคำพูด

สะท้อนกลับโดยคำพูด

1. ภาษานุ่มนวล 2. Feeling ความรู้สึก 3. Fact เกิดอะไรขึ้น

ผมเข้าใจครับ คุณคงรู้สึกอึดอัด ที่ติดต่อเราไม่ได้ในช่วงวันหยุด

ดิฉันเข้าใจนะคะ คุณคงผิดหวัง ที่ยังไม่ได้รับของภายในวันนี้

ดิฉันเข้าใจนะคะ เป็นเรื่องที่น่าเสียใจ ที่คุณไปร่วมงานวันนั้นไม่ทัน

ความจริงใจขึ้นอยู่กับภาษากาย

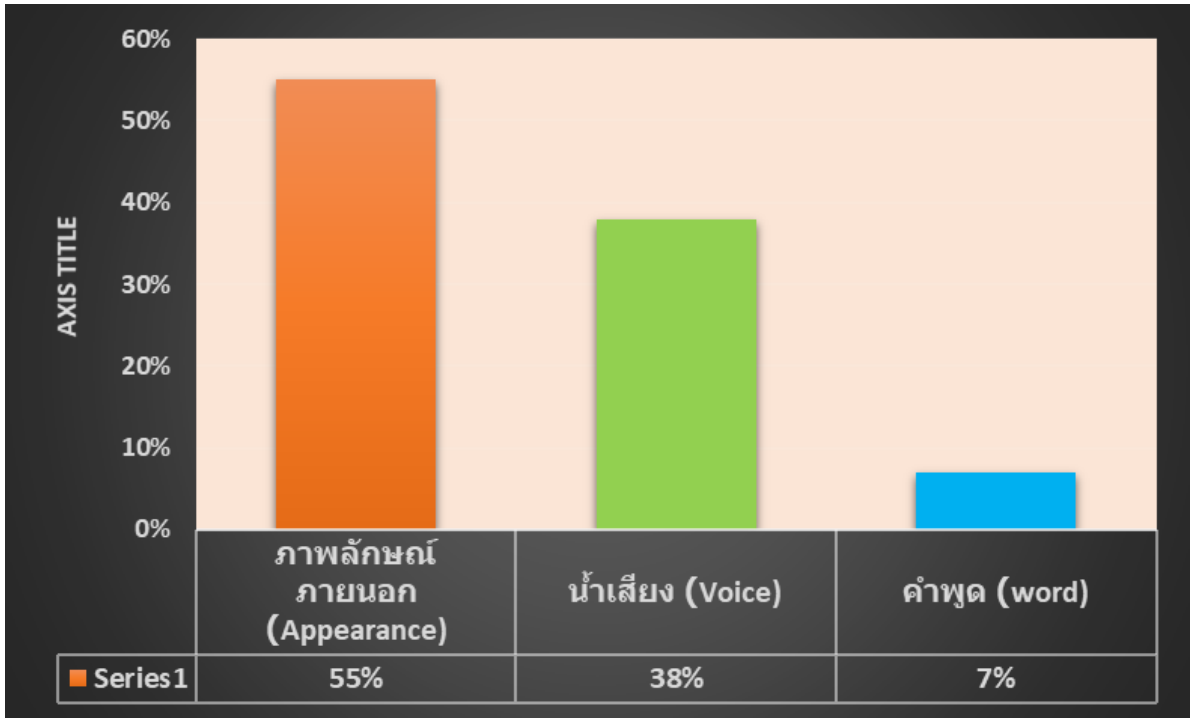
4.ทักษะที่ช่วยในการบริหารอารมณ์ของผู้อื่น และการสร้างความสัมพันธ์

Emotional Judo (Goleman Model)

1. สร้างบรรยากาศแบบที่เราต้องการ
2. หักเหความสนใจ
3. แสดงความเข้าใจ
4. เปลี่ยนมุมมองในทางที่ดี

การพัฒนาเสน่ห์จากภายนอก

ความประทับใจแรกพบ (First impression)

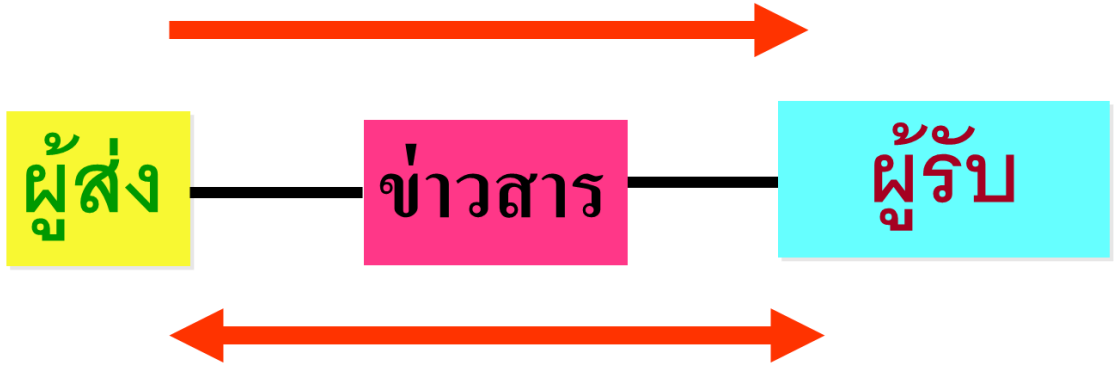


"You have 30 seconds to make a first impression, which can last up to 15 years"
(คุณมีเวลาเพียง 30 วินาทีในการสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบ ซึ่งจะยาวนานถึง 15 ปี)

ศาสตราจารย์ อัลเบิร์ท เมอราเบียน อ้างใน https://www.ms.src.ku.ac.th/km/file_share/20126191520231.pdf

การพัฒนาเสน่ห์จากภายนอกด้วยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

หลักในการสื่อสาร



เคล็ดลับในการสื่อสาร

1. จิตใจพร้อม
2. พัฒนาทักษะวัจนภาษาและอวัจนภาษา
3. ปรับเปลี่ยนการสื่อภาษาของตนเองให้เหมาะสม

การสื่อสาร
ประกอบด้วย

การสื่อสารด้วยวัจนภาษา

- การเรียบเรียงความคิด
- การเลือกใช้ถ้อยคำ
- ภาษาพูด
- ภาษาเขียน

การสื่อสารด้วยอวัจนภาษา

- สายตา
- กิริยาท่าทาง
- น้ำเสียง
- สิ่งของหรือวัตถุ
- เนื้อที่หรือช่องว่าง
- กาลเวลา
- การสัมผัส

การสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

แบ่งเป็น 3 ช่วง

การสื่อสารในช่วงเริ่มต้น

- การกล่าวทักทาย
- Small Talk

การสื่อสารในช่วงกลาง

- การค้นหาความต้องการของผู้ใช้บริการ
- การอธิบายเนื้อหา, การบอกวิธีการ
- การแก้ปัญหา

การกล่าวลา

- อย่ารีบสรุป ควรทบทวนจุดประสงค์เดิมของผู้ใช้บริการก่อน
- แนะนำเพิ่มเติมอีกเล็กน้อยที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ
- กล่าวอวยพรด้วยคำสั้นๆ
- ยิ้ม และคารวะ ตามธรรมเนียม

ขอโทษค่ะ / ครับ

ขอบคุณค่ะ / ครับ

ขอความกรุณา/ขออนุญาต

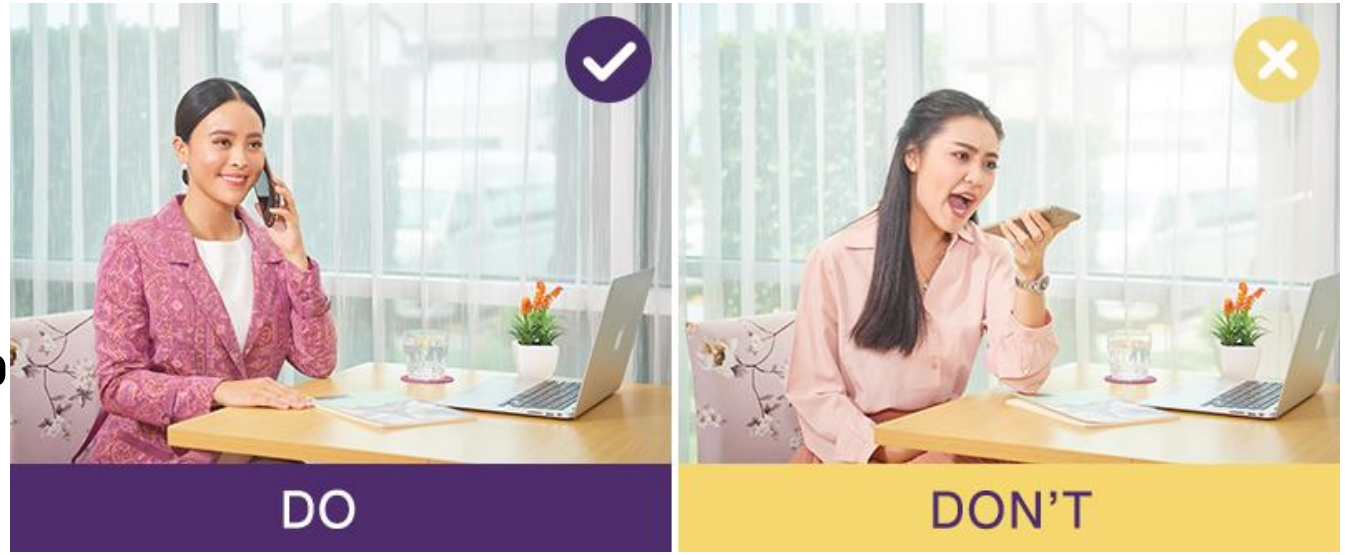
สวัสดีค่ะ / ครับ

ขออภัย / ขอประทานโท

คำพูดที่ควรพูดให้เป็นนิสัย

การรับโทรศัพท์

1. รีบรับโทรศัพท์ทันที เมื่อเสียงโทรศัพท์ดัง ไม่เกิน 3 ครั้ง
2. น้ำเสียงสุภาพ อ่อนโยน
3. ควบคุม และรักษาอารมณ์
4. คิดเสมอว่า “คนที่โทรศัพท์เข้ามาคือลูกค้า”
5. ไม่พูดจาหยอกล้อ หรือส่งเสียงดังขณะรับ โทรศัพท์
6. ปิดโทรศัพท์ทุกครั้ง เมื่อต้องการสอบถามผู้อื่น
7. เมื่อต้องการให้รอสาย แจ้ง“กรุณารอสักครู่...”
8. ขออนุญาตทราบชื่อเมื่อต้องการฝากข้อความ

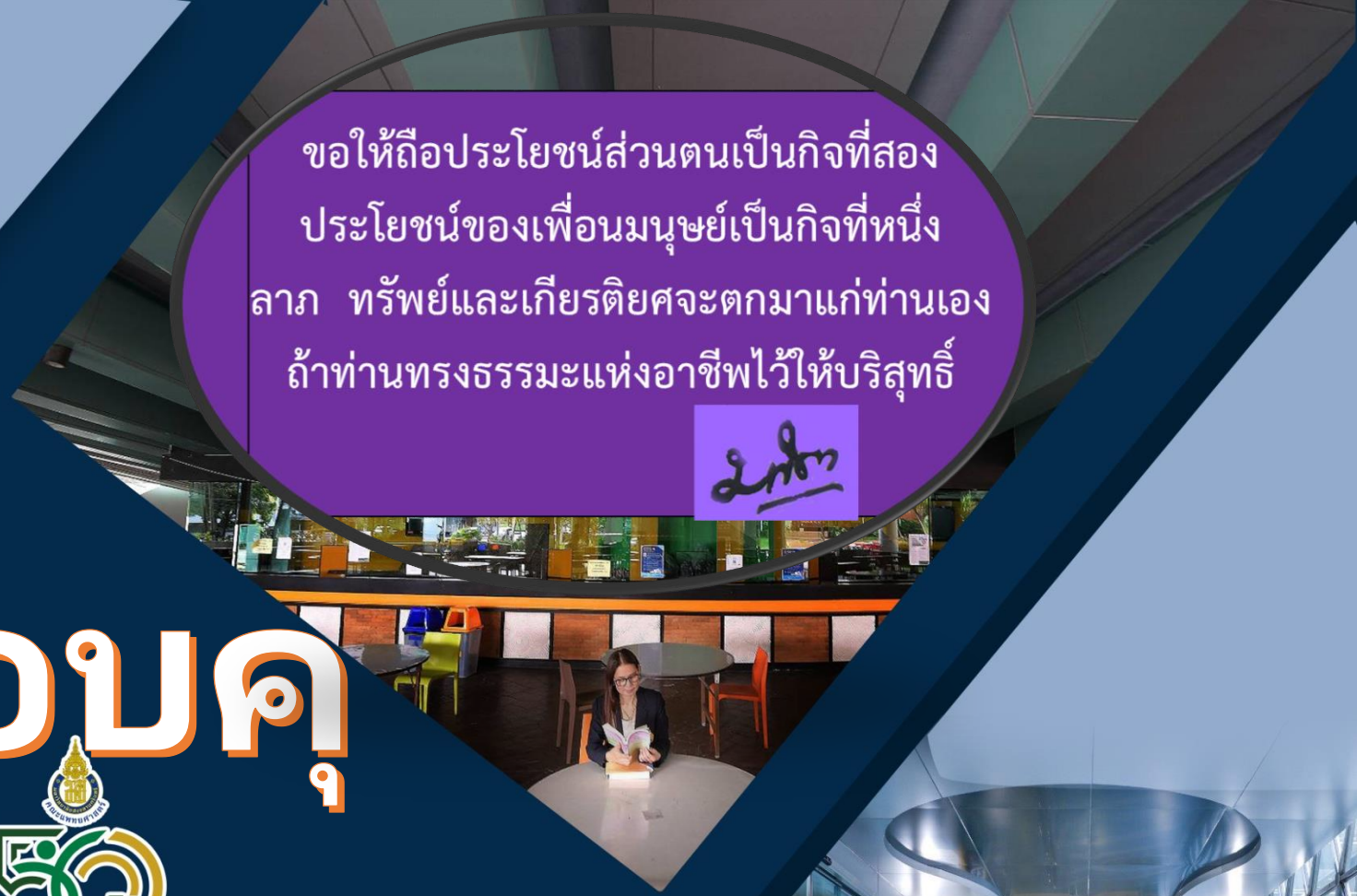


บันได 5 ขั้นสู่ชีวิตใหม่ที่มีค่าและมีความสุข

1. มองตัวเองว่ามีค่าและมีค่าทุกวัน
2. มองคนอื่นดี มองโลกในแง่ดี
3. ทำวันนี้ให้ดีที่สุด และให้คิดว่าในอนาคตจะทำได้ดีกว่านี้อีก
4. มีความหวังและเชื่อว่าอนาคตจะดีเส
5. ปรับปรุงตัวเองเสมอ

"Bright Mood Good Health"

"อารมณ์สดใส..ใจกายเป็นสุข"



ขอบคุณ

คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

FACULTY OF MEDICINE PRINCE OF SONGKLA UNIVERSITY