รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ

13-IN-12-GE-OSM-B

Multicountry Observational Study Mission on SME Best Practices in Service Excellence

ระหว่างวันที่ 2-6 กันยายน 2556

ณ กรุงไทเป ไต้หวัน

จัดทำโดย นส.ศุภริน เจริญพานิช

เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการระดับสูง 2 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 30 กันยายน 2556

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

1.1 รหัสและชื่อโครงการ : 13-IN-12-GE-OSM-B

Multicountry Observational Study Mission on SME Best Practices in Service Excellence

1.2 ระยะเวลา : ระหว่างวันที่ 2-6 กันยายน 2556

1.3 สถานที่จัด ณ กรุงไทเป ไต้หวัน

1.4 เจ้าหน้าที่เอพีโอประจำโครงการ : Mr .Muhammad Idham

1.5 จำนวนและรายชื่อวิทยากรบรรยาย

1. Dr. Wun-Hwa Chen

Professor, Department and Graduate School of Business Administration

2. Mr. Matao Ishii

Representative, Shonan Institute of Management

3. Mr. Noriharu Kaneko

Managing Director, Service Quality Management Ltd.

4. Mr. Simon Chen

Director, Service Business Division, China Productivity Center

1.6 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ : ประเทศสมาชิกส่งผู้แทนเข้าร่วมโครงการดังกล่าว จำนวน 21 คน จาก 11 ประเทศ ได้แก่ ไต้หวัน, ฟิจิ, อินเดีย, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, มองโกเลีย, ปากีสถาน, ฟิลิปปินส์, ศรีลังกา, ไทย และเวียดนาม

ส่วนที่ 2 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

2.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการ :

ภาคบริการ จัดเป็นภาคที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ดังนั้นการส่งเสริมผลิตภาพ (Productivity) และการบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) ใน SMEs ภาคบริการ จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้รายได้ต่อหัวของพลเมือง รายได้ประชาชาติ และเศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มขึ้น นำมาซึ่งความอยู่ดีกินดีของประชาชนในภูมิภาค

สำหรับประเทศไทย ภาคบริการเป็นสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจสูง มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และทวีความสำคัญมาตลอด 10 ปีที่ผ่านมา โดยข้อมูลล่าสุดของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าในปี 2554

- ภาคบริการไทยมีสัดส่วนต่อมูลค่า GDP 30.9% สูงเป็นอันดับสอง รองจากภาคการผลิตที่มีสัดส่วน 34.0% แต่สำหรับ SMEs แล้ว ภาคบริการมีสัดส่วนสูงที่สุดใน GDP SMEs คิดเป็นสัดส่วน 33.0% ขณะที่ภาคการผลิตของ SMEs มีสัดส่วนร้อยละ 31.2
- จำนวนวิสาหกิจในภาคบริการมีถึง 999,599 ราย จากวิสาหกิจของไทยทั้งสิ้น 2,652,854 ราย มากที่สุดเมื่อเทียบกับภาคการผลิตและการค้าของประเทศ และคิดเป็นจำนวน SMEs ในภาคบริการถึง 997,664 หรือ 99.81%
- จำนวนการจ้างงานในภาคบริการมี 4,109,199 คน จากจำนวนการจ้างงานของประเทศ 13,107,263 คน โดยเป็นการจ้างงานในภาคบริการที่เป็น SMEs 3,920,118 คน หรือ 95.40 % สูงสุดเมื่อเทียบกับภาคการผลิตและภาคการค้าของ SMEs

อย่างไรก็ตามแม้ภาคบริการไทยจะมีจุดแข็งหลายประการ และมีหลายสาขาที่มีชื่อเสียงระดับประเทศและรู้จักไปทั่วโลก เช่น ร้านอาหาร โรงแรม บริการสุขภาพ สปา การท่องเที่ยว แต่จำนวน SMEs ในภาคบริการที่มีอยู่มาก ส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดหลายด้านทั้งเรื่องมาตรฐาน ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ความสามารถ ผู้ประกอบการยังมีปัญหาการบริหาร จัดการ อีกทั้งภาครัฐยังขาดระบบและการทำงานที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ

โครงการ Multicountry Observational Study Mission on SME Best Practices in Service Excellence มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การศึกษา เปรียบเทียบ และแลกเปลี่ยน Best Practices ในภาคบริการของประเทศเจ้าภาพ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้เรื่องการบริการที่เป็นเลิศ หรือ Service Excellence ในประเทศทั่วเอเชีย ซึ่งจะทำให้ SMEs ภาคบริการสามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลิตภาพ และขยายตัวได้อย่างยั่งยืน

2.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย

วันจันทร์ที่ 2 กันยายน 2556

หัวข้อเรื่อง “Overview of Service Excellence in ROC” **โดย** Dr. Wun-Hwa Chen

วิทยากรไต้หวันได้ยกตัวอย่างธุรกิจ Retail ที่ประสบความสำเร็จในไต้หวัน

1. Eslite Bookstore ร้านหนังสือที่มีสาขาทั่วประเทศ นอกจากจะขายหนังสือแล้ว ยังมีร้านกาแฟ อุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องเสียง เพลง หนัง ของตกแต่งบ้าน ร้านอาหาร แกลอรี่ Key success factor (KSF) ของธุรกิจ คือ ความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
2. Shin Kong Mitsukoshi และ Pacific Sogo ห้างสรรพสินค้าชื่อดัง ตั้งอยู่ใจกลางเมือง โดดเด่นเรื่องของการออกแบบตกแต่ง และสินค้าที่หลากหลาย
3. Everich Duty Free เป็นร้านค้าขายของปลอดภาษีขนาดใหญ่ของไต้หวัน จุดแข็ง คือ การมีสินค้าหลากหลาย
4. ร้านสะดวกซื้อ 7-11 จุดแข็ง คือ การเป็น One stop service แก่ลูกค้า
5. Pxmart เป็นซูปเปอร์มาเก็ตชื่อดัง ขายทั้งอาหาร ของสด ของใช้ ของตกแต่งบ้าน และมีส่วนที่เป็น Outlet โดดเด่น เพราะราคาย่อมเยา คุณภาพดี และมีสาขากระจายทั่วประเทศ

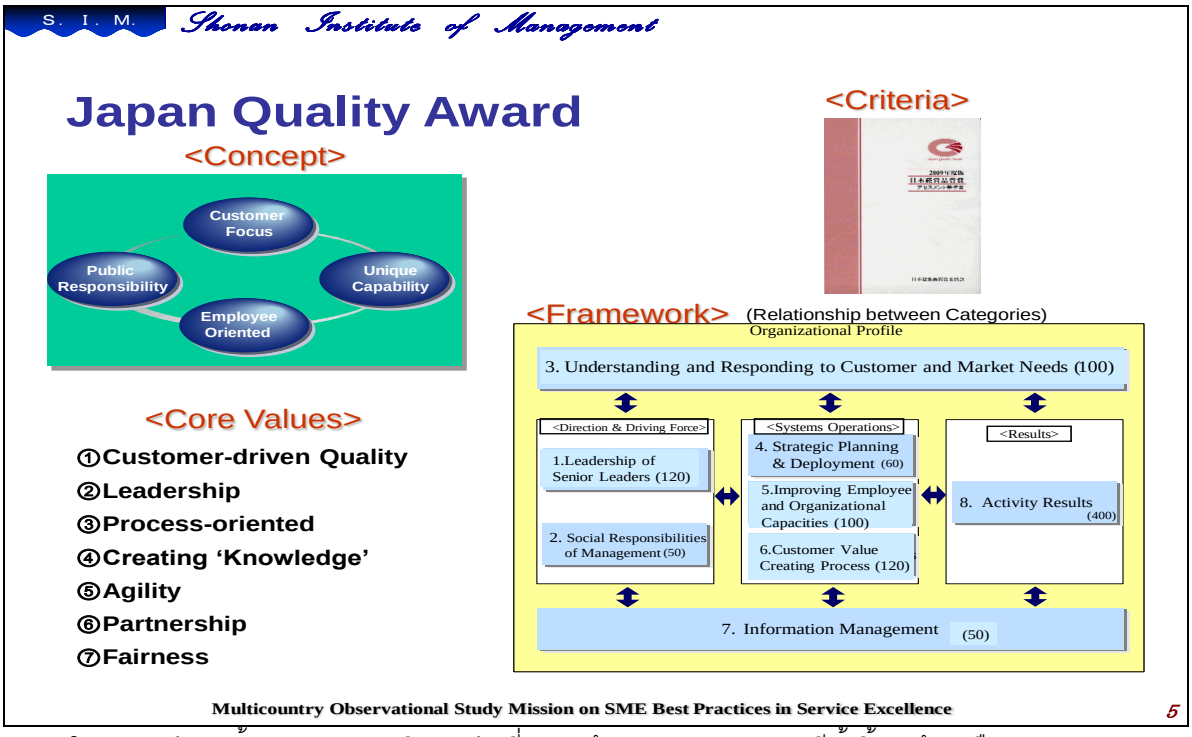
6. Tutor ABC คือ ธุรกิจสอนภาษาอังกฤษแบบ E-learning โดย KSF คือ การใช้ระบบ IT มาช่วยบริหารจัดการ เช่น Match ผู้เรียนกับครูให้ตรงตามความต้องการและเวลาของนักเรียน ใช้ครูสอนภาษาจากทั่วโลก แต่ไม่มีการจ้างประจำเลย ซึ่งค่าตอบแทนของครูจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ Ranking ที่นักเรียนให้คะแนนใน Internet
7. Din Tai Fung คือ ร้านเสี่ยว หลง เปา และอาหารไต้หวันที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ มีรสชาติดี จนผู้คนต้องเข้าคิวกันแทบทุกร้าน KSF คือ อาหารที่อร่อยและมีคุณภาพ มีการนำ IT มาช่วยบริการ
8. CoCo Fruit Drinks เป็นร้านขายชาไข่มุก มีลักษณะเป็น Chain stores จุดเด่น คือ มีสินค้าที่เกี่ยวกับชาทุกประเภท
9. Eye Clinics Pineapple Cake Store คือ ร้านขายแว่น ที่โดดเด่น เรื่อง การออกแบบร้านค้าที่มีเอกลักษณ์ ได้บรรยากาศแบบสวนสนุก

สรุปลักษณะและจุดแข็งของ SMEs ไต้หวัน คือ

1. เน้น Localize และ Niche Market
2. มีการลงทุน และใช้ IT มาช่วยบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ
3. คนไต้หวันมี Service Mind สูง จึงมีการบริการที่โดดเด่น
4. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนทั้งด้านการศึกษา และอบรม

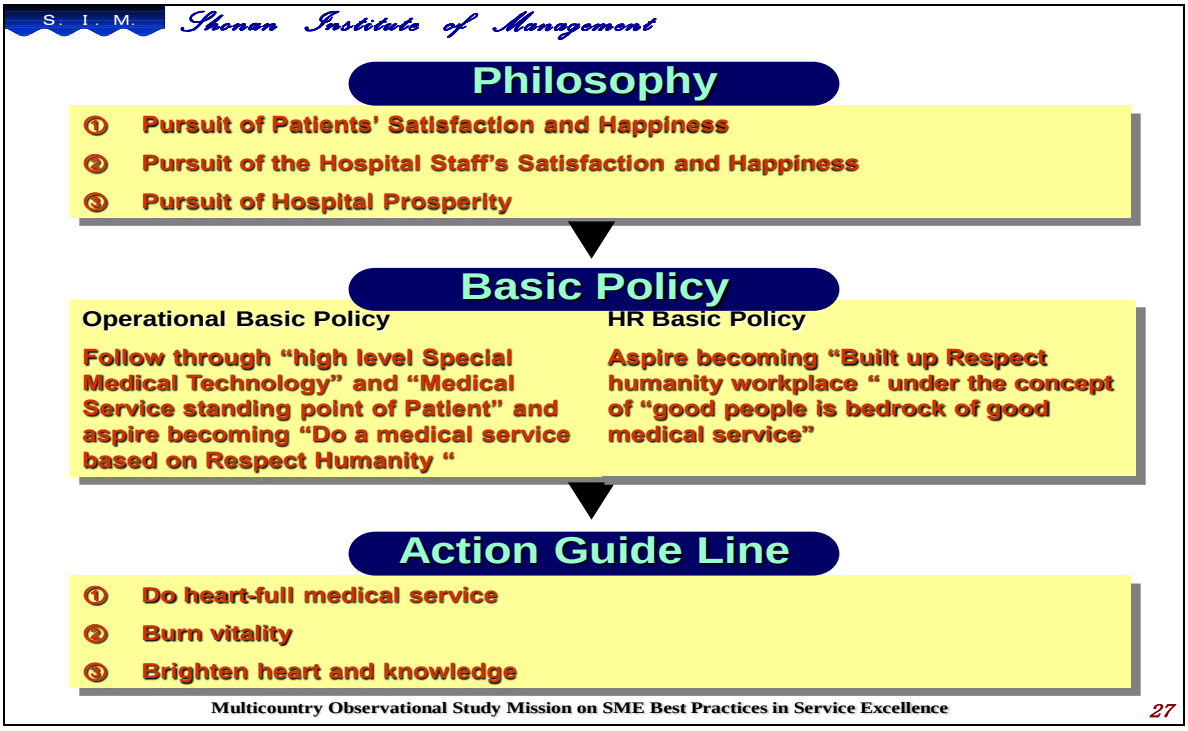
หัวข้อเรื่อง "Improving Customer Satisfaction in the Service Industry of SMEs" **โดย** Mr. Matao Ishii

วิทยากรญี่ปุ่นได้บรรยายถึง Japan Quality Award (JQA) ว่าเกิดขึ้นครั้งแรกในญี่ปุ่นปี 1995 เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรม



โดยเกณฑ์ และขั้นตอนการประเมินองค์กรที่สมัครเข้ารับรางวัลดังกล่าว มีทั้งสิ้น 8 ด้าน คือ 1.Leadership 2. Social Responsibility 3. Customer and Market 4. Strategic Planning 5. Human Resource 6. Process Management 7. Information Management และ 8. Result

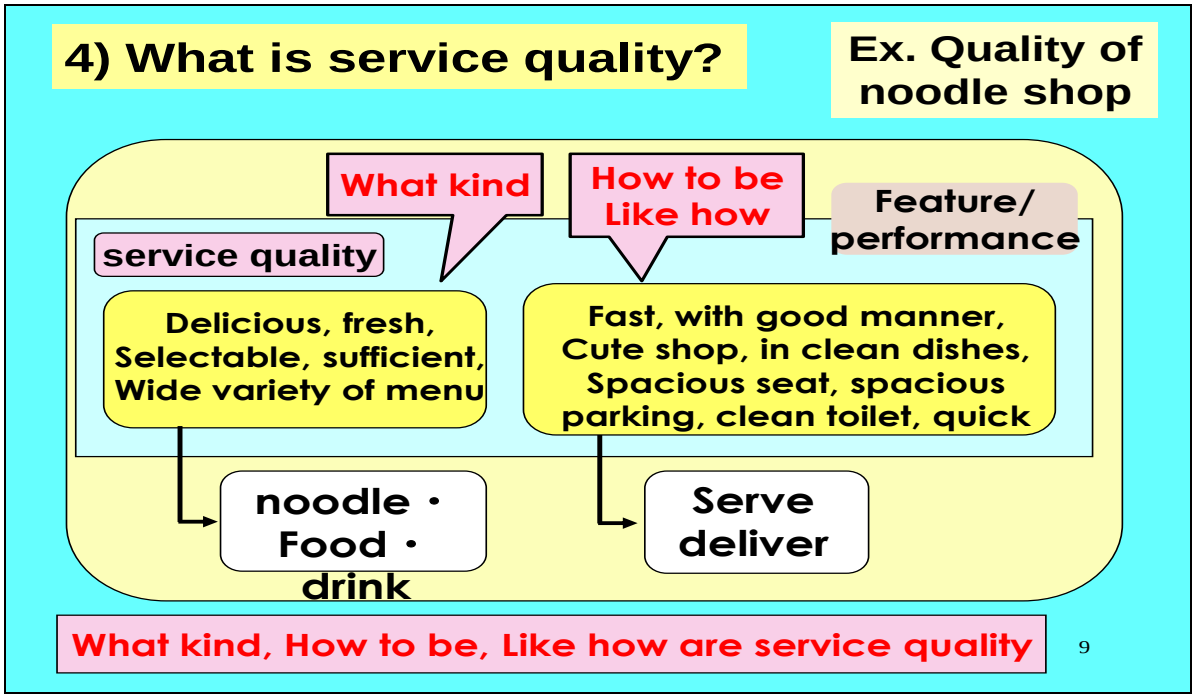
วิทยากรได้ยกกรณีศึกษาของโรงพยาบาล Kawagoe Gastrointestinal Hospital ซึ่งเป็นโรงพยาบาลที่ได้รับรางวัล JQA ในปี 2011 ของญี่ปุ่น โดยแนวทางการพัฒนาของโรงพยาบาลแห่งนี้มุ่งเน้นที่การบริการที่เป็นเลิศ, ความพึงพอใจของพนักงาน และการนำนวัตกรรมมาใช้



วันอังคารที่ 3 **กันยายน** 2556

หัวข้อเรื่อง "Quality in Service Industry: Japan Perspective" **โดย** Mr. Noriharu Kaneko

วิทยากรญี่ปุ่นได้เริ่มต้นการบรรยายโดยการตั้งคำถามว่า ทำอย่างไรจึงจะมีบริการที่มีคุณภาพยอดเยี่ยม (Service Excellence) โดย Service Excellence หรือ คุณภาพการบริการที่ยอดเยี่ยม มาจากหลักคิดว่า 1. ทำในสิ่งที่ควรทำ 2. ไม่ทำในสิ่งที่ไม่ควรทำ เช่น เมินเฉยต่อลูกค้า มองลูกค้าหัวจรดเท้า ทะเลาะกับลูกค้า



ลักษณะของ Service Quality คือ 1. อยู่ที่มุมมองของคน 2. วัดหรือระบุคุณลักษณะที่ต้องการได้ยาก 3. ขึ้นอยู่กับเวลาค่อนข้างมาก 4. ต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วและยืดหยุ่น 5. ขึ้นอยู่กับบุคลิก ลักษณะของผู้ให้บริการ เช่น บุคลิกลักษณะภายนอก ความสามารถ การใช้คำพูด

การจะทำให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องในองค์กรเข้าใจตรงกันในเรื่อง Service Quality ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นสิ่งที่ยาก อย่างไรก็ตามแนวทางการสื่อสารเรื่องนี้ มี 3 วิธี คือ 1. การอธิบาย และบรรยายเป็นคำพูด 2. การอธิบายด้วยกราฟ ตัวเลข Flowchart และ 3. การอธิบายโดยใช้ Visualization ได้แก่ วีดีโอ รูปภาพ ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลดี เพราะสร้างความเข้าใจได้เร็ว ใช้เวลาน้อย

หัวข้อเรื่อง: "Quality Assurance in Service Industry" **โดย** Mr. Noriharu Kaneko

วิทยากรญี่ปุ่นได้บรรยายถึง 5 ขั้นตอนในการประกันคุณภาพการบริการ (Quality Assurance) ดังนี้

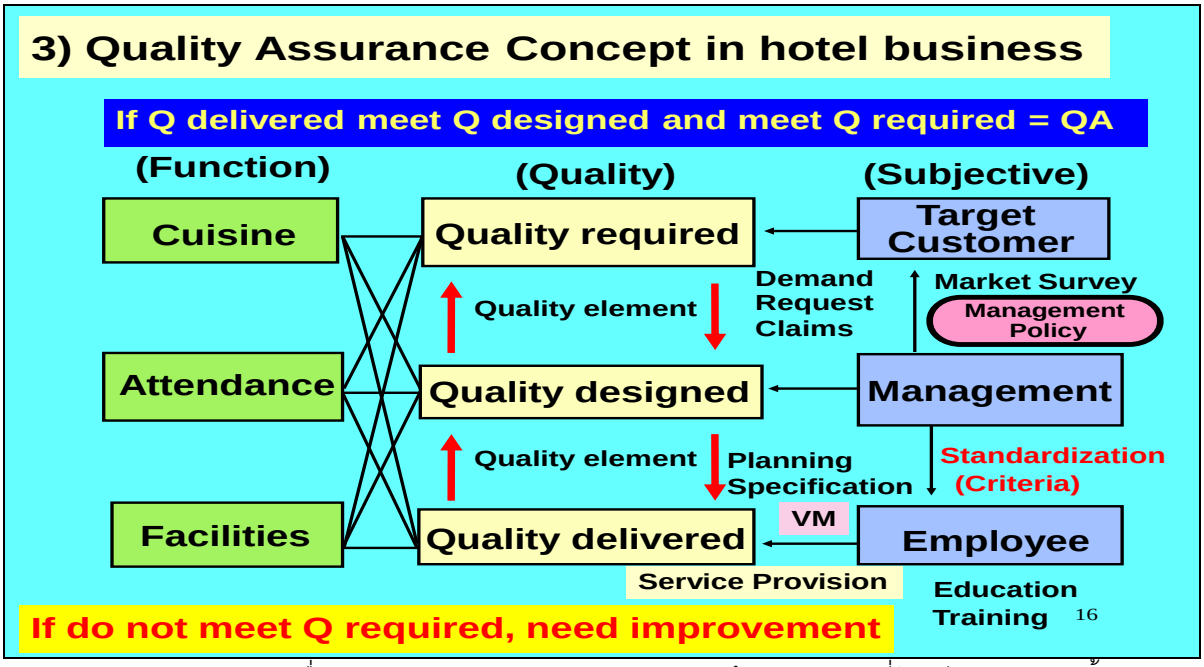
ขั้นตอนที่ 1 คือ การระบุลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายหลัก

ขั้นตอนที่ 2 คือ การระบุบริการที่ลูกค้าต้องได้รับ โดยการเรียงลำดับความสำคัญ

ขั้นตอนที่ 3 คือ การระบุรายละเอียดการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งเป็นความต้องการที่มากกว่าขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 4 คือ จัดหาบริการต่างๆตามที่ได้ระบุในขั้นตอนที่ 2 และ 3 รวมทั้งจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน

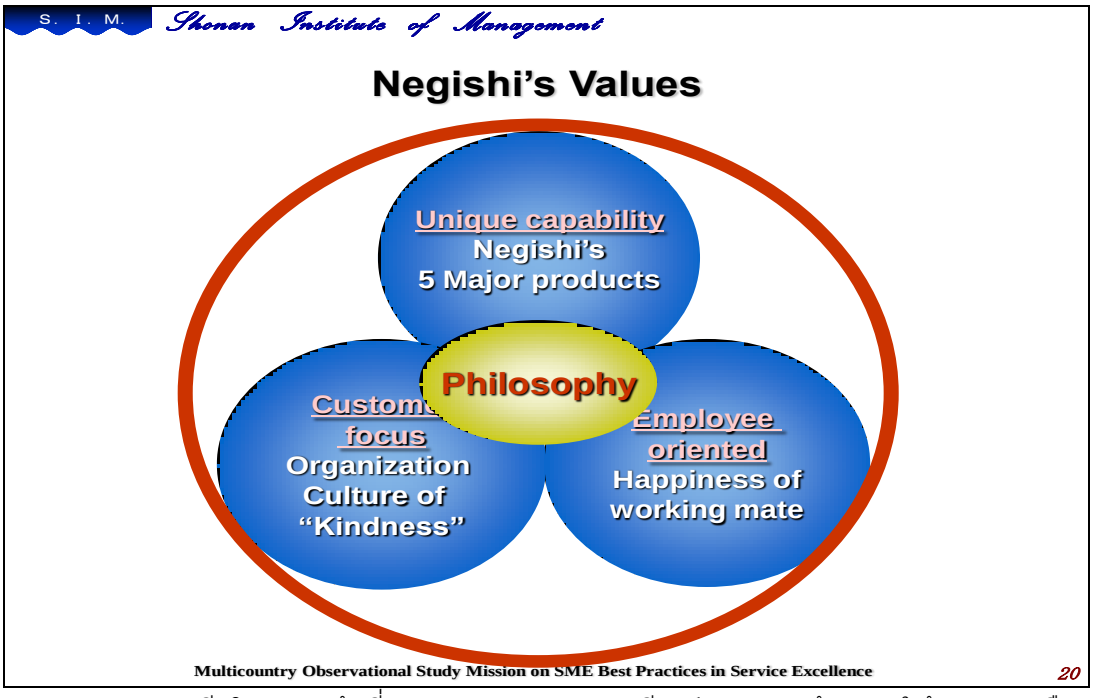
ขั้นตอนที่ 5 คือ การตรวจสอบและประเมินผล



ต่อมาเป็นการบรรยายเรื่อง การปรับปรุงคุณภาพบริการ โดยกล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องมีการปรับปรุง ขั้นตอนการระบุปัญหา และแนวทางการปรับปรุงคุณภาพ โดยใช้หลัก P C D A และเทคนิคต่างๆ เช่น การระบุขั้นตอนการแก้ปัญหา, การใช้วิธีแบบ QC, การใช้มาตรการป้องกัน และการใช้ Visual Manual เพื่อให้เกิดความเข้าใจของพนักงาน

หัวข้อเรื่อง "Business Excellence and Service Innovation" **โดย** Mr. Matao Ishii

วิทยากรญี่ปุ่นได้ยกตัวอย่างธุรกิจร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จของญี่ปุ่น คือ Negishi Food Service ซึ่งเป็นร้านอาหารขายเมนูเนื้อส่วนต่างๆของญี่ปุ่น มี 29 สาขาทั่วประเทศ มียอดขาย 3.5 พันล้านเยนในปี 2011 มีพนักงานประจำ 90 คน และพนักงานชั่วคราว 600 คน



Negishi Food Service มีนโยบายมุ่งเน้นที่ Service Excellence อันมีองค์ประกอบ 5 ด้านภายในร้านอาหาร คือ

1. Quality 2. Service 3. Cleanliness 4. Hospitality 5. Atmosphere

สรุปลักษณะและจุดแข็งของ Negishi Food Service คือ

1. Clear Philosophy

2. Strong Leadership

3. Communication with Staff

4. Employee Satisfaction

5. Communication with Customer

6 Customer Satisfaction

7. Learning from the Site

8. Continuation

หัวข้อเรื่อง "Case Study Sharing: Best Practices of Service Industry around the Globe" **โดย** Mr. Simon Chen

วิทยากรไต้หวันได้ยกตัวอย่างธุรกิจร้านอาหาร Wowprime ซึ่งเป็นธุรกิจ ที่มีร้านอาหารในเครือมากมาย หลากหลายประเภท และเป็น Best practice ของไต้หวัน

Wow prime ปัจจุบันมีร้านอาหารในเครือ 220 แห่ง เป็นสาขาในต่างประเทศ คือ จีนแผ่นดินใหญ่ 45 สาขา และมีเป้าหมายว่าภายในปี 2030 จะขยายสาขาร้านอาหารในเครือไปทั่วโลกให้ได้ 10,000 สาขา

Brand ทั้งหมดของ Wow prime มี Positioning หลักๆ 3 กลุ่ม ได้แก่ ร้านอาหารราคาสูง ราคาปานกลาง และราคาต่ำ มีการเติบโตและผลกำไรที่โตต่อเนื่องมาตลอด 6 ปีที่ผ่านมา

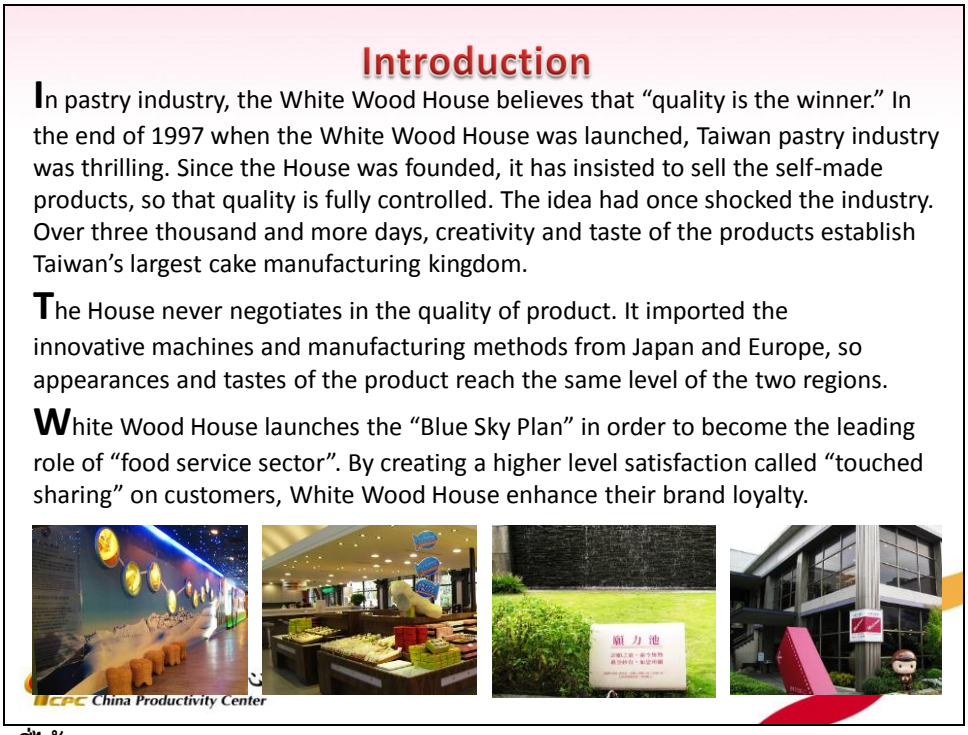
KSF ของ Wow prime คือ 1. คุณภาพและมาตรฐานของอาหาร 2. ควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้ดี เพราะ ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล 3. คุณภาพด้านบริการเป็นเลิศ 4. ใช้ IT ช่วยในการบริหารจัดการ เพื่อลดต้นทุนด้านเวลา 5. มีการบริหารจัดการที่ได้มาตรฐาน และ 6. การพัฒนาตราสินค้าของร้านอาหารแต่ละที่ขึ้นอยู่กับลักษณะของลูกค้า

2.3 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกรณีศึกษาของประเทศสมาชิก (Country Paper) : รายละเอียดอยู่ในส่วนที่ 4 เอกสารแนบ

2.4 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานบริษัทที่เป็น Best Practice ของไต้หวัน จำนวน 4 แห่ง ได้แก่

1. White Wood House เป็น Best Practice ด้าน “In pursuit of Service Excellence in Food Service Industry”

1.1 ประวัติ ความเป็นมา



1.2 ข้อค้นพบที่ได้จาก White Wood House (WWH)

1. เจ้าของบริษัทมีลักษณะที่โดดเด่น คือ มีความรักในองค์กรและผลิตภัณฑ์ (Passion) รักความท้าทาย (Challenge) รักความเป็นเลิศ (Improvement) และไม่กลัวต่อปัญหาอุปสรรคต่างๆ (Fearless) มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า พนักงาน ผลิตภัณฑ์ องค์กร และสังคม

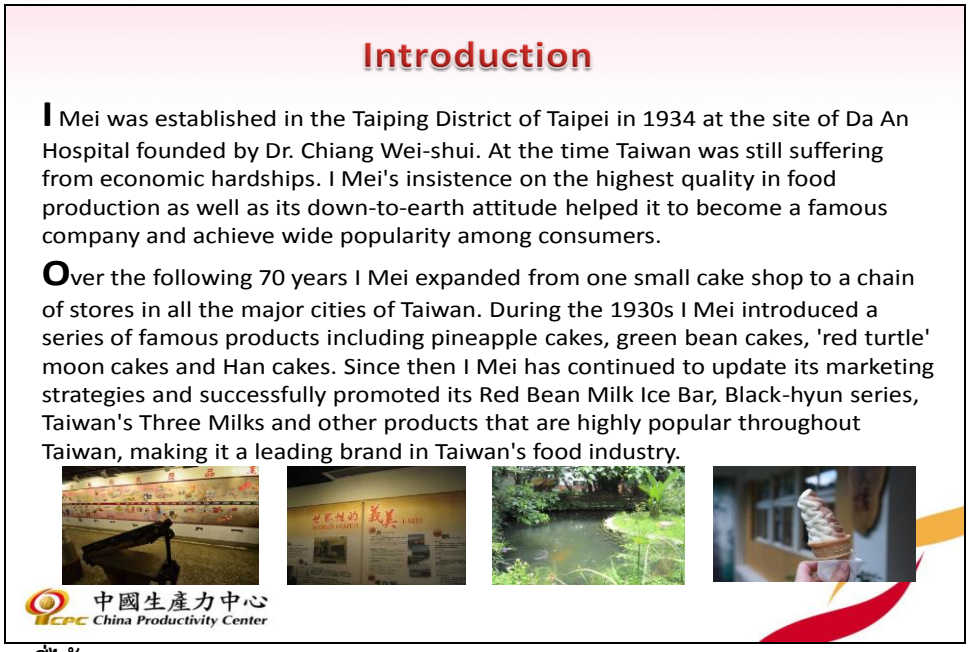
2. ผลิตภัณฑ์ของ WWH ได้แก่ เค้ก ไอศครีม ช็อกโกเลต ขนม เป็นกลุ่มสินค้าระดับบน ราคาสูง มีคุณภาพดี เนื่องจากใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีจากทั่วโลก มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน การคิดค้นสูตรใหม่ๆจ้างผู้เชี่ยวชาญระดับโลกจากญี่ปุ่น และฝรั่งเศสเป็นที่ปรึกษา

3. มีนวัตกรรมใหม่ๆอยู่เสมอ เห็นได้จาก Product Line ที่มีจำนวนมาก มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม (Packaging) โรงงานแห่งที่ 2 ของ WWH สร้างเป็นพิพิธภัณฑ์และร้านอาหาร ซึ่งตกแต่งอย่างสวยงาม ให้ครอบครัวและหนุ่มสาวชาวไต้หวันเข้ามาทำกิจกรรม ซื้อขนม และรับประทานอาหาร

4. บริษัทมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และนโยบายในการดำเนินงานที่ชัดเจน โดยในปี 2018 จะพัฒนาไปสู่ “Village of Hope” ซึ่งจะให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ

2. I-MEI Foods Co., Ltd. เป็น Best Practice ด้าน “Productivity Enhancement by Kaizen on Service Process”

2.1 ประวัติ และความเป็นมา



2.2 ข้อค้นพบที่ได้จาก I-MEI Foods

1. เป็นบริษัทเก่าแก่ มี Product Line จำนวนมาก ทั้งขนมเค้ก ขนมปัง ไอศครีม อาหารแช่แข็ง และส่งออกไปขายทั่วโลก เป็นสินค้าระดับกลาง ราคาไม่สูงมากนัก (Mass Market) มีกระบวนการผลิตที่ดี มีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน (Quality Control) และให้ความสำคัญกับ Food Safety มาก

2. มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ได้มาตรฐาน มีการบริหารความเสี่ยง เช่น การมีแหล่งน้ำสำรอง ไฟสำรอง มีการรีไซเคิลขยะเป็นพลังงาน เป็นต้น

3. E.SUN Commercial Bank, Ltd. เป็น Best Practice

ด้าน “Customer Satisfaction Through ICT and HRD system”

3.1 ประวัติ ความเป็นมา

3.2 ข้อค้นพบที่ได้จาก E Sun Commercial Bank

1. ธนาคารมีวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่ชัดเจน คือ สร้าง Customer Satisfaction ซึ่งมากกว่าที่ผู้บริโภคคาดหวัง

2. โครงสร้างองค์กรเข้มแข็ง ทั้งด้านนโยบาย ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านระบบ IT

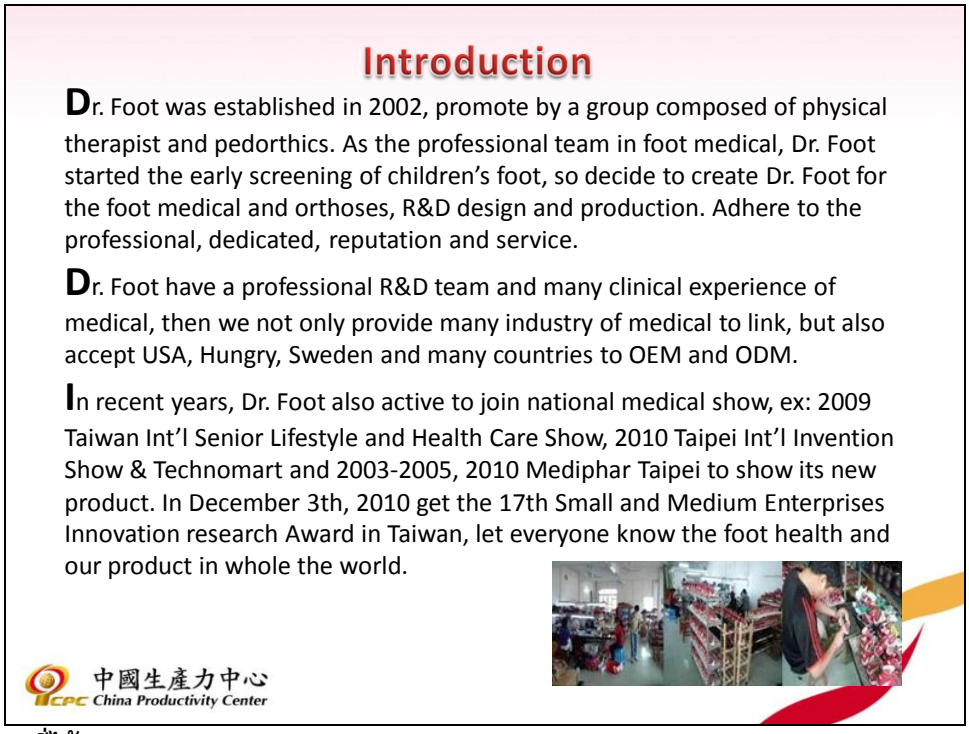
3. มีนวัตกรรมใหม่ๆด้านการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การ Scan QR code เวลาซื้อสินค้า, มี App เส้นทางร้านค้า ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร บน Smart Phone, แบ่งการดูแลลูกค้าบัตรเครดิตตามระดับลูกค้า, มีกิจกรรมสนับสนุนจักรยานรอบกรุงไทเป เป็นต้น

4. ผู้บริหาร และพนักงานมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน มีความเชี่ยวชาญในสายงานที่ทำ ทุกคนยิ้มแย้มแจ่มใส

5. บรรยากาศภายในธนาคารน่าทำงาน มีห้องออกกำลังกาย ห้องสมุด ห้องอาหาร ห้องเต้นรำ สวน ไว้สำหรับให้บริการพนักงานธนาคาร

4. Dr. Foot Technology Co., Ltd. เป็น Best Practice ด้าน: “Creation of New Values”

4.1 ประวัติ และความเป็นมา



4.2 ข้อค้นพบที่ได้จาก Dr.Foot Technology

1. Dr.Foot เด่นมากเรื่องการใช้นวัตกรรม โดยมีการทำ Foot Scan เพื่อหาสาเหตุหรือความผิดปกติของเท้า จากนั้นจะทำรองเท้าที่แก้ปัญหา หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย (Customization)

2. มีการแบ่งกลุ่มลูกค้า (Market Segmentation) ที่ชัดเจนและหลากหลาย คือ มุ่งเน้นที่รองเท้าเพื่อสุขภาพ และรองเท้าสำหรับผู้มีปัญหาสุขภาพเท้า เช่น รองเท้าสำหรับคนเป็นเบาหวาน รองเท้าสุขภาพเด็ก รองเท้าสุขภาพสำหรับเต้นรำ รองเท้าสุขภาพสำหรับผู้หญิงที่ใส่ส้นสูง เป็นต้น

2.5 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม ซึ่งกลุ่มของข้าพเจ้าประกอบด้วยตัวแทนจากประเทศปากีสถาน อินโดนีเซีย ศรีลังกา ไต้หวัน และไทย ได้สรุปข้อค้นพบที่ได้จาก Site visit บริษัทไต้หวันทั้ง 4 แห่ง พบว่าคุณลักษณะที่ทำให้ธุรกิจของไต้หวันประสบผลสำเร็จ เนื่องมาจาก 1. Leadership skill 2. Quality is the basic thing 3. Customer satisfaction / Better service 4. Staff Training 5. Think out of the box 6. Office atmosphere is comfortable

ส่วนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

3.1 ประโยชน์ต่อตนเอง :

จากการเข้าร่วมโครงการอบรม เรื่อง “Multicountry Observational Study Mission on SME Best Practices in Service Excellence” นั้น ทำให้ข้าพเจ้ามีความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเรื่อง การบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) ว่ามีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งในการเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย และจากการไป Site Visit บริษัทซึ่งเป็น Best Practice ของไต้หวัน พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจ SMEs จนเป็นที่ยอมรับ และสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน คือ

1. Entrepreneur Character คือ บุคลิกลักษณะของเจ้าของ หรือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรมีลักษณะของความเป็นผู้นำ มีความหลงไหลในสิ่งที่ทำ (Passion) รักความท้าทาย ไม่กลัวปัญหา รักการพัฒนา ทำงานหนัก มองโลกในแง่ดี และมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า องค์กร ลูกค้า พนักงาน และสังคม

2. High Quality คือ สินค้าและบริการที่ขายมีคุณภาพยอดเยี่ยม ใช้วัตถุดิบที่ดี มีรสชาติดี มีการออกแบบ Packaging ที่สวยงาม มีกระบวนการควบคุมคุณภาพและการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีการบริหารความเสี่ยง

3. Customer Satisfaction คือ ทุกบริษัทมุ่งเน้นที่ความพอใจสูงสุดของลูกค้า คิดถึงลูกค้าเป็นสำคัญ พยายามคิดผลิตและพัฒนาสินค้าและบริการให้ดี เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ได้มากที่สุด

4. Innovation คือ มีการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อทำให้ลูกค้าพอใจอยู่เสมอ เช่น เทศกาลไหว้พระจันทร์ มีขายขนมไหว้พระจันทร์ ซึ่งมี Packaging สวยงาม, ผลิตรองเท้าเพื่อสุขภาพตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย (Customization), และบริการ Shopping ผ่าน Smart Phone

5. Clear Vision, Clear Target, Clear Policy and Strong Structure คือ ทุกบริษัทมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาธุรกิจที่ชัดเจน มีเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม และมีวิธีที่ชัดเจนในการไปสู่เป้าหมาย มีโครงสร้างองค์กรที่เข้มแข็ง มีการพัฒนาบุคลากรในบริษัทที่เป็นระบบ ต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ

6. Good Environment คือ บรรยากาศในที่ทำงาน เอื้อต่อการทำงาน ทั้งการออกแบบตกแต่งสำนักงาน การพัฒนาระบบ IT เพื่อช่วยในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมี Facilities ที่จำเป็นอย่าง ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย ห้องสมุดให้บริการพนักงาน และมีกิจกรรมสนุกๆภายในองค์กร เช่น งานการกุศล งานรื่นเริง กิจกรรมสนับสนุนการปั่นจักรยาน เป็นต้น

3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด :

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีภารกิจหลักประการหนึ่ง คือ การจัดทำแผนการส่งเสริม SMEs ของประเทศ และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ประจำปี อีกทั้งสาขาธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ยังเป็นสาขาธุรกิจเป้าหมายในการส่งเสริมตามแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559) ของประเทศด้วย ดังนั้นการร่วมโครงการของ APO ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการทำงาน เพื่อสนับสนุนการส่งเสริม SMEs ของไทย โดยเฉพาะภาคบริการให้มีประสิทธิภาพ และสามารถแข่งขันได้ โดยข้อมูลและความรู้ที่ได้จากการอบรม สามารถสรุปและจัดทำบทวิเคราะห์เพื่อเผยแพร่ให้ความรู้แก่ SMEs ไทย รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูล Best Practice ของประเทศต่างๆ และแบ่งปันความรู้ที่ได้จากการอบรม ให้แก่เพื่อนร่วมงาน ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผน นโยบาย และยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ตลอดจนโครงการต่างๆของสสว. ที่ช่วยเหลือและส่งเสริม SMEs ในภาคบริการของไทย

3.3 ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการในหัวข้อนั้นๆ :

ภารกิจหลักของสำนักข้อมูลและวิจัย สสว. ที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่ ได้แก่ การพัฒนาฐานข้อมูล SMEs ให้มีประสิทธิภาพ จัดทำรายงานสถานการณ์ SMEs ประจำปี และการจัดทำงานวิจัยเชิงนโยบายที่สำคัญของ SMEs ซึ่งงานทั้งหมดนี้ ต้องการข้อมูล และประเด็นที่ล้ำสมัย ทันสถานการณ์ ดังนั้นการเข้าร่วมโครงการของ APO ในครั้งนี้ ซึ่งได้เรียนรู้ถึงความสำคัญของ Service Excellence และ Best Practice ในการจัดการภาคบริการของประเทศต่างๆ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์ งานวิจัย เพื่อเผยแพร่ให้ความรู้แก่ SMEs ไทย และเพื่อประกอบการพิจารณาเปรียบเทียบ และดัดแปลงให้มีความเหมาะสมต่อการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ยุทธศาสตร์และมาตรการในการส่งเสริม SMEs ของประเทศต่อไป

3.4 กิจกรรมการขยายผล :

กิจกรรมขยายผลที่สามารถดำเนินการได้ ภายหลังเข้าร่วมโครงการ ได้แก่

1. การจัดทำบทสรุป/บทวิเคราะห์ เรื่อง “Best Practices in Taiwan’ SMEs” และ “ How the Service Excellence helps SMEs more competitive” เผยแพร่ให้ความรู้แก่ SMEs ทางเว็ปไซด์สสว.
2. การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการ โดยเฉพาะข้อค้นพบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ SMEs ไต้หวัน แก่สำนักที่เกี่ยวข้องในสสว. เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการจำทำแผน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของ SMEs ไทย
3. การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการ ในด้านความสำคัญและความจำเป็นของ Service Excellence ใน SMEs แก่สำนักที่เกี่ยวข้องในสสว. เพื่อการจัดทำโครงการ และกิจกรรมในเรื่องดังกล่าวให้แก่ SMEs เช่น การจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ