รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ
21-CP-16-GE-TRC-A
Training Course on Service-sector Productivity Specialists
ระหว่างวันที่ 10-12 พฤศจิกายน 2564

สิงคโปร์ (Online)

จัดทำโดย สุธาสินี โพธิจันทร์
วิทยากรที่ปรึกษาอาวุโส ฝ่ายปรึกษาแนะนำ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
วันที่ 6 มกราคม 2565

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อทำความเข้าใจถึงบทบาทของ Productivity Specialist สำหรับภาคบริการ
- เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้เชี่ยวชาญในส่วนของ NPO โดยการให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎี และเห็นแนวทาง สำหรับการนำไปปฏิบัติจริง
- เพื่อประยุกต์ใช้ทักษะ และเครื่องมือในการทบทวน วินิจฉัย และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องสำหรับธุรกิจบริการ

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่าง ๆ

- **Concept of Service Productivity to Enhance Business Growth and Productivity**
  (By : Dr. Ivan Png Paak Liang Distinguished Professor Department of Strategy and Policy NUS Business School National University of Singapore)

เนื้อหาในส่วนนี้เริ่มต้นจากการพูดถึง “Benchmarking” ซึ่งคือเครื่องมือหนึ่งที่เป็นการวัด และเปรียบเทียบ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง เพิ่มผลิตภาพ และยกระดับองค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยจะเป็นการเปรียบเทียบกับองค์กร หรืออุตสาหกรรมที่มีความใกล้เคียงหรือคล้ายกัน ซึ่ง Benchmarking จะแบ่งเป็นสองด้านหลักคือ เป็นการเปรียบเทียบในด้านของสมรรถนะ (Performance) และในด้านของวิธีปฏิบัติ (Practice) โดยในด้านของการเปรียบเทียบสมรรถนะนั้นจะวัดที่ รายได้ ยอดขาย ต้นทุน และกำไร ส่วนด้านของวิธีปฏิบัติ ซึ่ง เราจะเรียกว่า Best Practices จะวัดในด้านของการตลาด ด้านราคา ด้าน Operation ซึ่งในที่นี้ ก็จะรวมถึงด้าน Production ด้าน Supply Chain ด้านการลงทุนต่าง ๆ ที่รวมถึง R&D และ ด้านบุคลากร ซึ่งการวัดข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้องค์กรสามารถเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ของตนเอง กับองค์กรอื่น ๆ รวมถึงองค์กรที่มีระดับอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ก็จะเป็นแนวทางที่นำไปสู่การปรับปรุงขององค์กร ในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ถือเป็นการเพิ่มผลิตภาพ สามารถยกระดับองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศได้ สิ่งที่ต้องระวังสำหรับการทำ Benchmarking ก็คือ Best Practices จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม หรือประเภทขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ Market Segment , Scale of business รวมถึง Internal Condition ขององค์กรด้วย

- **Knowing Your Customer and Creating a Compelling Band Story**

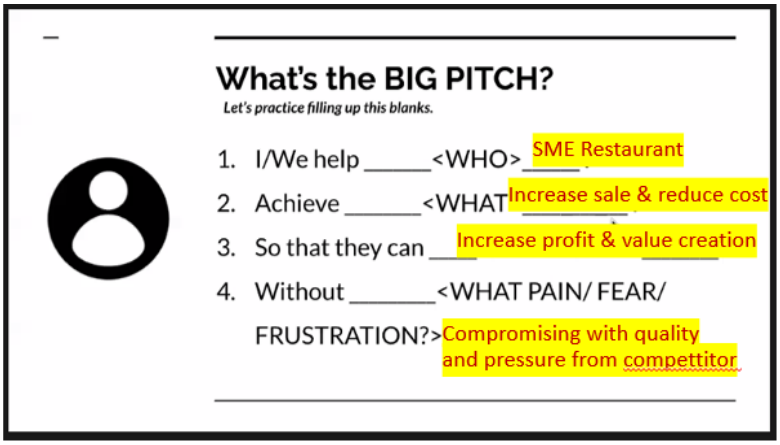
  (Mr. Sabarudin Hashim Associate Trainer and/or Facilitator & Consultant Facilitators Network Singapore)

การทำความรู้จักและเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของการทำธุรกิจ หลักการ 3C คือแนวทางหนึ่งที่ช่วยให้องค์กรธุรกิจรู้จักลูกค้าได้อย่างแท้จริง ซึ่งหลักการนี้ประกอบด้วย

- Characters คือ ลักษณะของลูกค้าที่แตกต่างกัน ต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง ต้องทราบว่าอะไรที่ลูกค้าพูดถึงเรา และอะไรที่ลูกค้าไม่ได้พูดถึงเรา รวมถึงอะไรที่เรายังไม่สามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงบริการของเราได้ และต้องทราบถึง Pain-points ที่สำคัญของลูกค้าด้วย ซึ่งการพิจารณาในส่วนของ Characters นี้เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อน Band Story ขององค์กรด้วย
- Crisis คือ ต้องเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าเป็นกังวลเกี่ยวกับการใช้สินค้า และบริการของเรา ในประเด็นต่าง ๆ
- Crossing คือ การหาวิธีการกำจัดความกังวลเหล่านั้นออกไปให้ได้ หรือให้เหลือน้อยที่สุด

Workshop & Group Sharing

การทำกิจกรรมในส่วนนี้ ได้มีการแบ่งกลุ่มผู้เข้าอบรมให้เลือกธุรกิจมา 1 ประเภท และให้กลุ่มช่วยกันกำหนดลูกค้า วิเคราะห์ และเติมเต็มความต้องการ และลดปัญหาความกังวลของลูกค้า ซึ่งในที่นี้ทางกลุ่มเลือกธุรกิจ Digital Marketing Agency และลูกค้าของธุรกิจนี้ที่เราโฟกัสคือ SME Restaurant ซึ่งทางกลุ่มได้วิเคราะห์ร่วมกัน และสรุปประเด็นความเห็นต่าง ๆ ลงใน Template ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดง Template ของการทำ Group Workshop

- **Service Productivity Consultation Models, Frameworks, and Tools**

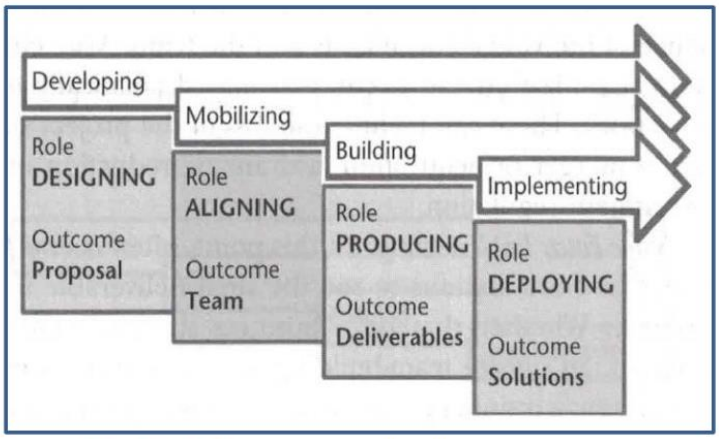
  (Dr. Toh Mun HengHonorary Fellow and Senior Research Advisor Asia Competitiveness Institute)

Productivity Consultant หรือ ที่ปรึกษาด้านการเพิ่มผลิตภาพ คือผู้ที่มีส่วนสนับสนุนการประเมินและตัดสินใจในการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ปรึกษาจะทำหน้าที่ช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาเพื่อยกระดับ Performance ขององค์กร โดยทักษะที่สำคัญของการเป็นที่ปรึกษาด้าน Productivity ประกอบด้วย

- Creative thinking.
- Thinking conceptually and practically.
- Problem-solving.

- Communicating clearly and empathetically.
- Collaboration with all job levels.
- Organization and time management.
- Curiosity – continuous learning
- Credibility

ทักษะสำคัญเหล่านี้จะช่วยให้ที่ปรึกษา สามารถที่จะดำเนินการสนับสนุน และมีส่วนช่วยให้องค์กรดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



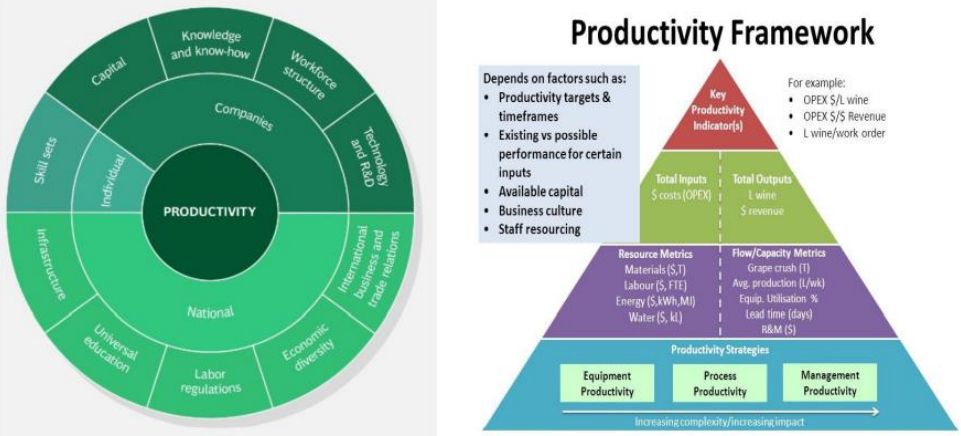
Source: E. Verlander, The Practice of Professional Consulting

ภาพที่ 2 แสดง 4 Roles of Consulting

การดำเนินงานโครงการด้าน Productivity จะมีขั้นตอนหลักที่สำคัญ 7 ขั้นตอนคือ

1) Define problem การระบุปัญหาที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไข และปรับปรุง
2) Structure the problem การระบุรายละเอียด หรือประเด็นสำคัญของปัญหาที่เลือกมาปรับปรุง
3) Prioritize Issues จัดลำดับความสำคัญของปัญหา เพื่อนำไปสู่การเลือกประเด็นที่สำคัญของปัญหามาดำเนินการปรับปรุง
4) Analysis Plan and Work Plan วางแผนการวิเคราะห์ และดำเนินการ
5) Conduct Analysis ดำเนินการวิเคราะห์ตามแผน
6) Synthesize Findings นำเสนอแนวทางที่ได้
7) Develop Recommendations สรุปแนวทางการแก้ปัญหาและปรับปรุง

Productivity หรือ ผลิตภาพ คือตัววัดประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ เครื่องจักร หรือ คน ในการทำให้เกิดผลผลิต หรือผลลัพธ์ Productivity = Output/Input ซึ่งการวิเคราะห์ Productivity นั้นจะช่วยให้องค์กรสามารถที่จะ Optimize การใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าที่สุด



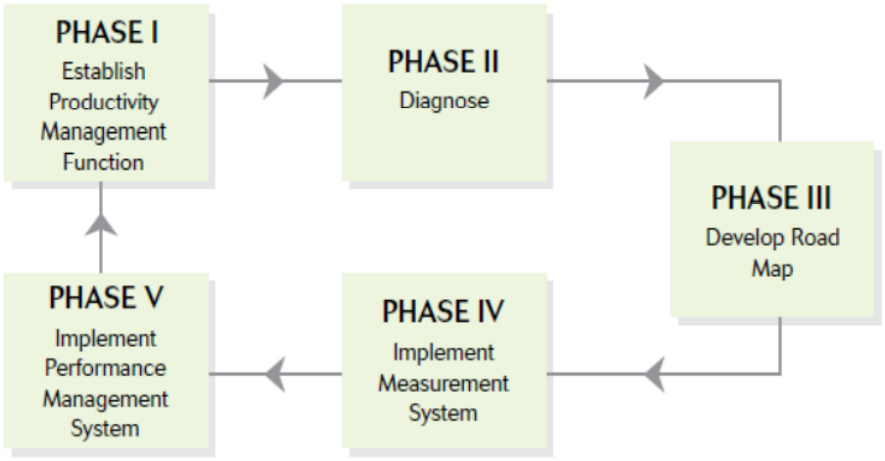
The BCG Productivity Framework https://slideplayer.com/slide/5754270/

ภาพที่ 3 แสดง ตัวอย่างของ Productivity Framework

การปรับปรุง Productivity จะเป็นการดำเนินการปรับปรุงที่ 8 M ซึ่งประกอบด้วย

1) Management การบริหารจัดการ ที่มุ่งเน้นในเรื่องของการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน
2) Manpower การบริหารจัดการทุนมนุษย์ให้เกิดการใช้ศักยภาพของบุคลากรอย่างคุ้มค่า
3) Make เน้นไปที่เรื่องของผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีการพัฒนา และการคิดค้นนวัตกรรม
4) Money การบริหารจัดการต้นทุนในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ
5) Materials การใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า
6) Methods เน้นที่วิธีการที่มีการปรับปรุง อย่างต่อเนื่อง มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินการอย่างเหมาะสม
7) Message การสื่อสาร และใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ
8) Market เน้นไปที่เรื่องของการเข้าถึง และขยายตลาดได้อย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ ยังมีอีก 1 M ที่มีความสำคัญเหนือกว่า 8 M ที่กล่าวมา นั่นคือ Mindset หรือ ทัศนคติ ซึ่งการที่จะผลักดันให้เกิด Productivity ได้นั้น คนจำเป็นต้องมีทัศนคติที่ดี พร้อมเรียนรู้ และคิดค้นให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การปรับ Mindset ของคนในองค์กร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ และถือเป็นพื้นฐานของการปรับปรุง Productivity



ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นถึง Framework ของการบริหารจัดการ Productivity Activities

หากพิจารณาที่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการทำ Productivity ในแต่ละระดับขององค์กรนั้น จะพบว่า ในระดับขององค์กร หรือ Organizational level ที่มุ่งเน้นในเรื่องการเพิ่ม Productivity นั้นจะเชื่อมไปสู่ระดับของ Management level และ Operational level ดังนี้

- Management level ในระดับนี้จะมุ่งเน้นที่การ Optimize การใช้ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งก็จะมีความเกี่ยวข้องกับ ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล และฝ่ายดำเนินงาน หรือ ฝ่ายผลิต นอกจากนี้ยังจะต้องเน้นไปในเรื่องของการ เพิ่มยอดขาย ซึ่งในส่วนนี้ก็จะมีความเกี่ยวข้องกับฝ่ายวิจัยและพัฒนาเป็นหลัก
- Operational level ในระดับนี้ก็จะต้องมีความเชื่อมโยงกับ Management level คือจะต้องมีการคัดเลือกคนให้ได้อย่างเหมาะสม การจัดการกระบวนการให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ตลาด และการคิดค้นนวัตกรรมของสินค้าและบริการเพื่อ ให้สามารถแข่งขันได้

การดำเนินการ Productivity ในองค์กรนั้น สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งก็คือต้องมีการวัด ซึ่งตัววัดสำหรับการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการปรับปรุง Productivity ทั้งในภาคอุตสาหกรรม และบริการมี 10 ตัววัดหลัก ประกอบด้วย

1) Labour Productivity
2) Sale per Employee
3) Value added to sales ratio
4) Profit margin
5) Profit to value added ratio
6) Labour cost competitiveness
7) Labour cost per employee
8) Sales per dollar of capital
9) Capital intensity
10) Capital productivity

การวัด Productivity ทำให้องค์กรทราบถึงระดับ Productivity & Growth และสามารถเปรียบเทียบสมรรถณะขององค์กรตนเอง กับองค์กรอื่น ๆ รวมถึงองค์กรใหญ่ ๆ ที่จะเป็นต้นแบบในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรได้ นอกจากนี้ จะถือเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารให้คนในองค์กร เห็นภาพของสถานะองค์การร่วมกัน และใช้ในการจูงใจที่นำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคลากร เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและยกระดับ Productivity ขององค์กรได้

สำหรับการผลักดันให้เกิดการดำเนินการปรับปรุง Productivity ในธุรกิจภาคบริการนั้น สิ่งที่องค์กรจะต้องทำหลักๆ มีดังนี้

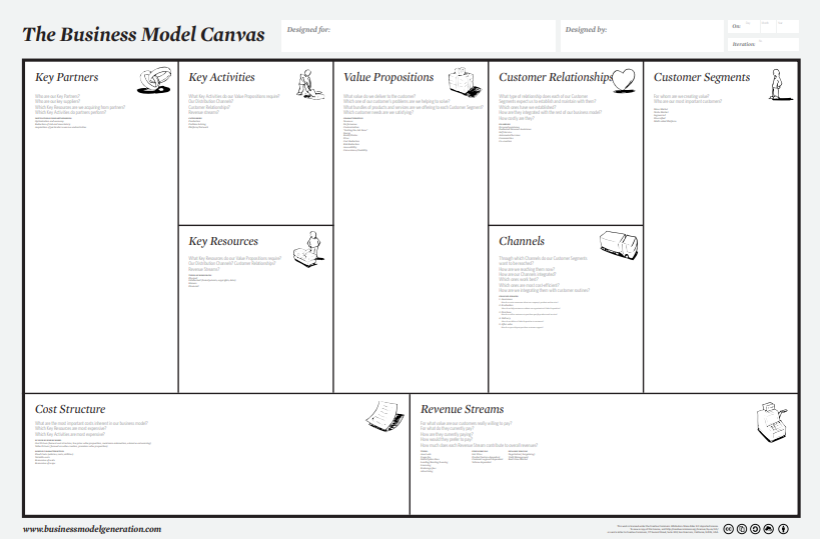
- ควรมีการให้การยกย่องชมเชย หรือให้รางวัลกับพนักงานผู้ที่นำเสนอแนวคิดการปรับปรุง
- ใช้ระบบการวัดที่เน้น end to end process
- ฝึกอบรม หัวหน้างาน ให้มีความรู้ ความเข้าใจในเครื่องมือ และเทคนิคต่าง ๆ ที่ช่วยในการวิเคราะห์ปัญหาและปรับปรุงงาน
- ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก
- เปิดโอกาสให้พนักงาน ได้ฝึกใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ สนับสนุนการทำงาน และการปรับปรุงงาน

- **Reinventing Business Models inside Companies**

  (Dr. Jawn Lim Chief Design Officer SGPC Singapore)

โมเดลทางธุรกิจ หรือ Business Model เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจ มีการวางแผนอย่างมีทิศทาง และเป็นระบบ โดยเป็นเหมือนแบบจำลองของธุรกิจซึ่ง Business Model ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายก็คือ Business Model Canvas โดยใน Business Model นี้ จะมีการระบุองค์ประกอบหลัก ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอยู่ 9 หัวข้อ คือ

1) Customer Segments กลุ่มลูกค้าของธุรกิจ
2) Value Propositions คุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า
3) Channels ช่องทางที่จะเข้าถึงลูกค้า
4) Customer relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า
5) Revenue Streams รายได้หลักของธุรกิจ
6) Key Resources ทรัพยากรหลักของธุรกิจ
7) Key Activities กิจกรรมหลักที่ช่วยในการขับเคลื่อนธุรกิจ
8) Key Partners พันธมิตรหรือหุ้นส่วนของธุรกิจ
9) Cost Structure ต้นทุนในการทำธุรกิจ



ภาพที่ 5 แสดงองค์ประกอบของ Business Model Canvas

ในปัจจุบัน รูปแบบของธุรกิจก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก เนื่องด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยี Digital การติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกันได้ง่าย โดยเฉพาะเมื่อมีเรื่องของโรคระบาดโควิด-19 เข้ามา ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญ เป็นตัวเร่งให้เกิดการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงาน ซึ่งภาคธุรกิจเองก็ต้องปรับตัว ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น ทำให้ Model ธุรกิจ ต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

From Normal to New Normal	From Products to Services	From Shareholder to Stakeholder	From Physical to Digital	From Pipeline to Platform	From Incremental to Exponential	From Linear to Circular
What can I do right now?	Access, Not Ownership	Serve the ones in real need	Digital First, not merely bolted on	Plug & Play for multiple participants	Scale > Profit	Resources are finite
ifixit	Philips	Unilever Rural customers	Salesforce	Alibaba	Alphabet	Patagonia

ภาพที่ 6 แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของ Business Model ในด้านต่าง ๆ

- **Financial Analysis and Productivity Measurement**

  (Mr. Chan Kwan Hong Senior Consultant SGPC Singapore)

เนื้อหาในส่วนนี้ เริ่มต้นจากการพูดถึงความหมายของ Productivity ในด้านของความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ Input ต่าง ๆ ในการดำเนินการเพื่อให้ได้ Output ที่มีคุณค่าเพิ่ม หรือ Value Added

สินค้า หรือ บริการที่มีคุณค่าเพิ่ม Value Added คือสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการ และเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ดีขึ้น สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากขึ้น

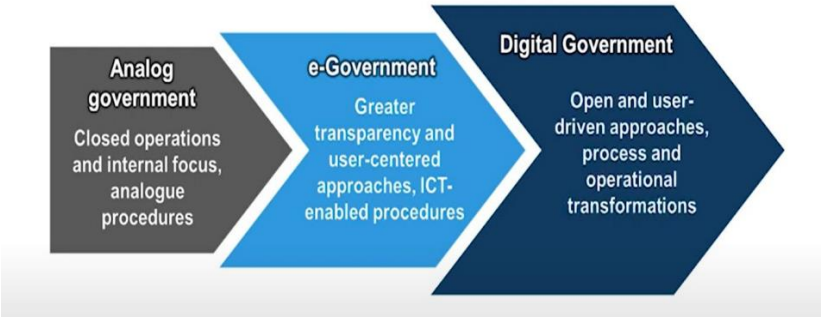
การดำเนินการ Productivity Activities ในองค์กร ควรต้องพิจารณาไปถึงการวิเคราะห์ทางด้านการเงินขององค์กรด้วย และควรมีการเชื่อมโยงถึงระบบบริหารจัดการ ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังนี้

- สนับสนุนให้องค์กรมีการจัดการ Productivity อย่างเป็นระบบ
- มุ่งเน้นที่เครื่องมือที่ช่วยวินิจฉัย เพื่อระบุพื้นที่ หรือขอบเขตของการปรับปรุง
- การดำเนินการให้มีการระบุ ขั้นตอนหลักที่สำคัญ เครื่องมือ Productivity ที่ใช้อย่างชัดเจน
- สนับสนุนให้องค์กรมีระบบบริหารจัดการ และการดำเนินงานที่เข้มแข็ง เพื่อให้มีผลประกอบการที่ดีและยกระดับสมรรถณะทางธุรกิจให้สูงขึ้น
- ควรมีการวัดผลลัพธ์ทั้งในเชิงคุณภาพ และปริมาณ โดยตัววัดด้านคุณภาพ สามารถใช้วิธีการสัมภาษณ์ ถามความเห็นของระดับบริหาร และพนักงาน ส่วนด้านปริมาณให้พิจารณาที่ผลประกอบการ Profit & Loss

- **Challenges and Opportunities for Productivity Specialists across Member Countries**
  (Ms. Yoori Hyun Chief Executive Officer LivingD Republic of Korea)

  - **Public Sector case : e-Government to digital Government**

Digital Transformation คือการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับสิ่งที่มีอยู่เดิม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ จะเกิดอย่างรอบด้านทั้งในกระบวนการทางธุรกิจ วัฒนธรรม และประสบการณ์ของลูกค้า สำหรับ Digital Government นั้นก็เป็นการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในกระบวนการต่าง ๆ เป็นการสร้างนวัตกรรมในการทำงานของภาครัฐ ซึ่งหลายประเทศก็ได้มีการตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อกำกับดูแลเรื่องนี้โดยเฉพาะ ซึ่งมีตั้งแต่การตั้งเป็นคณะกรรมการ หรือเป็นระดับกระทรวง



ภาพที่ 7 แสดงให้เห็นถึง Digital Transformation of Government

5 ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวขับเคลื่อน Digital Transformation of Government ประกอบด้วย

- Strategy: การวางกลยุทธ์ที่สอดรับ และเอื้อต่อการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในทุกมิติ
- Leadership: ผู้นำถือเป็นส่วนสำคัญในการวางนโยบาย และขับเคลื่อนให้เกิดการปรับเปลี่ยนที่สำคัญ
- User Focus: การปรับเปลี่ยนนี้ควรมุ่งเน้นที่ผู้รับบริการเป็นสำคัญ

- Culture: การสร้างวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน
- Workforce Development: บุคลากรในหน่วยงานถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ หากบุคลากรได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม สามารถที่จะปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ จะเป็นพื้นฐานของการพัฒนาได้เป็นอย่างดี

สำหรับ Digital Government Service ของประเทศเกาหลี ก็ได้มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประชาชนก็มีความคาดหวังถึงประสิทธิภาพของการให้บริการในระดับที่สูงขึ้น มีการร้องขอในนโยบายสาธารณะที่หลากหลาย รวมถึงความโปร่งใสในการบริหารจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นแรงผลักจากภายในที่รัฐบาลจะต้องปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

หากจะเปรียบเทียบถึงการให้บริการของภาครัฐก่อนและหลังการปรับปรุง จะพบว่า ก่อนหน้านี้ประชาชนจะต้องไปที่สถานที่ราชการเพื่อเข้ารับบริการของภาครัฐ และต้องมีการเตรียมเอกสารหลายอย่างในการเข้ารับบริการแต่ละเรื่อง สวัสดิการต่าง ๆ ที่ทางรัฐมอบให้ก็จะแยกเป็นแต่ละกรณีไป แต่ปัจจุบันบริการของภาครัฐทั้งหมดดำเนินการผ่านระบบที่เรียกว่า Government 24 เป็นการรวมทุกอย่างไว้ที่ Platform Online ซึ่งถือเป็นความสะดวกสบายให้กับผู้รับบริการ และประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารของราชการได้ ผ่านระบบ internet บนโทรศัพท์มือถือ

- **Private Service case : Kakao Banking Service**

Kakao Bank คือ ธนาคารดิจิทัลแบบครบวงจร ของเกาหลี ที่ต่อยอดธุรกิจมาจากแอปพลิเคชันแชต Kaoko Talk ที่มีระบบที่สร้างความสะดวกสบายกับผู้ใช้งานผ่านระบบ Online โดยมีการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ด้วยเงื่อนไขที่ดี ด้วยความที่ Kakao Bank ไม่มีสาขา มีเพียงการให้บริการผ่าน แอปพริเคชัน จึงทำให้มีต้นทุนการบริหารจัดการที่ต่ำกว่าธนาคารแบบดั่งเดิม ถึงแม้ว่าธนาคารแบบดั่งเดิมจะมีการปรับตัว ทำแอปพลิเคชันของตัวเอง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าก็ตาม แต่ธนาคารดิจิทัล แบบ Kakao Bank นั้นก็สามารถเสนอเงื่อนไขต่าง ๆ ได้ดีกว่า ไม่ว่าจะเป็น ดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่า ดอกเบี้ยเงินฝากที่ให้ได้สูงกว่า รวมถึงการให้ฟรีค่าธรรมเนียมสำหรับการใช้บริการด้านต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถดึงดูดลูกค้าจำนวนมากให้หันมาใช้บริการได้ นอกจากนี้ Kakao Bank ยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เช่น บริการ Mini สำหรับผู้ใช้งานที่มีอายุ 14-18 ปี ที่ยังไม่มีบัญชีออมทรัพย์หรือบัตรเครดิต Mini Card สำหรับการใช้จ่ายแบบ Off line การพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับรองรับผู้ใช้บริการจากสถาบันการเงินเจ้าอื่น

จะเห็นได้ว่า การที่ Kakao Bank ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้ เกิดจากการที่เขามองเห็นโอกาสจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น และที่สำคัญคือการตีความความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ธุรกิจบริการของเขาประสบความสำเร็จได้อย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

- ประโยชน์ต่อตนเอง

  - ได้เรียนรู้หลักการของการเพิ่มผลิตภาพ ในมุมมองที่หลากหลาย รวมถึงตัวอย่าง และแนวคิดต่าง ๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้

  - ได้เห็นตัวอย่างจากเคสของทั้งภาครัฐ และเอกชน ในการพัฒนานำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อยกระดับผลิตภาพขององค์กร

- ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

  - ได้องค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานในหน่วยงานได้

- ประโยชน์ต่อสายงานด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ

  - ได้เห็นตัวอย่างของ Model และ Framework ที่หลากหลายของการเป็นที่ปรึกษาด้าน Productivity ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้

ส่วนที่ 3 เอกสารแนบ

- เอกสารแนบที่ 1 รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ
- เอกสารแนบที่ 2 กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)
- เอกสารแนบที่ 3 เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)