



บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

Achieving Service Excellence: Maximizing Enterprise Performance through Innovation and Technology

สุรศักดิ์ ชะมารัมย์¹, จิรายุ ทรัพย์สิน² และ วันชัย สุขตาม³

¹คณะนิติรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

^{2,3}คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

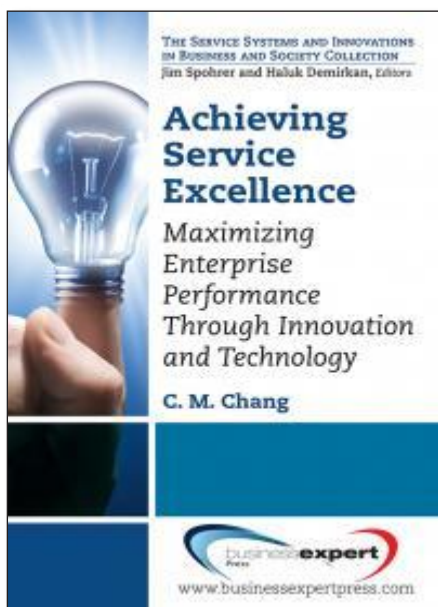
Surasak Chamaram¹, Jirayu Supsin² and Wanchai Suktam³

¹Faculty of Law and Politics, Roi Et Rajabhat University

^{2,3}Faculty of Humanities and Social Sciences, Surindara Rajabhat University

ผู้แต่ง: C. M. Chang

สำนักพิมพ์: Business Expert Press, LLC



ที่มา: <http://www.busessexpertpress.com/books/achieving-service-excellence-maximizing-enterprise-performance-through-innovation-and-technolo>

เกี่ยวกับผู้แต่งหนังสือ (โดยย่อ)

ชิง เอ็ม (คาร์ล) ชาง (Ching M. (Carl) Chang) สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) และปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (Ph.D.) ปัจจุบันเป็นศาสตราจารย์วุฒิคุณ (Adjunct Professor Emeritus) ประจำภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและระบบ มหาวิทยาลัยแห่งรัฐนิวยอร์ก

วิทยาเขตบัฟฟาโล (University at Buffalo, The State University of New York) รัฐนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

ดร.ชางเป็นผู้มีประสบการณ์ทางด้านภาคอุตสาหกรรมทั้งในเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดการงานวิศวกรรมเป็นระยะเวลา 25 ปี และยังมีประสบการณ์ในด้านการสอนและการทำวิจัยกว่า 20 ปี เคยได้รับรางวัลผลงานหนังสือยอดเยี่ยม (Best Book Awards) จำนวน 2 รางวัล โดยเล่มแรกที่ได้รับรางวัลมาจากหนังสือการจัดการงานวิศวกรรม (Engineering Management) ในปี ค.ศ. 2007 ส่วนอีกเล่มเป็นเรื่องการจัดการระบบงานบริการและวิศวกรรม (Service System Management and Engineering) ในปี ค.ศ. 2011

นอกจากนี้ ดร.ชางยังได้ทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการร่วม (Associate Editor) ของวารสารนานาชาติทางด้านการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี (The International Journal of Innovation and Technology Management) และในปัจจุบันนั้นดำรงตำแหน่งเป็นบรรณาธิการสำนักพิมพ์โมเมนตัม (Momentum Press) ซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ที่ผลิตเรื่องราวต่างๆทางด้านการจัดการงานวิศวกรรม

ลักษณะทั่วไปของหนังสือ

หนังสือ Achieving Service Excellence: Maximizing Enterprise Performance through Innovation and Technology (การบรรลุสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการ: การเพิ่มผลการดำเนินงาน

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ (Assistant Professor, Department of public Administration)



ขององค์การด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี) ของ ชิง เอ็ม (คาร์ล) ชาง (Ching M. (Carl) Chang) เล่มนี้ เขียนขึ้นจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาธุรกิจใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการพัฒนา เทคโนโลยีและการจัดการงานวิศวกรรมที่ผู้เขียน คร่ำหวอดอยู่ในวงการนี้มาอย่างยาวนานมากกว่า 25 ปี

หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือประเภทแนะนำ วิธีการหรือ How to ที่มีเนื้อหาเข้มข้นและน่าสนใจ อย่างยิ่ง โดยเนื้อหาในเล่มอธิบายถึงแนวทาง ที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ สำคัญในการดำเนินงานไปสู่ผลลัพธ์ดังกล่าว โดยวัตถุประสงค์ของหนังสือเล่มนี้คือเพื่อต้องการ นำเสนอให้เห็นถึงวิธีการดำเนินการต่างๆ ที่จำเป็น ต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์ อันได้แก่ การตัดสินใจว่าเลือกอะไร จะปรับโครงการทางการเงิน อย่างไร จะจัดการโครงการพัฒนาการบริการ เชิงนวัตกรรมอย่างไร จะเข้าถึงลูกค้าอย่างไร รวมตลอดทั้งจะทำให้เกิดการสนับสนุนต่อการบริการ ที่เหนือชั้นกว่านั้นอย่างไร

ยิ่งไปกว่านั้น หนังสือเล่มนี้ยังได้อธิบาย ให้เห็นถึงวิธีการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งสามารถ กระทำได้โดยการเน้นให้ความสำคัญต่อมาตรฐาน กระบวนการทำงาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวทาง ที่คุณภาพสามารถทำให้เพิ่มขึ้นได้และลดเวลาในการ นำสินค้าเข้าสู่ตลาด (Time to Market) ผ่านวิธีการ ที่หลากหลาย ตลอดจนการประยุกต์ใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น Lean Six Sigma การทำแผนที่กระแสมูลค่า (Value Stream Mapping) การประกันคุณภาพ (Quality Assurance) เป็นต้น ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมาย เพื่อต้องการเพิ่มผลผลิตให้แก่องค์กร

ทั้งนี้ ผู้เขียนได้คาดหวังว่าเนื่องจากภาคบริการ มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในเศรษฐกิจทั่วโลก ผู้บริหารและ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการควรได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับ เส้นทางที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จอย่าง ยั่งยืนในการบริการอยู่ 2 ประการ ได้แก่ ประการแรก คือ การสร้างความแตกต่างทางกลยุทธ์และความเป็นเลิศ ในการดำเนินงานบริการ และประการที่สองคือ การกำหนดแนวทางเพื่อให้ผู้บริหาร และพนักงาน

ขององค์กรพัฒนาองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็น เพื่อให้สามารถบรรลุความสำเร็จ ดังนั้น หนังสือเล่มนี้ จึงสามารถใช้เป็นแนวทางทางหรือคู่มือสำหรับ ผู้บริหาร และพนักงานขององค์กร นักวิชาการ และ ผู้สนใจทั่วไปเกี่ยวกับองค์ความรู้ทางด้านการบรรลุ ความเป็นเลิศด้านการบริการได้เป็นอย่างดี

ลักษณะโครงสร้างและองค์ประกอบของหนังสือ

เนื้อหาของหนังสือดังกล่าวนี้มีความยาว จำนวน 130 หน้า ผู้เขียนได้ทำการจัดแบ่งเนื้อหา การนำเสนอออกเป็น 4 บท อันประกอบไปด้วย บทที่ 1 ว่าด้วยการเติบโตของการบริการ (Service Growth) บทที่ 2 ว่าด้วยการสร้างความแตกต่าง ทางกลยุทธ์ (Strategic Differentiation) บทที่ 3 ว่าด้วยความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการ (Operational Excellence) และบทที่ 4 ว่าด้วย ตัวแบบ Take Charge และบทสรุป (Take Charge- Conclusions) โดยที่หนังสือเล่มนี้มีการนำเสนอ เนื้อหาค่อนข้างละเอียด และดำเนินการถ่ายทอด เรื่องราวร้อยเรียงกันอย่างเป็นขั้นตอน และเป็นระบบ ที่ชัดเจน โดยสามารถนำเสนอเนื้อหาสาระสำคัญ เรียงตามลำดับบทโดยสังเขปดังนี้

บทที่ 1 ว่าด้วยการเติบโตของการบริการ (Service Growth) ในบทแรกนี้ ผู้เขียนได้พยายาม อธิบายให้เห็นถึงบทบาทที่โดดเด่นของหน่วยงาน ภาคบริการ ซึ่งเป็นตัวแสดงสำคัญในทางเศรษฐกิจ ของสหรัฐอเมริกา และเศรษฐกิจของภูมิภาคทั่วโลก โดยชี้ให้เห็นว่าหน่วยงานภาคบริการมีเปอร์เซ็นต์ อัตราการจ้างงานที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ ในระหว่างปี ค.ศ. 1920- 2010 ทั้งนี้ การบริการ ที่ขยายตัวมากที่สุดคือ การดูแลสุขภาพและความ ช่วยเหลือทางสังคม และการบริการแบบมืออาชีพ และธุรกิจ

ความเป็นมืออาชีพทางด้านการบริการมีความ เกี่ยวข้องกับหน้าที่อย่างหลากหลายในอันที่จะเพิ่ม ผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร โดยอาจ พิจารณาได้จาก 2 มุมมองคือ มุมมองของลูกค้า (the customers' viewpoint) ในแง่ที่ลูกค้ามักจะมีความ สนใจต่อการปฏิบัติงานของบริษัทโดยพิจารณาจาก ประเด็นที่มีลักษณะเฉพาะ 9 ประเด็นคือ ลักษณะการ บริการ ราคา ประสิทธิภาพการบริการ ประสบการณ์



ของลูกค้า ความสะดวก/เป็นมิตรกับผู้ใช้ ความน่าเชื่อถือ ความเสี่ยง รอบเวลา และคุณภาพ ดังนั้นความเป็นมืออาชีพทางการบริการต้องให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวเหล่านี้ให้มาก ซึ่งนอกจากจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้นแล้ว ยังจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพที่เหนือชั้นขึ้นอีกด้วย และอีกมุมมองหนึ่งคือ มุมมองของระบบขององค์กรที่ให้บริการ หรือการจัดการ (Systems view of a service enterprise or management) อาจเห็นได้จากมุมมองการบริหารจัดการองค์กร องค์กรที่ให้บริการและลูกค้าที่แสดงทิศทางของผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์กันจากหน่วยหนึ่งไปยังอีกหน่วยหนึ่ง

ในแง่ของการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นสามารถใช้ชุดดัชนีวัดผลองค์กรแบบสมดุล (a set of balanced scorecards) ทั้งในรูปแบบระยะสั้นและระยะยาวคือ มุมมองด้านการเงิน (Financial) มุมมองด้านลูกค้า (Customer) มุมมองด้านกระบวนการทำงานในองค์กร (Internal Business Process) และมุมมองด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ขององค์กร (Innovation and corporate learning)

สำหรับบทที่ 2 ว่าด้วยการสร้างความแตกต่างทางกลยุทธ์ (Strategic Differentiation) ในบทนี้ผู้เขียนได้พยายามอธิบายให้เห็นถึงประเด็นที่ว่าอะไรคือความแตกต่างทางกลยุทธ์สำหรับองค์กรบริการ ทั้งนี้ ผู้เขียนชี้ให้เห็นว่าสำหรับองค์กรที่แสวงหากำไรแล้ว ประเด็นการสร้างความแตกต่างทางกลยุทธ์จะหมายถึงการเสนอแพ็คเกจบริการที่สร้างความแตกต่างและเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับลูกค้า จึงจะสามารถตั้งราคาสินค้าแบบพรีเมียม เพื่อที่จะเป็นการเพิ่มยอดขาย คงไว้ซึ่งการเติบโตของรายได้ และรักษาสุขภาพขององค์กรอยู่ตลอดเวลา

พร้อมกันนั้น ผู้เขียนก็ได้นำเสนอวิธีการสร้างความคิดใหม่ในการบริการไว้ 6 ประการดังนี้คือ 1) สร้างนวัตกรรมแบบเปิดและปิด (Open and Closed Innovation) 2) เลือกวิธีการในการสร้างความคิดใหม่และความคิดที่ถูกจดสิทธิบัตร (Selected Methods of Generating New and Patentable Ideas) 3) สร้างความคิดใหม่ในการบริการโดยวิธีการคิดเชิงลึก (Generating New Service Ideas by the Deep Think Methodology) 4) จัดตั้งทีมเสมือนจริงที่ไม่เปิดเผยชื่อและการมีปฏิสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง

ซึ่งจะนำไปสู่ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Organize Virtual Team with Anonymity and Structured Interaction to Bring Forth Creative Ideas) 5) กำหนดข้อดีของการเข้าไปมีส่วนร่วมในทีมเสมือนจริงที่ไม่เปิดเผยชื่อและการมีปฏิสัมพันธ์เชิงโครงสร้างซึ่งจะนำไปสู่ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (VTASI) เพื่อระบุมุมมองใหม่ (Advantages of Engaging VTASI to Generate New Ideas) และ 6) การสังเกตและผลลัพธ์ของการสำรวจทีม (Observations and Team Survey Results)

นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ผู้เขียนยังชี้ให้เห็นถึงกระบวนการนวัตกรรม (The innovation process) ซึ่งประกอบด้วยลำดับขั้นตอนของกิจกรรมการคัดเลือก การเสริมสร้าง และการนำความคิดใหม่ออกสู่ตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร กระบวนการของการเลือกและปรับเปลี่ยนความคิดไปสู่การนำเสนอบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่นั้นมีขั้นตอนที่สามารถดำเนินการโดย 1) ใช้กระบวนการตามขั้นตอน (Stage-Gate Process) เพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่ 2) การเลือกความคิดใหม่ในการบริการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา (Selection of Novel Ideas for Development) 3) ทำการตรวจสอบความเป็นไปได้ทางการเงินและทางเทคนิค (Check on Financial and Technical Viability) 4) การทำให้ตลาดตอบรับ (Marketplace Acceptance) 5) การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และ 6) การเก็บรักษาบทเรียนที่ได้เรียนรู้มาแล้ว (Preservation of Lessons Learned)

เนื้อหาในตอนท้ายของบท ผู้เขียนพยายามต่อยอดถึงบทบาทของผู้นำองค์กรที่ให้บริการว่าผู้นำองค์กรจะต้องสร้างวัฒนธรรมบริษัท เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างพนักงาน ดำเนินการฝึกอบรมโดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีในอันที่จะอำนวยความสะดวกต่อการสร้างทีมงาน เพื่อก่อให้เกิดการสร้างความแตกต่างทางกลยุทธ์ในขณะที่เก็บรักษาข้อมูลเชิงลึกขององค์กรและความรู้ซ่อนเร้น รวมตลอดทั้งมีการนำระบบการให้รางวัลจัดให้แก่พนักงานที่ปฏิบัติงานได้ยอดเยี่ยม เช่น รางวัลในรูปของเงินสด การสนับสนุนให้มีการเลื่อนตำแหน่งความรับผิดชอบที่สูงขึ้น เป็นต้น



ในขณะที่บทที่ 3 ว่าด้วยความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการ (Operational Excellence) ในบทนี้ ผู้เขียนได้พยายามชี้ให้เห็นถึงวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) ที่ถูกนำมาใช้ในภาคอุตสาหกรรมในอันที่จะสร้างกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐาน เพื่อที่จะกำจัดความสูญเสีย ย่นระยะเวลา ลดค่าใช้จ่าย และทำให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้เขียนเห็นว่า ความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการจะหมายถึง การบรรลุระดับการผลิตที่เหนือชั้นกว่าในกระบวนการทำงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ถูกนำเสนอโดยองค์กร โดยได้แนะนำเครื่องมือทางเทคโนโลยี เพื่อการบรรลุสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงาน (Technology Tools for Achieving Operational Excellence) ซึ่งธุรกิจบริการอาจนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างง่ายดาย ได้แก่ การสร้างมาตรฐานกระบวนการ (Process Standardization) โปรแกรมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (Productivity Enhancement Programs) เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Technology Tools) รวมตลอดทั้งอภิมหาข้อมูล (Big Data)

ส่วนประเด็นการนำความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการไปปฏิบัติ (Implementation of Operational Excellence) นั้น ธุรกิจบริการควรดำเนินงานตามขั้นตอนที่เป็นระบบดังนี้คือ การเลือกโครงการความเป็นเลิศในการดำเนินงาน (Selection of OE Projects) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจากโครงการความเป็นเลิศในการดำเนินงานที่ถูกเลือก (Financial Viability of Selected OE Projects) ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค (Technical Feasibility) สร้างความมุ่งมั่นในการจัดการ (Management Commitment) ดำเนินงานตามโครงการ (Project Execution) และทำการเก็บรักษาเอกสารและบทเรียนต่างๆ (Documentation and Lessons Preservation)

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ การปรับขนาดขององค์กรไปสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการ (Organizational Resizing Due to Operational Excellence) ซึ่งในประเด็นนี้ ผู้เขียนเสนอแนะว่า บริษัทที่ให้บริการอาจเริ่มต้นจากขั้นตอนเพียงไม่กี่ขั้นตอนซึ่งเป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรม อันเป็นการ

ช่วยลดผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ ได้แก่ การสร้างโอกาสในการทำงานใหม่เพื่อให้เกิดการดูดซับคนเข้าซื้อ การคงรักษาไว้ซึ่งทักษะที่จำเป็นและความสามารถในการเป็นปัจจุบัน ดำเนินการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกคน การนำโครงการการจัดการความรู้มาใช้เพื่อเก็บรักษาปรับปรุง และนำมาใช้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญและความรู้ที่ซ่อนเร้น การติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจนในแง่ที่ว่าองค์กรจะต้องดำเนินการปรับขนาดเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรมบริการ เป็นต้น อยู่เป็นระยะๆ ทำการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การลดค่าใช้จ่ายระยะสั้นเพื่อจะชะลอการลดขนาดองค์กรลง และให้การสนับสนุนอย่างกว้างขวางให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบ

สำหรับในบทที่ 4 ซึ่งเป็นบทที่ว่าด้วยเรื่องของตัวแบบ Take Charge และบทสรุป (Take Charge—Conclusions) นั้น ผู้เขียนพยายามเน้นย้ำให้เห็นว่า ความเป็นมืออาชีพทางด้านการบริการ และผู้นำองค์กรจำเป็นจะต้องใช้ตัวแบบ Take Charge ในการเตรียมการสำหรับการพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมที่ดี และการฝึกฝนตามแนวทางที่นำเสนอไว้ในหนังสือเล่มนี้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจบริการ กล่าวได้ว่าทักษะพื้นฐาน ทักษะขั้นสูง และทักษะพิเศษเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความเป็นมืออาชีพทางด้านการบริการในอันที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งทักษะและความสามารถเหล่านี้ส่วนใหญ่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และในขณะเดียวกันก็อาจจะได้มาจากการให้การสนับสนุนของผู้ประกอบการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนได้พยายามพัฒนาโมเดลที่มีชื่อว่า “TAKE CHARGE” ซึ่งอาจจะเป็นคู่มือที่มีประโยชน์ในการพัฒนาทักษะและความสามารถสำหรับความเป็นมืออาชีพทางด้านการบริการในอันที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ซึ่งมีสาระสำคัญโดยสังเขปดังนี้

T: Take คือ การพยายามเพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดและโครงการใหม่ๆ

A: Apply คือ การประยุกต์ใช้วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ เครื่องมือทางการผลิตที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการ



K: Know คือ การล่วงรู้ว่าจะอะไรคือสิ่งที่ยังไม่ได้เรียนรู้

E: Exercise คือ การหมั่นฝึกปฏิบัติการเป็นผู้นำ ร่วมกับการพัฒนานวัตกรรม การสร้างทีมงาน การคัดเลือกและการฝึกอบรมพนักงาน เป็นต้น

C: Customize คือ การทำตามความต้องการในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะของลูกค้าในอันที่จะสร้างเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า

H: Harness คือ การรวบรัดข้อมูลเชิงลึกขององค์กรด้วยการจัดการและนำฐานความรู้ขององค์กรมาใช้ในการกำหนดวิสัยทัศน์เพื่ออนาคต

A: Acquire คือ การแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งทักษะ ความคิดและทัศนคติในการทำงานที่ดีกับลูกค้าและประชาชนในทุกระดับภายในองค์กร

R: Ready คือ การเตรียมความพร้อมขององค์กรและตนเองเพื่อการเผชิญหน้ากับความท้าทายทางด้านการบริการหกมิติ

G: Generate คือ การสร้างแนวคิดบริการใหม่ที่มีประสิทธิภาพด้วยการใช้ความคิดเชิงลึกหรือวิธีการสร้างความคิดรูปแบบอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการสร้าง ความแตกต่างทางกลยุทธ์ (Strategic Differentiation)

E: Evaluate คือ การประเมินโอกาสทั่วโลกใหม่ๆ และการทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

ความคิดเห็นของคณะผู้วิจารณ์หนังสือ

ดังที่ได้แนะนำถึงสาระสำคัญต่างๆ ของหนังสือ Achieving Service Excellence: Maximizing Enterprise Performance through Innovation and Technology (การบรรลุสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการ: การเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี) ดังกล่าวเล่มนี้ ซึ่งเขียนโดยซิง เอ็ม (คาร์ล) ชาง (Ching M. (Carl) Chang) ผู้ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาธุรกิจใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดการงานวิศวกรรมที่ผู้เขียนคร่ำหวอดอยู่ในวงการนี้มาอย่างยาวนาน นับได้ว่าเป็นหนังสือที่ช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในวิธีการดำเนินการต่างๆ ที่จำเป็นต่อการสร้างความคิด

สร้างสรรค์ และวิธีการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ซึ่งสามารถกระทำได้โดยการเน้นให้ความสำคัญต่อมาตรฐานกระบวนการทำงานได้อย่างเป็นระบบโดยมีเป้าหมายเพื่อต้องการเพิ่มผลผลิตให้แก่องค์กรที่ชัดเจน

ประกอบกับหนังสือเล่มนี้ยังมีส่วนช่วยขยายฐานความคิดและความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของแนวการสร้าง ความแตกต่างทางกลยุทธ์ (Strategic Differentiation) และความเป็นเลิศในการดำเนินงานบริการ (Operational Excellence) ไปสู่การปฏิบัติในแต่ละบทอีกด้วย

สำหรับลักษณะเด่นของหนังสือเล่มนี้คือ มีการใช้สำนวนภาษาอธิบายที่ไม่ยากเกินไป ชวนให้น่าอ่าน และน่าติดตาม อีกทั้งยังได้มีการสอดแทรกประเด็นตัวอย่างที่เป็นภาพและ/หรือแผนภูมิที่สำคัญๆ ประกอบการอธิบาย พร้อมทั้งวิธีการปฏิบัติอยู่เป็นระยะๆ ในแต่ละเรื่องที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังได้มีการจัดทำภาคผนวกไว้ในตอนท้ายของแต่ละบทอีกด้วย เพื่ออธิบายเสริมสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ผู้เขียนได้นำเสนอเนื้อหาไว้ในแต่ละบท เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นถึงวิธีการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม อันทำให้สามารถนำไปปรับใช้ได้เป็นอย่างดี

แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเนื้อหาภายในเล่ม ผู้เขียนมิได้มีการยกตัวอย่างหน่วยงานที่เป็น Best Practice เอาไว้ จึงเห็นว่ายังเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของหนังสือเล่มนี้ที่ทำให้ผู้อ่านไม่สามารถมองเห็นภาพของการนำไปใช้จริงในภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมได้ ดังนั้น ถ้าหากมีการจัดพิมพ์ในครั้งต่อไป คณะผู้วิจารณ์จึงเห็นควรที่ผู้เขียนจะต้องเพิ่มเติมเนื้อหาส่วนนี้บรรจุเข้าไปภายในเล่มด้วย และนอกจากนั้น ควรมีการเพิ่มเติมในส่วนของการสรุปกฎเกณฑ์สำคัญ สอดแทรกไว้ในเนื้อหาในแต่ละตอน ตลอดจนมีประเด็นข้อคำถามทิ้งท้ายในแต่ละบทในอันที่จะทำให้ผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาได้ทำการทบทวนความรู้ความเข้าใจเนื้อหาด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้หนังสือมีเนื้อหาที่สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

เพราะฉะนั้น ในการบรรลุสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการ เพื่อการเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีนั้น องค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องอาศัยการสร้างสรรค่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนา



เทคโนโลยีอย่างอยู่ต่อเนื่อง และยังจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐาน ซึ่งกระบวนการทำงานดังกล่าวจะทำให้องค์กรสามารถลดค่าใช้จ่าย กำจัดความสูญเสียต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับองค์กร และยิ่งจะช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพอีกด้วย ทั้งนี้ เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่จะช่วยทำให้การดำเนินงานขององค์กรเกิดการบรรลุสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินงาน ได้แก่ การสร้างมาตรฐานกระบวนการ โปรแกรมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ รวมตลอดทั้งอภิมาหาข้อมูล โดยที่องค์กรจะต้องมีการดำเนินงานตามขั้นตอนในแต่ละขั้นตอนอย่างเป็นระบบภายใต้โมเดลที่มีชื่อว่า “TAKE CHARGE”

หนังสือเล่มนี้จึงเปรียบเสมือนเป็นคู่มือสำหรับการพัฒนาองค์กรให้บรรลุสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการที่ดีอีกเล่มหนึ่งที่มีความสอดคล้องและเป็นไปตามที่ผู้เขียนได้ตั้งเจตนารมณ์เอาไว้ ตลอดจนมีคุณค่าและมีประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและปฏิบัติการ เพราะฉะนั้น ผู้บริหาร นักพัฒนาองค์กร เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ นิสิต นักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจทั่วไปที่มีความสนใจในด้านการพัฒนาองค์กรและการบริการ รวมทั้งประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จึงควรที่จะได้อ่านทำความเข้าใจ และศึกษาหนังสือเล่มนี้อย่างจริงจังเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการโดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานในอนาคตอันที่จะเป็นการเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรไปสู่ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ต่อไป

บรรณานุกรม (Bibliography)

- Chang, C. M. (2014). **Achieving Service Excellence: Maximizing Enterprise Performance through Innovation and Technology**. New York: Business Expert Press, LLC.
- University at Buffalo, the State University of New York. (2017). **Ching (Carl) M. Chang's Biography**. Retrieved February, 23, 2017, from <http://www.eng.buffalo.edu/~cmchang/index.shtml>.