

คู่มือ

การสร้างหัวใจนักบริการเพื่อให้เกิดนวัตกรรมองค์กร

A guide to creating a service person's for organizational innovation

จัดทำโดย กลุ่มบริการสารพันทั้งใจ  
สำนักงานเลขานุการกรม  
กรมโรงงานอุตสาหกรรม

## คำนำ

การจัดการความรู้ หรือ KM ซึ่งที่ย่อมาจากคำว่า “Knowledge Management” คือแนวทางการบริหารการทำงานภายในองค์กรเพื่อทำให้เกิดการนิยาม ความรู้ขององค์กรขึ้น และทำการรวบรวม, สร้าง, และกระจายความรู้ขององค์กร ไปให้ทั่วทั้งองค์กรเพื่อให้เกิดการต่อยอดของความรู้ นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึงก่อให้เกิดนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ภายในองค์กรขึ้น คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่กระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ นำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด คู่มือการจัดการความรู้สู่ “การสร้างหัวใจนักบริการ” จัดทำขึ้นเพื่อสรุปรวบรวมผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ที่ผ่านมา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาและเป็นแนวทางพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีแนวทางในการจัดการความรู้สู่ “นวัตกรรมองค์กร”

## การจัดการความรู้ Knowledge Management : KM

ความรู้ คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา เล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจ หรือ สารสนเทศที่ได้รับมาจกประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือ การปฏิบัติ อดวิชาในแต่ละสาขา (ที่มา : พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน)

รูปแบบของความรู้ มี ๒ ประเภท

๑. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวมถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีการต่างๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎีคู่มือต่างๆ เอกสาร กฎระเบียบ วิธีการปฏิบัติงาน สื่อต่างๆ เช่น VCD DVD Internet เทป เป็นต้น และบางครั้งเรียกว่า ความรู้แบบรูปธรรม

๒. ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงานงานฝีมือ ประสบการณ์ แนวความคิด บางครั้งจึงเรียกว่าความรู้แบบนามธรรม



ในชีวิตจริง ความรู้ ๒ ประเภทนี้จะเปลี่ยนสถานภาพ สลับปรับเปลี่ยนไปตลอดเวลา บางครั้ง Tacit ก็ออกมา เป็น Tacit ก็ออกมาเป็น Explicit และบางครั้ง Explicit ก็เปลี่ยนไปเป็น Tacit

“โมเดลปลา” เป็นโมเดลอย่างง่าย ของ สคส. ที่เปรียบการจัดการความรู้ เหมือนกับปลาหนึ่งตัวที่มี ๓ ส่วน คือ



๑. ส่วน “หัวปลา” (Knowledge vision-KV) หมายถึง ส่วนที่เป็นเป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือทิศทางของการจัดการความรู้ โดยก่อนที่จะทำจัดการความรู้ ต้องตอบให้ได้ว่า “เราจะทำ KM ไปเพื่ออะไร” โดย “หัวปลา” นี้จะต้องเป็นขอ “คุณกิจ” หรือ ผู้ดำเนินกิจกรรม KM ทั้งหมด โดยมี “คุณเอื้อ” และ “คุณอำนวย” คอยช่วยเหลือ

๒. ส่วน ....

๒. ส่วน “ตัวปลา” (Knowledge Sharing-KS) เป็นส่วนของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญซึ่ง “คุณอำนวย” จะมีบทบาทมากในการช่วยกระตุ้นให้ “คุณกิจ” มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้โดยเฉพาะความรู้ซ่อนเร้นที่มีอยู่ในตัว “คุณกิจ” พร้อมอำนวยให้เกิดการหมุนเวียนความรู้ ยกระดับความรู้ และเกิดนวัตกรรม

๓. ส่วน “หางปลา” (Knowledge Assets-KA) เป็นส่วนของ “คลังความรู้” หรือ “ขุมความรู้” ที่ได้จากการเก็บสะสม “เกร็ดความรู้” ที่ได้จากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ “ตัวปลา” ซึ่งเราอาจเก็บส่วนของ “หางปลา” นี้ด้วยวิธีต่างๆ เช่น ICT ซึ่งเป็นการสกัดความรู้ที่ซ่อนเร้นให้เป็นความรู้ที่เด่นชัด นำไปเผยแพร่และแลกเปลี่ยนหมุนเวียนใช้ พร้อมยกระดับต่อไปคนสำคัญที่ดำเนินการจัดการความรู้

ขอบเขตและเป้าหมาย KM

ก่อนที่จะมีการจัดการความรู้ หรือทำ KM จะต้องมีการกำหนดขอบเขต และเป้าหมาย KM ก่อน ซึ่งขอบเขต KM เป็นหัวเรื่องกว้างๆ ของความรู้ที่จำเป็นและสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนบริหารราชการแผ่นดิน ซึ่งต้องการจะนำมากำหนดเป้าหมาย KM ซึ่งแต่ละองค์กรสามารถใช้แนวทางในการกำหนดขอบเขตและเป้าหมาย KM เพื่อจัดทำแผนการจัดการความรู้ขององค์กรได้ ๔ แนวทาง คือ

แนวทางที่ ๑ เป็นความรู้ที่จำเป็นและสนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ขององค์กร

แนวทางที่ ๒ เป็นความรู้ที่สำคัญต่อองค์กร เช่น ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ประสบการณ์ความรู้ที่สั่งสมมา

แนวทางที่ ๓ เป็นปัญหาที่องค์กรประสบอยู่ และสามารถนำ KM มาช่วยได้

แนวทางที่ ๔ เป็นแนวทางผสมกันระหว่างแนวทางที่ ๑, ๒ หรือ ๓ หรือจะเป็นแนวทางอื่นที่องค์กรเห็นว่าเหมาะสม

การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM)

การจัดการความรู้ คือ เครื่องมือเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย ๔ ประการไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ (๑) การบรรลุเป้าหมายของงาน (๒) การบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาคน (๓) การบรรลุเป้าหมายด้านการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (๔) การบรรลุเป้าหมายของการเป็นชุมชน หมู่คณะ ที่มีความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน ดังนั้น การจัดการความรู้ ได้นำองค์ความรู้มาผนวกกัน ดังนี้

๑) เทคนิคการพัฒนาบุคลากรให้มี Service mind

๒) ทักษะคติเชิงบวกในการทำงาน (Positive Attitude)

๓) องค์กรนวัตกรรม (Innovation Organization)

โดยกำหนดองค์ความรู้ออกเป็น ๒ ประเภท คือ

๑. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (tacit Knowledge)

เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์ หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงถูกเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

๒. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (explicit Knowledge)

เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่างๆ และบางครั้งถูกเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปแบบนามธรรม

## ๑. เทคนิคการพัฒนาบุคลากรให้มี Service mind

### หลักในการให้บริการ

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเบื้องหลังความสำเร็จของงาน มักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน ไม่ว่าจะป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการต่างๆ ตลอดทั้งความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

### จิตบริการ

๑. เวลาทุกนาทีมีค่าสำหรับผู้รับบริการ

๒. การให้บริการที่ดี เริ่มจากการให้บริการที่ดีกับคนในองค์กรก่อน

๓. การให้บริการที่เกินความคาดหวังเป็นที่สุดของการบริการ

๔. การให้บริการที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

การให้บริการนั้นเป็นหน้าที่ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องปฏิบัติ ฉะนั้นหากเราต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมต่อตัวเราตลอดเวลา เราก็จะต้องปรับปรุงและเสริมสร้างคุณลักษณะของเราให้เป็นที่ถูกอกถูกใจผู้อื่นและที่สำคัญคือต้องถูกใจตนเองด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรประกอบไปด้วยคุณลักษณะทางกาย คือ เป็นประการด่านแรกของการให้บริการเพราะผู้ประกอบการ ประชาชน จะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ฉะนั้น การมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแสดงออกที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องการทำก่อนการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น ต้องดีทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทั้ง ๒ ประการมีสาระที่น่าสนใจ ดังนี้

บุคลิกภาพภายนอก ได้แก่

- ร่างกายสะอาด
- แต่งกายเหมาะสมตามกาลเทศะ
- ยิ้มแย้มแจ่มใส
- กิริยาอ่อนน้อม รู้จักที่จะไหว้ให้เป็นและสวย
- มีอารมณ์มั่นคง

บุคลิกภาพภายใน ได้แก่

- กระตือรือร้น
- รอบรู้
- เต็มใจและจริงใจ
- ความจำดี
- มีปฏิภาณไหวพริบ
- มีความรับผิดชอบ
- มีอารมณ์มั่นคง

คุณลักษณะทางวาจา นับเป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาของการให้บริการส่วนใหญ่จะเกิดจากสื่อสารระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ ดังนั้นหากสามารถนำคุณลักษณะทางวาจาที่ดีมาใช้ได้มากปัญหาการบริการก็จะลดลง ซึ่งคุณลักษณะทางวาจาที่เหมาะสมมีดังนี้

- พูดจาไพเราะอ่อนหวาน
- รู้จักให้คำชมตามโอกาสอันสมควร
- ใช้ถ้อยคำภาษาให้ถูกต้อง
- ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับผู้ฟังและสถานการณ์
- พูดชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย
- หลีกเลี่ยงการตำหนิและนินทา
- รู้จักทักทายผู้อื่นก่อน

หลักในการให้บริการ

๑. การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้น ต้องทำทุกครั้งไม่ใช่ทำเฉพาะการบริการครั้งแรกเท่านั้น  
๒. คุณภาพของการบริการวัดจากความพอใจของผู้รับบริการ ไม่ใช่วัดจากความพอใจของผู้ให้บริการ

๓. การบริการที่คุณภาพเกิดขึ้นจากการที่ทุกคนในองค์กรร่วมมือกันและลงมือกระทำอย่างจริงจังและจริงใจ

- ๔. การบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้
- ๕. การบริการที่ดีย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีต่อกัน
- ๖. ผู้ให้บริการต้องรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นสุขที่มีโอกาสทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

การสร้างหัวใจนักบริการ

การบริการที่ดีต้องเกิดขึ้นจากใจ เพราะการบริการเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว สบายใจและพอใจ

- ๑. S = Smiling and Sympathy (ยิ้มแย้ม และเห็นอกเห็นใจ)
- ๒. E = Early Response (ตอบสนองอย่างรวดเร็ว)
- ๓. R = Respectful (แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติ)
- ๔. V = Voluntariness manner (ให้บริการสมัครใจ)
- ๕. I = Image Enhancing (รักษาภาพลักษณ์ของตัวเองและองค์กร)
- ๖. C = Courtesy (อ่อนน้อม สุภาพ)
- ๗. E = Enthusiasm (กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น)

## สรุปประเด็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การให้ความสำคัญกับการให้บริการนั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งส่วนหนึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากผู้รับบริการ และผู้ให้บริการต้องเป็นบุคคลที่มีใจในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้ให้บริการคือพนักงานผู้ให้บริการทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับบุคคลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงผู้มาติดต่อทุกประเภท เป็นต้น ต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและประทับใจกับผู้รับบริการทุกคน และท้ายสุด ผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีโดยเฉพาะการมีจิตสำนึกในการรักการให้บริการ เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างสมบูรณ์แบบและยั่งยืน

### คุณลักษณะของผู้ให้บริการ

คุณสมบัติ หมายถึง คุณงามความดี ลักษณะพิเศษประจำตัวบุคคลถือเป็นสำคัญอันดับแรกของการเริ่มต้นการให้บริการที่ควรทราบคุณสมบัติของผู้ให้บริการที่มีหน้าที่ต้อนรับและให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเพื่อจะได้นำไปเป็นหลักในการพัฒนาและปรับปรุงบุคลิกภาพการให้เหมาะสมสำหรับการปฏิบัติงานบริการ ซึ่งคุณสมบัติต่างๆ ประกอบด้วย

๑. มีทัศนคติและใจรักในงานอาชีพ (Attitude Service Mind) ทัศนคติที่ดีจะมีผลทำให้ผู้ให้บริการมีใจรักในงานอาชีพอย่างแท้จริง เพราะการทำงานด้วยใจรักและทัศนคติที่ดีต่องานจะทำให้ผลการทำงาน ออกมาดีเช่นสามารถทำให้ผู้บริหารเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจในตัวบุคคลนั้นได้ แต่ถ้าหากไม่มีใจในงานจะทำให้เบื่อง่ายและไม่กระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ทำให้ไม่มีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ

๒. มีสุขภาพดี (Good Health) ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีสุขภาพดี มีสุขภาพจิตที่ดี มีจิตใจ ที่แจ่มใส ไม่หงุดหงิด ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ เพราะการปฏิบัติงานต้องใกล้ชิดกับผู้รับบริการ ในขณะที่การปฏิบัติงาน บริการมักไม่สามารถนั่งหรือพักได้ตามอริยาศัย เพราะต้องต้อนรับและดูแลผู้รับบริการอยู่เสมอ รวมทั้งต้องสำรวจและระมัดระวังกริยา ไม่ทำตัวตามสบาย หากแต่ต้องสุขภาพและอยู่เสมอ

๓. ปรากฏกายดี บุคลิกภาพดี (Good Appearance) หมายถึง การแต่งกายดี สะอาด เรียบร้อย ประณีต รวมถึงความสะอาดของร่างกายมองดูแล้วสดชื่น แสดงกริยาท่าทางดี มีบุคลิกดี สง่า ภาคภูมิใจ บุคลิกภาพที่ดีของบุคลากรจะทำให้สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ขององค์กร เพราะบุคลากรคือ ตัวแทนขององค์กร

๔. มีความรับผิดชอบ (Responsibility) บุคลากรบริการควรตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่ตนเองได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด การทำงานด้วยความรับผิดชอบ หมายถึงการที่บุคลากรรับผิดชอบต่อองค์กร ทุ่มเท เสียสละ รอบคอบ ซื่อสัตย์และลดข้อบกพร่องให้ได้มากที่สุด รับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมงาน โดยการไม่เอาเปรียบเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งการที่รับผิดชอบต่อผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ

๕. มีวินัยและตรงต่อเวลา (Discipline) การมีวินัยเป็นหัวใจของการทำงาน ผู้ที่มีวินัยจะสามารถพัฒนาได้ง่ายกว่า สามารถเติมความรู้ด้านใหม่ๆ เข้าไปได้ ทั้งนี้ การมีวินัยไม่ได้หมายถึงการอยู่นิ่ง ไม่พัฒนาตนเองหรือไม่พยายามสร้างสรรค์งาน การมีวินัยและตรงต่อเวลาจะเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจจากองค์กร

๖. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confident) ผู้ให้บริการควรแสดงออกถึงความเชื่อมั่นในตนเองเพราะทำให้ผู้รับบริการเกิดความวางใจที่มาใช้บริการ และเป็นการแสดงให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าผู้ให้บริการมีความรู้ และทักษะจริงในการปฏิบัติงาน การมีความเชื่อมั่นในตนเองจึงเป็นผลดีต่อตัวผู้ให้บริการเอง ทั้งนี้ความมั่นใจในตนเองไม่ควรแสดงออกมาจนมากเกินไปจนกลายเป็นตัวอึด ซึ่งจะเป็นผลเสียต่อตนเองและงานแทนผลดี

๗. มนุษยสัมพันธ์ที่ดี (Human Relation) การทำงานบริการมีลักษณะการปฏิบัติงานแบบหมู่คณะหรือทีม มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในงานแต่ละฝ่าย การทำงานจึงต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร มีความเห็นอกเห็นใจและนึกถึงผู้อื่น เป็นผู้ฟังมากกว่าผู้พูด ไม่เห็นแก่ตัว ซึ่งการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจึงหมายถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานทุกระดับ เป็นต้นว่า ความสัมพันธ์ ระหว่างหัวหน้าและลูกน้อง ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานรวมถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ เพื่อให้การบริการนั้นเป็นไปด้วยดี

๘. มีศิลปะการพูดที่ดี (Good expression) หมายถึง การพูดที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกด้านดี เกิดความพึงพอใจ แต่ก็มีใช้การยกยอจนเกินความจริงมากเกินไป ใช้ถ้อยคำไพเราะเสียงนุ่มนวล ไม่ดังเกินไป หรือค่อยเกินไป สุภาพเหมาะสมกับระดับ เพศ อาชีพและตำแหน่งของบุคคลที่สนทนาหรือผู้รับบริการที่ให้บริการ  
ทัศนคติเชิงบวกในการทำงาน (Positive Attitude)

ทัศนคติที่ดีในการทำงาน การสร้างองค์กรสมัยใหม่ที่มีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการทำงาน ผู้บริหารส่วนใหญ่ต่างตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานที่มีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น องค์กรที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกคนทำงานโดยมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของเพื่อให้งานของส่วนงานมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กร แม้นกระทั่งแวดวงการศึกษา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องการพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีมให้เป็นหนึ่งเดียวกัน (Teamwork) ผู้ปฏิบัติงานต้องมีทัศนคติเชิงบวก ยินดีและมีความพร้อมที่จะแสดงบทบาททั้งการเป็นผู้ให้และผู้รับ รวมทั้งต้องใช้ทักษะและกระบวนการในการสื่อสาร (Communication Skills) เพื่อถ่ายทอดข้อมูล แนวคิด เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน เกิดการประสานงานงานที่ดี (Coordination) ตลอดจนสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน

การจัดการความรู้ “ทัศนคติที่ดีในการทำงาน” จะทำให้ทุกคนทุกงานมีเป้าหมาย ดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกันเกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยการมีทัศนคติเชิงบวกยินดีที่จะให้การช่วยเหลือและรับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานอย่างเหมาะสม มีการสื่อสารและประสานงานกับทุกระดับไม่ว่าจะเป็นส่วนงานเดียวกันหรือข้ามสายงาน (Cross Functional Team)