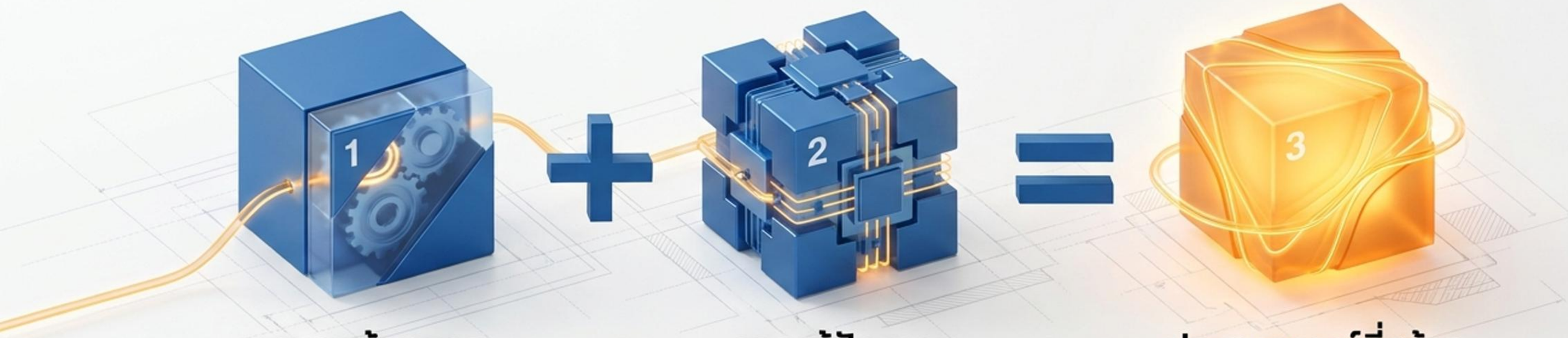


# สรุปบทเรียน
# ‘การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ (Government Digital Service Design)’

การยกระดับ Government Digital Service Design เพื่อเปลี่ยนผ่านจากการทำงานแบบเดิม สู่การสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ

จัดทำโดย นางจุฑามาส พจน์สมพงษ์
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ กพร.
18 มิถุนายน 2569

# งานออกแบบของภาครัฐไม่ใช่เรื่องของความสวยงาม แต่คือการ "เดาใจ"




**ความต้องการ ที่แท้จริง**

**การแก้ปัญหา ที่ตรงจุด**

**ประสบการณ์ที่สร้าง ความสุขตลอดเส้นทาง**

การออกแบบบริการ (Service Design) คือการคาดเดาให้ได้ว่าผู้ใช้งานต้องการอะไร เพื่อให้ประชาชนมีความสุขตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุดของกระบวนการรับบริการ

# เมื่อโลกเปลี่ยน (World Changing) วิธีคิดของภาครัฐต้องเปลี่ยนตาม

## อดีต (Process Improvement)

**จุดศูนย์กลาง (The Core)**
ยึดมุมมองของรัฐและข้อจำกัด
ของหน่วยงานเป็นหลัก

**เป้าหมายการพัฒนา (The Goal)**
เน้นปรับปรุงกระบวนการภายใน
ให้ทำงานได้ง่ายขึ้น

## ปัจจุบัน (Service Design)

**จุดศูนย์กลาง (The Core)**
ยึดผลลัพธ์และความต้องการ
ของผู้รับบริการเป็นที่ตั้ง

**เป้าหมายการพัฒนา (The Goal)**
ประชาชนคาดหวังบริการที่เข้าถึงง่าย
และตอบโจทย์เฉพาะบุคคล

ภาครัฐต้องเริ่มต้นจากการถามว่า **"ประชาชนต้องการผลลัพธ์อะไร?"** ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกเครื่องมือมาใช้

# บริการของรัฐต้องถูกออกแบบมาเพื่อ ‘ทุกคน’ (Desigh for Inclusion)




บริการตองสอดคล้องกับบริบทของผู้รับบริการที่หลากหลาย **การออกแบบที่ดีต้องไร้รอยต่อ** (Seamless) เป็นเนื้อเดียวกันทั้งระบบ Online และ Offline โดย**ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง**

# กลไก 3 ประการที่ขับเคลื่อนบริการภาครัฐ (The 7Ps Framework)

Product

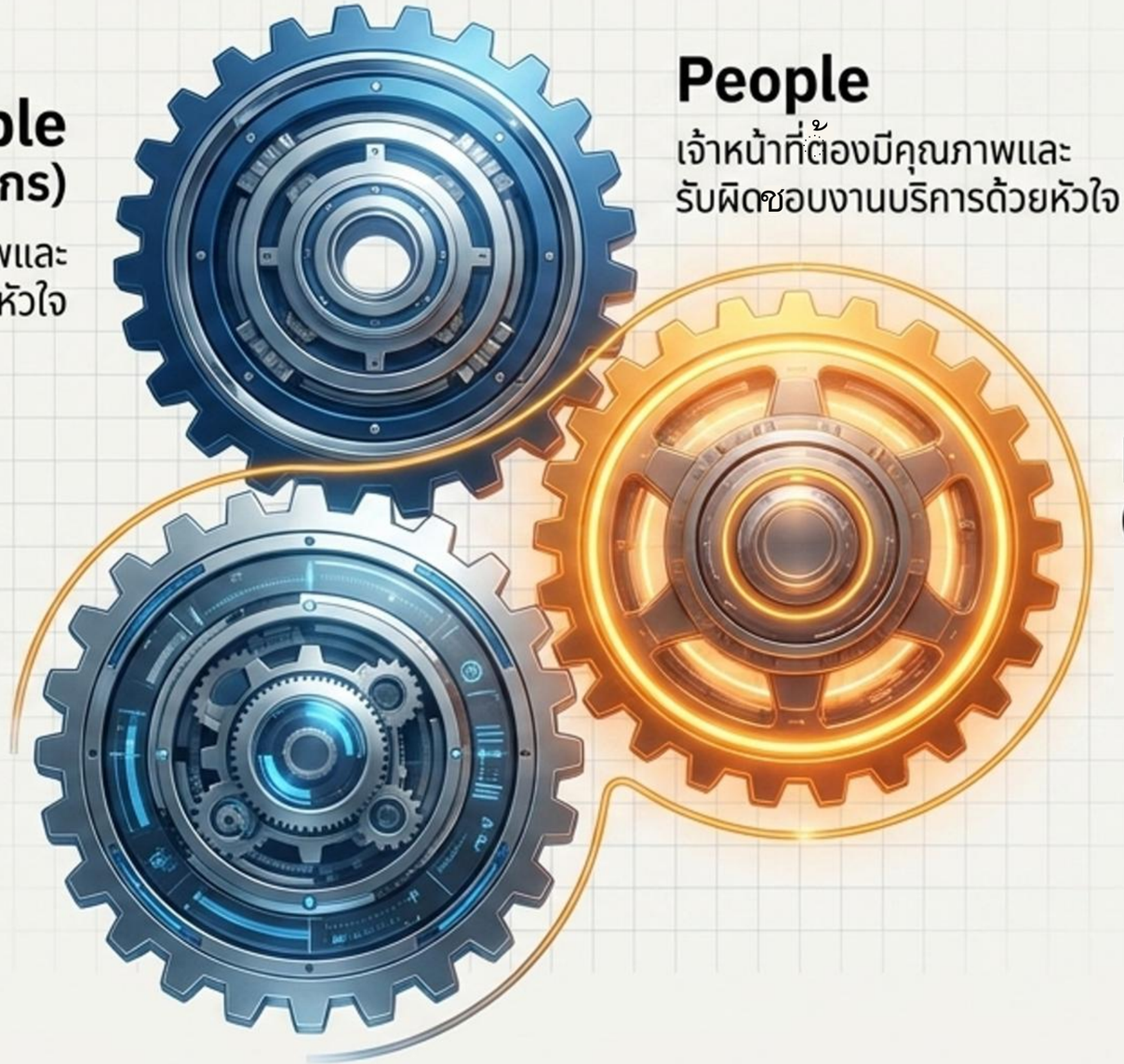
Price

Place

Promotion

## People
**(บุคลากร)**

เจ้าหน้าที่ต้องมีคุณภาพและ
รับผิดชอบงานบริการด้วยหัวใจ



## People

เจ้าหน้าที่ต้องมีคุณภาพและ
รับผิดชอบงานบริการด้วยหัวใจ

## Process
**(ระบบ)**

ออกแบบให้สะดวก ลดขั้นตอนซ้ำซ้อน
และ “ดักทาง” เพื่อแก้ปัญหาล่วงหน้า
เสมือนเป็นผู้รับบริการเอง

## Physical Evidence
**(ประสบการณ์ทางกายภาพ)**

สิ่งที่สัมผัสได้ด้วยสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส
กลิ่น เสียง สัมผัส) ต้องถูกออกแบบให้
เข้าถึงง่ายและตอบโจทย์ความคาดหวัง
ทั้งบนพื้นที่จริงและบนหน้าจอ

# จัดลำดับกลยุทธ์ใหม่: ออกแบบก่อนร่าง TOR

Path A (The Wrong Way)




Path B (The Strategic Timeline - Bold and Vibrant)

**Step 1:**
**Design as Styling**
**(ตั้งทีมออกแบบเบื้องต้น)**

พิสูจน์ความต้องการจริงของผู้ใช้งาน
ให้ชัดเจนก่อนเริ่มโครงการ

**Step 2: จัดทำ TOR**
**& จ้าง Vendor**

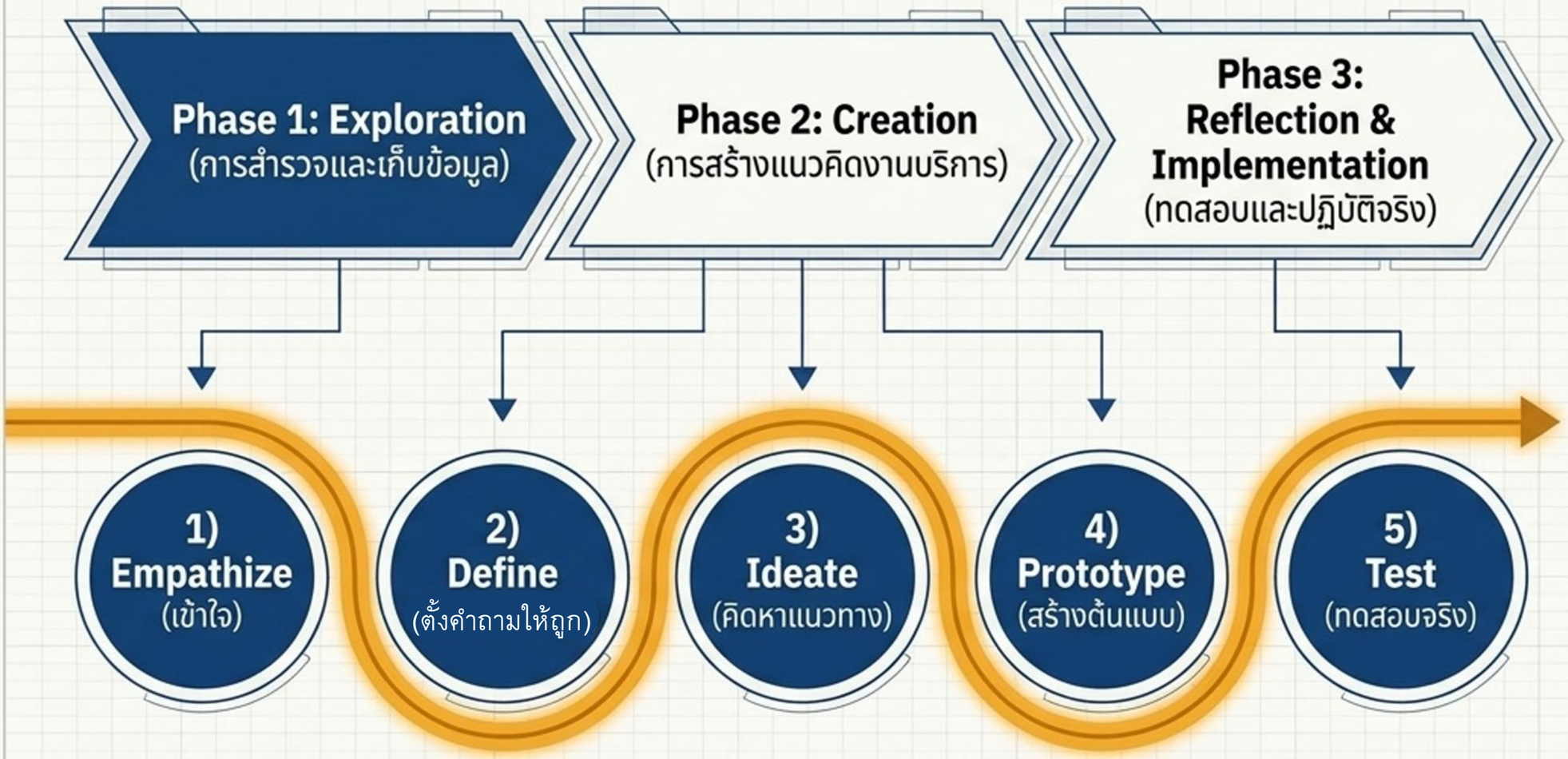
เมื่อได้ภาพที่ชัดเจน จึงค่อยร่าง
ขอบเขตการจ้างงานที่แม่นยำ

**Step 3:**
**Process Backstage**

ออกแบบระบบหลังบ้าน
มารองรับการบริการส่วนหน้า

**การออกแบบระดับกลยุทธ์ (Strategic Level)** ไม่ใช่แค่การสร้างสิ่งใหม่ แต่อาจหมายถึง
การ **"ยกเลิก"** หรือ **"ควบรวม"** บางกระบวนการเพื่อตอบโจทย์องค์กรและประชาชน

# เครื่องยนต์แห่งการออกแบบบริการ (The Service Design Engine)




**Actionable Insight**

Touchpoint ควรดำเนินการกระบวนการนี้ภายในองค์กร เพื่อ (Stock)' Solution ที่ตอบโจทย์ไว้ก่อนนำไป Implement จริง

# Phase 1: การสำรวจข้อมูลต้องเริ่มจาก "ต่อมเอ๊ะ"



**Card 1: Reframing**

ปรับมุมมองเพื่อค้นหา Challenge และความต้องการที่แท้จริง



**Card 2: Stakeholder Mapping**

กางแผนผังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อดูว่าใครได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากระบบนี้



**Card 3: Observe / Interview**

สังเกตและสัมภาษณ์ด้วยความอยากรู้อยากเห็น (ต้องมี "ต่อมเอ๊ะ" เสมอ)



**Card 4: Journey Map (Touchpoint)**

จินตนาการความคาดหวังและออกแบบประสบการณ์ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนจบ

# สกัดข้อมูลมหาศาลให้เป็นรูปธรรมด้วยหลักการ P.O.I.N.T

**P**

**Problem you observed:**
ปัญหาที่สังเกตพบหน้างาน

**O**

**Opportunities you see:**
โอกาสที่ซ่อนอยู่ในการแก้ปัญหานั้น

**I**

**Insights you gathered:**
ความรู้และความเข้าใจเชิงลึกที่ได้รับจากการรับฟัง

**N**

**Needs people have:**
ความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ

**T**

**Themes that stand out:**
แนวคิดหลักที่เกิดขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

# Phase 2: ค้นหาแนวคิด (Idea Development)

**"อย่าเพิ่งรีบหาคำตอบเดียว แต่จงหาคำตอบให้หลากหลายที่สุด"**



## Six Thinking Hats

เทคนิคการคิดรอบด้านสวมหมวก 6 ใบ
เพื่อมองปัญหาจากมุมมองที่ต่างกัน
อย่างสิ้นเชิง



## Silent Brainstorm

ลดความเกรงใจและอคติในที่ประชุม ด้วยการ
ให้ทุกคน “คิด เขียน และแปะ Post - it” เงียบๆ
เพื่อให้ได้ไอเดียจากทุกคนอย่างแท้จริง

# พลังของการสร้างสรรค์ร่วมกัน (The 4 Types of Co-Creation)

Q1



## Club of Experts

ระดมสมองและใช้ความรู้จาก
“ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง”

Q2



## Crowd of People

เปิดรับฟังเสียงจาก
“กลุ่มคนจำนวนมาก/ประชาชนทั่วไป”

## Coalitions of Parties

ดึง “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” หรือผู้ที่
ได้รับผลกระทบโดยตรงมาร่วมออกแบบ”



Q3

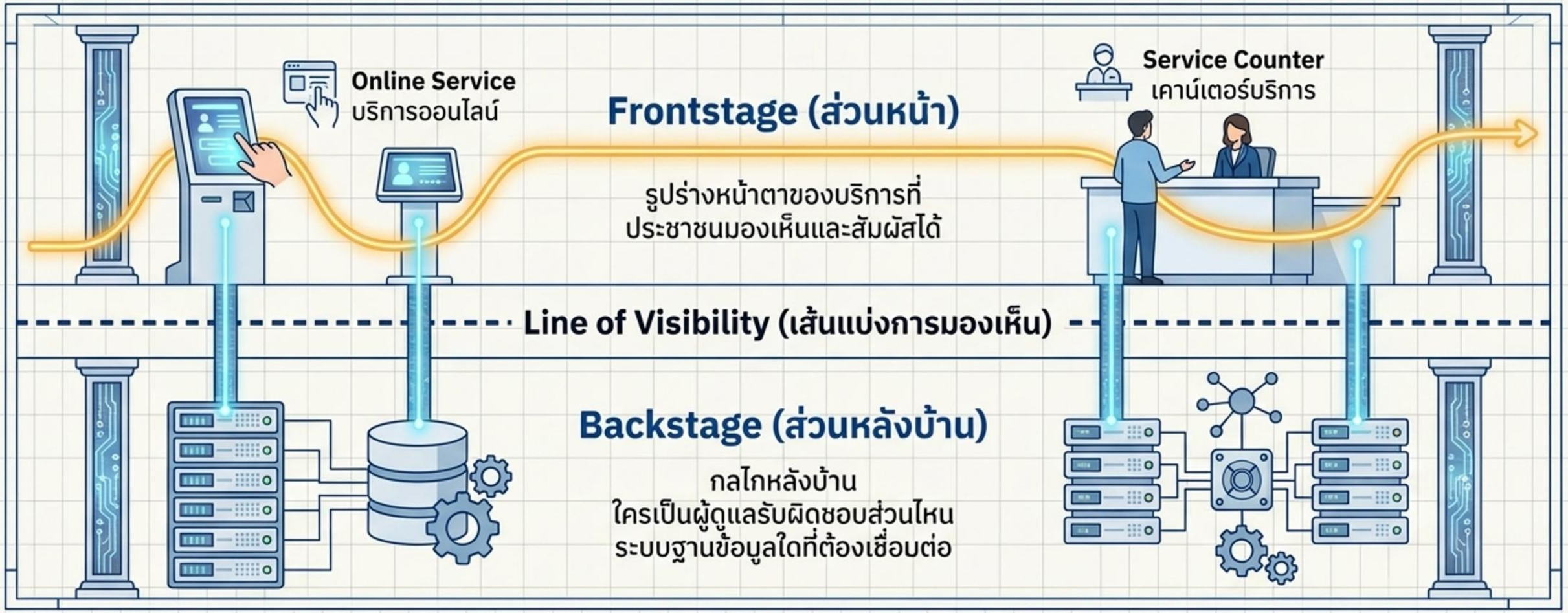


## Community of Like-Minded Spirits

สร้างเครือข่ายจาก
“กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน”

Q4

# สรุปแนวคิดสู่ "พิมพ์เขียวบริการ" (Service Blueprint)




การลงรายละเอียดที่ชัดเจนว่า Service มีหน้าตาอย่างไร
เพื่อให้ทุกภาคส่วนของรัฐทำงานสอดประสานกันได้อย่างราบรื่น

# Phase 3: ทดสอบและทำซ้ำ (Reflection & Implementation)




อย่ารอให้สมบูรณ์แบบ 100% ให้ทดสอบไปเรื่อยๆ จนมั่นใจว่าบริการนั้นตอบสนองความต้องการและสร้างความสุขได้จริง

# "ความสุขของประชาชน"
# คือตัวชี้วัดความสำเร็จที่แท้จริง




การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ
**ไม่ใช่แค่การสร้างแอปพลิเคชันหรือการจัดซื้อเทคโนโลยี**
**แต่คือการทำความเข้าใจมนุษย์อย่างลึกซึ้ง**
และออกแบบทุกสัมผัส (Experience) ให้ประชาชนได้รับบริการที่ดีที่สุด
ตั้งแต่ก้าวแรกจนถึงจุดสิ้นสุดอย่างมีความสุข

**เปลี่ยนผ่านจากรัฐที่เน้น “การบวนการ”สู่รัฐที่ขับเคลื่อนด้วย “ความเข้าอกเข้าใจ” (Empathy)**

**ประโยชน์ที่ได้รับ**

1. การปรับปรุงกระบวนงานหรือการออกแบบบริการใหม่ของภาครัฐ ต้องคำนึงถึงความสุขของผู้รับบริการในทุกจุดสัมผัส
2. การปรับบริการไปสู่ดิจิทัลต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของกลุ่มที่เข้าไม่ถึงเทคโนโลยี
3. การออกแบบบริการหรือการปรับบริการ ควรต้องมีการทดสอบหลายๆครั้งก่อนนำไปใช้จริง เพื่อปรับปรุงให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการให้ผู้รับบริการและสร้างความสุขให้กับผู้รับบริการได้จริง
4. การออกแบบบริการต้องมีการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบบริการ