

สรุปทฤษฎีจากการ พัฒนาความรู้

รอบการประเมินที่ 2
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

หลักสูตร

การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ
(Government Digital Service Design)

จัดทำโดย นางอติรัตน์ วงศ์ธานี

ตำแหน่ง นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ

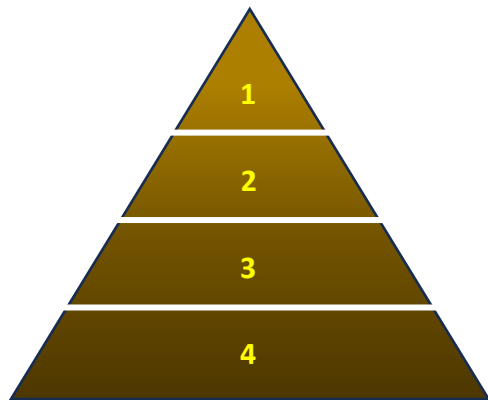
Design คือ การออกแบบ รวมถึงการแก้ปัญหา เพื่อตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างกัน โดยการ Design กับบริบทของงานบริการเพื่อผู้ใช้งาน เริ่มจากต้องทราบว่าบริการนี้เพื่อใคร เพื่อทำความเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ เพื่อ Design การบริการให้เหมาะสมกับความต้องการและช่วยแก้ปัญหาของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งเริ่มจากการค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อปรับเปลี่ยนการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ รวมถึงการบริการของภาครัฐที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการในทุกกลุ่มให้สามารถใช้งานร่วมกันได้

เครื่องมือสำหรับออกแบบการบริการ : 7Ps For Service (4P+3P)

7Ps For Service	
4P	3P
● Product : สินค้า บริการ ● Price : ราคา ● Place : สถานที่ ● Promotion : การส่งเสริมการขายต่างๆ	● People บุคลากร: การบริการโดยใช้คน (ผู้ให้บริการ) เพื่อตอบสนองคน(ผู้รับบริการ) ในบางงานบริการแม้จะมี AI มาช่วยแต่คนยังเป็นผู้รับผิดชอบควบคุม ● Process ระบบที่ช่วยในการบริการให้สะดวก : Process ที่ดีจะต้องช่วยลดขั้นตอนและลดระยะเวลาเพื่อลดภาระของผู้รับบริการ (ประชาชน) ● Physical Evidence ออกแบบสถานที่ : ออกแบบสถานที่เพื่อเอื้อต่อการให้บริการ ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online (เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน) โดยคำนึงถึงประสบการณ์ (Experience) ที่ผู้รับบริการจะได้รับ

ในธุรกิจบริการนั้น “ผู้ให้บริการ” จะมีปฏิสัมพันธ์กับ “ผู้รับบริการ” หรือผู้บริโภค ในระดับที่ลึกซึ้งกว่าทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น ธุรกิจประเภทนี้จึงต้องการอีก 3P เข้าไปเสริม

ระดับการให้ความสำคัญของ Design ในองค์กร (Service Design Level)



1 No Design ไม่การออกแบบ

2 Design as Styling (Interface Level) ออกแบบจุดรับบริการ เพื่อให้ ผู้รับบริการใช้งานง่าย

3 Design as Process (Backstage Level) ออกแบบระบบหลังบ้านด้วยให้่ง่ายเพื่อให้ เจ้าหน้าที่ทำงานได้งานสะดวก

4 Design as Strategy (Strategic Level) มองการ Design คือ กลยุทธ์ของการให้บริการ

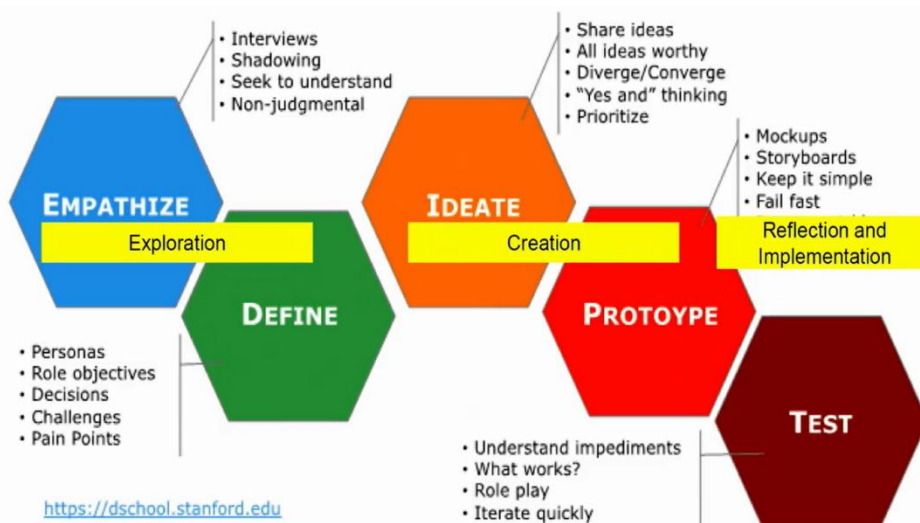
กระบวนการออกแบบบริการ (Service Design Process) : เราจะสร้างบริการที่ดีได้อย่างไร

1. Exploration การสำรวจและเก็บข้อมูล หมายถึง การศึกษาค้นคว้าและเก็บข้อมูลเชิงลึก โดยเฉพาะการวิจัยในเชิงมานุษยวิทยาและวัฒนธรรม (Ethnography research) ที่จะทำให้สามารถระบุถึง ความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่นำไปสู่การหาช่องว่างหรือโอกาสใหม่ๆ สำหรับการออกแบบบริการที่เหมาะสมที่สุดได้

2. Creation : การสร้างแนวคิดงานบริการ หมายถึง การนำผลวิจัยที่ได้จากขั้นตอนแรกมาออกแบบแนวคิดงานบริการ ซึ่งจะเน้นให้ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้หรือผู้มีส่วนเสีย มามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ (Co-creation) ด้วย

3. Reflection & Implementation : การนำแนวคิดไปทดสอบและปฏิบัติจริง หมายถึง การนำทสรูปแนวคิดในขั้นตอนการสร้างแนวคิดงานบริการมาสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ (Prototype) และทดสอบการทำงานของระบบการบริการ โดยจะเปิดรับความคิดเห็นจากทุกฝ่าย เพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงรูปแบบการบริหารให้สอดคล้องกับเป้าหมาย รวมทั้งสร้างความสะดวกและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นสูงสุด

ความสัมพันธ์ ระหว่าง Service Design Process กับ Design Thinking



● Exploration

การสำรวจและเก็บข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ **Design Thinking** ในขั้นตอน **Empathize** และขั้นตอน **Define** ซึ่งการทำ 2 ขั้นตอนนี้ เพื่อให้เข้าใจความต้องการที่หลากหลาย Reframing เพื่อให้เข้าใจว่าที่แท้จริงแล้วเราต้องการอะไรบ้าง และอะไร คือ Challenge ที่แท้จริง Stakeholder Mapping มีใครบ้างที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจปัญหา ใครได้รับผลกระทบ ได้ประโยชน์ และเสียประโยชน์ รวมถึง Journey Map (touchpoint)

P.O.I.N.T

- Problems you observed ปัญหาที่สังเกตพบ
- Opportunities you see โอกาสในการแก้ปัญหา
- Insights you gathered ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับ
- Need people have ความต้องการของผู้รับบริการ
- Themes that stand out แนวคิดที่เกิดขึ้นจากการสังเคราะห์

● Creation

การสร้างแนวคิดงานบริการ โดยคำนึงถึงประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับ **Design Thinking** ในขั้นตอน **Ideate** การระดมความคิด และขั้นตอน **Prototype** การออกแบบต้นแบบ โดย มีเครื่องมือที่ใช้ในการค้นหาแนวคิดได้แก่ SIX Thinking Hat และ Silent Brainstorm ซึ่งกระบวนการออกแบบ (Co-creation) การสร้างสรรค์ร่วมกัน แบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่

1. Club of Experts ใช้ความคิดจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Expert Panel)
2. Crowd of People ใช้กลุ่มคนจำนวนมาก
3. Coalitions of Parties ใช้ผู้ลงทุนและผู้ที่มีผลประโยชน์ หรือผู้ได้รับผลกระทบจากงานบริการ
4. Community of Like-Minded Spirits ใช้กลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกัน

Conceptualisation สรุปแนวคิดหลัก คือการลงรายละเอียดให้ชัดเจนว่า Service ที่เราออกแบบใหม่มีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไรและใครเป็นผู้แลส่วนต่างๆ รวมไปถึงการสร้าง **Service Blueprint** ซึ่งแบ่งได้ 5 ส่วนดังนี้

1. Need and Expectations ความต้องการและความคาดหวังแสดงถึงจุดประสงค์และเป้าหมายของการให้บริการ
2. Frontage Experience ส่วนงานบริการลูกค้า หมายถึง องค์ประกอบของงานบริการที่ลูกค้าจะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย
3. Line of Visibility เส้นเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนบริการลูกค้ากับส่วนให้บริการ เป็นการเชื่อมโยงงานบริการที่อยู่ระหว่างส่วนงานบริการลูกค้า กับส่วนจัดเตรียมของผู้ให้บริการ
4. Backstage Process and Activities ส่วนจัดเตรียมของผู้ให้บริการ หมายถึง

5.Specification and Role Descriptions ข้อกำหนดการทำงานของแต่ละภาคส่วนรายละเอียด และหน้าที่ของแต่ละภาคส่วนภายในองค์กร ซึ่งมีไว้เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงาน และเป็นการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน

- **Reflection and Implementation**

การนำแนวคิดไปทดสอบและปฏิบัติจริงและกระบวนการทำซ้ำไปมา ซึ่งสอดคล้องกับ Design Thinking ในขั้นตอน Prototype และขั้นตอน Test ซึ่งการสร้างแบบจำลองหรือสถานการณ์จำลองนี้ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนได้แก่

1. Design the Test สร้างแบบทดสอบ
2. Test the Interaction ทดสอบระบบปฏิสัมพันธ์
3. Evaluate the Test ประเมินผลกาทดสอบ

ข้อสรุปและแนวคิดในการประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาองค์กร

ในการออกแบบงานบริการ ซึ่งรวมถึงงานบริการภาครัฐ หน่วยงานของรัฐควรศึกษาและพิจารณาปัจจัยให้ครบรอบด้านทั้งในด้านของผู้มีส่วนได้(ประโยชน์)และผู้มีส่วนเสีย(ประโยชน์) เพื่อให้ได้บริการดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง โดยการการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการให้บริการของภาครัฐ ควรมุ่งเน้นให้ประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงานของหน่วยงานรัฐให้ทันสมัย ช่วยแก้ปัญหา ช่วยลดระยะเวลา และขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างตรงจุด

แหล่งที่มา

หลักสูตร : การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ (Government Digital Service Design)

ด้านการพัฒนา (ระบุ ✓) : ☒ ดิจิทัล

☐ ความรู้เฉพาะด้านเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน

☐ เพิ่มศักยภาพตนเอง/ประสิทธิภาพในการทำงาน

บรรยายโดย : คุณนิติ มุขยวงศา ผู้ช่วยรองอธิการบดี สายงานวิชาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ดร.พนชิต กิตติปัญญางาม CEO/Co-Founder ZTRUS, กรรมการบริหาร DPU X

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

หน่วยงานผู้รับผิดชอบ : สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล(องค์การมหาชน)

วิธีการพัฒนาตนเอง : e-learning

วันที่ได้รับการฝึกอบรม : 15 สิงหาคม 2568

สถานที่ : กรมพัฒนาที่ดิน