

แบบรายงานสรุปผลการเข้ารับการพัฒนาความรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัด สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๘

เรียน ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินเลย

ด้วย นายพิชิต รัตติ ตำแหน่ง เจ้าพนักงานการเกษตรชำนาญงาน สังกัด สถานีพัฒนาที่ดินเลย สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๘ กรมพัฒนาที่ดิน ได้เข้ารับการพัฒนาความรู้เพื่อการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับบุคลากรภาครัฐ (TDGA E-learning) หลักสูตร “การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Digital Transformation by Design Thinking)” วันที่ ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ เป็นเวลาทั้งสิ้น ๑ วัน ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวจัดโดย สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล Thailand Digital Government Academy หรือ TDGA ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.)

จึงขอรายงานสรุปผลการพัฒนาความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ ดังนี้

๑. วัตถุประสงค์

เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. เนื้อหาและหัวข้อวิชา

๒.๑ Technology Disruption and Trends เทรนด์ ๑๐ อันดับแรกสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัล ได้แก่

๒.๑.๑ 5G สู่เครือข่ายเคลื่อนที่ (Mobile) ด้วยความเร็วที่สูงขึ้น ความหน่วงที่น้อยลง

๒.๑.๒ Chatbots สำหรับองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องของการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ที่ต้องตอบคำถามสั้น ๆ ซ้ำ ๆ จะเลิกใช้คนในการตอบแต่พัฒนามาใช้ Chatbots ในการตอบคำถามแทน

๒.๑.๓ Connected Clouds การนำข้อมูลขึ้นระบบ Clouds เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบ IT ขององค์กร

๒.๑.๔ Blockchain การเก็บและการแชร์ข้อมูล จะอยู่ใน Blockchain เพื่อความปลอดภัยที่สูงขึ้น

๒.๑.๕ Data to Analytics to Machine Learning to AI กระบวนการพัฒนาจากข้อมูลดิบจำนวนมากสู่การวิเคราะห์ การเรียนรู้ของเครื่อง และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจและยกระดับคุณภาพการให้บริการ

๒.๑.๖ Data Protection เป็นการป้องกันการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น PDPA

๒.๑.๗ AR และ VR เป็นเทคโนโลยีเสมือนจริงที่นำไปใช้ทั้งเกม การแพทย์ การศึกษา การฝึกอบรม และการตลาด สามารถลดระยะเวลาและต้นทุนได้กรณีที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก

๒.๑.๘ การเชื่อมต่อจำนวนมากด้วยเทคโนโลยีการเชื่อมต่อ IoT

๒.๑.๙ Consumption-based IT Service เป็นบริการไอทีแบบคิดค่าใช้จ่ายตามการใช้งานจริง

๒.๑.๑๐ CEO เป็นผู้กำหนดทิศทางดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันและยกระดับการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยีหลัก ได้แก่

- ๑) การผลิต เทคโนโลยีเสมือนจริงด้านอุตสาหกรรม ระบบอัตโนมัติแบบคลาวด์ รถนำทางอัจฉริยะอัตโนมัติ
- ๒) การเกษตร เรือกระจกอัจฉริยะ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอัจฉริยะ การตรวจสอบด้วยเทคโนโลยีโดรน
- ๓) การดูแลสุขภาพ การปรึกษาทางไกล ศัลยกรรมผ่านระยะไกล รถพยาบาล 5G และ
- ๔) การศึกษา การฝึกอบรมผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง นิทรรศการเสมือนจริง ห้องเรียนออนไลน์ที่มีปฏิสัมพันธ์ผู้เข้าร่วม

๒.๒ Creativity and Innovation นวัตกรรม คือ การผสมผสานระหว่างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างคุณค่า ให้กับสินค้า บริการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ช่วยสร้างศักยภาพในการแข่งขัน และความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ให้กับองค์กร นวัตกรรมมีหลายประเภท เช่น นวัตกรรมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมในรูปแบบบริการ นวัตกรรมในรูปแบบกระบวนการ และนวัตกรรมในรูปแบบโมเดลธุรกิจ

การสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างยั่งยืนในองค์กร ส่งผลให้สามารถสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว โดยใช้ S-Curve ของนวัตกรรม ที่เกิดจากการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ผ่านขั้นตอนการเติบโตและผลการดำเนินงาน ๔ ขั้นตอนหลัก ๆ ได้แก่ ๑) ริเริ่ม ๒) เริ่มติดตลาด ๓) เติบโตเต็มที่ และ ๔) ความไม่ต่อเนื่องหรือขาดลง และแนวโน้มของการเติบโตเหล่านั้นจะช่วยในการวางแผนธุรกิจ การตัดสินใจ และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยพัฒนานวัตกรรมใหม่เข้ามาต่อยอดการเติบโตและธุรกิจขององค์กร ซึ่งองค์กรจะต้องมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิด S-Curve ที่มีความยั่งยืน

กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม มี ๒ รูปแบบ ได้แก่

- ๑) กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบปิด เกิดจากภายในองค์กรเท่านั้น และ
- ๒) กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบเปิด เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านนวัตกรรมให้องค์กร

แหล่งที่มาของโอกาสทางด้านนวัตกรรม มี ๗ แหล่งที่มา ได้แก่

- ๑) เหตุการณ์ไม่คาดฝัน ความบังเอิญ
- ๒) การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรม รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ การขนส่งและแลกเปลี่ยนใหม่ ๆ
- ๓) กระบวนการที่จำเป็นต้องมี
- ๔) ความไม่สอดคล้องกัน ระหว่างสิ่งที่ควรจะเป็นกับสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน
- ๕) กลุ่มประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป
- ๖) มุมมองและแนวคิดที่เปลี่ยนแปลงไป
- ๗) ความรู้ใหม่ โดยมักเกิดขึ้นจากพัฒนาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรมีความเป็นนวัตกรรม มี ๔ ปัจจัย ได้แก่

- ๑) การแลกเปลี่ยนไอเดียในระดับโลก
- ๒) การสร้างคุณค่าเพิ่ม
- ๓) การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม
- ๔) ความเห็นจากคนในอุตสาหกรรมเดียวกัน

อุตสาหกรรมที่มีความเป็นนวัตกรรมสูงที่สุด ๔ อุตสาหกรรม ได้แก่

- ๑) อุตสาหกรรมเทคโนโลยี
- ๒) อุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค
- ๓) อุตสาหกรรมคมนาคมและพลังงาน
- ๔) อุตสาหกรรมสุขภาพ

๒.๓ Design Thinking Process กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นแนวทางการคิดเพื่อแก้ปัญหา ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ Startups เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง มี ๕ ขั้นตอน ได้แก่

๒.๓.๑ Empathize การทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เป็นการทำความเข้าใจพฤติกรรมและประสบการณ์ของลูกค้าตลอดทั้งเส้นทาง ตั้งแต่ก่อนการรับรู้ถึงสินค้าหรือบริการ ระหว่างการบริโภคและหลังการบริโภค จะทำให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของลูกค้าได้อย่างตรงจุด โดยทำเป็น Empathy Map คือ แผนผังที่แสดงถึงการศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ทั้งความสนใจ ทักษะความสามารถ โลกทัศน์การใช้ชีวิต เพื่อเข้าถึงมุมมองความคิด ทศนคติ ความต้องการ และการกระทำของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง

๒.๓.๒ Define การกำหนดปัญหาและสร้างโปรไฟล์ของลูกค้า จะช่วยอธิบายกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น จะช่วยระบุความรับผิดชอบ ปัญหา และความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงช่องทางการสร้างความประทับใจและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับลูกค้า โปรไฟล์ของลูกค้า (Customer Profile) แบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่ Customer Jobs ระบุสิ่งที่ลูกค้าต้องการจะทำ ความต้องการพื้นฐานของลูกค้ามีอะไรบ้าง Customer Pains สิ่งที่ไม่ชอบไม่ต้องการหรือพยายามหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่จะต้องเผชิญ รวมไปถึงความกลัวที่อยู่ในใจลูกค้า หรือความเชื่อผิด ๆ ที่มีต่อสินค้าและบริการ และ Customer Gains สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากสินค้าและบริการ และสิ่งที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้า

๒.๓.๓ Ideate การสร้างไอเดีย ในขั้นตอนการสร้างจะต้องให้ความสำคัญกับจำนวนไอเดียมากกว่าคุณภาพของไอเดีย สร้างความคิดและไอเดียการแก้ปัญหาจำนวนมากที่สุด เพื่อให้สามารถคิดทางออกของปัญหาที่เหมาะสมมากที่สุด เน้นความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ โดยไม่ควรตัดสินไอเดียของผู้อื่น ควรช่วยกันต่อยอดไอเดียของกันและกัน แล้วจัดหมวดหมู่ตามความเร่งด่วนและความเกี่ยวข้องกับปัญหา หลังจากนั้นจึงคัดเลือกไอเดียที่สอดคล้องกับเป้าหมาย อธิบายไอเดียให้เห็นภาพ รวมถึงกระบวนการที่จะแก้ปัญหา ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จ แล้วจึงสรุปไอเดียเพื่อนำไปพัฒนาต่อไป โดยการสร้างแผนผังคุณค่า (Value Map) แบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ได้แก่ Product and services รายการของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คุณส่งมอบให้ลูกค้า Pain Relievers ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณบรรเทาความเจ็บปวดหรือแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างไร และ Gain creators ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างไร

๒.๓.๔ Prototype สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ Minimum Viable Product (MVP) คือ การสร้างคุณลักษณะอย่างน้อยที่สุดของผลิตภัณฑ์ ด้วยงบประมาณและเวลาที่เพียงพอที่สุด ให้เหมาะสมกับความต้องการส่วนใหญ่ของลูกค้าเท่านั้น

๒.๓.๕ Test ขั้นตอนการทดลองต้นแบบ จะเป็นการทดสอบและระบุข้อควรพัฒนาของสินค้าหรือบริการ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถเป็นขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์ อธิบายขั้นตอนการใช้งาน และเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะกลับไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

กรณีศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ในภาครัฐ เช่น ประเทศสิงคโปร์ หน่วยงานเทศบาล (Municipal Service Office) พัฒนาแอปพลิเคชัน “OneService App” ด้วยความต้องการของประชาชนเป็นศูนย์กลาง เพื่อเป็นแพลตฟอร์มกลางที่รวมบริการจากหลายภาคส่วนเข้าไว้ด้วยกัน และให้หน่วยงานรัฐทำงานร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหาให้ประชาชน และแอปพลิเคชัน Parking.sg ที่มีเป้าหมายเพื่อลดการใช้คู่งที่จอดรถที่เป็นกระดาษ โดยการเปลี่ยนแปลงกระบวนการให้มีความเป็นดิจิทัล สามารถแสดงตำแหน่งที่จอดรถที่ยังว่างในอาคารจอดรถของรัฐบาล ช่วยลดค่าใช้จ่ายของคู่งที่จอดรถที่เป็นกระดาษลงได้ ๗๐% ต่อเดือน

๒.๔ Creating Transformation Project Ideas การสร้างไอเดียโปรเจกต์เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่จะช่วยเสริมสร้างทักษะการบริหารจัดการนวัตกรรมและการออกแบบความเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลภายในองค์กร โดยการระดมความคิดเห็นร่วมกับทีมและตอบคำถาม ดังนี้

๒.๔.๑ ไอเดีย Transformation ของคุณคืออะไร

๒.๔.๒ ไอเดีย Transformation ของคุณคืออะไร อธิบายรายละเอียดของไอเดีย และไอเดียนี้จะสร้างความเปลี่ยนแปลง แปลกใหม่ หรือมีความเป็นนวัตกรรมอย่างไร

๒.๔.๓ อะไรคือ “ผลลัพธ์” ที่คาดหวังจากไอเดียนี้ อธิบายเป้าหมายและผลลัพธ์ที่คาดหวังจากไอเดียนี้

๒.๔.๔ ไอเดีย Transformation ของคุณจะสร้างคุณค่าหรือประโยชน์อะไรให้กับองค์กร อธิบายว่าไอเดียจะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่การสร้างคุณค่า หรือการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้อย่างไร

๒.๔.๕ ไอเดีย Transformation ของคุณจะเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างไร ใส่รายละเอียดของไอเดียให้สอดคล้องกับ Digital Transformation Framework อย่างน้อย ๑ ประเด็น และอธิบายรายละเอียด

เมื่อได้ไอเดียโปรเจกต์แล้ว ก็นำไปผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) อย่างละเอียด ๕ ขั้นตอน เพื่อแก้ปัญหา สามารถพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการ และช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

๓. ประโยชน์ที่ได้รับ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล กระบวนการคิดเชิงออกแบบในแต่ละขั้นตอน สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และพัฒนาศักยภาพตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล

๔. แนวทางในการนำความรู้ ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงาน นำกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาใช้ในการทำความเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง ร่วมกันคิดและออกแบบแนวทางพัฒนางาน สร้างต้นแบบ ทดลองปรับใช้ และนำผลไปปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน เช่น สร้างบริการดิจิทัลขนาดเล็ก (MVP) การพัฒนาช่องทางสื่อสารหรือการให้คำปรึกษาผ่านระบบดิจิทัล เช่น LINE OA หรือ Facebook และการลดขั้นตอนการทำงานที่เป็นกระดาษ โดยใช้ Connected Clouds ในการจัดเก็บและแชร์ฐานข้อมูล เพื่อให้เจ้าหน้าที่ในสังกัดเข้าถึงข้อมูลได้พร้อมกันจากทุกที่

๕. ความต้องการการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การสนับสนุน งบประมาณ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่จำเป็น และการส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง



(นายพิชิต รัตติ)

เจ้าพนักงานการเกษตรชำนาญงาน



(นางจุฬาลักษณ์ แก้วอ่อน)

ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินเลย