

แบบรายงานสรุปผลการเข้ารับการพัฒนาความรู้
เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัด สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๘

เรียน ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินเพชรบูรณ์

ด้วย นางสาววิพร เพ็ชรล้อมทอง ตำแหน่ง เจ้าพนักงานการเกษตรปฏิบัติงาน สังกัดสถานีพัฒนาที่ดินเพชรบูรณ์ สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๘ กรมพัฒนาที่ดิน ได้เข้ารับการพัฒนาความรู้เพื่อการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับบุคลากรภาครัฐ (TDGA E-learning) หลักสูตร การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ (Government Digital Service Design) หมวดหมู่ การพัฒนาบริการดิจิทัลภาครัฐ (Digital Service) เมื่อวันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๖๔ เป็นเวลารวมทั้งสิ้น ๒ ชั่วโมง ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวจัดโดย สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

จึงขอรายงานสรุปผลการพัฒนาความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ ดังนี้

๑. วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการออกแบบบริการดิจิทัลต่างๆเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้

๒. เนื้อหาและหัวข้อวิชา

Service Design หรือ การออกแบบบริการ คือการวางแผนและจัดการองค์ประกอบต่างๆ เพื่อปรับปรุง คุณภาพการให้บริการและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการให้ดีที่สุด โดยมีหลักการสำคัญ คือ "การออกแบบต้องมองจากมุมมองของผู้ใช้งานเป็นหลัก" มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ใช้งาน (User) ผู้ให้บริการ (Provider) คือคนหรือองค์กรที่ทำหน้าที่ส่งมอบบริการ กระบวนการ (Process) และช่องทาง (Channel)

เครื่องมือสำหรับออกแบบการบริการ : ๗Ps For Service (๔P+๓P)

๔P คือกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้ในการวางแผนและวิเคราะห์ธุรกิจให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุด ประกอบไปด้วย ๔ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) Product (ผลิตภัณฑ์) สิ่งที่ธุรกิจนำเสนอขาย ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการต้องตอบโจทย์ แก้ปัญหา หรือสร้างคุณค่าให้ลูกค้าได้

๒) Price (ราคา) มูลค่าหรือจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่าย ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

๓) Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) สถานที่หรือช่องทางที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงและซื้อสินค้าได้ง่าย เช่น หน้าร้าน เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน

๔) Promotion (การส่งเสริมการตลาด) กิจกรรมสื่อสารการตลาดเพื่อกระตุ้นความสนใจและยอดขาย เช่น การจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม หรือการโฆษณา

๓P ได้แก่

- ๑) People บุคลากร เป็นการบริการโดยใช้คน (ผู้ให้บริการ) เพื่อตอบสนองคน (ผู้รับบริการ) ในบางงานบริการแม้จะมี AI มาช่วยแต่คนยังเป็นผู้รับผิดชอบควบคุม
- ๒) Process ระบบที่ช่วยในการบริการให้สะดวก : Process ที่ดีจะต้องช่วยลดขั้นตอนและลดระยะเวลาเพื่อลดภาระของผู้รับบริการ (ประชาชน)
- ๓) Physical Evidence ออกแบบสถานที่ : ออกแบบสถานที่เพื่อเอื้อต่อการให้บริการทั้งในรูปแบบ Offline และ Online (เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน) โดยคำนึงถึงประสบการณ์ (Experience) ที่ผู้รับบริการจะได้รับ

ระดับการให้ความสำคัญของ Design ในองค์กร (Service Design Level)

- ๑) No Design ไม่มีการออกแบบ
- ๒) Design as Styling (Interface Level) ออกแบบจุดรับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการใช้งานง่าย
- ๓) Design as Process (Backstage Level) ออกแบบระบบหลังบ้านด้วยให้ง่ายเพื่อให้เจ้าหน้าที่ทำงานได้งานสะดวก

๔) Design as Strategy (Strategic Level) มองการ Design คือ กลยุทธ์ของการให้บริการ Service Design Process คือ กระบวนการหรือชุดของขั้นตอนที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างหรือปรับปรุงบริการให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างลงตัว โดยหลักการสำคัญของกระบวนการนี้คือการให้ความสำคัญกับผู้ใช้งาน (user-centric) เป็นหลัก และมองภาพรวมของการให้บริการทั้งหมด (holistic view) ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุด มักจะอิงอยู่กับหลักการ Design Thinking

Design Thinking (การคิดเชิงออกแบบ) คือ กระบวนการคิดเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนานวัตกรรม โดยมี "มนุษย์" หรือ "ผู้ใช้งาน" เป็นศูนย์กลางเป็นวิธีคิดที่ไม่ได้เน้นแค่การหาคำตอบที่ถูกที่สุด แต่เน้นการทำความเข้าใจความต้องการและปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์และใช้งานได้จริง หลักการสำคัญของ Design Thinking คือการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ (Creativity), การวิเคราะห์เหตุผล (Reasoning) และการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) เข้าด้วยกัน โดยมุ่งมั่นที่จะหาทางออกใหม่ๆ ที่อาจไม่เคยถูกคิดมาก่อน กระบวนการ ๕ ขั้นตอน ดังนี้

๑) Empathize (ทำความเข้าใจ) ทำความเข้าใจผู้ใช้งานอย่างถ่องแท้ว่าพวกเขา คือใคร พวกเขามีความต้องการอะไร กำลังเผชิญกับปัญหาอะไร และมีพฤติกรรมอย่างไร จากการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจ หรือ การมีส่วนร่วมในประสบการณ์ของผู้ใช้งานจริง

๒) Define (กำหนดปัญหา) นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากขั้นตอนแรกมาวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อกำหนดปัญหาที่แท้จริงให้ชัดเจนและเป็นโจทย์ที่สามารถแก้ไขได้ โดยการสร้างมุมมองปัญหา (Problem Statement) หรือการสรุปความท้าทายที่ชัดเจนและตรงประเด็น

๓) Ideate (ระดมความคิด) สร้างสรรค์แนวคิดในการแก้ไขปัญหาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยไม่มีข้อจำกัด หรือการตัดสินใดๆ

๔) Prototype (สร้างต้นแบบ) นำแนวคิดที่ได้มาสร้างเป็นต้นแบบหรือแบบจำลองที่จับต้องได้ เพื่อให้เห็นภาพ และนำไปทดสอบได้จริง ต้นแบบนี้อาจเป็นได้ตั้งแต่ภาพร่างโมเดลกระดาษ ไปจนถึงแอปพลิเคชันเวอร์ชันง่าย ๆ

๕) Test (ทดสอบ) นำต้นแบบไปทดสอบกับผู้ใช้งานจริง เพื่อเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะและดูว่าแนวคิดที่สร้างขึ้น ตอบโจทย์หรือไม่ โดยการทดลองใช้งาน การสังเกตปฏิกิริยาของผู้ใช้ และการนำผลลัพธ์ที่ได้มาปรับปรุงต้นแบบหรือ ย้อนกลับไปทำซ้ำในขั้นตอนก่อนหน้า

Exploration (การสำรวจ) คือขั้นตอนแรกและเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการออกแบบบริการ (Service Design Process) เป็นระยะที่มุ่งเน้นการทำความเข้าใจปัญหา ความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างลึกซึ้ง โดยไม่ได้เริ่มต้นด้วยการคิดหาทางแก้ไขทันที แต่จะใช้เวลาไปกับการค้นคว้าและสำรวจเพื่อค้นหาปัญหาที่แท้จริงที่ต้องแก้ไข มีจุดประสงค์เพื่อ ๑) สร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้ง (Deep Understanding) เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้ใช้งานเป็นใคร ทำอะไร คิดอย่างไร และรู้สึกอย่างไรในสถานการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับบริการ ๒) ค้นหาปัญหาที่ซ่อนอยู่ (Uncover Hidden Problems) ๓) ทำความเข้าใจบริบท (Contextualize) บริบทของ ชีวิตประจำวันของผู้ใช้งานอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของพวกเขา และ ๔) สร้างมุมมองที่กว้างขึ้น (Holistic View) เป็นการมองภาพรวมทั้งหมดของการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) และปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดกับบริการ

Creation (การสร้างสรรค์แนวคิด) นำข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสำรวจมาเป็นแรงบันดาลใจในการคิดค้นและสร้างสรรค์แนวทางการแก้ไขปัญหาใหม่ๆ จุดประสงค์หลักคือการสร้างไอเดียให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยไม่มีการตัดสินว่าไอเดียใดดีหรือไม่ดี จะใช้วิธีการระดมสมอง (Brainstorming) หรือการนำข้อมูลมาสร้าง Service Blueprint เพื่อให้เห็นภาพรวมของกระบวนการทั้งหมด รวมถึงการสร้าง Prototype หรือแบบจำลองของบริการขึ้นมาในรูปแบบต่างๆ เช่น การวาดภาพ การทำ Storyboard หรือการสร้างบทบาทสมมติ (Role-playing) เพื่อให้เห็นภาพการทำงานของบริการได้ชัดเจนขึ้น

Reflection (การสะท้อนและทดสอบ) การนำแนวคิดที่ได้มาทดสอบกับผู้ใช้งานจริง เพื่อดูว่าแนวคิดที่สร้างขึ้น ตอบโจทย์ปัญหาได้หรือไม่ และนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ขั้นตอน Reflection จะทำอย่างรวดเร็วและวนซ้ำหลายครั้ง เพื่อลดความเสี่ยงก่อนนำบริการไปใช้จริง นำ Prototype ที่สร้างขึ้นไปให้กลุ่มเป้าหมายทดลองใช้ สังเกตปฏิกิริยาของผู้ใช้ และสัมภาษณ์เพื่อรับฟังความคิดเห็นโดยตรงจากพวกเขา ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ และประเมินผล เพื่อตัดสินใจว่าจะปรับปรุงอะไรบ้าง หรือจะกลับไปสร้างสรรค์ไอเดียใหม่ทั้งหมดเลยก็ได้

Implementation (การนำไปใช้) เมื่อแนวคิดได้รับการปรับปรุงและทดสอบจนมั่นใจแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายคือการนำบริการไปใช้งานจริง เป็นการเปลี่ยนจากแนวคิดต้นแบบไปสู่การปฏิบัติในวงกว้าง โดยต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบและคำนึงถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จากการวางแผนการเปิดตัว (Roll-out plan) การฝึกอบรมพนักงาน การเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีและระบบต่างๆ และการวางแผนการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้พวกเขารับทราบและ เข้าใจบริการใหม่ได้อย่างถูกต้อง

๓. ประโยชน์ที่ได้รับ เพิ่มความรู้ความเข้าใจในการออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐต่าง ๆ ในการทำงานได้ และใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๔. แนวทางการนำความรู้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แก่หน่วยงาน สามารถนำการออกแบบบริการ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการให้บริการของหน่วยงาน มุ่งเน้นให้ประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงานของหน่วยงานรัฐให้ทันสมัย ลดขั้นตอนลดระยะเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างตรงจุด

๕. ความต้องการการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (ถ้ามี) ควรให้การสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพให้เพียงพอต่อความต้องการของบุคลากร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น



(นางสาวรวีพร เพ็ชรล้อมทอง)
เจ้าพนักงานการเกษตรปฏิบัติงาน



(นายภัจจ งามสิทธิโชค)
ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินเพชรบูรณ์