

ชื่อหลักสูตร การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ (Government Digital Service Design)

โดย นางสาวนงลักษณ์ มะรังศรี

ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรชำนาญการ

สถานีพัฒนาที่ดินเพชรบุรี สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๑๐

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการและการให้บริการด้วยระบบดิจิทัล

สรุปรายละเอียดเนื้อหาหลักสูตร

Service Design หรือ การออกแบบบริการ คือ กระบวนการออกแบบและพัฒนาการให้บริการ โดยมี “ผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง” มุ่งทำความเข้าใจความต้องการ ความคาดหวัง ปัญหา และประสบการณ์ของผู้รับบริการ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาออกแบบบริการ กระบวนการ บุคลากร สถานที่ และช่องทางการให้บริการ ให้สามารถตอบโจทย์ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Service Design มีความสำคัญกับความต้องการและประสบการณ์ของผู้รับบริการ โดยควรพิจารณา ๔ ประเด็นสำคัญ ดังนี้

๑. เข้าใจผู้รับบริการ ต้องรู้ว่า ผู้รับบริการคือใคร มีความต้องการอะไร มีปัญหาอะไร และมีข้อจำกัดอะไร
๒. เข้าใจปัญหา ไม่ควรรีบสร้างบริการก่อนที่จะเข้าใจปัญหาที่แท้จริง
๓. ออกแบบประสบการณ์ ต้องมองตั้งแต่จุดแรกที่ผู้รับบริการรู้จักบริการจนถึงหลังจากได้รับบริการแล้ว
๔. ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง Service Design ไม่ใช่การออกแบบครั้งเดียวแล้วจบ แต่ต้องรับฟังความคิดเห็นและนำข้อมูลมาปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง

๗Ps for Service

แนวคิด ๗Ps เป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนและออกแบบการตลาดสำหรับธุรกิจและงานบริการ โดยประกอบด้วย ๔Ps เดิม + ๓Ps สำหรับธุรกิจบริการ

๔Ps เดิม ได้แก่

๑. Product – สินค้า/บริการ หมายถึง สิ่งที่องค์กรนำเสนอเพื่อแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ สำหรับงานบริการ Product ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าที่จับต้องได้ แต่อาจเป็นบริการ ความรู้ คำปรึกษา หรือประสบการณ์

๒. Price – ราคา/ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้รับบริการต้องจ่ายเพื่อได้รับบริการ แต่ใน Service Design ควรมองกว้างกว่าค่าเงิน เพราะผู้รับบริการอาจมี ต้นทุนด้านเวลา การเดินทาง ความยุ่งยาก และความพยายามด้วย

๓. Place – สถานที่/ช่องทางให้บริการ หมายถึง สถานที่และช่องทางที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ ปัจจุบันไม่ได้จำกัดเฉพาะสถานที่จริง แต่รวมถึงช่องทางดิจิทัลด้วย เช่น สำนักงาน ศูนย์บริการ จุดบริการในพื้นที่ โทรศัพท์ เว็บไซต์ Facebook LINE และแอปพลิเคชัน

๔. Promotion - การส่งเสริม/ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก เข้าใจ และสนใจใช้บริการ

๓Ps ที่เพิ่มเข้ามาสำหรับธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากการขายสินค้า เพราะ “คน” และ “กระบวนการ” มีผลโดยตรงต่อประสบการณ์ของผู้รับบริการ จึงเพิ่มอีก ๓P ได้แก่

๑. People – บุคลากร หมายถึง บุคคลทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ ผู้ให้คำปรึกษา พนักงานต้อนรับ และผู้ปฏิบัติงานเบื้องหลัง

บุคลากรมีความสำคัญมาก เพราะผู้รับบริการมักประเมินคุณภาพบริการจาก พฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ สิ่งที่ควรให้ความสำคัญ เช่น ความรู้ความสามารถ ความสุภาพ ความเอาใจใส่ การสื่อสาร ความรวดเร็ว การแก้ไขปัญหา และความเข้าใจผู้รับบริการ

๒. Process – กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนและระบบทั้งหมดที่ทำให้บริการเกิดขึ้น ในการออกแบบ Process ควรพิจารณาว่า

- ขั้นตอนมีมากเกินไปหรือไม่?
- ผู้รับบริการเข้าใจขั้นตอนหรือไม่?
- ต้องรอนานหรือไม่?
- มีขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนหรือไม่?
- สามารถลดเอกสารได้หรือไม่?
- สามารถใช้ระบบออนไลน์ช่วยได้หรือไม่?
- หากเกิดปัญหาผู้รับผิดชอบแก้ไขหรือไม่?

เป้าหมายของ Process คือ “ทำให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่ง่าย รวดเร็ว ถูกต้อง และต่อเนื่อง”

๓. Physical Evidence – สิ่งแวดล้อม/หลักฐานทางกายภาพ เนื่องจากบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้รับบริการจึงมักใช้ สิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ เป็นตัวช่วยประเมินคุณภาพบริการ เช่น อาคาร ห้องรับบริการ โต๊ะและเก้าอี้ ป้ายประชาสัมพันธ์ ความสะอาด การจัดพื้นที่ และเอกสาร เป็นต้น

ระดับการให้ความสำคัญของ Design ในองค์กร

๑. No Design (ไม่นำการออกแบบมาใช้)
๒. Design as Style (เน้นความสวยงามภายนอก)
๓. Design as Process (นำมาใช้ในกระบวนการทำงาน/Backstage Level)
๔. Design as Strategy (ใช้เป็นวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์องค์กร/Strategic Level)

Service Design Process

Phase ๑ Exploration : การสำรวจและเก็บข้อมูล หมายถึง การศึกษาค้นคว้าและเก็บข้อมูลเชิงลึก โดยเฉพาะการวิจัยในเชิงมานุษยวิทยาและวัฒนธรรม (Ethnography research) ที่จะทำให้สามารถระบุถึง “ความต้องการที่แท้จริง” ของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นข้อมูลนำไปสู่การหาช่องว่างหรือโอกาสใหม่ๆ สำหรับการออกแบบบริการที่เหมาะสมที่สุดได้

Phase ๒ Creation : การสร้างแนวคิดงานบริการ หมายถึง การนำผลวิจัยที่ได้จากขั้นตอนแรกมาออกแบบแนวคิดงานบริการ ซึ่งจะเน้นให้ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้หรือผู้มีส่วนเสียมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบด้วย (Co-creation)

Phase ๓ Reflection & Implementation : การนำแนวคิดไปทดสอบและปฏิบัติจริง หมายถึง การนำทสรูปแนวคิดในขั้นตอนการสร้างแนวคิดงานบริการมาสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และทดสอบการทำงานของระบบการบริการ โดยจะเปิดรับความเห็นจากทุกฝ่าย เพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับเป้าหมาย รวมทั้งสร้างความสะดวกและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นสูงสุด

การออกแบบบริการ (Service Design)

Phase ๑ Exploration : การสำรวจและเก็บข้อมูล Seek to understand

- Reframing เพื่อให้เข้าใจว่าที่แท้จริงแล้วเราต้องการอะไรบ้าง และอะไรคือ Challenge

ที่แท้จริง

- Stakeholder Mapping ปัญหาเกิดขึ้นจากใคร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- Empathize (observe/interview) ออกแบบเพื่อตอบโจทย์กับผู้รับบริการ สังเกตเห็น เข้าไป

ถาม เพื่อเห็นภาพรวม

- Journey Map (touchpoint) ต้องการคำตอบอะไรให้ตรงตามความคาดหวัง ออกแบบ

ประสบการณ์ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง

P.O.I.N.T.

- Problems you observed : ปัญหาที่สังเกตพบ

- Opportunities you see : โอกาสในการแก้ปัญหา

- Insights you gathered : ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับ

- Needs people have : ความต้องการของผู้ใช้บริการ

- Themes that stand out : แนวคิดที่เกิดขึ้นจากการสังเคราะห์

Phase ๒ Creation : การสร้างแนวคิดงานบริการ

- Idea Development : ค้นหาแนวคิด

- Co-Creation : สร้างสรรค์ร่วมกัน

- Conceptualization : สรุปแนวคิดหลัก

Idea Development

๑. Six Thinking Hat

- Fact, Figures & Information : หมวกความจริง ข้อมูล และสถิติ

- Intuition & Emotions : หมวกความรู้สึก และสัญชาตญาณ

- Logical Positive: หมวกตรรกะ และความเป็นเหตุเป็นผล

- Judgement & Caution : หมวกการวิเคราะห์ และพิจารณาด้วยความ

ระมัดระวัง

- Creativity & Alternatives : หมวกความคิดสร้างสรรค์ และแก้ปัญหา

- Overview & Process Control : หมวกภาพรวม เพื่อดูกระบวนการทำงาน

๒. Silent Brainstorm กฎการระดมสมอง

- มุ่งสร้างแนวคิดจากหัวข้อเท่านั้น

- กระตุ้นให้เกิดการเสนอแนวคิดที่หลากหลายและแปลกใหม่

- ต่อยอดแนวคิดหนึ่งไปสู่อีกแนวคิดหนึ่ง

- ลองใช้รูปภาพนำเสนอพร้อมข้อความ

- เน้นปริมาณมากๆ

Co-Creation ประเภทของการสร้างสรรค์ร่วมกัน

- Club of Experts ใช้ความคิดจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Expert Panel)

- Crowd of People ใช้กลุ่มคนจำนวนมาก

- Coalition of Parties ใช้ผู้ลงทุนและผู้ที่มีผลประโยชน์ หรือผู้ได้รับผลกระทบ
จากงานบริการ

- Community of Like-Minded Spirits ใช้กลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกัน
Conceptualization คือ การลงรายละเอียดให้ชัดเจนว่า Service ที่เราออกแบบมา
ใหม่นี้ มีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไรและใครเป็นผู้ดูแลส่วนต่างๆ รวมไปถึงการสร้าง Service Blueprint

Service Blueprint

แบ่ง Stage ของการให้บริการ เพื่อง่ายต่อการจัดการ คือ ก่อนการให้บริการ
ระหว่างการใช้บริการ และหลังการใช้บริการ

Service Blueprint สามารถแบ่งออกเป็น ๕ ส่วน ดังนี้

๑. Needs and Expectations : ความต้องการและความคาดหวัง แสดง
ถึงจุดประสงค์และเป้าหมายของการให้บริการ

๒. Frontstage Experience : ส่วนงานบริการลูกค้า หมายถึง
องค์ประกอบของงานบริการที่ลูกค้าจะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย

๓. Line of Visibility : เส้นเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนบริการลูกค้า
กับส่วนให้บริการ เป็นการเชื่อมโยงงานบริการที่อยู่ระหว่างส่วนงานบริการลูกค้ากับส่วนจัดเตรียมของผู้
ให้บริการ

๔. Backstage Processes and Activities : ส่วนจัดเตรียมของผู้บริการ
หมายถึง องค์ประกอบของการทำงานภายในองค์กร

๕. Specifications and Role Descriptions : ข้อกำหนดการทำงานของ
แต่ละภาคส่วน รายละเอียดและหน้าที่ของแต่ละภาคส่วนภายในองค์กร ซึ่งมีไว้เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพ
การทำงาน และเป็นการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน

Phase ๓ Reflection & Implementation : การสร้างแบบจำลองหรือสถานการณ์จำลอง
ประกอบด้วย ๓ ขั้นตอน ได้แก่

๑. Design the Test : สร้างบททดสอบ

๒. Test the Interaction : ทดสอบระบบปฏิสัมพันธ์

๓. Evaluate the Test : ประเมินผลการทดสอบ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม

๑. ต่อตนเอง

- พัฒนาทักษะคิดเชิงออกแบบ : เข้าใจกระบวนการคิดและแก้ปัญหาโดยยึดผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง

- เพิ่มทักษะการทำงานร่วมกัน : ได้เรียนรู้เทคนิคการทำงานร่วมกับผู้อื่น เช่น Silent Brainstorming
ช่วยเปิดรับมุมมองที่หลากหลาย

- พัฒนาการทำงานที่เป็นระบบ: สามารถวางแผนการทำงานตั้งแต่หน้าบ้านถึงหลังบ้าน ผ่านการเขียน
แผนผังบริการ (Service Blueprint) อย่างเป็นรูปธรรม

- ปรับเปลี่ยนทัศนคติ : สื่อสารและทำงานด้วยความเข้าใจ มองเห็นปัญหาและโอกาสในการพัฒนา
ตนเองและงานอยู่เสมอ

๒. ต้องการ

- ยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการ : ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ลดการใช้เอกสาร และบูรณาการระบบดิจิทัล ทำให้บริการ รวดเร็ว ถูกต้อง และต่อเนื่อง
- บุคลากรมีมาตรฐานการทำงานชัดเจน : สร้างความเข้าใจตรงกันในบทบาทหน้าที่ ลดความขัดแย้ง และเพิ่มคุณภาพในการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
- พัฒนาบริการเชิงยุทธศาสตร์ : ช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลได้อย่างตรงจุด ตอบโจทย์วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน
- สร้างนวัตกรรมบริการอย่างต่อเนื่อง : มีกระบวนการทดสอบ และรับฟังข้อติชมเพื่อนำมาปรับปรุงบริการก่อนนำไปใช้วงกว้าง ลดความเสี่ยงในการลงทุน

๓. ต่อสาธารณะ

- ได้รับประสบการณ์บริการที่ดีขึ้น : ประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงบริการได้ง่าย ทั้งช่องทางจริงและช่องทางดิจิทัล
- ได้รับการแก้ปัญหาที่ตรงจุด: บริการถูกออกแบบมาจากความต้องการ ความคาดหวัง และการแก้ปัญหาที่แท้จริงของผู้รับบริการ
- ลดภาระและค่าใช้จ่ายแอบแฝง : ประหยัดเวลา การเดินทาง และความยุ่งยากซับซ้อนในการติดต่อขอรับบริการ
- สร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจ : เพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กร

การนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน

การนำแนวคิด Service Design มาขับเคลื่อนองค์กรจะช่วยปรับกระบวนการทำงานให้กระชับ รวดเร็ว และลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนผ่านการใช้ระบบดิจิทัลและแผนผังบริการที่ชัดเจน ส่งผลให้บุคลากรทำงานมีทิศทางเดียวกัน และช่วยยกระดับการให้บริการให้ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชน สร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นสูงสุดต่อองค์กร

แหล่งที่มา

หลักสูตร : การออกแบบบริการดิจิทัลภาครัฐ (Government Digital Service Design)

วิทยากร/ผู้ให้ความรู้ : คุณนิติ มุขยวงศา และ ดร.พนชิต กิตติปัญญางาม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

หน่วยงานที่จัดอบรม : สถาบันพัฒนานุเคราะห์ภาครัฐด้านดิจิทัล สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัลรูปแบบ

หลักสูตร : TDGA e-Learning

ช่วงเวลาการฝึกอบรม : ๓ กรกฎาคม ๒๕๖๙