

สรุปผลการเรียนรู้โครงการพัฒนาสมรรถนะผู้นำด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม

(Our Skills Our Future : OSOF VI)

ครั้งที่ 3 : การพัฒนานวัตกรรม (2 – 6 มีนาคม 2563)

Heart of AGILE

แนวความคิดที่จะเปลี่ยนวัฒนธรรม ทักษะและวิธีการการทำงานในองค์กรให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง และพัฒนากระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ที่ทำให้เราทำงานได้คล่องแคล่วและคล่องตัวและรวดเร็ว โดยมีหัวใจหลักอยู่ 4 ประการ คือ

1. Collaborate คือ ร่วมมือร่วมใจกัน

- การทำงานเป็นทีม Teamwork and Collaboration โดยทีมต้องมีเป้าหมายเดียวกัน เคารพในความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เชื่อใจซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือกัน

- Communication การสื่อสาร One way Two way

- Self – management ความสามารถในการบริหารตนเอง การบริหารทีม ทีมสามารถบริหารตนเองได้ โดยใช้บทเรียนในอดีตมาปรับปรุงให้ดีขึ้น

Working Group คือ การทำงานของคนหลายคนหรือหลายองค์กร แต่ยังคงเป้าหมายของตนเอง

Teamwork คือ การทำงานของคนหลายคนหรือหลายองค์กร แต่มีเป้าหมายเดียวกัน

Heart of AGILE

1. Collaborate คือ ร่วมมือร่วมใจกัน TEAM : TRUS – EMPOWERMENT - SUPPORT

2. Deliver คือ การทำงานที่เกิดผลลัพธ์สูงสุด Output and Outcome ต้องดีและมีคุณค่าสอดคล้องกับความต้องการของเป้าหมาย

3. Reflect คือ การสะท้อนกลับในทีม

- Regular feedback

- Constructive feedback การให้คำแนะนำด้านบวกเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้น

4. Improvement คือ การพัฒนาโดย

- failure acceptance การยอมรับข้อผิดพลาด

- Inspect and Adapt ตรวจสอบและปรับปรุงพัฒนาให้น่าสนใจ ดึงดูด

- Continuous learning การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

- Welcome Change ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

How to create Agility? เราจะสร้างสรรค์ Product อย่างไร? ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Product Discovery Validation ต้องมีความสมดุลทั้ง 3 แกน

- Valuable มีคุณค่า สามารถตอบโจทย์ได้

- Usability สามารถใช้งานได้จริง

- Feasibility สามารถทำได้จริง เหมาะกับคนใช้ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้

วิธีการสร้าง Product คือ

1. กำหนด Vision

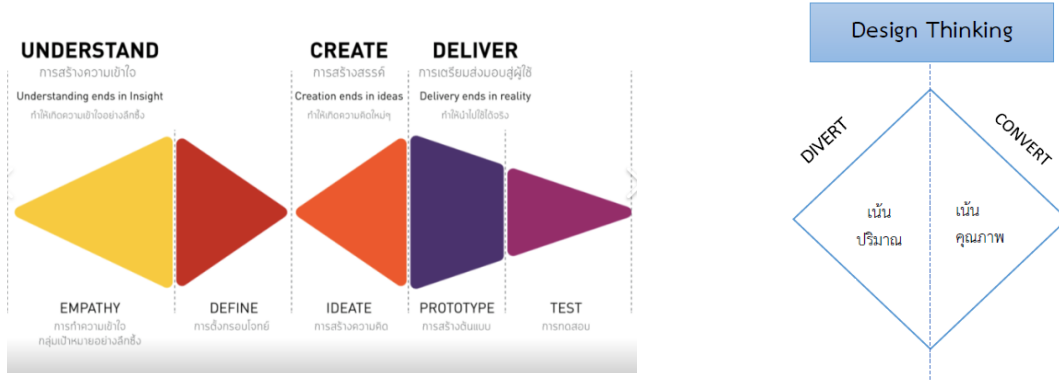
2. ตั้งค่าเป้าหมาย Goal โดยมีหลักการคือ SMART Goal

S : Specific เฉพาะเจาะจง ชัดเจน

M : Measurable สามารถวัดผลได้

- A : Attainable สามารถทำได้จริง
- R : Relevant สอดคล้องกับปัญหาหรือเป้าหมาย
- T : Timely มีกรอบเวลาวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

3. การสร้าง Product โดยใช้ Design Thinking 5 step



Design Thinking คือ กระบวนการคิดที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาต่างๆ อย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง และนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากคนหลายๆ สายมาสร้างไอเดีย แนวทางการแก้ไข และนำเอาแนวทางต่างๆ นั้นมาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์นั้นๆ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่

- 1. Empathy** เป็นการทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เมื่อจะสร้างสรรค์ หรือแก้ไขสิ่งใดก็ตามจะต้องเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างถ่องแท้เสียก่อน เพราะนั่นจะเป็นก้าวแรกที่น่าไปสู่การพัฒนาความสำเร็จในทุกๆ ธุรกิจ
- 2. Define** การสังเคราะห์ข้อมูล การตั้งคำถามปลายเปิดที่ผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ไม่จำกัดกรอบของการแก้ปัญหา ซึ่งภายหลังจากที่เราเรียนรู้และทำความเข้าใจต่อกลุ่มบุคคลเป้าหมายแล้ว ก็ต้องวิเคราะห์ปัญหา กำหนดให้ชัดเจนว่าจริงๆ แล้วปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไร เลือกและสรุปแนวทางความเป็นไปได้
- 3. Ideate** การระดมความคิดใหม่ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด หรือการสร้างความคิดต่างๆ ให้เกิดขึ้น โดยเน้นการหาแนวคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้มากที่สุด หลากหลายที่สุด โดยความคิดและแนวทางต่างๆ ที่คิดขึ้นมานั้นก็เพื่อตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้น Define
- 4. Prototype** การสร้างแบบจำลอง หรือการสร้างต้นแบบขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทดสอบและตอบคำถาม หรือกระตุ้นให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อที่เราจะได้เข้าใจสิ่งที่เราอยากรู้มากยิ่งขึ้น และยังสร้างเร็วเท่าไรก็ยิ่งได้ลองหาข้อผิดพลาด และเรียนรู้เกี่ยวกับไอเดียของเราได้เร็วเท่านั้น
- 5. Test** หรือการทดสอบ โดยเรานำแบบจำลองที่สร้างขึ้นมาทดสอบกับผู้ใช้ หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน โดยนำผลตอบรับ ข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดจนคำแนะนำมาใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงต่อไป

การทำ Customer's Journey Mapping (Story Mapping)

เป็นการจัดทำแผนที่ภาพรวมหรือเส้นทางการใช้บริการของลูกค้า (กลุ่มเป้าหมาย) นำมาวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อองค์กรตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา เพื่อให้เข้าใจขั้นตอนที่ลูกค้าจะ ได้รับบริการตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด โดยนำแต่ละ Journey ของแต่ละคนมารวมกันเพื่อหาขั้นตอนที่เหมือนกัน มาช่วยในการหา feature list ของการให้บริการ และเลือกขั้นตอนหลักที่จำเป็น (Minimum Viable Product: MVP) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต้องทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

OTTAWA CHARTER กับการส่งเสริมสุขภาพ



คือ กระบวนการที่ทำให้ประชาชนสามารถควบคุมและปรับปรุงสิ่งต่างๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเอง โดยการควบคุมปัจจัยลบและส่งเสริมปัจจัยบวก โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. การสร้างนโยบายสาธารณะที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดี
2. การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดี
3. สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน
4. สร้างสมรรถนะของประชาชนให้มีความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพของตนเอง
5. ปรับระบบบริการให้เอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาพ