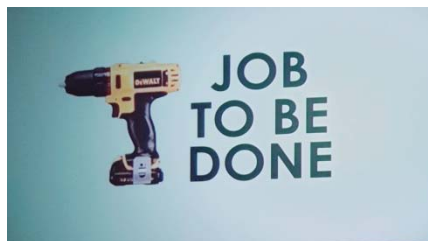


แบบบันทึกองค์ความรู้รายบุคคล

ชื่อองค์ความรู้ Job to be done ในแบบของฉัน
ชื่อเจ้าของความรู้ นางสาวมลฤดี อุปไชย
ตำแหน่ง นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ
เบอร์โทรศัพท์
สังกัด ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนสระบุรี
หมวดองค์ความรู้ที่บ่งชี้ เทคนิคการการเสริมสร้างองค์กรให้มีสมรรถนะสูง
- องค์ความรู้ที่ได้รับจากวิทยากร(ภายนอก)ในหลักสูตรเพิ่มประสิทธิภาพศูนย์ฝึกอบรมประชาชน

ที่มาและเป้าหมายของการจัดการความรู้

จากที่ดิฉันได้เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมหลักสูตรเพิ่มประสิทธิภาพศูนย์ฝึกอบรมประชาชน ในวันที่ ๑๘-๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ ณ ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนชลบุรี นั้น ดิฉันได้มีความรู้เรื่อง ทฤษฎี Job to be done จากการที่ได้ไปศึกษาดูงาน บริษัท SCG โดยผู้บริหารของ SCG คุณศานิตย์ ภูบุพผา ท่านให้ดูภาพนี้แล้ว



ให้คิดตามว่าเมื่อเห็นภาพนี้คุณคิดว่าลูกค้าต้องการอะไรคนส่วนมากก็จะตอบว่ารู โดยคุณศานิตย์ ก็ได้ตั้งคำถามต่อว่าถ้าพวกคุณคิดว่าลูกค้าต้องการรูมีวิธีไหนบ้างที่จะสร้างรูนอกจากใช้สว่านเจาะ ก็มีหลากหลายคำตอบเช่น ใช้ปืนยิง ใช้หมอนทุบ ใช้ตะปูตอก เป็นต้น ทุกคำตอบไม่มีผิดถูก แต่คุณศานิตย์ได้ชี้ให้เห็นว่าก่อนที่จะเจาะรูเราควรสอบถามลูกค้าก่อนว่าจะเจาะรูเพื่ออะไรเพราะเราต้องค้นหาสาเหตุที่แท้จริงในการที่จะเจาะรู ลูกค้าอาจแค่อยากเจาะรูเพื่อแขวนภาพ ซึ่งในการแขวนภาพนั้นมีหลากหลายวิธีที่ไม่จำเป็นต้องเจาะรู ถ้าเรารู้ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเราจะตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ตรงประเด็น จากการได้ฟังทฤษฎี Job to be done นี้ดิฉันก็ได้ชื่นชอบแนวคิดนี้เพราะคิดว่าน่าจะมีประโยชน์ในการทำงาน ดิฉันก็ได้มาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมว่าทฤษฎีนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับตัวเราอย่างไรได้บ้าง จากที่ได้ศึกษาเพิ่มเติมนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าของทฤษฎี Jobs-to-be-done คือ Clayton Christensen นักวิชาการชื่อดังจาก Harvard Business School เป็นผู้บุกเบิกขึ้นมา หลักการของเจ้า Jobs-to-be-done นั้นง่ายๆ ค่ะ นั่นคือ เวลาเราซื้อสินค้า หรือ บริการ เราไม่ได้ต้องการตัวสินค้าหรือบริการนั้นหรอกค่ะ แต่เราต้องการที่จะนำสินค้าหรือบริการเพื่อไปทำงานบางอย่างให้สำเร็จ เปรียบเสมือนการ “เช่า” สินค้าหรือบริการ เพื่อไปทำงานบางอย่างให้เรา ยกตัวอย่างเช่น ดิฉันซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมาใช้งานนั้น ไม่ใช่เพราะดิฉันต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่เป็นเพราะดิฉันต้องการนำเครื่องดังกล่าวมาทำงานบางอย่างให้สำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์บทความ การเตรียมการฝึกอบรม หรือ การหาความรู้ ความบันเทิงผ่านทางสื่อต่างๆ หรือ ดิฉันเคยถามเพื่อนสนิทที่นิยมดื่มกาแฟ Starbucks ว่าจริงๆ แล้วชอบซื้อหรือดื่มกาแฟยี่ห้อดังกล่าวเพราะอะไร? เพื่อนก็ตอบตรงๆ ว่านอกเหนือจากติดกาแฟแล้ว สาเหตุที่เป็นกาแฟ Starbucks ก็เพราะทำให้มีมือมีสิ่งที่ยึดจับ หรือ ยกไปยกมาได้ และสิ่งดังกล่าวก็ดูดีด้วยจริงๆ แล้วจะดื่มกาแฟยี่ห้ออื่นเพื่อแก้อาการติดกาแฟอื่นก็ได้ แต่สาเหตุที่เลือก Starbucks ก็เนื่องจากภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้เลือกซื้อดูดีไปด้วย (Jobs-to-be-done คือ เสริมสร้างภาพลักษณ์) กล่าวโดยสรุปได้ว่าทฤษฎี Jobs-to-be-done นั้น ดิฉันก็ได้นำแนวคิดมาปรับใช้ในการทำงานคือ การเป็นวิทยากรอย่างไรให้ตรงต่อความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งทฤษฎีนี้ทำให้ดิฉันคิดต่างมองต่างจากแนวคิดเดิมๆ ไม่มองแค่มุมเดียวแต่เราต้องหาความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายที่มากฝึกอบรม

รวมทั้งคิดหลักสูตรที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และดิฉันได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการทำโครงการฝึกอาชีพระยะสั้น โดยคิดเรื่องการฝึกอาชีพที่จะตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่มาฝึกอบรมโครงการนี้

วิธีการ/ขั้นตอนการจัดการความรู้ (อธิบายพอสังเขป)

นำแนวคิดทฤษฎี Jobs-to-be-done มาประยุกต์ใช้ในการทำโครงการฝึกอบรมโดยถ้าดิฉันได้รับมอบหมายให้เป็นวิทยากร รับผิดชอบบรรยายวิชาใด จากเมื่อก่อนดิฉันจะมองแค่แผนการสอนที่ได้รับมอบหมายมาก็จะบรรยายตามแผนการสอน แต่เมื่อได้นำแนวคิด Jobs-to-be-done มาใช้ดิฉันก็มองต่างจากเดิมคือจะมองกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักว่าเขามีความต้องการด้านไหนบ้างที่จะเสริมเพิ่มเติมให้ได้นอกจากรายละเอียดในแผนการสอน และทฤษฎีนี้สอนให้ดิฉันทราบถึงความสำคัญในการวิเคราะห์หาความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ทำให้แก้ไขปัญหการฝึกอบรมที่น่าเบื่อและเป็นวิชาการที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมไม่สนใจ ไม่ตั้งใจ เพราะเนื่องจากไม่ตรงต่อความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย Jobs-to-be-done ในแบบของฉันทัน คือดิฉันไม่ได้มองแค่ทำงานที่ต้องทำ มีอะไรบ้างแต่ดิฉันมองลึกไปถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้เข้ารับการฝึกอบรมว่าต้องการอะไร ฟังบรรยายวิชาที่ดิฉันบรรยายแล้วตอบสนองความต้องการได้หรือไม่

ผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดการความรู้

๖.๑ เทคนิคและแนวทางในการทำงาน

ทฤษฎี Jobs-to-be-done นี้สามารถนำมาเป็นเทคนิคและแนวทางการทำงานได้ดังนี้

- นำทฤษฎีนี้มาใช้หาความต้องการที่แท้จริง และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มาฝึกอบรมที่ ศพช.สระบุรี เพื่อให้ศพช.สระบุรีเป็นเลิศด้านการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรรวมทั้งการบริการที่ ประดับใจอยากกลับมาฝึกอบรมในหลักสูตรอื่นๆต่อไป

๖.๒ ข้อพึงระวัง/ข้อแนะนำ (ถ้ามี)

-

๖.๓ ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

เผยแพร่แนวคิดให้กับบุคลากรใน ศพช.ทราบ และนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้กับงานที่ตนเองรับผิดชอบ

๖.๔ ปัญหาและวิธีการแก้ไข

จากประสบการณ์ทำงานที่ ศพช.สระบุรี เป็นระยะเวลา ๓ ปี จะเห็นปัญหาในการฝึกอบรมคือหลักสูตรไม่ตรงต่อความต้องการ อบรมแล้วไม่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง ดิฉันจึงใช้แนวคิด Jobs-to-be-done ในแบบของฉันทัน มาปรับใช้แก้ไขปัญหาคือ เราไม่สามารถแก้ไขหลักสูตรได้เนื่องจากเบื่องบน นโยบายต่างๆแต่เราสามารถหาความต้องการกลุ่มเป้าหมายได้เพราะเราจะทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นว่ากลุ่มเป้าหมายคือใครและนำข้อมูลนี้มาวิเคราะห์หาความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย โดยให้วิชาที่จะบรรยายครอบคลุมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยไม่ทิ้งแผนการสอน

๖.๕ ผลลัพธ์จากการแก้ปัญหาและการพัฒนาเรื่องนั้น

สร้างงานที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ เป็นศูนย์ฝึกอบรมที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

JOB TO BE DONE

ໂຮມໂບຍາຍາວຈົນ



CDLC – SARABURI
LEARN & SHARE
KNOWLEDGE MANAGEMENT



 [FACEBOOK.COM/CDDREGION01](https://www.facebook.com/CDDREGION01)

 [HTTPS://1TH.ME/O8GB](https://1th.me/O8GB)

 [HTTP://TRAINING-SARABURI.CDD.GO.TH](http://training-saraburi.cdd.go.th)

มฤดี อุปไซ

นักจัดการงานทั่วไปปฏิบัติการ

