

แบบรายงานผลการพัฒนาความรู้ของข้าราชการ สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๖

รอบการประเมินที่ ๑/๒๕๖๖ ตั้งแต่วันที่ ๓๐ ธ.ค. ๒๕๖๕ - ๓๑ มี.ค. ๒๕๖๖

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

ชื่อ-นามสกุล..... นายชัยพร อุปนันท์..... ตำแหน่ง..... เจ้าพนักงานการเกษตรปฏิบัติงาน.....

กลุ่ม/ฝ่าย..... วิชาการเพื่อการพัฒนาที่ดิน สถานีพัฒนาที่ดินแม่ฮ่องสอน.....

หัวข้อการพัฒนา..... การเรียนรู้ผ่านสื่อการเรียนการสอน Thailand Digital Government Academy.: TDGA.....

หลักสูตร..... Digital Literacy.....

สถานที่..... สถานีพัฒนาที่ดินแม่ฮ่องสอน..... วันที่..... ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖.....

วิทยากร/ผู้ให้ความรู้..... สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน).....

หน่วยงานที่จัดอบรม..... สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน).....

สรุปสาระสำคัญ

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในการใช้ดิจิทัลสำหรับการปฏิบัติงานและการใช้ชีวิตประจำวันได้
๒. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
๓. เพื่อให้ผู้เรียนตระหนักรู้การใช้ดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

บทนำ

หลักสูตร Digital Literacy มีทั้งหมด ๕ บท ได้แก่

๑. อุปกรณ์
๒. รัฐบาลดิจิทัล
๓. สังคมออนไลน์
๔. ธุรกิจออนไลน์
๕. เครื่องมือออนไลน์

## บทที่ ๑ อุปกรณ์

๑.๑ Devices คอมพิวเตอร์มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่ศตวรรษที่ ๑๙ ซึ่งในระยะแรกมุ่งเน้นการใช้งานการถอดรหัสในช่วงสงคราม และเป็นระบบ IT ให้แก่ธนาคาร ต่อมาจึงพัฒนาขึ้นเพื่อใช้แบบอเนกประสงค์ การทำงานหลักของคอมพิวเตอร์ ได้แก่ CPU, RAM, Hard Disk และอุปกรณ์ที่ใช้

๑.๒ Classification of computers ประเภทของคอมพิวเตอร์ เราสามารถแบ่งคอมพิวเตอร์ออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ Cloud Computing, Laptop, Server, Desktop และ Tablet

๑.๓ Operating System and Software เป็นส่วนสำคัญในการออกคำสั่ง แบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ได้แก่ ๑. ระบบปฏิบัติการมี Software ๒. Application Software ๓. Utility Software

๑.๔ Put it all together ประกอบไปด้วย User, Word Processor, System and Application Software, Computer Hardware

๑.๕ ป้องกันไวรัสอย่างไรดี มี ๑๐ วิธีป้องกันไวรัส ดังนี้

- ติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัส
- อัปเดตโปรแกรมป้องกันไวรัสให้เป็นปัจจุบัน
- สแกนไวรัสอย่างสม่ำเสมอ
- ใช้ระบบปฏิบัติการเวอร์ชันปัจจุบัน
- ใช้เน็ตเวิร์กที่ปลอดภัย
- รักษาข้อมูลส่วนตัวไว้ให้ปลอดภัย
- คิดก่อนคลิกปุ่มใด ๆ
- อย่าใช้สายพายสาธารณะ
- ให้แบคอัพไฟล์อย่างสม่ำเสมอ
- ใช้พาสเวิร์ดที่คาดเดาได้ยาก

## บทที่ ๒ รัฐบาลดิจิทัล

๒.๑ การเปลี่ยนแปลงสู่ Global Digital เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทั้งสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น จากการใช้งานเฉพาะกลุ่มขยายการใช้งานกันอย่างกว้างขวาง สำหรับประเทศไทยได้กำหนดวิสัยทัศน์ดิจิทัลในระยะเวลา ๒๐ ปี จาก Digital Found ไปเป็น Global Digital Leadership สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม อย่างยั่งยืน

๒.๒ รัฐบาลดิจิทัล ประกอบด้วย

- โปร่งใส เป็นหนึ่งเดียว
- ให้บริการสะดวก รวดเร็ว แม่นยำ
- จัดเก็บและบริหารข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
- เข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เหมาะสม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีแผนงาน ดังนี้

- พัฒนาบริการอัจฉริยะสำหรับประชาชน
- เปิดเผยข้อมูลภาครัฐและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน
- เพิ่มประสิทธิภาพและธรรมาภิบาลด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- พัฒนาระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อรองรับการบริการภาครัฐ

๒.๓ อุปสรรคในการขับเคลื่อนสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล มี ๒ ด้าน คือ

- ข้อจำกัดด้านปริมาณ ได้แก่ บุคลากร, กฎหมายที่ยังไม่นำออกมาใช้บังคับ
- ข้อจำกัดด้านคุณภาพ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจของผู้บริหารภาครัฐ, ความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคคลที่รับผิดชอบโดยตรง, การบริหารงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างด้าน IT ที่มีประสิทธิภาพ

### **บทที่ ๓ สังคมออนไลน์**

๓.๑ เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างและส่งต่อเรื่องราวของตนเอง หรือมีส่วนร่วมกับเรื่องราวของผู้อื่นทางสื่อสังคมทางนี้ได้ วัตถุประสงค์เดิมของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น เป็นทางเลือกหนึ่งที่เกิดปฏิสัมพันธ์ในเพื่อหรือคนในครอบครัว ในเวลาต่อมาก็เริ่มนำไปใช้ในทางธุรกิจ เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา

๓.๒ การใช้เครือข่ายสังคม ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นเครื่องมือสื่อสาร มี ๓ ประเภท ได้แก่ Blogs, Social Network และ Crowdfunding

๓.๓ Reliability of Social Media ความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย

- ข้อมูลมาจากใคร เนื้อหาที่น่าสนใจควรมาจากผู้เชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ หรือบางกรณีอาจมาจากผู้ที่พบเห็นเรื่องนั้น ๆ มาด้วยตนเอง

- หลักฐานมีหรือไม่ เพื่อให้เกิดความแน่ใจในข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ควรตรวจสอบว่ามี การวิจัยจากสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือยืนยันในเรื่องนั้นหรือไม่

- ข้อมูลมีคติหรือไม่ ควรตรวจสอบและพิจารณาความคิดเห็นจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายในเรื่องเดียวกันนั้น ถ้าแสดงข้อมูลหรือความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันก็จะมี ความน่าเชื่อถือมากขึ้น

๓.๔ การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ คือ ลักษณะเฉพาะที่แต่ละคนสร้างขึ้น มาเพื่อใช้กับเว็บไซต์ ซึ่งแต่ละเว็บไซต์ก็มีความแตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะที่สร้าง และนำมาใช้ก็จะต่างกันไปด้วย

๓.๕ อัตลักษณ์ที่ผู้สื่อสร้างขึ้น อัตลักษณ์ออนไลน์จะมีทั้งผู้ใช้งานสร้างขึ้น มาเอง และผู้อื่นสร้างขึ้น มาตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลบางส่วนก็ตรงกับตัวบุคคลจริง บางส่วนก็เสริมแต่งขึ้นมา

๓.๖ Digital Footprint รอยเท้าดิจิทัล คือ ข้อมูลต่าง ๆ และการใช้งานผ่านสังคมออนไลน์ที่ได้ถูกจัดเก็บในระบบฐานข้อมูล ซึ่งคนอื่น ๆ สามารถเข้ามาติดตามได้ ข้อมูลเหล่านี้จะทิ้งร่องรอยจากที่เราเข้าสู่เว็บไซต์ต่าง ๆ

๓.๗ สิ่งที่ควรและไม่ควรทำ เมื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

สิ่งที่ควรทำ ยกตัวอย่างเช่น ระวังระวังในการเพิ่มเพื่อน, คิดก่อนกดคลิกทุกครั้ง, ใช้รหัสผ่านที่ยากจะคาดเดาได้, ทำความเข้าใจการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้ดี

สิ่งที่ไม่ควรทำ ยกตัวอย่างเช่น ใช้ภาษาที่ไม่สุภาพ ไม่เหมาะสม, นำเสนอเรื่องตนเองทั้งหมดผ่านช่องทางออนไลน์, อนุญาตให้แอปพลิเคชันเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ทันทีโดยไม่ต้องตรวจสอบ หรืออ่านรายละเอียดก่อน, Upload ภาพที่ไม่เหมาะสม, เผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวจริง จนสามารถบอกได้ว่าคุณเป็นใคร, โปสข้อความส่วนตัวบนสื่อออนไลน์

### **บทที่ ๔ ธุรกิจออนไลน์**

๔.๑ Amazon ความยิ่งใหญ่ของ E-commerce การขายปลีกแบบ E-commerce เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องกว่าครึ่งหนึ่งของยอดขาย E-commerce เป็นของ Amazon ภาพรวมของธุรกิจ E-commerce นั้นเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ประเทศไทยก็เช่นกัน

## ๔.๒ E-commerce ประโยชน์ของ E-commerce

- ค่าใช้จ่ายการผลิตต่ำ เนื่องจากไม่ต้องมีร้านค้าและไม่ต้องมีคนกลาง สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง
- ประหยัดเวลา ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าที่ต้องการได้ทันที ไม่ต้องรอนักงานขาย
- สะดวก ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา สามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพได้
- ขจัดอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ สามารถเข้าถึงได้ไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ใด ประเทศใดในโลก
- ลดความซับซ้อนของกระบวนการทางธุรกิจ ระบบการสั่งซื้อแบบดิจิทัล สามารถติดตามสถานะต่าง ๆ

๔.๓ Becoming and Online Shop Owner ธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เกินครึ่งจะอยู่ได้นานไม่เกิน ๑ ปี สาเหตุมาจาก ๑. ล้มเหลวเพราะการแข่งขันสูง ๒. ล้มเหลวเพราะการบริหารจัดการไม่ดี ๓. ล้มเหลวเพราะการตลาดไม่ดี

๔.๔ Market Research การวิจัยตลาดสามารถทำได้หลายวิธี เช่น ทำวิจัยจากผู้ทดลองใช้จริง, ทำวิจัยด้วยสื่อโซเชียล, ทำวิจัยด้วย Search Engine และใช้เครื่องมือ Google Trend

๔.๕ e-Commerce Platforms เป็นซอฟต์แวร์เพื่อการขายสินค้าออนไลน์ เปรียบเสมือนหน้าร้านของเรา ซึ่งมีพื้นที่นำเสนอรายการสินค้า ภาพ และข้อมูล ลูกค้าสามารถเข้ามาค้นหาสินค้าที่ต้องการและเลือกหยิบใส่ตะกร้าเพื่อนำไปชำระเงิน แล้วรอรับสินค้าต่อไป

๔.๖ Branding การสร้างแบรนด์ คือ การมัดใจลูกค้าให้นึกถึงและกลับมาซื้อทันที ร้านค้าออนไลน์จะอยู่ได้ต่อเมื่อลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่อง ก่อนที่จะสร้างแบรนด์ต้องพิจารณาคุณค่าที่ให้ลูกค้า, Personal และ Look & Feel

๔.๗ Digital Marketing การตลาดดิจิทัล การใช้สื่อโซเชียลในการทำตลาดดิจิทัล

- Social Media Marketing สื่อโซเชียลแต่ละชนิดมีเป้าหมายไม่เหมือนกัน ดังนั้น ผู้ใช้งานหลักของแต่ละสื่อจึงเป็นบุคคลต่างประเภทด้วย การจะทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลใด ต้องทำความรู้จักสื่อ นั้นให้ดี ก่อนที่จะเลือกใช้

- Organic Marketing Campaigns เป็นการทำการตลาดที่ใช้เครื่องมือฟรีที่มีอยู่แล้วของสื่อโซเชียลชนิดต่าง ๆ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

- Paid Marketing Campaigns กำหนดเป้าหมายตามความสนใจ เป็นการทำแบรนด์ติดตามผู้บริโภค

## บทที่ ๕ เครื่องมือออนไลน์

๕.๑ Cloud Storage เป็นแนวทางในการจัดเก็บข้อมูล ในลักษณะที่ข้อมูลถูกเก็บร่วมกันในพื้นที่รวมที่ทำงานอยู่บนเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย และกระจายในพื้นที่ฐานต่าง ๆ ผู้ใช้งานทั่วไปและบริษัทสามารถซื้อพื้นที่ในการเก็บข้อมูลดังกล่าวในปริมาณที่แตกต่างกันตามความต้องการ และมีต้นทุนที่ต่างกัน ผู้ใช้หรือระบบอื่น ๆ สามารถเข้าถึงไฟล์ที่เก็บหรือจัดเก็บไฟล์ได้ผ่านทางเว็บไซต์ โปรแกรม หรือทาง Web Service API

๕.๒ Presentation Tools Presentation Software เป็นแอปพลิเคชันเพื่อลำดับเนื้อหา หรือภาพที่ต้องการนำเสนอให้ได้เรื่องราวตามที่ผู้สร้างต้องการ มีฟังก์ชันการทำงาน ดังนี้

- มีเครื่องมือให้สามารถนำข้อความไปใส่ และจัดรูปแบบข้อความได้
- มีขั้นตอนการแทรกภาพหรือกราฟิก
- มีระบบนำเสนอเพื่อแสดงเนื้อหา ภาพ กราฟิกตามลำดับที่ออกแบบไว้

๕.๓ Collaboration Tools คือ เครื่องมือที่ช่วยให้กลุ่มคนสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แบ่งออกเป็น ๓ ประเภท

- Communication การแลกเปลี่ยนข้อมูลพูดคุยสนทนา เช่น Instant Messaging
- Coordination สนับสนุนการทำงานหรือใช้งานร่วมกันหลายคน เช่น Online Calendar
- Collaboration สนับสนุนการติดต่อสื่อสารแบบ Real Time เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือ

อื่น ๆ



(นายชัยพร อุปนนท์)

ตำแหน่ง เจ้าพนักงานการเกษตรปฏิบัติงาน