

**รายงานสรุปการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้/ประชุมเชิงปฏิบัติการ/และเป็นวิทยากร
กองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ชื่อ.....นายดิเรก.....นามสกุล.....คงแพ..... ตำแหน่ง.....นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ.....กลุ่ม/ฝ่าย.....กลุ่มวางแผนบริหารจัดการพื้นที่ชุ่มน้ำ..... หลักสูตร/หัวข้อเรื่องอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้..... หลักสูตร Digital Literacy (การเข้าใจดิจิทัล)..... สถานที่อบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้..... ระบบการฝึกอบรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของ สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล..... (https://e-learning.dga.or.th/xlms_ega/userroom/elearning.jsp)..... หน่วยงานที่จัดฝึกอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้..... สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.)..... ตั้งแต่วันที่.....6.....เดือน.....กุมภาพันธ์.....พ.ศ.....2566.....ถึงวันที่.....6.....เดือน.....กุมภาพันธ์.....พ.ศ.....2566..... เพื่อ.....☒ อบรม.....☐ สัมมนา.....☐ อื่นๆ ระบุ.....
ส่วนที่ 2 สิ่งที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้
2.1 รายงานสรุปเนื้อหาสาระสำคัญในการอบรม/ สัมมนา/พัฒนาความรู้..... การอบรมหลักสูตร Digital Literacy (การเข้าใจดิจิทัล) ..แนะนำส่วนประกอบสำคัญของคอมพิวเตอร์..... รวมทั้งเข้าใจพื้นฐานของอุปกรณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานทั้งในฮาร์ดแวร์และ..... ซอฟต์แวร์ การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ และภัยอันตราย ที่เกิดขึ้นในรูปแบบดิจิทัล การคุกคามและวิธีป้องกันตัว..... ในโลกดิจิทัล มีวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (1) เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจและใช้ดิจิทัลสำหรับการปฏิบัติงานและการใช้..... ชีวิตประจำวันได้ Digital Literacy หมายถึง ทักษะความเข้าใจและความสามารถในการใช้เทคโนโลยี จัดเป็น..... ทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัลที่จำเป็นต่อการนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านดิจิทัลในด้านอื่น ๆ..... เป็นทักษะสำคัญที่ใช้ในการปฏิบัติงาน สื่อสาร และทำงานร่วมกับคนอื่น ภายใต้แนวคิดที่ว่า “ทำน้อย ได้..... มาก” หรือ “Work less but get more” ผ่านการใช้งานเครื่องมือทางด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น..... คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ไอแพด โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โปรแกรมและแพลตฟอร์มออนไลน์..... เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่าง Cloud computing ในการทำงาน ซึ่งสามารถแบ่ง ทักษะความเข้าใจและ..... ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ได้ออกเป็น 4 มิติ คือ (1) ใช้ (Use) หมายถึง ความคล่องแคล่วทางเทคนิค..... ที่จำเป็นในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต (2) เข้าใจ (Understand) คือ ชุดของทักษะที่จะช่วยให้เข้าใจ..... บริบทและประเมินสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับอะไรที่ทำและพบบนโลกออนไลน์ เพราะ..... เทคโนโลยีและโลกอินเทอร์เน็ตมีการเปลี่ยนแปลงเร็ว และส่งผลต่อพฤติกรรมและมุมมองของผู้ใช้อย่างมาก..... ทำให้ความเข้าใจมีความจำเป็นอย่างมากที่จะช่วยให้ผู้ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัลมีวิจารณญาณในการใช้งาน..... (3) สร้าง (Create) คือ ความสามารถในการผลิตเนื้อหาและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเครื่องมือสื่อ..... ดิจิทัลและเทคโนโลยีที่หลากหลาย และ (4) เข้าถึง (Access) คือ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและใช้ประโยชน์..... จากเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การค้นหาข้อมูลผ่าน Search engine รู้จักช่องทางการค้นหา ซึ่งนี้เป็นฐานรากใน..... การพัฒนาของผู้ใช้งาน (2) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม และ..... (3) เพื่อให้ผู้เรียนตระหนักรู้การใช้ดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

อธิบายแยกตามหลักสูตร แบ่งได้เป็น

บทเรียนที่ 1 อุปกรณ์

1) Devices มี 5 องค์ประกอบสำคัญ คือ (1) ฮาร์ดแวร์ (Hardware) (2) ซอฟต์แวร์และโปรแกรม (Software and Program) (3) ข้อมูลและสารสนเทศ (Data and Information) (4) บุคลากร (People Ware) และ (5) กระบวนการทำงาน (Procedures)

2) Classification of Computer (ประเภทของคอมพิวเตอร์) 5 ประเภท (1) Desktop (2) Laptop (3) Tablet (4) Server และ (5) Cloud Computing

3) Operation systems And Software (ระบบปฏิบัติการ) เป็นซอฟต์แวร์ที่สำคัญที่สุดในการทำให้อุปกรณ์ทำงาน จัดการหน่วยความจำและหน่วยประมวลผลของคอมพิวเตอร์รวมทั้งซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ทั้งหมดทำให้ผู้ใช้สื่อสารคอมพิวเตอร์ได้โดยเราไม่ต้องรู้จักภาษาคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่จัดการฟังก์ชันพื้นฐานของคอมพิวเตอร์ ดังนี้ (1) เก็บข้อมูล (Storing Data) ลงในหน่วยความจำ (Memory) เรียกใช้ไฟล์ (Retrieving Files) ที่เก็บไว้ในอุปกรณ์เก็บข้อมูล (Storage Devices) ทำให้หลายแอปพลิเคชันสามารถทำงานได้ในอุปกรณ์เดียว (2) Operating Systems: Language Processor คอมพิวเตอร์ใช้ภาษาเป็น String 0s และ 1s (3) ภาษาระดับสูงมีกฎเกณฑ์ ไวยากรณ์เหมือนภาษาอังกฤษ เช่น Python C++ Java ภาษาระดับเครื่อง (Machine-level language) ใช้ String 0s และ 1s (4) หน้าที่ของ Operating System (ระบบปฏิบัติการ) จัดสรรทรัพยากรพื้นฐานในการประมวลผลควบคุมการทำงานของคอมพิวเตอร์และการใช้งานร่วมกันของหลาย Application Program งานที่ OS รับผิดชอบ เช่น จัดการ Processor Cores จัดการหน่วยความจำ จัดการอุปกรณ์ทั้ง input และ output (5) ดูแลความปลอดภัยของระบบ หน้าที่ในการบริหารจัดการบริหารจัดการทรัพยากรของอุปกรณ์ (เช่น อุปกรณ์ Processor อุปกรณ์ความจำ และดิสก์) ให้สามารถใช้งานได้มากขึ้นด้วยการเปลี่ยนให้เป็นการใช้งานแบบ Virtual OS ทำให้เครื่องที่มี 1 CPU ทำงานได้เหมือนมีหลาย CPU ด้วยรูปแบบ Virtual OS ทำให้ cache และ RAM สามารถแชร์ใช้ด้วยกันหลาย Software Application และสามารถสร้าง Virtual Memory ขึ้นมา เช่น ทำให้ RAM ขนาด 4GB ทำงานได้เป็น 8GB บริหารจัดการทรัพยากรด้วยการให้ CPUs, memory และ I/O แชร์ใช้กันได้ในบริหารจัดการพื้นที่ใน Disk และไฟล์ต่างๆ ที่เก็บไว้ให้อยู่ในลักษณะที่เชื่อถือได้และมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจะให้ App นำออกไปใช้เขียนหรืออ่านต่อไปได้เสมอ

4) ป้องกันไวรัสอย่างไรดี วิธีหลักเลี้ยงและ ป้องกันไวรัส คอมพิวเตอร์ (1) ดาวน์โหลดหรือติดตั้งซอฟต์แวร์ที่น่าเชื่อถือจากแหล่งที่ถูกต้อง ไม่โหลดจากเว็บไซต์ที่ดูมีพิรุธหรือเว็บไซต์มืดต่างๆ (2) ตั้งค่าระบบป้องกันให้ทำงานทันทีที่เปิดเครื่องคอมพิวเตอร์ (3) อัปเดตฐานข้อมูลไวรัสในโปรแกรมป้องกันสม่ำเสมอทุกวัน (4) อย่าตั้งค่าให้โปรแกรมอีเมลเปิดไฟล์แนบอัตโนมัติทันทีหลังจากที่เปิดดูอีเมล (5) สแกนไวรัสทุกครั้งที่มีการเสียบ Flash Drive, DVD หรือ แม้แต่ External Hard disk ด้วยทุกครั้ง (6) เวลาติดตั้งโปรแกรมเราควรอ่านให้ครบทุกหน้า เพราะบางโปรแกรมอาจมีการแนบให้ติดตั้ง Adware เข้ามาด้วยเสมอ (7) แสแกนอีเมลหรือสแกนไฟล์ต่าง ๆ ที่ได้รับจาก อีเมล หรือ แม้แต่ Line เพื่อป้องกันการติดไวรัส (8) เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่น่าเชื่อถือ และจำไว้ว่าอินเทอร์เน็ต ฟรี สาธารณะ นั้นมีความเสี่ยงอยู่เสมอ (9) อย่าเข้าเว็บที่ล่อแหลมทั้งหลาย เช่น เว็บโป๊ เว็บแจกโปรแกรมฟรี เว็บคาสิโนออนไลน์ ต่างๆ เพราะเว็บเหล่านี้มักมี ไวรัส หรือ Trojan แฝงเข้ามาด้วย และ (10) พังระวังเว็บที่ครอบลิ่งหลายๆชั้นไว้ให้ดี เพราะเว็บครอบลิ่งเหล่านี้อาจจะทำให้ติดไวรัสจากเว็บครอบลิ่งก็ได้

บทเรียนที่ 2 รัฐบาลดิจิทัล

2.1 การเปลี่ยนแปลงสู่ Global Digital ตามภูมิทัศน์ดิจิทัล 20 ปี ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand) หมายถึง ประเทศไทยที่สามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่นใด เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนหนึ่งในเป้าหมายของการนำพา

ประเทศไทยไปสู่ดิจิทัลไทยแลนด์นั้น ก็คือการพัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคดิจิทัลด้วยการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรทุกกลุ่มให้มีความรู้และทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตและประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัล. บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด มีความภูมิใจที่มีส่วนร่วมสนับสนุนแผนดิจิทัลไทยแลนด์ร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมด้วยการส่งเสริมคนไทยให้มีทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skills) ที่มีความสำคัญและจำเป็นในศตวรรษที่ 21



2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนร่วมขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ด้วยการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงนโยบายและให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาประเทศผ่านระบบดิจิทัล(Digital Foundation to Global Digital leadership)

2.3 อุปสรรคในการขับเคลื่อนสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล มีการพัฒนากำลังคน กฎระเบียบต่าง ๆ ทำความเข้าใจผู้บริหารทุกองค์กร เป็นต้น

บทเรียนที่ 3 สังคมออนไลน์

สังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง การที่มนุษย์เชื่อมโยงถึงกัน ทำความรู้จักกัน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบการให้บริการผ่านเว็บไซต์เชื่อมโยงบุคคลต่อบุคคลไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้บุคคลเข้ามาทำความรู้จักกัน มีพื้นที่บริการเครื่องมือต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้และเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้คุ้นเคย จนกลายเป็นชุมชนที่ผู้ใช้สามารถแชร์ตัวตนและทุก ๆ สิ่งที่น่าสนใจ เชื่อมโยงกับคนในเน็ตเวิร์คด้วยวิธีการต่าง ๆ เมื่อเกิดความสนใจสามารถเชื่อมต่อกลับ นอกจากสามารถติดต่อกับเพื่อนได้ยังสามารถติดต่อกับเพศของเพื่อนได้

3.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและ มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่ง อยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อย ๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนบน เครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการ ติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง คนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่า เรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้จัดทำ ขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่อต่าง ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้ กับเพื่อนและผู้คนที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่าน ทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

3.2 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แบ่งเป็น 3 กลุ่ม (1) Blog Weblogs หรือ เรียกสั้นๆว่า Blog (อ่านว่า บล็อก) คือ Website หนึ่งทีบันทึกเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้เขียนต้องการสื่อสารในเรื่องราวต่างๆที่ต้องการ โดยสามารถนำเสนอได้ทั้งในรูปแบบของตัวอักษร รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียง และสามารถ update และเพิ่มเติมเนื้อหาเดิมได้ตลอด หรือจะเขียนเป็นลักษณะไดอะรี่ส่วนตัวก็ยังได้นะค่ะ ซึ่ง Blog มีความแตกต่างจาก Webboard คือ Blog มีความเป็นเนื้อหาที่กว้างขวาง มีเนื้อหาที่น่าสนใจ หลากหลาย และส่วนหนึ่งเป็นเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ ให้ความรู้ได้ต่อเนื่อง และเราสามารถเป็นผู้เขียนและเป็นเจ้าของเรื่องราวที่จะนำเสนอเองได้ โดยบาง website เปิดโอกาสให้เราได้สมัครสมาชิกเป็นเจ้าของ Blog ของเราเองได้ ด้วย (2) Social Networking โซเชียลเน็ตเวิร์ค คือเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือการที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคนหนึ่ง เชื่อมโยงกับเพื่อนอีกนับสิบ รวมไปถึงเพื่อนของเพื่อนอีกนับร้อย ผ่านผู้ให้บริการด้านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) บนอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Blogger, Hi5, Twitter หรือ Tagged, YouTube, Instagram, TikTok เป็นต้น (บางเว็บไซต์ที่กล่าวถึงในตัวอย่าง ปัจจุบันนี้ได้เสื่อมความนิยมแล้ว) การเชื่อมโยงดังกล่าว ทำให้เกิดเครือข่ายขึ้น เช่น เราสามารถรู้จักเพื่อนของเพื่อนเราได้ เป็นทอดๆ ต่อไปเรื่อยๆ ทำให้เกิดสังคมเสมือนจริงขึ้นมา สามารถสร้างคอนเน็คชั่นใหม่ ๆ ได้ง่าย และเมื่อเราแชร์ (Share) ข้อความ หรืออะไรก็ตามลงไปบนเครือข่าย ทุกคนในเครือข่ายก็สามารถรับรู้ได้พร้อมกัน และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เราแชร์ได้ เช่น แสดงความคิดเห็น (Comment) กดไลค์ (Like) ซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ละผู้ให้บริการ ความโดดเด่นในเรื่องความง่ายของโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ทำให้ธุรกิจ และนักการตลาดสนใจที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการ และ (3) Crowdfunding คราวด์ ฟันดิง (Crowdfunding) หมายถึง การระดมทุนจากคนหมู่มาก มาจากการผสมคำภาษาอังกฤษ 2 คำ ซึ่งคือ Crowd (ฝูงชน) + Funding (ระดมทุน) = คราวด์ฟันดิง (Crowdfunding) การระดมทุนคราวด์ฟันดิงนั้น อาจทำผ่านตัวกลาง หรือ แพลตฟอร์มออนไลน์ (crowdfunding platform) ที่ช่วยให้ผู้ระดมทุนกับนักลงทุนได้มาเจอกัน ซึ่งทำให้การหาทุนก้อนใหญ่มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

3.3 Reliability of Social Media (ความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมออนไลน์) หมายถึง สิ่งที่น่าเชื่อถือ ทำซ้ำได้อย่างถูกต้องในทำนองเดียวกัน สิ่งที่ทำได้คงเส้นคงวาไม่ผิดพลาดไปจากเดิมซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์ลักษณะของสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย (1) มีเนื้อหาที่สมเหตุสมผล มีแหล่งอ้างอิงชัดเจนสามารถตรวจสอบได้ (2) เป็นสื่อที่มีความทันสมัย ควรระบุว่ามีกรเผยแพร่เมื่อใด มีการแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงอะไรหรือไม่ (3) สำนวนภาษาที่ใช้ต้องมีความเข้าใจง่าย ให้ข้อมูลชัดเจนไม่ได้มีลักษณะไปในทางชวนเชื่อหรือ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจคลาดเคลื่อน (4) ถ้าหากเป็นเนื้อหา หรือสื่อประเภทข่าวต้องมีการลำดับเนื้อเรื่องอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เรียงลำดับตัวแต่ต้นจนจบได้อย่างเข้าใจ ไม่บิดเบือน อำพราง หรือบิดเบือนข้อมูลข่าว ต้องสามารถบอกเวลา และสถานที่ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (5) หากเรื่องนั้นมีการแสดงความคิดเห็น ประกอบให้เราพิจารณา ไตร่ตรองตามความเป็นจริง และไม่เอนเอียง (6) ไปทางใดทางหนึ่ง เชื่อตามหลัก และเหตุผลอันเป็นที่ยอมรับ และน่าเชื่อถือจริง ๆ และ (7) แยกแยะให้ได้ว่าจุดประสงค์ของสื่อนั้นสร้างขึ้นมาจากอะไร เป็นสื่อประเภทใด โฆษณา หรือข่าวสาร

3.4 การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ คือ ความสามารถในการสร้างและบริหารจัดการอัตลักษณ์ที่ดีของตนเองไว้ได้ทั้งในโลกออนไลน์และโลกความจริง เสริมสร้างภาพลักษณ์ในโลกออนไลน์ของตนเองในแง่บวก ทั้งความคิด ความรู้สึก และการกระทำ โดยมีวิจาร์ณญาณในการรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น มีความเห็นอก เห็นใจผู้ร่วมใช้งานในสังคมออนไลน์ และรู้จักรับผิดชอบต่อการกระทำ ไม่กระทำการที่ผิดกฎหมายและจริยธรรมในโลกออนไลน์ เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ การกลั่นแกล้งหรือการใส่ร้ายที่สร้างความเกลียดชังผู้อื่นทางสื่อออนไลน์

3.5 อัตลักษณ์ที่ผู้สื่อต้องการสร้าง ซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ให้แบรนด์ หรือ Brand Identity คือ การออกแบบลักษณะเฉพาะให้แบรนด์หรือองค์กร ลักษณะสำคัญของ Identity คือ การสร้างสัญลักษณ์

(symbol) หมายถึงอะไรก็ตามที่สร้างสัมผัสแรกผ่านการมองเห็น ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์จึงมักอยู่ในรูปของชื่อแบรนด์ โลโก้ สี โลแกน tagline หรือ typeface เป็นต้น

.....3.6. Digital Footprint (รอยเท้าดิจิทัล) คือ รอยเท้าบนโลกดิจิทัล รวมทั้งพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ YouTube การพิมพ์ข้อความ คอมเมนต์ การโพสต์ข้อความ วิดีโอ เขียนบล็อก การเข้าสู่เว็บไซต์ การกดไลค์เพจ หรือแชร์ข้อความ พฤติกรรมการใช้งานต่าง ๆ เหล่านี้จะถูกบันทึกไว้ให้ติดตามร่องรอยถึงตัวเราได้ ซึ่งทำให้ทั้งผู้ประสงค์ร้าย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ขณะเดียวกันผู้ที่ต้องการสืบค้นประวัติของเราก็สามารถสืบค้นได้เช่นกัน มีด้วยกัน 2 ประเภท หากจะให้อธิบาย Digital Footprint อย่างเข้าใจและเห็นภาพแล้วนั้น จะพบว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ Passive Digital Footprint และ Active Digital Footprint (1) Passive Digital Footprint เป็นข้อมูลทางดิจิทัลที่เราทิ้งไว้โดยไม่เจตนา โดยไม่ตั้งใจ ไม่รู้ตัวว่าได้ทิ้งร่องรอยไว้ในอินเทอร์เน็ต เช่น IP Address รวมทั้งการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็น Search History หรือแม้กระทั่งพาสเวิร์ด คอมพิวเตอร์ พาสเวิร์ดเข้าเว็บไซต์ที่ถูกบันทึกไว้อัตโนมัติ และ (2) Active Digital Footprint เป็นข้อมูลทางดิจิทัลที่เปิดเผยโดยเจตนา เช่น การโพสต์ลงบนโซเชียลมีเดียส่วนตัวแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ YouTube หรือการส่งอีเมล การเขียนบล็อก การคอมเมนต์เป็นข้อความหรือรูปภาพ ซึ่งสามารถสืบค้นและส่งผลกระทบต่อชีวิตเราได้

.....3.7. สิ่งที่เราควรและไม่ควรทำเมื่อใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมอินเทอร์เน็ตนั้น มีทั้งคนดี และคนไม่ดีเช่นเดียวกับสังคมทั่วไปผู้ที่ไม่มีตระวังจึงอาจถูกล่อลวงไปในทางที่ผิด หรือก่อให้เกิดอันตรายได้ ฉะนั้นเยาวชนไทยควรเรียนรู้ปัญหาและวิธีป้องกันตนเองจากภัยอันตรายเหล่านี้จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตควรยึดถือปฏิบัติ ดังนี้ (1) ไม่บอกข้อมูลส่วนตัว เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ชื่อโรงเรียนของตนให้แก่บุคคลอื่นที่รู้จักกันทางอินเทอร์เน็ต (2) หากพบข้อความหรือรูปภาพใด ๆ บนอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะหยาบคายหรือไม่เหมาะสมควรแจ้งให้ผู้ปกครองทราบทันที (3) ไม่ควรไปพบบุคคลใดก็ตามที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อน และหากผู้ปกครองอนุญาต ก็ควรไปพร้อมกับผู้ปกครอง และควรไปพบกันในที่สาธารณะ (4) ไม่ส่งรูปหรือสิ่งใด ๆ ให้นับคคลที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต โดยมิได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อน (5) ไม่ตอบคำถามหรือต่อความกับผู้ที่สื่อข้อความหยาบคาย และต้องแจ้งให้ผู้ปกครองทราบทันที และ (6) ควรการพ่อดักตกลงในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ให้กับผู้ปกครอง เช่น กำหนดระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่ผู้ปกครองอนุญาตให้เข้าได้

.....บทเรียนที่ 4 ธุรกิจออนไลน์

การทำธุรกิจออนไลน์ คือ การขายสินค้า / บริการบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่ลงทุนเสียเงินทำเอง หรือ ขายบนเว็บฟรี เช่น Facebook, Line, Instagram หรือ การนำสินค้าไปฝากขายกับแอปพลิเคชัน ตลาดออนไลน์ต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียง Trend หรือกระแสเท่านั้น แต่กลับเป็นการหารายได้ที่สามารถหาเลี้ยงครอบครัวได้ ดังตัวอย่าง

.....4.1 Amazon บริษัท Amazon ก่อตั้งขึ้นในปี 1994 โดย Jeff Bezos หลังจากออกจากงานก่อนหน้านั้นในตำแหน่งรองประธานของ DE Shaw & Co. ในปีเดียวกันนั้น บริษัท นั้นก็เป็น บริษัท หลักในวอลล์สตรีทหลังจากลาออก Bezos ตัดสินใจย้ายไปซีแอตเทิลและอยู่ที่นั่นซึ่งเขาได้เริ่มจัดโครงสร้างแผนธุรกิจเฉพาะทางผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปกลายเป็นสิ่งที่เราทุกคนรู้จักในชื่อ บริษัท Amazon.com Amazon เป็น บริษัท คำปลีกออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งคุณสามารถหาทุกสิ่งที่ต้องการได้จริงเพราะมันใจมากกว่ามีคนขาย

.....4.2 e-Commerce (Electronic Commerce) คือ อีคอมเมิร์ซ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อในการนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อกันระหว่างผู้ซื้อและ

ผู้ขาย ทำให้ผู้เข้าใช้บริการจากทุกที่ทุกประเทศ หรือทุกมุมโลกสามารถเข้าถึงร้านค้าได้ง่ายและตลอด 24 ชั่วโมง e-Commerce เป็นส่วนหนึ่งของ ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction) ที่ขอบเขตกว้างกว่า โดยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ธุรกรรมทางออนไลน์ หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่กระทำขึ้นระหว่างหน่วยธุรกิจ บุคคล รัฐ ตลอดจนองค์กรเอกชนหรือองค์กรของรัฐใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การค้า และการติดต่องานราชการ โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน ยกตัวอย่าง เช่น การซื้อ-ขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การสมัครสมาชิกผ่านระบบออนไลน์ การตกลงทำสัญญาซื้อขาย หรือสัญญาตกลงตามข้อบังคับต่าง ๆ บนเครือข่าย การโอนเงินด้วยระบบอัตโนมัติผ่านระบบเครือข่าย การสื่อสารรับ-ส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเครือข่ายการสื่อสาร และการสอบถามข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

.....4.3. Becoming an Online Shop Owner ร้านสั่งซื้อของออนไลน์น่าเชื่อถือ ด้านข้อปึง แบบครอบคลุมหลากหลายสินค้า Lazada และ Shopee ด้านบิวตี้ Konvy และ SEPHORA ด้านอาหาร Foodpanda และ LINEMAN ด้านท่องเที่ยว Agoda และ Booking.com

.....4.4. Market Research วิจัยตลาดจะทำให้เข้าใจ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจตลาด และการแข่งขัน อย่างชัดเจน ซึ่งทำให้เราตั้งเป้าหมายธุรกิจได้ชัด ไม่ใช่แค่กำหนดยอดขาย แต่ทำให้ตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย เป็นไปได้จริง และรู้วิธีทำให้เป้าหมายสำเร็จได้ ดังนั้นวิจัยตลาด จึงทำให้สามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประโยชน์ของวิจัยตลาดมีหลายเรื่อง แต่ที่เห็นชัดเจน มี 3 เรื่อง คือ (1) เห็นโอกาสใหม่ๆ เช่น ชี้นำลูกค้ากลุ่มใหม่ ที่ตลาดอาจไม่เคยรู้ รู้ว่าลูกค้าชอบซื้อสินค้าใดพร้อมกัน ก็ สามารถทำ Bundle หรือ Add-on ได้ เห็นโอกาสพาร์ทเนอร์กับธุรกิจที่มีลูกค้าร่วมกัน (2) ลดความเสี่ยง เช่น ทดสอบสินค้าใหม่ก่อนออกตลาด หาสาเหตุที่สินค้ายอดตก เป็นต้น และ (3) เอาชนะคู่แข่ง เช่น หา Pain point ลูกค้าคู่แข่ง แล้วหาวิธีดึงดูดลูกค้า, ชี้นำลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ ทำให้เราปรับปรุงสินค้า บริการได้ เป็นต้น

.....4.5. e-Commerce Platforms คือ ซอฟต์แวร์ที่สร้างขึ้นสำเร็จรูปทั้งในรูปแบบของเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรืออื่น ๆ สำหรับร้านค้าออนไลน์โดยเฉพาะ ในการเป็นช่องทางการซื้อ-ขายของผู้ซื้อและผู้ขาย ในตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการซื้อขายทั้งหมดได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ รีวิว การจัดการคำสั่งซื้อขาย การทำธุรกรรม การสนับสนุนลูกค้า การจัดส่งสินค้า และการคืนสินค้า นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง และช่วยลดค่าดำเนินการได้ด้วย E-commerce platform ที่ดีจะต้องมีความเหมาะสมสำหรับขนาดของธุรกิจ และเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน พิจารณาได้ดังนี้ (1) หน้าเว็บไซต์มีความเรียบง่าย สวยงาม เป็นระบบระเบียบ มีการแบ่งสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ และมีแถบการค้นหา เพื่อให้ใช้งานง่ายมากยิ่งขึ้น (2) ข้อมูลและรายละเอียดของสินค้ามีความครบถ้วน ทั้งรูปภาพ ข้อความ ราคา รีวิว สินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับระบบการสั่งซื้อสินค้าที่รวดเร็ว และเข้าใจง่าย (3) ระบบของ E-commerce platform มีความครบวงจร อัปเดตแบบเรียลไทม์ เพื่อให้ผู้ขายสามารถจัดการระบบการวางขาย สินค้าได้ง่ายมากขึ้น รวมทั้งมีข้อมูลภาพรวม ระบบการจดจำออเดอร์ และความชื่นชอบของลูกค้าในการพัฒนากลยุทธ์ให้ตอบใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น (4) สามารถเรียกรายงานการสั่งซื้อต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา และ (5) ระบบการทำธุรกรรมจะต้องมีหลากหลายช่องทาง มีความสะดวกสบาย และปลอดภัย ตัวอย่าง เว็บไซต์ สำหรับข้อปึงออนไลน์ เช่น Magento, BigCommerce, Shopify, BigCartel, WooCommerce, Squarespace, YoKart, YoKart, Volusion เป็นต้น

.....4.6. Branding การสร้างแบรนด์ คือ การสร้างตราสินค้าด้วยแผนสำหรับการพัฒนาแบรนด์ที่ใช้ในการสร้างภาพจำของธุรกิจ โดยหลายคนมักจะเข้าใจว่าเป็นการทำแค่ตั้งชื่อ หรือทำโลโก้ ซึ่งเป็นเพียงหนึ่งในขั้นเริ่มต้นของการสร้าง Brand Identity คือ อัตลักษณ์ของแบรนด์ แต่แท้จริงแล้ว การทำ Branding คือ กลยุทธ์ที่ช่วยหาจุดเด่นให้สินค้าหรือบริการเพื่อธุรกิจในทุกๆ มิติ ซึ่งจะต้องผ่านทั้งกระบวนการวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้องค์ประกอบต่างๆ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้แบรนด์รู้ว่า แบรนด์เป็นใคร แบนด์แตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร มีรูปแบบ คุณสมบัตินี้ คุณประโยชน์อย่างไร เพื่อที่จะนำไปสู่การสร้าง

ความสัมพันธ์ที่ีระหว่างแบรนด์กับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ มีเป้าหมายของการทำการตลาดไม่ว่าจะเป็น Digital Marketing หรือ Traditional Marketing จะเป็นการวางแผนการการตลาด ทั้งคอนเทนต์ กลวิธี กราฟิก ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่เจ้าของแบรนด์สามารถควบคุมได้ และมุ่งหวังให้ช่วยสร้างยอดขายให้ในช่วงใดช่วงหนึ่ง นอกจากนี้ เจ้าของแบรนด์ยังสามารถปรับแผนการทำการตลาดให้เข้ากับแพลตฟอร์มต่างๆ ได้ เช่น การทำ SEO การทำ Social Media Marketing การออกบูธ ฯลฯ แล้ววัดผลว่า การทำการตลาดเหล่านั้นมีผลลัพธ์อย่างไร หากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการก็ทำการปรับกลวิธีในการทำการตลาดใหม่ได้เรื่อย ๆ ส่วนการทำ Branding จะเป็นกลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์และตัวตนของแบรนด์เป็นหลัก โดยจะเกิดขึ้นได้จากการสื่อสารการตลาด การบริการลูกค้า รวมไปถึงการเข้าใจในจุดสัมผัสของลูกค้า (Customer Touchpoint) และจุดสัมผัสของแบรนด์ (Brand Touchpoint) การทำ Branding จะมีเป้าหมายเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างแบรนด์กับลูกค้า ซึ่งเจ้าของแบรนด์จะสามารถกำหนดคุณค่าของแบรนด์ (Brand Values) ได้ แต่ไม่สามารถควบคุมให้ลูกค้ารู้สึกกับแบรนด์ตามที่หวังได้ จนกว่าจะมี Branding ที่แข็งแกร่งมากพอในสายตาของลูกค้า และลูกค้ากลายเป็น Customer Loyalty ของแบรนด์เอง

.....4.7. Digital Marketing คือ การทำการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยการโปรโมทสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อดิจิทัล และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ทางสื่อดิจิทัล ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้การตลาดดิจิทัลคืออีกทางเลือกหนึ่งของการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจแบรนด์ใหม่ ทำให้การรับรู้ในวงกว้างไม่ใช่เรื่องที่ยากอีกต่อไป อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในจำนวนมากได้โดยตรง ธุรกิจแบรนด์ใหม่จึงมีโอกาที่จะเป็นที่รู้จักและเติบโตได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางต่างๆ ของการตลาดแบบดิจิทัล...ช่องทางต่างๆ ของการตลาดแบบดิจิทัล (1) Social Media Marketing โซเชียลมีเดียจะเป็นตัวช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของคุณเป็นที่รู้จักและขยับขึ้นไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย คือสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็วทันใจ และช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่คนได้อย่างง่ายดาย ช่องทางที่สามารถใช้ในการทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook...Twitter...Instagram...Snapchat...Pinterest...Google+...LinkedIn เป็นต้น (2) Content Marketing เนื้อหาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสูงสุดสำหรับการผลิตสื่อออนไลน์ในยุคเทคโนโลยีปัจจุบัน จากคำกล่าวที่ว่า "Content is King" บ่งบอกได้ถึงคุณค่าของการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเว็บไซต์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยวิธีการสร้างและแจกจ่ายเนื้อหาที่มีคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีจุดประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้ธุรกิจของคุณ โดยช่องทางที่มีส่วนช่วยในการตลาดด้วยการใช้เนื้อหา ได้แก่ บล็อกโพสต์ (Blogs) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์และบทความข้อเสนอแนะ...Infographics เป็นต้น (3) Search Engine Optimization การใช้เนื้อหาในการทำการตลาดสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการค้นหาผ่าน SEO ได้ และทำให้เว็บไซต์ของคุณติดอันดับในหน้าของการค้นหา ซึ่งจะเป็นการเพิ่มปริมาณผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ โดยช่องทางที่จะได้รับประโยชน์จากการค้นหา SEO ได้แก่ Websites Blogs Infographics เป็นต้น (4) Search Engine Marketing เป็นรูปแบบการทำการตลาดออนไลน์บนหน้าแสดงผลการค้นหา (Search Result Page) อาทิ Google, Yahoo!, Bing, Baidu เป็นต้น โดยการโปรโมทขึ้นกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ใช้งาน Search Engine เพื่อให้รู้จักเว็บไซต์ สินค้า หรือบริการของคุณ และนำมาซึ่งยอดผู้ใช้เว็บไซต์และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งใช้ PPC (Pay Per Click) ในการลงโฆษณาบนหน้าแสดงผลการค้นหา โดยที่คิดค่าใช้จ่ายจากการคลิกตัวข้อความโฆษณา แม้ว่าโฆษณาจะแสดงขึ้นมา แต่หากไม่มีการคลิกเกิดขึ้น ก็จะไม่เสียเงินในการลงโฆษณาแต่อย่างใด ระบบโฆษณาแบบ PPC ที่เป็นที่นิยมทั่วโลก ได้แก่ โฆษณาแบบชำระเงินบน Facebook การโปรโมทผ่าน Twitter และข้อความผ่าน LinkedIn (5) Affiliate Marketing เป็นการทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบใหม่ โดยอาศัยตัวแทนโฆษณา เซลล์แมน ตัวแทนจำหน่าย คนเชียร์สินค้า รวมถึงผู้รีวิวสินค้า โดยได้รับผลตอบแทนใน

รูปแบบค่าคอมมิชชั่นจากเจ้าของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่ง ณ ปัจจุบันใครๆ ก็สามารถเป็นผู้ช่วยขายสินค้าได้ เพราะการทำ Affiliate นั้นง่ายมาก เพียงแค่ช่วยโปรโมทสินค้าบนเว็บไซต์ หรือทาง Social Media ของตัวเอง เช่น...แชร์ผ่าน Facebook, Instagram...แชร์โฆษณาวิดีโอผ่านทาง YouTube เป็นต้น (6) eMail Marketing ในยุคปัจจุบันบริษัทต่าง ๆ ได้ทำการตลาดผ่านทาง email เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสาร โปรโมชัน หรือส่วนลดพิเศษแก่สมาชิกหรือลูกค้าของบริษัท ตลอดจนเป็นการนำผู้ใช้ eMail ไปยังเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งประเภทของ eMail ที่ส่งไปอาจเป็นการนำเสนอในรูปแบบ eMail ข้อมูลข่าวสาร eMail ติดตามผู้เข้าชม และดาวน์โหลดข่าวสารบนเว็บไซต์ eMail ต้อนรับลูกค้าใหม่ โปรโมชันวันหยุดสำหรับสมาชิก (7) Online PR ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ คือการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง โดยนำเสนอข่าวสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ กราฟิก ผ่านทางบล็อกและเว็บไซต์ คล้ายกับการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม แต่ทำในพื้นที่ออนไลน์ เชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว แลกเปลี่ยนประสบการณ์อย่างไร้พรมแดน ทุกสถานการณ์ ทุกเวลา ทุกสถานที่ ในช่วงเวลาพร้อมๆ กัน ได้แก่ รีวิวออนไลน์เกี่ยวกับธุรกิจของคุณ ความคิดเห็นบนเว็บไซต์ส่วนตัวหรือบล็อก จึงจำเป็นต้องทำการตลาดแบบดิจิทัล เนื่องจากการทำการตลาดแบบดิจิทัลไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจของคุณสามารถทำการโปรโมทสินค้าและบริการได้เท่านั้น แต่ยังช่วยให้บริการลูกค้าออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลและเอาใจใส่เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ การตลาดแบบดิจิทัลจึงเป็นประโยชน์สำหรับแบรนด์และธุรกิจต่าง ๆ

.....บทเรียนที่ 5. เครื่องมือออนไลน์

.....สำหรับ Digital Marketing หรือ ที่บางคนเรียกว่า Online marketing เป็นการทำการตลาดออนไลน์ ที่อาศัยเครือข่าย Internet ในการสื่อสารและส่งสาร ที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า เช่น ข้อมูลการตลาดและการโฆษณาของแบรนด์ ผ่านสื่อออนไลน์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือ สมาร์ทโฟน

.....5.1 Cloud Storageระบบ cloud storage คือการจัดเก็บข้อมูลผ่านระบบคลาวด์บนเซิร์ฟเวอร์ที่อยู่ในระยะไกล เพื่อให้สามารถเรียกดูและเรียกใช้ข้อมูลได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลระยะไกลที่ในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากองค์กรขนาดเล็กไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ เนื่องจากประโยชน์หลายประการ อีกทั้งยังช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี เรามาดูเหตุผลกันว่าสาเหตุที่แท้จริงที่ทำให้บริษัทใหญ่ ๆ นิยมใช้ระบบ cloud storage การจัดเก็บข้อมูลบนคลาวด์ ซึ่งเป็นรูปแบบของการจัดเก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์แบบดิจิทัลที่เรียกว่า logical pool หมายความว่า การจัดเก็บข้อมูลในลักษณะนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลไว้ในเซิร์ฟเวอร์หลาย ๆ ตัว ซึ่งในบางครั้งอาจจะอยู่ในหลาย ๆ สถานที่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วการให้บริการระบบ cloud storage คือการให้บริการโดยผู้ให้บริการที่เรียกว่า Host (โฮสต์) ซึ่งผู้ให้บริการเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในการรักษาข้อมูลทั้งหมดของผู้ใช้บริการ รวมถึงยังดูแลรักษาการจัดเก็บข้อมูลและระบบการประมวลผลเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลรวมถึงเรียกใช้โปรแกรมและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ ไม่เพียงเท่านั้น ยังรวมถึงเรื่องความปลอดภัย โดยการป้องกันไม่ให้ผู้ที่ไม่มีสิทธิเรียกใช้หรือเข้าถึงข้อมูลสามารถเข้าถึงเซิร์ฟเวอร์ที่ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลได้ ทำให้ระบบ cloud storage คือระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับองค์กรทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี เพียงแค่ต้องพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ มีการบริการระบบ cloud storage ที่ตอบโจทย์ความต้องการ และมีความยืดหยุ่นเพียงพอเพื่อให้สามารถรองรับความต้องการใช้งานการเก็บข้อมูลขององค์กรในอนาคต ระบบที่เป็น การเก็บข้อมูลไว้ในเซิร์ฟเวอร์หลาย ๆ เครื่องในระยะไกลของผู้ให้บริการ พร้อมการดูแลรักษา รวมถึงระบบ การรักษาความปลอดภัย จึงทำให้ผู้ใช้บริการสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก ทั้งในเรื่องของเซิร์ฟเวอร์ที่ใช้ ในการเก็บข้อมูล เว็บไซต์ รวมถึงโปรแกรมและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เปิดให้ลูกค้าหรือพนักงานภายในองค์กร ใช้งานได้โดยไม่ต้องมีการลงทุนด้านฮาร์ดแวร์แต่อย่างใด อีกทั้งยังเป็นการประหยัดพื้นที่ ไม่ต้องเช่าหรือหา สถานที่จัดเก็บเซิร์ฟเวอร์ ไม่ต้องเปลืองค่าไฟฟ้า ค่าแรงแรงในการรักษาอุณหภูมิให้เครื่อง ไม่ต้องเสียค่าจ้าง โปรแกรมเมอร์หรือพนักงานคอยสแตนด์บายเพื่อดูแลรักษาและแก้ไขระบบหรือเซิร์ฟเวอร์เมื่อมีข้อผิดพลาด

เกิดขึ้น อีกทั้งระบบ cloud storage ยังเป็นระบบที่มีการสำรองข้อมูลไว้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้องค์กรไม่ต้องเป็นกังวลว่าข้อมูลจะสูญหาย หรือเสียหายที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจแต่อย่างใด ดังนั้น ระบบ cloud storage คือระบบที่มีข้อดีหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการลงทุนและการดูแลรักษาเซิร์ฟเวอร์ อีกทั้งยังเป็นระบบที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับลดขนาดของเซิร์ฟเวอร์เพื่อให้ตอบสนองการใช้งานของภาคธุรกิจได้ตลอดเวลา ทั้งหมดนี้จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ระบบ cloud storage คือระบบที่องค์กรทั้งขนาดใหญ่และเล็กทั้งหลายนิยมเลือกใช้งานนั่นเอง ตัวอย่าง Cloud Storage สำหรับเก็บข้อมูลและรูปภาพ เช่น Google One, OneDrive, iCloud, Dropbox, MEGA เป็นต้น

.....5.2. Presentation Tools การนำโปรแกรมทำ Presentation มาเป็นตัวช่วยในการออกแบบสื่อหรือสไลด์นั้นจะช่วยให้การนำเสนอของเราสวยงาม ดูเป็นมืออาชีพและที่สำคัญยังลดระยะเวลาในการออกแบบได้ แต่เนื่องจากแต่ละโปรแกรมมีฟีเจอร์ที่ต่างกัน วิธีการเลือกโปรแกรมทำ Presentation แบบง่าย ๆ เครื่องมือนำเสนอออนไลน์ เช่น Prezi, PowToon, Emaze, Microsoft Sway, Haiku Deck, Slide Dog, Empressr, Google สไลด์, Slides, และ GoAnimate เป็นต้น

.....5.3. Collaboration Tools คือ เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานร่วมกัน ระหว่างคน ระหว่างทีมงาน หรือแม้แต่การทำงานข้ามบริษัทข้ามประเทศ เพื่อช่วยในเรื่องการสื่อสาร ทำให้การทำงานสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น Collaboration Tools ที่นิยมใช้งานกัน มีทั้งรูปแบบที่เป็น 'โปรแกรม' ต้องเอามาลงที่เครื่อง และแบบที่เป็น website online ส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบเว็บไซต์ที่ใช้งานออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้เลย ทำให้เราสามารถใช้งานที่ไหนก็ได้ ทำงานที่ไหนก็ได้ คุยงานที่ไหนก็ได้ ประชุมที่ไหนก็ได้ ตรงกัน concept ของการทำงานแบบ Remote Working หรือ Work From Home ในหมวดหมู่นี้มีอยู่หลายโปรแกรม เช่น TeamViewer, Google Drive / OneDrive, Skype, VPN, Asana, JIRA, Microsoft Teams, Basecamp, Monday เป็นต้น

2.2 ประสิทธิภาพ/ประโยชน์ที่ได้รับ/การประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

☒ ต่อตนเอง

ทำให้สามารถเรียนรู้และเข้าใจ Digital Literacy ความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ธุรกิจออนไลน์ การสร้างแบรนด์ เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานร่วมกัน เช่น TeamViewer, Google Drive / OneDrive, Skype, VPN, Asana, JIRA, Microsoft Teams, Basecamp, Monday เป็นต้น.....

☒ ต่อหน่วยงาน / การนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

.....รองรับการทำงานแบบ Remote Working หรือ Work From Home ตามระเบียบสำนักงานนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการปฏิบัติงานนอกสถานที่ตั้งของส่วนราชการ วันที่ 7 ต.ค.65 สอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านการบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับปรับปรุง)

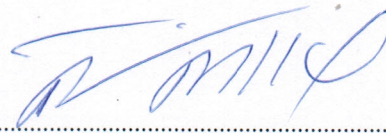
2.3 ปัญหาและอุปสรรคในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้

.....- การใช้เครื่องมือเป็นการเรียนรู้โปรแกรมใหม่ ๆ จึงต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในโปรแกรมที่ใช้.....
.....- การวิเคราะห์ Presentation Tools เช่นนำเสนอข้อมูลรูปแบบออนไลน์ ยังต้องใช้เวลาในการศึกษาอีกมาก.....

2.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....- ควรพัฒนาเครื่องมือ -ออนไลน์ ให้มากขึ้นในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ปฏิบัติงานนอกสถานที่....
.....- ควรเซิร์ฟเวอร์กลางในการทำงาน GPU มากพอสำหรับแบบจำลองได้.....
.....- ควรสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ของกลุ่ม กอง กรม ให้เป็นที่รู้จักในระบบออนไลน์ ผ่านการนำเสนอผลงาน และข้อมูลมีมาตรฐาน

ลงชื่อ.....



(นายดิเรก คงแพ)

ตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ.....

ผู้รายงาน

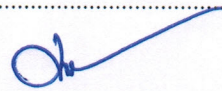
วันที่ ๗ เดือน ก.พ. พ.ศ. ๖๕

ส่วนที่ 3 ความเห็นของผู้บังคับบัญชา

() ทราบ

.....
.....
.....

ลงชื่อ.....



(นายเชษฐา จันทรแปลง)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน

วันที่ ๕ เดือน ก.พ. พ.ศ. ๖๕

ประกาศนียบัตร

ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ดิเรก คงแพ

ได้ผ่านการอบรมด้วยระบบการเรียนออนไลน์ในบทเรียน
Digital Literacy

รวมระยะเวลาทั้งสิ้น ๐ : ๓๐ ชั่วโมง

โดยสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล
ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)
ให้ไว้ ณ วันที่ 6 ก.พ. 2566

A. L.

(นางไอรดา เหลืองวิไล)

รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล
รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล



5da2fa35