

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

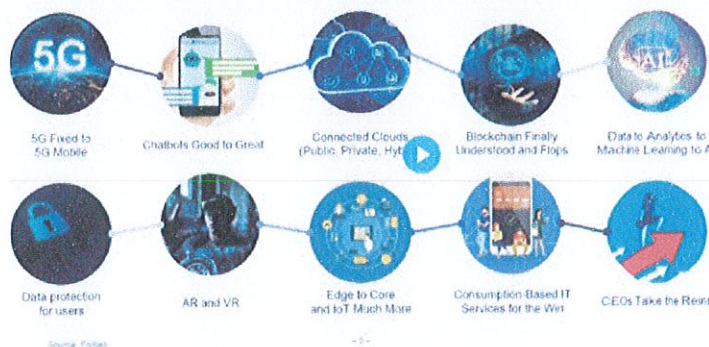
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ.....นางสาวชนม์ชนก.....นามสกุล.....ตั้งตระกูล.....✓
 ตำแหน่ง.....นักวิชาการเกษตรชำนาญการ.....กลุ่ม/ฝ่าย.....กลุ่มวางแผนบริหารจัดการพื้นที่ชุ่มน้ำ.....
 หลักสูตร/หัวข้อเรื่องอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้.....
หลักสูตร การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ.....
 สถานที่อบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้.....
ระบบการฝึกอบรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (TDGA e-learning).....
 หน่วยงานที่จัดฝึกอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้.....
สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล (TDGA).....✓
 ตั้งแต่วันที่ 7 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2569 ถึงวันที่ 7 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2569.....
 เพื่อ ☒ อบรม ☐ สัมมนา ☐ อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 สิ่งที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้

2.1 รายงานสรุปเนื้อหาสาระสำคัญในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้.....
การอบรมครั้งนี้ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจ การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิง
 ออกแบบ (Digital Transformation by Design Thinking) โดยมีรายละเอียดดังนี้.....
เทรนด์ 10 อันดับแรกสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล สามารถเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงจาก
 กลยุทธ์ “Platform first” ไปสู่การริเริ่มการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่เน้นการให้บริการลูกค้าอย่างชัดเจน

เทรนด์ 10 อันดับแรกสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล สามารถเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงจากกลยุทธ์ “Platform-
 first” ไปสู่การริเริ่มการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่เน้นการให้บริการลูกค้าอย่างชัดเจน



.....โดยผู้นำขององค์กรแต่ละแห่งควรมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลเพื่อให้องค์กรมีการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล
 ได้อย่างสมบูรณ์ ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันและยกระดับ
 การสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าด้วย Disruptive Technologies ที่พบในอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ ได้แก่.....
1. การผลิต มีการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงด้านอุตสาหกรรม ระบบอัตโนมัติบนคลาวด์ ร่องทาง
 อัจฉริยะอัตโนมัติ.....
2. การเกษตร เรือนกระจกอัจฉริยะ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอัจฉริยะ การตรวจสอบด้วยเทคโนโลยีโดรน
3. การดูแลสุขภาพ การปรึกษาทางไกล ศัลยกรรมผ่านระยะไกล รถพยาบาล 5G.....

4. การศึกษา การฝึกอบรมผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง นิทรรศการเสมือนจริง ห้องเรียนออนไลน์ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วม

อุตสาหกรรมโดยเฉพาะ (Industry Verticals) ต้องการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขัน และยกระดับการสร้างความคุ้มค่าให้กับลูกค้าด้วย Disruptive Technologies



Creativity and Innovation การมีวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมอย่างยั่งยืนในองค์กร ส่งผลให้สามารถสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว ซึ่งนวัตกรรม คือการคิดริเริ่มไอเดียใหม่ ๆ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่ ๆ โดยมักเกิดจากการสร้างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างคุณค่า

นวัตกรรม = ความรู้ + ความคิดสร้างสรรค์ + การสร้างคุณค่า

นวัตกรรมใหม่ ๆ ต้องผ่านขั้นตอนการเติบโตและผลการดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลัก ๆ (ริเริ่ม เริ่มติดตลาด เติบโตเต็มที่ ไม่ต่อเนื่อง/ขาด) และแนวโน้มของการเติบโตจะช่วยให้การวางแผนธุรกิจ การตัดสินใจ และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยพัฒนา นวัตกรรมใหม่เข้ามาต่อยอดการเติบโตของธุรกิจและองค์กร เรียกว่า S-Curve ของนวัตกรรม ซึ่งองค์กรมีความต้องการให้มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิด S-Curve ที่มีความยั่งยืน นวัตกรรมแบ่งได้เป็น 4 ประเภท

การมีวัฒนธรรมเชิงนวัตกรรมอย่างยั่งยืนในองค์กร ส่งผลให้สามารถสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว



1. นวัตกรรมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ สิ่งใหม่เข้ามาแทนที่หรือพัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมในตลาด มีคุณสมบัติหรือสร้างคุณค่าใหม่ ๆ ให้กับผู้ใช้ รวมถึงการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพขึ้น
2. นวัตกรรมในรูปแบบบริการ การเปลี่ยนแปลงการให้บริการและการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในกระบวนการให้บริการ และสร้างความพึงพอใจในการรับบริการมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้องค์กรมีรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีมากขึ้น
3. นวัตกรรมในรูปแบบกระบวนการ ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

4. นวัตกรรมในรูปแบบโมเดลธุรกิจ การคิดค้นโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เกิดจากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาดและการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีคลังตัว เพื่อให้เกิดการปรับตัวเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจขององค์กรอยู่เสมอ

กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบปิด เกิดจากการสร้างสรรค์และพัฒนาไอเดียจากภายในองค์กรเท่านั้น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรม การพัฒนาและการวางแผนการตลาดล้วนเกิดขึ้นโดยบุคลากรขององค์กร ในขอบเขตขององค์กรเท่านั้น

กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบเปิด เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร กระบวนการแลกเปลี่ยนไอเดียนวัตกรรมมีการเปิดกว้าง เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านนวัตกรรมให้กับองค์กร ผ่านการใช้กลยุทธ์เชิงธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

แหล่งที่มาของโอกาสทางด้านนวัตกรรมมี 7 แหล่ง ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ที่มาจากภายในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจเอง

1) เหตุการณ์ไม่คาดฝัน ความบังเอิญ ไม่ได้ตั้งใจ

2) การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรม รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ

3) กระบวนการที่จำเป็นต้องมี

4) ความไม่สอดคล้องกัน การที่ สิ่งที่ควรจะเป็น กับ สิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกัน

กลุ่มที่ 2 ที่มาจากความเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กรหรืออุตสาหกรรม

1) กลุ่มประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้คน

2) มุมมองและแนวคิดที่เปลี่ยนแปลง

3) ความรู้ใหม่

Design Thinking Process เป็นการประยุกต์ใช้วิธี Outside-In เพื่อนำความต้องการของลูกค้ามาใช้ในกระบวนการออกแบบ แทนการใช้วิธีแบบ Inside-Out โดยสิ่งที่สำคัญที่สุด คือการเชื่อมโยงความต้องการและปัญหาของลูกค้าเข้ากับเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร เพื่อหาสมดุลระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิต และนำไปสู่ความสำเร็จของสินค้า บริการ และกระบวนการนั้น ๆ (เวลาที่ใช้ คำถามที่ถูกต้อง คนที่ใช่) ซึ่ง Design Thinking Process จะประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. Empathy เข้าใจปัญหา ศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายทั้งความสนใจ ทักษะ ความสามารถ ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต เพื่อเข้าถึงมุมมองความคิด ทศนคติ ความต้องการ และการกระทำของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง การแก้ปัญหาแบบ Problem-Solution Fit เป็นการสร้างสรรค์แนวทางแก้ปัญหาที่ตอบสนองความต้องการและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริง ส่งผลให้เกิดสินค้า/บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยจะต้องทราบ Customer Profile เพื่อทำความเข้าใจลูกค้าให้ชัดเจน ทั้งความต้องการ และปัญหาที่พบเจอ

2. Define กำหนดปัญหาให้ชัดเจน การสร้างโปรไฟล์ผู้บริโภคจะช่วยระบุความรับผิดชอบ ปัญหา และความคาดหวังของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการสร้างความประทับใจและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับผู้บริโภค โดย The Customer Profile แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) Customer Jobs ระบุสิ่งที่ต้องการจะทำ ความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้า 2) Pains ปัญหา สิ่งที่ไม่ชอบ ไม่ต้องการ 3) Gain ส่วนต่อขยายจาก customer jobs สิ่งที่ไม่ต้องการ คาดหวังจะได้รับจากสินค้าและบริการ

3. Ideate ระดมความคิด ในขั้นตอนการสร้างไอเดียจะต้องให้ความสำคัญกับจำนวนไอเดียมากกว่าคุณภาพของไอเดีย โดยไม่ควรตัดสินไอเดียของผู้อื่น และควรช่วยกันต่อยอดจากไอเดียของกันและกัน มีการจัดหมวดหมู่ไอเดีย การเลือกไอเดียที่สอดคล้องกับเป้าหมาย อธิบายให้เห็นภาพ รวมถึงกระบวนการที่จะแก้ปัญหา ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จ

4. Prototype สร้างต้นแบบ เพื่อทดสอบจริง ก่อนนำไปผลิตจริง ซึ่ง Minimum Viable Product (MPV) เป็นการสร้างคุณลักษณะอย่างน้อยที่สุดของผลิตภัณฑ์ ด้วยงบประมาณและเวลาน้อยที่สุด เพื่อใช้ในการประเมินตลาด ช่วยให้สามารถเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะ และใช้ในการปรับปรุงได้อย่างคุ้มค่า

5. Test การทดลอง เป็นการทดสอบและการระบุข้อควรพัฒนาของสินค้า บริการ ในขณะเดียวกันก็สามารถเป็นขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์ อธิบายขั้นตอนการใช้งาน และเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะกลับไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

2.2 ประสพการณ์/ประโยชน์ที่ได้รับ/การประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

☒ ต่อตนเอง

ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ให้ได้มาซึ่งนวัตกรรม โดยนวัตกรรมเป็นการคิดริเริ่มไอเดียใหม่ ๆ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่ ๆ และจะต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความความยั่งยืน และจะต้องเชื่อมโยงความต้องการและปัญหาของลูกค้า เข้ากับเป้าหมายขององค์กร เพื่อหาสมดุล นำไปสู่ความสำเร็จของสินค้า บริการ และกระบวนการนั้น ๆ

☒ ต่อหน่วยงาน/การนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

สามารถนำความรู้เกี่ยวกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ เพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กรโดยนำความต้องการของลูกค้ามาใช้ในกระบวนการออกแบบ (Outside-In) เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า บริการ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับความต้องการ และช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

2.3 ปัญหาและอุปสรรคในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ฯ

2.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ลงชื่อ ชัชวาล ชวท อัคร:กุล

(นางสาวชนม์ชนก ตั้งตระกูล)

ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรชำนาญการ

ผู้รายงาน

วันที่ ๙ เดือน ธ.ค. พ.ศ. ๖๙

ส่วนที่ 3 ความเห็นของผู้บังคับบัญชา

(✓) ทราบ

ลงชื่อ [ลายเซ็น]

(นายันทพล ทนงหารพิทักษ์)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผนการใช้ที่ดิน

วันที่ ๙ เดือน ธ.ค. พ.ศ. ๖๙

ประกาศนียบัตร

ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ชนม์ชนก ตั้งตระกูล

ได้ผ่านการอบรมด้วยระบบการเรียนออนไลน์ในบทเรียน
การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ
(Digital Transformation by Design Thinking)

จำนวนชั่วโมงการเรียนรู้ 2:00 ชั่วโมง

โดยสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล
ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)
ให้ ณ วันที่ 7 มิถุนายน 2569

Ah.

(นางไอรดา เหลืองวิไล)

รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล
รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล

สำหรับคุณ

คุณสมชาย ตั้งตระกูล

(ทางคุณสมชาย ตั้งตระกูล)



Signed by สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สปร.)
Date: 2026-06-07T11:19:10.271+07:00

e868c886

ประกาศนียบัตร

ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ชนม์ชนก ตั้งตระกูล

ได้ผ่านการอบรมด้วยระบบการเรียนออนไลน์ในบทเรียน

Leadership in the Age of AI : ผู้นำในยุค AI

จำนวนชั่วโมงการเรียนรู้ 2:00 ชั่วโมง

โดยสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล
ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)
ให้ ณ วันที่ 8 มิถุนายน 2569

A. L.

(นางไอรดา เหลืองวิไล)

รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล

รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล

สำหรับออกให้

ชนม์ชนก ตั้งตระกูล

(นางสาวชนม์ชนก ตั้งตระกูล)



Signed by สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (พพร.)
Date: 2026-06-08T15:14:07+07:00

77b104e6