

สรุปการฝึกอบรม หลักสูตร การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ
(Digital Transformation by Design Thinking)
ผ่านเว็บไซต์สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล (TDGA)

ผู้รับการฝึกอบรม : นางสาวสุภากร ตีปัญญา

ตำแหน่ง : นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ

สังกัด : กลุ่มเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรม

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) เป็นกระบวนการสำคัญที่องค์กรในทุกภาคส่วนจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อให้สามารถแข่งขันและสร้างคุณค่าใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Disruption) ไม่ได้ส่งผลกระทบเฉพาะด้านโครงสร้างธุรกิจ แต่ยังสะท้อนถึงวิถีคิด การบริหารจัดการ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองต่อผู้ใช้และสังคม

วัตถุประสงค์หลักของคู่มือนี้มุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ การใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการต่อยอดไปสู่การพัฒนาโครงการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม

๑. Technology Disruption & Trends เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวโน้ม (Trends) สำคัญที่องค์กรควรตระหนัก ดังนี้

- 5G จากเครือข่ายประจำที่ (Fixed) สู่เครือข่ายเคลื่อนที่ (Mobile)
- Chatbots ที่พัฒนาจากการสื่อสารเบื้องต้นไปสู่ระบบที่มีประสิทธิภาพและเสมือนมนุษย์
- Connected Clouds ทั้ง Public, Private และ Hybrid
- Blockchain จากการเรียนรู้สู่การประยุกต์ใช้จริง
- การพัฒนา Data, Analytics, Machine Learning และ AI
- การคุ้มครองข้อมูลผู้ใช้ (Data Protection)
- เทคโนโลยี AR และ VR
- การเชื่อมต่อ Edge, Core และ IoT
- การใช้บริการ Consumption-based IT Service
- การที่ CEO มีบทบาทโดยตรงในการกำหนดทิศทางดิจิทัล

การประยุกต์ใช้ในภาคอุตสาหกรรม (Industry Verticals):

การผลิต: ระบบอัตโนมัติบนคลาวด์ รถอัจฉริยะ เทคโนโลยีเสมือนจริงเพื่อการผลิต

การเกษตร: เรือเกษตรอัจฉริยะ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอัจฉริยะ การใช้โดรนตรวจสอบผลผลิต

การดูแลสุขภาพ: การแพทย์ทางไกล การผ่าตัดระยะไกล และโรงพยาบาล 5G

การศึกษา: ห้องเรียนออนไลน์แบบโต้ตอบ การฝึกอบรมและนิเทศการเสมือนจริง

๒. Creativity and Innovation ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นรากฐานของการคิดนอกกรอบ และมองเห็นโอกาสใหม่ ๆ ขณะที่ นวัตกรรม (Innovation) คือการนำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม ได้แก่ ความเข้าใจและตอบสนองความต้องการ

ของผู้ใช้ การผสมผสานและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ การยอมรับความล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ การทำงานร่วมกันของทีมสหสาขาวิชา

๓. Design Thinking Process กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาโดยยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (Human-Centered) มี ๕ ขั้นตอนหลัก คือ

- **Empathize:** ทำความเข้าใจผู้ใช้และปัญหาอย่างลึกซึ้ง
- **Define:** กำหนดและระบุปัญหาที่แท้จริง
- **Ideate:** ระดมความคิดและหาแนวทางที่หลากหลาย
- **Prototype:** สร้างต้นแบบเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- **Test:** ทดสอบและปรับปรุงจนได้แนวทางที่เหมาะสม

๔. Creating Transformation Project Ideas การสร้างโครงการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล ต้องอาศัยทั้ง ความเข้าใจปัญหา เทคโนโลยี และการคิดเชิงออกแบบ แนวทางประกอบด้วย

- ระบุปัญหาและความท้าทายที่องค์กรเผชิญ
- วิเคราะห์ Pain Point ของผู้ใช้หรือลูกค้า
- เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- ระดมความคิดและกำหนดแนวทางโครงการ
- สร้างต้นแบบ (Prototype)
- ทดสอบและปรับปรุงเพื่อการใช้งานจริง

ตัวอย่างโครงการ คือ ระบบ Smart Agriculture โดยใช้ IoT และ Drone เพื่อการตรวจสอบคุณภาพการผลิต Virtual Training Platform สำหรับการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และ Mobile Health Application ที่ผสาน AI และ ๕G เพื่อการดูแลสุขภาพประชาชน ทั้งนี้ Digital Transformation ไม่ได้หมายถึงเพียงการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ แต่คือการปรับวิธีคิดและกระบวนการทำงานขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ โดยใช้ Design Thinking เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ และสามารถต่อยอดเป็นโครงการที่สร้างคุณค่าได้อย่างแท้จริง

จากการฝึกอบรมหลักสูตร การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Digital Transformation by Design Thinking) ได้ข้อสรุปและแนวทางการนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับงานประชาสัมพันธ์ของกรมพัฒนาที่ดิน ดังนี้

๑. นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยสร้างสรรค์ข้อความ บทความ ข่าวประชาสัมพันธ์ และแคปชันบนสื่อสังคมออนไลน์ ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจมากขึ้น

๒. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ ใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Canva และ AI Generator สร้างอินโฟกราฟิกที่เข้าใจง่ายและสวยงาม และผลิตคลิปวิดีโอสั้นผ่าน TikTok และแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อสื่อสารอย่างรวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่

๓. ใช้แดชบอร์ดแสดงผลการเข้าถึง (Reach) จากเพจเฟซบุ๊กของหน่วยงาน เพื่อติดตามและประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสาร ให้สามารถนำข้อมูลเชิงสถิติไปใช้วางแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

๔. ความรู้ที่ได้รับสามารถนำมาจัดทำเป็นภาพในรูปแบบอินโฟกราฟิก “๕ ขั้นตอน Design Thinking สู่การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล” เพื่อใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

5 ขั้นตอน Design Thinking สู่การเปลี่ยนผ่านองค์กรดิจิทัล



Empathize
เข้าใจผู้ใช้



Define
ระบุปัญหาที่แท้จริง



Ideate
คิดไอเดียใหม่



Prototype
ทดลองทำต้นแบบ



Test
ทดสอบและปรับปรุง

จัดทำโดย : น.ส.สุภากร ตีปัญญา เดือนกันยายน 2568