

รายงานสรุปการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้/ประชุมเชิงปฏิบัติการ/และเป็นวิทยากร  
สถานีพัฒนาที่ดินลำปาง สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต ๖ กรมพัฒนาที่ดิน

\*\*\*\*\*

<p><b>ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป</b></p> <p>ชื่อ.....นายวรวรรณพะวงศ์.....นามสกุล.....จันทร์อินทร์..... ตำแหน่ง.....นักวิชาการเกษตรชำนาญการ... กลุ่ม/ฝ่าย...สถานีพัฒนาที่ดินลำปาง.....</p> <p>หลักสูตร/หัวข้อเรื่องอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ พระราชบัญญัติ การเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล. สถานที่อบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ .....ทาง <a href="https://e-learning.dga.or.th/xlms_ega/userroom/elearning.jsp">https://e-learning.dga.or.th/xlms_ega/userroom/elearning.jsp</a> หน่วยงานที่จัดฝึกอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้ สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล Thailand Digital Government Academy..... ตั้งแต่วันที่...๓๐...เดือน...สิงหาคม...พ.ศ.๒๕๖๖...ถึงวันที่...๓๐...เดือน...สิงหาคม...พ.ศ.๒๕๖๖. เพื่อ <input checked="" type="checkbox"/> อบรม <input type="checkbox"/> สัมมนา <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ</p>
<p><b>ส่วนที่ ๒ สิ่งที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้</b></p> <p><b>๒.๑ รายงานสรุปเนื้อหาสาระสำคัญในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้</b> การเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล การขับเคลื่อนเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล เพื่อให้บริการภาครัฐตอบสนองต่อประชาชน และการเพิ่มโอกาสการมีส่วนร่วมของประชาชน การเปลี่ยนแปลงของภาครัฐไปสู่ดิจิทัลมี ๒ ประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึงคือ</p> <ol style="list-style-type: none"><li>๑. Core Capabilities สมรรถนะหลักของรัฐ มีอยู่ ๔ ประการคือ การบริการ กระบวนการปฏิบัติงาน แนวทางที่ใช้ตัดสินใจใน ข้อมูลข่าวสาร</li><li>๒. Organizational Enablers ตัวช่วยผลักดันสนับสนุน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ โครงสร้างและการกำกับดูแล ภาวะผู้นำ ศักยภาพและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี</li></ol> <p>การบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไปในทุกภาคส่วนขององค์กร เปลี่ยนแปลงวิธีปฏิบัติงานขององค์กรและเปลี่ยนแปลงบริการที่ให้กับประชาชน กระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล มี ๖ ระดับ คือ ๑) ทำเหมือนเดิม ๒) ทดลองและเรียนรู้ ๓) พัฒนากลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลง ๔) ถึงเวลาเปลี่ยนแปลง ๕) เปลี่ยนแปลงต่อเนื่อง ๖) ต้องมีนวัตกรรม</p> <p>ปัจจัยหลักของการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล คือ</p> <ol style="list-style-type: none"><li>๑. มีกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ขององค์กร สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคโดยมีกระบวนการและเทคโนโลยีที่เหมาะสม</li><li>๒. User-Centered Design การออกแบบ ทุกด้านต้องยึดผู้ใช้งานเป็นหลัก</li><li>๓. Agility in Delivery คิดอย่างเข้าใจ ดำเนินการอย่างรวดเร็ว มีการทบทวนสม่ำเสมอ และปรับปรุงได้ในทันที</li></ol>

๔. ผสมผสาน Software Platform และเทคโนโลยี
๕. เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ในการตรวจสอบและปรับปรุง
๖. Product Design Mindset การออกแบบงานที่คำนึงถึงผู้ใช้ประโยชน์

#### The Stages of Digital Chang Management

๑. เตรียมการ (Prepare) มีวิสัยทัศน์ที่เป็นไปได้ ผู้นำที่มุ่งมั่น มีการสนับสนุน (เงินทุนและทรัพยากร) อย่างเหมาะสม วางรากฐานการเปลี่ยนแปลงอย่างถูกต้อง
๒. ลงรายละเอียด (Define) เริ่มจาก ผลลัพธ์ที่ต้องการ วิเคราะห์ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดทำข้อมูลความต้องการของผู้ใช้งาน ออกแบบให้เหมาะกับผู้ใช้งานเข้าถึงได้ง่าย และทำ Road Map
๓. ออกแบบพิมพ์เขียวของการเปลี่ยนแปลง (Design)
๔. พัฒนาและตรวจสอบ (Build and Verify)
๕. เปิดใช้งาน (Launch)

การเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัลอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบ ๕ ประการคือ

๑. Customer Experience ทำให้การใช้บริการสาธารณะง่ายขึ้น
๒. Public value เพิ่มประสิทธิภาพให้กับงบประมาณที่ลงทุนในการบริการ
๓. Citizen Security ให้ความปลอดภัยกับข้อมูลของประชาชน
๔. Future Workforce ปรับปรุงสมรรถนะของการบริการสาธารณะและพัฒนาคนให้เข้ากับการทำงาน
๕. Smart Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานอัจฉริยะ ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคม

การพัฒนาคนพันธุ์ให้ Digital DNA

การบริหารจัดการคนเพื่อองค์กรดิจิทัล ได้แก่

๑. การเรียนรู้จากภายนอกแต่มองภายในจากข้อเท็จจริง
๒. เดินตามแผน แต่รับฟังเสียงรอบข้าง
๓. เตรียมแผนอื่นไว้ด้วย
๔. โครงสร้างองค์กรดิจิทัล
๕. สร้างบุคลากรความสามารถพิเศษ

การทำงานร่วมกันแบบข้ามหน่วยงาน

พฤติกรรมและวัฒนธรรม Behavior and culture : มีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์องค์กร มีผู้ปฏิบัติงานทำงานมุ่งมั่นที่ผลงาน และบริบทองค์กรสนับสนุนและเสริมสร้างให้เกิดวัฒนธรรม

เมื่อต้องทำงานข้ามหน่วยงาน ต้องสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่สร้างสรรค์ ต้องพัฒนาผู้ร่วมทีมให้มีภาวะผู้นำ ทักษะการบริหาร ทักษะการสื่อสาร ผลักดันให้ทีมเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลง และมีเป้าหมายร่วมกันทิศทางเดียวกัน

วัฒนธรรมดิจิทัล

๑. มุ่งเน้นภายนอกมากกว่าภายใน
๒. มอบหมายหน้าที่ไม่ใช่สั่งการ

๓. สนับสนุนการกล้าปฏิบัติงานมากกว่ากลัว
๔. เน้นการปฏิบัติงานมากกว่าการวางแผน
๕. ให้คุณค่ากับการทำงานร่วมกันมากกว่าการทำงานเดี่ยว

การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรดิจิทัล มี ๓ ขั้นตอน

๑. Articulate รู้ว่าองค์กรต้องเปลี่ยนอะไรจึงจะดี
๒. Activate พัฒนาคุณลักษณะของผู้นำและนำพาพนักงานให้เปลี่ยนตาม
๓. Align วางแนวทางเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่

จัดทำสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture) เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล คือ พิมพ์เขียวเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร

การขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายด้วย Business Architecture มีองค์ประกอบดังนี้

๑. Information Architecture โครงสร้างการจัดเก็บข้อมูลและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างระบบต่างๆ
๒. Application Architecture แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีระบบไอทีอะไรบ้างที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
๓. Technical Architecture แสดงถึง hardware network และ software ที่ใช้ในองค์กร

สถาปัตยกรรมองค์กรแบบองค์รวม Holistic Enterprise Architecture มีองค์ประกอบประกอบที่สำคัญดังนี้

๑. Architectural Models เป็นการอธิบายองค์กร Why How What Who Where และ When
๒. Framework เป็นการจัดการเพื่อทำเป็นหมวดหมู่ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งก่อนนำไปใช้ต่อ
๓. Methodology บอกวิธีปฏิบัติ จัดการกระบวนการทำงานให้ง่ายขึ้น มีข้อมูลเป็นปัจจุบัน มีความถูกต้องและสมบูรณ์ ระบุผลผลิตและตัวชี้วัด ประกอบด้วยวิธีการ เทคนิค มาตรฐาน วิธีปฏิบัติ บทบาท และความรู้ที่เกี่ยวข้อง
๔. Solution Models เป็นการเชื่อมโยงกันของสถาปัตยกรรมย่อยๆ เพื่อให้เกิดอีก model หรืออีก solution หนึ่ง มีขั้นตอนดังนี้ ระบุขอบเขตที่จะจัดทำสถาปัตยกรรม คัดเลือกกิจกรรมหลักที่จะดำเนินการ ออกแบบสถาปัตยกรรม

บริการเทคโนโลยีดิจิทัล หน่วยงานดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับบริการ

Digital Service Maturity Model แบ่งเป็น ๕ ระดับ ได้แก่

๑. ระดับ ๐ Not a digital service คือการดำเนินการให้บริการตั้งแต่เริ่มให้บริการจนการบริการแล้วเสร็จ ไม่มีรูปแบบออนไลน์เลย
๒. ระดับ ๑ Digitally Supported Service คือ การบริการบางส่วนเป็นแบบออนไลน์
๓. ระดับ ๒ Digital Service คือ ผู้รับบริการจะรับบริการทั้งหมดแบบออนไลน์ แต่ ผู้ปฏิบัติต้องลงมือทำเองบางส่วน
๔. ระดับ ๓ Fully Digitalized Service คือ ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ใช้ระบบแบบออนไลน์ทั้งหมด

๕. ระดับ ๔ Managed Digitalized Service คือ ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ใช้ระบบแบบออนไลน์ทั้งหมด และมีระบบติดตามบริหารจัดการเป็นแบบออนไลน์ด้วยเช่นกัน
๖. ระดับ ๕ Optimized Digitalized Service คือ ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ใช้ระบบแบบออนไลน์ทั้งหมด และมีระบบติดตามบริหารจัดการเป็นแบบออนไลน์และยังใช้เพื่อการพัฒนากิจกรรมอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง

ข้อตกลงระดับการให้บริการ Service Level Agreement (SLA) เป็นเครื่องมือประเมินประสิทธิภาพการบริการของผู้ให้บริการ SLA มีข้อดีดังนี้

๑. ทำให้แนวปฏิบัติของการบริการ มีความชัดเจนและประเมินผลได้
๒. มีการชดเชยความเสียหาย หากการบริการไม่เป็นไปตามที่กำหนด
๓. เป็นหลักประกันบริการที่จะได้รับ

หัวข้อในเอกสารข้อตกลง SLA มีดังนี้

๑. ภาพรวมของข้อตกลง
๒. วัตถุประสงค์และเป้าหมายการบริการ
๓. ผู้มีส่วนได้เสียตามข้อตกลง
๔. ระยะเวลาการให้บริการ
๕. ข้อตกลงการให้บริการ
๖. การบริหารจัดการการบริการ

#### ๒.๒ ประสพการณ์/ประโยชน์ที่ได้รับ/การประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

ต่อตนเอง

ได้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ.๒๕๖๒

ต่อหน่วยงาน/การนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

ช่วยให้คนในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ.๒๕๖๒

#### ๒.๓ ปัญหาและอุปสรรคในการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้

ไม่มี

#### ๒.๔ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ไม่มี



ลงชื่อ.....

(นายวรรณะพงศ์ จันทร์อินทร์)

ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรชำนาญการ

ผู้รายงาน

วันที่ ๒ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗

ส่วนที่ ๓ ความเห็นของผู้บังคับบัญชา

( / ) ทราบ

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



ลงชื่อ.....

( นายสุชาติ เจริญทอง )

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินลำปาง

วันที่ ๓ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗