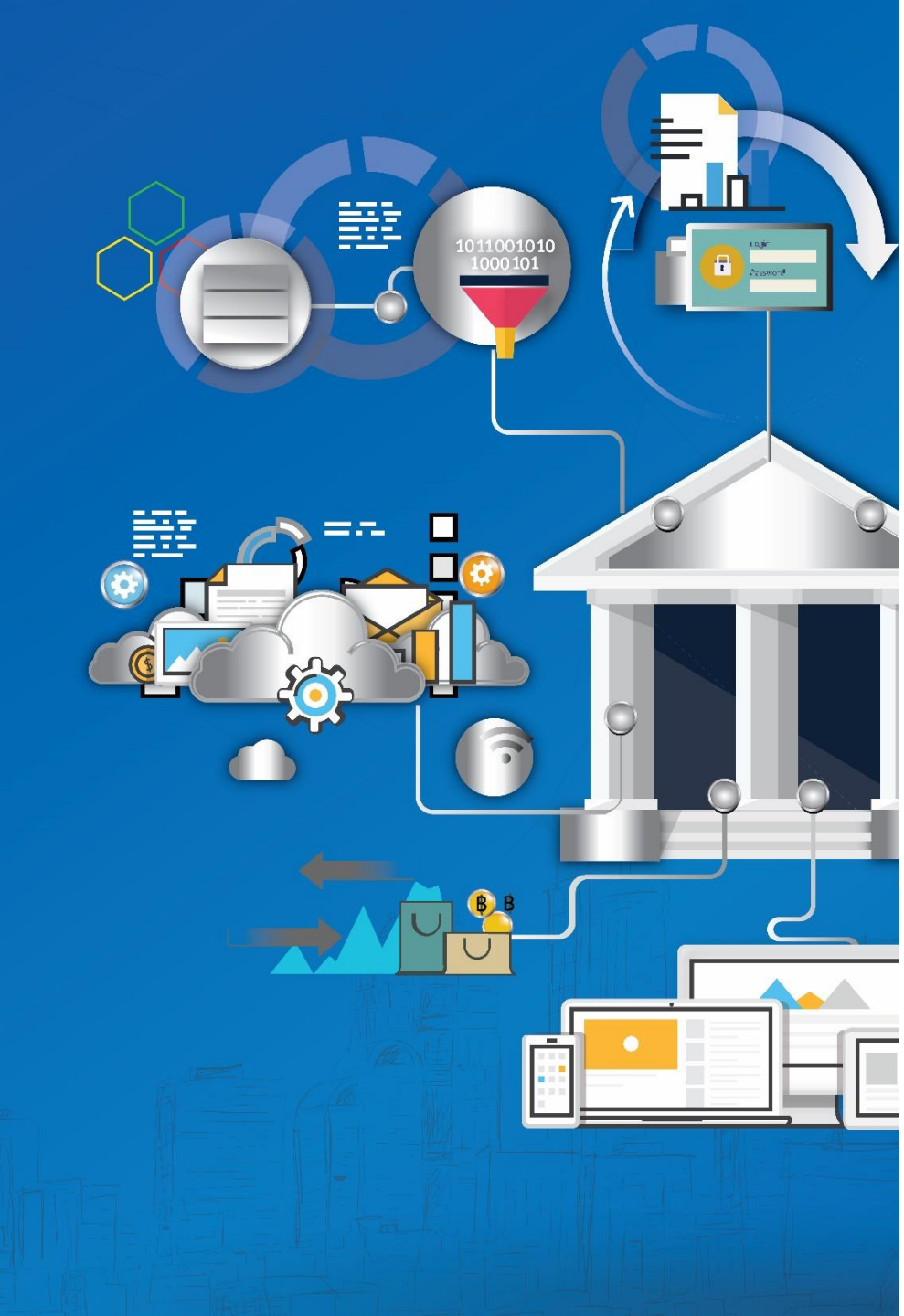


โรงงานยาสูบ
กระทรวงการคลัง

Digital Transform for TTM Workforce

สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลภาครัฐ
TDGA
THAILAND DIGITAL GOVERNMENT ACADEMY

ประเทศไทย

9 แนวโน้มทิศทางการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของโลก

1. การบูรณาการข้อมูลประชาชนให้เป็นภาพเดียว (Single View of Citizen)

การบูรณาการข้อมูลบุคคลและนิติบุคคลที่กระจัดกระจายอยู่ในหลายหน่วยงานให้เป็นภาพเดียว เพื่อก่อยอดให้เกิดประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพงานบริการและการบริหารจัดการภาครัฐ

ระบบอัลทินน์ (Altinn) จากประเทศนอร์เวย์ มีการบูรณาการข้อมูลภาครัฐ ทำให้มีข้อมูลเพียงพอในการคำนวณและยื่นภาษีโดยอัตโนมัติ พลเมืองนอร์เวย์จึงไม่จำเป็นต้องกรอกแบบฟอร์มเพื่อยื่นภาษี

2. การให้บริการภาครัฐแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล (Personalized Customer Experience)

มุ่งเน้นการให้บริการภาครัฐโดยคำนึงถึงความต้องการของประชาชน มีระบบวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคลได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

พอร์ทัลการท่องเที่ยว Incredible India ของประเทศอินเดีย นำเสนอแผนการท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจงรายบุคคลให้แก่นักท่องเที่ยว และได้รับรางวัล World Travel Awards ในปี 2552

3. การให้บริการภาครัฐแบบครบวงจร ณ จุดเดียว (One Stop Service Management)

การบริการที่รวบรวมข้อมูลและบริการของหลายหน่วยงานมาไว้ ณ จุดเดียวแบบครบวงจร

ระบบจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ (Online Business Licensing Service: OBLS) ของประเทศสิงคโปร์ เป็นระบบกลางที่อำนวยความสะดวกให้นักธุรกิจสามารถยื่นขอใบอนุญาตเพื่อเริ่มต้นธุรกิจทุกประเภทได้ ผ่านระบบเดียวและใช้เอกสารชุดเดียว

4. การเชื่อมต่ออุปกรณ์เคลื่อนที่ (Internet of Things & Mobility)

เชื่อมต่อข้อมูลจากอุปกรณ์ดิจิทัลต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และอำนวยความสะดวกต่อประชาชน

โครงการ Safe City ของประเทศสิงคโปร์ เป็นระบบรักษาความปลอดภัยสาธารณะที่บูรณาการข้อมูลจากกล้องวงจรปิดไปยังศูนย์บัญชาการ และนำเครื่องมือวิเคราะห์ภาพเคลื่อนไหวเชิงลึกมาประเมินสถานการณ์เสี่ยงเพื่อแจ้งเตือนเจ้าหน้าที่ก่อนเกิดเหตุ

5. การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Big Data & Analytics)

การบริหารและจัดการข้อมูลจำนวนมากทั้งข้อมูลที่ถูกจัดเก็บในฐานข้อมูล และข้อมูลที่ยังไม่มีระบบจัดการ (Unstructured Data) โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำไปใช้ก่อยอดให้เกิดผล

ระบบบูรณาการตลาดแรงงานแบบครบวงจร (Integrated Virtual Labor Market: IVLM) ของประเทศเยอรมัน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคาดการณ์และวางแผนการผลิตบุคลากรให้ตรงความต้องการของตลาดแรงงาน

6. การใช้บริการทางเทคโนโลยีร่วมกัน (Shared Services)

การใช้เครือข่ายข้อมูล และโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี เช่น บริการด้านซอฟต์แวร์ร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพจากการเพิ่มขนาด (Economies of Scale)

ระบบ SingPass และ CorpPass ของประเทศสิงคโปร์ เป็นระบบกลางสำหรับยืนยันตัวตนและบริหารจัดการสิทธิในการเข้าระบบบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภทของทุกหน่วยงานภาครัฐ

7. การสร้างสมดุลระหว่างความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวก (Rebalancing between Security & Facilitation)

การยืนยันตัวตนและการบริหารจัดการสิทธินั้นอาจมีขั้นตอนมาก จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการอำนวยความสะดวกให้เหมาะสม

โปรแกรม Automated Passport Control ของประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ผู้โดยสารที่ได้รับการยกเว้นวีซ่าสามารถลงทะเบียนล่วงหน้าเพื่อลดขั้นตอนการพิสูจน์ตัวตน ในขณะที่สามารถรักษามาตรฐานความปลอดภัยไว้ได้

8. การเปลี่ยนแปลงโดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ (Outcome-driven Transformation)

การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานแบบครบวงจรทั้งในด้านทรัพยากรมนุษย์ ขั้นตอนการทำงาน เทคโนโลยี และกฎระเบียบ เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงให้เกิดตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม

การพัฒนาระบบยืนยันตัวตน Aadhaar ของประเทศอินเดีย ได้ศึกษาบทเรียนจากต่างประเทศและนำมาประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนการจัดเก็บข้อมูลลายนิ้วมือยิ้อเอ็กทรอนิกส์ให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม

9. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Leadership)

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงโดยผู้นำระดับประเทศที่มีความมุ่งมั่น มีวิสัยทัศน์ และเล็งเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาประเทศ

การพัฒนารัฐบาลดิจิทัลในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ภาครัฐสามารถดำเนินงานได้ตามนโยบายและแผนปฏิบัติการที่วางไว้ เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากเชิงนโยบายจากผู้นำประเทศอย่างต่อเนื่อง

EGA พร้อมก้าวสู่ไทยแลนด์ 4.0

EGA e-Government Agency

สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลภาครัฐ TDGA THAILAND DIGITAL GOVERNMENT ACADEMY

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม Ministry of Digital Economy and Society

THAILAND ECONOMIC MODEL



ประเทศรายได้สูง ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

กลไกการขับเคลื่อน (Engines of Growth)

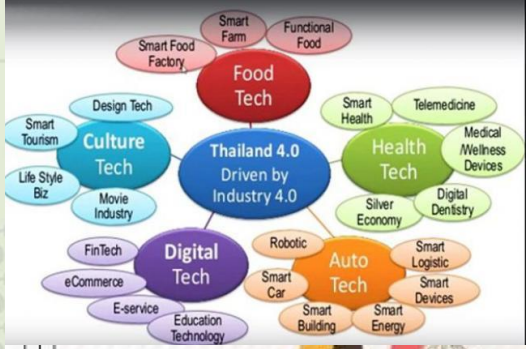
1. **Productive Growth Engine** เพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยสู่ High Income Country ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ

2. **Inclusive Growth Engine** เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์และเป็นการกระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งที่เกิดขึ้น โดยสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด จังหวัดการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อตอบโจทย์ประเด็นปัญหาและความท้าทายทางสังคมในมิติต่างๆ

3. **Green Growth Engine** การสร้างความมั่งคั่งของประเทศไทยในอนาคตจะต้องคำนึงถึงการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทนการปรับแนวคิดจากเดิมคำนึงถึงความได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) หัวใจสำคัญอยู่ที่การพัฒนากระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อันจะเกิดประโยชน์กับประเทศและประชาคมโลก









ที่มา : วารสารการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

โรงงานยาสูบ

โรงงานยาสูบแถลงผลงานปี 2559 พร้อมแนวทางการดำเนินงาน ปี 2560

ท่านดาวน้อย สุทธินิภาพันธ์ ผู้อำนวยการยาสูบ เปิดเผยผลการดำเนินงานของโรงงานยาสูบในรอบปีที่ผ่านมาในงานเลี้ยงขอบคุณสื่อมวลชน เมื่อวันศุกร์ ที่ 3 กุมภาพันธ์ 2560 ณ ห้องอาหารระเบียงสายฝน

สัญญาณบ่งชี้การเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เป็นผลให้โรงงานยาสูบต้องมีการวางแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1. การปรับแก้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ ซึ่งจะมีความเข้มงวดมากขึ้น

2. การเปลี่ยนโครงสร้างภาษีสรรพสามิต จะมีการปรับเปลี่ยนเป็นคำนวณจากราคาขายปลีก ซึ่งจะทำให้โรงงานยาสูบเกิดความเสียหายและเสียเปรียบมากขึ้น

3. การปฏิรูปสู่การเป็น Thailand 4.0 ตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งโรงงานยาสูบได้ประสานกับ สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์กรมหาชน) (EGA) และจะดำเนินการในทุกมิติ

4. การเข้าสู่การเป็นองค์กรนิติบุคคล

5. การกดดันจากกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุม (FCTC)

6. การเข้ามาของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทดแทนบุหรี่

แนวทางการดำเนินงานของโรงงานยาสูบ ปี 2560 ตามกลุ่มภารกิจ ดังนี้

1. กลุ่มภารกิจด้านบริหาร ดูแลด้าน Smart Office คือ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน มีความสะดวก รวดเร็ว สนับสนุนการบริหารจัดการให้มีความคล่องตัว มากขึ้นให้เกิดเป็นองค์กรดิจิทัล

2. กลุ่มภารกิจด้านโรงงานผลิตยาสูบ ดูแลด้าน Smart Factory เน้นเรื่อง Performance Improvement มีการพัฒนาระบบการผลิตตั้งแต่การจัดซื้อ ติดตั้งเครื่องจักร พร้อมให้ความสำคัญกับการตรวจสอบ พัฒนาคุณภาพบุหรี่ และEnvironmental Awareness เน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงานจากน้ำมันเชื้อเพลิงมาใช้ก๊าซธรรมชาติและพลังงานสะอาดจากแสงอาทิตย์มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีระบบบำบัด น้ำเสีย ระบบกำจัดกลิ่นและควัน ระบบกำจัดฝุ่นผงจากการผลิต ที่ได้มาตรฐาน

3. กลุ่มภารกิจด้านตลาด ดูแล 2 ด้าน คือ 1. Smart Marketing เน้นการจัดทำการตลาดเชิงรุกปรับ กระบวนการตลาดและการขาย ขยายธุรกิจยาสูบออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ มากขึ้นและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ 2. SmartCommunity พัฒนาโรงพยาบาลโรงงานยาสูบเป็นโรงพยาบาลสำหรับผู้สูงอายุเพื่อให้บริการกับบุคคลทั่วไปและเตรียมเปิดเป็นศูนย์ดูแลผู้ป่วยโรคปอดและกระดูก

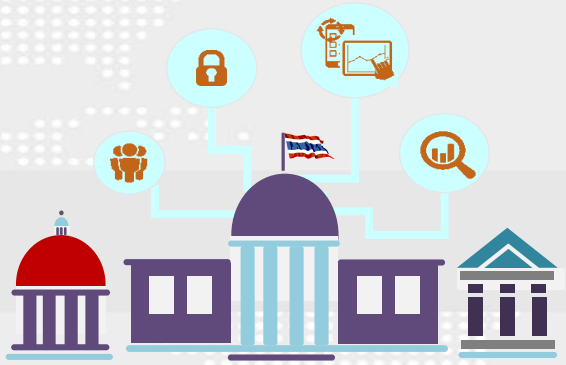
4. กลุ่มภารกิจด้านใบยา ดูแลด้าน Smart Farm เน้นการเพิ่มมูลค่าลดเวลาดำเนินการยกระดับการพัฒนาเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน โดยเน้นเกษตรกรที่ปลูกใบยาและเป็น Contact Farming กับโรงงานยาสูบ และจะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาบริหารจัดการเรื่องเกษตรกรการเพาะปลูก

5. กลุ่มภารกิจด้านบริหารจัดการผลิต ดูแลด้าน Innovation and Productivity มีการวิจัย คิดค้น ทดลอง เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ลดความเสี่ยงและผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนบุหรี่โดยฝ่ายวิจัยและพัฒนาของโรงงานยาสูบดำเนินการเองและร่วมมือกับสถาบันวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบุหรี่

ปรับกระบวนการ

การทำงาน

โครงการการบริหารยุทธศาสตร์องค์กรด้วย Enterprise Architecture หรือ EA



นำเสนอโดย

สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)(สรอ.)

Electronic Government Agency (Public Organization) (EGA)



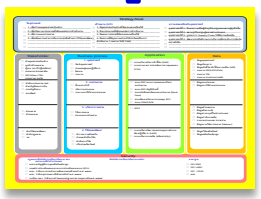
1. รายงานความก้าวหน้า โครงการบริหารยุทธศาสตร์องค์กรด้วย EA ของ โรงงานยาสูบ

Current State (1-6)

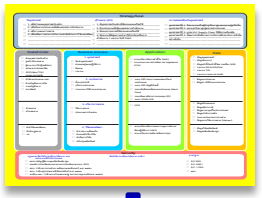
✓ ครั้งที่ 1
- EA Overview
- แบ่งกลุ่ม



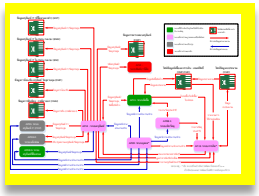
✓ ครั้งที่ 2
- Architect High Level ของแต่ละฝ่าย



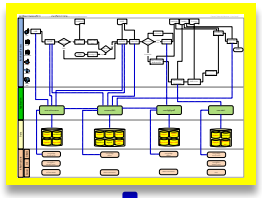
✓ ครั้งที่ 3
- Architect High Level ของแต่ละกลุ่ม



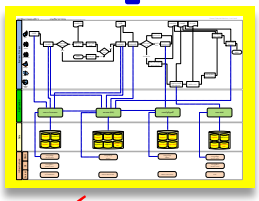
✓ ครั้งที่ 4
- Data Flow ของแต่ละกลุ่ม



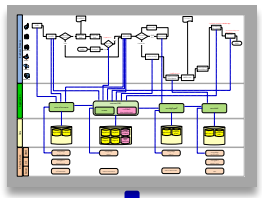
✓ ครั้งที่ 5
- Architect Low Level ของแต่ละฝ่าย



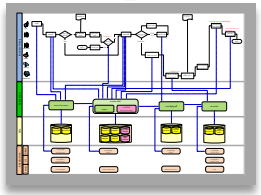
✓ ครั้งที่ 6
- Architect Low Level ของแต่ละฝ่าย



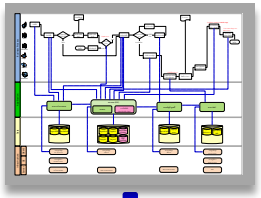
✓ ครั้งที่ 7
- Architect Low Level ของแต่ละฝ่าย



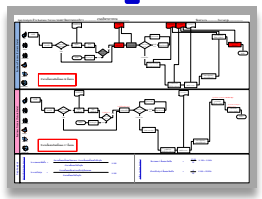
ครั้งที่ 8
- Architect Low Level ของแต่ละฝ่าย



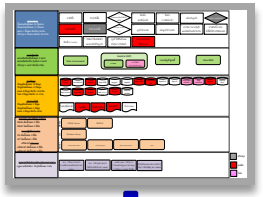
ครั้งที่ 9
- Architect Low Level ของแต่ละฝ่าย (ต่อ)



ครั้งที่ 10
- Gap Analysis



ครั้งที่ 11
- Gap Analysis (ต่อ)
- เตรียมนำเสนอ

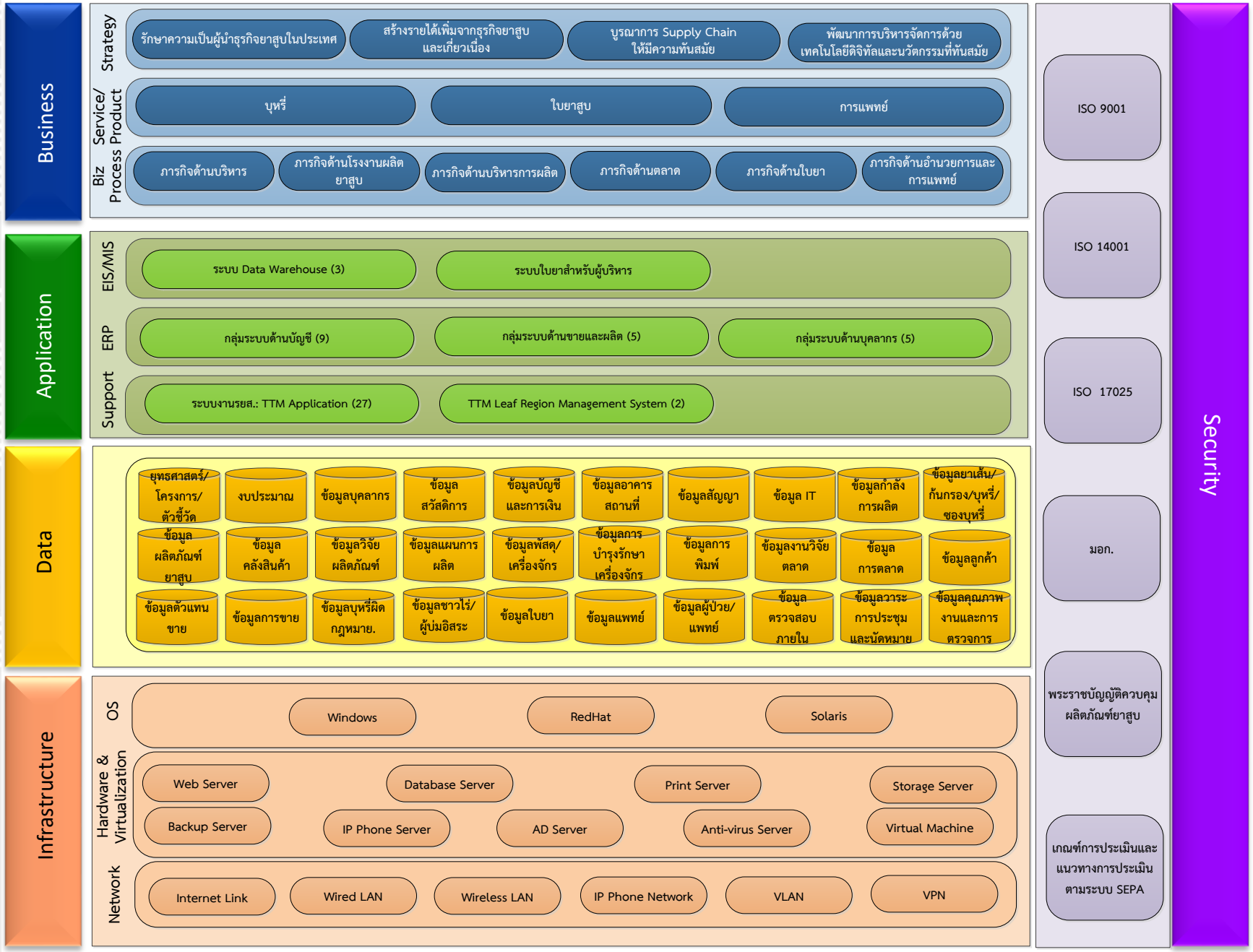


ครั้งที่ 12
- นำเสนอต่อคณะผู้บริหาร รยส.

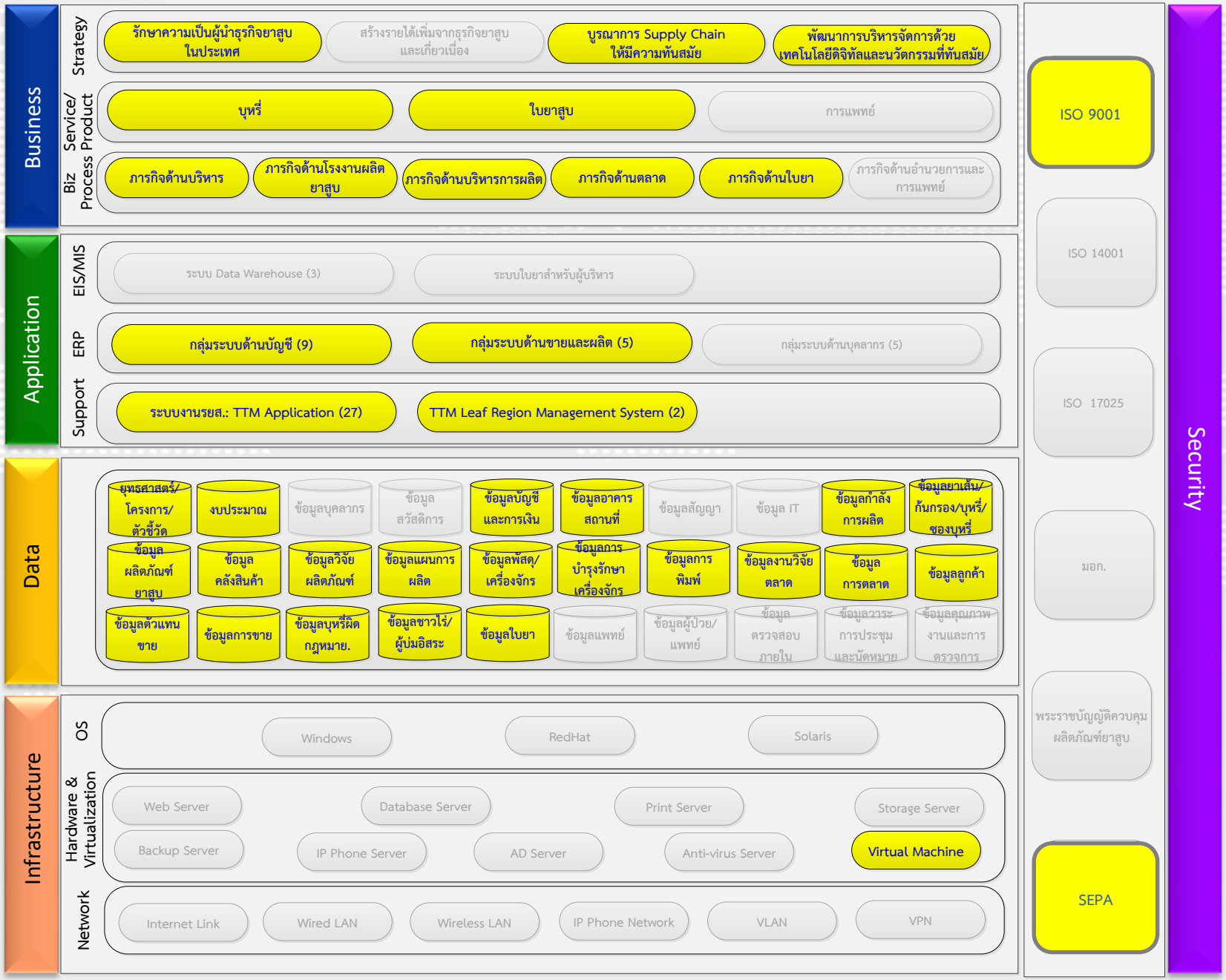


Future State and Gap Analysis (7-11)

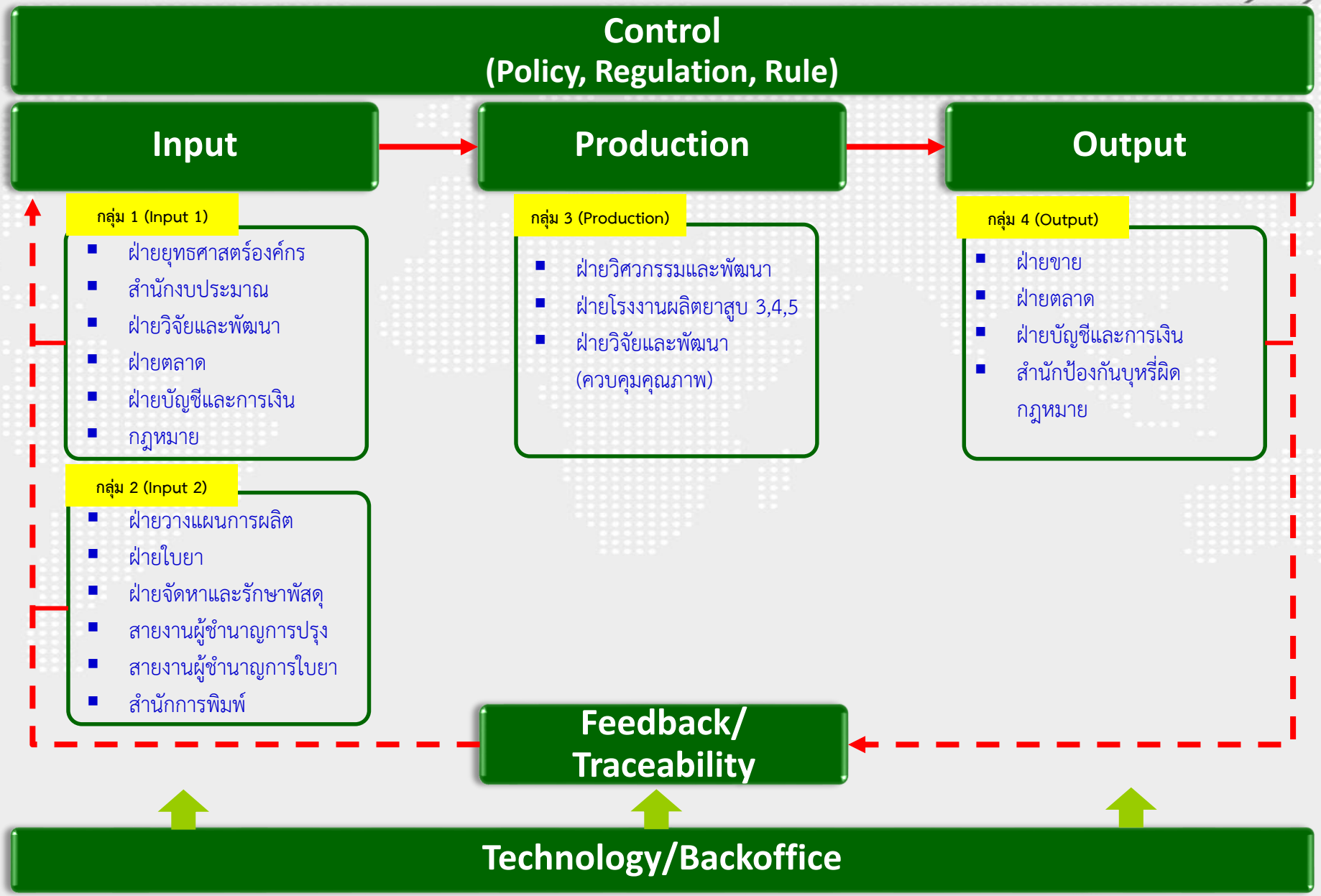
ครั้งที่ 1 : ภาพรวมสถาปัตยกรรมองค์กรของ โรงงานยาสูบ.....



ขอบเขตการจัดทำ Workshop



ครั้งที่ 1 : การแบ่งกลุ่มในการทำ Workshop



- สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ

พนักงาน ?

Digital Transformation สำหรับพนักงาน

- อย่าไปตื่นเต้นกับคำว่า Digital Transformation เพราะมันก็แค่ change อย่างหนึ่ง
- เวลาพูดถึงการเปลี่ยนแปลง ธนาคารจะมอง 4 ปัจจัย คือ
    1. Mindset – อะไรคือ mindset ที่จำเป็นในการเปลี่ยนจาก traditional bank เป็น digital bank
    2. Competency – พิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงแล้วประเมินว่าทำให้ competency ขององค์กรเพิ่มขึ้นหรือไม่
    3. Behavior – อะไรคือพฤติกรรมที่คาดหวัง (expected behavior) ที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น
    4. Customers – ลูกค้าเป็นปัจจัยที่หลายองค์กรมองไม่ค่อยถึงในกระบวนการเปลี่นแปลง การเปลี่ยนแปลงนั้นก็ทำให้เราบริการลูกค้าได้ดีขึ้น
- การทำ Digital Transformation ของธนาคารแบ่งออกเป็น 2 ขา คือ
    - Improve / Transform business process
        - พาคน IT ออกทำบริษัทใหม่ (KASIKORN Business-Technology Group, KBTG) เพื่อให้คน IT เปลี่ยน mindset และคิดแบบ business เป็น
        - หลังเปลี่ยน mindset แล้วจึง Transform กระบวนการทำงานซึ่งต้องเวลา
    - Digital workplace
        - ต้องเลี่ยงคำว่า anywhere, anytime เพราะจะไปขัดกับสิ่งที่ Gen Y มองหา คือ work/life balance แต่ให้มองว่า Digital workplace ช่วยให้คุณเลือกที่จะทำงานที่ไหนก็ได้เมื่อคุณสะดวก (You can choose to work at your convenience time) ผ่าน seamless connection

Digital Transformation สำหรับพนักงาน

- สร้าง New way of work ผ่าน
  - New way of communication – Broadcast & Live Chat, VDO conference
  - New way of collaboration – Real-time co-edit
  - Online Employee/ Other service – Cloud-based operatoin workflow
  - Self-develop knowledge management – User friendly platform, Self-learning
- การทำ Knowledge Management (KM) ให้ได้ผล ต้องเข้าใจวิธีการใช้งานจริง เช่น การค้นหาจาก key word แบบ Google search หรือจาก hashtag (#) แบบ Twitter แทนการค้นหาตาม folder ที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่มีใครจะนั่งเสียเวลาหาเพื่ออ่าน หรือใส่ข้อมูลเพิ่มเข้าระบบ KM
- สรุป Digital transformation ของธนาคาร เริ่มจาก Tools แล้วตามด้วยการสร้างความสามารถของคน IT (create IT capability) ก่อนจะมาเปลี่ยน process ซึ่งใช้เวลานานที่สุด

Digital Transformation สำหรับพนักงาน

- บริษัทไม่ได้ทำ digital transformation แบบเปลี่ยนใหญ่ครั้งเดียว แต่ค่อย ๆ ทำมาเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง
- การเปลี่ยนครั้งแรก คือการเปลี่ยนจากการใช้กล้องถ่ายรูปธรรมดาของพนักงานเคลมประกัน มาเป็นกล้องดิจิตอล เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการล้างฟิล์ม
- การเปลี่ยนครั้งที่สอง คือ การทำ paperless office โดยสแกนเอกสารย้อนหลัง และลดการใช้กระดาษ จะเก็บเฉพาะเอกสารที่ต้องใช้ในการ audit
- การเปลี่ยนให้เอกสารต่าง ๆ อยู่ในรูปแบบ digital ทำให้สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ เมื่อไหร่ก็ได้ (anywhere, anytime)
- สิ่งที่สำคัญในการเปลี่ยนองค์กรให้เป็น digital ไม่ใช่การเปลี่ยนที่ front หรือตำแหน่งที่ติดต่อกับลูกค้าเท่านั้น ความสำคัญอยู่ที่ระบบหลังบ้าน ว่าพร้อมเป็น digital หรือไม่

Digital Transformation สำหรับพนักงาน

- ถ้ามอง Best practice ขององค์กรที่ทำ digital transformation จะเห็นว่า process หลัก ๆ ของ HR ในการดูแลพนักงานขององค์กรไม่ได้เปลี่ยน สิ่งที่เปลี่ยนคือความคาดหวังของพนักงานที่ต้องดูแลเหมือนลูกค้าองค์กร
- พนักงานในปัจจุบันคาดหวังเรื่องความเร็ว และความชัดเจนในระบบต่าง ๆ ภายใน เหมือนภาพที่องค์กรสื่อสารกับลูกค้าภายนอก
- สรุปความคาดหวังของพนักงานในมุม employee experinece กับระบบ HR
- Easy – ง่าย, จบในที่เดียว (one-stop service)
- Proactive – เข้าใจความต้องการของพนักงาน และให้ก่อนมากกว่าที่ตั้งรับขอ complaint
- Relevant – ให้ข้อมูล สร้างระบบที่เกี่ยวข้องกับงาน หรือมีประโยชน์กับตัวพนักงาน
- Confident – มั่นใจว่าติดต่อกับ HR แล้วจะได้เรื่อง (get the job done)
- คำแนะนำระบบการดูแลพนักงานในยุค digital transformation
- อย่ารีบด่วนสรุป – ไม่ใช่เห็นว่า best practice ของที่อื่นเป็นอย่างไรแล้วก็จะทำตามเหมือนเขา ต้องเข้าใจก่อนว่าองค์กรของเราต้องการอะไรจริง ๆ
- อย่าคิดว่าบริษัทของเรา unique – หลายองค์กรคิดว่าองค์กรตัวเองมีความเฉพาะตัวมาก ไม่สามารถใช้ระบบ เหมือนองค์กรอื่นได้ ซึ่งความจริงไม่มีองค์กรไหนที่ unique จนไม่สามารถเรียนรู้ หรือปรับใหญ่สิ่งที่องค์กรอื่นทำได้
- เผื่อเวลาสำหรับระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ – บางองค์กรอยากให้เปลี่ยนรวดเร็ว 3 เดือน 5 เดือนเสร็จ ซึ่งการ implement change ต้องใช้เวลา โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่
- เวลาบริษัทแนะนำระบบ หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้พนักงาน ให้ communicate benefits ในมุมของพนักงานจากการเปลี่ยนแปลงนั้น ไม่ใช่ features ของระบบ

สรุป Digital Transformation สำหรับพนักงาน

- ในฐานะที่เป็น Digital workforce คนหนึ่ง ออฟฟิศของผมคือ smart phone กับ tablet ซึ่งสิ่งที่ให้เกิดคือ mobile และ cloud technology
- บริษัท enabler พนักงานให้สามารถสร้างผลงานได้ง่ายขึ้นผ่านเทคโนโลยี และความร่วมมือต่าง ๆ ภายในบริษัททำได้ง่ายขึ้น (Yammer)
- แทนที่จะแชร์ข้อมูลให้พนักงานเท่าที่จำเป็นต้องรู้ (need to know basis) บริษัทเปิดให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากในบริษัท เพื่อให้พนักงานมีข้อมูลที่มากพอในการทำงานและตัดสินใจ
- งาน operation ของ HR หลาย ๆ อย่างเริ่มเปลี่ยนเป็น self service มากขึ้น
- Connected Collaboration
- Engage all employees across organization
- Be productive anytime, anywhere, across devices
- Improve discoverability of information and people
- Foster a culture of collaboration and innovation

Digital Transformation สำหรับพนักงาน

- พนักงาน หรือคนในองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในทุกการเปลี่ยนแปลง ไม่เฉพาะ Digital Transformation ไม่ใช่แค่เรื่องของเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือเครื่องมือ gadget เก๋ ๆ เท่านั้น
- ในโลกที่ทุกคนเข้าถึงข้อมูลได้แทบทุกอย่าง ความคาดหวังของพนักงานในฐานะลูกค้าภายใน จะสูงขึ้นเพราะไม่ได้เทียบกับแค่คนในแผนกอื่นหรือองค์กรคล้าย ๆ กันในประเทศเมื่อสมัยก่อน แต่ความคาดหวังจะเทียบกับ best practice ในระดับประเทศ หรือระดับโลก ซึ่งทำให้องค์กรต้องปรับตัวเร็วขึ้น เพราะอาจส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน หากบริษัทไม่คำตอบที่ชัดเจน หรือสามารถจัดการความคาดหวังได้
- การที่ทุกคนทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา สามารถมองได้ทั้งในแง่บวก (นั่งอยู่ร้านกาแฟ ริมชายหาด หรือรถติดก็ทำงานได้) และแง่ลบ (หัวหน้าคาดหวังว่าต้องตอบเมล 24/7 แม้จะเป็นวันหยุด) Seamless connection ช่วยเพิ่มความสะดวก หรืออาจจำเป็นของการทำงานก็จริง แต่วิธีการสื่อสาร และกำหนดความคาดหวังกับพนักงานสำคัญกว่า
- ผู้บริหารมีความสำคัญมากในการตีกรอบ และกำหนดทิศทางต่าง ๆ ขององค์กร ดังนั้นการที่ผู้บริหารเข้าใจ ความหมายของกระแสต่าง ๆ รวมทั้งเรื่อง Digital Transformation แล้วเข้าใจบริบทขององค์กร ก่อนจะเลือกวิธี และเครื่องมือในการปรับองค์กร เป็นตัวชี้ว่าองค์กรนั้นจะประสบความสำเร็จในระยะยาวหรือไม่

ขอขอบคุณ

คุณกฤตภาส คูสมิทธิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโสโครงการพิเศษด้าน HR ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

คุณชูชัย วชิรบรรจง รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ประกันคุ้มภัย จำกัด (มหาชน)

คุณภาณุวัฒน์ เบ็ญเราะมาน กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอออน ฮิววิท (ประเทศไทย) จำกัด

คุณโอม ศิวะดิตถ์ National Technology Officer บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณรชฏ อิศรางกูร ณ อยุธยา อนุกรรมการกลุ่มบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ TMA (ผู้ดำเนินรายการ)

An Impressive First 20 Years of the Internet




10:15
mobile


W


F
Happy Society
Happy Family
Happy Money
Happy Soul
Happy Brain
Happy Relax
Happy Heart
Happy Body


S



W



F





S







- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprints & Reputation
- Self-Image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

Cross-Curricular Framework

Privacy & Security

Students learn strategies for managing their online information and keeping it secure from online risks such as identity thieves and phishing. They learn how to create strong passwords, how to avoid scams and schemes, and how to analyze privacy policies.

Digital Footprint & Reputation

Students learn to protect their own privacy and respect others' privacy. Our digital world is permanent, and with each post, students are building a digital footprint. By encouraging students to self-reflect before they self-reveal, they will consider how what they share online can impact themselves and others.

Self-Image & Identity

These lessons are designed to help students explore their own digital lives, focusing on their online versus their offline identity. Students learn the benefits and risks of presenting themselves through different personas and the effects on their sense of self, their reputation, and their relationships.

Creative Credit & Copyright

Living in a "copy/paste" culture, students need to reflect on their responsibilities and rights as creators in the online spaces where they consume, create, and share information. From addressing plagiarism to piracy, students learn about copyright and fair use.

Relationships & Communication

Students reflect on how they can use intra-personal and interpersonal skills to build and strengthen positive online communication and communities. They delve into the concept of digital citizenship and digital ethics, and they reflect on their online interactions.

Cyberbullying

Students learn what to do if they are involved in a cyberbullying situation. They explore the roles people play and how individual actions — both negative and positive — can impact their friends and broader communities. Students are encouraged to take the active role of upstander and build positive, supportive online communities.

learn about copyright and fair use.

Information Literacy

Information literacy includes the ability to identify, find, evaluate, and use information effectively. From effective search strategies to evaluation techniques, students learn how to evaluate the quality, credibility, and validity of websites, and give proper credit.

Internet Safety

Students explore how the Internet offers an amazing way to collaborate with others world-wide, while staying safe through employing strategies such as distinguishing between inappropriate contact and positive connections. These foundational skills are just the beginning!

Digital Transform Agenda

F

W

S



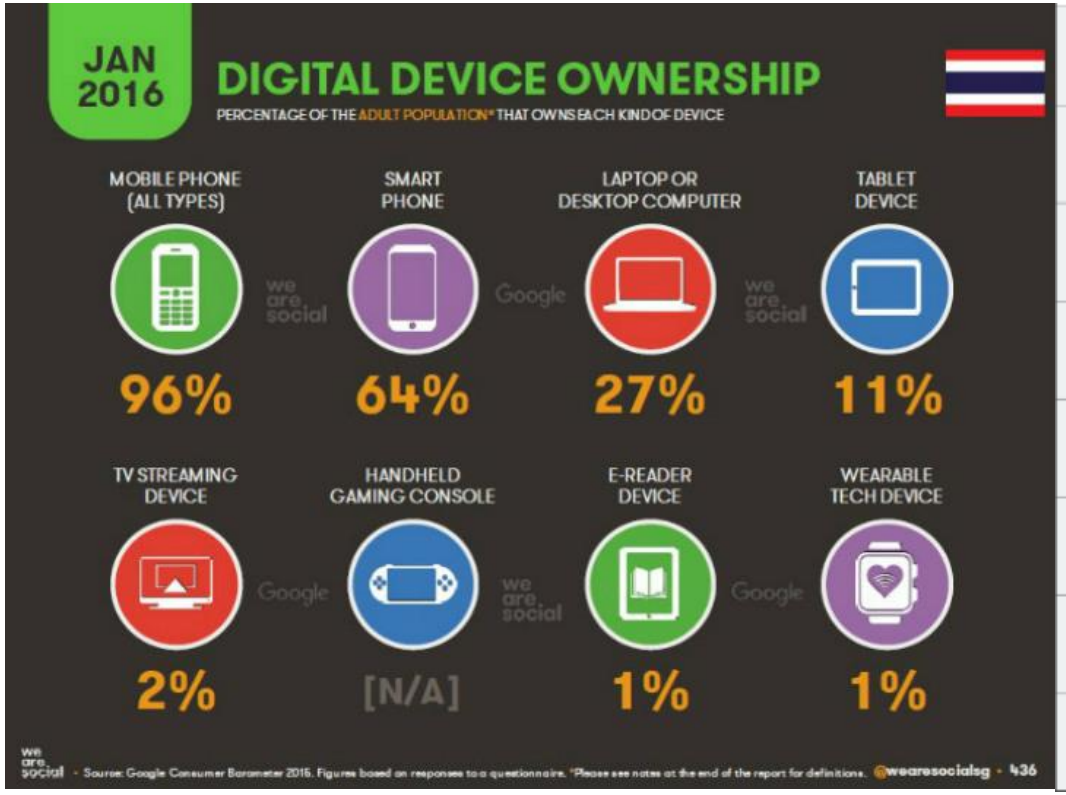


Digital Access, Commerce, and Communication

Digital Access

- "The full electronic participation in Society" (Ribble, 2011).
- The Internet, Social Media, Email, cell phones, Instant Messaging and other electronic information and communication technologies are creating new ways and transforming the way we live, learn, work and communicate.
- Government and businesses should create digital opportunities that have social and economic benefits for all of society.
- Digital access opportunities will bring social transformations.

Created by Nikita Brooks



- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright



F W S

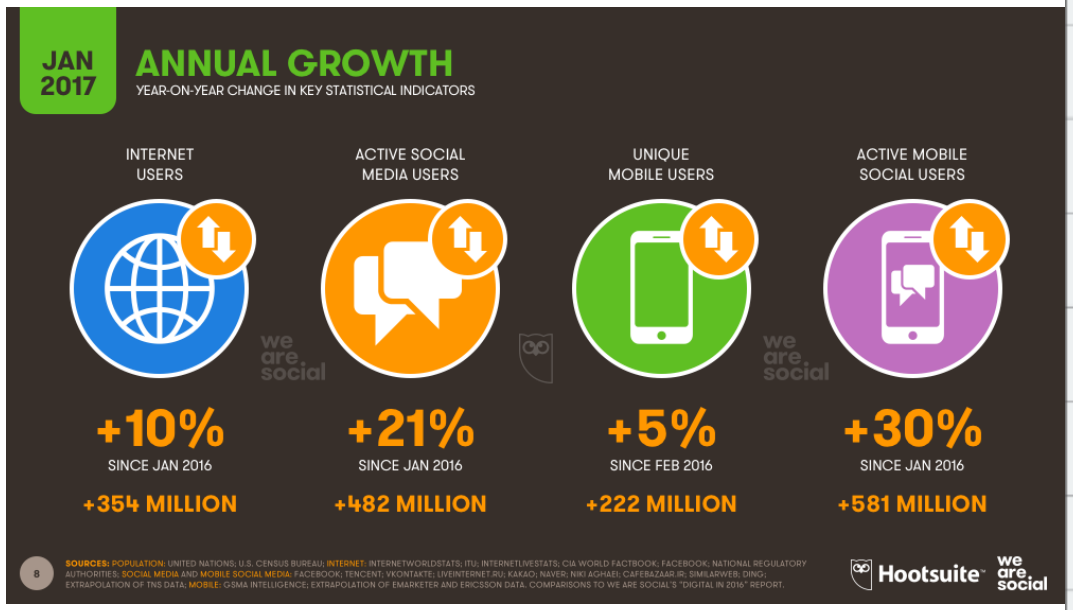
Digital Access, Commerce, and Communication

Digital Access

- "The full electronic participation in Society" (Ribble, 2011).
- The Internet, Social Media, Email, cell phones, Instant Messaging and other electronic information and communication technologies are creating new ways and transforming the way we live, learn, work and communicate.
- Government and businesses should create digital opportunities that have social and economic benefits for all of society.
- Digital access opportunities will bring social transformations.

Created by Nikita Brooks





- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

F W S

Digital Access, Commerce, and Communication

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

Role of the Store

Many consumers, especially millennials, are interested in enhancing their in-store shopping experience through new digital capabilities.

Appeal of Shopping Conveniences to Millennials



43% Electronic receipts sent to me via email or text



41% An in-store kiosk that allows you to order products that are either out of stock in store or not sold in stores



41% Electronic shelf labels I can scan to learn more about the product, check availability or make a purchase



37% Mobile checkout with my own phone or tablet while in store



36% Ability to purchase items in a window display for same-day delivery



35% A touch screen or voice activated sign to interact with to receive information, make purchase or arrange delivery



33% Roaming checkout from an associate with a phone or tablet



33% In store mobile notifications or messages



BitcoinExchangeGuide







FWS

TDGA THAILAND DIGITAL GOVERNMENT ACADEMY

Digital Access, Commerce, and Communication

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

What is Digital Communication?

- Digital Communication is any message passed through digital devices
- Digital communication is any type of information sent digitally.



FWS





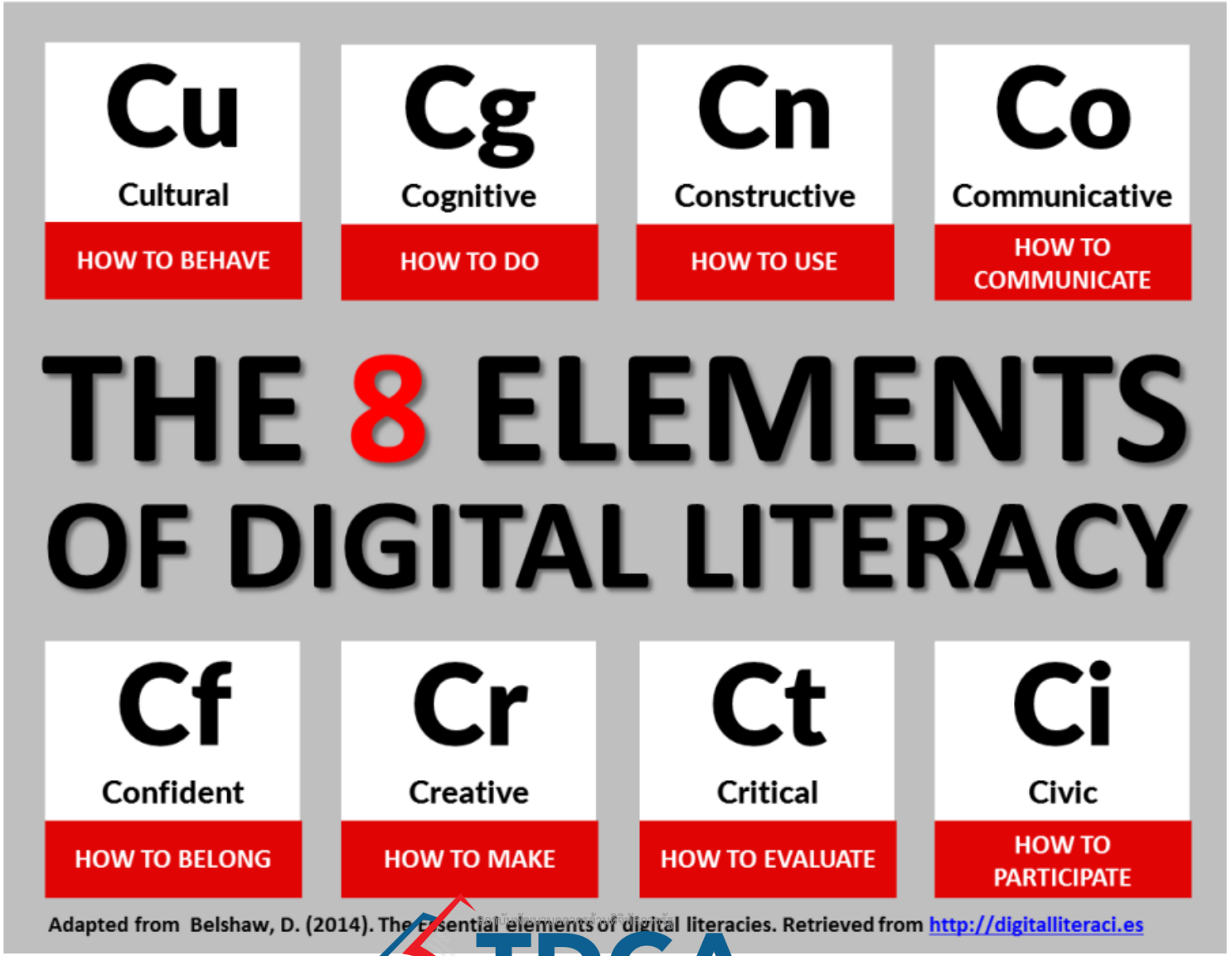
TDGA
THAILAND DIGITAL GOVERNMENT ACADEMY

Digital Literacy

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

F W S





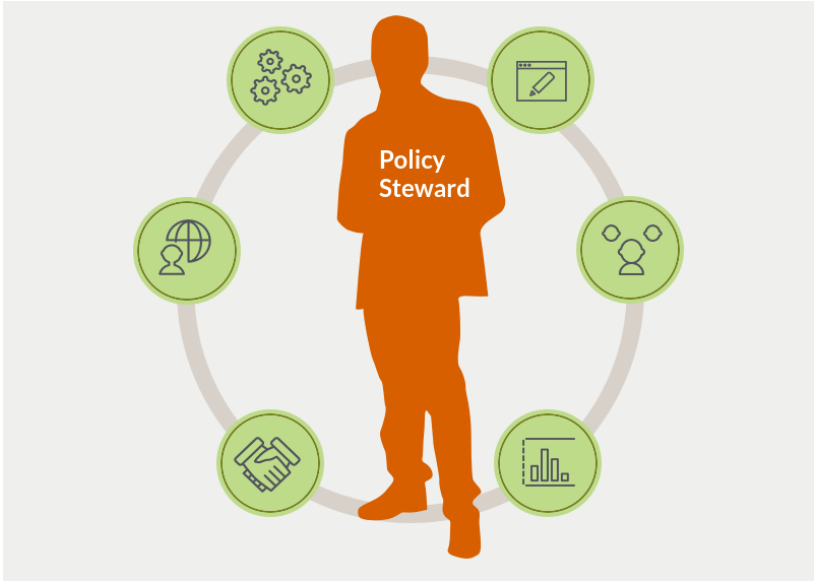
Digital Policies

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

F W S



The Digital law creates the awareness among the public to abide by laws and ethics of technology in a society, so that the actions and deeds can be controlled and foreseen. It takes care of the ethical standards of the digital technology usage and it is applicable to anyone that plays a key role as a contributor or consumer in the digital world. The laws abiding – software privacy, illegal file sharing, hacking, copyright infringement, identity theft etc. comes under this.



Digital Rights, Responsibilities and Etiquette

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

DIGITAL RIGHTS

- Right to freedom of expression
- Right to privacy
- Right to credit for personal works
- Right to digital access
- Right to our identity

WHY ARE DIGITAL RIGHTS IMPORTANT?

- Protects our identities
- Protects our privacy

WHY DO WE HAVE DIGITAL RESPONSIBILITIES?

- To keep internet safe
- Protect our identities
- Protect personal information

F W S



Digital Health & Wellness

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright





F W S





digital health
INITIATIVE

สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลภาครัฐ
TDGA
THAILAND DIGITAL GOVERNMENT ACADEMY

Digital Security

- Internet Safety
- Privacy & Security
- Relationships & Communication
- Cyberbullying & Digital Drama
- Digital Footprint & Reputation
- Self-image & Identity
- Information Literacy
- Creative Credit & Copyright

F W S

Happy Society | Happy Family | Happy Money | Happy Soul
Happy Brain | Happy Relax | Happy Heart | Happy Body



Thank you

สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านดิจิทัลภาครัฐ
TDGA
THAILAND DIGITAL GOVERNMENT ACADEMY

EGA e-Government Agency www.ega.or.th

contact@ega.or.th

https://twitter.com/EGANews

https://www.facebook.com/EGAThailand

YouTube https://www.youtube.com/user/eGovernmentAgency