

ห้องสมุดไทยจะก้าวไปกับไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างไร

นางสาวนพรัตน์ พนอพัฒนาชัย¹, ดร.นฤมล รื่นไวย²

บทคัดย่อ

การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “ห้องสมุดไทยจะก้าวไปกับไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างไร” (Thai Library in Digital Era of Thailand 4.0) จัดขึ้นโดยชมรมห้องสมุดเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ความรู้และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของห้องสมุดไทยในทุกภาคส่วน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาล การสัมมนาแบ่งออกเป็น 4 ช่วง คือ (1) การบรรยายเรื่อง ยุคนี้ อะไร ๆ ก็ดิจิทัล ซึ่งกล่าวถึงการปรับตัวของห้องสมุดเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่องค์กร ดิจิทัล (digital transformation) แต่ละห้องสมุดจำเป็นต้องหาลักษณะเฉพาะ ซึ่งจะส่งผลต่อการ วางแผนในอนาคต การวางแผนยุทธศาสตร์ของห้องสมุดให้เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 และ Education 4.0 (2) การเสวนา เรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่กับห้องสมุดดิจิทัล ซึ่งกล่าวถึง นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ของห้องสมุดที่พัฒนาขึ้นมา เพื่อช่วยในการบริหารจัดการงานห้องสมุด ลดขั้นตอน บริหารจัดการพื้นที่ เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม ดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้สามารถ เข้าถึงผู้ใช้บริการได้สะดวกขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ และสร้างคุณค่าให้ ผู้ใช้บริการ เมื่อลูกค้าได้รับคุณค่าจากการใช้สินค้าและบริการที่ดี เป็นที่พึงพอใจก็จะเกิดความ ประทับใจอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการกลับมาใช้ซ้ำ (3) การบรรยายเรื่อง Digital Literacy ซึ่งกล่าวถึง ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือและเครือข่ายทางการสื่อสารเพื่อระบุแหล่งและ ประเมินสารสนเทศ สร้างสารสนเทศ เข้าใจและใช้สารสนเทศได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้ ทั้งผู้ให้บริการ สารสนเทศและผู้ใช้จะต้องมีทักษะการรู้ดิจิทัล (4) การบรรยายเชิงปฏิบัติการ เรื่อง Pitching Your Library ซึ่งกล่าวถึงการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจ (pitching) เป็นทักษะพื้นฐานที่บรรณารักษ์และ บุคลากรทางสารสนเทศจำเป็นต้องมีเพื่อให้สามารถโน้มน้าวให้ผู้บริหารยอมรับแนวความคิดและ อนุมัติงบประมาณ หรือได้รับความร่วมมือระหว่างห้องสมุดกับห้องสมุด หรือห้องสมุดกับภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การโน้มน้าวใจจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง (fact)

คำสำคัญ: ไทยแลนด์ 4.0 ห้องสมุดกับการพัฒนา การรู้เท่าทันดิจิทัล การพูดเพื่อการโน้มน้าวใจ

¹ นักสารสนเทศ ศูนย์สารสนเทศสิทธิมนุษยชน สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ กรรมการและ เลขานุการ 2 ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ

² ผู้อำนวยการสำนักดิจิทัลและสารสนเทศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ประธาน ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ

Thai Library in Digital Era of Thailand 4.0

Nopparat Panorpattanachai¹ , Dr. Narumol Ruenwai²

ABSTRACT

A Workshop on Thai Library in Digital Era of Thailand 4.0 was held by Thai Special Libraries Group (TSLG) with an aim of providing knowledge and raising awareness in the development trends of libraries in all sectors of Thailand which should connect to the Thai Government policy in Thailand 4.0. The Workshop was divided into 4 sessions: (1) A lecture on Digital Anywhere, Anytime – Libraries must undergo digital transformation period, a situation where each library has to find its own characteristic that also leads to future strategic planning and aligns with Thailand 4.0 and Education 4.0 (2) A forum on Innovation and Novel Technologies of Digital Library – It can be concluded that innovation and novel technologies should be developed for process improvement of library service, space management for creation and innovation. Digital technology could be a tool for easy access, introducing users to new experiences and values so that the new value that users obtain could lead to continual satisfactions and loyalty. (3) A lecture on Digital Literacy – This term can be defined as ability and competence in using digital technology as a communication tool among networks in order to identify and evaluate information sources, create new information and use of information in various formats. In doing this, both information providers and users must possess digital literacy skills. (5) A workshop on Pitching Your Library – Pitching in this context is defined as speech that aims to convince target listeners to believe what we are saying. For instance, librarians must perform the pitching to win budgets allocated by institution’s executives for the library development. However, this kind of persuasive speech must be based on facts and statistics to make it most reliable.

Keywords: Thailand 4.0, Thai Library, Library Development, Digital Literacy, Pitching

¹ Ms. Nopparat Panorpattanachai, Information Scientist, Human Rights Information Center, Office of the National Human Rights Commission of Thailand, Secretary 2 of Special Libraries Group, Thai Library Association

² Dr. Narumol Ruenwai, Director of Digital and Information Office, Thailand Institute of Scientific and Technological Research, Chairman of Special Libraries Group, Thai Library Association

1. ความเป็นมา

การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “ห้องสมุดไทยจะก้าวไปกับไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างไร” (Thai Library in Digital Era of Thailand 4.0) จัดโดย ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ และสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2560 เวลา 08.30 - 16.30 น. ณ ห้องประชุม ศาสตราจารย์ ดร.สุจิต เลาสุบุตร ชั้น 2 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของห้องสมุดไทยในทุกภาคส่วน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาล และเพื่อเป็นเวทีถ่ายทอด แลกเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาด้านการบริการห้องสมุดและสารสนเทศ เพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในยุคดิจิทัลอย่างตรงจุด อีกทั้งยังช่วยจุดประกายให้กับวิชาชีพบรรณารักษ์ นักสารสนเทศ จะทำให้การพัฒนาด้านการบริการห้องสมุดและสารสนเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในยุคดิจิทัลด้วย ผู้เข้าร่วมประชุมจะได้รับความรู้หรือทักษะความสามารถที่สำคัญในการปฏิบัติงานที่จะสร้างความก้าวหน้าให้แก่วิชาชีพบรรณารักษ์และนักสารสนเทศต่อไปในภายภาคหน้า

การสัมมนาเชิงปฏิบัติการฯ ดังกล่าว ประกอบด้วย การบรรยายและการเสวนา 4 หัวข้อ คือ 1) การบรรยายเรื่อง “ยุคนี้ อะไร ๆ ก็ดิจิทัล” 2) การเสวนา เรื่อง “นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่กับห้องสมุดดิจิทัล” 3) การบรรยายเรื่อง “Digital Literacy” และ 4) การบรรยายเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “Pitching Your Library” รายละเอียดดังนี้

2. การบรรยายเรื่อง “ยุคนี้ อะไร ๆ ก็ดิจิทัล”

โดย ดร. จอมขวัญ ผลภาณี ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้อำนวยการสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

2.1 ทิศทางการพัฒนาในอนาคตของห้องสมุดไทยในยุคดิจิทัล

แนวทางการพัฒนาห้องสมุดในอดีตจะมีการจัดเก็บสถิติการใช้บริการเพื่อต้องการทราบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ทำให้เห็นสภาพปัจจุบันที่จะนำไปสู่การวางแผนในอนาคต เพราะการให้บริการของห้องสมุด คือ การขายประสบการณ์ ห้องสมุดจะอย่างไรให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการแล้วต้องการมาอีก มีผู้ใช้บริการประจำ มีกิจกรรมให้รางวัลผู้ใช้ดีเด่น มีการโหวตให้คะแนนหรือประเมินความพึงพอใจ ดังนั้น ห้องสมุดจึงควรทำแบบสอบถามความพึงพอใจ และเปรียบเทียบการให้บริการ เพื่อประเมินสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการ และหาความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ เช่น ผู้ใช้ต้องการพื้นที่ที่เงียบหรือเสียงดัง เป็นต้น

ในปัจจุบันห้องสมุดนิยมมีการออกแบบให้มีความโดดเด่น เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการ มีพื้นที่ในการอ่าน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประชุม ซึ่งแต่ละห้องสมุด

จำเป็นต้องหาลักษณะเฉพาะของตนเอง ซึ่งจะส่งผลต่อการวางแผนในอนาคต ว่าห้องสมุดจะมุ่งไปในทิศทางใด พฤติกรรมของผู้ใช้บริการเป็นอย่างไร

2.2 ยุทธศาสตร์การจัดการสารสนเทศดิจิทัล

การวางแผนยุทธศาสตร์ของห้องสมุด จำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน ผู้บริหารและทีมงานของห้องสมุดควรมีการวางแผนการทำงานและการพูดคุยร่วมกัน เพื่อนำองค์กรให้ไปสู่เป้าหมายอย่างความสำเร็จ การวางแผนยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ดังนี้

1) ลูกค้า (customer) ควรมีการศึกษาผู้ใช้หรือสำรวจผู้ใช้ ว่ามีความพึงพอใจหรือมีผลตอบรับอย่างไร

2) การเรียนรู้ (learning) ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาบุคลากรให้become นักคิด/นักปฏิบัติ สร้างคนที่จะพัฒนางานและพัฒนางานวิชาชีพต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ ควรสำรวจความต้องการของบุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องว่ามีความต้องการอบรมในด้านใด

3) การเงิน (finance) ควรพิจารณาความจำเป็นในการจัดหาต่าง ๆ ว่าสามารถตอบสนองต่อนโยบายและแผนขององค์กรหรือไม่ โดยการนำรายงานการเงินที่ผ่านมา มาพิจารณาความคุ้มค่าของเงินที่ได้ลงทุนไป

4) กระบวนการทำงานภายในห้องสมุด (internal process) ควรพิจารณาขั้นตอนการให้บริการต่าง ๆ ว่า สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้หรือไม่ และขั้นตอนดังกล่าวสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ลดเวลา ขั้นตอน และค่าใช้จ่ายได้หรือไม่ รวมถึงการออกแบบบริการ การบริหารจัดการเวลา และประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่จะได้รับ

การเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล (digital transformation) จากการศึกษาของไบรอัน โซลิส (Brian Solis, 2016) ได้ชี้ให้เห็นถึงสถานะความเป็นองค์กรดิจิทัลได้เป็น 6 ระยะ³ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1: การทำงานแบบเดิม องค์กรทำงานในมุมมองแบบเดิมโดยมุ่งเน้นการลงทุนด้านพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้องค์กรสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังคงขาดความเชื่อมโยงกับภาพรวมขององค์กร

ระยะที่ 2: เห็นสภาพปัจจุบันและเริ่มใช้งาน องค์กรเริ่มตระหนักถึงความยุ่งยากในการทำงาน และเริ่มปรับปรุงกระบวนการทำงาน เกิดการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในองค์กร แต่ยังคงทำงานแบบแยกส่วนงานไม่ได้ถูกจัดให้เป็นระบบ

ระยะที่ 3: เริ่มเป็นระบบ องค์กรเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีกลยุทธ์ที่ตรงจุดมากขึ้น มีการวางโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับดิจิทัลอย่างมีระบบ และผู้บริหารให้การสนับสนุนและมีวิสัยทัศน์มากขึ้น

³ From *The six stages of digital transformation*, by Solis, Brian, 2016, Retrieved from <https://www.prophet.com/thinking/2016/04/the-six-stages-of-digital-transformation/>

ระยะที่ 4: ยุทธศาสตร์ องค์กรยอมรับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นดิจิทัล มีการวางแผนใช้ทรัพยากรอย่างมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนขึ้น มีเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว ว่าองค์กรจะใช้ดิจิทัลไปในทางใด และได้รับการสนับสนุนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานอย่างเต็มที่

ระยะที่ 5: แปรสภาพองค์กร องค์กรใช้ระบบดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการพัฒนารูปแบบการทำงานใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายอยู่ตลอดเวลา

ระยะที่ 6: นวัตกรรมและการปรับใช้ องค์กรสามารถสร้างนวัตกรรม มีความพร้อมด้านดิจิทัลในกระบวนการทำงาน การลงทุน สามารถแข่งขันได้เต็มที่ ทำให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร

การแบ่งเป็นระยะต่าง ๆ นี้ ทำให้สามารถประเมินองค์กรได้ว่าองค์กรของตนเองอยู่ในระยะใด ซึ่งแต่ละองค์กรอาจใช้เวลาต่างกันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กร และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน แต่เป้าหมายสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล คือ การทำทุกอย่างเพื่อตอบโจทย์ของผู้ใช้บริการ มุ่งเน้นผู้ให้บริการเป็นสำคัญผ่านการสำรวจผู้ใช้ พร้อมคิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และพร้อมรับสิ่งใหม่ ผ่านการทำงานเป็นทีม (teamwork) ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

2.3 การบริหารจัดการห้องสมุดดิจิทัล

การบริหารจัดการห้องสมุดดิจิทัลในปัจจุบัน ห้องสมุดควรมีการดำเนินการ คือ เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมมากขึ้น มีการวางแผนการเข้าสู่ดิจิทัล ทั้งในด้านงบประมาณ ทรัพยากรดิจิทัล พฤติกรรมผู้ใช้บริการ การจัดเก็บและการเข้าถึงสารสนเทศ และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานที่สามารถทำงานได้โดยไม่ละเมิดลิขสิทธิ์และจรรยาบรรณ

2.4 ยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 สู่ Education 4.0

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ได้ร่วมมือกันกำหนด 8 ทักษะดิจิทัล (digital skills set) เพื่อการพัฒนาข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อสนับสนุนการพัฒนาไปสู่ประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย



ภาพที่ 1 ทักษะด้านดิจิทัล Digital Government Skills Set

<https://www.dga.or.th/th/content/890/11710/?fbclid=IwAR10866mYexvl65UFL-42Ti6TQ6P2pyRCrMtUWWSD2oeMXMegq1e8WaGNY0>

- 1) Digital Leadership ทักษะความเป็นผู้นำภายใต้การบริหารงานในยุคดิจิทัล
- 2) Digital Transformation Management ทักษะการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อนำไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล
- 3) Digital Skill Governance ทักษะด้านการบริหารงานภายใต้ธรรมาภิบาลที่สอดคล้องกับนโยบายดิจิทัล
- 4) Digital Skill Project Management ทักษะการบริหารโครงการในยุคดิจิทัล
- 5) Digital Skill Technology ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร
- 6) Digital Services Design & Assurance ทักษะการออกแบบการให้บริการด้านดิจิทัลเพื่อการพัฒนาคุณภาพ
- 7) Digital skill Compliance ทักษะในการประยุกต์ใช้กฎระเบียบ แผนดำเนินงาน นโยบาย และกฎหมายด้านดิจิทัล
- 8) Digital skill Literacy ทักษะความรู้เท่าทันในการนำประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการพัฒนาองค์กร

3. การเสวนา เรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่กับห้องสมุดดิจิทัล

โดย นายเลอชาติ ธรรมธีรเสถียร ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้สร้างสรรค์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) และนางสาวอมรรัตน์ ศรีสุรภานนท์ ผู้จัดการศูนย์เครือข่ายห้องสมุดดิจิทัล สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินรายการโดย ดร. นฤมล รื่นไวย ผู้อำนวยการสำนักดิจิทัลและสารสนเทศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

ในการเสวนานี้ วิทยากรได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และกรณีศึกษาของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) และสำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในงานห้องสมุดดิจิทัล ในประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 กรณีศึกษา สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่กับห้องสมุดดิจิทัล คือ สิ่งที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ในห้องสมุดเพื่อช่วยในการบริหารจัดการงานห้องสมุด โดยสำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้สร้างนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การบริหารจัดการเพื่อช่วยลดขั้นตอนในการให้บริการ เช่น
 - การสร้างเว็บไซต์สำหรับการจองพื้นที่ห้องสัมมนากลุ่มย่อย เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก ในการเข้าใช้พื้นที่ได้สะดวกมากขึ้น
 - การเปิดให้ผู้ใช้บริการสามารถส่งคำร้องขอ (request) เพื่อแสดงความต้องการอ่านหนังสือ ที่มีสถานะอยู่ระหว่างลงรายการสารสนเทศ (status cataloging)

- การเปิดบริการจัดส่งหนังสือ (book delivery) ระหว่างห้องสมุดในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การเปิดบริการยืม-คืนหนังสือด้วยตนเอง (self- service)
- การเปิดบริการถ่ายเอกสาร บริการสแกน และบริการพิมพ์เอกสารจากไฟล์ได้ด้วยตนเอง

2) การบริหารจัดการพื้นที่ในห้องสมุดเพื่อให้บริการ คือ การปรับสถานที่เพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม เช่น

- การจัดพื้นที่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน (learning & sharing area) โดยจัดโต๊ะ 4 - 6 ที่นั่งพร้อมจอสมาร์ตทีวี (Smart TV) ที่ผู้ใช้บริการสามารถนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพามาเชื่อมต่อ เพื่อประชุม ปรึกษาหารือหรือนำเสนอความคิดในกลุ่มได้อย่างอิสระ
- การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ตลอดสัปดาห์ในช่วงก่อนสอบ
- การให้บริการเครื่องขายอาหารอัตโนมัติ (vendor machine)
- การให้บริการเก้าอี้นวด เพื่อการผ่อนคลายและการพักผ่อน
- การให้บริการพื้นที่ “พีสนอนนิ่ง” เพื่อการเรียนรู้การสอนบทเรียนให้ชนิด ทั้งเพื่อการเตรียมตัวสอบ และการสอนพิเศษ (โครงการในอนาคต)

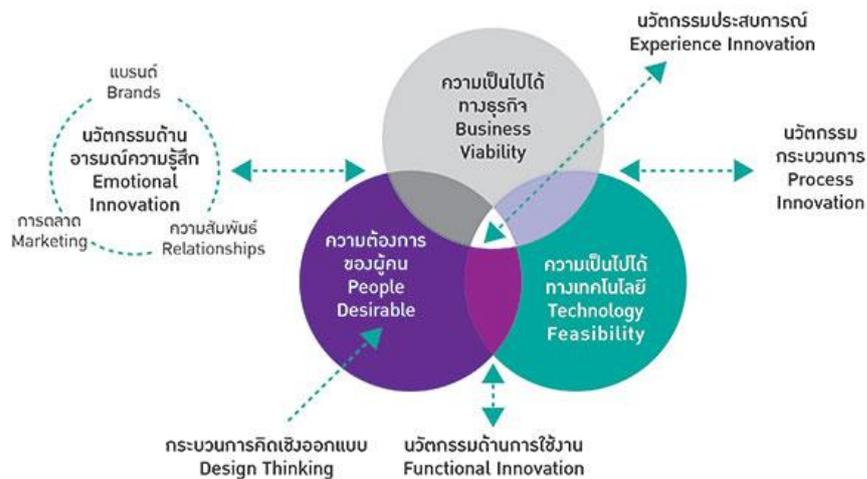
3) การบริหารจัดการในส่วนสำนักงาน ปัจจุบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีระบบการตรวจสอบการทำงานล่วงเวลา การคำนวณเงินเพื่อการเบิกจ่ายค่าล่วงเวลาให้กับบุคลากร การจัดหาเครื่องขายบัตรมาทดแทนเจ้าหน้าที่ที่ประตูทางเข้าใช้บริการ และในอนาคตอยู่ระหว่างจัดทำโปรแกรมจัดการการทำงานล่วงเวลา และโปรแกรมสำรวจครุภัณฑ์

4) การใช้เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้จากทุกที่ ดังนี้

- การจัดหาระบบห้องสมุดอัตโนมัติที่เหมาะสม (2537)
- การสร้างคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR: Chulalongkorn University Intellectual Depository) (2548)
- Single search: EDS & WorldWide Search (OCLC) ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาได้จากทุกที่ช่วยทุกห้องสมุดในการค้นหาข้อมูล
- การทำ Library Mobile Application (2559) API เชื่อมต่อกับระบบห้องสมุด เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้ในการใช้บริการ เช่น การแจ้งเตือนกำหนดส่งคืน การขอยืมต่อ เป็นต้น
- การสร้างชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice- CoP) ในอนาคตจะพัฒนาเป็นจุฬาคอนเน็กซ์ (Chula Connex) รวมข้อมูลผลงานของอาจารย์ บุคลากร และนิสิตของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.2 กรณีศึกษา ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC)

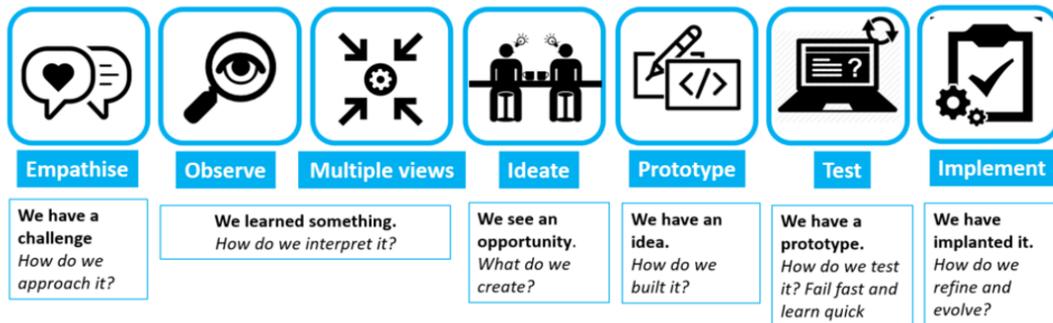
ดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้สะดวกขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักคือองค์กร และกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้ ห้องสมุดจะเป็นตัวผลักดันให้เข้าถึงเป้าหมายได้ด้วยกลไกที่จะทำงานร่วมกันเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และสร้างคุณค่าให้ผู้ใช้บริการ กลไกดังกล่าวประกอบด้วย นวัตกรรม 3 ด้าน คือ 1) นวัตกรรมทางอารมณ์ (emotional innovation) 2) นวัตกรรมการทำงาน (functional innovation) และ 3) นวัตกรรมกระบวนการ (process innovation) ทั้ง 3 องค์ประกอบ ทำให้เกิดนวัตกรรมจากประสบการณ์ (experience innovation) ให้ผู้ใช้ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบบริการห้องสมุด ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้มีประสบการณ์ร่วมกับห้องสมุดและเห็นคุณค่าของห้องสมุดที่มีอยู่



ภาพที่ 2

<https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/ขับเคลื่อนสตาร์ทอัพด้วยการออกแบบ>

กระบวนการในการทำความเข้าใจผู้ใช้ คือ กระบวนการคิดออกแบบ (design thinking process) แล้วพัฒนาจนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ผ่านการทำความเข้าใจโดยอาศัยการสำรวจ ไข่มุมมองที่หลากหลายของคนที่แตกต่างกันจะทำให้ได้มุมมองที่แตกต่าง ได้ความคิดที่เหมาะสม ลงมือทำให้เป็นจริง ทดสอบ และปรับปรุงแก้ปัญหา



ภาพที่ 3

<http://marketerstouchpoint.com/blog/what-is-the-difference-between-design-thinking-and-service-design-thinking/>

การออกแบบบริการ (service design) หมายถึง การออกแบบหรือพัฒนาประสบการณ์เมื่อได้รับการบริการด้วยมุมมองรอบด้านของผู้ใช้งาน โดยการทำความเข้าใจผู้ใช้บริการ ว่าเมื่อผู้ใช้บริการได้ใช้งานแล้วจะพบกับอะไร เพื่อดูประสบการณ์ที่ผู้ใช้จะได้รับ ศึกษาประสบการณ์ทั้งก่อนการใช้บริการ ระหว่างการใช้บริการ และหลังการใช้บริการของผู้ใช้

ประสบการณ์สร้างคุณค่า กล่าวคือ ประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งสร้างความพึงพอใจและความประทับใจที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องการสินค้าหรือต้องการใช้บริการอีก

กระบวนการสร้างคุณค่า เริ่มจากความเข้าใจ (empathy) ผู้ใช้บริการ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ทั้งนี้ ห่องสมุคควรเริ่มจากการตั้งคำถามว่า ใครคือผู้ใช้บริการ ใครคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับระบบบริการนี้ และใครคือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของหลักในงานบริการนี้

หัวใจของการออกแบบบริการ ประกอบด้วย 5 หลักการสำคัญ ได้แก่

- ผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (user-centered approach)
- มีการสร้างสรรค์ร่วมกัน (co-creative)
- เป็นขั้นเป็นอัน (evidencing) บริการบางอย่างมองไม่เห็น ต้องทำให้เห็นว่ามียู่
- เป็นขั้นเป็นตอน (sequencing) มีขั้นตอนการให้บริการ และมองผู้ใช่ว่ามีอารมณ์

อย่างไรในแต่ละขั้นตอน

- มองรอบด้าน (holistic thinking)

กระบวนการ/เครื่องมือในการคิดออกแบบบริการ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1) วิสัยทัศน์ (vision) ควรมีการกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน โดยการกำหนดขอบเขต และสร้างความเข้าใจที่ตรงกันว่าโครงการที่กำลังจะทำคืออะไร / เป้าหมายสุดท้ายคืออะไรและจะก่อให้เกิดอะไร / อะไรคือปัญหาที่กำลังพยายามแก้ไข

2) การสร้างผู้ใช้จำลอง (personas) การบริการประเภทใดประเภทหนึ่งอาจไม่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าทุกประเภท การสร้างผู้ใช้จำลองจะช่วยให้เข้าใจว่าลูกค้าประเภทใดที่จะมาใช้บริการและมีความต้องการอย่างไร เพื่อนำไปสู่การออกแบบบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าเหล่านั้น

3) การสร้างแผนที่การเดินทางของลูกค้า (journey map) ทุกการเชื่อมต่อต้องสามารถสร้างประสบการณ์ ความเข้าใจในจุดให้บริการ (touch point) ตลอดเส้นทางเป็นอย่างไร รวมถึงผู้ใช้บริการรู้สึกอย่างไร และสามารถพัฒนาการบริการในแต่ละจุดอย่างไร ทั้งนี้ การออกแบบบริการควรมีการพิจารณาด้วยว่าบริการดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร มีประโยชน์อย่างไร มีคุณค่าอย่างไร โดยมุมมองจากภายนอกไปภายใน (outside-in) ไม่ใช่มองจากภายในไปภายนอก (inside-out) เช่น การออกแบบเว็บไซต์ ต้องมองว่าผู้ใช้อยากได้อะไร ไม่ใช่ห้องสมุดอยากให้อะไร เป็นต้น ควรสื่อสารถึงคุณค่า (value) ของห้องสมุด เนื้อหา การเชื่อมโยงความรู้ การแบ่งปันความรู้ การใช้พื้นที่ร่วมกัน และการสนับสนุนชุมชนที่เกี่ยวข้อง

4) การสร้างพิมพ์เขียว (blueprint) เพื่อเป็นแบบร่างหรือคู่มือสำหรับเป็นแนวทางให้ผู้ที่ทำหน้าที่บริการลูกค้าโดยตรง หรือผู้ที่อยู่เบื้องหลังการบริการได้เข้าใจถึงช่องทางต่างๆ ที่ระบุไว้

5) การสร้างต้นแบบ (prototype) มีการพัฒนาตัวต้นแบบขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทดลองใช้งานจริงที่ทำให้รู้ถึงความต้องการของผู้ใช้ให้ชัดเจนมากขึ้น

ยกตัวอย่างกรณีการออกแบบบริการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) มีการตั้งคำถามว่า ทำไมผู้ใช้บริการจึงมาใช้บริการที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) โดยการมองปัจจัย 3 ด้าน พบว่า

- ด้านข้อมูล ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีเนื้อหาความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างแรงบันดาลใจ
- ด้านพื้นที่ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีพื้นที่ที่เอื้อต่อการทำงานไม่ว่าจะเป็นการทำงานเดี่ยว การทำงานกลุ่ม การระดมความคิด หรือการนำเสนองานให้กับลูกค้า
- ด้านสังคม ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเป็นเหมือนชุมชนเครือข่ายของคนที่น่าสนใจด้านเดียวกันมารวมกันเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และเพื่อพลังทางความคิดสร้างสรรค์ให้แกกัน

การให้บริการในรูปแบบดิจิทัลเป็นการขยายขอบเขตการบริการ และกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางขึ้นกว่าเดิม เช่น ด้านกายภาพ (physical) ช่วยอำนวยความสะดวก สร้างประสบการณ์ใหม่ ด้านเนื้อหาดิจิทัล (digital content) มีการเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการจากผู้จัดเก็บเป็นผู้นำข้อมูลออกไปเผยแพร่ให้คนอื่นได้รับรู้ (content provider) ด้านบริการดิจิทัล (digital service) ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ เช่น การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน (web application) มายทีซีดีซี (My TCDC - <http://my.tcdc.or.th>) เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการของผู้ใช้ เช่น ใช้แทนบัตรสมาชิก จองการใช้บริการ จองเข้าร่วมกิจกรรม จองพื้นที่ จองหนังสือก่อนเข้าใช้บริการ แผ่นผังพื้นที่ เครื่องบรรยายการนำชม (audio guide) และการค้นหาข้อมูล เป็นต้น ดังนั้น ห้องสมุด

ควรสร้างความเกี่ยวข้องว่าบริการของห้องสมุดจะเข้าไปอยู่ในวงจรชีวิตของผู้ใช้บริการได้อย่างไร และจะสามารถนำความรู้ที่ได้จากการบริการของบรรณารักษ์ไปพัฒนาชีวิตผู้ใช้บริการได้อย่างไร

4. การบรรยายเรื่อง Digital Literacy

โดย ผศ.ดร.อารีย์ ชื่นวัฒนา ผู้อำนวยการศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

4.1 Digital Literacy คืออะไร

พอล กิลสเตอร์ (Paul Gilster) ผู้ใช้คำศัพท์นี้เป็นคนแรก ได้ให้ความหมายว่า การรู้ดิจิทัล คือ ความเข้าใจและสามารถใช้สารสนเทศในหลากหลายรูปแบบจากแหล่งต่าง ๆ ผ่านคอมพิวเตอร์ (Gilster, 1997)

สมาคมคอมพิวเตอร์บริติช (British Computer Society, 2017) ได้ให้ความหมายว่าการรู้ดิจิทัล คือ ความสามารถของบุคคลที่จะดำเนินชีวิต เรียนรู้ และทำงานในสังคมดิจิทัลได้อย่างดี สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อมีส่วนร่วมและสนับสนุนวิถีชีวิตสมัยใหม่ทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยแห่งรัฐอิลลินอยส์ ได้ให้ความหมายที่ครอบคลุม คือ ความสามารถในการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือและเครือข่ายทางการสื่อสารเพื่อระบุแหล่งและประเมินสารสนเทศ สร้างสารสนเทศ เข้าใจและใช้สารสนเทศหลากหลายรูปแบบ นอกจากนี้ ยังรวมถึงความสามารถในการ อ่านและตีความสื่อ ใช้ทักษะดิจิทัลผลิตสื่อ ประเมินและใช้ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมดิจิทัล (University of Illinois, 2014)

4.2 แนวคิดการรู้ดิจิทัล

แนวคิดการรู้ดิจิทัลเกิดจากการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตและเว็บที่ได้ขยายแนวคิดจากการรู้หนังสือ (literacy) ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ไม่เพียงพอ ต้องมีทักษะทางวัฒนธรรม สังคม และเทคนิค (เน้นการสื่อสารทางความคิด) และขยายแนวคิดไปสู่ การรู้คอมพิวเตอร์ (computer literacy) การรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (information and communication technology (ICT) literacy), การรู้สารสนเทศ (information literacy), การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) และพัฒนาเป็นการรู้ดิจิทัล (digital literacy) ซึ่งจัดเป็นการรู้แบบใหม่ (new literacies) ที่ครอบคลุมทักษะหลายด้านเข้าด้วยกัน เช่น การใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารต้องการ ทักษะ สมรรถนะ การรับรู้ และกลยุทธ์ใหม่ ๆ ดังนั้น การรู้แบบใหม่จึงพัฒนาต่อเนื่องตามความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีช่วยพัฒนาคนให้เป็นพลเมืองโลกที่สามารถมีส่วนร่วมในสังคมได้อย่างเหมาะสม ประชากรในสังคมปัจจุบันจะต้องมีลักษณะของการรู้ที่หลากหลายในยุคดิจิทัล (Multi-literacies in the Digital Age) เช่น การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) การรู้เทคโนโลยี (technology

literacy) การรู้สารสนเทศ (information literacy) การเรียนรู้ทางทัศนะ (visual literacy) การรู้การสื่อสาร (communication literacy) การรู้สังคม (social literacy) เป็นต้น

4.3 สภาพแวดล้อมดิจิทัล

สภาพแวดล้อมดิจิทัล ประกอบด้วยสภาพแวดล้อม 3 รูปแบบ คือ

1) สภาพแวดล้อมเปิด: เครือข่าย/สื่อสังคม เวที/กระดานอภิปรายบนเว็บ เนื้อหาการสื่อสารจะมีผู้มองเห็น ส่งต่อ หรือแสดงความเห็น

2) สภาพแวดล้อมปิด: เครือข่ายหรือสื่อที่ตั้งขึ้นเฉพาะกลุ่ม สื่อสารกันระหว่างสมาชิก

3) สภาพแวดล้อมส่วนตัว: เช่น อีเมล พื้นที่เก็บข้อมูลบนคลาวด์ (Cloud) เนื้อหาที่เก็บไว้จะเป็นสมบัติส่วนตัวของบุคคลนั้น ยกเว้นแต่จะปรับสภาพแวดล้อมให้สื่อสารกับผู้อื่นได้

การเลือกใช้สภาพแวดล้อมใดขึ้นอยู่กับตัวแปรต่าง ๆ เช่น งาน ความรับผิดชอบทางวิชาชีพ ความชอบ ความมั่นใจ การออกแบบระบบ ประสบการณ์ของผู้ใช้ ข้อพิจารณาด้านความปลอดภัย จริยธรรม และกฎหมาย

4.4 การปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล

การปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัลมี 4 รูปแบบ ดังนี้

1) การบริโภค (consumption) หมายถึง การดู การอ่าน การฟัง การดาวน์โหลด

2) การแสดงความเห็น (comment) หมายถึงการแสดงออกเชิงปฏิสัมพันธ์ เช่น การกด “ชอบ” (like) การกด “แชร์” (share) ในเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือการเขียนแสดงความคิดเห็นในสื่อสังคม (social media) ออนไลน์ต่าง ๆ

3) การสื่อสาร (communication) หมายถึง การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ การสนทนา เช่น การโต้ตอบอีเมล

4) การสร้างสรรค์ (creation) หมายถึง การสร้างเนื้อหา ภาพ หรือพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อโพสต์หรือแชร์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล

4.5 ทักษะการรู้ดิจิทัล

องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก (UN Educational, Scientific and Cultural Organization) โดย สถาบันยูเนสโกเพื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา (UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 2011) ได้กำหนดทักษะการรู้ดิจิทัลไว้ ได้แก่ ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT skills) ทักษะพลเมือง (civic skills) ทักษะการเรียนรู้ (learning to learn skills) และการมีส่วนร่วมของบุคคลในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (participation of adults in lifelong learning) ทักษะการรู้ดิจิทัล ตามคำจำกัดความของยูเนสโก ครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

มิติ	มุมมอง ทางปัญญา	มุมมอง ทางเทคนิค	มุมมอง ทางจริยธรรม
สารสนเทศ (ดิจิทัล)	สังเคราะห์	เข้าถึง / ใช้ประโยชน์	การใช้อย่าง เหมาะสม
คอมพิวเตอร์ (ฮาร์ดแวร์/ซอฟต์แวร์)	ประเมิน	ใช้ประโยชน์	การใช้อย่าง เหมาะสม
สื่อ (ข้อความ เสียง ภาพ วีดิทัศน์ สื่อสังคม)	วิพากษ์ สร้าง	หาเส้นทาง (navigate)	ประเมินความจริง / ข้อเท็จจริง
การสื่อสาร (การปฏิสัมพันธ์)	วิพากษ์ สร้าง	พัฒนาและใช้ เนื้อหา	การใช้อย่าง เหมาะสม
เทคโนโลยี	ประดิษฐ์ ประเมิน	การใช้	การใช้อย่าง เหมาะสม

คณะกรรมการความร่วมมือด้านระบบสารสนเทศ (Joint Information Systems Committee-Jisc, 2014) แห่งการศึกษาระดับอุดมศึกษาของสหราชอาณาจักร ได้กำหนดทักษะการรู้ดิจิทัลไว้ คือ การสื่อสารและการร่วมมือกัน การสร้างและจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัลทางวิชาชีพ (การสร้างโปรไฟล์ การสร้างเครือข่ายการติดต่อ การร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม/เครือข่าย) การรู้ไอซีที การเรียนรู้การใช้สารสนเทศ/สื่อดิจิทัลเพื่อการวิจัยหรือผลิตผลงานวิชาการ การรู้สารสนเทศ และการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้ดิจิทัล สามารถจัดแบ่งตามประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

- ประเด็นทางสังคม ช่องว่างทางดิจิทัล (digital divide) ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่กำหนดระดับความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โครงสร้างพื้นฐานที่จะทำให้สามารถเข้าถึงระบบ อุปกรณ์การเชื่อมต่อ (เช่น คอมพิวเตอร์ โมเด็ม wifi) การฝึกอบรมการใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ความสามารถทางสติปัญญาของผู้ใช้ การผลิตและการใช้เนื้อหาสารสนเทศที่ปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

- ประเด็นทางการศึกษา สถาบันการศึกษาทุกระดับ มีหน้าที่ปลูกฝังการรู้ดิจิทัลให้แก่ นักเรียน นักศึกษาในระดับที่เหมาะสม พร้อมทั้งจะออกไปประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สอน

ต้องเป็นผู้รู้ดิจิทัล ในประเทศพัฒนาผู้สอนต้องได้รับการรับรองว่ามีความรู้ ทักษะทางดิจิทัล บุรณาการการรู้ดิจิทัลในหลักสูตรการศึกษาทุกระดับ

- ประเด็นการมีงานทำ ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีในการผลิต ทำการตลาด และจำหน่าย จึงมีความต้องการแรงงานที่มีทักษะดิจิทัล ภาครัฐส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลตามกระแสโลก จึงต้องการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะดิจิทัล ช่องว่างทางทักษะดิจิทัลด้านนี้ จึงเกิดจากผู้จ้างงานต้องการบุคลากรที่มีทักษะดิจิทัล แต่ประชาชนที่หางานทำขาดทักษะที่ผู้จ้างงานต้องการ

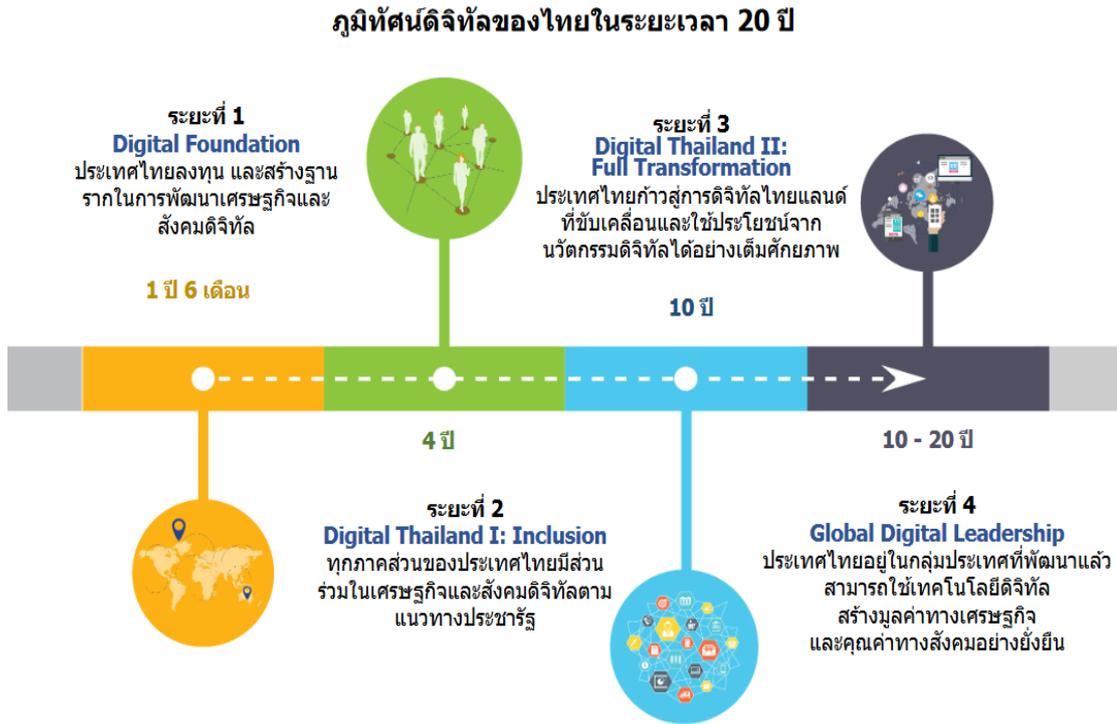
- ประเด็นบริการห้องสมุด การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของสารสนเทศ ทั้งในด้านการจัดหาทรัพยากรสารสนเทศดิจิทัลที่มีคุณภาพ การเลือกสรรสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ นำมาสังเคราะห์ จัดกลุ่มสารสนเทศตามหัวข้อเรื่องให้พร้อมใช้ เป็นสร้างคุณค่าเพิ่มแก่ผู้ใช้ สร้างเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงสารสนเทศดิจิทัลได้อย่างสะดวก ง่ายดาย

ดังนั้น การสอนทักษะการรู้ดิจิทัลให้แก่ผู้ใช้กลุ่มเป้าหมาย สามารถทำได้โดยการสนับสนุนนโยบายในการลดช่องว่างทางดิจิทัล ส่งเสริมการเข้าถึงบริการพื้นฐาน เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต สารสนเทศดิจิทัลโดยเท่าเทียมกัน และขยายบริการไปสู่ชุมชน กลุ่มผู้ด้อยโอกาส

4.6 ประเทศไทย 4.0 กับ Digital Thailand

เศรษฐกิจดิจิทัล (digital economy) คือเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น (วรรณพร เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2560)

ในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศไทยจะมี คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ชี้นำทิศทางของการพัฒนาให้แก่หน่วยงานทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ และกำหนดนโยบายสนับสนุนด้านการสร้างแรงจูงใจ (incentive) นวัตกรรม (innovation) จัดตลาด ให้แก่เอกชน เพื่อร่วมกันสร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็ง และพัฒนาคนไทยที่มีความสามารถ



ภาพที่ 4

https://www.dga.or.th/upload/download/file_afd599ae9f1f7c216417d000c5d01c20.pdf

ระยะเวลาการขับเคลื่อนแบ่งออกเป็น 4 ระยะในเวลา 20 ปี คือ ระยะ Digital Foundation ใช้เวลา 1.5 ปี ระยะ Digital Thailand I: Inclusion ใช้เวลา 5 ปี ระยะ Digital Thailand II: Full Transformation ใช้เวลา 10 ปี และ ระยะ Global Digital Leadership ใช้เวลา 10-20 ปี

แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจสังคมคือเครื่องมือสนับสนุนในการพัฒนาประเทศของรัฐบาล ซึ่งเป็นแม่บทสำคัญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศ เพื่อเป็นกรอบแนวทางการดำเนินการตามนโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของรัฐบาลให้เกิดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและหลากหลายมาเปลี่ยนเป็นวิธีการดำเนินธุรกิจ การดำเนินชีวิตของประชาชน และการดำเนินงานของภาครัฐ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจที่แข่งขันได้ในเวทีโลก และความมั่นคงทางสังคมของประเทศต่อไป แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมฉบับล่าสุดได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ของประเทศไทย 4.0 ออกเป็น 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้



ภาพที่ 5

https://www.dga.or.th/upload/download/file_afd599ae9f1f7c216417d000c5d01c20.pdf

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ - เข้าถึง พร้อมใช้ จ่ายได้
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล - ขับเคลื่อน New S-Curve เพิ่มศักยภาพ สร้างธุรกิจ เพิ่มมูลค่า
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล - สร้างการมีส่วนร่วม การใช้ประโยชน์อย่างทั่วถึง และเท่าเทียม
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล - โปร่งใส อำนาจความสะดวก รวดเร็ว เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียว
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล - สร้างคน สร้างงาน สร้างความเข้มแข็งจากภายใน
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล - กฎระเบียบทันสมัย เชื่อมั่นในการลงทุน มีความมั่นคงปลอดภัย

ประเทศไทยได้มีโครงการต่าง ๆ เพื่อการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัล การรู้สารสนเทศ และการรู้เท่าทันสื่อ สร้างสังคมที่ใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ เช่น โครงการไอซีดีแอล (International Computer Driving License- ICDL) หรือไอซีดีแอลไทยแลนด์ (ICDL Thailand) ซึ่งเปิดสอบและมอบประกาศนียบัตรรับรอง ผู้ที่สอบผ่าน

มาตรฐานสากลทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โครงการ Digital Literacy Thailand (DICY) ของสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อศึกษา วิเคราะห์ จัดทำหลักสูตรทักษะดิจิทัลเบื้องต้น ที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยสำหรับประชาชนทุกกลุ่มวัย และจัดทำกิจกรรมส่งเสริมทักษะดิจิทัลเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาทักษะดิจิทัลให้แก่ประชาชนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัล การพัฒนาเครือข่ายส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยอย่างสร้างสรรค์และแนวทางในการดำเนินงานให้เกิดความยั่งยืนในระยะต่อไป และเพื่อศึกษา วิเคราะห์ สถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศเบื้องต้นในประเทศไทย และจัดทำกรอบการสำรวจและประเมินการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ(Media and Information Literacy- MIL)

5. การบรรยายเชิงปฏิบัติการ เรื่อง Pitching your library

โดย ดร. ปฐมสุดา อินทุประภา กองพัฒนาและจัดการความรู้องค์กร สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

การโน้มน้าวใจ (pitching) เป็นทักษะพื้นฐานที่บรรณารักษ์และบุคลากรทางสารสนเทศจำเป็นต้องมีเพื่อให้สามารถโน้มน้าวให้ผู้บริหายอมรับแนวความคิดและอนุมัติงบประมาณ หรือได้รับความร่วมมือระหว่างห้องสมุดกับห้องสมุด หรือห้องสมุดกับภาคเอกชน เพื่อนำงบประมาณหรือความร่วมมือดังกล่าวมาปรับปรุงการบริการของห้องสมุดในทุกด้านให้ทันสมัยและตรงกับเป้าหมายในการให้บริการ การโน้มน้าวใจจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง (fact) โดยใช้การกล่าวถึงโอกาส ปัญหา และสถิติมาประกอบกัน โดยพิจารณาที่สินค้าเวลาและค่าใช้จ่าย และหาจุดคุ้มทุน รายละเอียดดังนี้

สินค้า: หาโอกาสของสินค้า ทำตามความนิยม และใช้กรณีศึกษามาประกอบ

เวลาและค่าใช้จ่าย: ควรมีการจัดทำโครงการและประมาณการค่าใช้จ่าย และใช้ภาพอินโฟกราฟิก (infographic) ในการนำเสนอเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ

หาจุดคุ้มทุน: ประโยชน์ที่จะได้รับ กลุ่มเป้าหมาย ชื่อเสียง หาความแตกต่างหรือดีกว่าเดิม

การนำเสนอแบบการโน้มน้าวใจ ผู้นำเสนอจำเป็นต้องมีทักษะต่าง ๆ เช่น การเล่าเรื่อง (storytelling) การเปรียบเทียบให้เห็นภาพ (metaphor) การมีส่วนร่วมกับผู้ฟัง (two-way communication) มีความเป็นมิตร (be-friendly) และมีบุคลิกภาพที่ทันสมัย มั่นใจ (appear confident) สิ่งที่ต้องระวังในการพูดโน้มน้าวใจ คือ 1) ผู้พูดต้องมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ อย่างถ่องแท้ หรืออาจสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการค้นคว้าวิจัยเพิ่มเติม 2) การนำเสนอควรใช้การพูด ไม่ใช่การอ่าน 3) มีความยืดหยุ่น สามารถพูดโน้มน้าวใจได้ในทุกสถานการณ์ในเวลาอันสั้น กระชับ รวดเร็ว ดังนั้น การโน้มน้าวใจดังกล่าว ผู้พูดจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวอย่างถ่องแท้ และพร้อมที่จะนำเสนอได้ตลอดเวลา

บรรณานุกรม

- ทีซีดีซี (TCDC). (2561). **ขับเคลื่อนสตาร์ทอัพด้วยการออกแบบ**. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2561
สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2561. URL: <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail>
ขับเคลื่อนสตาร์ทอัพด้วยการออกแบบ
- วรรณพร เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2560). **การปฏิบัติราชการภายใต้นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม**. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2561. URL: https://www.ega.or.th/upload/download/file_afd599ae9f1f7c216417d000c5d01c20.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **Digital literacy Thailand**. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2561. URL: <http://dlthailand.org>
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2561). **จับตา 8 ทักษะดิจิทัลมาแรงรับปี 2017**. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2561. URL: <https://www.dga.or.th/th/content/890/11710/?fbclid=IwAR10866mYexvI65UFL42Ti6TQ6P2pyRCrMtUWWSD2oeMXMegq1e8WaGNY0>
- ไอซีดีแอล (ICDL). (2560). **ICDL Thailand**. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2560. URL: <https://www.icdlthailand.org/>
- Chetty, K. (2018). **Bridging the digital divide: measuring digital literacy**. Retrieved June 12, 2018. URL: https://www.g20-insights.org/policy_briefs/bridging-digital-divide-measuring-digital-literacy/
- Gilster, P. (1997). **Digital literacy**. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Joint Information Systems Committee(Jisc). (2014). **Developing digital literacies**. Retrieved December 24, 2017. URL: <https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>
- Learning Space Toolkit. (2017). **Service design process**. Retrieved December 24, 2017. URL: <https://learningspacetoolkit.org/services-and-support/service-design-process/index.html>
- Rao, V.P. (2015) **What is the difference between design thinking and service design thinking?** Retrieved December 24, 2017. URL: <http://marketerstouchpoint.com/blog/what-is-the-difference-between-design-thinking-and-service-design-thinking/>

- Ray, A. (2017). **Digital literacy**. In Encyclopedia of Information Science and Technology. (pp. 2225-2234). Khosrow-Pour, Mehdi (Editor). Hershey, PA: IGI Global.
- Solis, B. (2016). **The six stages of digital transformation**. Retrieved December 24, 2017. URL: <https://www.prophet.com/thinking/2016/04/the-six-stages-of-digital-transformation/>
- Sorj, B. (2008). **The dimension of the digital divide**. Retrieved December 24, 2017. URL: <http://books.scielo.org/id/cvqxd/pdf/sorj-9788599662489-07.pdf>
- The British Computer Society. 2017. **BCS digital literacy for life programme**. Retrieved December 24, 2017. URL: <https://www.bcs.org/category/17853>
- UNESCO Institute for Information Technologies in Education. (2011). **Digital literacy in education**. Retrieved December 24, 2017. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002144/214485e.pdf>
- University of Illinois. (2014). **Digital literacy definition and resources**. Urbana, IL: University of Illinois. Retrieved December 24, 2017. URL: <http://www.library.illinois.edu/digit/definition.html>
- White, J. (2015). **Digital literacy skills for FE teachers**. London: Sage.