

## แบบรายงานการเข้ารับการอบรม/สัมมนา/ประชุม

เรียน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ตามที่เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ได้อนุมัติให้

๑. นางสาวนราภัทร เพชรมณี  
ตำแหน่ง บรรณารักษ์ชำนาญการพิเศษ เลขที่ตำแหน่ง ๗๘๑
๒. นางสาววลัยรัตน์ ชัยท้าว  
ตำแหน่ง บรรณารักษ์ชำนาญการพิเศษ เลขที่ตำแหน่ง ๗๘๒
๓. นางสาววัลยา พุ่มต้นวงศ์  
ตำแหน่ง บรรณารักษ์ปฏิบัติการ เลขที่ตำแหน่ง ๗๘๖
๔. นายอุดมศักดิ์ โกสิทธิ์  
ตำแหน่ง บรรณารักษ์ปฏิบัติการ เลขที่ตำแหน่ง ๗๖๑

การประชุมใหญ่สามัญประจำปี ๒๕๖๕ ชมรมห้องสมุดเฉพาะ และการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “อนาคตศึกษา...แรงบันดาลใจต่อนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ของทำงานในวิชาชีพสารสนเทศ” (Future Studies... Inspiration for innovation and design thinking of information professionals) จัดโดย ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับ สถาบันพิพิธภัณฑการการเรียนรู้แห่งชาติ ในวันศุกร์ที่ ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๕ เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น. ณ สถาบันพิพิธภัณฑการการเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร โดยเบิกค่าใช้จ่ายค่าลงทะเบียน คนละ ๑,๐๐๐ บาท นั้น

บัดนี้ การสัมมนาดังกล่าวได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงขอเสนอรายงานดังนี้

### ๑. รายละเอียดการสัมมนา

วัน/เวลา	หัวข้อ	วิทยากร
๐๘.๓๐-๐๙.๐๐ น.	ลงทะเบียน	
๐๙.๐๐-๐๙.๓๐ น.	พิธีเปิดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการฯ โดยนายราเมศ พรหมเย็น รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ และ ผู้อำนวยการสถาบันพิพิธภัณฑการการเรียนรู้แห่งชาติ	กล่าวรายงาน โดย นางดาวรัตน์ แทนรัตน์  ประธานชมรม ห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุด แห่งประเทศไทยฯ
๐๙.๓๐-๑๐.๑๕ น.	การประชุมใหญ่สามัญประจำปี ๒๕๖๕ ชมรมห้องสมุดเฉพาะ	
๑๐.๓๐-๑๒.๐๐ น.	การบรรยายเรื่อง บนเส้นทาง Design Thinking สู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน	โดย อาจารย์จามร เหล่าอิมจันทร์ วิทยากรและ

วัน/เวลา	หัวข้อ	วิทยากร
	- แนวคิด Design Thinking เพื่อการออกแบบนวัตกรรม องค์ประกอบของ Design thinking กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องใน กระบวนการ การส่งเสริมเรื่อง design thinking ให้เกิดขึ้นใน องค์กร การสร้างคุณค่าให้นวัตกรรม	Coach อิศระ ผู้เชี่ยวชาญ
๑๒.๐๐-๑๓.๐๐ น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน	
๑๓.๐๐-๑๔.๓๐ น.	<b>การบรรยายเรื่อง อนาคตศึกษา...เพื่อการทำงานที่ตอบโจทย์จาก ปัจจุบันถึงอนาคต</b>  - แนวคิดของอนาคตศึกษา องค์ประกอบของอนาคตศึกษา ปัจจัย สำคัญที่เกี่ยวข้องในการศึกษาอนาคต บทบาทของการบริการ สารสนเทศกับอนาคตศึกษา บทบาทของวิชาชีพสารสนเทศ การใช้ ประโยชน์จากผลของอนาคตศึกษา	โดย นายเลอชาติ ธรรมธีรเสถียร ผู้อำนวยการสำนัก พัฒนาองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์
๑๔.๓๐-๑๔.๔๕ น.	พักรับประทานอาหารว่าง	
๑๔.๔๕-๑๖.๓๐ น.	<b>การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง อนาคตห้องสมุด..นักสารสนเทศ ..กำหนดได้</b>  - แนวทางการศึกษาอนาคตของห้องสมุด/ศูนย์สารสนเทศ และ บทบาทอนาคตของบรรณารักษ์บุคลากรในวิชาชีพ (กิจกรรมระดม สมอง)	โดย ดร.นฤมล รีนไวย์ ผู้อำนวยการ สำนักสื่อสารองค์กร สถาบันวิจัย วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีแห่ง ประเทศไทย (วว.)
	<b>ศึกษาดูงาน</b>	
	พิธีกรดำเนินการประชุม คือ นางสาวนุกุลรัตน์ ลวงลายทอง และ นายอุทัย แสงศรี	

## ๒. จำนวนผู้เข้ารับการสัมมนา

เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๔๐ คน

### ๓. สรุปสาระสำคัญจากการเข้าร่วมการสัมมนา

การประชุมใหญ่สามัญประจำปี ๒๕๖๕ ชมรมห้องสมุดเฉพาะ แนะนำคณะกรรมการบริหารชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย ชุดที่ ๓๙ (๒๕๖๕ - ๒๕๖๖) จากนั้นเป็นการบรรยาย และเสวนาในหัวข้อสรุปได้ดังนี้

**หัวข้อที่ ๑ “การบรรยายเรื่อง บนเส้นทาง Design Thinking สู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน”** โดย อาจารย์จามร เหล่าอิม จันทรวิทย์กรและ Coach อิศระผู้เชี่ยวชาญ

ห้องสมุดต้องมีนวัตกรรมที่เข้ามาช่วยในการให้บริการของห้องสมุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกอยากที่จะเดินเข้ามาใช้บริการ ซึ่งวิทยากรเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้าน Ideate จึงให้ความรู้กับผู้ใช้ร่วมอบรม ดังนี้

#### ๑. นวัตกรรม (Innovation) คือ

๑. ต่อยอดของเดิมที่มีอยู่
๒. ของเดิมที่มี เพิ่ม Idea ใหม่ ๆ
๓. ผลผลิตที่เกิดจาก ๒ ข้อข้างต้น (ซึ่งจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการก็ได้)

ซึ่งจะมี Key Word อยู่ ๓ ข้อ เพื่อเป็นส่วนประกอบทำให้เกิดนวัตกรรม ได้แก่

๑. Thing = ของเดิม สามารถแบ่งผลที่ออกมาจากการพัฒนาได้เป็น ๖ ประเภท ได้แก่

- ๑) ผลิตภัณฑ์
- ๒) บริการ
- ๓) กระบวนการ
- ๔) การบริหารจัดการ
- ๕) ระบบ
- ๖) รูปแบบธุรกิจ

๒. New = สิ่งใหม่ สามารถพัฒนาต่อยอดเพิ่มเติมจากของเดิมให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นสามารถแบ่งได้เป็น ๙ ระดับ คือ

- ๑) ใหม่สำหรับตนเอง
- ๒) ใหม่สำหรับแผนก
- ๓) ใหม่สำหรับส่วน
- ๔) ใหม่สำหรับองค์กร
- ๕) ใหม่สำหรับตลาด
- ๖) ใหม่สำหรับภาคส่วน/อุตสาหกรรม
- ๗) ใหม่สำหรับประเทศ
- ๘) ใหม่สำหรับภูมิภาค
- ๙) ใหม่สำหรับโลก

๓. Value = สิ่งที่มีค่า ซึ่งสามารถทำให้เกิดคุณค่า ดังนี้

- ๑) ลดความเจ็บปวด Pain Point ที่เกิดขึ้นจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้

- ๒) เพิ่มคุณค่าทางจิตใจ หรือภูมิใจเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้หรือบริการที่ได้รับ
- ๓) เพิ่มผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ซึ่งหากนำ Key Word ทั้ง ๓ คำ มาประกอบกัน จะทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรม ดังนี้

๑. Thing + New = ยังเป็นแค่สิ่งประดิษฐ์ แต่ยังไม่ใช่นวัตกรรม
๒. Thing + Value = เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณค่า
๓. New + Value = สิ่งที่เป็นความคิดสร้างสรรค์

ทั้งนี้ หากต้องการสร้างนวัตกรรม จำเป็นต้องพิจารณาที่ Value ว่าสามารถเกิดคุณค่าต่อลูกค้าหรือผู้ให้บริการอย่างไร และพิจารณาจากความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้ที่ต้องการจากธุรกิจหรือบริการ ซึ่งจุดเริ่มต้นของนวัตกรรมไม่ใช่เงินลงทุน แต่ต้องเริ่มจาก Pain Point โดยของที่เรียกว่านวัตกรรมคือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่จากของที่มี เช่น โทรศัพท์ไอโฟน ซึ่งของที่ใช้ในปัจจุบันเคยเป็นนวัตกรรมมาก่อนทั้งสิ้น เช่น ปากกา ขวดน้ำดื่ม ไอโฟน ๒-๑๔ โทรศัพท์รุ่นใหม่ ๆ ก็จะมีเรียกว่าสิ่งที่สร้างมูลค่า

ดังนั้น การสร้างนวัตกรรม คือ การสร้างข้อเสนอใหม่ ๆ ที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร การสร้างนวัตกรรมจำเป็นต้องระบุปัญหาที่สำคัญ และจัดการปัญหาเหล่านั้นอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งมอบแนวทางแก้ไขปัญหาใหม่ที่เรียบง่ายและมีคุณค่า ซึ่งจะมีกระบวนการสร้างนวัตกรรม ดังนี้

๑. ปัญหา ผ่านเครื่องจักร+อุปกรณ์ = นวัตกรรม
๒. ปัญหา ผ่านเทคโนโลยี+ความรู้ = นวัตกรรม
๓. ปัญหา ผ่านความต้องการของคน = นวัตกรรม

## ๒. Design Thinking

Design Thinking คือ กระบวนการคิดที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง และนำเอาความคิดสร้างสรรค์ และมุมมองจากคนหลาย ๆ วิชาชีพ มาสร้างความคิด แนวทางการแก้ไข และนำเอาแนวทางต่าง ๆ มาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้ และประสบการณ์นั้น ๆ ซึ่งวิทยากรได้กล่าวว่า Design Thinking ในโลกนี้มีกรอบแนวความคิดที่หลากหลาย แต่ทุกกรอบแนวความคิดจะมีแก่นเหมือนกัน คือ

๑. Heart (Understand) ทำความเข้าใจด้วยใจ ด้วยวิธีการ ศึกษา สังเกต สัมภาษณ์ ทดลอง
๒. Head (Ideate) การหา Option ใหม่ ๆ ด้วยวิธีการหรือเทคนิคในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ เติมเข้า ดึงออก ทำให้ง่าย สลับปรับเปลี่ยน
๓. Hand (Test) การทดลองลงมือทำ ด้วยวิธีการทดลองในด้านต่าง ๆ จากการค้นหา Feedback Matric จากลูกค้าหรือผู้ให้บริการตัวจริง ได้แก่
  - ๑) อะไรที่เขาชอบ ตอบโจทย์ Happy Moment
  - ๒) มุมไหนที่สามารถพัฒนาต่อได้อีก อะไรที่ยังไม่ตอบโจทย์
  - ๓) มุมไหนที่ลูกค้าสงสัย ไม่ชัดเจน กังวล เกิดคำถามจากคนที่ทดลองใช้
  - ๔) ความคิดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นเพิ่มเติม

**หัวข้อที่ ๒ “การบรรยายเรื่อง อนาคตศึกษา...เพื่อการทำงานที่ตอบโจทย์จากปัจจุบันถึงอนาคต”** โดย นายเลอชาติ ธรรมธีรเสถียร ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวคิดของอนาคตศึกษา องค์ประกอบของอนาคตศึกษา ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องในการศึกษาอนาคต บทบาทของการบริการสารสนเทศกับอนาคตศึกษา บทบาทของวิชาชีพสารสนเทศ การใช้ประโยชน์จากผลของอนาคตศึกษา

สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สศส.) เป็นองค์การมหาชนที่จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๑๔ สิงหาคม ๒๕๖๑ โดยมีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว โดยที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center (TCDC) เป็นหน่วยงานภายใต้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ Creative Economy Agency (Public Organization) ในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกา “จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๖๑”

วัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม บนรากฐานการใช้ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ที่มีความพร้อมสำหรับการก้าวสู่ออนาคต

มีเป้าหมายในการสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการทำงานด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ รวมทั้งยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล การพัฒนาย่านและเมืองสร้างสรรค์ที่เอื้อให้ภาคชุมชนและภาคธุรกิจ เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีนวัตกรรม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย ๑๕ สาขา คือ ๑) งานฝีมือและหัตถกรรม ๒) ดนตรี ๓) ศิลปะการแสดง ๔) ทัศนศิลป์ ๕) ภาพยนตร์ ๖) การแพร่ภาพและกระจายเสียง ๗) การพิมพ์ ๘) ซอฟต์แวร์ ๙) การโฆษณา ๑๐) การออกแบบ ๑๑) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม ๑๒) แฟชั่น ๑๓) อาหารไทย ๑๔) การแพทย์แผนไทย ๑๕) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อุปสงค์ อุปทาน คือ แนวคิดพื้นฐานที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดที่มีการแข่งขัน โดยอุปสงค์และอุปทาน (Demand และ Supply) คือความต้องการซื้อและความต้องการขายที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อราคาสินค้าในตลาด ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการซื้อสินค้าในแต่ละช่วงเวลา ความต้องการซื้อเกิดจากภาคธุรกิจ ภาครัฐและประชาชนทั่วไป ความต้องการขายเกิดจากนักสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

หลังจากปิดตัวไปได้ไม่นาน TCDC สาขาเก่าที่ห้าง The Emporium ก็ได้ปรับโฉมออกมาเป็นรูปแบบใหม่ ในชื่อ “AIS D.C. (AIS Design Centre)” โดยตั้งใจให้เป็น Community สำหรับเหล่าผู้ประกอบการรายใหม่ ให้มาพูดคุย พบปะ เพื่อต่อยอดความคิดและสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ๆ

Trend Books คือ หนังสือที่รวบรวมและนำเสนอข้อมูลอัพเดทเทรนด์ใหม่กับเทรนด์ล่าสุด ได้แก่ การเลือกสี สังกะสีและวัฒนธรรม ประชากร กราฟิก เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม ตัวอย่าง THAI TEXTILES TREND BOOK Autumn/Winter 2022-2023 นำเสนอข้อมูลตั้งแต่ประเภทเนื้อผ้า การเลือกสี การออกแบบลวดลาย รวมไปถึงเทรนด์และแนวโน้มความเป็นไปในอนาคตของอุตสาหกรรมแฟชั่น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเอาข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับงานผ้าไทยได้อย่างมีทิศทาง เกี่ยวกับประเภทเนื้อผ้า การเลือกสี การออกแบบลวดลาย รวมไปถึงเทรนด์และแนวโน้มความเป็นไปในอนาคตของอุตสาหกรรมแฟชั่น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเอาข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับงาน “ผ้าไทย” ได้อย่างมีทิศทาง

การนำเสนอเทรนด์ใหม่ เพื่อวางแผน เตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต บริหารความเสี่ยงการเปลี่ยนแปลงทางด้าน สังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมือง

ทฤษฎีช่วงอายุ เป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายความแตกต่างของคนต่างรุ่น โดยแบ่งช่วงอายุตามปีเกิด ได้แก่ Baby Boomer, Generation X, Generation Y, Generation Z, Generation Alpha โดยแต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างของวิถีคิด ค่านิยม และพฤติกรรม

๕ ประเด็น หากจะทำงานร่วมกับคน Generation Z ประกอบด้วย ๑) มอบหมายให้เขาเสมือนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ช่วยคิดแก้ปัญหาขององค์กร ๒) ต้องการความอิสระสูง ไม่มีตารางเวลางาน ๓) ส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ เชื้อชาติ ๔) ยึดมั่นในค่านิยมสากล/ปัญหาสุขภาพจิตมากขึ้น ๕) ฝึกฝนพวกเขาในทักษะในอนาคต

วงจรรองของข่าวปลอม เริ่มต้นเมื่อมีข่าวปลอมที่เกี่ยวกับประเด็น อารมณ์ ขวบนตื่นเต้น น่าสงสัย หรือสิ่งแปลกที่โพสต์ลงในระบบการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งการทำงานในห้องสมุดต้องมีส่วนในการคัดกรองข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และสิ่งที่จะตามมาในยุค Web 3.0 ได้แก่ ข้อมูลตัวตนผู้ใช้งานที่เป็นส่วนตัวอย่างแท้จริง การเชื่อมต่อที่ไร้ตัวกลางควบคุม และส่วนต่อประสานผู้ใช้ (UI) ที่ปรับไปตามผู้ใช้งาน เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยคนทำคอนเทนต์ เทคโนโลยีการใช้ความเป็นจริงเสมือน (VR) หรือเทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกแห่งความจริง (AR) และการมาของเมตาเวิร์ส (Metaverse)

เมตาเวิร์ส (Metaverse) โดยทั่วไปหมายถึง สภาพแวดล้อมของโลกเสมือนจริงของผู้คนผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นพื้นที่ดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นให้เหมือนจริง เหมือนเราอยู่อีกโลกใช้ชีวิตคล้ายกับอยู่บนโลกความเป็นจริง โดยการใช้ความเป็นจริงเสมือน (VR) หรือเทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกแห่งความจริง (AR)

บริษัทการ์ทเนอร์ (Gartner, Inc) เป็นบริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีอธิบายองค์ประกอบของ Metaverse ในไดอะแกรมประกอบด้วย สกุลเงินดิจิทัล ตลาด/การค้าดิจิทัล โทเค็นที่ไม่สามารถแยกได้ (NFTs) โครงสร้างพื้นฐาน ความเป็นอิสระของอุปกรณ์ การเล่นเกม สินทรัพย์ดิจิทัล, คอนเสิร์ต งานสังคมและความบันเทิง การซื้อของออนไลน์ สถานที่ประกอบการ โซเชียลมีเดีย มนุษย์ดิจิทัล การประมวลผลภาษาธรรมชาติ

เกมิฟิเคชัน (Gamification) หมายถึง การใช้เทคนิคในรูปแบบของเกมโดยไม่ใช้ตัวเกม เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วยวิธีการที่สนุกสนาน ใช้กลไกของเกมเป็นตัวดำเนินการอย่างไม่ซับซ้อน อันจะทำให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรม ตรวจสอบ ปรับปรุง และหาวิธีการแก้ไขปัญหา ตัวอย่างการนำมาใช้จริง ในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ พิพิธภัณฑ์ลูฟร์ (ปารีส ประเทศฝรั่งเศส) เสนอให้เปิดกลางแจ้งฟรีเกมผจญภัย “Mysteries at the Tuileries” ในทีมเล็ก ผู้มาเยือนสามารถสำรวจสวนของพิพิธภัณฑ์และพยายามเปิดเผยความลับ ระดับความยากที่หลากหลายทำให้ผู้เยี่ยมชมทุกวัยได้เพลิดเพลินและไขปริศนาในการค้นหาสมบัติลึกลับ

VUCA เป็นคำที่เราได้ยินกันบ่อยมากขึ้น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ เป็นต้นมา นั่นอาจเป็นเพราะในปีที่ผ่านมาโลกของเราได้เผชิญกับเหตุการณ์และความเปลี่ยนแปลงมากมายหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็น COVID ที่ทำให้ชีวิตประจำวันเปลี่ยนไป, New Norm ที่ทำให้พฤติกรรมของเราเปลี่ยนแปลง และอาจกล่าวได้ว่าขณะนี้คนส่วนใหญ่ก็เริ่มจะคุ้นชินกับ New Norm จนกลายเป็นวิถีชีวิตประจำวันไปแล้ว, การเข้ามาของ Generation ใหม่ ที่ได้นำเอาความคิดใหม่และวัฒนธรรมการทำงานรูปแบบใหม่เข้ามาด้วย รวมไปถึงการเข้ามาของเทคโนโลยีและเทรนด์ใหม่ที่ได้เข้ามา Disruption ธุรกิจบางแห่ง และเกิดการ Transformation ของบางองค์กร ทำให้บางอาชีพหายไป ในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดอาชีพใหม่ ๆ ขึ้นมา และนั่นเองที่ทำให้เราต้องให้ความสนใจกับคำนี้กันมากขึ้น เพราะในอนาคตเราอาจไม่สามารถล่วงรู้ได้อีกแล้วว่าอะไรจะเกิดขึ้นบ้าง แน่แน่นอนว่าในอดีตเราอาจจะพอทำนายได้ว่า อะไรจะเกิดขึ้นในอีก ๑๐ ปีหรือ ๒๐ ปีข้างหน้า

คำว่า VUCA นั้นถูกใช้ครั้งแรกใน U.S. Army War College ซึ่งนักศึกษาทหารได้ใช้คำย่อนี้เพื่ออธิบายสถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความผันผวน ยากจะคาดเดา มีความซับซ้อนสูง และคลุมเครือเกินกว่าจะอธิบายได้ ซึ่งอธิบายสถานการณ์หลังจากเหตุการณ์สงครามเย็น ในปีพ.ศ. ๒๕๓๔ ที่เต็มไปด้วยความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ในช่วงที่มีสงครามอัฟกานิสถานและอิรักนั่นเอง ในเวลาต่อมา คำว่า VUCA ก็เริ่มแพร่หลายมากขึ้นในวงการอื่น ๆ ด้วย เพื่อนำมาอธิบายสถานการณ์ที่ยากจะอธิบาย คาดเดาไม่ได้ และไม่แน่นอน โดยความหมายของ VUCA นั้นมาจากคำ ๔ คำ คือ

V- Volatility ความผันผวน ยากจะคาดเดา เป็นสถานการณ์เปลี่ยนแปลงรวดเร็วรุนแรงพร้อมที่จะเปลี่ยนทิ้งของเดิม Re-vision

Unlearn / Relearn U-Uncertainty มีความไม่แน่นอนสูง ไม่ชัดเจน ยากจะอธิบาย คาดการณ์จากประสบการณ์ หรือความรู้เดิมได้ยาก สร้างความมั่นใจจากข้อมูล

C-Complexity มีความซับซ้อนสูง มีปัจจัยมากมายที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ สร้างระบบลำดับเหตุผลความสำคัญ

A-Ambiguity มีความคลุมเครือ เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ยากจะคาดเดาผลลัพธ์ได้ กำกวม สร้างวิธีการสื่อสารลดความไม่ชัดเจนทำให้เรียนรู้เร็ว คล่องตัว ทดสอบเพื่อหาผลลัพธ์พร้อมยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง

## การใช้ประโยชน์จากผลของอนาคตศึกษา

การคาดการณ์อนาคตขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ จินตนาการ ข้อมูลสถิติ เพื่อเล่าสถานการณ์จำลองให้กับบุคคลอื่นเชื่อถือ หนังสือความรู้การระดมพลในปี ค.ศ. ๒๐๓๒ ได้อธิบายถึงการคาดการณ์อนาคตเพื่อเตรียมความพร้อมสร้างสำหรับอนาคตเครือข่ายการศึกษาวิชาชีพ คือ การทำให้ง่ายระบุวิธีการประหยัดเวลาให้ใช้น้อยที่สุดและความพยายามในการมีส่วนร่วมที่จำเป็น มีความรับผิดชอบตอบสนองต่อข้อเสนอแนะและรับผิดชอบต่อผลลัพธ์กับการติดตามผล สร้างความไว้วางใจ น่าเชื่อถือลงทุนในความสัมพันธ์ระยะยาว สร้างเงื่อนไขที่เหมาะสมพิจารณาปัจจัยเชิงโครงสร้างและบริบทของผู้ชมในขณะที่สร้างการเปลี่ยนแปลง

**การเข้าถึง** ทำให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นเรื่องง่ายมีประโยชน์ ผ่านเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย ตรงกับบริบทการใช้งาน Short Video, Chatbot สร้างความน่าเชื่อถือในแหล่งข้อมูล รวมถึงเครือข่ายเน้นประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้เข้าใจความต้องการที่แท้จริง ไม่ใช่แค่เพียงเอาทุกอย่างขึ้นออนไลน์ลองเข้าถึงผู้ใช้ผ่านเครือข่ายอื่น เครื่องมืออื่น ๆ ซ้ำมแพลตฟอร์ม

**ความเกี่ยวข้องกับผู้คน** ทำให้เนื้อหาเข้าถึงง่าย รวดเร็ว อยู่ในรูปแบบที่ง่ายต่อการเข้าใจแต่ละ community จะมีวิธีการของตนเอง ลองใช้กลุ่มคนเฉพาะกลุ่มในการสื่อสาร micro influencer ส่งเสริมการดูแลตนเองภายในชุมชน จัดตั้งวิธีการกฎระเบียบของชุมชนนั้น ๆ เอง ไม่ใช่แค่จะสื่อสารอย่างเดียว ช่วยแก้ไขปัญหาให้ audience ด้วย เพื่อให้เขารู้สึกมีประโยชน์

**การสร้างความสัมพันธ์** สร้างโอกาสในการมีส่วนร่วม และทำให้การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องง่าย สร้าง nudge แรงจูงใจอย่างง่าย แต่มีเป้าหมายใหญ่ บางทีการกำหนดวิธีการที่ไม่ได้ยึดถือประสิทธิภาพ อาจจะทำให้เกิดกลุ่มการพูดคุยขึ้น ทำให้เกิด network user ร่วมกันแก้ปัญหา ถ้ามวิธีการ ทำความเข้าใจบทบาทของ connectors ในเครือข่าย สร้างเป้าหมายของเครือข่ายในการผลักดันผลลัพธ์ที่สำคัญ

**การวิเคราะห์ผล** คู่มือหรือรูปแบบองค์กรที่ตอบสนองต่อเป้าหมาย ใช้วิธีวัดที่มีความหมาย มีคุณภาพมุ่งไปที่คุณค่าที่แท้จริงให้โอกาส และคุณค่ากับคำตอบที่แท้จริง honest feedback ให้อำนาจกับผู้ใช้หรือเครือข่าย เน้นฟัง ทำงานด้วยกัน empower

### บทบาทของห้องสมุดในอนาคต

- ๑) คุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ เข้าใจคุณค่าที่แท้จริงและแตกต่างของหน่วยงานพร้อมนำเสนอข้อมูล/บริการเฉพาะ
- ๒) ลูกค้ายเป็นศูนย์กลาง ยืดหยุ่นพร้อมจะเปลี่ยนแปลงเพื่อยืดกิจกรรมความต้องการของผู้ใช้/ลูกค้าเป็นศูนย์กลางเสมอ
- ๓) วัฒนธรรมนวัตกรรม วัฒนธรรมองค์กรที่กล้าทดลองเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่

**หัวข้อที่ ๓ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง อนาคตห้องสมุด..นักสารสนเทศ..กำหนดได้** โดย ดร.นฤมล รื่นไวย ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กร สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

แนวทางการศึกษาอนาคตของห้องสมุด/ศูนย์สารสนเทศ และบทบาทอนาคตของบรรณารักษ์บุคลากรในวิชาชีพ (กิจกรรมระดมสมอง)



๑. งานที่จัดเป็นงานสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมห้องสมุดในอนาคต
  - ๑) หุ่นยนต์นำทาง
  - ๒) ปฐมนิเทศน์ศึกษาใหม่ด้วยสื่อเสมือนจริง
  - ๓) ข้อมูลการยืม-คืน หนังสือ วารสาร e-book ข้อมูลสถิติการเข้าใช้ห้องสมุด
  - ๔) การนำเสนอข้อมูลทางเว็บไซต์
  - ๕) รายการสรุปผลตามไตรมาส
  - ๖) ช่วยสนับสนุนทรัพยากรสารสนเทศ ด้วยการแลกเปลี่ยนทรัพยากรสารสนเทศผ่านเครือข่ายความร่วมมือระหว่างห้องสมุด/ศูนย์สารสนเทศ
  - ๗) การให้บริการอ่านทรัพยากรสารสนเทศด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกแห่งความจริง (AR)
- ๒) ทักษะที่บรรณารักษ์/นักเอกสารสนเทศต้องมีเพื่อรองรับอนาคต (Next normal)
  - ๑) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ในการให้บริการตอบคำถามออนไลน์
  - ๒) การพัฒนาแอปพลิเคชันให้บริการเพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
  - ๓) การสร้างสรรค์สื่อใหม่
  - ๔) การใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกแห่งความจริง (AR)

#### ๔. การนำผลที่ได้รับภายหลังจากการเข้ารับการประชุม/สัมมนามาใช้ในการปฏิบัติงาน

๑) งานบริการห้องสมุด/แหล่งสารสนเทศต้องมีนวัตกรรมที่เข้ามาช่วยในการให้บริการของห้องสมุด โดยบุคลากรของห้องสมุด/แหล่งสารสนเทศควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรม และกระบวนการคิด Design Thinking เพื่อให้เข้าใจปัญหาที่แท้จริงจากหลายมุมมองโดยมีผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง เพื่อสร้างสรรค์งานบริการที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกอยากที่จะเข้ามาใช้บริการ ได้รับประโยชน์และความประทับใจกลับไป

๒) การบริการสารสนเทศควรใช้ประโยชน์จากอนาคตศึกษาสำหรับการเตรียมความพร้อม ทำให้ง่ายประหยัดเวลา ซึ่งต้องมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่าย/ชุมชน และคำนึงถึงบทบาทของห้องสมุดในอนาคต

๓) อนาคตของห้องสมุด/ศูนย์สารสนเทศ และบทบาทอนาคตของบรรณารักษ์บุคลากรในวิชาชีพพร้อมที่จะศึกษาเรียนรู้และพัฒนาทักษะให้สามารถจัดให้บริการที่เป็นงานสร้างสรรค์/นวัตกรรม

#### ๕. ข้อเสนอแนะ

สำนักงานฯ ควรสนับสนุนส่งเสริมให้บรรณารักษ์บุคลากรในวิชาชีพได้รับความรู้ ศึกษาดูงานเกี่ยวบริการใหม่ ๆ และพัฒนาทักษะที่จำเป็นเพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดบริการที่เหมาะสมกับหอสมุดรัฐสภาได้