# บทที่ 12 : การปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Self‑Adaptation to Digital Transformation)

## ภาพรวมการเปลี่ยนผ่านและดิสรัปชัน (หน้าที่ 4–16)

• ชีวิตยุคดิจิทัลทำให้ “ไม่ปรับตัว = อยู่ยาก” โดยเฉพาะด้านรายได้/อาชีพ (หน้าที่ 4)

• กระแส Digital Transformation ทศวรรษ 2020–2030: AI เข้ามาทำงานเชิงเหตุผลแทนมนุษย์ (หน้าที่ 5)

• ผลกระทบ: ลดงานเดิมหลายอาชีพ บางสายงาน “สูญงานทั้งก้อน” (เช่น เลขานุการ) (หน้าที่ 6)

• Digital Disruption = การเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีที่สร้างนวัตกรรมใหม่ จนกระทบมูลค่า/คุณค่าของเดิม (หน้าที่ 7)

• ตัวอย่างดิสรัปชัน (หน้าที่ 8–14)

○ iPhone จุดประกายสมาร์ตโฟน → เปลี่ยนงาน/ชีวิตส่วนตัววงกว้าง (หน้าที่ 8–9)

○ มือถือ/กล้องดิจิทัลแทนกล้องฟิล์ม (หน้าที่ 10)

○ สตรีมมิงเพลง/ภาพยนตร์ (หน้าที่ 11)

○ ประชุมออนไลน์ (หน้าที่ 12)

○ สื่อสิ่งพิมพ์ → สื่อออนไลน์ (หน้าที่ 13)

○ หุ่นยนต์เสิร์ฟอาหาร (หน้าที่ 14)

• ทางออก = ไม่ต้าน แต่ “เสริมทักษะ + อยู่ร่วมกับเทคโนโลยี” เพื่อโดดเด่นขึ้น (หน้าที่ 15–16)

## แผนทักษะสำหรับการปรับตัว (หน้าที่ 16)

• Adaptive Thinking / New‑media Literacy / Transdisciplinary / Computational Thinking & Sense‑making / Negotiation in Digital Age

## Adaptive Thinking (หน้าที่ 17–22)

• ที่มาแนวคิด: ฝึกนักบินขับไล่ Top Gun ช่วง ค.ศ. 1970 — ให้สวมมุมมองฝ่ายตรงข้าม เพื่อลดอุบัติการณ์ถูกยิงตก (หน้าที่ 18–19)

• ความหมาย: ความสามารถ “ปรับความคิด‑มุมมอง‑พฤติกรรม” ให้ตอบสนองต่อสถานการณ์/ข้อมูลใหม่ได้ทัน (หน้าที่ 20–21)

• พื้นฐานต้องใช้ทั้ง **ความคิดสร้างสรรค์** และ **คิดเชิงวิเคราะห์** ภายใต้บริบทที่กดดันและเปลี่ยนเร็ว (หน้าที่ 21)

## Creative Thinking (หน้าที่ 22–24)

• ความสามารถคิดริเริ่ม เห็นความเชื่อมโยง นอกกรอบ (หน้าที่ 22)

• Guilford (1967): องค์ประกอบ 4 ประการ (หน้าที่ 23–24)

1. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) — คิดได้มากและเร็ว แยกเป็น Word/Associational/Expressional/Ideational Fluency (หน้าที่ 24)
2. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) — คิดได้หลายทิศทาง: Spontaneous & Adaptive Flexibility (หน้าที่ 30)
3. ความริเริ่ม (Originality) — แปลกใหม่ กล้าลอง (หน้าที่ 31)
4. ความละเอียดลออ (Elaboration) — รายละเอียดครบ นำไปต่อยอดได้ (หน้าที่ 32)

## เกม/ตัวอย่างกระตุ้นความคิด (หน้าที่ 25–29)

• ปริศนาภาพ/ทายเพลง/เกมเลข/การ์ตูนล้อเลียน/การ์ตูนตลก — ใช้ฝึกมุมมองและการเชื่อมโยง

## SCAMPER Model (หน้าที่ 33–43)

• เทคนิค 7 มุมมองจุดประกายวิธีแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ (หน้าที่ 34)

• S — Substitute: แทนที่ส่วน/วัสดุ/กระบวนการ (เตียงสนามกระดาษ, หม้อทอดไร้น้ำมัน) (หน้าที่ 35)

• C — Combine: ผสมแนวคิด/ส่วนประกอบ (ชั้นวางหนังสือรวมเก้าอี้, หม้อหุงที่ต้ม‑นึ่งได้) (หน้าที่ 36)

• A — Adapt: ปรับให้เหมาะช่วงวัย/เวลา/สถานการณ์ (ห้องกักตัว, บีบซอสแบบหลอดยาสีฟัน) (หน้าที่ 37)

• M — Modify/Magnify/Minify: ดัดแปลง/ขยาย/ย่อ (กรรไกรตัดขวด, ลวดเสียบกระดาษใหญ่, จอ LCD เล็ก) (หน้าที่ 38–41)

• P — Put to another use: ใช้ประโยชน์อื่น (ช้อนส้อมดัดเป็นที่แขวน, คลิปหนีบเป็นตัวจัดสาย) (หน้าที่ 41)

• E — Eliminate: ตัดส่วนเกินให้เรียบง่าย/มีประสิทธิภาพ (Self‑service, ตัดช่องใส่แผ่น CD, แว่นไร้กรอบ) (หน้าที่ 42)

• R — Reverse: กลับด้าน/จัดลำดับใหม่ (เครื่องปิ้งขนมปังดีไซน์ให้ขนมปังตกลงด้านล่าง) (หน้าที่ 43)

## Analytical & Critical Thinking (หน้าที่ 44–48)

• Analytical Thinking: แยกส่วน ตรวจสอบความสัมพันธ์องค์ประกอบ (หน้าที่ 44)

• องค์ประกอบหลักของ Adaptive Thinking: 1) วางแผนมีประสิทธิภาพ 2) ลงมืออย่างระมัดระวัง 3) ยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ไม่คงที่ (หน้าที่ 45)

• Critical Thinking: คิดอย่างมีวิจารณญาณ ตั้งคำถาม/โต้แย้งด้วยเหตุผล หลักฐาน ข้อเท็จจริง ไม่ปะปนความเชื่อ (หน้าที่ 46–47)

## ทักษะอนาคตจาก WEF 2025 (หน้าที่ 48–49)

• กลุ่ม Problem‑solving เด่น: Analytical thinking & innovation / Complex problem‑solving / Critical thinking & analysis / Creativity‑Originality‑Initiative / Reasoning‑Problem‑solving‑Ideation (หน้าที่ 48)

• ลักษณะผู้มี Adaptive Thinking: Open‑mindedness / Flexibility / Willingness to learn (หน้าที่ 49–53)

## Growth vs Fixed Mindset (หน้าที่ 54–66)

• คำถามชวนคิด (เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย) เรื่องความฉลาดและการเรียนรู้ (หน้าที่ 54–57)

• Fixed Mindset: เชื่อว่าความสามารถเปลี่ยนยาก → กลัวออกจาก Comfort Zone (ตัวอย่างความคิด) (หน้าที่ 58–61)

• Growth Mindset: มองอุปสรรคเป็นโอกาส ผ่านการทำงานหนัก/ลองผิดถูก (คำคม Edison) (หน้าที่ 62–64)

• เปรียบเทียบ Growth vs Fixed: เปิดรับสิ่งใหม่/ยอมรับงานท้าทาย/เห็นค่าคำติชม/ยินดีกับความสำเร็จผู้อื่น (หน้าที่ 65)

• ขั้นตอนสร้าง Growth Mindset: รู้ pattern ตัวเอง → เลือกเปลี่ยน → ตั้งเป้าหมายเป็นช่วงเวลา → จดบันทึกติดตาม → ประเมินผล → เป็น “แก้วใหญ่ขึ้นเสมอ” (หน้าที่ 66)

## New‑media Literacy (หน้าที่ 67–86)

• Traditional Media: สื่อทางเดียว ข้อจำกัดด้านปริมาณ/เวลา/ระยะทาง (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ TV ภาพยนตร์) (หน้าที่ 68–69)

• New Media: สื่อสองทาง ผสานภาพ‑เสียง‑ข้อความบนเครือข่าย (Multimedia) (หน้าที่ 70–71)

• วงจร “สื่อวิถีใหม่” ตลอดวัน: ตื่น‑ห้องน้ำ‑เดินทาง‑ที่เรียน/ที่ทำงาน‑กลับบ้าน‑ก่อนนอน (หน้าที่ 72–78)

• ลักษณะเด่น: ไม่จำกัดเวลา/สถานที่/ขอบเขต, อิสระรูปแบบ, ผู้รับสารผลิตสื่อเองได้ (หน้าที่ 79–80)

• ข้อดี: ลดต้นทุน, เจาะกลุ่มเป้าหมายละเอียด, สื่อสารสองทาง, วัดผลง่าย, เข้าถึงทุกที่เวลา, ปฏิสัมพันธ์สูง, กระจายเร็ว, ตอบสนองหลายประเภท, ลดทรัพยากร (หน้าที่ 81–83)

• แนวทางปรับตัว: เรียนรู้เครื่องมือใหม่เพื่อสื่อสารได้มีประสิทธิภาพและสร้างรายได้ (หน้าที่ 84–86)

## New‑media เพื่อ Productivity และผู้ประกอบการ (หน้าที่ 85–89)

• Productivity ส่วนบุคคล: ใช้สมาร์ตโฟนเกินกว่าแชต/เกม/ถ่ายรูป, สร้างโปรไฟล์ออนไลน์ (เว็บไซต์/LinkedIn) (หน้าที่ 85–86)

• ธุรกิจ: ใช้สื่อวิถีใหม่เป็นแกน กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (หน้าที่ 87)

• KPI สื่อใหม่: View / Reach / Engagement / Like + ใช้อินฟลูเอนเซอร์ (หน้าที่ 87)

• วิดีโอสั้น 15–30 วินาที (TikTok ฯลฯ) ใส่ลิงก์สั่งซื้อได้ทันที (หน้าที่ 88–89)

## Transdisciplinary (หน้าที่ 89–99)

• ความหมายและแผนภาพเปรียบเทียบศาสตร์ (หน้าที่ 90–91)

• ทำความเข้าใจ Big Data + พฤติกรรมมนุษย์ + กระบวนคิดคอมพิวเตอร์ → บูรณาการข้ามศาสตร์ (หน้าที่ 92)

• เปิดรับความรู้ข้ามสาขาเสมอ + ช่างสังเกต + เชื่อมโยงเป็นระบบ (หน้าที่ 93–95)

• วิธีพัฒนาตน: 1) กำหนดเป้าชัด 2) เลือกเรื่อง 3) ศึกษาหลายแหล่ง 4) ทดลอง 5) บูรณาการกับทักษะอื่น (หน้าที่ 95–96)

• ตัวอย่าง: การตลาดเชิงเจาะบุคคลต้องรู้โฆษณา/พฤติกรรมผู้บริโภค/เครื่องมือส่งโฆษณา/วิเคราะห์ข้อมูล (หน้าที่ 96)

• เคสชุมชน “แพรกหนามแดง” จ.สมุทรสงคราม — จัดการน้ำเค็ม‑น้ำกร่อย‑น้ำจืด ด้วย CBR และออกแบบประตูน้ำร่วมวิศวกรรม + กติกาอยู่ร่วมกัน (หน้าที่ 97–104)

## Computational Thinking & Sense‑making (หน้าที่ 105–121)

• ทำไมต้อง CT: คอมพิวเตอร์ไม่เข้าใจภาษามนุษย์โดยตรง — ต้องสื่อสารเชิงขั้นตอน (หน้าที่ 105–106)

• นิยาม CT: แนวคิดเป็นระบบให้มนุษย์/คอมพิวเตอร์เข้าใจร่วมกัน (หน้าที่ 106–107)

• องค์ประกอบ 4 ส่วน (หน้าที่ 107–116)

1. Decomposition — ย่อยปัญหา (ตัวอย่างทริป “ทีลอซู”) (หน้าที่ 108–110)
2. Pattern Recognition — มองหาความคล้ายคลึง (เช่น Sudoku) (หน้าที่ 111–112)
3. Abstraction — ตัดส่วนไม่จำเป็น เน้นสาระ (ตัวอย่าง “แผนที่” หลายระดับ) (หน้าที่ 113–115)
4. Algorithm Design — ออกแบบขั้นตอน (ตัวอย่างเดินทาง รามคำแหง → วัดอรุณฯ) (หน้าที่ 116–117)

• Sense‑making: เข้าถึง “ความหมาย‑อารมณ์” เหนือขีดความสามารถเครื่องจักร → เข้าใจบริบท/สร้างความสัมพันธ์/ตีความข้อมูลให้เป็นภาพรวมสอดคล้อง (หน้าที่ 118–121)

## Negotiation in Digital Age (หน้าที่ 122–135)

• ความหมายการเจรจาต่อรอง และ “การเจรจาแบบดิจิทัล” ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (หน้าที่ 123–124)

• แก่นการต่อรอง: การสื่อสารเพื่อคลี่คลายปัญหา — เริ่มจาก “เป็นนักฟังที่ดี” และเข้าใจความรู้สึกคู่สนทนา (หน้าที่ 125–126)

• เทคนิค “ผู้ฟังที่ดี” (หน้าที่ 126)

• การฝึกทักษะเจรจา: วางแผน/กล้า/มีคำตอบ/มี EQ & Growth Mindset/น่าเชื่อถือ/มีกลยุทธ์ (หน้าที่ 127)

• เคล็ดลับสำคัญ (หน้าที่ 128–133)

○ วางแผนและเตรียมตัวล่วงหน้า (หน้าที่ 129–130)

○ เลือกแพลตฟอร์มเหมาะสม: Zoom/Teams/Meet + ความสามารถแชร์หน้าจอ/แก้ไขร่วม (หน้าที่ 130)

○ สื่อสารชัดเจน ใช้สื่อประกอบ ใส่ใจน้ำเสียง‑ภาษากาย (หน้าที่ 131)

○ สร้างความสัมพันธ์: เกริ่นคุยทั่วไป/แบ่งปันเรื่องราว (หน้าที่ 132)

○ บริหารเวลาให้ดี กำหนดช่วงพูดแต่ละประเด็น (หน้าที่ 133)