



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถานีพัฒนาที่ดินนครศรีธรรมราช โทร. ๐ ๗๕๓๗ ๘๖๐๙ โทรสาร ๐ ๗๕๓๗ ๘๖๐๙

ที่ กษ ๐๘๑๘.๑๐/

วันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖

เรื่อง รายงานการพัฒนาความรู้ผ่านระบบออนไลน์ (TDGA E-Learning)

เรียน ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินนครศรีธรรมราช

ตามที่ กรมพัฒนาที่ดิน เห็นชอบกรอบตัวชี้วัดเพื่อประกอบการพิจารณาเลื่อนเงินเดือนระดับกอง/สำนักด้านผลสัมฤทธิ์ของงานรอบการประเมินที่ ๑ และ ๒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ซึ่งตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ของบุคลากรในหน่วยงาน ในรอบการประเมินที่ ๑/๒๕๖๖ กำหนดให้ข้าราชการ มีการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล ๑ เรื่อง โดยพัฒนาครบถ้วนตามเงื่อนไขของหลักสูตร และพัฒนาความรู้ (เรื่องอื่นๆ) ๑ เรื่องรวมทั้งมีการสรุปทเรียน ๑ เรื่อง ส่งให้ผู้บังคับบัญชาทราบ นั้น

ในการนี้ ข้าพเจ้า นายกฤษณะ รามสูตร ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรชำนาญการ ได้ดำเนินการพัฒนาความรู้ผ่านระบบออนไลน์ (TDGA E-Learning) ในหลักสูตร Digital literacy รายละเอียดตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไป

(นางสาวจิตตวดี ยืนยง)

เจ้าพนักงานการเกษตรปฏิบัติงาน

- ทราบ
- งานธุรการดำเนินการต่อไป

(นายค้ำนิง แสงชำ)

ผู้อำนวยการสถานีพัฒนาที่ดินนครศรีธรรมราช

# สรุปบทเรียนการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ TDGA E-Learning

## รอบที่ ๑ หลักสูตร Digital Literacy

การเข้าเรียนจนจบหลักสูตร วันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖

### สรุปสาระสำคัญ

Digital Literacy แนะนำส่วนประกอบสำคัญของคอมพิวเตอร์ รวมทั้งเข้าใจพื้นฐานของอุปกรณ์ต่าง ๆ การเลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานทั้งในฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ และ ภัยอันตราย ที่เกิดขึ้นในรูปแบบดิจิทัล การคุกคามและวิธีป้องกันตัวในโลกดิจิทัล

### วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจและใช้ดิจิทัลสำหรับการปฏิบัติงานและการใช้ชีวิตประจำวันได้
๒. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
๓. เพื่อให้ผู้เรียนตระหนักรู้การใช้ดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

### บทที่ ๑ อุปกรณ์

#### ๑.๑ Devices

input - process - output model

ส่วนประกอบพื้นฐานของคอมพิวเตอร์

arithmetic logic unit

/

input unit-control unit-output unit

/

memory

อุปกรณ์หลัก ๔ ประเภท

- CPU
- RAM/Cache
- Hard disk
- I/O

๑.๒ ประเภทของคอมพิวเตอร์ แบ่งได้ ๕ ประเภท

- Laptop
- Desktop
- Server
- Tablet
- Cloud Computing

๑.๓ Operating Systems and software Software concepts มี ๓ ประเภท

- System software ซอฟต์แวร์ระบบ แบ่งเป็น ๒ ชนิด
  - Operating System ระบบปฏิบัติการ
  - Device Drivers โปรแกรมควบคุมอุปกรณ์
- Application software
- Utility software

๑.๔ put it all together

๑.๕ ป้องกันไวรัสอย่างไรดี

- Back Up Your Files ควรเก็บไฟล์ลงในคอมพิวเตอร์ จากนั้นให้ Back up ลงใน External hard disk

แล้วให้นำเก็บบน Cloud

- Secure Your Network
- คอมพิวเตอร์ ไฟล์งาน และอุปกรณ์ต่อพ่วงอื่นๆ ล้วนแล้วแต่เชื่อมต่อกับ Wi-Fi อินเทอร์เน็ต จึงควรมี

Password ที่คาดเดายาก

- ไม่ควร Broadcast ผ่าน Wi-Fi สาธารณะ
- Think Before You Click
- ไม่ควรเข้า Website ที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์
- อย่าเปิดเอกสารแนบที่มากับ E-mail ที่ไม่รู้จักผู้ส่ง
- อย่าคลิกเข้าสู่ Link ที่มากับ E-mail ที่ไม่รู้จักผู้ส่ง
- ถ้าหากต้อง Download File จากอินเทอร์เน็ต, E-mail, FTP site หรือจากการแชร์ไฟล์ ควรต้อง สแกนไฟล์เหล่านั้นเสียก่อน
- Keep Your Personal Information Safe
- การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวต้องเข้าถึงได้ยาก
- หลีกเลี่ยงการใช้ชื่อจริงหรือหลักฐานที่แสดงตัวตนจริงเมื่อมีการสนทนาออนไลน์

## บทที่ ๒ รัฐบาลดิจิทัล

๒.๑ การเปลี่ยนแปลงสู่ Global Digital

ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยี อย่างแพร่หลาย ทั้งภาครัฐ และเอกชน ประเทศไทยกำหนด ภูมิภาค ดิจิทัลในระยะเวลา ๒๐ ปี

ระยะที่ ๑ (๑ ปี ๖ เดือน) ลงทุน และสร้างฐานรากในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ระยะที่ ๒ (๕ ปี) ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล

ระยะที่ ๓ (๑๐ ปี) ก้าวสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ ที่ขับเคลื่อนและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัล อย่างเต็มศักยภาพ

**ระยะที่ ๔ (๑๐ - ๒๐ ปี)** อยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน  
ขับเคลื่อนจาก digital Foundation สู่ Global digital leadership สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและ คุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน

๒.๒ รัฐบาลดิจิทัล ยุทธศาสตร์ ๖ ด้าน

- ✓ โปร่งใส เป็นหนึ่งเดียว
- ✓ บริการสะดวก รวดเร็ว แม่นยำ
- ✓ จัดเก็บและบริหารฐานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ
- ✓ เข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เหมาะสม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน แผนงาน
- ✓ พัฒนาบริการอัจฉริยะสำหรับประชาชน
- ✓ เปิดเผยข้อมูล และสร้างการมีส่วนร่วม
- ✓ เพิ่มประสิทธิภาพ และธรรมาภิบาลด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
- ✓ พัฒนาระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อรองรับการบริการภาครัฐ เป้าหมาย
- ✓ มีบริการที่ตอบสนองความต้องการประชาชน
- ✓ ส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน
- ✓ มีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การจัดเก็บ และการบริหารฐานข้อมูลรองรับการเชื่อมโยงการทำงาน

อย่างมี ประสิทธิภาพ

- ✓ กลไกการขับเคลื่อน
- ✓ ยกระดับคุณภาพงานบริการ
- ✓ ปรับกระบวนการ ลดขั้นตอน เพิ่มความรวดเร็ว โปร่งใส
- ✓ บูรณาการข้อมูลและระบบงาน สนับสนุนมาตรการ นโยบายภาครัฐ
- ✓ ผลักดันกลุ่มกฎหมาย จัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภัยคุกคามทางดิจิทัล
- ✓ สอดแนม แอบฟัง ดักจับข้อมูลการดัดแปลง
- ✓ เปลี่ยนแปลง แก้อัปเดต นำเข้า ดัดแปลง การก่อให้เกิดการปฏิเสธการให้บริการ
- ✓ ระดมส่งข้อมูลจำนวนมหาศาลจนเครื่องหยุดประมวลผลไม่ยอมรับ
- ✓ การปลอมตัว ปฏิเสธทำกิจกรรม

๒.๓ อุปสรรคในการขับเคลื่อนสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล ๒ ด้าน คือ

๑. ข้อจำกัดด้านปริมาณ

• บุคลากร

- นักวิชาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- บุคลากรที่มี Certificate ระดับสากลที่มีความจำเป็นตรงกับสายงาน
- นักวิจัยภาคเอกชนที่สามารถสนับสนุนองค์ความรู้ด้าน IT
- กฎหมายที่ยังไม่นำออกมาใช้บังคับ
- ร่าง พ.ร.บ. การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

- ร่าง พ.ร.บ. ข้อมูลส่วนบุคคล
- ร่าง พ.ร.บ. สภาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งประเทศไทย

## ๒. ข้อจำกัดด้านคุณภาพ

- ความรู้ความเข้าใจของผู้บริหารภาครัฐ
  - Information Management/It Standard
  - Policy Making
  - Implementation According to Policy under Cyber Laws
- ความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรง
- Digital Technology/IT standard/Cyber Security/Forensic Informatics
- Cyber Laws
- การทดสอบความรู้ตามมาตรฐาน
- การบริหารงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างด้านIT ที่มีประสิทธิภาพ
- จำนวนงบประมาณที่เหมาะสมต่อกิจกรรมแต่ละหน่วยงาน
- ผู้มีอำนาจจัดซื้อขาดความรู้ความเข้าใจ
- กระบวนการขั้นตอนใช้เวลานานมากเกินไป จนอุปสรรคหรือโปรแกรมล่าสมัย

## บทที่ ๓ สังคมออนไลน์

๓.๑ เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ หมายความว่า เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้าง และส่งต่อ เรื่องราวของตนเอง หรือมีส่วนร่วมกับเรื่องราวของผู้อื่น ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัว เวลาต่อมา นำไปใช้กับธุรกิจ

๓.๒ การใช้เครือข่ายสังคม มี ๓ รูปแบบ

๑. Blogs เว็บไซต์ที่มีพื้นที่สร้างและเผยแพร่เนื้อหา สามารถแสดงความคิดเห็นได้
๒. social network

ที่นิยม Facebook Twitter สามารถแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว ความคิดเห็น สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในเครือข่ายได้

๓. Crowdfunding เป็นการระดมเงินทุนทางออนไลน์ นำเสนอโครงการหรือธุรกิจในเว็บไซต์ ผู้สนใจจะเข้ามาดูข้อมูลในเว็บไซต์ที่เป็นCrowdfunding

๓.๓ reliability of social media ความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ข้อมูลมาจากใคร จากผู้เชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์จากเรื่องนั้นๆหรือพบเห็นเหตุการณ์นั้นด้วยตัวเอง หลักฐานมีหรือไม่ เพื่อความแน่ใจควรตรวจสอบจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ข้อมูลมีอคติหรือไม่ ควรตรวจสอบและพิจารณาจากแหล่งความคิดเห็นที่น่าเชื่อถือ

๓.๔ การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ คือลักษณะเฉพาะที่สร้างขึ้นในเว็บไซต์ อาจจะเหมือนหรือต่างจากตัวตนจริง ก็ได้อัตลักษณ์ คือ ชุดข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะที่บ่งบอกตัวตนของบุคคล ตัวบ่งชี้ คือ สัญลักษณ์ที่ใช้เพื่ออ้างถึงชุดข้อมูลลักษณะเฉพาะ

Partial identity คือ เซ็ตย่อยของชุดข้อมูลลักษณะเฉพาะที่อธิบายตัวตนของบุคคล

Profile คือ ข้อมูลบุคคล ลักษณะเฉพาะและกิจกรรมของบุคคลที่ผู้อื่นเป็นผู้เก็บรวบรวม

persona คือ partial identity ที่สร้างขึ้นมาเพื่ออธิบายลักษณะของบุคคลในสถานการณ์เฉพาะ

๓.๕ อัตลักษณ์ที่ผู้สื่อสร้างขึ้น มีทั้งที่สร้างขึ้นเอง และผู้อื่นสร้างให้ บางส่วนตรงกับตัวบุคคลจริง บางส่วนเสริม แต่งขึ้น ที่เว็บไซต์มีตัวบ่งชี้ เพื่อวัตถุประสงค์ด้านความปลอดภัย และต้องการทราบพฤติกรรมของเราเอง

๓.๖ digital footprint รอยเท้าดิจิทัล คือ ข้อมูลต่างๆ ในการใช้งาน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถูกจัดเก็บไว้ และ คนอื่นสามารถติดตาม หรือค้นหาได้ ข้อมูลเหล่านี้จะทิ้งร่องรอยไว้ เมื่อเราเข้าใช้งาน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือชื่อของผ่านสื่อ ร่องรอยอาจย้อนกลับมาทำร้ายเราได้ ถ้าโดนhacking อาจเกิดความเสียหาย จึงมีการ บริหารรอยเท้าดิจิทัล เพื่อปกป้องชื่อเสียง กำหนดข้อมูลแชร์ให้ใครบ้าง ป้องกันการเกิดความเสียหายทางการเงินและทรัพย์สิน ปกป้องอิสรภาพของตนเอง

## บทที่ ๔ ธุรกิจออนไลน์

๔.๑ Amazon ก่อตั้งโดย Jett Bezos โดยซื้อมาจากแม่น้ำสายที่ใหญ่ที่สุดในโลก และโลกที่มีลูกศรคล้าย รอยยิ้มA-Z แสดงถึงการขายทุกอย่าง เน้นการเติบโตระยะยาว ลงทุนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๔.๒ e-commerce ประโยชน์มีหลายประการ ประหยัดเวลา

สะดวก ขจัดอุปสรรคทางภูมิศาสตร์

ลดความซับซ้อนของกระบวนการทางธุรกิจ

๔.๓ Becoming an Online Shop Owner

การเป็นเจ้าของร้านออนไลน์

๑. ล้มเหลวเพราะการแข่งขันสูง เข้ามาแข่งขันในตลาดเดียวกันง่าย สินค้าโดดเด่นแตกต่างยาก

๒. ล้มเหลวเพราะบริหารจัดการไม่ดี ผู้ออกแบบจัดทำต้องมีความรู้ที่เพียงพอ ต้องมีทักษะในการคัดเลือกสินค้า ต้องวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจจัดหาสินค้าในปริมาณมาก

๓. ล้มเหลวเพราะการตลาดไม่ดี

ใช้โซเชียลเซียล เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างไร การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ

๔. ต้องการประสบความสำเร็จต้องทำอะไร ศึกษาข้อมูลดีๆ

ศึกษาเครื่องมือและเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการขายออนไลน์ ศึกษาเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ทุกชนิด

๔.๔ Market Research

•วิจัยการตลาด

•วิจัยจากผู้ใช้จริง

•วิจัยด้วยโซเชียลเซียล

•วิจัยด้วย search engine

•เครื่องมือ google trend

๔.๕ e-Commerce platforms เป็นซอฟต์แวร์เพื่อการขายสินค้าออนไลน์

๑. Social Commerce นิยมมากในไทย คนไทยนิยมใช้อินเตอร์เน็ตทางมือถือ

๒. Online Marketplaces แหล่งรวมสินค้าเพื่อนำเสนอให้ลูกค้า

ข้อดี มีเครื่องมือช่วยขาย

มีคนมากมายเข้ามาซื้อสินค้า

สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อและผู้ขาย

ข้อเสีย มีค่าธรรมเนียม

การแข่งขันสูง

ออกแบบหน้าร้านเองไม่ได้มาก

๓. Standalone Online Shop เป็นการพัฒนามาจากทั้งหมด มีเครื่องมือต่างๆให้ใช้ตามต้องการ

ข้อดี ออกแบบได้ทั้งหมดตามต้องการ

ไม่มีการแข่งขันกันเองในระบบ

ข้อเสีย มีค่าธรรมเนียม

ทำงานด้าน IT เอง

ทำการตลาดเอง

๔.๖ Branding คำถามสำคัญต่อการสร้างแบรนด์ เพื่อให้ได้คำตอบว่า เหตุใดลูกค้าถึงเลือกซื้อสินค้าเรา แทนที่จะไปซื้อของเจ้าอื่น

• พันธกิจของธุรกิจคุณคืออะไร

• มีปัญหาใดของผู้ซื้อที่ธุรกิจคุณสามารถช่วยแก้ไขได้

• ลูกค้าปัจจุบันมีความเห็นกับธุรกิจอย่างไร

• ลูกค้าเป้าหมายมีความเห็นกับธุรกิจอย่างไร

• คุณต้องการให้ลูกค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจคุณอย่างไร คุณค่าที่ให้ลูกค้า เช่น ทำเองกับมือทุกชิ้น

persona ลูกค้า คือ ชีวประวัติสมมุติของลูกค้าที่อธิบายว่าลูกค้าเป็นใคร ชอบ/ไม่ชอบอะไร ประกอบด้วย ๒ ส่วนที่สำคัญ คือ

• ข้อมูลประชากร เช่น อายุ เพศ ที่อยู่ รายได้

• ข้อมูลจิตวิทยา เช่น นิสัย งานอดิเรก คุณค่าของชีวิต

Look&Feel ของ Website คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นของผู้เข้าชม ดังนั้นการเลือกใช้สี ภาพประกอบ การวางการใช้ตัวอักษร จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

• Look&Feel ต้องให้ความรู้สึกถึงสินค้านั้นๆ

• Look&Feel ต้องสะท้อนแบรนด์สินค้าและดึงดูด สร้างความสนใจ ประทับใจ ให้กับลูกค้า

เป้าหมาย

## ๔.๗ Digital Marketing

Social Media Marketing สื่อแต่ละชนิดมีเป้าหมายไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้ใช้งานหลักแต่ละสื่อ จึงเป็นแต่ละประเภทไปด้วย การตลาดสื่อใด ต้องทำความรู้จักสื่อนั้น

Organic Marketing Campaigns เป็นการทำการตลาดที่ใช้เครื่องมือฟรีที่มีอยู่แล้วของสื่อต่างชนิดกัน โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

Paid Marketing Campaigns กำหนดเป้าหมายตามความสนใจ

Remarketing ทำให้แบรนด์ติดตามผู้บริโภค

Lockelike Audience เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายกันกับลูกค้าที่มีอยู่

## บทที่ ๕ เครื่องมือออนไลน์

๕.๑ Cloud Storage เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูล ในลักษณะที่ข้อมูลถูกเก็บร่วมกันในพื้นที่รวมที่ทำงานอยู่ บนเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายหลายเครื่อง และกระจายในพื้นที่ต่างๆ ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถซื้อพื้นที่ในการบันทึกข้อมูลดังกล่าวตามความต้องการ และมีต้นทุนที่ต่างกัน

๕.๒ Presentation Tools ใช้จัดรูปแบบ รูปภาพ ข้อความ และกราฟฟิก ให้เหมาะกับการนำเสนอเรื่องราว เครื่องมือการนำเสนอแบบ Offline คือ PowerPoint และ Keynote มีแบบออนไลน์ ใช้งานผ่านเบราว์เซอร์ไม่ต้องโหลดลงเครื่อง ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต เก็บข้อมูลบนCloud

### Online

ไม่ต้องติดตั้งโปรแกรม

มีแบบไม่ต้องจ่ายเงิน

สามารถเข้าใช้งานได้จากทุกที่

ต้องการใช้ให้มีฟังก์ชันครบ

ต้องจ่าย Subscription

### Offline

ไม่ต้องใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต

มีฟังก์ชันครบถ้วน

มีการติดตั้งโปรแกรม

ต้องซื้อสิทธิ์การใช้ License

๕.๓ Collaboration tool คือ เครื่องมือช่วยให้กลุ่มคนสามารถทำงานร่วมกันได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต แบ่งได้ ๓ ประเภท

Communication แลกเปลี่ยนข้อมูล พูดคุย สนทนา

Coordination สนับสนุนการทำงาน หรือใช้งานร่วมกันหลายคน

Collaboration สนับสนุนการติดต่อสื่อสารแบบ Real time เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(นางสาวจิตตวดี ยืนยง)

เจ้าพนักงานการเกษตรปฏิบัติงาน

ผู้สรุปบทเรียน



# ประกาศนียบัตร

ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

จิตตาวดี ยืนยง

ได้ผ่านการอบรมด้วยระบบการเรียนออนไลน์ในบทเรียน  
Digital Literacy

รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 0 : 30 ชั่วโมง

โดยสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล  
ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)  
ให้ไว้ ณ วันที่ 23 ก.พ. 2566

*A. H.*

( นางไอรดา เหลืองวิไล )

รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล

รักษาการแทนผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล

Signed by สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล(องค์การมหาชน) (สพร.)

Digital Government Development Agency (Public

Organization) (DGA)

Date: 2023-02-23T18:19:03.916+07:00



cd23d9e2