

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีไอ
22-CL-02-GE-OSM-A : Multicountry Observational Study Mission on
Enhancing Service SMEs' Competitiveness through Digitalization

ระหว่างวันที่ 7-8 กันยายน 2565
เป็นการประชุมถ่ายทอดสัญญาณดิจิทัลผ่านโปรแกรมซูม จากประเทศมาเลเซีย

จัดทำโดย นางสาวอัญชลี พยัคฆะโส

นักพัฒนารัฐกิจ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

วันที่ 21 ตุลาคม 2565

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

ที่มาของโครงการ

โครงการ 22-CL-02-GE-OSM-A : Multicountry Observational Study Mission on Enhancing Service SMEs' Competitiveness through Digitalization ขององค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย จัดขึ้นระหว่างวันที่ 7-8 กันยายน 2565 รวม 2 วัน โดยเป็นการประชุมถ่ายทอดสัญญาณดิจิทัลผ่านโปรแกรมซูม จากประเทศมาเลเซีย มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้นกว่า 29 ท่าน จาก 10 ประเทศ เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการพันธกิจศึกษาจากหลายประเทศเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ผ่านระบบดิจิทัล ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการนี้เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องด้านการกำหนดนโยบายผลิตภาพภาคบริการ ที่ปรึกษา เช่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ รวมทั้ง นักการตลาด นักวิจัย นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการอุตสาหกรรม สถานประกอบการในภาคบริการ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

1. เพื่อส่งเสริมระบบดิจิทัล สำหรับ SMEs ในภาคบริการ
2. ตรวจสอบกลยุทธ์ Digitalization เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในภาคบริการ SMEs
3. เพื่อแบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดของเครื่องมือดิจิทัลและกรอบการทำงาน สำหรับธุรกิจ SMEs

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามหัวข้อและชื่อวิทยากรบรรยาย ดังนี้

■ การบรรยาย

หัวข้อ

Measuring SME Digital Readiness

บรรยายโดย

Dr. Halimahton Sadiah Let Deputy Director Productivity Growth Division MPC



หัวข้อนี้ Dr. Halimahton ได้พูดถึง นโยบายแห่งชาติด้านอุตสาหกรรม 4.0 หรือนโยบาย Industry 4WRD ของประเทศมาเลเซีย ที่ได้ดำเนินการและให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเร่งสร้าง Digitalization ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันสำคัญของการเติบโตของผลผลิตสำหรับ ภาคธุรกิจ SMEs ไม่ว่าจะเป็น

- (1) ให้เงินทุนและสิทธิประโยชน์ Funding
- (2) สร้างโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม Infrastructure
- (3) กำหนดกรอบนโยบายที่เกี่ยวข้อง Regulatory
- (4) สร้างแรงงานฝีมือ Skill
- (5) สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยี Technology

โดยเน้นอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรและส่วนประกอบ เคมี การบินและอวกาศ รวมถึงเครื่องมือทางการแพทย์ นอกจากนี้ยังเน้นสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ให้ใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

เพื่อที่จะสามารถแข่งขันได้ นโยบาย Industry4WRD จะสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องให้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีเป้าหมายผลักดันให้มาเลเซียเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์กับภาคอุตสาหกรรมอัจฉริยะและภาคบริการที่เกี่ยวข้องในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นประเทศปลายทางที่ตั้งอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงพร้อมเป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี โดยหวังว่า นโยบาย Industry4WRD จะช่วยให้มาเลเซียบรรลุวิสัยทัศน์ VISION 2020 ก้าวไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วภายในปี 2025

นอกจากนี้ Dr. Halimahton ยังได้พูดถึง วิธีการวัดความพร้อมด้านดิจิทัลของ SMEs ที่ใช้ในการประเมินความพร้อมของบริษัทฯ และแนวทางในการปรับตัวต่อการปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0

INDUSTRY4WRD READINESS ASSESSMENT (RA)

A comprehensive programme to help firms assess their capabilities and readiness to adopt industry 4.0 technologies and processes, using a pre-determined set of indicators to understand their present capabilities and gaps

Government Incentives (2021- 2025)	Government-funded Industry4WRD RA
Outcome	Identify the gaps and areas of improvement for Industry 4.0 adoption Develop feasible strategies and plans for intervention projects

INDUSTRY4WRD READINESS ASSESSMENT (RA)

MARKET SEGMENT :

- > MANUFACTURING**
 - Sales turnover from RM300,000 < RM150 million or Employee from 5 < 200.
- > MRS**
 - Sales turnover from RM300,000 < RM20 million or Employees from 5 < 75.

ELIGIBILITY :

- Valid registration
- Incorporated under the Companies Act (1965/2016)/ Registration of Business Act (1956).
- Hold a valid Manufacturing License (ML) and/or business licenses.
- In operation for more than three (3) years
- Company has at least 60% local equity.
- Single-customer limit; only one (1) company within the group of related companies is allowed to obtain the Government-funded RA.

FOCUS SECTORS 2022:

Electronics

Machinery & Equipment

Chemical

Medical Devices

Aerospace

TOP SECTORS FOR APPROVED RA:

Food products, Rubber & Plastics products, Fabricated Metal products, Chemical products, Electrical equipment

Requirement for Manufacturing License (ML) under the Industrial Coordination Act (ICA), 1975:
I. Shareholders' funds of RM2.5 million and above OR;
II. Employing 75 or more fulltime employees

Malaysia's Digital Transformation Journey

The focus to grow digital technology adoption is increasing, indicated by the expansion of policies in the country that are related to digitalisation and technology

THE FOUR INDUSTRIAL REVOLUTIONS

Industry 1.0

Mechanization and the introduction of steam and water power

1784

Industry 2.0

Mass production assembly lines using electrical power

1870

Industry 3.0

Automated production, computers, IT-systems and robotics

1969

Industry 4.0

The Smart Factory. Autonomous systems, IoT, machine learning

TODAY

PROCESS FLOW: FROM RA TO INTERVENTION FUND

TECHNOLOGY ADOPTION PROGRAMMES by MPC

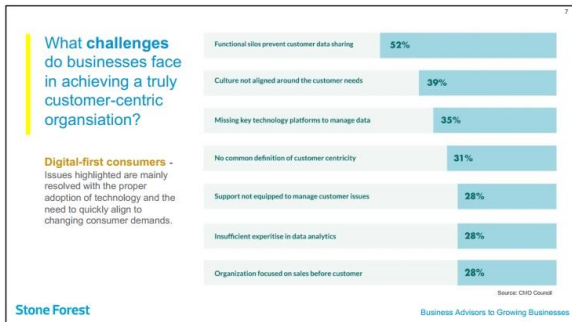
หัวข้อ Key Trends in the Digital Transformation of SMEs in the Service Sector
บรรยายโดย Eileen Tan Soon Choo
 Executive Director Technology Services Stone Forest IT Pte. Ltd. Singapore

การจัดทำรายงานภายหลังการเข้าร่วมโครงการเอทีไอ (ฉบับปรับปรุง ต.ค. 2562)
 ส่วนความร่วมมือระหว่างประเทศ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

หน้า 3 ของ 15



หัวข้อนี้ ได้พูดถึงแนวโน้มล่าสุดของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในภาคบริการ SMEs และความท้าทายที่ SMEs อาจต้องเผชิญ ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคยุคใหม่(ยุคดิจิทัล) ที่ชื่นชอบการบริการที่สะดวกรวดเร็ว ซึ่งการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่ต้องยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ด้วยการทำความเข้าใจว่า ลูกค้าต้องการสินค้าหรือบริการแบบไหน ทั้งนี้เพื่อเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังได้พูดถึงการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซ (อาลีบาบา ลาซาด้า, หรือ โซปี้) ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีอัตราการเติบโตขึ้นทุกปี จากการสำรวจ Trends ชี้ให้เห็นว่า 60% ผู้บริโภคยังคงแสดงเจตนาที่จะดำเนินการต่อไปผ่านช่องทางดิจิทัล ทั้งหมดนี้ถือเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาจจำเป็นต้องลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงช่องทางการขายและแพลตฟอร์มส่งเสริมการขาย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และเพื่อสร้างทักษะแรงงานความสามารถด้านดิจิทัลมากขึ้น



Inbound e-Commerce growth in the Asia-Pacific Region

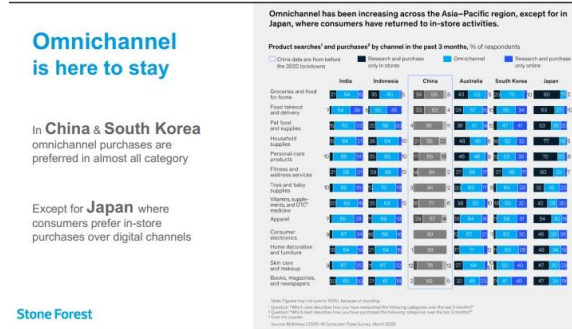
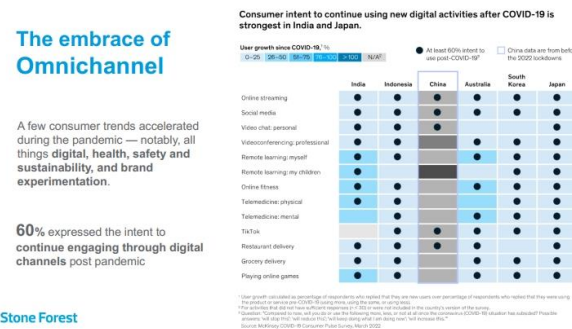
What does this mean for your business?

Opportunities for cross-border e-commerce business.

To maximise the opportunity, you will need to invest in technologies, marketplaces and promotion.

Localise your website for each market. This includes language, currency, payments, affordable and familiar delivery options and convenient returns. Plus the sales channels and promotional platforms in Asia.

Source: Asenda
Business Advisors to Growing Businesses



หัวข้อ
บรรยายโดย

Digital Tools and Practices for Service sector SMEs
Maresa Ng Hooi Meng Chief Executive Officer and
Founder Spark Activators Sdn. Bhd. Malaysia



หัวข้อนี้ Ms.Maresa พูดถึง การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลของอุตสาหกรรมบริการในประเทศมาเลเซีย และอธิบายว่า เครื่องมือดิจิทัลสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพและความสามารถในการทำกำไรขององค์กรได้อย่างไร ซึ่งหัวข้อนี้ชี้ให้เห็นว่าการ ที่องค์กรจะเปลี่ยนแปลงดิจิทัลจะต้องมีการประเมินความพร้อมขององค์กรเสียก่อน โดยมีปัจจัยหลัก 3 ส่วน ประกอบด้วย 1.) คน 2.) กระบวนการ/ผลผลิต 3.) เทคโนโลยีดิจิทัลที่นำมาใช้ในธุรกิจ ซึ่งประเทศมาเลเซีย 98.5% ของ 920,624 บริษัทขนาด กลางและขนาดย่อม พบว่าหลายบริษัทยังคงชะลอการใช้ดิจิทัลตามธนาคารโลกมาเลเซีย

นอกจากนี้ยังได้พูดถึงวิถีจัดการเส้นทางเดินของลูกค้า Customer Journey ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้รู้ถึงความต้องการของลูกค้า ได้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าลูกค้ารู้จักแบรนด์เราจากไหน ค้นหาเราจากช่องทางใด อะไรทำให้ ตัดสินใจซื้อและกลับมาซื้ออีกครั้ง ไปจนถึงการจรรงรักภักดีต่อแบรนด์ ขณะเดียวกันแบรนด์ก็จะรู้จักลูกค้ามากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี การก้าวสู่ดิจิทัลได้นั้น จำเป็นต้องมี

1.) Systematization การจัดระบบ จะช่วยให้การตลาดสามารถอัปเดตข้อมูลได้ง่ายขึ้น เห็นภาพชัด เข้าใจง่าย ในรูปแบบของ Visual Display อย่างเช่นกราฟ ตารางภาพ หรือสถิติตัวเลข โดยเป็นการรวบรวม Report หรือข้อมูลของทุก Marketing Channel ไว้ในที่เดียว เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานในเชิงการตลาดต่อได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็น การเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละแผนกได้

2.) Digitization คือระบบที่จะนำสิ่งที่ เป็น Analog เปลี่ยนแปลงเป็นระบบ Digital ทั้งหมด เช่น การเปลี่ยนภาพถ่าย ให้เป็นไฟล์ภาพ, การเปลี่ยนจากเอกสารให้เป็นไฟล์ Docs/PDF/exe หรือการเปลี่ยนหนังสือให้เป็น E-book เป็นต้น

3.) Digitalization จะเป็นการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจ รวมถึง กระบวนการทำงาน ซึ่งสามารถเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ผ่านช่องทางใหม่ ๆ และสร้างคุณค่าให้ธุรกิจ เช่น การใช้ระบบ Document & Data Management เพื่อดูแลการจัดเก็บเอกสารและควบคุม Workflow การทำงาน และ Chatbot เพื่อตอบ โจทย์ความรวดเร็วการให้บริการลูกค้า

🕒 Digital Productivity Readiness Assessment



Digital Productivity Readiness Assessment (DPRA) is based on PPT Framework

1. **People:** Digital leadership and readiness for change
2. **Process/Productivity:** Standardized process flows and systems
3. **Technology:** Use of technology for business intelligence & data security

🕒 More Service SMEs are Digitalized in the Front End

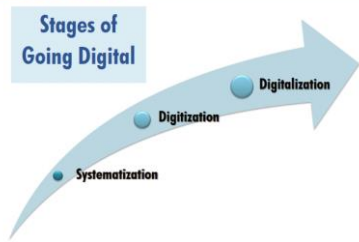
Digital Readiness Score	48.75%
People	68.63%
Process	30.35%
Process: Front End	24.75%
Process: Back End	17.65%
Process: Customer Journey	48.53%
Technology	47.79%
Tech: Business Intelligence	53.68%
Tech: Automation	47.79%
Tech: Data Security	41.91%

Utilizing the PPT Framework of Digitalization; Digital Readiness Score at 48.75%

- **Higher PEOPLE Score** – Readiness to drive digitalization
- **Lower PROCESS & Productivity Scores** – from lower Back-end productivity (17.6%), compared to Front-end productivity (24.6%)
- **TECHNOLOGY (48%) > Process Scores (30%)** – SMEs are investing in digital solutions, but foundation is not systematized

For Malaysia, 98.5% of the 920,624 small and medium enterprises, many are lagging in the adoption of digitalization according to the World Bank Malaysia. Now is the time for businesses to go all the way digital.
<https://thetamkaysmeesurvey.com/2022/02/15/malaysia-digital-readiness-score-2022/>

Stages of Going Digital



1. **Systematization:** Enabling consistencies in process flows
2. **Digitization:** Conversion of text, pictures, or sound into a digital form that can be processed by a computer.
3. **Digitalization:** Integration of verticals - computerized sharing of information with other departments

Stages of Going Digital: Systematization



Stages of Going Digital: Digitization (1)



Digitization: The conversion of text, pictures, or sound into a digital form that can be processed by a computer.

Focus on Step 2 > 3 > 4

- **Step 2 > 3:** Transferring data retrieved at SALES stage to FULFILMENT stage [CRM software]
- **Step 3: Managing Quality of Service**
 - Breakdown service quality points
 - Different apps based on businesses:
 - Education & tuition software (i.e. ADneSchool)
 - Maintenance & Technician teams: Field Service Management App (i.e. Sales Connection)



Stages of Going Digital: Digitization (2)

Focus on Step 2 > 3 > 4 (cont'd)

- **Step 4: Detailed customer feedback**
 - Mystery guests – deeper quality points: Feedback forms – general, gamified quality landscape
 - **Current:** Google Forms, Cognito, Survey Monkey – but tabulation still required via Excel (not automated collation)
 - **Challenges:**
 - Collating consistent feedback data
 - Ease of getting customer feedback
 - Identifying service quality points (Honda Service Schedule) -> Training -> Service Fulfillment



<https://www.orangelehonda.com/hsj/service-and-parts/maintenance-schedule/>

Stages of Going Digital: Digitalization



Digitalization = Integrating Verticals for each Business Area

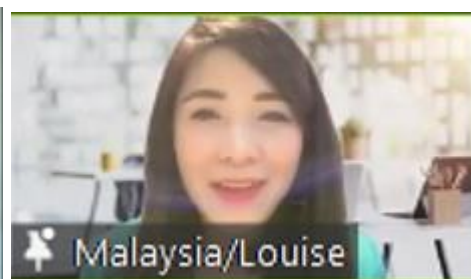
- Not necessarily critical for service SMEs – Digitization: Managers must make decisions together (depending on fluidity of service)
- Automated sharing of data to relevant departments

หัวข้อ

The Service Sector and the Platform Economy

บรรยายโดย

Maresa Ng Hooi Meng Chief Executive Officer and Founder Spark Activators Sdn. Bhd. Malaysia



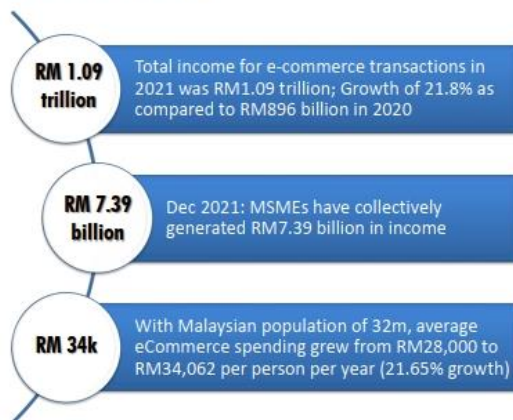
หัวข้อนี้ Ms.Maresa พูดถึงภาพรวมของดิจิทัลอีคอมเมิร์ซ ในประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะการลงทุนอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น 83% และ แนวโน้ม Trends ที่ใช้ในการทำตลาด เช่น

1. **Social Media Influencers** เป็นที่นิยมอย่างมากในการทำตลาดออนไลน์ในยุคปัจจุบัน เพราะ Influencers มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย และมีผลต่อการสื่อสารการตลาด ทั้งการสร้างการรับรู้ สร้าง

ความสนใจ สร้างความเชื่อมั่น และนำไปสู่การซื้อสินค้า ทำให้ Influencer Marketing กลายเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่อาจมองข้าม ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ของแบรนด์ได้

2. **Omni Channel Shopping Preferences** เป็นอีกรูปแบบการทำการตลาดที่ร้านค้า ภาคธุรกิจบริการต่างๆ ได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป พูดง่ายๆ คือการ รวมทุกช่องทางการติดต่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ให้เป็นหนึ่งเดียว ช่วยให้เก็บข้อมูลผู้บริโภคแต่ละคนได้อย่างครบถ้วน เพื่อสนองความต้องการและมอบประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการอย่างครบวงจรให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. **Supporting Customer's Post Purchase Transactions** การบริการหลังการขายเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญ ที่หลังจากลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเสร็จลงแล้ว การคาดหวังในการตอบรับอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาแบบทันทีทันใดเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้

Malaysia's eCommerce Landscape



Malaysia's High Growth eCommerce Landscape

- eCommerce grew at a steep rate in 2020/21

This growth was fuelled by:

- Greater disposable income
- High internet penetration in the middle class (83%) and urban areas
- Govt initiatives to fuel digitalization, among many...

Evolving eCommerce Trends in Malaysia



Social Media Influencers
Partnerships between influencers and brands are picking up. SMEs owners & founders become Key Opinion Leaders (KOL) themselves.



Omni Channel Shopping Preferences
Retail experience that integrates the different methods of shopping available to consumers (e.g. online, in a physical shop, or by phone). Market Analytics are crucial



Supporting Customer's Post-Purchase Transactions
Beyond marketplace transactions, growing customer loyalty through partnering with customers in the customer journey is critical for eCommerce players

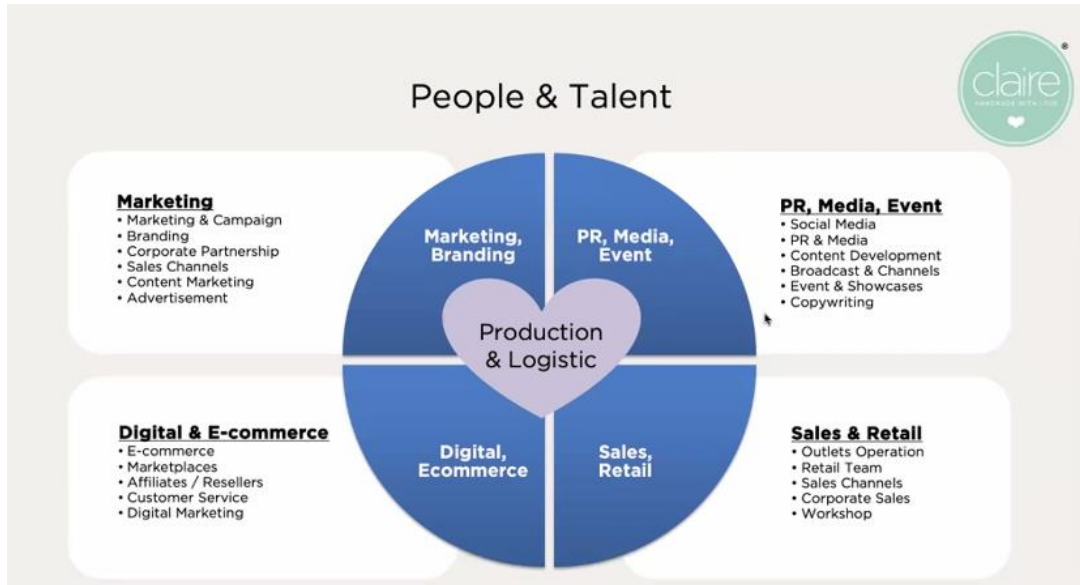
นอกจากนี้ยัง ได้เชิญ Ms. Louise Chu ผู้ก่อตั้ง คลาร์ ออร์แกนิกส์ มาแบ่งปันประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ โดยจะเห็นได้ว่า Ms. Louise Chu ใช้ช่องทางการทำตลาดเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านทุกช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ในรูปแบบที่แตกต่างไป ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง Content Marketing การจัด Event การวางขาย Market Place การขายผ่านตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น



- eCommerce Digitalisation**
People > Talent
- eCommerce & Marketing
 - PR & Social Media
 - Retail & Channels
 - Production & Logistic
- Managing a Team Digitally**
Virtual workspace
- Daily huddle, weekly team meeting,
 - Dashboard report, Sales goals
 - Full time retail staff > Transformation



- Sales & Marketing Strategies**
- Advertisements go digital and social media
 - Brand partnership – cross exposure and leverage on growing new leads
 - KOL – growing my personal branding
 - Online to Offline - Santa Claire
 - Post-purchase - Loyalty programme / Workshops
- Business Operations**
Front end, back end
- Digitalise and integrate e-Commerce & Retail pos system
 - SOP and digital training modules



- Processes**
- Ecommerce system, Pos system
 - Systematize the procedures (payment gateway, iPay88)
 - Marketplaces (Shopee, Lazada)
 - Logistic partner
 - Service provider (Website builder)
 - Digitalisation Grant (Government initiatives)

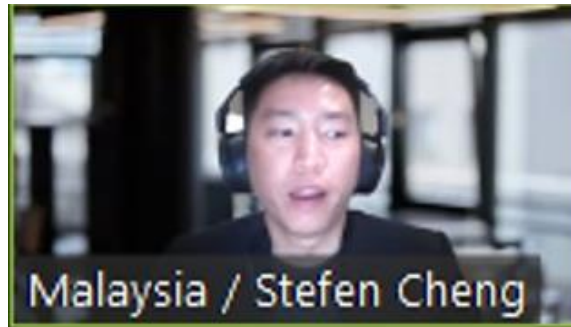


หัวข้อ

Digital Security and Privacy for SMEs

บรรยายโดย

Stefen Cheng Business Development Director Dienst Digital Sdn. Bhd. Malaysia



หัวข้อนี้ Mr. Stefén ได้อธิบายถึง ความสำคัญของระบบความปลอดภัยในโลกดิจิทัลที่องค์กรควรมี ซึ่งจะเห็นได้ว่าในยุคนี้ หลายองค์กรหันมาใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ดำเนินกิจกรรมต่างๆภายในองค์กร โดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์ รวมทั้งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และ SMEs ซึ่งในโลกดิจิทัลนี้อาจจะเกิดภัยคุกคามต่างๆ อย่างที่เราเห็นกันในข่าว เช่น การถูกแฮกบัญชี การถูกละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การถูกโจรกรรมทรัพย์สิน หรือการติดไวรัส การโจมตีเฟิร์มแวร์ นำพาให้องค์กรหรือธุรกิจเกิดความเสียหายได้

ดังนั้น เราจะทำอย่างไรให้องค์กร หรือ ธุรกิจ ของเราสามารถสร้างระบบความปลอดภัยเข้มแข็งในการป้องกันไม่ให้ข้อมูลถูกโจรกรรม รวมถึงสร้างความเป็นส่วนตัวได้ ซึ่งทาง Mr. Stefén ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการนำระบบ Cloud ซึ่งเป็นระบบที่สามารถรักษาความปลอดภัยในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็น บุคลากรในองค์กรจะต้องมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญใน Security สูง รวมถึงการเลือกใช้เครื่องมืออุปกรณ์ดิจิทัล และ ซอฟต์แวร์ ที่ทันสมัยเป็นที่ยอมรับว่าสามารถป้องกันการโจมตีเฟิร์มแวร์ได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม Mr. Stefén ได้ทิ้งท้ายเกี่ยวกับวิธีป้องกันธุรกิจจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ ไว้ดังนี้

- 1.) การบังคับใช้แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยที่แข็งแกร่ง
- 2.) การสำรองข้อมูลการตรวจสอบ
- 3.) ใช้ซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัส
- 4.) ให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับความปลอดภัยดิจิทัล
- 5.) แบบจำลองรักษาความปลอดภัยภายในเครือข่ายขององค์กร เช่น การยืนยันตัวตนของผู้ใช้งาน เป็นต้น

How to Protect Your Business Against Cyber Attacks

1. Enforce strong security practices: (2FA method)

- Ensure every level of your organization uses strong passwords and password managers to reduce the threat of a leaked or cracked password resulting in unauthorized access.
- Further, educate your employees about phishing scams and not downloading email attachments from unknown senders.

How to Protect Your Business Against Cyber Attacks

2. Back up & Audit trail

- With a secure offsite/offline backup, data recovery resilience is key in case of a breach.
- Malicious threats and hackers don't always want to steal your data, but sometimes use ransomware where the end-goal is to encrypt or erase it.
- With an audit trail for all key business information, you will know whether there has been a data breach or unauthorized access or changes to your data.

How to Protect Your Business Against Cyber Attacks

3. Use Antivirus and Endpoint protection software

- Antivirus software establishes a firewall to protect your network from viruses and brute force attempts to access your systems. They scan your devices and portable disks for malware, preventing malicious actors from breaching your business' online shield.
- Endpoint protection involves securing all user devices connected to the company's network, such as laptops, tablets, printers, servers, smartwatches, and mobile phones, IOT devices

4. Educate employees about digital safety

- Employees need to be upskilled on transferring information securely, preventing unauthorized access to company networks, accessing dangerous websites, or falling for phishing scams.
- There should be a cyber incident response plan empowering employees to handle a data breach and report potential threats.
- Moreover, employees should be encouraged to think before sending personal or sensitive information, especially if the request to do so sounds suspicious.

How to Protect Your Business Against Cyber Attacks

5. Zero Trust Architecture

- "Never Trust, Always Verify"
- Traditional security models operate on the outdated assumption that everything inside an organization's network should be implicitly trusted.

3 components of the Zero Trust:

- **Users** - strong authentication of user identity, application of "least access" policies, and verification of user device integrity
- **Applications** - continuous authentication and monitoring at runtime in various components of applications when they talk to each other.
- **Infrastructure** - every device and endpoint in the infrastructure—routers, switches, cloud, IoT, and supply chain—must be addressed with a Zero Trust approach.

■ การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม Group Discussion

สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มย่อย ดิฉันได้เสนอไปว่า สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการอบรมครั้งนี้ คือ การใช้เครื่องมือดิจิทัล อย่างเช่นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซซึ่งมีอิทธิพลในการเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะ Success quest ของ Ms. Louise Chu ที่ในช่วงการระบาด Covid 19 เขากล้าจะเปลี่ยนแปลงมาใช้ช่องทางดิจิทัลในการเข้าหาลูกค้า ผ่านช่องทาง Social Media และใช้ Influencers ในการทำตลาดอีคอมเมิร์ซ จนประสบความสำเร็จ ขณะที่ผู้ร่วมอบรมท่านอื่นๆ ได้เรียนรู้ เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรม 4.0 , สิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นในการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิต , นโยบายสำคัญต่อการนำระบบดิจิทัลมาใช้จนประสบความสำเร็จ , เรียนรู้ความท้าทายและความเสี่ยงโดยเฉพาะความปลอดภัยทางไซเบอร์ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กร เป็นต้น

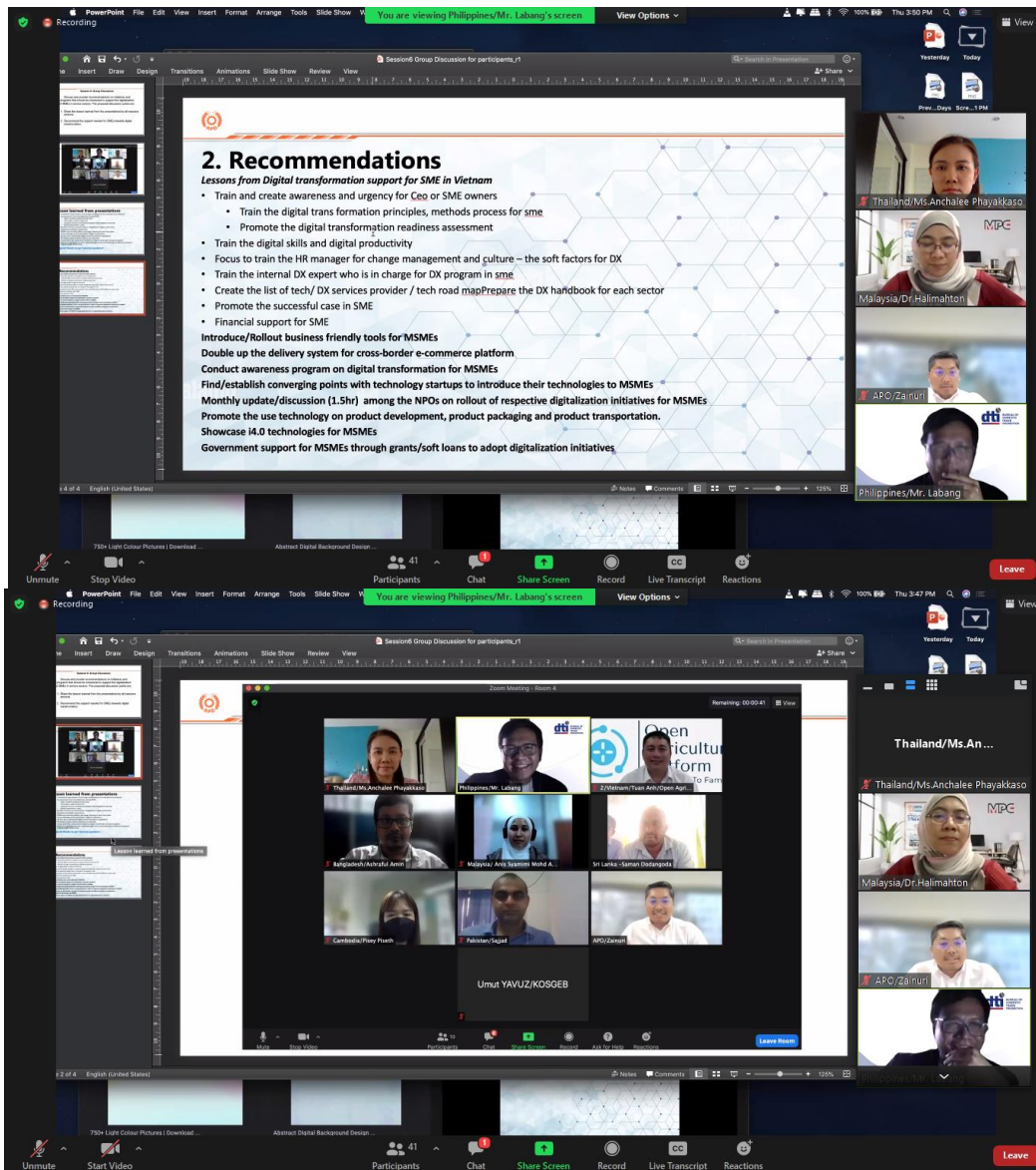
นอกจากนี้ กลุ่มของเรายังได้ให้คำแนะนำ ว่าการสนับสนุนการแปลงดิจิทัลสำหรับ SMEs ควรที่จะมีการจัดฝึกอบรม และสร้างความตระหนักเร่งด่วนให้กับ CEO หรือ ผู้ประกอบการ SMEs เพื่อที่จะเข้าใจถึงวิธีในการประเมินความพร้อมในการแปลงดิจิทัล รวมถึง รัฐบาลแต่ละประเทศควรสนับสนุนทางการเงิน เช่น สินเชื่อสำหรับ SMEs ที่พร้อมจะก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

The screenshot shows a Zoom meeting interface. The main content is a PowerPoint slide titled "Lesson learned from presentations". The slide lists several key points:

- Productivity through adoption of technology and digitalization from the experience of Malaysia
- Key components to promote digitalization among MSMEs
 - Talent – build the workforce for the future
 - Technology to support Industry 4.0
 - Incentives structure to motivate the adoption of technology for productivity
 - Business environment – policy
- Mindset is critical to successful adoption of digitalization / digital transformation
- Digitalization and Digital transformation
- MSMEs use e-commerce platform and engage influencers to reach more clients
- Various challenges and the risk of failure in digital transformation
- We learn about cybersecurity. Digital security is essential for organizations
- We should use data as inputs to improve our productivity
- Success story of Ms. Louise and her enterprise on digital transformation during the pandemic
- Most of our organizations are still in digitization stage. We are still transitioning our operations through an integrated digital infrastructure.

At the bottom of the slide, it says "Special thanks to our resource speakers!".

The Zoom interface also shows several participants in a video grid on the right side, including Ms. Anchalee Phayakaso (Thailand), Dr. Halmanton (Malaysia), and Mr. Labang (Philippines).



ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

ประโยชน์ต่อตนเอง

จากการเข้าร่วมโครงการ Multicountry Observational Study Mission on Enhancing Service SMEs' Competitiveness through Digitalization มีประโยชน์ดังนี้

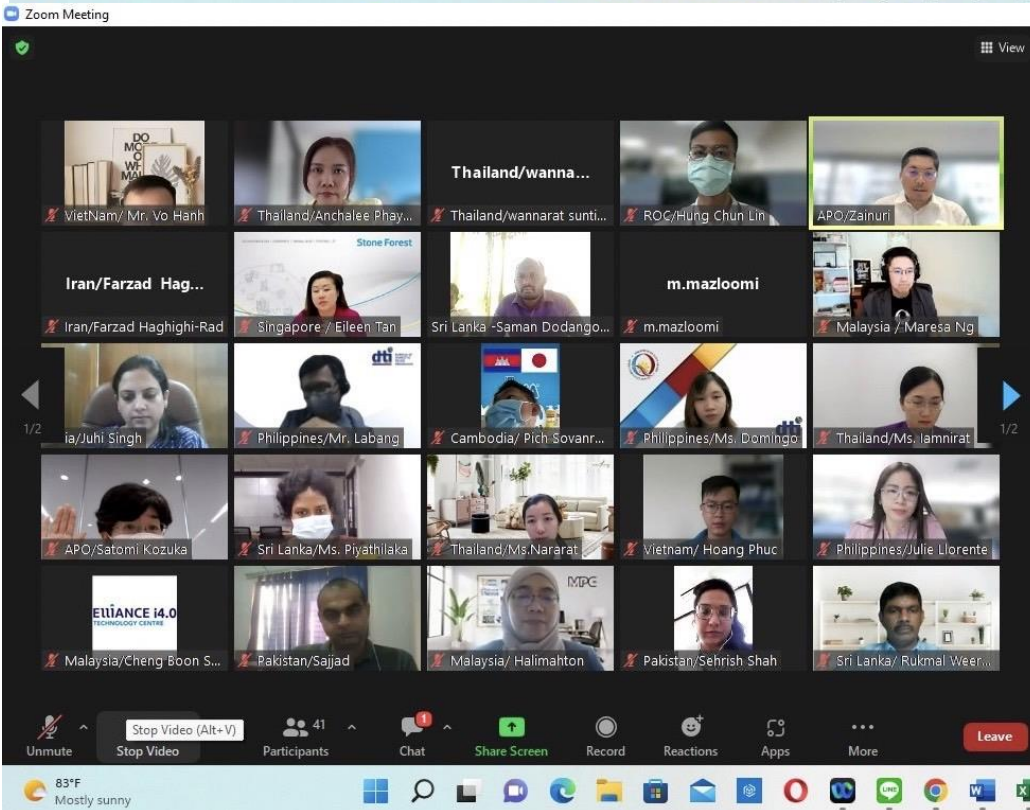
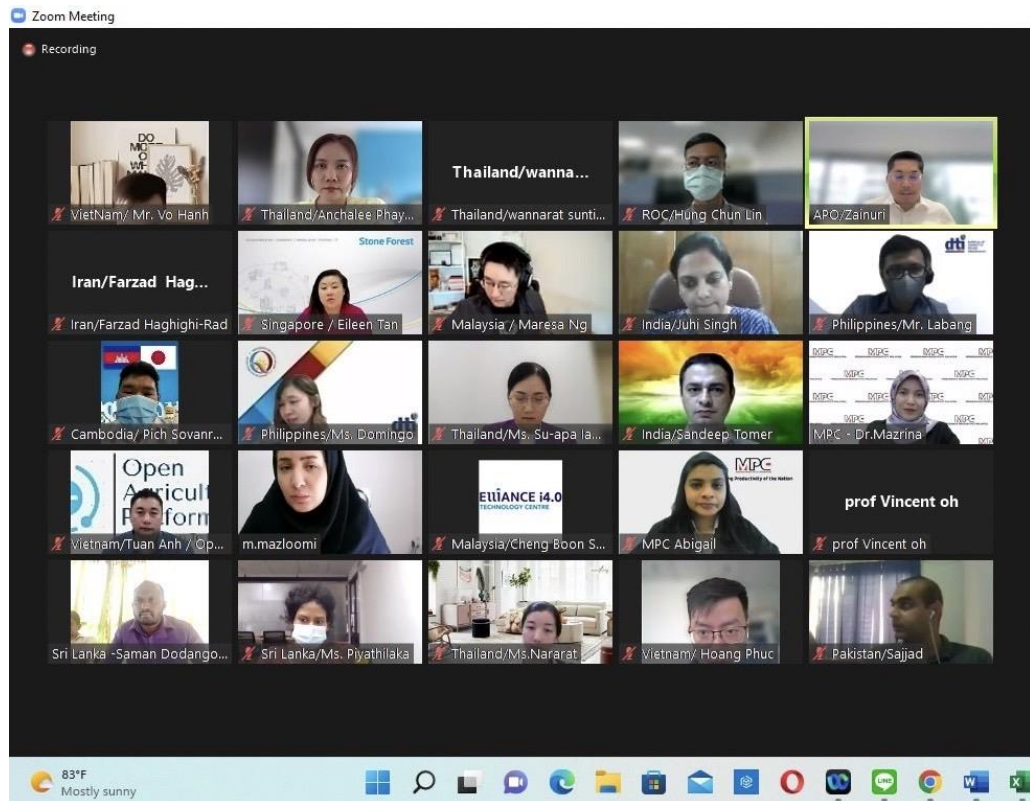
1. ได้ทราบถึงกระบวนการ เครื่องมือดิจิทัลและแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับภาคธุรกิจ SMEs ผ่านกรณีศึกษา บริษัทเอกชนในประเทศมาเลเซียที่ประสบความสำเร็จในการนำแพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ
2. ได้รับความรู้พื้นฐานเบื้องต้น เกี่ยวกับระบบการจัดการและความปลอดภัยด้านดิจิทัล รวมถึง ความเป็นส่วนตัว สำหรับธุรกิจ SMEs

ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

1. นำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อรองรับการบริการลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้เพื่อการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกรวดเร็ว และบริการที่ดีขึ้น
2. การนำระบบดิจิทัล มาใช้ในการขับเคลื่อนองค์กร จะสามารถช่วยลดการใช้กระดาษ ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ติดตามงานลูกค้าในพื้นที่ต่างๆได้ โดยเปลี่ยนมาเป็นการประชุมทางไกล หรือ Conference Room เป็นต้น

ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการวิชาชีพ

ทักษะความรู้ด้านดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงศักยภาพในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งการได้อบรมในครั้งนี้ทำให้เห็นถึงความสำคัญในการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ที่สร้างโอกาสในการเติบโตและเปลี่ยนแปลงกระบวนการในการประกอบธุรกิจอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะในฐานะที่ทำงานสายงานการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งต้องทำการพัฒนา ปรับปรุงสินค้า บริการ นวัตกรรม รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้เกิดประสิทธิผลทั้งต่อลูกค้าและองค์กร



- กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)



22-CL-02-GE-WSP-A
 Digital Multicountry Observational Study Mission on Enhancing Service SMEs' Competitiveness through
 Digitalization
 7–8 September 2022
 Implementing Organizations: Malaysia Productivity Corporation (MPC) and APO Secretariat
 (FINAL)

Time (Japan Time)	Agenda	Speaker
Day 1: Wednesday, 7 September 2022		
13:30–14:00	Registration/Zoom Connection	MPC and APO Secretariat
14:00–14:10	<p>Opening Session:</p> <p>Welcome Remarks by MPC</p> <p>Opening Remarks by APO Secretariat Introduction of Resource Persons and Participants</p>	<p>Dr. Mohamad Norjayadi Tamam Director Delivery Management Office MPC</p> <p>Md. Zainuri Juri Principal Officer Program Directorate APO Secretariat</p>
14:10–14:20	Introduction and Program Objectives	Md. Zainuri Juri
14:20–15:20	<p>Session 1: Measuring SME Digital Readiness</p> <p>This session will explain how the Malaysian government measures the digital readiness of SMEs. The resource person will also share the initiatives and assistance by the government to accelerate the digitalization of SMEs.</p>	Dr. Halimahton Sadiah Let Deputy Director Productivity Growth Division MPC
15:20–16:20	<p>Session 2: Key Trends in the Digital Transformation of SMEs in the Service Sector</p> <p>This session will report the latest trends in digital transformation in service-sector SMEs. Common challenges that SMEs may face when preparing for or implementing initiatives for digital transformation will be examined.</p>	Eileen Tan Soon Choo Executive Director Technology Services Stone Forest IT Pte. Ltd. Singapore
16:20–16:30	Break	
16:30–17:30	<p>Session 3: Digital Tools and Practices for Service-sector SMEs</p> <p>This session will showcase the digitalization of the service industry in Malaysia and explain how digital tools can improve enterprise productivity and profitability.</p>	Maresa Ng Hooi Meng Chief Executive Officer and Founder Spark Activators Sdn. Bhd. Malaysia
17:30–1740	Recap of Day 1	Md. Zainuri Juri

Day 2: Thursday, 8 September 2022		
13:45–14:00	Registration/Zoom Connection	MPC and APO Secretariat
14:00–15:00	<p>Session 4: The Service Sector and the Platform Economy</p> <p>This session will provide insights on how the platform economy has revitalized the service sector. The resource person will also highlight issues and challenges for SMEs in embracing this new economy. A case study related to business transformation will be shared during this session.</p>	<p>Maresa Ng Hooi Meng Chief Executive Officer and Founder Spark Activators Sdn. Bhd. Malaysia</p>
15:00–16:00	<p>Session 5: Digital Security and Privacy for SMEs</p> <p>This session will explain the importance of acquiring a reliable management system to ensure the data security and privacy of SMEs.</p>	<p>Stefen Cheng Business Development Director Dienst Digital Sdn. Bhd. Malaysia</p>
16:00–16:10	Break	
16:10–17:10	<p>Session 6: Group Discussion</p> <p>Theme: Key programs and initiatives to support SME digitalization in the service sector</p> <p>In this session, participants will be divided into groups to discuss and provide recommendations on initiatives and programs that should be introduced to support the digitalization of SMEs.</p>	<p>Dr. Halimahton Sadiyah Let Maresa Ng Hooi Meng Stefen Cheng Md. Zainuri Juri</p>
17:10–17:20	<p>Closing Session:</p> <p>Vote of Thanks</p> <p>Closing Remarks by MPC</p> <p>Administrative Announcements by APO Secretariat (Evaluation, Certificates)</p>	<p>Selected Participants</p> <p>Dr. Mohamad Norjayadi Tamam</p> <p>Md. Zainuri Juri</p>
End of the Course		