

Creative Citizenship



พลเมืองสร้างสรรค์

3691209

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรเมตต์ปัญปรัชญ์ ต้องประสงค์
2568

พลเมืองสร้างสรรค์

Creative Citizenship

คณะวิทยาการจัดการ

2568

พลเมืองสร้างสรรค์

Creative Citizenship

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรมัตต์ปัญปริญญ์ ต้องประสงค์

กศ.ด. (การบริหารการศึกษา)

ศศ.ม. (รัฐศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ)

M.S. (Telecommunications Management)

ป.บัณฑิต (พระไตรปิฎกศึกษา)

วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์)

คณะวิทยาการจัดการ

2568

คำนำ

เอกสารรายวิชาพลเมืองสร้างสรรค์ รหัสวิชา 3691209 ได้เรียบเรียงขึ้นอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมเนื้อหาสาระรายวิชา ในหมวดวิชาเฉพาะของมหาวิทยาลัย ตามคำอธิบายรายวิชาว่า “ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ พลเมืองแห่งศตวรรษที่ 21 ความรู้ในสิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบแห่งดิจิทัล โอกาสแห่งความท้าทาย พลวัตการเปลี่ยนแปลง มิติด้านร่างกาย ด้านจิตใจ มิติด้านความรู้ มิติด้านความสามารถ การมุ่งความสำเร็จ” เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้สอนในการใช้ประกอบการเรียนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ แสดงความสามารถที่ปรับใช้ตามที่ได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ พร้อมทั้งจะสามารถปรับใช้ในการพัฒนาทักษะความเป็นมนุษย์สร้างสรรค์ และทักษะทางสังคม

เอกสารฉบับนี้แบ่งเนื้อหาสาระออกเป็น 15 สัปดาห์ ได้แก่ (1) หลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (2) พลเมืองดิจิทัล: สิทธิหน้าที่ และความรับผิดชอบ (3) โอกาสและความท้าทายในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล (4) หลักการประกอบกิจการที่ดีกับธุรกิจดิจิทัล (5) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น (6) การสำรวจและตรวจสอบตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ (7) การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ (8) การสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ (9) ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับองค์กร) (10) ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับชุมชน) (11) ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับสังคม) (12) ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล (13) จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการสร้างสรรค์

นวัตกรรมดิจิทัล (14) การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่ม
สิ่งใหม่ในบริบทดิจิทัล (15) สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการ
ประยุกต์ การนำเสนอผลการพัฒนาตน เพื่อนและกลุ่มภาพรวม
พัฒนาการในการฝึกปฏิบัติ และแนวทางการฝึกความสร้างสรรค์

ผู้สอนควรได้ศึกษารายละเอียดแต่ละหัวข้อเรื่องที่สอน
จากเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความ หรือสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติมร่วมด้วย
ผู้เรียบเรียงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารฉบับนี้จะเอื้ออำนวยประโยชน์
ต่อการเรียนการสอนตามสมควร หากท่านที่นำไปใช้มีข้อเสนอแนะ
ผู้เรียบเรียงยินดีรับฟังข้อคิดเห็นขอรับรองด้วยความเต็มใจและ
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรมัตถ์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์

พฤษภาคม 2568

สารบัญ

หน้า

คำนำ	[1]
สารบัญ	[3]
ผู้เรียบเรียง	[9]
แผนบริหารการสอนประจำรายวิชา	[11]
คำอธิบายรายวิชา	[11]
จุดมุ่งหมายรายวิชา.....	[12]
ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา	[12]
เนื้อหา.....	[14]
วิธีการสอนและกิจกรรม.....	[22]
สื่อการเรียนการสอน.....	[26]
การวัดผลและประเมินผล	[27]
สัปดาห์ที่ 1 หลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์	1
1.1 ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์	1
สรุป	6
คำถามทบทวน	6
รายการอ้างอิง	7
สัปดาห์ที่ 2 พลเมืองดิจิทัล: สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ	9
2.1 สิทธิและหน้าที่ในโลกดิจิทัล.....	9
สรุป	16
คำถามทบทวน	17
รายการอ้างอิง	19
สัปดาห์ที่ 3 โอกาสและความท้าทายในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล..	21
3.1 พลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล	21
3.2 โอกาสและความท้าทายธุรกิจสร้างสรรค์.....	24

สรุป	26
คำถามทบทวน	26
รายการอ้างอิง	29
สัปดาห์ที่ 4 หลักการประกอบกิจการที่ดีกับธุรกิจดิจิทัล	31
4.1 หลักการพื้นฐาน Good Governance	31
4.2 การประยุกต์ในธุรกิจดิจิทัล	33
สรุป	35
คำถามทบทวน	35
รายการอ้างอิง	37
สัปดาห์ที่ 5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น	39
5.1 กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	39
5.2 กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	40
5.3 ทริพล์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล	42
สรุป	43
คำถามทบทวน	43
รายการอ้างอิง	45
สัปดาห์ที่ 6 การสำรวจและตรวจสอบตนเองในฐานะพลเมือง สร้างสรรค์	47
6.1 การตระหนักรู้ในตนเอง	47
สรุป	52
คำถามทบทวน	52
รายการอ้างอิง	55
สัปดาห์ที่ 7 การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัล ตามหลักการ พลเมืองสร้างสรรค์	58
7.1 โครงสร้างและพลวัตสังคมดิจิทัล	58
7.2 ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัล	60
สรุป	62
คำถามทบทวน	63

รายการอ้างอิง	65
สัปดาห์ที่ 8 การสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล ตาม หลักการพลเมืองสร้างสรรค์.....	67
8.1 รูปแบบและลักษณะธุรกิจดิจิทัล	67
8.2 ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	70
สรุป	72
คำถามทบทวน	72
รายการอ้างอิง	75
สัปดาห์ที่ 9 ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับ ธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับองค์กร)	77
9.1 อิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์	77
9.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล.....	79
สรุป	81
คำถามทบทวน	82
รายการอ้างอิง	83
สัปดาห์ที่ 10 ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับ ธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับชุมชน)	85
10.1 การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม	85
10.2 การสร้างธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรม.....	87
สรุป	90
คำถามทบทวน	90
รายการอ้างอิง	93
สัปดาห์ที่ 11 ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับ ธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับสังคม)	95
11.1 บทบาทในการส่งเสริมความหลากหลาย	95
11.2 เทคโนโลยีกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม.....	97
สรุป	100
คำถามทบทวน	100

รายการอ้างอิง	103
สัปดาห์ที่ 12 ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามในการ ขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล	105
12.1 การพัฒนา Mindset ลักษณะผู้ประกอบการ.....	105
12.2 ความสำคัญของความเพียรพยายาม	107
สรุป	109
คำถามทบทวน.....	110
รายการอ้างอิง	111
สัปดาห์ที่ 13 จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ในการ สร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล	113
13.1 หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี	113
13.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	115
สรุป	117
คำถามทบทวน.....	118
รายการอ้างอิง	119
สัปดาห์ที่ 14 การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ ใน บริบทดิจิทัล	121
14.1 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์	121
14.2 เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม.....	123
สรุป	126
คำถามทบทวน.....	126
รายการอ้างอิง	129
สัปดาห์ที่ 15 สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการประยุกต์	131
15.1 ทบทวนและบูรณาการความรู้	132
15.2 การนำเสนอโครงการกลุ่ม.....	133
15.3 การต่อยอดและการประยุกต์ในงานและการเรียนรู้	134
สรุป	136
คำถามทบทวน.....	137

รายการอ้างอิง	139
บรรณานุกรม	141
ภาคผนวก	151
สัดส่วนการประเมินและแนวทางการวัดและประเมินผล.....	152
รายละเอียด LOs.....	153
โครงสร้างเนื้อหารายสัปดาห์และ Lesson Learning Outcomes (LOs) ที่สอดคล้องกับ CLOs	157

ผู้เรียบเรียง



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรมัต ฤทธิปัญญรัตน์ ต้องประสงค์ ได้รับปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต (กศ.ด.) มหาวิทยาลัยพะเยา อดีตเคยดำรงตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต (พ.ศ. 2556-2558) คณะกรรมการบริหารงานวิจัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต (พ.ศ. 2564-2567) คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยสวนดุสิต (ผู้แทนคณาจารย์ประจำ) (พ.ศ. 2553-2556 และ พ.ศ. 2559-2565)

ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และยังได้รับการรับรองสมรรถนะการสอนระดับ Fellow จาก UKPSF พร้อมทั้งเป็นผู้แสดงความมุ่งมั่นสนใจในการวิจัยร่วมกับการจัดการเรียนรู้ในประเด็นการทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ การทำงานสร้างสรรค์ ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม การบริหาร ด้านการศึกษา ด้านธุรกิจ ด้านการพัฒนาสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การติดต่อสื่อสารได้จากอีเมล

phorramatpanyaprat_ton@dusit.ac.th;

phorramatpanyaprat@gmail.com



เว็บไซต์ <https://musterverse.dusit.ac.th>

แผนบริหารการสอนประจำรายวิชา

รายวิชา พลเมืองสร้างสรรค์

Creative Citizenship

รหัสวิชา 3691209

จำนวนหน่วยกิต - ชั่วโมง 3(3-0-6)

เวลาเรียน 45 ชั่วโมง/ภาคการศึกษา

ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง 60 ชั่วโมง/ภาคการศึกษา

คำอธิบายรายวิชา

ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ พลเมืองแห่งศตวรรษที่ 21 ความรู้ในสิทธิ หน้าที่และความรับผิดชอบแห่งดิจิทัล โอกาสแห่งความท้าทาย พลวัตการเปลี่ยนแปลง มิติด้านร่างกาย ด้านจิตใจ มิติด้านความรู้ มิติด้านความสามารถ การมุ่งความสำเร็จ

Creative citizenship; citizens of the 21st century; knowledge of rights, duties and responsibilities; opportunities of challenges; dynamics of change, physical dimension, mental dimension, knowledge dimension, capability dimension; achievement motivation Concepts of a project; participatory project planning; project writing and budgeting; project control; project monitoring and evaluation; risk management; principles of virtual teams; virtual community; network and engagement; achievement of genuine workforce virtual teams; change and transition of team members; evaluation of requirements: leader, trust, tools, communication and feedback, decision-making; and hands-on practice

จุดมุ่งหมายรายวิชา

1. พัฒนานักศึกษาให้มีความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ พลเมืองแห่งศตวรรษที่ 21 เข้าใจสิทธิและความรับผิดชอบใน ทรัพยากรดิจิทัล สร้างโอกาสแห่งความสำเร็จและความท้าทาย การเรียนรู้ได้ด้วยตนเองและแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

2. พัฒนานักศึกษา มิติด้านร่างกาย ได้แก่ พัฒนาการใน ด้านร่างกายและสติปัญญาอย่างสมบูรณ์ ด้านจิตใจ ได้แก่ การรับรู้ และเข้าใจตนเอง การเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น สถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมรอบตัว

3. พัฒนานักศึกษา ทักษะและความรู้ดิจิทัล มิติด้านทักษะ ความสามารถ ได้แก่ การคิดสร้างสรรค์ ทักษะการสื่อสาร ทักษะ ภาษาอังกฤษ ทักษะการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะทางสังคม ทักษะการอาชีพ ทักษะทางอารมณ์ และทักษะการจัดการ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

เมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนแล้ว นักศึกษาที่ได้ผลลัพธ์ การเรียนรู้ (CLOs) ดังต่อไปนี้

1. CLO1 อธิบายหลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ใน บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้นความรู้ใน สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบทางดิจิทัล และโอกาสความท้าทายใน การพัฒนาธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล (PLO1-1B) ระดับ U - Understanding (explain)

2. CLO2 ประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ใน การดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยแสดงความ พร้อมในการปฏิบัติตามหลักการประกอบกิจการที่ดีและกฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล (PLO1-1C) ระดับ AP - Applying (apply)

3. CLO3 วิเคราะห์และประเมินตนเอง องค์กร และธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล ตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและ เศรษฐกิจดิจิทัล โดยคำนึงถึงหลักการเป็นคนไทยที่พึงประสงค์และ ผลกระทบต่อสังคม (PLO1-1C/PLO3-3B) ระดับ AN - Analyzing (analyze)

4. CLO4 บูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล ในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับองค์กร ชุมชน และ สังคม โดยยึดหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจ ดิจิทัล (PLO1-1C/PLO3-3B) ระดับ CR - Creating (create)

5. CLO5 แสดงพฤติกรรมของพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีความ มุ่งมั่นด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการขับเคลื่อน ธุรกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมดิจิทัล ที่สอดคล้องกับคุณลักษณะ นัก คี ก ษ า ข อ ง ห ลั ก สู ต ร (PLO1-1A)- Domain AF-Affective (demonstrate) และDomain AF-Affective (act)

Upon completion of the instruction, students who have achieved the following Course Learning Outcomes (CLOs):

1. CLO1: Explain the core principles of creative citizenship within the context of creative businesses and digital technology, emphasizing knowledge of digital rights, duties, responsibilities, and the opportunities and challenges in developing creative entrepreneurial ventures in the digital society and economy (PLO1-1B) at the Understanding (explain) level.
2. CLO2: Apply the principles of creative citizenship in the operation of creative businesses on digital platforms, demonstrating readiness to comply with the principles of

good governance and laws related to digital business (PLO1-1C) at the Applying (apply) level.

3. CLO3: Analyze and evaluate oneself, organizations, and digital technology businesses based on the principles of creative citizenship in the digital society and economy, considering desirable Thai citizen characteristics and societal impacts (PLO1-1C/PLO3-3B) at the Analyzing (analyze) level.
4. CLO4: Integrate arts, culture, and digital technology in the development of creative business concepts at the organizational, community, and societal levels, adhering to the principles of creative citizenship in the digital society and economy (PLO1-1C/PLO3-3B) at the Creating (create) level.
5. CLO5: Demonstrate behaviors of a creative citizen with a commitment to ethics and social responsibility in driving creative business and digital innovation that aligns with the program's student attributes (PLO1-1A) - Affective Domain (demonstrate) and Affective Domain (act).

เนื้อหา

สัปดาห์ที่ 1

3 ชั่วโมง

หลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

- ความหมายและองค์ประกอบหลัก
- ความสำคัญในศตวรรษที่ 21
- บริบทในธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 2

3 ชั่วโมง

พลเมืองดิจิทัล: สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ

สิทธิและหน้าที่ในโลกดิจิทัล

- สิทธิพื้นฐานของพลเมืองดิจิทัล (ความเป็นส่วนตัว เสรีภาพในการแสดงออก)
- หน้าที่และความรับผิดชอบต่อออนไลน์ (การเคารพผู้อื่น การใช้ข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ)
- กฎหมายและจริยธรรมดิจิทัล
- หลักการพื้นฐานทางกฎหมายดิจิทัล (ลิขสิทธิ์ อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์)

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 3

3 ชั่วโมง

โอกาสและความท้าทายในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล

พลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

- ผลกระทบต่อสังคม (การสื่อสาร การศึกษา การทำงาน)
- ผลกระทบต่อเศรษฐกิจดิจิทัล (อีคอมเมิร์ซ เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม)

โอกาสและความท้าทายธุรกิจสร้างสรรค์

- ศักยภาพและโอกาสในยุคดิจิทัล (ตลาดใหม่ เครื่องมือใหม่)
- อุปสรรคและความท้าทาย (การแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี)

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 4

3 ชั่วโมง

หลักการประกอบกิจการที่ดีกับธุรกิจดิจิทัล

หลักการพื้นฐาน Good Governance

- ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ (Transparency and Accountability)
- จริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการ (Ethics and Corporate Governance)

การประยุกต์ในธุรกิจดิจิทัล

- ความสำคัญต่อความยั่งยืนและความน่าเชื่อถือของธุรกิจดิจิทัล

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 5

3 ชั่วโมง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น

กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- หลักการพื้นฐานและข้อกำหนดที่สำคัญ (การทำสัญญาออนไลน์ การชำระเงิน)

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

- สิทธิของเจ้าของข้อมูลและหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูล

ทรัพย์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล

- ความสำคัญและการคุ้มครองเบื้องต้น (ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า)

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 6

3 ชั่วโมง

การสำรวจและตรวจสอบตนเองในฐานะพลเมือง สร้างสรรค์

การตระหนักรู้ในตนเอง

- จุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับการเป็นพลเมือง
สร้างสรรค์
- คุณค่าและทัศนคติที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อ
การเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 7

3 ชั่วโมง

การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัลตามหลักการ พลเมืองสร้างสรรค์

โครงสร้างและพลวัตสังคมดิจิทัล

- รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ (เครือข่ายสังคม ชุมชน
ออนไลน์)
- อิทธิพลของอัลกอริทึมและ Filter Bubbles

ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัล

- ข้อมูลเท็จ (Fake News) และการบิดเบือนข้อมูล
(Misinformation)
- การกลั่นแกล้งออนไลน์ (Cyberbullying) และ Hate
Speech

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 8

3 ชั่วโมง

การสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตาม หลักการพลเมืองสร้างสรรค์

รูปแบบและลักษณะธุรกิจดิจิทัล

- โมเดลธุรกิจที่สำคัญ (e-Commerce โมเดล Subscription และโมเดล Freemium)
- นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainable Business Practices)
- ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรดิจิทัล (Corporate Social Responsibility: CSR)

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 9

3 ชั่วโมง

ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจ

เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับองค์กร)

อิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์

- การใช้ศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่าง
 - การเล่าเรื่องราวของแบรนด์ผ่านศิลปะและวัฒนธรรม
- การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล
- แรงบันดาลใจจากศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 10

3 ชั่วโมง

ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจ

เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับชุมชน)

การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม

- แพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการเผยแพร่และเข้าถึงศิลปะวัฒนธรรม

- การสร้างประสบการณ์เสมือนจริง (VR/AR) สำหรับศิลปะและวัฒนธรรม
- การสร้างธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรม
- ตัวอย่างและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมท้องถิ่น

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 11

3 ชั่วโมง

ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจ

เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับสังคม)

บทบาทในการส่งเสริมความหลากหลาย

- การใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง
- การนำเสนอและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ถูกมองข้ามผ่านสื่อดิจิทัล

เทคโนโลยีกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

- โครงการและตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการบันทึกและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 12

3 ชั่วโมง

ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามใน

การขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล

การพัฒนา Mindset ลักษณะผู้ประกอบการ

- ความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน
- การจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลว

ความสำคัญของความเพียรพยายาม

- การเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง
- การสร้าง Resilience ในการทำธุรกิจ

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 13

3 ชั่วโมง

จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมใน

การสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล

หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี

- ประเด็นที่สำคัญในการพัฒนาและใช้เทคโนโลยี
(ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของข้อมูล อคติใน
อัลกอริธึม)
- กรอบจริยธรรมสำหรับนักพัฒนาและผู้ประกอบการ
ดิจิทัล

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- แนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์
ต่อสังคม
- การลดผลกระทบด้านลบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อ
สิ่งแวดล้อม

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 14

3 ชั่วโมง

การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ใน

บริบทดิจิทัล

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์

- เครื่องมือและแพลตฟอร์มสำหรับการมีส่วนร่วมของ
พลเมือง (Social Media แพลตฟอร์ม Petition และ
เครื่องมือ Crowdsourcing)
- การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์

เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม

- ตัวอย่างและแนวคิดโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- การระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาสังคม

สรุป

คำถามทบทวน

สัปดาห์ที่ 15

3 ชั่วโมง

สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการประยุกต์

ทบทวนและบูรณาการความรู้

- สรุปประเด็นสำคัญและแนวคิดหลักตลอดรายวิชา
- การเชื่อมโยงความรู้ไปสู่บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

การนำเสนอโครงงานกลุ่ม

- การนำเสนอแนวคิด โครงการ และผลลัพธ์
- การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและการตอบข้อซักถาม

การต่อยอดและการประยุกต์ในงานและการเรียนรู้

- แนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ไปประยุกต์ในการทำงาน และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล

สรุป

คำถามทบทวน

วิธีการสอนและกิจกรรม

ผู้สอนเลือกวิธีสอนและการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามลักษณะของเนื้อหาที่จัดการเรียนการสอนในแต่ละสัปดาห์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ใช้วิธีสอนแบบร่วมมือ โดยอาศัยทักษะและเทคนิคการสอนที่ให้นักศึกษาแสวงหาความรู้ด้วยการฟังและเกื้อกูลกัน ให้คำปรึกษาหารืออย่างใกล้ชิดในประเด็นศึกษาที่มอบหมาย ผู้สอนกำหนดและมอบหมายงานให้นักศึกษารับผิดชอบเป็นกลุ่มโดยให้ใช้ทักษะปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและทักษะการทำงานกลุ่ม ความคิดวิเคราะห์ การระดมพลังสมอง และการแสดงความคิดเห็นที่ถูกต้องชัดเจนพร้อมทั้งจัดทำสรุปเป็นผลงานส่งผู้สอน

2. ใช้วิธีสอนแบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยอาศัยทักษะและเทคนิคการสอนที่ให้นักศึกษาศึกษาประเด็นศึกษาต่าง ๆ ตามใบงานและให้เชื่อมต่อกับความคิดและเนื้อหาสาระด้วยเทคนิคการเชื่อมความรู้ (jigsaw) จากการปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้ในใบงานโดยให้ทักษะกระบวนการกลุ่มและทักษะการสรุปความแล้วจัดทำผลการศึกษานำเสนอหน้าชั้นเรียน โดยใช้ สื่อการนำเสนอดิจิทัล ประกอบและผู้สอนสรุปประกอบการเรียนรู้อีกครั้ง

3. ใช้วิธีสอนแบบการเขียนโครงสร้างความคิด โดยอาศัยทักษะและเทคนิคการสอน โดยให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มศึกษาประเด็นที่หลากหลายตามใบงานที่มอบหมายด้วย การวิเคราะห์ แนวทางการสังเคราะห์ การมอบหมายงาน การระดมพลังสมอง และให้นักศึกษานำเสนอผลงานด้วยเทคนิคการอธิบายประกอบสื่อการเรียนการสอนพร้อมทั้งให้นักศึกษาใช้ทักษะกระบวนการคิดด้วยการเขียนแผนที่ความคิด หลังจากนั้นผู้สอนอธิบายสรุปโดยใช้สื่อการนำเสนอภาพแบบดิจิทัล

4. ใช้วิธีสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ โดยอาศัยทักษะและเทคนิคการมอบหมายงานให้นักศึกษาปฏิบัติเพื่อฝึกทักษะความรับผิดชอบ

และการศึกษาความรู้ด้วยตนเองตามที่กำหนด พร้อมทั้งให้แบ่งกลุ่มศึกษาเนื้อหาสาระตามใบงาน โดยทำงานร่วมกันและสรุปความจากการเข้าศึกษาเนื้อหาการเรียนที่ผู้สอนออกแบบไว้

5. ใช้วิธีสอนแบบโครงงาน โดยอาศัยทักษะและเทคนิคการอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจ โดยผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาจัดทำกิจกรรมพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อให้นักศึกษาสามารถเชื่อมโยงความรู้ปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง มีการวางแผนการทำงาน มีกระบวนการทำงานอย่างมีขั้นตอน เชื่อมโยงสัมพันธ์ โดยใช้ทักษะกระบวนการคิด การสรุปความ หลังจากนั้นจัดทำเป็นเอกสารรายงานตามรูปแบบที่กำหนดส่งผู้สอน พร้อมทั้งจัดนำเสนอผลงานในรูปแบบของนิทรรศการให้ผู้อื่นได้ศึกษาโดยมีผู้สอนให้คำแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง

6. ใช้วิธีสอนแบบทักษะกระบวนการสร้างความคิดรวบยอด โดยให้นักศึกษาศึกษากรณีศึกษาที่กำหนดให้ และให้นักศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยการวิเคราะห์ การสังเกต การจำแนกความแตกต่าง การหาลักษณะร่วม เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และการสรุปความ โดยผู้สอนช่วยแนะนำด้วยการกระตุ้นด้วยคำถาม และฝึกการเขียนแผนผังความคิดสรุปเนื้อหาแบบต่าง ๆ ให้นักศึกษา

7. ใช้วิธีสอนแบบศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยให้นักศึกษาศึกษาข้อมูลจากใบความรู้และเอกสารการเรียนรู้ แหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ ตลอดจนหนังสือเอกสารและแหล่งการเรียนรู้ที่แนะนำไว้ตามหัวข้อที่กำหนด โดยนำความรู้ที่ได้ศึกษามาเขียนวิเคราะห์เป็นรายงานส่งผู้สอน

8. ใช้วิธีสอนแบบระดมพลังความคิดจากกรณีศึกษา ร่วมกับวิธีสอนแบบร่วมมือ โดยมอบหมายใบงานให้นักศึกษาปฏิบัติกิจกรรมด้วยการสังเกต การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การเชื่อมโยง การสรุปความ ตลอดจนทักษะกระบวนการกลุ่มในการปฏิบัติกิจกรรมร่วมกัน และให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม

9. ใช้วิธีสอนแบบชิปปา ที่เน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วม ในกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นนักศึกษาเป็นสำคัญโดยให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มศึกษาตามใบความรู้ประเด็นต่าง ๆ และช่วยกันรวบรวมความรู้และสร้างองค์ความรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและบุคคล มีส่วนร่วมทางกายและมีโอกาสเคลื่อนไหวร่างกาย ในขณะที่ปฏิบัติกิจกรรมลักษณะต่าง ๆ ร่วมกันเรียนรู้กระบวนการคิด กระบวนการแก้ปัญหา การแสวงหาความรู้และการประยุกต์ใช้ โดยนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์อื่นหรือเชื่อมโยงสร้างองค์ความรู้ที่เป็นสาระใกล้เคียงกันตามที่ผู้สอนกำหนดขึ้น

10. ใช้วิธีสอนแบบอุปนัย โดยใช้ทักษะและเทคนิคการสอนจากรายละเอียดปลีกย่อยไปหากฎเกณฑ์หลักการหรือข้อสรุป โดยผู้สอนนำเสนอรายละเอียดและตัวอย่างของสาระความรู้ต่าง ๆ และให้นักศึกษาช่วยกันสังเกต เปรียบเทียบ ระดมความคิด ค้นหาสาระที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันเพื่อนำไปเป็นข้อสรุป โดยมีผู้สอนเป็นผู้สนับสนุนให้นักศึกษาค้นพบสาระที่สำคัญ ๆ ด้วยตนเอง และเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ต่อเนื่อง ด้วยระบบการคิดที่สัมพันธ์กับการกระทำที่ดี

11. ใช้วิธีสอนแบบให้ฝึกและปฏิบัติ โดยผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาได้กระทำซ้ำด้วยการตอบคำถามทบทวนเพื่อพัฒนาทักษะ และเทคนิคการปฏิบัติจริงในสิ่งที่ได้เรียนมา โดยมีผู้สอนคอยให้คำปรึกษาและตอบข้อสงสัยทำให้เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ด้วยการลงมือกระทำจริง ทำให้เห็นคุณค่าของสิ่งที่เรียนรู้และจดจำเข้าใจสิ่งที่เรียนรู้ได้ดี สามารถถ่ายทอดหรือเชื่อมโยงการเรียนรู้ไปใช้ในสถานการณ์เดียวกันได้

12. การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (online learning) โดยผู้สอนจัดการเรียนรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบของคอมพิวเตอร์ เป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ร่วมกับเครือข่าย

อินเทอร์เน็ต สร้างการศึกษาที่มีปฏิสัมพันธ์คุณภาพสูง โดยไม่จำเป็นต้องเดินทาง เกิดความสะดวกและเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ทุกสถานที่ ทุกเวลา เป็นการสร้างการศึกษาดลอดชีวิตให้กับนักศึกษา การเรียนการสอนแบบออนไลน์ เป็นการศึกษาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้ด้วยตนเอง นักศึกษาสามารถเลือกเรียนตามความชอบของตนเอง ในส่วนของเนื้อหาการเรียน ประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีทัศน์ และสื่อมัลติมีเดีย สามารถส่งตรงไปยังนักศึกษาผ่าน เว็บเบราว์เซอร์ แอปพลิเคชัน ทั้งนักศึกษา ผู้สอน และเพื่อน สามารถติดต่อ สื่อสาร ปรัชญา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบเดียวกับการเรียนในชั้นเรียนทั่วไป โดยการใช้ อีเมล การพูดคุย สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น ด้วยเหตุนี้การเรียนรู้แบบออนไลน์ จึงเป็นเหมาะสำหรับการเรียนรู้ได้ตามความต้องการของนักศึกษา

13. สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ เพื่อสร้างกระบวนการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่นักศึกษาต้องได้มีโอกาสลงมือกระทำมากกว่าการฟังบรรยายหรืออภิปรายเพียงอย่างเดียว การจัดกิจกรรมให้นักศึกษาได้การเรียนรู้โดยหลักการสื่อสาร เช่น การอ่าน การเขียน การโต้ตอบ การวิเคราะห์ปัญหา การนำเสนอและอภิปราย อีกทั้งให้นักศึกษาได้แนวทางการฝึกใช้กระบวนการคิดขั้นสูง ได้แก่ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์และการประเมินค่าของงานกิจกรรมสร้างสรรค์สังคมที่ตามสภาพสถานการณ์แวดล้อมเพื่อพัฒนาการทำงาน และแนวทางการดำเนินการดำเนินโครงการ

14. กำหนดให้นักศึกษาทำงานคู่ โดยการนำเสนอผ่านรายละเอียดและหัวข้อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือลักษณะผสมผสาน ผู้สอนทำการแสดงความคิดเห็น ร่วมอภิปรายหาผลสรุปร่วมกัน และการให้ข้อมูลป้อนกลับที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้

15. ผู้สอนมอบหมายงานให้นักศึกษา มุ่งเน้นการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยให้ศึกษาและค้นคว้างานจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ในเรื่องเกี่ยวกับการฝึกพัฒนาการทำงาน ลักษณะพลเมืองสร้างสรรค์ และการร่วมเป็นสมาชิกในสังคมที่สร้างสรรค์

สื่อการเรียนการสอน

การเรียนการสอนในรายวิชาพลเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้ นักศึกษาได้รับความรู้ และเกิดกระบวนการคิดที่สามารถนำไป ประยุกต์ในการเรียนรายวิชาที่สัมพันธ์กันรวมทั้งการใช้ใน การเรียนรู้ปรับใช้ในสังคมได้ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ หลากหลายที่สอดคล้องกับวิธีการสอนและกิจกรรมที่เน้นนักศึกษา เป็นสำคัญจึงได้ใช้สื่อประกอบการเรียนการสอน ดังนี้

1. เอกสารประกอบการเรียน
2. ใบงานหรือใบความรู้ที่ใช้ประกอบการเรียนในแต่ละ สัปดาห์
3. การนำเสนอผลงานด้วยสื่อดิจิทัล
4. กรณีศึกษาและตัวอย่างการปฏิบัติ การวิเคราะห์ กรณีศึกษาที่เจาะลึกเกี่ยวกับการพัฒนาโครงการริเริ่มสร้างสรรค์ การพัฒนานั้นเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ และรูปแบบการทำงานร่วมกัน ในทีม รวมถึงตัวอย่างการดำเนินงานโครงการในชุมชนออนไลน์และ เครือข่ายดิจิทัล
5. สื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ วิดีทัศน์และสื่ออื่นๆ ที่ นำเสนอแนวทางการพัฒนาโครงการที่สอดคล้องกับหลักพลเมือง สร้างสรรค์ การสร้างและบริหารจัดการทีมงานเสมือนที่มี ประสิทธิภาพ การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบ รวมถึงเรื่องราวความสำเร็จและแรงบันดาลใจในการริเริ่มโครงการที่ สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล

6. ตัวอย่างโครงการการพัฒนาตนและแนวทางการทำงาน
การนำเสนอตัวอย่างโครงการริเริ่มสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ
ซึ่งสะท้อนหลักการของพลเมืองสร้างสรรค์ และแนวทางปฏิบัติที่ดีใน
การสร้างทีมงานเสมือนและการทำงานร่วมกันในสภาพแวดล้อม
ดิจิทัล

7. เอกสาร และหนังสืออ่านประกอบ เพื่อการศึกษาค้นคว้า
เพิ่มเติม

8. การศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจาก เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน
บทความหนังสือ eBooks หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ สื่อดิจิทัลที่
เกี่ยวข้อง ในหลากหลายรูปแบบ

การวัดผลและประเมินผล

1. การวัดผล

วิธีวัดและกำหนดสัดส่วนของคะแนนจาก 100 ส่วน จำแนกได้
ดังนี้

1.1 คะแนนระหว่างภาคการศึกษารวมร้อยละ 80 ได้แก่

1.1.1 การค้นคว้าและนำเสนอผลงานคู่ ร้อยละ 20

1.1.2 การค้นคว้าและนำเสนอผลงานกลุ่ม ร้อยละ 40

1.1.3 การสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม ร้อยละ 20

1.2 คะแนนสอบปลายภาคศึกษารวมร้อยละ 20 คือ

1.2.1 ทดสอบประมวลความรู้ร่วมกับการนำเสนอผลงาน สรุป
อธิบาย วิเคราะห์ ร้อยละ 20

กิจกรรมการสอนแต่ละสัปดาห์จะมีการวัดผลการเรียนรู้ให้
ครอบคลุมผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาทั้ง 5 ข้อที่ได้ระบุไว้ตาม
รายละเอียดของรายวิชา ประกอบด้วย

ประเมินผลกิจกรรมตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อประเมินความสำเร็จของกิจกรรมจากกระบวนการกำกับติดตามที่นำไปสู่แนวทางการปรับปรุงในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น

โดยกำหนดสัดส่วนการประเมินในแต่ละสัปดาห์รวมกันเป็นร้อยละ 100 แล้วจึงนำมาเทียบกับสัดส่วนผลคะแนนตามที่กำหนดไว้ในภาพรวมข้างต้นนี้ แล้วจึงทำการประเมินผลนักศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับรายละเอียดของรายวิชาและเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของรายวิชา

2. การประเมินผล

การประเมินผลคิดค่าคะแนนโดยใช้วิธีอิงเกณฑ์จากค่าร้อยละ โดยคิดเป็น 8 ลำดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย	ค่าระดับคะแนน	ค่าร้อยละ
A	ดีเยี่ยม	4.0	85-100
B ⁺	ดีมาก	3.5	79-84
B	ดี	3.0	73-78
C ⁺	ดีพอใช้	2.5	67-72
C	พอใช้	2.0	61-66
D ⁺	อ่อน	1.5	55-60
D	อ่อนมาก	1.0	50 - 54
F	ตก	0.0	0 - 49

ค่าระดับคะแนนที่ถือว่าสอบได้ ต้องไม่ต่ำกว่า “0” กรณีที่นักศึกษาทำงานไม่เสร็จเมื่อสิ้นภาคการศึกษา จะได้รับการบันทึกการประเมินที่ไม่สมบูรณ์ “I” (Incomplete) และนักศึกษาจะต้องเปลี่ยนค่าระดับคะแนนให้แล้วเสร็จตามประกาศของสำนักส่งเสริม

วิชาการและงานทะเบียน ติดตามได้จากประกาศของมหาวิทยาลัย
สวนดุสิตในแต่ละภาคการศึกษา

เนื้อหารายวิชาพลเมืองสร้างสรรค์ได้รับการออกแบบให้
เชื่อมโยงและต่อยอดกันในแต่ละสัปดาห์ โดยเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจ
หลักคิดพื้นฐานของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทของ
ธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงสิทธิ หน้าที่ ความ
รับผิดชอบ และจริยธรรมในโลกดิจิทัล (สัปดาห์ที่ 1-2) ต่อมาจะสำรวจ
โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ในสังคม
และเศรษฐกิจดิจิทัล (สัปดาห์ที่ 3-4) ก่อนที่จะนำไปสู่การประยุกต์
หลักการของพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัลตาม
หลักการกำกับดูแลที่ดีและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (สัปดาห์ที่ 5-6)

ต่อจากนั้น นักศึกษาจะได้รับฝึกพัฒนาทักษะการวิเคราะห์
และประเมินตนเอง องค์กร และธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการ
ของพลเมืองสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์และ
ผลกระทบต่อสังคม (สัปดาห์ที่ 7-8) ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้เกี่ยวกับ
การบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนา
แนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับต่าง ๆ (สัปดาห์ที่ 9-10) และ
ฝึกฝนกระบวนการพัฒนาโครงการริเริ่มสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้าง
และบริหารจัดการทีมงานเสมือนที่มีประสิทธิภาพ (สัปดาห์ที่ 11-14)

ในส่วนท้ายของรายวิชาจะเน้นย้ำถึงความสำคัญของ
จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการขับเคลื่อนธุรกิจ
สร้างสรรค์และนวัตกรรมดิจิทัล (สัปดาห์ที่ 15) และปิดท้ายด้วยการ
นำเสนอผลงานและการประเมินผลการเรียนรู้โดยรวม (สัปดาห์ที่ 16)
ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงเนื้อหาตั้งแต่พื้นฐานไปสู่การประยุกต์
และการปฏิบัติจริงอย่างเป็นลำดับ

สัปดาห์ที่ 1

หลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

สัปดาห์แรกของการเรียนรู้ในรายวิชาพลเมืองสร้างสรรค์ จะเริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจหลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (Core Principles of Creative Citizenship) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเป็นพลเมืองที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนสังคมอย่างสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากการสำรวจความหมายและองค์ประกอบหลักของแนวคิดนี้ ทำความเข้าใจถึงความสำคัญของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในศตวรรษที่ 21 ที่เต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลงและความท้าทาย และพิจารณาถึงบริบทเฉพาะของการนำหลักคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในโลกของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ทุกท่านได้เห็นภาพรวมและเตรียมพร้อมสำหรับการเรียนรู้ในสัปดาห์ต่อไป เนื้อหาประจำสัปดาห์ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

1.1 ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

1.1.1 ความหมายและองค์ประกอบหลัก

1.1.2 ความสำคัญในศตวรรษที่ 21

1.1.3 บริบทในธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

1.1 ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

1.1.1 ความหมายและองค์ประกอบหลัก

(1) ความหมาย

ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (Creative Citizenship) เป็นการขยายขอบเขต บทบาทของพลเมืองจากการปฏิบัติตามกฎหมายและการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบดั้งเดิม ไปสู่การเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็น

ประโยชน์ต่อสังคม โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และความร่วมมือ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชนและสังคมในวงกว้าง ซึ่งเป็นการผสมรวมจิตสำนึกของความ เป็นพลเมืองที่ดีเข้ากับพลังของการสร้างสรรค์

(2) องค์ประกอบหลัก

ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น การคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น (Active Participation) ไม่เพียงแต่การรับรู้ปัญหา แต่ยังรวมถึงการลงมือทำ การเสนอแนวคิดและการเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

2) การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ประเมินสถานการณ์ และตั้งคำถามอย่างมีเหตุผล เพื่อทำความเข้าใจปัญหาอย่างรอบด้าน ก่อนที่จะนำไปสู่การแก้ไข

3) การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving) การใช้จินตนาการและความคิดนอกกรอบเพื่อค้นหาริธีการใหม่ ๆ ในการจัดการกับปัญหาและความท้าทายต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การตระหนักถึงผลกระทบของการกระทำของตนเอง ต่อผู้อื่นและสังคมโดยรวม รวมถึงการมีจิตสำนึกในการสร้างสรรค์ สิ่งที่เป็นประโยชน์และลดผลกระทบด้านลบ

5) การทำงานร่วมกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง (Collaboration for Change) ความสามารถในการทำงานร่วมกับ

ผู้อื่นที่มีความหลากหลายทางความคิดและทักษะ เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และแก้ไขปัญหา

(3) คุณลักษณะสำคัญ

นอกเหนือจากองค์ประกอบหลัก พลเมืองสร้างสรรค์ควรมีคุณลักษณะ เช่น ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความกล้าที่จะทดลอง (Courage to Experiment) ความยืดหยุ่นในการปรับตัว (Adaptability) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) และความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม (Commitment to Socially Beneficial Innovation)

1.1.2 ความสำคัญในศตวรรษที่ 21

ศตวรรษที่ 21 ที่โลกเผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกัน การมีพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในการคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์แนวทางแก้ไขปัญหา และทำงานร่วมกันจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับมือกับความท้าทายระดับโลก ขับเคลื่อนนวัตกรรม และการเติบโตทางเศรษฐกิจ เสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคมที่เปิดกว้างและมีส่วนร่วม รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์แนวทางใหม่ ๆ การใช้ทรัพยากรที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างสังคมที่เท่าเทียม พลเมืองสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญในการทำให้เป้าหมายเหล่านี้เป็นจริง ดังนี้

1) รับมือกับความท้าทายระดับโลก ในห้วงเวลาที่โลกเผชิญกับปัญหาที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม โรคระบาด และความขัดแย้ง การมีพลเมืองที่สามารถคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์ทางออกใหม่ ๆ และทำงานร่วมกันจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

2) ขับเคลื่อนนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา

เศรษฐกิจในยุคดิจิทัล พลเมืองสร้างสรรค์มีบทบาทในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางเศรษฐกิจ

3) เสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคม พลเมืองสร้างสรรค์มีส่วนช่วยในการสร้างสังคมที่เปิดกว้าง มีส่วนร่วม และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาชุมชน การพัฒนาโครงการเพื่อสังคม และการส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งการสร้างสรรค์ ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้สังคมเข้มแข็ง

4) ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน การคิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างสังคมที่เท่าเทียม เป็นสิ่งที่พลเมืองสร้างสรรค์สามารถเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.1.3 บริบทในธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

เมื่อกล่าวถึงบริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการสร้างสรรค์ที่มีคุณค่า ควบคู่ไปกับการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการ แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการตระหนักถึงความรับผิดชอบในการใช้งานสื่อดิจิทัลและการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างมีคุณธรรม ดังนี้

1) การสร้างสรรค์ที่มีคุณค่า ในธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล ความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและ

สิ่งแวดล้อม เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

2) บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้พลเมืองสร้างสรรค์สามารถเข้าถึงข้อมูล สื่อสาร ทำงานร่วมกัน และเผยแพร่แนวคิดได้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม การใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบ มีจริยธรรม และตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคมดิจิทัลก็เป็นสิ่งสำคัญ

3) ความรับผิดชอบทางดิจิทัล (Digital Responsibility) ในโลกดิจิทัล พลเมืองสร้างสรรค์ต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ การเผยแพร่ข้อมูล การเคารพสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น รวมถึงการต่อต้านการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์และการสร้างข่าวปลอม

4) จริยธรรมในการใช้เทคโนโลยี (Ethics in Technology Use) การพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาใช้ควรคำนึงถึงประเด็นทางจริยธรรม เช่น ความเป็นธรรม ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และผลกระทบต่ออาจเกิดขึ้นต่อสังคมในระยะยาว พลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทนี้จึงต้องมีวิจารณญาณในการใช้และพัฒนาเทคโนโลยีอย่างมีคุณธรรม

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 1 นักศึกษาสามารถอธิบายความหมายและองค์ประกอบหลักของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ รวมถึง ตระหนักถึงความสำคัญของแนวคิดนี้ในบริบทของศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน โลกของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ CLO1 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาอธิบายหลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทดังกล่าว โดยเน้นความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในสัปดาห์ต่อไป

สรุป

การได้ร่วมกันสำรวจและทำความเข้าใจถึงหลักคิดพื้นฐานของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ขยายบทบาทของพลเมืองให้ก้าวไปสู่การเป็นผู้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และความร่วมมือ อีกทั้งได้พิจารณาถึงองค์ประกอบหลักของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ ความสำคัญอย่างยิ่งของแนวคิดนี้ในศตวรรษที่ 21 ที่เต็มไปด้วยความท้าทายและโอกาส รวมถึงบริบทที่จำเพาะเจาะจงของการนำหลักคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ในโลกของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการเรียนรู้

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ศึกษาไปในสัปดาห์นี้ จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายความหมายของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ โดยสังเขปและระบุองค์ประกอบหลักที่สำคัญ
2. จงอธิบายถึง ความสำคัญของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในการรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ ในศตวรรษที่ 21 พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
3. จงอธิบายว่าหลักคิดของความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างไรในบริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล
4. จงระบุและอธิบายถึงความแตกต่างที่สำคัญระหว่างแนวคิดของ “พลเมือง” ในความหมายดั้งเดิมกับ “พลเมืองสร้างสรรค์”
5. จงอธิบายถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการแสดงออกซึ่งความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

รายการอ้างอิง

- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. Hyperion.
- boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell Publishers.
- Floridi, L. (2010). *Information: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Leadbeater, C., & Oakley, K. (1999). *The creative industries*. Demos.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. Penguin Press.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2015). Digital media literacy: Concepts, skills, and learning for the 21st century. *New Media & Society*, 17(4), 585-613.
- Nissenbaum, H. (2004). Privacy as contextual integrity. *Washington Law Review*, 79(1), 119-158.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.

- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- van Dijk, J. A. G. M. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. Sage.
- Wiley, D. (2000). Connecting learning objects to instructional design theory: A definition, a metaphor, and a taxonomy. In D. A. Wiley (Ed.), *The instructional use of learning objects: Online version*. Agency for Instructional Technology and Association of Educational Communications and Technology.

สัปดาห์ที่ 2

พลเมืองดิจิทัล: สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ

สัปดาห์ที่สองจะเจาะลึกในประเด็นสำคัญของการเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) โดยเน้นที่ สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ (Rights, Duties, and Responsibilities) ที่พลเมืองทุกคนพึงมีและพึงปฏิบัติในโลกออนไลน์ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ปลอดภัย สร้างสรรค์ และเคารพซึ่งกันและกัน เนื้อหาสัปดาห์ที่ 2 ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

2.1 สิทธิและหน้าที่ในโลกดิจิทัล

2.1.1 สิทธิพื้นฐานของพลเมืองดิจิทัล (ความเป็นส่วนตัว เสรีภาพในการแสดงออก)

2.1.2 หน้าที่และความรับผิดชอบออนไลน์ (การเคารพผู้อื่น การใช้ข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ)

2.1.3 กฎหมายและจริยธรรมดิจิทัล

2.1.4 หลักการพื้นฐานทางกฎหมายดิจิทัล (ลิขสิทธิ์ อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์)

2.1 สิทธิและหน้าที่ในโลกดิจิทัล

สิทธิและหน้าที่ในโลกดิจิทัล (Rights and Duties in the Digital World) เนื้อหาประกอบด้วย สิทธิพื้นฐานของพลเมืองดิจิทัล หน้าที่และความรับผิดชอบออนไลน์

2.1.1 สิทธิพื้นฐานของพลเมืองดิจิทัล

(1) ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ตามหลักวิชาการว่าด้วยสิทธิในความเป็นส่วนตัวในโลกดิจิทัลอ้างอิงจากแนวคิดสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน (e.g., Article 12 of the Universal Declaration of Human Rights) ซึ่งขยายขอบเขตมาสู่ข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกสร้าง จัดเก็บ และประมวลผลในสภาพแวดล้อมดิจิทัล รวมถึงสิทธิในการควบคุมข้อมูลส่วนตัว การเข้าถึง การแก้ไข และการปกป้องจากการถูกละเมิดโดยมิชอบ (Solove, 2008; Nissenbaum, 2010) แนวคิดเรื่อง “บริบทของความความเป็นส่วนตัว” (Contextual Integrity) เน้นว่าความคาดหวังและความเหมาะสมในการไหลเวียนของข้อมูลขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและบรรทัดฐานที่เกี่ยวข้อง (Nissenbaum, 2004)

(2) เสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of Expression)

สิทธินี้ได้รับการรับรองในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Article 19) และรัฐธรรมนูญของหลายประเทศ ในโลกดิจิทัล ครอบคลุมถึงการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เสรีภาพนี้มาพร้อมกับข้อจำกัดตามหลักสากล เช่น การห้ามการยุยงให้เกิดความเกลียดชัง การหมิ่นประมาท และการละเมิดสิทธิของผู้อื่น (McMillan, 2007; Balkin, 2004) แนวคิดเรื่อง “พื้นที่สาธารณะดิจิทัล” (Digital Public Sphere) สำคัญต่อการทำความเข้าใจว่าอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมทางประชาธิปไตย (Habermas, 1989)

2.1.2 หน้าที่และความรับผิดชอบออนไลน์

ประกอบด้วย การเคารพผู้อื่น และการใช้ข้อมูลอย่างมี วิจารณญาณ ดังนี้

(1) การเคารพผู้อื่น (Respect for Others)

ตามหลักจริยศาสตร์ทางอินเทอร์เน็ต (Netiquette) พลเมืองดิจิทัลมีหน้าที่เคารพศักดิ์ศรี ความคิดเห็น และความแตกต่าง ของผู้อื่นในโลกออนไลน์ ซึ่งรวมถึงการหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่หยาบคาย การกลั่นแกล้ง (Cyberbullying) การเหยียดหยาม และการเลือกปฏิบัติ (Turtle, 2011; Floridi, 2010) แนวคิดเรื่อง “ความเห็นอกเห็นใจทางดิจิทัล” (Digital Empathy) เน้นความสำคัญของการเข้าใจและ ใส่ใจความรู้สึกของผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่ไม่เห็นหน้าค่าตา

(2) การใช้ข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Information Consumption)

พลเมืองดิจิทัลมีความรับผิดชอบในการประเมินความ น่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลที่พบเห็นออนไลน์ ก่อนที่จะเชื่อ แพร่ หรือนำไปใช้ (Metzger & Flanagin, 2015) ทักษะการรู้เท่าทัน สื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) เป็นสิ่งจำเป็น ในการแยกแยะข้อมูลจริง ข่าวปลอม (Fake News) และข้อมูลที่ บิดเบือน (Misinformation) แนวคิดเรื่อง “การตรวจสอบข้อเท็จจริง” (Fact-checking) และ “การคิดอย่างมีเหตุผล” (Logical Reasoning) เป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการนี้

2.1.3 กฎหมายและจริยธรรมดิจิทัล

กฎหมายและจริยธรรมดิจิทัล (Digital Law and Ethics) เป็น การพิจารณาถึงกรอบการกำกับดูแลและหลักการทางศีลธรรมที่ เกี่ยวข้องกับการกระทำและการปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล

ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างสังคมดิจิทัลที่ยุติธรรม ปลอดภัย และน่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดตามหลักวิชาการดังนี้

(1) กฎหมายดิจิทัล (Digital Law)

กฎหมายดิจิทัล หรือเรียกว่ากฎหมายไอที (IT Law) หรือกฎหมายไซเบอร์ (Cyber Law) เป็นระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลดิจิทัล อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และ บทลงโทษสำหรับการกระทำต่าง ๆ ในโลกดิจิทัล ซึ่งมีความแตกต่าง จากกฎหมายแบบดั้งเดิมเนื่องจากลักษณะเฉพาะของเทคโนโลยีและ ความไร้พรมแดนของโลกออนไลน์ (Reed, 2018; Lloyd, 2011) หลักการพื้นฐานที่กฎหมายดิจิทัลพยายามครอบคลุม ได้แก่

1) ความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy and Data Protection)

กฎหมายในส่วนนี้มีเป้าหมายเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากการเก็บรวบรวม การใช้ การเปิดเผย หรือการประมวลผล โดยไม่ได้รับความยินยอมหรือโดยมิชอบ (Schwartz & Solove, 2011) เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ของประเทศไทย หรือกฎระเบียบ General Data Protection Regulation (GDPR) ของสหภาพยุโรป ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการให้ ความยินยอม สิทธิของเจ้าของข้อมูล และความรับผิดชอบของผู้ควบคุมและ ผู้ประมวลผลข้อมูล (Bygrave, 2014)

2) ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ มุ่งเน้นการป้องกันอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ การโจมตีทาง ไซเบอร์ และการรักษาความลับ ความถูกต้อง และความพร้อมใช้งาน ของระบบและข้อมูลดิจิทัล (Goodman, 2015) กฎหมายอาจกำหนด

ความผิดเกี่ยวกับการเข้าถึงระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต การแพร่กระจายมัลแวร์ การโจรกรรมข้อมูล และการก่อวินาศกรรม (Brenner, 2010)

3) ทรัพย์สินทางปัญญาในยุคดิจิทัล (Intellectual Property in the Digital Age)

กฎหมายลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าได้รับการปรับปรุงและตีความใหม่เพื่อให้ครอบคลุมถึงผลงานสร้างสรรค์และนวัตกรรมในรูปแบบดิจิทัล (Lessig, 2004) ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การคุ้มครองซอฟต์แวร์ งานมัลติมีเดีย การละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ และการจัดการสิทธิในยุคดิจิทัล (DRM - Digital Rights Management) (Samuelson, 1999)

4) การทำสัญญาและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce and Online Contracts)

กฎหมายในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ ความถูกต้องตามกฎหมายของสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ การระบุตัวตนทางดิจิทัล และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการออนไลน์ (Murray, 2019) กฎหมายอาจกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเสนอและการตอบรับคำเสนอ การชำระเงินออนไลน์ และการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายออนไลน์ (Wright, 2008)

5) ความรับผิดทางกฎหมายของผู้ให้บริการออนไลน์ (Online Service Provider Liability)

กฎหมายพยายามกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และผู้ให้บริการเนื้อหาออนไลน์ ต่อการกระทำที่ผิดกฎหมายของผู้ใช้งาน (Gillespie, 2018) ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย การละเมิดลิขสิทธิ์ และการหมิ่นประมาทออนไลน์ (Tufekci, 2017)

(2) จริยธรรมดิจิทัล (Digital Ethics)

จริยธรรมดิจิทัลเป็นชุดของหลักการทางศีลธรรมและค่านิยมที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจและการกระทำในสภาพแวดล้อมดิจิทัล (Floridi, 2010; Tavani, 2016) จริยธรรมดิจิทัลมีความสำคัญเนื่องจากกฎหมายเพียงอย่างเดียวไม่สามารถครอบคลุมทุกสถานการณ์หรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในโลกออนไลน์ได้ หลักการทางจริยธรรมดิจิทัลที่สำคัญ ได้แก่

1) ความเคารพและความเห็นอกเห็นใจ (Respect and Empathy)

การปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเคารพในโลกออนไลน์ การหลีกเลี่ยงการกลั่นแกล้ง การเหยียดหยาม และการแสดงความเห็นอกเห็นใจต่อความรู้สึกของผู้อื่น (Hinduja & Patchin, 2015)

2) ความซื่อสัตย์และความโปร่งใส (Honesty and Transparency)

การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การไม่บิดเบือนความจริง และการเปิดเผยเมื่อมีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลหรือมีการโฆษณาแฝง (O'Neil, 2016)

3) ความเป็นธรรมและความเท่าเทียม (Fairness and Equity)

การออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีที่ไม่เลือกปฏิบัติและส่งเสริมความเท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล (Noble, 2018)

4) ความรับผิดชอบและความระมัดระวัง (Responsibility and Prudence)

การตระหนักถึงผลกระทบของการกระทำออนไลน์ของตนเอง การใช้เทคโนโลยีอย่างระมัดระวัง และการพิจารณาถึงผลกระทบต่อสังคมในระยะยาว (Jonas, 1984)

5) การไม่ละเมิดสิทธิและความเป็นส่วนตัว (Non-maleficence and Privacy)

การหลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจก่อให้เกิดอันตรายหรือการละเมิดสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่นในโลกออนไลน์ (Van den Hoven, Vermaas, & van de Poel, 2015)

การบูรณาการความรู้ความเข้าใจทั้งในด้านกฎหมายและจริยธรรมดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพลเมืองดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบและสามารถมีส่วนร่วมในสังคมดิจิทัลได้อย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย

2.1.4 หลักการพื้นฐานทางกฎหมายดิจิทัล

ประกอบด้วย ลิขสิทธิ์ และอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้

(1) ลิขสิทธิ์ (Copyright)

ตามหลักกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิทางกฎหมายที่มอบให้กับผู้สร้างสรรค์งานวรรณกรรม ศิลปะ ดนตรี และงานสร้างสรรค์อื่น ๆ เพื่อควบคุมการทำซ้ำ การดัดแปลง การเผยแพร่ และการแสดงผลงานของตน (Lessig, 2004) ในโลกดิจิทัล การละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้นได้ง่ายจากการทำสำเนาและเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หลักการเรื่อง “การใช้งานที่เป็นธรรม” (Fair Use/Fair Dealing) เป็นข้อยกเว้นบางประการที่อนุญาตให้ใช้ผลงานที่มีลิขสิทธิ์ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด (Patry, 2007)

(2) อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Cybercrime)

ตามหลักกฎหมายอาญา อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ครอบคลุมการกระทำผิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และเครือข่าย เช่น การเข้าถึงระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต (Hacking) การแพร่กระจายไวรัสและมัลแวร์ การฉ้อโกงออนไลน์ (Online Fraud) การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล (Identity Theft) และการก่อการร้ายทางไซเบอร์ (Cyberterrorism) (Wall, 2007) อนุสัญญาว่าด้วยอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Convention on Cybercrime) เป็นกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศในการต่อต้านอาชญากรรมประเภทนี้

การทำความเข้าใจสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ รวมถึงกฎหมายและจริยธรรมดิจิทัล เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพและสามารถมีส่วนร่วมในโลกออนไลน์ได้อย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 2 นักศึกษาสามารถอธิบายสิทธิพื้นฐานและความรับผิดชอบของพลเมืองในโลกดิจิทัลได้แก่ ความเป็นส่วนตัว เสรีภาพในการแสดงออก การเคารพผู้อื่น และการใช้ข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ รวมถึง เข้าใจหลักการพื้นฐานทางกฎหมายดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง เช่น ลิขสิทธิ์และอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับ CLO1 ที่มุ่งเน้นการอธิบายหลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้นความรู้ในสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบทางดิจิทัล

สรุป

การศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัล ที่เน้นสิทธิพื้นฐาน เช่น ความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพในการแสดงออก ควบคู่ไปกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญในการใช้งานโลกออนไลน์ อาทิ การเคารพ

ผู้อื่นและการใช้ข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ นอกจากนี้ ยังได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการพื้นฐานทางกฎหมายดิจิทัลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินกิจกรรมออนไลน์ เช่น ลิขสิทธิ์และอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสังคมดิจิทัลที่ปลอดภัย สร้างสรรค์ และเคารพซึ่งกันและกัน

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับพลเมืองดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุสิทธิพื้นฐานของพลเมืองดิจิทัลที่ได้ศึกษาในสัปดาห์นี้มาอย่างน้อย 2 ข้อ (Remembering)
2. จงอธิบายความหมายของคำว่า “ความรับผิดชอบออนไลน์” ในบริบทของพลเมืองดิจิทัล (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างสถานการณ์ที่ได้พบเห็นการละเมิด “การเคารพผู้อื่น” ในโลกออนไลน์ และเสนอแนวทางที่คุณจะนำหลักการนี้ไปปรับใช้ในการสื่อสารออนไลน์ (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่าง “ลิขสิทธิ์” กับ “การใช้งานที่เป็นธรรม” ในบริบทของเนื้อหาดิจิทัล (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคมและเศรษฐกิจ หากพลเมืองดิจิทัลขาดความตระหนักในเรื่อง “อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์” (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. Hyperion.
- Balkin, J. M. (2004). Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the information society. *The Yale Law Journal*, 113(7), 1461-1567.
- Brenner, S. W. (2010). *Cybercrime: The investigation, prosecution and defense of a computer-related crime*. Anderson Publishing.
- Floridi, L. (2010). *Information: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. Penguin Press.
- Lloyd, I. J. (2011). *Information technology law* (7th ed.). Oxford University Press.
- McMillan, S. J. (2007). Freedom of expression and the internet: A conceptual framework. *New Media & Society*, 9(5), 719-746.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2015). Digital media literacy: Concepts, skills, and learning for the 21st century. *New Media & Society*, 17(4), 585-613.
- Nissenbaum, H. (2004). Privacy as contextual integrity. *Washington Law Review*, 79(1), 119-158.

- Reed, C. [2018]. *Internet law: Text and materials* (4th ed.). Cambridge University Press.
- Samuelson, P. [1999]. Intellectual property and the digital economy: Why the sky didn't fall. *Berkeley Technology Law Journal*, 14[2], 861-887.
- Schwartz, P. M., & Solove, D. J. [2011]. Taxonomy of privacy. *University of Pennsylvania Law Review*, 154[5], 1003-1054.
- Solove, D. J. [2008]. Understanding privacy. *Harvard Law Review*, 121[7], 1226-1379.
- Tufekci, Z. [2017]. *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Turkle, S. [2011]. *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Wall, D. S. [2007]. *Cybercrime: The transformation of crime in the twenty-first century*. Polity Press.

สัปดาห์ที่ 3

โอกาสและความท้าทายในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล

สัปดาห์ที่สามสำรวจเรื่องพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Dynamics of Digital Transformation) และวิเคราะห์ โอกาสและความท้าทาย (Opportunities and Challenges) ที่เกิดขึ้นในทั้ง สังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Society and Economy) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ ธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Businesses) เนื้อหาสัปดาห์ที่ 3 ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

3.1 พลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

3.1.1 ผลกระทบต่อสังคม (การสื่อสาร การศึกษา การทำงาน)

3.1.2 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจดิจิทัล (อีคอมเมิร์ซ เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม)

3.2 โอกาสและความท้าทายธุรกิจสร้างสรรค์

3.2.1 ศักยภาพและโอกาสในยุคดิจิทัล (ตลาดใหม่ เครื่องมือใหม่)

3.2.2 อุปสรรคและความท้าทาย (การแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี)

3.1 พลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

พลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Dynamics of Digital Transformation) ประกอบด้วย ผลกระทบต่อสังคม และผลกระทบต่อเศรษฐกิจดิจิทัล ดังนี้

3.1.1 ผลกระทบต่อสังคม

ประกอบด้วยสาม ด้านคือ การสื่อสาร การศึกษา และการทำงาน ดังนี้

(1) การสื่อสาร (Communication) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้ปฏิวัติวิธีการสื่อสารของผู้คนอย่างลึกซึ้ง จากการสื่อสารแบบเผชิญหน้าและผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สู่การสื่อสารแบบไร้พรมแดนผ่านอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ (Castells, 2000) แนวคิดเรื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์” (Social Network Sites) และ “การสื่อสารแบบหลายทาง” (Many-to-Many Communication) ได้เปลี่ยนแปลงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม รูปแบบความสัมพันธ์ และการสร้างชุมชนออนไลน์ (boyd & Ellison, 2007) อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทาย เช่น การลดลงของการสื่อสารแบบเห็นหน้า การเกิดภาวะ “Digital Divide” หรือความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี และผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Turkle, 2011)

(2) การศึกษา (Education) เทคโนโลยีดิจิทัลได้เปิดโอกาสใหม่ ๆ ในการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย (Siemens, 2005) แนวคิดเรื่อง “การเรียนรู้ออนไลน์” (Online Learning) “การเรียนรู้แบบผสมผสาน” (Blended Learning) และ “แหล่งทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด” (Open Educational Resources - OER) ได้ขยายขอบเขตการศึกษาและลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ (Wiley, 2000) อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในการประกันคุณภาพของการเรียนรู้ออนไลน์ การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการจัดการกับปัญหา “Digital Literacy” หรือความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (van Dijk, 2005)

(3) การทำงาน (Work) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้นำไปสู่การเกิดขึ้นของ “เศรษฐกิจแบบ Gig” (Gig Economy) และ “การทำงานทางไกล” (Remote Work) ซึ่งมีความยืดหยุ่นมากขึ้น แต่

ก็อาจนำมาซึ่งความไม่มั่นคงในอาชีพ (Sundararajan, 2016) เทคโนโลยีอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) กำลังเปลี่ยนแปลงลักษณะของงานและทักษะที่จำเป็นในอนาคต (Brynjolfsson & McAfee, 2014) แนวคิดเรื่อง “ทักษะแห่งอนาคต” (Future of Work Skills) เช่น การคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และความคิดสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น (World Economic Forum, 2020)

3.1.2 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจดิจิทัล

ประกอบด้วย อีคอมเมิร์ซ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม ดังนี้

(1) อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) การเติบโตของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัลได้ปฏิวัติรูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการ (Laudon & Traver, 2021) “ตลาดออนไลน์” (Online Marketplaces) และ “การค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Retailing) ได้สร้างโอกาสใหม่ ๆ สำหรับธุรกิจในการเข้าถึงลูกค้าทั่วโลก และสำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายและสะดวกสบาย อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ การจัดการโลจิสติกส์ และการแข่งขันที่สูงขึ้น (Porter, 2001)

(2) เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) การเกิดขึ้นของ “แพลตฟอร์มดิจิทัล” (Digital Platforms) เช่น โซเชียลมีเดีย บริการเรียกรถ และตลาดออนไลน์ ได้สร้างรูปแบบเศรษฐกิจใหม่ที่เชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง (Srnicsek, 2017) แพลตฟอร์มเหล่านี้มีอำนาจในการกำหนดกฎเกณฑ์และสร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างมาก อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับอำนาจผูกขาด การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม และผลกระทบต่อแรงงานในระบบเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Kenney & Zysman, 2016)

3.2 โอกาสและความท้าทายธุรกิจสร้างสรรค์

โอกาสและความท้าทายธุรกิจสร้างสรรค์ (Opportunities and Challenges for Creative Businesses) นำเสนอ ศักยภาพและโอกาสในยุคดิจิทัล และอุปสรรคและความท้าทาย ดังนี้

3.2.1 ศักยภาพและโอกาสในยุคดิจิทัล

ประกอบด้วย ตลาดใหม่ และเครื่องมือใหม่ ดังนี้

(1) ตลาดใหม่ (New Markets) เทคโนโลยีดิจิทัลเปิดโอกาสให้ธุรกิจสร้างสรรค์สามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยไม่ต้องมีข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ [Anderson, 2006 - The Long Tail] “การตลาดดิจิทัล” [Digital Marketing] และ “สื่อสังคมออนไลน์” [Social Media] เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแบรนด์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

(2) เครื่องมือใหม่ (New Tools) เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ เช่น ซอฟต์แวร์ออกแบบ กราฟิก วิดีโอ แอนิเมชัน และแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้ธุรกิจสร้างสรรค์สามารถผลิต สร้างสรรค์ และเผยแพร่ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดต้นทุน [Leadbeater & Oakley, 1999 - The Creative Industries] “ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์” [Creative AI] ก็เริ่มมีบทบาทในการช่วยสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบใหม่ ๆ

3.2.2 อุปสรรคและความท้าทาย

ประกอบด้วย การแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ดังนี้

(1) การแข่งขัน (Competition) ตลาดดิจิทัลมีการแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากผู้เล่นจากทั่วโลกสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ธุรกิจสร้างสรรค์ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้เล่นรายใหญ่และผู้เล่น

รายใหม่ที่มีความสามารถในการปรับตัวสูง (Christensen, 1997 - The Innovator's Dilemma) การสร้างความแตกต่างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งสำคัญ

(2) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological Disruption) เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจสร้างสรรค์ต้องติดตามและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ รูปแบบการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไป หรือความคาดหวังของลูกค้าที่สูงขึ้น (Downes & Nunes, 2013 - Big Bang Disruption) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการปรับตัวอย่างรวดเร็วเป็นสิ่งจำเป็นต่อความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาว

การทำความเข้าใจทั้งโอกาสและอุปสรรคในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล จะช่วยให้ธุรกิจสร้างสรรค์สามารถวางแผนกลยุทธ์และปรับตัวเพื่อใช้ประโยชน์จากพลวัตการเปลี่ยนแปลงนี้ได้อย่างชาญฉลาด

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 3 นักศึกษาสามารถอธิบายพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม (ด้านการสื่อสาร การศึกษา การทำงาน) และเศรษฐกิจดิจิทัล (ด้านอีคอมเมิร์ซ เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม) รวมถึง วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ซึ่งเชื่อมโยงกับ CLO1 ที่ให้นักศึกษาอธิบายโอกาสและความท้าทายในการพัฒนาธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล และ CLO3 ที่ให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล

สรุป

การสำรวจพลวัตของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งสังคมในด้านต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การศึกษา และการทำงาน รวมถึงเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของอีคอมเมิร์ซและเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคที่ธุรกิจสร้างสรรค์เผชิญอยู่ในยุคดิจิทัล ทั้งศักยภาพในการเข้าถึงตลาดและเครื่องมือใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับความท้าทายจากการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจภูมิทัศน์ของสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับโอกาสและความท้าทายในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลต่อ “การสื่อสาร” ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัลมาอย่างน้อย 2 ประการ (Remembering)

2. จงอธิบายความหมายของ “เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม” และยกตัวอย่างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ (Understanding)

3. จงยกตัวอย่างเครื่องมือดิจิทัลอย่างน้อย 2 ประเภทที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล และอธิบายว่าเครื่องมือเหล่านั้นช่วยเพิ่มศักยภาพได้อย่างไร (Applying)

4. จงอธิบายถึงความท้าทายที่สำคัญที่สุด 2 ประการ
ที่ธุรกิจสร้างสรรค์เผชิญในการแข่งขันในตลาดดิจิทัล
(Understanding)

5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อรูปแบบการทำงาน
ในอนาคต หากเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์มีการพัฒนาไป
อย่างก้าวกระโดด (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. Hyperion.
- boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell Publishers.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Downes, L., & Nunes, P. F. (2013). *Big bang disruption: Strategy in the age of devastating innovation*. Penguin.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61-69.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021-2022: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson.
- Leadbeater, C., & Oakley, K. (1999). *The creative industries*. Demos.
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 62-78.

- Siemens, G. [2005]. Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2{1}, 3-10.
- Srnicek, N. [2017]. *Platform capitalism*. Polity Press.
- Sundararajan, A. [2016]. *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.
- Turkle, S. [2011]. *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- van Dijk, J. A. G. M. [2005]. *The deepening divide: Inequality in the information society*. Sage.
- Wiley, D. [2000]. Connecting learning objects to instructional design theory: A definition, a metaphor, and a taxonomy. In D. A. Wiley (Ed.), *The instructional use of learning objects: Online version*. Agency for Instructional Technology and Association of Educational Communications and Technology.
- World Economic Forum. [2020]. *The future of jobs report 2020*. World Economic Forum.

สัปดาห์ที่ 4

หลักการประกอบกิจการที่ดีกับธุรกิจดิจิทัล

สัปดาห์นี้ศึกษาถึงหลักการประกอบกิจการที่ดี (Good Governance) และความสำคัญของการนำหลักการเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในบริบทของธุรกิจดิจิทัล (Digital Businesses) เพื่อสร้างความยั่งยืนและความน่าเชื่อถือ เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 4 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

4.1 หลักการพื้นฐาน Good Governance

4.1.1 ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ (Transparency and Accountability)

4.1.2 จริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการ (Ethics and Corporate Governance)

4.2 การประยุกต์ในธุรกิจดิจิทัล

4.2.1 ความสำคัญต่อความยั่งยืนและความน่าเชื่อถือของธุรกิจดิจิทัล

4.1 หลักการพื้นฐาน Good Governance

หลักการพื้นฐาน Good Governance (Fundamental Principles of Good Governance) หลักการประกอบกิจการที่ดีเป็นชุดของแนวทางและกระบวนการที่ช่วยให้องค์กรดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ (OECD, 2015) หลักการพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่

4.1.1 ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ

(1) ความโปร่งใส (Transparency) ตามหลักวิชาการ ความโปร่งใสหมายถึง การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ

การดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน สถานะทางการเงิน และการกำกับดูแลกิจการขององค์กรอย่างชัดเจน ครบถ้วน ทันเวลา และสามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Florini, 2007) ข้อมูลที่เปิดเผยควรมีความน่าเชื่อถือและช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถประเมินผลการดำเนินงานและตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูล (Heald, 2006) ในบริบทของธุรกิจดิจิทัล ความโปร่งใสรวมถึงการเปิดเผยนโยบายความเป็นส่วนตัว การจัดการข้อมูลลูกค้า และอัลกอริทึมที่ใช้ในการตัดสินใจ (O'Neil, 2016)

(2) ความรับผิดชอบ (Accountability) ความรับผิดชอบหมายถึง การที่องค์กรและผู้บริหารต้องพร้อมที่จะถูกตรวจสอบและอธิบายถึงการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง รวมถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Bovens, 2007) กลไกความรับผิดชอบที่มีประสิทธิภาพ เช่น ระบบการตรวจสอบภายในและภายนอก คณะกรรมการตรวจสอบ และช่องทางการร้องเรียน ช่วยให้อย่างมั่นใจได้ว่าการแก้ไขเมื่อเกิดข้อผิดพลาดหรือการทุจริต (Mulgan, 2003) ในธุรกิจดิจิทัล ความรับผิดชอบยังรวมถึงความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า ความน่าเชื่อถือของระบบ และผลกระทบทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่ใช้ (Winner, 1986)

4.1.2 จริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการ

(1) จริยธรรม (Ethics) หลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและการกระทำที่ถูกต้อง ดีงาม และสอดคล้องกับหลักศีลธรรมและค่านิยมที่สังคมยอมรับ (Crane & Matten, 2016) ในบริบทของธุรกิจดิจิทัล ประเด็นทางจริยธรรมที่สำคัญ ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน ความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality) การใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างมีความรับผิดชอบ และการป้องกันการเลือกปฏิบัติทางดิจิทัล (Mittelstadt et al., 2016)

[2] การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) การกำกับดูแลกิจการเป็นระบบที่กำหนดโครงสร้างและกระบวนการในการบริหารจัดการและควบคุมองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ (Shleifer & Vishny, 1997) กลไกการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้แก่ คณะกรรมการที่มีความเป็นอิสระและมีความรู้ความสามารถ ระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และการให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Cadbury Committee, 1992) ในธุรกิจดิจิทัล การกำกับดูแลกิจการยังครอบคลุมถึงการจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ การกำกับดูแลการใช้ข้อมูล และการดูแลผลกระทบของเทคโนโลยีต่อสังคม (Koops et al., 2016)

4.2 การประยุกต์ในธุรกิจดิจิทัล

การประยุกต์ในธุรกิจดิจิทัล (Application in Digital Businesses) ได้แก่ ความสำคัญต่อความยั่งยืนและความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ดังนี้

4.2.1 ความสำคัญต่อความยั่งยืนและความน่าเชื่อถือของธุรกิจดิจิทัล

การนำหลักการประกอบกิจการที่ดีมาประยุกต์ใช้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความยั่งยืน (Sustainability) ของธุรกิจดิจิทัลในระยะยาว ธุรกิจที่มีความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ และดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม จะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า นักลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและความสำเร็จในระยะยาว (Freeman, Harrison, Wicks, Parmar, & de Colle, 2010)

(1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งสำหรับธุรกิจดิจิทัล ในโลกออนไลน์ที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่ยึดมั่นในหลักการประกอบกิจการที่ดีจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งานในเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล ความเป็นธรรมในการให้บริการ และความรับผิดชอบต่อปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (Pavlou, 2003) ความน่าเชื่อถือนี้เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดและรักษาลูกค้า รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (Doney & Cannon, 1997)

(2) การกำกับดูแลกิจการที่ดีในธุรกิจดิจิทัลยังช่วยลดความเสี่ยงทางกฎหมายและชื่อเสียงที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายดิจิทัล หรือการกระทำที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค (Roman, 2007) การมีระบบการกำกับดูแลที่แข็งแกร่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

โดยสรุป หลักการประกอบกิจการที่ดีไม่ได้เป็นเพียงแนวคิดเชิงบริหารจัดการ แต่เป็นรากฐานสำคัญสำหรับการสร้างธุรกิจดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนและได้รับความเชื่อถือจากทุกภาคส่วนในสังคมดิจิทัล

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 4 นักศึกษาสามารถอธิบายหลักการพื้นฐานของการประกอบกิจการที่ดี (Good Governance) โดยเน้นที่ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อ จริยธรรม และการกำกับดูแลกิจการ และ วิเคราะห์ความสำคัญของการประยุกต์ใช้หลักการเหล่านี้ในบริบทของธุรกิจดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ CL02 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยแสดงความพร้อมในการปฏิบัติตามหลักการประกอบกิจการที่ดี

สรุป

สัปดาห์นี้ได้ศึกษาถึงหลักการประกอบกิจการที่ดี (Good Governance) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบต่อ โดยเน้นที่ความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงบทบาทของจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังได้พิจารณาถึงความสำคัญอย่างยิ่งของการนำหลักการที่กล่าวนี้มาประยุกต์ในบริบทของธุรกิจดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาวและสร้างความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโลกออนไลน์

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับหลักการประกอบกิจการที่ดีกับธุรกิจดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุหลักการพื้นฐานของ Good Governance ที่ได้ศึกษาในสัปดาห์นี้มาอย่างน้อย 2 ข้อ (Remembering)
2. จงอธิบายความหมายของ “ความโปร่งใส” ในบริบทของการดำเนินธุรกิจดิจิทัล (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างสถานการณ์ในธุรกิจดิจิทัลที่แสดงถึง “ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่าง “จริยธรรม” และ “การกำกับดูแลกิจการ” ในบริบทของธุรกิจดิจิทัล (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนของธุรกิจดิจิทัล หากองค์กรขาดหลักการประกอบกิจการที่ดี (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Cadbury Committee. (1992). *Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance*. Gee Publishing.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51.
- Florini, A. (2007). *The coming democracy: New rules for running a globalizing world*. Brookings Institution Press.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.
- Heald, D. (2006). Transparency: The concept and its legal foundations. *Public Law*, 2006(1), 84-110.
- Koops, B. J., O'Hara, K., Schafer, B., Tan, Z., & Valcke, P. (2016). The governance of big data: A regulatory and legal framework. *International Data Privacy Law*, 6(3), 217-233.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 2053951716679679.
- Mulgan, R. (2003). *Holding power to account: Accountability in modern democracies*. Palgrave Macmillan.

- OECD. (2015). *G20/OECD principles of corporate governance*. OECD Publishing.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Roman, R. M. (2007). The impact of ethical leadership on stakeholders and corporate reputation. *Business Ethics: A European Review*, 16(4), 365-381.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737-783.
- Winner, L. (1986). *The whale and the reactor: A search for limits in an age of high technology*. University of Chicago Press.

สัปดาห์ที่ 5

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น

สัปดาห์ที่ห้าศึกษาสาระกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น (Basic Laws Related to Digital Businesses) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจในโลกออนไลน์ โดยจะครอบคลุมถึง กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Law) กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act - PDPA) และประเด็นเบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล (Intellectual Property in the Digital World) เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 5 ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

5.1 กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หลักการพื้นฐานและข้อกำหนดที่สำคัญ (การทำสัญญาออนไลน์ การชำระเงิน)

5.2 กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

สิทธิของเจ้าของข้อมูลและหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูล

5.3 ทรัพย์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล

ความสำคัญและการคุ้มครองเบื้องต้น (ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า)

5.1 กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Law) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ รวมถึงกำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัล (Murray, 2019; Wright, 2008)

หลักการพื้นฐานและข้อกำหนดที่สำคัญ

(1) การทำสัญญาออนไลน์ (Online Contract Formation) ตามหลักกฎหมายสัญญา การทำสัญญาออนไลน์มีผลผูกพันทางกฎหมายเช่นเดียวกับการทำสัญญาแบบกระดาษ (Electronic Transactions Act) ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การแสดงเจตนาเสนอ (Offer) และการตอบรับ (Acceptance) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ความชัดเจนของข้อตกลง เงื่อนไขการซื้อขาย และกระบวนการยืนยันคำสั่งซื้อ (Whittaker, 2008) หลักการเรื่อง “ความเทียบเท่าทางหน้าที่” (Functional Equivalence) พยายามให้การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางกฎหมายเทียบเท่ากับการสื่อสารด้วยเอกสาร (Smedinghoff, 2000)

(2) การชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินออนไลน์มีเป้าหมายเพื่อความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบการชำระเงิน (Lastra & Wood, 2019) ซึ่งรวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายเกี่ยวกับสถาบันการเงิน และมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิต (PCI DSS) ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องจัดให้มีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัยและแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้า (Tinnilä & Vepsäläinen, 2007)

5.2 กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act-PDPA) มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล และกำหนดหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Bygrave, 2014; Schwartz & Solove, 2011)

สิทธิของเจ้าของข้อมูลและหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูล

(1) สิทธิของเจ้าของข้อมูล (Rights of Data Subjects) PDPA กำหนดสิทธิที่สำคัญของเจ้าของข้อมูล เช่น สิทธิในการได้รับการแจ้งให้ทราบ (Right to be Informed) สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล (Right of Access) สิทธิในการแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง (Right to Rectification) สิทธิในการลบข้อมูล (Right to Erasure/Right to be Forgotten) สิทธิในการจำกัดการประมวลผล (Right to Restriction of Processing) สิทธิในการคัดค้านการประมวลผล (Right to Object) สิทธิในการเคลื่อนย้ายข้อมูล (Right to Data Portability) และสิทธิที่จะไม่ถูกตัดสินใจโดยอัตโนมัติ (Right not to be subject to a decision based solely on automated processing) (Graham, 2019)

(2) หน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูล (Obligations of Data Controllers) ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลมีหน้าที่สำคัญหลายประการ เช่น การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลต้องมีความชอบด้วยกฎหมายที่ถูกต้อง (เช่น ความยินยอม สัญญา หน้าที่ตามกฎหมาย) การแจ้งวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวมข้อมูล การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การจัดให้มีกลไกการใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูล และการบันทึกรายการการประมวลผลข้อมูล (Bennett, 2011) หลักการสำคัญในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ หลักความชอบด้วยกฎหมาย ความเป็นธรรม และความโปร่งใส (Lawfulness, Fairness, and Transparency) หลักการจำกัดวัตถุประสงค์ (Purpose Limitation) หลักการจำกัดปริมาณข้อมูล (Data Minimisation) หลักความถูกต้อง (Accuracy) หลักการจำกัดระยะเวลาการเก็บรักษา (Storage Limitation) และหลักความปลอดภัย (Integrity and Confidentiality) (Article 5, GDPR)

5.3 ทฤษฎีสินทางปัญญาในโลกดิจิทัล

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property - IP) หมายถึง สิทธิที่กฎหมายให้ความคุ้มครองแก่ผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ (Lessig, 2004; Samuelson, 1999) ในโลกดิจิทัล การคุ้มครอง IP มีความท้าทายมากขึ้นเนื่องจากการทำสำเนาและเผยแพร่ที่ง่ายดาย

ความสำคัญและการคุ้มครองเบื้องต้น

(1) ลิขสิทธิ์ (Copyright) คุ้มครองงานสร้างสรรค์ประเภทต่าง ๆ เช่น งานวรรณกรรม ดนตรีกรรม ศิลปกรรม ภาพยนตร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และงานฐานข้อมูล โดยให้สิทธิแต่เพียงผู้เดียวแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ในการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ และให้เช่า (Patry, 2007) ในโลกดิจิทัล การดาวน์โหลด การอัปโหลด และการแชร์ไฟล์โดยไม่ได้รับอนุญาตถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

(2) เครื่องหมายการค้า (Trademark) คุ้มครองชื่อ คำ สัญลักษณ์ หรือการออกแบบที่ใช้เพื่อแสดงถึงแหล่งที่มาของสินค้าหรือบริการ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคสับสน (McCarthy, 2017) ในโลกดิจิทัล เครื่องหมายการค้ามีความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์และการป้องกันการลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการออนไลน์ การใช้ชื่อโดเมนที่ละเมิดเครื่องหมายการค้าก็ถือเป็นการกระทำผิด

การมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ลดความเสี่ยงทางกฎหมาย และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าและคู่ค้าในโลกออนไลน์

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 5 นักศึกษาสามารถอธิบายหลักการพื้นฐานและข้อกำหนดที่สำคัญของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาและการชำระเงินออนไลน์ อธิบายสิทธิที่สำคัญของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและหน้าที่ของ

ผู้ควบคุมข้อมูลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเบื้องต้นในโลกดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ CLO2 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยแสดงความพร้อมในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล

สรุป

สัปดาห์นี้ได้ศึกษาถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น โดยครอบคลุมหลักการสำคัญและข้อกำหนดของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเรื่องการทำสัญญาและการชำระเงินออนไลน์ รวมถึงสิทธิของเจ้าของข้อมูลและหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) นอกจากนี้ ยังได้ทำความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับความสำคัญและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้ประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัลในการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมายและเคารพสิทธิของผู้อื่น

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลเบื้องต้น จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุหลักการพื้นฐานอย่างน้อย 2 ประการที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาออนไลน์ตามกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Remembering)

2. จงอธิบายความหมายของ “ข้อมูลส่วนบุคคล” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) พร้อมยกตัวอย่างข้อมูลส่วนบุคคลอย่างน้อย 2 ประเภท (Understanding)

3. จงยกตัวอย่างสถานการณ์ที่ธุรกิจดิจิทัลอาจต้องขอ “ความยินยอม” จากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อนทำการประมวลผลข้อมูล (Applying)

4. จงอธิบายความแตกต่างเบื้องต้นระหว่าง “ลิขสิทธิ์” และ “เครื่องหมายการค้า” ในบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาในโลกดิจิทัล (Understanding)

5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจดิจิทัล หากไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Bennett, C. J. (2011). *The privacy advocates: Resisting the collection of data about us*. MIT Press.
- Bygrave, L. A. (2014). *Data privacy law: An international perspective*. Oxford University Press.
- Electronic Transactions Act, B.E. 2544 (2001) (Thailand).
- Graham, P. (2019). *The GDPR: Law and practice*. Edward Elgar Publishing.
- Lastra, R. M., & Wood, G. A. (2019). *Research handbook on international financial regulation*. Edward Elgar Publishing.
- Lessig, L. (2004). *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. Penguin Press.
- McCarthy, J. T. (2017). *McCarthy on trademarks and unfair competition* (5th ed.). Thomson Reuters.
- Murray, A. (2019). *The law of online business: Cases, comments and materials* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Patry, W. F. (2007). *Patry on copyright*. Thomson/West.
- Personal Data Protection Act, B.E. 2562 (2019) (Thailand).
- Samuelson, P. (1999). Intellectual property and the digital economy: Why the sky didn't fall. *Berkeley Technology Law Journal*, 14(2), 861-887.
- Schwartz, P. M., & Solove, D. J. (2011). Taxonomy of privacy. *University of Pennsylvania Law Review*, 154(5), 1003-1054.

- Smedinghoff, T. J. (2000). *Online law: The SPA's legal guide to doing business on the Internet*. Addison-Wesley.
- Tinnilä, M., & Vepsäläinen, A. P. (2007). A conceptual framework for electronic payment acceptance. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(2), 218-225.
- Whittaker, J. (2008). *The law of electronic commerce* (5th ed.). Routledge-Cavendish.
- Wright, S. (2008). *Law of electronic commerce* (4th ed.). Butterworths.

สัปดาห์ที่ 6

การสำรวจและตรวจสอบตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์

สัปดาห์ที่หกมุ่งเน้นกระบวนการ การสำรวจและตรวจสอบตนเอง (Self-Assessment and Reflection) ในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ (Creative Citizen) เพื่อให้เกิดความเข้าใจในตนเองอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและปรับปรุงตนเองให้เป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพ โดยจะครอบคลุมถึงประเด็น การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) ในสองด้านหลัก เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 6 ประกอบด้วยเนื้อหาสำคัญดังนี้

6.1 การตระหนักรู้ในตนเอง

6.1.1 จุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

6.1.2 คุณค่าและทัศนคติที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

6.1 การตระหนักรู้ในตนเอง

การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) เป็นความสามารถในการเข้าใจและรับรู้ถึงแง่มุมต่าง ๆ ของตนเองอย่างชัดเจน รวมถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ความคิด ความรู้สึก แรงจูงใจ และคุณค่าของตนเอง (Goleman, 1995) ในบริบทของการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ การตระหนักรู้ในตนเองจะช่วยให้เข้าใจว่าลักษณะใดในตัวตนที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในสังคมดิจิทัล

6.1.1 จุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับการเป็นพลเมือง สร้างสรรค์

(1) จุดแข็ง (Strengths) การระบุจุดแข็งของตนเองเป็นสิ่งสำคัญในการใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่มีอยู่เพื่อส่งเสริมการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ จุดแข็งในบริบทนี้อาจรวมถึง

1) ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ (Creativity and Imagination) ความสามารถในการคิดนอกกรอบ สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ และมองปัญหาในมุมมองที่แตกต่าง (Runco & Jaeger, 2012)

2) ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Effective Communication Skills) ความสามารถในการถ่ายทอดความคิดและข้อมูลได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และโน้มน้าวใจผู้อื่น ทั้งในรูปแบบวิจนภาษาและอวิจนภาษา รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล (Trenholm & Jensen, 2010)

3) ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Collaboration Skills) ความสามารถในการทำงานเป็นทีม การประนีประนอม การรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง และการสร้างความร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Johnson & Johnson, 2009)

4) ความมุ่งมั่นและแรงจูงใจ (Motivation and Drive) ความกระตือรือร้น ความมุ่งมั่นในการลงมือทำ และความสามารถในการผลักดันตนเองให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Deci & Ryan, 2000)

5) ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking Skills) ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล ประเมินสถานการณ์ ระบุข้อดีข้อเสีย และตัดสินใจอย่างมีเหตุผล (Facione, 1990)

6) ความรู้และความเข้าใจในประเด็นทางสังคมและดิจิทัล (Knowledge and Understanding of Social and Digital Issues) ความเข้าใจในสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กับการเป็นพลเมืองในโลกดิจิทัล รวมถึงความตระหนักถึงปัญหาและความท้าทายทางสังคมต่าง ๆ (Rheingold, 2012)

(2) จุดอ่อน (Weaknesses) การตระหนักถึงจุดอ่อนของตนเองเป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงตนเอง จุดอ่อนที่อาจเกี่ยวข้องกับการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ ได้แก่

1) การขาดความมั่นใจในความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง (Lack of Confidence in One's Creativity) ความไม่กล้าที่จะแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ หรือความกลัวที่จะถูกวิพากษ์วิจารณ์ (Bandura, 1977)

2) ทักษะการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนหรือไม่เหมาะสม (Ineffective or Inappropriate Communication Skills) การไม่สามารถถ่ายทอดความคิดได้อย่างชัดเจน การใช้ภาษาที่ไม่เคารพผู้อื่น หรือการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมกับบริบททางดิจิทัล (Herring, 1996)

3) ความยากลำบากในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Difficulty in Collaboration) การไม่สามารถประนีประนอม การไม่รับฟังความคิดเห็น หรือการมีปัญหาในการทำงานเป็นทีม (Forsyth, 2010)

4) การขาดแรงจูงใจหรือความเฉื่อยชา (Lack of Motivation or Procrastination) การไม่กระตือรือร้นในการลงมือทำ หรือการผัดวันประกันพรุ่งในการมีส่วนร่วม (Steel, 2007)

5) การขาดทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (Lack of Critical Thinking Skills) การเชื่อข้อมูลโดยง่ายโดยไม่วิเคราะห์ หรือการตัดสินใจโดยใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล (Lipman, 1988)

6) ความรู้และความเข้าใจในประเด็นทางสังคมและดิจิทัลที่จำกัด (Limited Knowledge and Understanding of Social and Digital Issues) การไม่ตระหนักถึงสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หรือการไม่เข้าใจปัญหาและความท้าทายทางสังคมในโลกดิจิทัล

6.1.2 คุณค่าและทัศนคติที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

(1) คุณค่าที่ส่งเสริม (Promoting Values) คุณค่าในการเป็นพื้นฐานสำคัญที่ส่งเสริมการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ เช่น

1) ความเห็นอกเห็นใจและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Empathy and Altruism) การใส่ใจความรู้สึกของผู้อื่นและความปรารถนาที่จะช่วยเหลือและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม (Batson, 2011)

2) ความยุติธรรมและความเสมอภาค (Justice and Equity) ความเชื่อมั่นในความเท่าเทียมและการเรียกร้องความยุติธรรมในสังคม (Rawls, 1971)

3) ความเคารพในความหลากหลาย (Respect for Diversity) การยอมรับและให้เกียรติความแตกต่างทางความคิด วัฒนธรรม และภูมิหลังของผู้อื่น (Allport, 1954)

4) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การตระหนักถึงผลกระทบของการกระทำของตนเองต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา (Carroll, 1991)

5) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของการเปลี่ยนแปลง (Belief in the Potential for Change) ความเชื่อว่าการกระทำของตนเองสามารถสร้างความแตกต่างและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงบวกได้ (Seligman, 1991)

(2) ทัศนคติที่ส่งเสริม (Promoting Attitudes) ทัศนคติบางอย่างสนับสนุนการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ เช่น

1) การเปิดใจรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง (Open-mindedness) ความเต็มใจที่จะรับฟังและพิจารณาความคิดเห็นที่แตกต่างจากตนเอง (Rokeach, 1960)

2) ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความกระหายที่จะเรียนรู้และสำรวจสิ่งใหม่ ๆ (Loewenstein, 1994)

3) ความกล้าที่จะเสี่ยงและทดลอง (Willingness to Take Risks and Experiment) ความไม่กลัวที่จะลองทำสิ่งใหม่ ๆ แม้ว่าจะมีความไม่แน่นอน (Sitkin & Pablo, 1992)

4) การมองโลกในแง่บวก (Optimism): ความเชื่อมั่นในผลลัพธ์ที่ดีและการมองเห็นโอกาสในความท้าทาย (Scheier & Carver, 1985)

(3) คุณค่าและทัศนคติที่เป็นอุปสรรค (Hindering Values and Attitudes) ในทางตรงกันข้าม คุณค่าและทัศนคติบางอย่างอาจเป็นอุปสรรคต่อการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ เช่น ความเห็นแก่ตัว การยึดมั่นในความคิดของตนเองเพียงอย่างเดียว การขาดความเชื่อมั่นในผู้อื่น การมองโลกในแง่ลบ หรือความเฉยเมยต่อปัญหาของสังคม

การสำรวจและทำความเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน คุณค่า และทัศนคติของตนเองอย่างตรงไปตรงมา จะเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการพัฒนาตนเองให้เป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมดิจิทัลได้อย่างแท้จริง

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 6 นักศึกษาสามารถระบุและวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเองที่เกี่ยวข้องกับการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ รวมถึง ประเมินคุณค่าและทัศนคติของตนเองที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในสังคมดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ CLO4 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินตนเองตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ โดยเน้นการตระหนักรู้ในตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาต่อไป

สรุป

กระบวนการสำรวจและตรวจสอบตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ที่ได้จากการพิจารณาถึงการตระหนักรู้ในตนเองในด้านต่าง ๆ ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในสังคมดิจิทัล รวมถึงการประเมินคุณค่าและทัศนคติของตนเองว่าส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์อย่างไร การทำความเข้าใจในตนเองอย่างลึกซึ้งนี้เป็นรากฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาศักยภาพและปรับปรุงตนเองให้เป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการสำรวจและตรวจสอบตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุจุดแข็งอย่างน้อย 2 ประการที่คิดว่ามีความสำคัญต่อการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (Remembering)
2. จงอธิบายว่าการตระหนักถึงจุดอ่อนของตนเองมีความสำคัญอย่างไรต่อการพัฒนาศักยภาพในการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างคุณค่าหรือทัศนคติอย่างน้อย 1 ประการที่ตนเองเชื่อว่าส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในสังคมดิจิทัล และอธิบายว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่าง “จุดแข็ง” และ “คุณค่า” ในบริบทของการสำรวจตนเองเพื่อพัฒนาเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (Understanding)

5. จงวิเคราะห์ว่าการขาดความตระหนักรู้ในตนเองอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพได้อย่างไร (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Allport, G. W. [1954]. *The nature of prejudice*. Addison-Wesley.
- Bandura, A. [1977]. *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Batson, C. D. [2011]. *Altruism in humans*. Oxford University Press.
- Carroll, A. B. [1991]. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. [2000]. The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Facione, P. A. [1990]. *Critical thinking: A statement of expert consensus for purposes of educational assessment and instruction*. The California Academic Press.
- Forsyth, D. R. [2010]. *Group dynamics* (5th ed.). Cengage Learning.
- Goleman, D. [1995]. *Emotional intelligence*. Bantam Books.
- Herring, S. C. [1996]. Posting in a different voice: Gender and participant structure in computer-mediated communication. In L. Cherny & E. R. Weise (Eds.), *Wired women: Gender and new realities in cyberspace* (pp. 115-133). Seal Press.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. [2009]. An elaboration of social interdependence theory. In H. Tjosvold & B.

- Wisse (Eds.), *Leading for innovation: Cross-cultural perspectives* (pp. 27-56). Emerald Group Publishing Limited.
- Lipman, M. (1988). Critical thinking—What can it be? *Educational Leadership*, 46(1), 38-43.
- Loewenstein, G. (1994). The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological Bulletin*, 116(1), 75-98.
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Harvard University Press.
- Rheingold, H. (2012). *Net smart: How to thrive online*. MIT Press.
- Rokeach, M. (1960). *The open and closed mind: Investigations into the nature of belief systems and personality systems*. Basic Books.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92-96.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4(3), 219-247.
- Seligman, M. E. P. (1991). *Learned optimism*. Alfred A. Knopf.
- Sitkin, S. B., & Pablo, A. L. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 17(1), 9-38.
- Steel, P. (2007). The nature of procrastination: A meta-analytic and theoretical review of quintessential

self-regulatory failure. *Psychological Bulletin*, 133(1), 65-94.

Trenholm, S., & Jensen, A. (2010). *Interpersonal communication* (7th ed.). Oxford University Press.

สัปดาห์ที่ 7

การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัล

ตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์

สัปดาห์ที่เจ็ดได้ขยายขอบเขตจากการสำรวจตนเองไปสู่ การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัล (Exploring and Examining the Digital Society) โดยใช้ หลักการของพลเมืองสร้างสรรค์ (Principles of Creative Citizenship) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดย จะพิจารณาถึง โครงสร้างและพลวัตของสังคมดิจิทัล (Structure and Dynamics of Digital Society) และประเด็นทางสังคมและจริยธรรม ดิจิทัล (Social and Ethical Issues in the Digital Sphere) ที่มีความสำคัญต่อการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีความรับผิดชอบ เนื้อหา ประจำสัปดาห์ที่ 7 ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

7.1 โครงสร้างและพลวัตสังคมดิจิทัล

7.1.1 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ (เครือข่ายสังคม ชุมชนออนไลน์)

7.1.2 อิทธิพลของอัลกอริธึมและ Filter Bubbles

7.2 ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัล

7.2.1 ข้อมูลเท็จ (Fake News) และการบิดเบือนข้อมูล (Misinformation)

7.2.2 การกลั่นแกล้งออนไลน์ (Cyberbullying) และ Hate Speech

7.1 โครงสร้างและพลวัตสังคมดิจิทัล

โครงสร้างและพลวัตสังคมดิจิทัล (Structure and Dynamics of Digital Society) สังคมดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงการจำลอง

สังคมในโลกจริงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่มีลักษณะเฉพาะและพลวัตที่แตกต่างกัน ซึ่งพลเมืองสร้างสรรค์ควรทำความเข้าใจ [Castells, 2000; Van Dijk, 2012]

7.1.1 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์

[1] เครือข่ายสังคม (Social Networks) แพลตฟอร์มเครือข่ายสังคม เช่น Facebook X(Twitter) Instagram เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ ช่วยให้ผู้คนสร้างและรักษาความสัมพันธ์ แบ่งปันข้อมูล และเข้าร่วมในกลุ่มความสนใจต่าง ๆ (boyd & Ellison, 2007) ตามหลักทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network Theory) รูปแบบความสัมพันธ์ (ties) และโครงสร้างเครือข่าย (network structure) มีอิทธิพลต่อการไหลเวียนของข้อมูล การแพร่กระจายของอิทธิพล และการก่อตัวของความคิดเห็น (Granovetter, 1973) พลเมืองสร้างสรรค์สามารถใช้เครือข่ายเหล่านี้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เผยแพร่แนวคิด และสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

[2] ชุมชนออนไลน์ (Online Communities) ชุมชนออนไลน์เกิดขึ้นจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันและสื่อสารกันผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น ฟอรัม กลุ่มสนทนา หรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Rheingold, 1993) ชุมชนที่กล่าวมานี้สามารถเป็นแหล่งรวมความรู้ การสนับสนุน และการทำงานร่วมกันเพื่อเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Wenger, 1998) พลเมืองสร้างสรรค์สามารถเข้าร่วมหรือสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนความรู้ และร่วมกันแก้ไขปัญหา

[3] พลวัต การปฏิสัมพันธ์ออนไลน์มีพลวัตที่รวดเร็วและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีใหม่ ๆ เหตุการณ์ทันสมัย และกระแสทางสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบ

การสื่อสารและความสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว พลเมืองสร้างสรรค์จึงต้องมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวต่อพลวัตเหล่านี้

7.1.2 อิทธิพลของอัลกอริธึมและ Filter Bubbles

(1) อัลกอริธึม (Algorithms) แพลตฟอร์มดิจิทัลส่วนใหญ่ใช้อัลกอริธึมเพื่อคัดกรอง จัดลำดับ และนำเสนอเนื้อหาให้กับผู้ใช้งาน โดยอิงจากข้อมูลส่วนตัว ประวัติการใช้งาน และความสนใจ (O'Neil, 2016) อัลกอริธึมนี้แสดงและกำหนดอิทธิพลอย่างมากต่อสิ่งที่ผู้ใช้งานมองเห็นและรับรู้ในโลกออนไลน์

(2) Filter Bubbles (ฟองกรอง) และ Echo Chambers (ห้องเสียงสะท้อน) อัลกอริธึมที่ปรับแต่งเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้งานอาจนำไปสู่การเกิด “Filter Bubbles” หรือ “Echo Chambers” ซึ่งเป็นภาวะที่ผู้ใช้งานได้รับข้อมูลและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเองเป็นหลัก ในขณะที่ถูกตัดขาดจากมุมมองที่แตกต่าง (Pariser, 2011; Sunstein, 2009) ภาวะที่เกิดขึ้นนี้อาจส่งผลเสียต่อการคิดเชิงวิพากษ์ การเปิดรับความหลากหลายทางความคิด และการเข้าใจโลกในมุมมองที่กว้างขึ้น พลเมืองสร้างสรรค์จึงควรตระหนักถึงอิทธิพลของอัลกอริธึมและพยายามออกจาก Filter Bubbles เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลาย

7.2 ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัล

ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัล (Social and Ethical Issues in the Digital Sphere) สังคมดิจิทัลเผชิญกับประเด็นทางสังคมและจริยธรรมที่ซับซ้อน ซึ่งพลเมืองสร้างสรรค์ควรมีความเข้าใจและมีบทบาทในการแก้ไข (Floridi, 2010; Tavani, 2016) ดังนี้

7.2.1 ข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล

(1) ข้อมูลเท็จ (Fake News) ข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นอย่างจงใจให้ผิดจากความเป็นจริงเพื่อหลอกลวงหรือสร้างความเข้าใจผิด

(Lazer et al., 2018) การแพร่กระจายของ Fake News ในโลกดิจิทัลสามารถมีผลกระทบร้ายแรงต่อสังคม เช่น การบ่อนทำลายความเชื่อมั่นในสถาบัน การสร้างความแตกแยก และการขึ้นาคำคิดเห็นสาธารณะในทางที่ผิด

(2) การบิดเบือนข้อมูล (Misinformation) ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือไม่แม่นยำ ซึ่งอาจถูกเผยแพร่โดยไม่ได้มีเจตนาหลอกลวงแต่ยังคงสามารถสร้างความเข้าใจผิดได้ (Wardle & Derakhshan, 2017) การบิดเบือนข้อมูลอาจเกิดจากความผิดพลาด การตีความที่ผิด หรือการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน พลเมืองสร้างสรรค์มีบทบาทในการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Fact-checking) และเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อต่อต้าน Fake News และ Misinformation

7.2.2 การกลั่นแกล้งออนไลน์และคำพูดที่แสดงความเกลียดชัง

(1) การกลั่นแกล้งออนไลน์ (Cyberbullying) การกระทำที่เป็นการข่มเหง รังแก หรือคุกคามผู้อื่นซ้ำ ๆ ผ่านช่องทางดิจิทัล (Smith et al., 2008) Cyberbullying สามารถสร้างความเสียหายทางจิตใจอย่างรุนแรงต่อผู้ถูกกระทำ และเป็นปัญหาทางสังคมที่ต้องได้รับการแก้ไข

(2) Hate Speech (คำพูดที่แสดงความเกลียดชัง) การสื่อสารที่โจมตีหรือลดทอนคุณค่าของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอิงจากลักษณะต่าง ๆ เช่น เชื้อชาติ ศาสนา เพศ รสนิยมทางเพศ หรือความพิการ (Waldron, 2012) Hate Speech สามารถสร้างความแตกแยก ความรุนแรง และการเลือกปฏิบัติในสังคมดิจิทัล พลเมืองสร้างสรรค์มีบทบาทในการส่งเสริมการสื่อสารที่เคารพซึ่งกันและกัน และต่อต้านพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมเหล่านี้

การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ จะช่วยให้เราเข้าใจพลวัต ปัญหา และความท้าทายต่าง ๆ

ในโลกออนไลน์ และสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมดิจิทัลที่สร้างสรรค์ ปลอดภัย และมีความรับผิดชอบมากขึ้น

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 7 นักศึกษาสามารถอธิบายโครงสร้างและพลวัตของสังคมดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์และอิทธิพลของอัลกอริธึมและ Filter Bubbles และ วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัลที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล รวมถึงการกลั่นแกล้งออนไลน์และ Hate Speech ซึ่งสอดคล้องกับ CLO3 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเน้นความเข้าใจในโครงสร้างและประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องในหลากหลายมิติ

สรุป

การสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ที่พิจารณาถึงโครงสร้างและพลวัตที่สำคัญ เช่น รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมและชุมชนออนไลน์ รวมถึงอิทธิพลของอัลกอริธึมและการเกิด Filter Bubbles นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมและจริยธรรมดิจิทัลที่ท้าทาย ได้แก่ ปัญหาข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล ตลอดจนภัยของการกลั่นแกล้งออนไลน์และ Hate Speech ซึ่งเป็นความเข้าใจที่จำเป็นสำหรับการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีความตระหนักรู้และสามารถมีส่วนร่วมในสังคมดิจิทัลได้อย่างมีความรับผิดชอบ

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการสำรวจและตรวจสอบสังคมดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ที่สำคัญอย่างน้อย 2 รูปแบบที่ได้ศึกษาในสัปดาห์นี้ (Remembering)
2. จงอธิบายความหมายของคำว่า “Filter Bubble” และอธิบายถึงอะไรคือสาเหตุสำคัญของการเกิด Filter Bubble ในสังคมดิจิทัล (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างสถานการณ์ที่เคยพบเห็น “ข้อมูลเท็จ” หรือ “การบิดเบือนข้อมูล” ในโลกออนไลน์ และเสนอแนวทางที่จะใช้ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลดังกล่าว (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่าง “การกลั่นแกล้งออนไลน์” (Cyberbullying) และ “Hate Speech” (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคมดิจิทัล หากพลเมืองขาดความตระหนักและไม่ใส่ใจในการแก้ไขปัญหาข้อมูลเท็จและการกลั่นแกล้งออนไลน์ (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society*¹ (2nd ed.). Blackwell Publishers.
- Floridi, L. (2010). *Information: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Sharma, A., Sloman, S. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. B. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376-385.

- Sunstein, C. R. (2009). *Republic. com 2.0*. Princeton University Press.
- Tavani, H. T. (2016). *Ethics and technology: Controversies, questions, and strategies for ethical computing* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2012). *The network society* (3rd ed.). Sage.
- Waldron, J. (2012). *The harm in hate speech*. Harvard University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy responses*. Council of Europe.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.

สัปดาห์ที่ 8

การสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล ตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์

สัปดาห์ที่แปดมุ่งเน้นการสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (Exploring and Examining Digital Technology Businesses) โดยใช้ หลักการของพลเมืองสร้างสรรค์ (Principles of Creative Citizenship) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยจะพิจารณาถึง รูปแบบและลักษณะของธุรกิจดิจิทัล (Forms and Characteristics of Digital Businesses) และ ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Impacts) กับ ธุรกิจ เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 8 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

8.1 รูปแบบและลักษณะธุรกิจดิจิทัล

8.1.1 โมเดลธุรกิจที่สำคัญ (e-Commerce โมเดล Subscription และโมเดล Freemium)

8.1.2 นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

8.2 ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

8.2.1 ประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainable Business Practices)

8.2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรดิจิทัล (Corporate Social Responsibility: CSR)

8.1 รูปแบบและลักษณะธุรกิจดิจิทัล

รูปแบบและลักษณะธุรกิจดิจิทัล (Forms and Characteristics of Digital Businesses) ธุรกิจดิจิทัลมีความหลากหลายในรูปแบบและลักษณะการดำเนินงาน ซึ่งมีผลต่อวิธีการ

สร้างรายได้ การเข้าถึงลูกค้า และการแข่งขันในตลาด (Afuah & Tucci, 2001; Rappa, 2004)

8.1.1 โมเดลธุรกิจที่สำคัญ

(1) e-Commerce (ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) เป็นโมเดลธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Laudon & Traver, 2021) รูปแบบย่อยที่สำคัญ ได้แก่ B2C (Business-to-Consumer) ที่ธุรกิจขายสินค้าหรือบริการโดยตรงให้กับผู้บริโภค แบบ B2B (Business-to-Business) ที่ธุรกิจขายสินค้าหรือบริการให้กับธุรกิจอื่น ๆ และ แบบ C2C (Consumer-to-Consumer) ที่ผู้บริโภคซื้อขายกันเองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Turban et al., 2018) ความสำเร็จของ e-Commerce ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสะดวกในการทำงาน ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ และ การสร้างควมไว้วางใจให้กับลูกค้า

(2) โมเดล Subscription (ธุรกิจแบบสมาชิก) เป็นโมเดลธุรกิจที่ลูกค้าจ่ายค่าบริการเป็นรายงวด (เช่น รายเดือน หรือรายปี) เพื่อเข้าถึงสินค้า บริการ หรือเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง (Anderson, 2009 - Free: The Future of a Radical Price) เช่น บริการสตรีมมิ่งเพลง และวิดีโอ ซอฟต์แวร์ as a Service (SaaS) และบริการข่าวสารออนไลน์ ความสำเร็จของโมเดล Subscription ขึ้นอยู่กับการรักษาลูกค้า การนำเสนอคุณค่าที่ดีเยี่ยม และการสร้างความผูกพันกับสมาชิก

(3) โมเดล Freemium (ธุรกิจแบบให้ใช้ฟรีแต่มีคุณสมบัติพิเศษแบบเสียเงิน) เป็นโมเดลธุรกิจที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการพื้นฐานให้ผู้ใช้งานฟรี แต่คิดค่าบริการสำหรับคุณสมบัติพิเศษฟังก์ชันเพิ่มเติม หรือการใช้งานในระดับที่สูงขึ้น (Anderson, 2009) เช่น แอปพลิเคชันเกม บริการจัดเก็บข้อมูลบนคลาวด์ และซอฟต์แวร์ที่

มีรุ่นฟรีและรุ่น Pro ความสำเร็จของโมเดล Freemium ขึ้นอยู่กับการดึงดูดผู้ใช้งานจำนวนมากในรุ่นฟรี และการโน้มน้าวให้ผู้ใช้งานอัปเกรดเป็นรุ่นเสียเงิน

8.1.2 นวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

(1) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) และ Machine Learning (การเรียนรู้ของเครื่อง) เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เป็นอัตโนมัติ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ชาญฉลาดขึ้น และสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้า (Kaplan & Haenlein, 2019). ตัวอย่างการประยุกต์ เช่น ระบบแนะนำสินค้า การวิเคราะห์ความรู้สึกของลูกค้า และ Chatbots

(2) บล็อกเชน (Blockchain) และเทคโนโลยี Distributed Ledger (DLT) เทคโนโลยีนี้สร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ปลอดภัย โปร่งใส และกระจายศูนย์ ซึ่งมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การเงิน โลจิสติกส์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Tapscott & Tapscott, 2016)

(3) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things - IoT) การเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ เข้ากับอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการเก็บรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบเรียลไทม์ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น บ้านอัจฉริยะ สุขภาพดิจิทัล และการเกษตรแม่นยำ (Weber & Weber, 2010)

(4) เทคโนโลยี 5G และเครือข่ายยุคหน้า ความเร็วที่สูงขึ้น ความหน่วงที่ต่ำลง และความสามารถในการเชื่อมต่ออุปกรณ์จำนวนมากของเทคโนโลยี 5G จะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันและบริการใหม่ ๆ เช่น รถยนต์ไร้คนขับ และ

ความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality - VR) / ความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality - AR) [Nokia, 2020]

8.2 ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Impacts) นั้นกล่าวได้ว่าธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้มีเพียงผลกระทบทางเศรษฐกิจ แต่ยังมีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ซึ่งพลเมืองสร้างสรรค์ควรพิจารณา (Benkler, 2006 - The Wealth of Networks)

8.2.1 ประเด็นด้านความยั่งยืน (Sustainable Business Practices)

(1) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ธุรกิจดิจิทัลอาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานของศูนย์ข้อมูล (Data Centers) การสร้างขยะอิเล็กทรอนิกส์ (E-waste) และผลกระทบจากการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Cook, 2019) ธุรกิจที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลังงาน การจัดการ E-waste อย่างมีความรับผิดชอบ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Hawken, Lovins, & Lovins, 1999 - Natural Capitalism)

(2) ความยั่งยืนทางสังคม ธุรกิจดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคม เช่น ความเท่าเทียมในการเข้าถึงเทคโนโลยี การลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล การเคารพสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี (United Nations Global Compact)

8.2.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรดิจิทัล

(1) แนวคิด CSR (Corporate Social Responsibility) การใช้หลัก CSR เป็นแนวคิดที่ธุรกิจไม่ได้มีหน้าที่เพียงแค่สร้างผลกำไร แต่ยังมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง

(Carroll, 1991) สำหรับธุรกิจดิจิทัล CSR อาจรวมถึงการสนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีสำหรับผู้ด้อยโอกาส การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล การต่อต้านการกลั่นแกล้งออนไลน์และ Hate Speech และการสนับสนุนโครงการเพื่อสังคมผ่านเทคโนโลยี (Buhmann, Moon, & Wettstein, 2013)

[2] การประเมินผลกระทบทางสังคม ธุรกิจดิจิทัลควรมีการประเมินผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment) เพื่อทำความเข้าใจผลเชิงบวกและเชิงลบที่ธุรกิจของตนเองมีต่อสังคม และนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงาน (Vancloy, 2003)

[3] การสื่อสาร CSR การสื่อสารกิจกรรม CSR อย่างโปร่งใสและจริงใจเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Crane & Matten, 2016)

การสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ จะช่วยให้พบความเข้าใจบทบาทของธุรกิจเหล่านี้ในสังคมและสิ่งแวดล้อม และสามารถสนับสนุนธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสร้างสรรค์คุณค่าให้กับสังคมในระยะยาว

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 8 นักศึกษาสามารถอธิบายรูปแบบและลักษณะสำคัญของธุรกิจดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งโมเดลธุรกิจ e-Commerce โมเดล Subscription และ Freemium รวมถึงนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และวิเคราะห์ผลกระทบของธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาถึงประเด็นด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรดิจิทัล (CSR) ซึ่งสอดคล้องกับ CLO3 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเน้นความเข้าใจในรูปแบบธุรกิจและผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สรุป

การสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์โดยพิจารณารูปแบบและลักษณะสำคัญของธุรกิจดิจิทัล เช่น โมเดล e-Commerce โมเดล Subscription และ Freemium รวมถึงอิทธิพลของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์ผลกระทบที่ธุรกิจมีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นประเด็นด้านความยั่งยืนและบทบาทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรดิจิทัล (CSR) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการประเมินและสนับสนุนธุรกิจดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการสำรวจและตรวจสอบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์ จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุโมเดลธุรกิจดิจิทัลที่สำคัญอย่างน้อย 2 รูปแบบที่ได้ศึกษาในสัปดาห์นี้ (Remembering)
2. จงอธิบายความหมายของ “ปัญญาประดิษฐ์” (AI) และยกตัวอย่างว่าเทคโนโลยีนี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจดิจิทัลได้อย่างไร (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างแนวทางการดำเนินธุรกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Practices) อย่างน้อย 1 แนวทาง และอธิบายว่าแนวทางนี้ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือสังคมได้อย่างไร (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างโมเดลธุรกิจ “Subscription” และ “Freemium” (Understanding)

5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคม หากธุรกิจเทคโนโลยี
ดิจิทัลละเลยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)
[Analyzing]

รายการอ้างอิง

- boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Afuah, A., & Tucci, C. L. (2001). Internet business models and strategies: Text and cases. McGraw-Hill/Irwin.
- Anderson, C. (2009). *Free: The future of a radical price*. Hyperion.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Buhmann, K., Moon, J., & Wettstein, F. (2013). The governance of corporate social responsibility: What roles do governments play?. *Business and Politics*, 15(1), 1-32.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Cook, G. (2019). *Clicking clean: Who is winning the race to build a green internet?* Greenpeace USA.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Hawken, P., Lovins, A. B., & Lovins, L. H. (1999). *Natural capitalism: Creating the next industrial revolution*. Little, Brown and Company.

- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri in my hand, who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15-25.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021-2022: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson.
- Nokia. (2020). *5G for business: A guide to the next generation of connectivity*. Nokia.
- Rappa, M. A. (2004). *The utility business model and the future of computing services*. Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/document/5386779>
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Portfolio/Penguin.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.
- United Nations Global Compact. (n.d.). *The ten principles of the UN Global Compact*. Retrieved from <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Vanclay, F. (2003). International principles for social impact assessment. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21(1), 5-12.
- Weber, R. H., & Weber, R. H. (2010). *Internet of Things-New security and privacy challenges*. *Computer Law & Security Review*, 26(1), 23-30.

สัปดาห์ที่ 9

ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับ

ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับองค์กร)

สัปดาห์ที่เก้าสำรวจความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (The Interconnection of Art and Culture with Digital Technology Businesses) ในระดับองค์กร โดยจะพิจารณาถึง อิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์ (Influence on Branding) และการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล (Digital Product and Service Design) เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 9 สาระสำคัญประกอบด้วย

9.1 อิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์

9.1.1 การใช้ศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่าง

9.1.2 การเล่าเรื่องราวของแบรนด์ผ่านศิลปะและวัฒนธรรม

9.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล

9.2.1 แรงบันดาลใจจากศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้

9.1 อิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์

อิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์ (Influence on Branding) เมื่อศิลปะและวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงองค์ประกอบทางสังคม แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง แสดงเอกลักษณ์ และสามารถเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในระดับที่ลึกซึ้ง (Schmitt, 1999; Holt, 2004)

9.1.1 การใช้ศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่าง

(1) เอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) ศิลปะและวัฒนธรรมสามารถเป็นแหล่งที่มาของแรงบันดาลใจในการสร้างเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครให้กับแบรนด์ (Aaker, 1996) การนำองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น สไตล์ภาพ สี สัน หรือรูปแบบการออกแบบที่ได้รับอิทธิพลจากยุคสมัย ศิลปิน หรือกระแสศิลปะมาใช้ในการสร้างโลโก้ บรรจุภัณฑ์ หรือการสื่อสารทางการตลาดสามารถสร้างความโดดเด่นและจดจำได้ (Wheeler, 2009)

(2) ความแตกต่าง (Differentiation) ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง การเชื่อมโยงแบรนด์กับวัฒนธรรมหรือศิลปะเฉพาะกลุ่มสามารถสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีความชื่นชอบหรือมีค่านิยมสอดคล้องกัน (Ries & Trout, 2001) เช่น แบรนด์ที่ใช้สุนทรียศาสตร์แบบมินิมอลลิสต์ (Minimalist Aesthetics) อาจดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับความเรียบง่ายและฟังก์ชันการใช้งาน

(3) การสร้างความหมายและคุณค่า (Creating Meaning and Value) ศิลปะและวัฒนธรรมจะมีความหมายและคุณค่าทางสังคมที่ฝังลึก การเชื่อมโยงแบรนด์กับสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ หรือรูปแบบศิลปะที่ได้รับการยกย่อง สามารถถ่ายทอดความหมายและคุณค่าเหล่านั้นมาสู่แบรนด์ ทำให้แบรนด์ดูมีเรื่องราว มีความน่าสนใจ และสร้างความรู้สึผูกพันกับผู้บริโภค (Bourdieu, 1984)

9.1.2 การเล่าเรื่องราวของแบรนด์ผ่านศิลปะและวัฒนธรรม

(1) การสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจ (Crafting Engaging Narratives) ศิลปะและวัฒนธรรมเป็นแหล่งของเรื่องราวที่หลากหลายและทรงพลัง การนำองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น เทคนิคการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ รูปแบบการบรรยายในวรรณกรรม หรือสุนทรียศาสตร์ในการแสดง มาใช้ในการสื่อสารเรื่องราวของแบรนด์ สามารถสร้างความน่าสนใจและความประทับใจให้กับผู้บริโภค (McKee, 1997)

(2) การเชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม (Connecting with Cultural Heritage) การอ้างอิงหรือได้รับแรงบันดาลใจจากมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือสากล สามารถสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและความภาคภูมิใจให้กับผู้บริโภคที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมเดียวกัน (Brown, Kozinets, & Sherry, 2003) นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคจากวัฒนธรรมอื่นที่หลากหลาย แสดงความต้องการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ

(3) การสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ (Creating Emotional Connections) ศิลปะในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ดนตรี ภาพวาด หรือภาพยนตร์ มีพลังในการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก การใช้ศิลปะและวัฒนธรรมในการสื่อสารแบรนด์สามารถสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งและเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในระดับจิตใจ (Zaltman, 2003)

9.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล

การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล (Digital Product and Service Design) ทำให้ศิลปะและวัฒนธรรมยังเป็นแหล่งแรงบันดาลใจที่สำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลที่

สร้างสรรค์และมอบประสบการณ์ผู้ใช้ที่น่าประทับใจ (Norman, 2002; Laurel, 1991)

9.2.1 แรงบันดาลใจจากศิลปะและวัฒนธรรมในการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้

(1) สุนทรียศาสตร์และการออกแบบภาพ (Aesthetics and Visual Design) รูปแบบศิลปะต่าง ๆ สามารถเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ User Interface (UI) และ User Experience (UX) ที่สวยงาม น่าดึงดูด และสอดคล้องกับความคาดหวังทางวัฒนธรรมของผู้ใช้งาน (Tidwell, Brewer, & Clarkson, 2020) เช่น การใช้สีสันทันและลวดลายที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะพื้นบ้าน หรือการออกแบบไอคอนและภาพประกอบตามสไตล์การ์ตูนญี่ปุ่น

(2) การออกแบบปฏิสัมพันธ์ (Interaction Design) วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อวิธีการที่ผู้คนคาดหวังที่จะโต้ตอบกับเทคโนโลยี การทำความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมสามารถช่วยในการออกแบบปฏิสัมพันธ์ที่ใช้งานง่าย เป็นธรรมชาติ และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (Hofstede, 2001) เช่น รูปแบบการนำทาง (Navigation) หรือสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารความหมาย

(3) การเล่าเรื่องราวผ่านการออกแบบ (Storytelling through Design) การนำเทคนิคการเล่าเรื่องจากศิลปะต่างๆ มาใช้ในการออกแบบ User Journey สามารถสร้างประสบการณ์ที่ราบรื่น น่าติดตาม และมีความหมายสำหรับผู้ใช้งาน (Saul & KOBON, 2012) เช่น การใช้ภาพเคลื่อนไหวหรือเสียงประกอบเพื่อนำทางผู้ใช้งานผ่านขั้นตอนการทำงาน

(4) การสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ (Creating Memorable Experiences) การผสมผสานองค์ประกอบทางศิลปะและวัฒนธรรมที่ไม่คาดคิดและสร้างสรรค์ลงในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล สามารถสร้างความประทับใจและความ

แตกต่างกัน ทำให้ผู้ใช้งานจดจำและชื่นชอบประสบการณ์นั้น ๆ ได้ (Pine & Gilmore, 1999 - The Experience Economy)

การทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ความเชื่อมโยงระหว่าง ศิลปะ วัฒนธรรม และธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล จะช่วยให้องค์กร สามารถสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น และสร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งกับผู้บริโภคในโลกดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 9 นักศึกษาสามารถ อธิบาย อิทธิพลของศิลปะและวัฒนธรรมต่อการสร้างเอกลักษณ์ ความแตกต่าง และการเล่าเรื่องราวของแบรนด์ในธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล และ วิเคราะห์แนวทางการนำแรงบันดาลใจจากศิลปะและวัฒนธรรม มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลเพื่อสร้าง ประสบการณ์ผู้ใช้ที่น่าประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับ CLO2 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนิน ธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยบูรณาการความคิด สร้างสรรค์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรม

สรุป

สัปดาห์นี้ได้สำรวจความเชื่อมโยงระหว่างศิลปะและ วัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับองค์กร โดยพิจารณาถึง อิทธิพลสำคัญของศิลปะและวัฒนธรรมต่อการสร้างเอกลักษณ์ ความแตกต่าง และการเล่าเรื่องราวของแบรนด์ให้มีความน่าสนใจและ เชื่อมโยงกับผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์แนวทางการนำแรงบันดาลใจจากศิลปะและวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล เพื่อสร้างประสบการณ์ใช้งานที่โดดเด่น น่าจดจำ และสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของผู้ใช้งาน

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุองค์ประกอบอย่างน้อย 2 อย่างทางศิลปะหรือวัฒนธรรมที่ธุรกิจสามารถนำมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ได้ (Remembering)
2. จงอธิบายว่าการเล่าเรื่องราวของแบรนด์ผ่านศิลปะและวัฒนธรรมสามารถช่วยสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภคได้อย่างไร (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์หรือบริการดิจิทัลที่ตนเคยใช้งาน ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะหรือวัฒนธรรมในการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ และอธิบายว่าองค์ประกอบนั้นคืออะไร (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างการใช้ศิลปะเพื่อสร้าง “เอกลักษณ์ของแบรนด์” และการใช้ศิลปะเพื่อ “เล่าเรื่องราวของแบรนด์” (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ว่าการผสมผสานศิลปะและวัฒนธรรมที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลัก อาจส่งผลกระทบต่อ การรับรู้แบรนด์และประสบการณ์ผู้ใช้ได้อย่างไร (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- boyd, d. m., & Ellison, N. B. [2007]. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Aaker, D. A. [1996]. *Building strong brands*. Free Press.
- Bourdieu, P. [1984]. *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry Jr, J. F. [2003]. Brand community in the wild. *Journal of Marketing Research*, 40(1), 19-31.
- Holt, D. B. [2004]. *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business School Press.
- Laurel, B. [1991]. *Computers as theatre*. Addison-Wesley.
- McKee, R. [1997]. *Story: Substance, structure, style, and the principles of screenwriting*. HarperCollins.
- Norman, D. A. [2002]. *The design of everyday things*. Basic Books.
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. [1999]. *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Review Press.
- Ries, A., & Trout, J. [2001]. *Positioning: The battle for your mind*. McGraw-Hill.
- Saul, L., & КОВОЙ, B. [2012]. *Storytelling for user experience: Crafting stories for great design*. Morgan Kaufmann.

- Schmitt, B. H. [1999]. *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. Free Press.
- Tidwell, J., Brewer, A., & Clarkson, I. [2020]. *Designing interfaces: Patterns for effective interaction design* [3rd ed.]. O'Reilly Media.
- Wheeler, A. [2009]. *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* [3rd ed.]. John Wiley & Sons.
- Zaltman, G. [2003]. *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. John Wiley & Sons.

สัปดาห์ที่ 10

ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับ

ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับชุมชน)

สัปดาห์ที่สิบขยายมุมมองความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลไปสู่ระดับชุมชน (Community Level) โดยจะพิจารณาถึง การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม (Using Technology to Promote Arts and Culture) และ การสร้างธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรม (Building Businesses from Cultural Capital) โดยเน้นตัวอย่างและแนวทางในบริบทของประเทศไทย เนื้อหาสัปดาห์ที่ 10 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

10.1 การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม

10.1.1 แพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการเผยแพร่และเข้าถึงศิลปะวัฒนธรรม

10.1.2 การสร้างประสบการณ์เสมือนจริง (VR/AR) สำหรับศิลปะและวัฒนธรรม

10.2 การสร้างธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรม

10.2.1 ตัวอย่างและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมท้องถิ่น

10.1 การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม

การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมศิลปะวัฒนธรรม (Using Technology to Promote Arts and Culture) ทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเปิดโอกาสใหม่ๆ สำหรับการเผยแพร่ การเข้าถึง และการสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและ

วัฒนธรรมในระดับชุมชน (Smithsonian Institution, 2010; UNESCO, 2019)

10.1.1 แพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการเผยแพร่และเข้าถึงศิลปะวัฒนธรรม

(1) แพลตฟอร์มออนไลน์และแอปพลิเคชัน อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือได้เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่เนื้อหาทางศิลปะและวัฒนธรรม แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์พิพิธภัณฑ์ออนไลน์ แกลเลอรีเสมือนจริง แอปพลิเคชันนำชมแหล่งโบราณคดีหรือแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งการแสดงสด ช่วยให้ผู้คนทั่วโลกสามารถเข้าถึงศิลปะและวัฒนธรรมได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์และเวลา (Marty & Jones, 2008)

(2) สื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มอย่าง Facebook หรือ Instagram หรือ YouTube และ TikTok เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการแบ่งปันผลงานศิลปะ กิจกรรมทางวัฒนธรรม และเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนศิลปะและวัฒนธรรม ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและการโต้ตอบระหว่างศิลปิน ผู้ชม และสมาชิกในชุมชน (Jenkins, Ford, & Green, 2013)

(3) คลังข้อมูลดิจิทัล (Digital Archives) การแปลงเอกสารโบราณ วัตถุทางประวัติศาสตร์ และผลงานศิลปะให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลและจัดเก็บในคลังข้อมูลออนไลน์ ช่วยให้สามารถอนุรักษ์ เข้าถึง และศึกษาเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น (Hughes, 2004) โครงการลักษณะเช่นนี้เปิดให้ชุมชนและนักวิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยเสรี

(4) เครื่องมือสร้างสรรค์ดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลยังเป็นเรื่องใหม่ที่ศิลปินและผู้สร้างสรรค์สามารถใช้ในการผลิตผลงานใหม่ๆ เช่น ดิจิทัลอาร์ต ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ หรือภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งช่วยขยายขอบเขตของศิลปะและวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่

10.1.2 การสร้างประสบการณ์เสมือนจริง (VR/AR) สำหรับ ศิลปะและวัฒนธรรม

[1] Virtual Reality (VR) เทคโนโลยี VR สร้าง สภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ได้ ช่วยให้ ผู้คนสามารถสัมผัสประสบการณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมในรูปแบบที่ ไม่เคยเป็นไปได้อีกก่อน เช่น การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑหรือโบราณสถาน เสมือนจริง การชมการแสดงสดแบบ Immersive หรือการมีส่วนร่วม ในงานศิลปะดิจิทัลแบบอินเทอร์แอคทีฟ (Sylaiou, Mania, Karoulis, & White, 2010)

[2] Augmented Reality (AR) เทคโนโลยี AR ผสานเอา วัตถุเสมือนเข้ากับโลกจริงผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟนหรือ แว่นตา AR สามารถนำมาใช้ในการเพิ่มข้อมูลและประสบการณ์ให้กับ ศิลปะและวัฒนธรรมในโลกจริง เช่น การสแกนวัตถุในพิพิธภัณฑเพื่อ ดูข้อมูลเพิ่มเติม การซ้อนทับภาพสามมิติของสิ่งก่อสร้างในอดีตบน ซากปรักหักพัง หรือการสร้างงานศิลปะดิจิทัลที่ปรากฏในพื้นที่ สาธารณะ (Azuma, 1997)

[3] ประโยชน์ต่อชุมชน เทคโนโลยี VR/AR ช่วยให้ผู้คนที่ไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่จริงได้ (เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือ ผู้ที่อยู่ห่างไกล) สามารถเข้าถึงและสัมผัสประสบการณ์ทางศิลปะและ วัฒนธรรมได้ นอกจากนี้ ยังสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ชมใหม่ ๆ โดยเฉพาะ คนรุ่นใหม่ให้สนใจในศิลปะและวัฒนธรรมมากขึ้น

10.2 การสร้างธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง องค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และเครือข่ายทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

[Bourdieu, 1986] ชุมชนสามารถใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเองเป็นพื้นฐานในการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน ส่งเสริมการสร้างธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรม (Building Businesses from Cultural Capital)

10.2.1 ตัวอย่างและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทย

(1) หัตถกรรมและงานฝีมือ การนำลวดลาย เทคนิค และวัสดุจากงานหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย เช่น ผ้าทอ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน หรือเครื่องเงิน มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ตอบโจทย์ตลาดดิจิทัล เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้าน หรือของที่ระลึกที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (UNCTAD, 2004) การใช้เทคโนโลยี 3D Printing หรือ Digital Fabrication อาจช่วยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่จากแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม

(2) อาหารและเครื่องดื่ม การนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การจัดเวิร์คช็อปสอนทำอาหารไทย หรือการสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารเสมือนจริงที่บอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมของอาหารแต่ละชนิด สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้สนใจในวัฒนธรรมอาหารไทย (Cohen & Avieli, 2004)

(3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาแอปพลิเคชันนำเที่ยวเสมือนจริงที่พาผู้ใช้ไปสำรวจวัด อาราม โบราณสถาน หรือชุมชนที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม การสร้างประสบการณ์ AR ที่ซ้อนทับข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมบนสถานที่จริง หรือการจัดกิจกรรมและเทศกาลทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดสดผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ (Richards & Wilson, 2007)

[4] ศิลปะการแสดงและดนตรี การถ่ายทอดสดการแสดง
พื้นบ้าน ดนตรีไทย หรือนาฏศิลป์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การสร้าง
แอปพลิเคชันเรียนรู้เครื่องดนตรีไทย หรือการพัฒนาเกมและสื่อ
การเรียนรู้ที่ใช้ศิลปะการแสดงและดนตรีไทยเป็นองค์ประกอบ
สามารถเผยแพร่และสร้างความสนใจในศิลปะการแสดงและดนตรี
ไทยในวงกว้าง (Bennett, Taylor, & Woodward, 2014)

[5] เรื่องเล่าและวรรณกรรมพื้นบ้าน การนำนิทาน
พื้นบ้าน วรรณกรรมท้องถิ่น หรือตำนานมาสร้างเป็นแอนิเมชัน เกม
หรือ Interactive Storytelling บนแพลตฟอร์มดิจิทัล สามารถอนุรักษ์
และเผยแพร่มรดกทางวรรณกรรมให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ง่ายขึ้น

แนวทางการพัฒนาธุรกิจจากทุนทางวัฒนธรรมควรให้
ความสำคัญกับการรักษาเอกลักษณ์และความแท้จริงของวัฒนธรรม
การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาและการจัดการ และการใช้
เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสทางธุรกิจ

การสำรวจและตรวจสอบความเชื่อมโยงของศิลปะและ
วัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับชุมชน จะช่วยให้เห็น
ศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรม
และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้กับชุมชนท้องถิ่น

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 10 นักศึกษาสามารถ
อธิบายวิธีการใช้แพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลในการเผยแพร่และ
เข้าถึงศิลปะวัฒนธรรม รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี VR/AR เพื่อ
สร้างประสบการณ์เสมือนจริงสำหรับศิลปะและวัฒนธรรมในระดับ
ชุมชน และ วิเคราะห์ตัวอย่างและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
บริการสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทย เพื่อ
สร้างธุรกิจที่ยั่งยืนและมีมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ CLO2 ที่
มุ่งเน้นให้นักศึกษาประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ใน

การดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยการบูรณาการ
ทุนทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยี

สรุป

การสำรวจความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับชุมชน โดยพิจารณาถึงบทบาทของแพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลในการเผยแพร่และเข้าถึงศิลปะวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของเทคโนโลยี VR/AR ในการสร้างประสบการณ์เสมือนจริงที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์ตัวอย่างและแนวทางการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทย โดยเน้นความสำคัญของการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับชุมชน จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างน้อย 2 ประเภท ที่สามารถใช้ในการเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมในระดับชุมชน (Remembering)
2. จงอธิบายว่าเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) สามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมประสบการณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมได้อย่างไร (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์อย่างน้อย 1 อย่าง ที่พัฒนามาจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทย และอธิบายถึงองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่นำมาใช้ (Applying)

4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อ “เผยแพร่” ศิลปะวัฒนธรรม กับการใช้ VR/AR เพื่อสร้าง “ประสบการณ์เสมือนจริง” สำหรับศิลปะวัฒนธรรม (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ศักยภาพและความท้าทายในการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืน จากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในยุคดิจิทัล (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385.
- Bennett, L., Taylor, N., & Woodward, I. (2014). *Digital media and society: Transforming cultural industries*. Routledge.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Cohen, E. H., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Current Sociology*, 52(5), 755-778.
- Hughes, L. M. (2004). *Digitizing collections: Strategic issues for the information manager*. Facet Publishing.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Marty, P. F., & Jones, K. B. (Eds.). (2008). *Museum informatics: People, information, and technology in the data age*. Routledge.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Developing creativity in tourist experiences: A sourcebook of ideas and examples*. CABI.
- Smithsonian Institution. (2010). *Strategic plan for 2010-2015: Leading the world in connecting people to our heritage, cultures, and future*. Smithsonian Institution.

- Sylaiou, S., Mania, K., Karoulis, A., & White, M. [2010]. Exploring the potential of virtual museums for cultural heritage: A survey. *e-Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 2(1), 21-38.
- UNCTAD. [2004]. *Creative industries and development*. United Nations.
- UNESCO. [2019]. *Culture & digital technologies: Challenges and opportunities*. UNESCO.

สัปดาห์ที่ 11

ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับ

ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับสังคม)

สัปดาห์ที่สิบเอ็ดพิจารณาถึงความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลใน ระดับสังคม (Societal Level) โดยจะเน้นที่ บทบาทในการส่งเสริมความหลากหลาย (Role in Promoting Diversity) และ เทคโนโลยีกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Technology and Cultural Preservation) เนื้อประจำสัปดาห์ที่ 11 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

11.1 บทบาทในการส่งเสริมความหลากหลาย

11.1.1 การใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง

11.1.2 การนำเสนอและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ถูกมองข้ามผ่านสื่อดิจิทัล

11.2 เทคโนโลยีกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

11.2.1 โครงการและตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการบันทึกและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

11.1 บทบาทในการส่งเสริมความหลากหลาย

บทบาทในการส่งเสริมความหลากหลาย (Role in Promoting Diversity) เทคโนโลยีดิจิทัลมีศักยภาพอย่างมากในการเชื่อมโยงผู้คนจากภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่ต่างกักัน สร้างความเข้าใจ และส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมในระดับโลก (Appadurai, 1996; Robertson, 1992)

11.1.1 การใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง

(1) แพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมออนไลน์ อินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น เว็บไซต์ที่นำเสนอศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของผู้คนจากทั่วโลก ฟอรัมสนทนาออนไลน์ หรือกลุ่มสื่อสังคมที่เน้นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ช่วยให้ผู้คนสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอื่นได้โดยตรงจากเจ้าของวัฒนธรรม (Kim, 2012)

(2) แอปพลิเคชันและเครื่องมือแปลภาษา เทคโนโลยีการแปลภาษาแบบเรียลไทม์ช่วยลดอุปสรรคด้านภาษาในการสื่อสารระหว่างบุคคลจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความเข้าใจที่ง่ายขึ้นและส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม (O'Hagan & Ashworth, 2002)

(3) เนื้อหาดิจิทัลหลากหลายวัฒนธรรม การสร้างและเผยแพร่เนื้อหาดิจิทัลที่นำเสนอศิลปะ วัฒนธรรม และเรื่องราวจากหลากหลายภูมิภาคและกลุ่มชาติพันธุ์ ช่วยให้ผู้คนได้รับรู้และเข้าใจมุมมองที่แตกต่าง ลดอคติ และส่งเสริมความเห็นอกเห็นใจระหว่างวัฒนธรรม (Hall, 1997) เช่น ภาพยนตร์ สารคดี ดนตรี หรือวรรณกรรมจากวัฒนธรรมที่หลากหลายที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง

(4) เกมและประสบการณ์อินเทอร์แอคทีฟ เกมและประสบการณ์อินเทอร์แอคทีฟที่ออกแบบมาเพื่อนำเสนอวัฒนธรรมที่แตกต่าง สามารถสร้างการเรียนรู้ที่สนุกสนานและมีส่วนร่วม ช่วยให้ผู้เล่นได้สัมผัสและเข้าใจวัฒนธรรมอื่นในรูปแบบใหม่ (Gee, 2007)

11.1.2 การนำเสนอและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ถูกลืมลงข้ามผ่านสื่อดิจิทัล

(1) การให้เสียงแก่กลุ่มชายขอบ สื่อดิจิทัลเปิดโอกาสให้กลุ่มวัฒนธรรมที่อาจถูกลืมลงข้ามหรือไม่มีพื้นที่ในสื่อกระแสหลักสามารถนำเสนอเรื่องราว ศิลปะ และวัฒนธรรมของตนเองได้โดยตรงสู่สาธารณะ [Couldry & Curran, 2003] แพลตฟอร์มอิสระและสื่อทางเลือกช่วยให้วัฒนธรรมที่หลากหลายสามารถแสดงออกและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง

(2) การอนุรักษ์ภาษาและประเพณีที่กำลังสูญหาย เทคโนโลยีสามารถใช้ในการบันทึกและอนุรักษ์ภาษาและประเพณีที่กำลังเสี่ยงต่อการสูญหาย เช่น การสร้างคลังข้อมูลเสียงและวิดีโอของภาษาถิ่น การพัฒนาแอปพลิเคชันเรียนรู้ภาษา หรือการสร้างประสบการณ์ VR/AR ที่จำลองพิธีกรรมและประเพณีโบราณ [Hinton & Hale, 2001]

(3) การสร้างการเข้าถึงสำหรับผู้พิการ เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถปรับปรุงการเข้าถึงเนื้อหาทางศิลปะและวัฒนธรรมสำหรับผู้พิการ เช่น การใส่คำบรรยายได้ภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา หรือการถอดเสียงบรรยายสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ทำให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมและชื่นชมความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้

11.2 เทคโนโลยีกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

เทคโนโลยีกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Technology and Cultural Preservation) นอกเหนือจากการส่งเสริมความหลากหลาย เทคโนโลยีดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (ICOMOS, 2003)

11.2.1 โครงการและตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการบันทึกและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

(1) การสแกน 3 มิติและการสร้างแบบจำลองดิจิทัล เทคโนโลยีการสแกน 3 มิติ (3D Scanning) ช่วยในการบันทึกรูปร่างและรายละเอียดของโบราณสถาน วัตถุทางประวัติศาสตร์ และงานศิลปะอย่างแม่นยำ ทำให้สามารถสร้างแบบจำลองดิจิทัล (Digital Twins) ที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษา วิจัย การบูรณะ และการจัดแสดงเสมือนจริง (Remondino & Rizzi, 2010) เช่น โครงการสแกน 3 มิติของโบราณสถานสำคัญทั่วโลกที่ถูกภัยคุกคาม

(2) การใช้ภาพถ่ายและวิดีโอความละเอียดสูง การบันทึกภาพถ่ายและวิดีโอความละเอียดสูงเป็นวิธีสำคัญในการเก็บรักษาภาพเป็นไปตามสมัยของมรดกทางวัฒนธรรมที่อาจเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา หรือได้รับความเสียหายจากภัยพิบัติ ข้อมูลเหล่านี้มีคุณค่าในการศึกษาและการบูรณะในอนาคต

(3) ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) และการทำแผนที่ดิจิทัล เทคโนโลยี GIS ช่วยในการจัดเก็บ วิเคราะห์ และแสดงข้อมูลเชิงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ทำให้สามารถจัดการ วางแผนการอนุรักษ์ และติดตามการเปลี่ยนแปลงของแหล่งเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Maschner & Chippindale, 2005)

(4) การบันทึกและสร้างคลังข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เทคโนโลยีเสียงและวิดีโอถูกนำมาใช้ในการบันทึกภาษาถิ่น เพลงพื้นบ้าน นิทานพื้นบ้าน พิธีกรรม และองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่จับต้องไม่ได้ เพื่อป้องกันการสูญหายและส่งต่อให้กับคนรุ่นหลัง การสร้างคลังข้อมูลดิจิทัลช่วยให้ชุมชนและนักวิจัยสามารถเข้าถึงและศึกษาข้อมูลเหล่านี้ได้

(5) การใช้เทคโนโลยี Blockchain เพื่อการอนุรักษ์: เทคโนโลยี Blockchain สามารถนำมาใช้ในการสร้างระบบการ

จัดการและติดตามความเป็นเจ้าของวัตถุทางวัฒนธรรมและงานศิลปะอย่างโปร่งใสและปลอดภัย ช่วยป้องกันการโจรกรรมและการค้าของผิดกฎหมาย (Carbone, 2017)

การใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมความหลากหลายและอนุรักษ์วัฒนธรรมต้องดำเนินการอย่างมีจริยธรรมและคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้การใช้เทคโนโลยีเป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ

การสำรวจและตรวจสอบความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับสังคม จะช่วยให้เข้าใจถึงพลังของเทคโนโลยีในการสร้างสังคมที่เปิดกว้าง เข้าใจความหลากหลาย และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมสำหรับอนาคต

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 11 นักศึกษาสามารถอธิบายบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รวมถึงการนำเสนอและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ถูกมองข้ามผ่านสื่อดิจิทัล และ วิเคราะห์โครงการและตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น การสแกน 3 มิติ GIS และคลังข้อมูลดิจิทัล ในการบันทึกและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ CLO3 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเน้นความเข้าใจในบทบาทของเทคโนโลยีต่อความหลากหลายและการอนุรักษ์วัฒนธรรม

สรุป

การพิจารณาถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมถึงการนำเสนอและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ถูกมองข้ามผ่านสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้ผ่านการสแกน 3 มิติและ GIS และที่จับต้องไม่ได้ผ่านการบันทึกและสร้างคลังข้อมูลดิจิทัล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเทคโนโลยีในการสร้างสังคมที่เปิดกว้างและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับสังคม จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างน้อย 2 ประเภท ที่สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Remembering)
2. จงอธิบายว่าสื่อดิจิทัลมีบทบาทอย่างไรในการนำเสนอและอนุรักษ์วัฒนธรรมที่อาจถูกมองข้ามในสังคม (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างโครงการหรือการใช้เทคโนโลยีอย่างน้อย 1 อย่างในการบันทึกและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างการใช้เทคโนโลยีเพื่อ “ส่งเสริมความหลากหลาย” ทางวัฒนธรรม กับการใช้เทคโนโลยีเพื่อ “อนุรักษ์” วัฒนธรรม (Understanding)

5. จงวิเคราะห์ความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นในการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริงและหลีกเลี่ยงการทำให้เกิดการเหมารวมทางวัฒนธรรม (Cultural Stereotyping) (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Carbone, J. (2017). Blockchain and cultural heritage: Towards a new model for intellectual property rights management. *International Journal of Digital Heritage*, 2(1), 1-18.
- Couldry, N., & Curran, J. (Eds.). (2003). *Contesting media power: Alternative media in a networked world*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Gee, J. P. (2007). *What video games have to teach us about learning and literacy* (Rev. ed.). Palgrave Macmillan.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hinton, L., & Hale, K. (Eds.). (2001). *The green book of language revitalization in practice*. Academic Press.
- ICOMOS. (2003). *Principles for the recording of monuments, groups of buildings and sites*. ICOMOS.
- Kim, Y. Y. (2012). *Intercultural communication: A global reader*. John Wiley & Sons.
- Maschner, H. D. G., & Chippindale, C. (Eds.). (2005). *Handbook of archaeological methods*. AltaMira Press.
- O'Hagan, M., & Ashworth, D. (2002). *Translation and interpreting in the 21st century: Trends and prospects*. Multilingual Matters.

- Remondino, F., & Rizzi, A. [2010]. Reality-based 3D modelling and reverse engineering. *Geomatics, Land Management and Landscape*, 2010(3), 193-214.
- Robertson, R. [1992]. *Globalization: Social theory and global culture*. Sage.

สัปดาห์ที่ 12

ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามในการขับเคลื่อนธุรกิจ สร้างสรรค์ดิจิทัล

สัปดาห์ที่สิบสองมุ่งเน้นปัจจัยภายในที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล (Creative Digital Businesses) นั่นคือ ความมุ่งมั่นตั้งใจ (Commitment and Determination) และความเพียรพยายาม (Perseverance) โดยจะพิจารณาถึง การพัฒนา Mindset ลักษณะผู้ประกอบการ (Developing an Entrepreneurial Mindset) และ ความสำคัญของความเพียรพยายาม (The Importance of Perseverance) เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 12 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

12.1 การพัฒนา Mindset ลักษณะผู้ประกอบการ

12.1.1 ความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน

12.1.2 การจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลว

12.2 ความสำคัญของความเพียรพยายาม

12.2.1 การเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

12.2.2 การสร้าง Resilience ในการทำธุรกิจ

12.1 การพัฒนา Mindset ลักษณะผู้ประกอบการ

ลักษณะผู้ประกอบการ (Developing an Entrepreneurial Mindset) การมี Mindset ที่เหมาะสมเป็นรากฐานสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Dweck, 2006; Neck, Neck, & Murray, 2017)

12.1.1 ความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน

ความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน (Commitment and Clear Goal Setting) ในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จนั้น เปรียบเสมือนเข็มทิศและเครื่องยนต์หลักที่นำพาองค์กรและผู้ประกอบการไปสู่จุดหมายที่ตั้งไว้ หากปราศจากซึ่งความมุ่งมั่นที่แข็งแกร่งและเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างแม่นยำ การดำเนินงานของธุรกิจก็อาจขาดทิศทาง ขาดแรงจูงใจ และยากที่จะบรรลุผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงหลักการและกลไกเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

(1) ความมุ่งมั่น (Commitment) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแสดงความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าต่อวิสัยทัศน์และเป้าหมายของธุรกิจ มีความทุ่มเททั้งเวลา พลังงาน และทรัพยากรเพื่อให้ธุรกิจเติบโตและบรรลุผลสำเร็จ (Baum & Locke, 2004) ความมุ่งมั่นนี้เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยให้สามารถฟันฝ่าอุปสรรคและความท้าทายต่าง ๆ ไปได้

(2) การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน (Clear Goal Setting) การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจง วัดผลได้ ทำได้จริง เกี่ยวข้อง และมีกรอบเวลา (SMART Goals) ช่วยให้ผู้ประกอบการมีทิศทางที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ และสามารถติดตามความคืบหน้าได้อย่างเป็นระบบ (Locke & Latham, 2002) เป้าหมายที่ชัดเจนยังช่วยสร้างแรงจูงใจและโฟกัสในการทำงาน

(3) วิสัยทัศน์ (Vision) การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับอนาคตของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดทีมงาน นักลงทุน และลูกค้า วิสัยทัศน์ทำหน้าที่เป็นเข็มทิศนำทาง

และเป็นแรงบันดาลใจให้ทุกคนมุ่งมั่นไปในทิศทางเดียวกัน (Senge, 1990)

12.1.2 การจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลว

(1) การมองความท้าทายเป็นโอกาส (Seeing Challenges as Opportunities) ผู้ประกอบการที่มี Mindset แบบ Growth (เชื่อว่าความสามารถสามารถพัฒนาได้) มองความท้าทายเป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองและธุรกิจ แทนที่จะยอมแพ้ พวกเขาจะมองหาแนวทางใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาและปรับตัว (Dweck, 2006)

(2) การเรียนรู้จากความล้มเหลว (Learning from Failures) ความล้มเหลวเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการเริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะไม่มองความล้มเหลวเป็นจุดจบ แต่เป็นประสบการณ์ที่มีค่าสำหรับการเรียนรู้และปรับปรุง จะวิเคราะห์สาเหตุของความล้มเหลวและนำบทเรียนที่ได้มาปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่อไป (Politis, 2005)

(3) การมีทัศนคติเชิงบวก (Maintaining a Positive Attitude) การมีทัศนคติเชิงบวกช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับมือกับความเครียด ความไม่แน่นอน และความผิดหวังที่อาจเกิดขึ้นในการทำธุรกิจ จะมองเห็นความเป็นไปได้และเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและทีมงาน (Seligman, 1991)

12.2 ความสำคัญของความเพียรพยายาม

ความเพียรพยายาม (The Importance of Perseverance) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลที่อาจต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและความผันผวนสูง (Duckworth, Peterson, Matthews, & Kelly, 2007)

12.2.1 การเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

(1) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ในโลกดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องมีความกระหายในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีใหม่ แนวโน้มของตลาด หรือพฤติกรรมของผู้บริโภค การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและแข่งขันได้ (Nonaka & Takeuchi, 1995)

(2) ความยืดหยุ่นในการปรับกลยุทธ์ (Flexibility in Adapting Strategies) แผนธุรกิจที่วางไว้ในตอนแรกอาจไม่สามารถใช้ได้ตลอดไป ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และโมเดลธุรกิจตามสถานการณ์และความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป (Mintzberg, 1987)

(3) การรับฟังความคิดเห็นและนำไปปรับปรุง (Seeking Feedback and Making Improvements) การเปิดใจรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า ทีมงาน และผู้เชี่ยวชาญ และนำข้อเสนอแนะเหล่านั้นมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

12.2.2 การสร้าง Resilience ในการทำธุรกิจ

(1) ความสามารถในการฟื้นตัว (Ability to Bounce Back) Resilience คือความสามารถของบุคคลหรือองค์กรในการฟื้นตัวจากความยากลำบาก ความล้มเหลว หรือวิกฤตการณ์ต่าง ๆ (Hamel & Välikangas, 2003) ผู้ประกอบการที่มี Resilience จะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ แต่จะสามารถลุกขึ้นใหม่และเรียนรู้จากประสบการณ์เหล่านั้น

(2) การสร้างเครือข่ายสนับสนุน (Building Support Networks) การมีเครือข่ายของเพื่อนร่วมธุรกิจ ที่ปรึกษา หรือ

ผู้เชี่ยวชาญ สามารถให้กำลังใจ คำแนะนำ และความช่วยเหลือในยามที่ธุรกิจเผชิญกับความท้าทาย (Aldrich & Zimmer, 1986)

(3) การดูแลสุขภาพกายและใจ (Taking Care of Physical and Mental Well-being) ความเครียดและความกดดันเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการทำธุรกิจ การดูแลสุขภาพกายและใจให้ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีพลังและความสามารถในการรับมือกับความยากลำบากได้อย่างยั่งยืน

ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามไม่ใช่เพียงแค่คุณสมบัติส่วนบุคคล แต่ยังสามารถพัฒนาและเสริมสร้างให้แข็งแกร่งขึ้นได้ การตระหนักถึงความสำคัญของ Mindset แบบผู้ประกอบการ และการฝึกฝนความเพียรพยายาม จะเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลในระยะยาว

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 12 นักศึกษาสามารถอธิบายความสำคัญของความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนา Mindset แบบผู้ประกอบการ รวมถึงแนวทางการจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล และ วิเคราะห์ความสำคัญของความเพียรพยายามในการเรียนรู้ ปรับตัวอย่างต่อเนื่อง และสร้าง Resilience เพื่อความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ CL04 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินตนเองตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ โดยเน้นการพัฒนา Mindset และความเพียรพยายามที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล

สรุป

ความสำคัญของความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล ด้วยการพัฒนา Mindset แบบผู้ประกอบการที่ประกอบด้วยความมุ่งมั่น การตั้งเป้าหมายที่

ชัดเจน และการจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลว นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงบทบาทของความเพียรพยายามในการเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้าง Resilience เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 2 ประการของการมี Mindset แบบผู้ประกอบการ (Remembering)
2. จงอธิบายว่าการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน (Clear Goal Setting) มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลอย่างไร (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลอาจต้องแสดงความเพียรพยายาม และอธิบายว่าความเพียรพยายามนั้นช่วยให้ผ่านพ้นสถานการณ์นั้นได้อย่างไร (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่าง “ความมุ่งมั่น” (Commitment) และ “ความเพียรพยายาม” (Perseverance) ในบริบทของการทำธุรกิจ (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ว่าการขาดความ Resilience อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลในระยะยาวได้อย่างไร (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). Ballinger Publishing Company.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology, 89*(3), 587-598.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology, 92*(6), 1087-1101.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Hamel, G., & Välikangas, L. (2003). The quest for resilience. *Harvard Business Review, 81*(9), 52-63.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist, 57*(9), 705-717.
- Mintzberg, H. (1987). The strategy concept I: Five Ps for strategy. *California Management Review, 30*(1), 11-24.
- Neck, H. M., Neck, C. P., & Murray, E. L. (2017). *Entrepreneurship: The practice and mindset*. Sage Publications.

- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 399-424.
- Seligman, M. E. P. (1991). *Learned optimism*. Alfred A. Knopf.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art & practice of the learning organization*. Doubleday/Currency.

สัปดาห์ที่ 13

จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล

สัปดาห์ที่สิบสามจะสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของจริยธรรม (Ethics) และความรับผิดชอบต่อส่วนรวม (Social Responsibility) ในกระบวนการ สร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล (Creating Digital Innovation) โดยจะพิจารณาถึง หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี (Principles of Technology Ethics) และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Responsibility) เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 13 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

13.1 หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี

13.1.1 ประเด็นที่สำคัญในการพัฒนาและใช้เทคโนโลยี (ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของข้อมูล อคติในอัลกอริธึม)

13.1.2 กรอบจริยธรรมสำหรับนักพัฒนาและผู้ประกอบการดิจิทัล

13.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

13.2.1 แนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสังคม

13.2.2 การลดผลกระทบด้านลบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสิ่งแวดล้อม

13.1 หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี

หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี (Principles of Technology Ethics) การพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็วได้นำมาซึ่งประเด็นทางจริยธรรมที่ซับซ้อน ซึ่งนักพัฒนาและ

ผู้ประกอบการดิจิทัลต้องตระหนักและให้ความสำคัญ (Floridi, 2013; Mittelstadt, Allo, Taddeo, Wachter, & Floridi, 2016)

13.1.1 ประเด็นที่สำคัญในการพัฒนาและใช้เทคโนโลยี

(1) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความเป็นส่วนตัวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง (Solove, 2008). การเก็บรวบรวม ประมวลผล และใช้ข้อมูลส่วนบุคคลจำนวนมากโดยเทคโนโลยีดิจิทัลก่อให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับขอบเขตของการเฝ้าระวัง การยินยอมในการให้ข้อมูล และความปลอดภัยของข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวม (Nissenbaum, 2010) หลักการทางจริยธรรมจึงเน้นความโปร่งใสในการจัดการข้อมูล การให้ผู้มีสิทธิในการควบคุมข้อมูลของตนเอง และการปกป้องข้อมูลจากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

(2) ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล (Data Security) การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความไว้วางใจในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล (Bishop, 2003) การโจมตีทางไซเบอร์ การรั่วไหลของข้อมูล และการใช้ข้อมูลในทางที่ผิดสามารถสร้างความเสียหายอย่างมากต่อบุคคล องค์กร และสังคมโดยรวม หลักการทางจริยธรรมจึงเรียกร้องให้มีการออกแบบระบบที่ปลอดภัย มีมาตรการป้องกันที่เข้มงวด และมีการจัดการเมื่อเกิดเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ

(3) อคติในอัลกอริธึม (Bias in Algorithms) อัลกอริธึมที่ขับเคลื่อนเทคโนโลยี AI และ Machine Learning อาจสะท้อนและขยายอคติที่มีอยู่ในข้อมูลที่ใช้ในการฝึกฝน (O'Neil, 2016) อคติเหล่านี้สามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ไม่ยุติธรรม หรือเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มบุคคลบางกลุ่มในด้านต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การอนุมัติสินเชื่อ หรือการตัดสินใจในกระบวนการยุติธรรม หลักการทางจริยธรรมจึงเน้น

ความสำคัญของการตรวจสอบและทดสอบคดีในข้อมูลและการออกแบบอัลกอริธึม

13.1.2 กรอบจริยธรรมสำหรับนักพัฒนาและผู้ประกอบการดิจิทัล

(1) Ethics by Design (จริยธรรมโดยการออกแบบ) แนวคิดนี้เน้นการบูรณาการหลักการทางจริยธรรมเข้าสู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อป้องกันปัญหาทางจริยธรรมที่อาจเกิดขึ้นในภายหลัง (Friedman & Kahn Jr, 2003)

(2) Value Sensitive Design (การออกแบบที่คำนึงถึงคุณค่า) กรอบแนวคิดนี้มุ่งเน้นการระบุและพิจารณาคุณค่าทางสังคมและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และออกแบบเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับคุณค่าเหล่านั้น (Friedman, Hendry, Borning, & Howe, 2017)

(3) AI Ethics Guidelines (แนวทางจริยธรรมสำหรับ AI) องค์กรและสถาบันต่าง ๆ ได้พัฒนาแนวทางจริยธรรมเฉพาะสำหรับ AI ซึ่งครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ เช่น ความโปร่งใส ความยุติธรรม ความรับผิดชอบ และความปลอดภัย (European Union, 2019; IEEE, 2019)

(4) Code of Ethics (จรรยาบรรณ) หลายองค์กรวิชาชีพและบริษัทเทคโนโลยีได้กำหนดจรรยาบรรณสำหรับนักพัฒนาและผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม

13.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environmental Responsibility) นอกเหนือจากประเด็นทางจริยธรรมโดยตรงแล้ว นักสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัลยังมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง (Carroll, 1991; Elkington, 1997)

13.2.1 แนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสังคม

(1) Social Innovation (นวัตกรรมการทางสังคม) การสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีเป้าหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคม และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและโลก (Mulgan, 2007) ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงการศึกษา การดูแลสุขภาพ หรือการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส

(2) Sustainable Innovation (นวัตกรรมที่ยั่งยืน) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดมลพิษ และการสร้างความเท่าเทียม (Charter & Clark, 2007)

(3) Inclusive Design (การออกแบบเพื่อทุกคน) การออกแบบเทคโนโลยีที่สามารถใช้งานได้โดยผู้คนทุกกลุ่ม รวมถึงผู้ที่มีความหลากหลายทางด้านร่างกาย ความสามารถ และภูมิหลังทางวัฒนธรรม (Story, Mueller, & Mace, 1998)

13.2.2 การลดผลกระทบด้านลบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสิ่งแวดล้อม

(1) Green Computing (การคำนวณสีเขียว) การดำเนินงานของระบบคอมพิวเตอร์และโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการใช้พลังงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Murugesan, 2008) ซึ่งรวมถึงการออกแบบฮาร์ดแวร์ที่ประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียนสำหรับศูนย์ข้อมูล และการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีความรับผิดชอบ

(2) Dematerialization (การลดความเป็นวัตถุ) การเปลี่ยนจากผลิตภัณฑ์และบริการที่จับต้องได้ไปสู่รูปแบบดิจิทัล

เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การประชุมออนไลน์ หรือบริการสตรีมมิ่ง ช่วยลดการใช้ทรัพยากรและการปล่อยมลพิษจากการผลิตและการขนส่ง

[3] Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) การออกแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัลให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน สามารถซ่อมแซม อัปเดต และนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดการสร้างขยะและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

การบูรณาการหลักการจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมเข้าสู่กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล ไม่เพียงแต่จะช่วยลดผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น แต่ยังสามารถสร้างคุณค่าและความไว้วางใจให้กับผู้ใช้และสังคมในระยะยาว ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการสร้างธุรกิจดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมที่ดีขึ้น

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 13 นักศึกษาสามารถอธิบายหลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยีที่สำคัญ เช่น ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของข้อมูล และอคติในอัลกอริธึม รวมถึงกรอบจริยธรรมสำหรับนักพัฒนาและผู้ประกอบการดิจิทัล และวิเคราะห์แนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนวิธีการลดผลกระทบด้านลบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ CLO3 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเน้นความเข้าใจในประเด็นทางจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สรุป

การสำรวจหลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมดิจิทัล โดยเน้นประเด็นสำคัญด้านความเป็น

ส่วนตัว ความปลอดภัยของข้อมูล และอคติในอัลกอริธึม รวมถึงกรอบจริยธรรมที่นักพัฒนาและผู้ประกอบการดิจิทัลควรนำไปใช้ นอกจากนี้ยังได้พิจารณาถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนแนวทางการลดผลกระทบด้านลบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืน

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุหลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยีที่สำคัญอย่างน้อย 2 ประการที่ได้ศึกษาในสัปดาห์นี้ (Remembering)
2. จงอธิบายว่า “อคติในอัลกอริธึม” (Bias in Algorithms) สามารถเกิดขึ้นได้อย่างไรในการพัฒนาเทคโนโลยี AI (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างแนวทางการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลอย่างน้อย 1 แนวทางที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Applying)
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างแนวคิด “Ethics by Design” และ “Value Sensitive Design” ในการพัฒนาเทคโนโลยี (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หากนักพัฒนาและผู้ประกอบการดิจิทัลละเลยหลักการจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Bishop, M. [2003]. *Computer security: Art and science*. Addison-Wesley Professional.
- Carroll, A. B. [1991]. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Charter, M., & Clark, T. [2007]. *Sustainable solutions: Developing products and services for the future*. Greenleaf Publishing.
- Elkington, J. [1997]. *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
- European Union. [2019]. *Ethics guidelines for trustworthy AI*. European Commission.
- Floridi, L. [2013]. *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Friedman, B., Hendry, D. G., Borning, A., & Howe, D. C. [2017]. *Value sensitive design: Shaping technology with moral imagination*. MIT Press.
- Friedman, B., & Kahn Jr, P. H. [2003]. Human values, ethics, and design. In J. M. Carroll (Ed.), *HCI models, theories, and frameworks: Toward a multidisciplinary science* (pp. 117-151). Morgan Kaufmann.
- IEEE. [2019]. *Ethically aligned design: A vision for prioritizing human well-being with autonomous and intelligent systems (Version 2)*. IEEE.

- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 1-21.
- Mulgan, G. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. The Young Foundation.
- Murugesan, S. (2008). Harnessing green IT principles and practices to achieve environmental sustainability. *IT Professional*, 10(1), 24-33.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford University Press.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Solove, D. J. (2008). *Understanding privacy*. Harvard University Press.
- Story, M. F., Mueller, J. L., & Mace, R. L. (1998). *The universal design file: Designing for people of all ages and abilities*. NC State University, The Center for Universal Design.

สัปดาห์ที่ 14

การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ ในบริบทดิจิทัล

สัปดาห์ที่สิบสี่นี้จะสำรวจประเด็นของการมีส่วนร่วม (Participation) และ ความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ (Innovative Citizenship) ใน บริบทดิจิทัล (Digital Context) โดยจะพิจารณาถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์ (Promoting Online Participation) และ เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม (Technology and Social Innovation) เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 14 สาระสำคัญประกอบด้วย ดังนี้

14.1 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์

14.1.1 เครื่องมือและแพลตฟอร์มสำหรับการมีส่วนร่วมของพลเมือง (Social Media แพลตฟอร์ม Petition และเครื่องมือ Crowdsourcing)

14.1.2 การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์

14.2 เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม

14.2.1 ตัวอย่างและแนวคิดโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

14.2.2 การระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาสังคม

14.1 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์ (Promoting Online Participation) ผลจากเทคโนโลยีดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงวิธีการที่พลเมืองมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรม โดย

เปิดโอกาสให้เกิดรูปแบบการมีส่วนร่วมใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพในการสร้างการเปลี่ยนแปลง (Chadwick, 2006; Dahlgren, 2005)

14.1.1 เครื่องมือและแพลตฟอร์มสำหรับการมีส่วนร่วมของพลเมือง

(1) Social Media (สื่อสังคมออนไลน์) แพลตฟอร์มอย่าง X(Twitter) Facebook Instagram และ TikTok เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายประเด็นสาธารณะ การจัดตั้งกลุ่มสนับสนุนประเด็นต่างๆ และการเคลื่อนไหวทางสังคมออนไลน์ (Bennett & Segerberg, 2012) สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้พลเมืองสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย สร้างเครือข่ายและประสานงานการมีส่วนร่วมได้อย่างรวดเร็ว

(2) แพลตฟอร์ม Petition (แพลตฟอร์มรณรงค์) เว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาสำหรับการสร้างและลงชื่อในคำร้อง (Petitions) เป็นเครื่องมือที่พลเมืองสามารถใช้เพื่อแสดงความต้องการหรือเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นต่าง ๆ ต่อหน่วยงานภาครัฐ องค์กร หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Freelon, McIlwain, & Clark, 2018) แพลตฟอร์มดังกล่าวนี้ช่วยให้การรวบรวมเสียงสนับสนุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ในการสร้างแรงกดดันเพื่อการเปลี่ยนแปลง

(3) เครื่องมือ Crowdsourcing (การระดมสรรพกำลังจากมวลชน) เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสให้กลุ่มคนจำนวนมากมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา การสร้างสรรค์ไอเดีย หรือการรวบรวมข้อมูล (Howe, 2006) ในบริบทของพลเมือง เครื่องมือ Crowdsourcing สามารถใช้ในการระดมความคิดเห็นเพื่อการพัฒนา นโยบาย การตรวจสอบการทำงานของภาครัฐ หรือการสนับสนุนโครงการเพื่อสังคม

(4) แพลตฟอร์ม E-participation (การมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์) ระบบและเครื่องมือที่หน่วยงานภาครัฐและองค์กรใช้เพื่อเปิดโอกาสให้พลเมืองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการกำหนดนโยบาย เช่น การให้ความคิดเห็นออนไลน์ การปรึกษาหารือทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือการลงคะแนนเสียงอิเล็กทรอนิกส์ (Macintosh, 2004)

14.1.2 การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์

(1) การสร้างพื้นที่สำหรับการสนทนาที่มีคุณภาพ การออกแบบและดูแลพื้นที่ออนไลน์ที่ส่งเสริมการสนทนาอย่างมีเหตุผล เคารพความคิดเห็นที่แตกต่าง และมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็ง (Rainie & Wellman, 2012)

(2) การส่งเสริมการทำงานร่วมกัน การสร้างโอกาสให้สมาชิกในชุมชนออนไลน์สามารถทำงานร่วมกันในโครงการต่าง ๆ การแบ่งปันความรู้และทักษะ และการสนับสนุนซึ่งกันและกัน จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันในชุมชน

(3) การใช้ Gamification และ Interactive Elements การนำองค์ประกอบของเกม เช่น คะแนน รางวัล หรือความท้าทายมาใช้ในชุมชนออนไลน์ สามารถเพิ่มความสนุกสนานและการมีส่วนร่วมของสมาชิก (Zichermann & Cunningham, 2011)

(4) การมีบทบาทของผู้นำชุมชน การมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มีความสามารถในการสื่อสาร และสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับสมาชิก เป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความเข้มแข็งและความสร้างสรรค์ของชุมชนออนไลน์

14.2 เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม

เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม (Technology and Social Innovation) เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพ

ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมสังคม ซึ่งหมายถึงการพัฒนาและนำเสนอแนวทางใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาสังคมและสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Phills, Deiglmeier, & Miller, 2008)

14.2.1 ตัวอย่างและแนวคิดโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

(1) แพลตฟอร์มเชื่อมโยงผู้ให้และผู้รับ การสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เชื่อมโยงผู้ที่มีทรัพยากร (เช่น เงินบริจาค เวลา หรือทักษะ) กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ หรือโครงการที่ต้องการการสนับสนุน เช่น แพลตฟอร์ม Crowdfunding สำหรับโครงการเพื่อสังคม หรือแพลตฟอร์มอาสาสมัครออนไลน์

(2) เทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึง การพัฒนาแอปพลิเคชันหรืออุปกรณ์ที่ช่วยให้ผู้พิการสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร หรือบริการต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น เช่น แอปพลิเคชันอ่านข้อความสำหรับผู้พิการทางสายตา หรือระบบควบคุมอุปกรณ์ด้วยเสียงสำหรับผู้พิการทางร่างกาย

(3) แพลตฟอร์มเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ การสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหาการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและเข้าถึงได้สำหรับทุกคน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลหรือขาดแคลนโอกาส

(4) เทคโนโลยีเพื่อการดูแลสุขภาพ การพัฒนาแอปพลิเคชันหรืออุปกรณ์ที่ช่วยในการติดตามสุขภาพ ให้คำปรึกษาทางการแพทย์เบื้องต้น หรือเชื่อมต่อผู้ป่วยกับผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ผ่านทางไกล (Telemedicine)

(5) แพลตฟอร์มเพื่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้คนสามารถติดตามและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของตนเอง หรือแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้ผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับผู้บริโภค

14.2.2 การระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่ตอบ โจทย์ปัญหาสังคม

[1] การใช้ Design Thinking กระบวนการคิดเชิง
ออกแบบที่เน้นการทำความเข้าใจปัญหาจากมุมมองของผู้ใช้งาน การ
ระดมสมองเพื่อหาแนวทางแก้ไขที่เป็นไปได้ การสร้างต้นแบบ และ
การทดสอบเพื่อปรับปรุงแนวคิด (Brown, 2009)

[2] Hackathons เพื่อสังคม กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้
นักพัฒนา นักออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้สนใจ มาร่วมกันพัฒนา
ต้นแบบเทคโนโลยีเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมในระยะเวลาที่จำกัด

[3] Open Innovation Challenges การเปิดโอกาสให้
บุคคลภายนอกองค์กรหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนวคิด
หรือวิธีการแก้ไขปัญหาสังคมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

[4] การใช้เครื่องมือ Collaboration ออนไลน์ เครื่องมือ
ต่าง ๆ เช่น Miro โปรแกรม Mural หรือ Google Jamboard ช่วยให้
ทีมสามารถระดมสมองและพัฒนาแนวคิดร่วมกันได้จากกระยะไกล

การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ในบริบท
ดิจิทัลเป็นพลังสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในสังคม
เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้พลเมืองสามารถแสดงออก
สร้างเครือข่าย และร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาและ
พัฒนาสังคมให้ดีขึ้น

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 14 นักศึกษาสามารถ
อธิบายเครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม
ของพลเมืองออนไลน์ รวมถึงแนวทางการสร้างชุมชนออนไลน์ที่
เข้มแข็งและสร้างสรรค์ และวิเคราะห์ตัวอย่างและแนวคิดโครงการ
นวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนสามารถระดม
สมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาสังคมได้ ซึ่ง
สอดคล้องกับ CLO4 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และประเมินตนเอง

ตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ โดยเน้นความเข้าใจในบทบาทของการมีส่วนร่วมและการริเริ่มสิ่งใหม่ในบริบทดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์สังคม

สรุป

การได้สำรวจถึงการมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ในบริบทดิจิทัล โดยพิจารณาเครื่องมือและแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมืองและการสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาตัวอย่างและแนวคิดโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงกระบวนการระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาสังคมได้อย่างสร้างสรรค์

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ในบริบทดิจิทัล จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุเครื่องมือหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างน้อย 2 ประเภท ที่พลเมืองสามารถใช้เพื่อมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคมออนไลน์ (Remembering)
2. จงอธิบายว่าการสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์สามารถส่งเสริมความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ได้อย่างไร (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมอย่างน้อย 1 โครงการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และอธิบายว่าเทคโนโลยีนั้นช่วยแก้ไขปัญหาทางสังคมได้อย่างไร (Applying)

4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างการใช้ “แพลตฟอร์ม Petition” และ “เครื่องมือ Crowdsourcing” ในบริบทของการมีส่วนร่วมของพลเมือง (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ศักยภาพและความท้าทายของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมืองในกระบวนการตัดสินใจของภาครัฐ (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business.
- Chadwick, A. (2006). *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. Oxford University Press.
- Dahlgren, P. M. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147-162.
- Freelon, D., McIlwain, C., & Clark, M. (2018). Beyond the hashtags: #Ferguson, #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice. *New Media & Society*, 20(1), 20-41.
- Howe, J. (2006). The rise of crowdsourcing. *Wired Magazine*, 14(6), 1-4.
- Macintosh, A. (2004). Characterizing e-participation. In *Online deliberation and public policy* (pp. 1-24). Palgrave Macmillan.
- Phills Jr, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. MIT Press.

Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media.

สัปดาห์ที่ 15

สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการประยุกต์

สัปดาห์สุดท้ายนี้จะมุ่งเน้นไปที่การสรุป (Summary) นำเสนอผลงาน (Presentation) และแนวทางการประยุกต์ (Application) ความรู้ที่ได้รับตลอดรายวิชา โดยจะครอบคลุม การทบทวนและบูรณาการความรู้ (Review and Integration of Knowledge) การนำเสนอโครงงานกลุ่ม (Group Project Presentation) และ การต่อยอดและการประยุกต์ในงานและการเรียนรู้ (Further Development and Application in Work and Learning) เนื้อหาประจำสัปดาห์ที่ 15 ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

15.1 ทบทวนและบูรณาการความรู้

15.1 สรุปประเด็นสำคัญและแนวคิดหลักตลอดรายวิชา

15.2 การเชื่อมโยงความรู้ไปสู่บริบทของธุรกิจ
สร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

15.2 การนำเสนอโครงการกลุ่ม

15.2.1 การนำเสนอแนวคิด โครงการ และผลลัพธ์

15.2.2 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและการตอบข้อ
ซักถาม

15.3 การต่อยอดและการประยุกต์ในงานและการเรียนรู้

15.3.1 แนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมือง
สร้างสรรค์ไปประยุกต์ในการทำงาน และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

15.3.2 การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในฐานะพลเมือง
สร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล

15.1 ทบทวนและบูรณาการความรู้

ช่วงต้นของสัปดาห์นี้จะใช้เวลาในการทบทวนและบูรณาการความรู้ที่ได้ศึกษามาตลอด 14 สัปดาห์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งและสามารถเชื่อมโยงแนวคิดต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (Novak & Gowin, 1984) ดังนี้

15.1.1 สรุปประเด็นสำคัญและแนวคิดหลักตลอดรายวิชา

(1) การทบทวนหัวข้อหลัก ทำการทบทวนหัวข้อสำคัญต่าง ๆ ที่ได้ศึกษา ได้แก่ หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ สังคมดิจิทัล ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจดิจิทัล (ในระดับองค์กร ชุมชน และสังคม) ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม และการมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่งใหม่ในบริบทดิจิทัล

(2) การระบุแนวคิดหลัก ร่วมกันระบุและทำความเข้าใจแนวคิดหลักที่สอดแทรกอยู่ในหัวข้อต่าง ๆ เหล่านั้น เช่น การสร้างสรรค์ (Creativity) การทำงานร่วมกัน (Collaboration) ความรับผิดชอบต่อ (Responsibility) การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) การปรับตัว (Adaptability) และการมีส่วนร่วม (Participation)

(3) การใช้แผนผังความคิด (Mind Mapping) และเครื่องมือสรุป ใช้เครื่องมือช่วยในการสรุปและเชื่อมโยงความรู้ เช่น แผนผังความคิด ตารางสรุป หรือแนวคิดหลัก เพื่อให้เห็นภาพรวมและความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดต่าง ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

15.1.2 การเชื่อมโยงความรู้ไปสู่บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

(1) การวิเคราะห์กรณีศึกษา (Case Study Analysis) นำกรณีศึกษาของธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวมาวิเคราะห์ โดยใช้ความรู้และแนวคิดที่ได้เรียนรู้มาอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวนั้น ๆ (Yin, 2018)

(2) การระบุโอกาสและความท้าทาย พิจารณาถึงโอกาสและความท้าทายที่ธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลเผชิญอยู่แบบรวมสมัย โดยอิงจากความเข้าใจในสังคมดิจิทัล เทคโนโลยีใหม่ ๆ และหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

(3) การประยุกต์กรอบแนวคิด ฝึกการนำกรอบแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้ เช่น หลักการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โมเดลธุรกิจดิจิทัล หรือกรอบจริยธรรมทางเทคโนโลยี มาประยุกต์ในการวิเคราะห์และวางแผนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล

15.2 การนำเสนอโครงการกลุ่ม

ช่วงกลางของสัปดาห์จะเป็นการนำเสนอผลงานโครงงานกลุ่ม (Group Project Presentation) ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการทำงานร่วมกันตลอดภาคการศึกษา (Papazisi & O'Malley, 2005)

15.2.1 การนำเสนอแนวคิด โครงการ และผลลัพธ์

(1) การนำเสนอแนวคิด แต่ละกลุ่มจะนำเสนอแนวคิดหลักของโครงงาน แรงบันดาลใจ และความเชื่อมโยงกับหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์และบริบทของธุรกิจดิจิทัล

(2) การนำเสนอโครงการ กลุ่มจะอธิบายรายละเอียดของโครงการ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน และเทคโนโลยีที่นำมาใช้

(3) การนำเสนอผลลัพธ์ กลุ่มจะนำเสนอผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินโครงการ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ต้นแบบ แผนธุรกิจ หรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยอาจมีการสาธิตการทำงานของผลงาน (ถ้ามี)

(4) การใช้สื่อนำเสนอ การใช้สื่อที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย เช่น สไลด์ วิดีโอ หรือ Infographics จะช่วยให้การนำเสนอมีประสิทธิภาพมากขึ้น

15.2.2 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและการตอบข้อซักถาม

(1) ทักษะการนำเสนอ สมาชิกในกลุ่มจะต้องฝึกฝนทักษะการนำเสนอ เช่น การพูดที่ชัดเจน การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย การรักษาการสบตา และการสร้างความมั่นใจ

(2) การทำงานเป็นทีมในการนำเสนอ สมาชิกในกลุ่มควรแบ่งบทบาทในการนำเสนออย่างชัดเจนและทำงานร่วมกันอย่างราบรื่น

(3) การตอบข้อซักถาม กลุ่มจะต้องเตรียมพร้อมรับมือกับคำถามจากผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้น และสามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น และแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในโครงการ

15.3 การต่อยอดและการประยุกต์ในงานและการเรียนรู้

ช่วงท้ายของสัปดาห์ จะมองไปถึงอนาคตและการนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในบริบทต่างๆ (Further Development and Application in Work and Learning) (Kolb, 1984) ดังนี้

15.3.1 แนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ไปประยุกต์ในการทำงานและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

(1) การประยุกต์ใช้ในงาน พิจารณาว่าหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ เช่น การคิดเชิงวิพากษ์ การทำงานร่วมกัน

อย่างสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในสาขาต่าง ๆ ได้อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

(2) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เน้นความสำคัญของการเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตและการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับเทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรมดิจิทัล เพื่อให้สามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

15.3.2 การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล

(1) การตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบ ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบของในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรมและสร้างสรรค์

(2) การพัฒนาทักษะที่จำเป็น ระบุทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพในโลกดิจิทัล เช่น ทักษะการสื่อสารดิจิทัล ทักษะการทำงานร่วมกันออนไลน์ ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล และทักษะการสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัล

(3) การสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายกับผู้คนที่มีความสนใจเดียวกันและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล

สัปดาห์ที่ 15 นี้จึงเป็นช่วงเวลาสำคัญในการสรุป บูรณาการ นำเสนอ และวางแผนสำหรับการต่อยอดความรู้และทักษะที่ได้รับ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเติบโตเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจและสังคมในโลกดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบ

เมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ในสัปดาห์ที่ 15 นักศึกษาสามารถสรุปประเด็นสำคัญและบูรณาการความรู้ที่ได้รับตลอดรายวิชาเพื่อเชื่อมโยงไปสู่บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัลนำเสนอแนวคิด โครงการ และผลลัพธ์ของโครงการกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถสื่อสารและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน และ อธิบายแนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงแนวทางการพัฒนาตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ CLO1 CLO2 CLO3 และ CLO4 ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจ สามารถประยุกต์ วิเคราะห์ประเมิน และพัฒนาตนเองตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล

สรุป

การสรุปและบูรณาการความรู้ที่ได้รับตลอดรายวิชา โดยเน้นการเชื่อมโยงแนวคิดหลักไปสู่บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอโครงงานกลุ่มเพื่อแสดงแนวคิด โครงการ และผลลัพธ์ พร้อมทั้งฝึกทักษะการสื่อสารและการตอบข้อซักถาม สุดท้ายเป็นการพิจารณาแนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล

คำถามทบทวน

เพื่อเป็นการทบทวนความเข้าใจในประเด็นสำคัญและแนวทางการประยุกต์ใช้ความรู้จากรายวิชา จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงระบุแนวคิดหลักอย่างน้อย 2 ประการของหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ที่ได้ศึกษามาตลอดรายวิชา (Remembering)
2. จงอธิบายว่าความรู้เกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจดิจิทัล (เช่น e-Commerce รูปแบบ Subscription) สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงการกลุ่มได้อย่างไร (Understanding)
3. จงยกตัวอย่างความท้าทายอย่างน้อย 1 ประการที่กลุ่มอาจพบในการนำเสนอโครงการ และอธิบายว่าแก้ไขความท้าทายนั้นอย่างไร (Applying)
4. จงอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างหลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยีและความรับผิดชอบต่อสังคมกับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลที่ยั่งยืน (Understanding)
5. จงวิเคราะห์ศักยภาพของหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในการเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในฐานะผู้ประกอบการในโลกดิจิทัล (Analyzing)

รายการอ้างอิง

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Фаразы, Н. В., & О'Малли, С. (2005). *Researching learning in virtual environments*. Springer.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Novak, J. D., & Gowin, D. B. (1984). *Learning how to learn*. Cambridge University Press.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

บรรณานุกรม

- Aaker, D. A. [1996]. *Building strong brands*. Free Press.
- Afuah, A., & Tucci, C. L. [2001]. *Internet business models and strategies: Text and cases*. McGraw-Hill/Irwin.
- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. [1986]. Entrepreneurship through social networks. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). Ballinger Publishing Company.
- Anderson, C. [2009]. *Free: The future of a radical price*. Hyperion.
- Appadurai, A. [1996]. *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Azuma, R. T. [1997]. A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. [2004]. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(3), 587-598.
- Benkler, Y. [2006]. *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Bennett, L., Taylor, N., & Woodward, I. [2014]. *Digital media and society: Transforming cultural industries*. Routledge.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. [2012]. The logic of connective action: Digital media and the

personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.

Bishop, M. (2003). *Computer security: Art and science*. Addison-Wesley Professional.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.

Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry Jr, J. F. (2003). Brand community in the wild. *Journal of Marketing Research*, 40(1), 19-31.

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. Harper Business.

Buhmann, K., Moon, J., & Wettstein, F. (2013). The governance of corporate social responsibility: What roles do governments play?. *Business and Politics*, 15(1), 1-32.

Carbone, J. (2017). Blockchain and cultural heritage: Towards a new model for intellectual property rights management. *International Journal of Digital Heritage*, 2(1), 1-18.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

- Chadwick, A. (2006). *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. Oxford University Press.
- Charter, M., & Clark, T. (2007). *Sustainable solutions: Developing products and services for the future*. Greenleaf Publishing.
- Cohen, E. H., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Current Sociology*, 52(5), 755-778.
- Cook, G. (2019). *Clicking clean: Who is winning the race to build a green internet?* Greenpeace USA.
- Couldry, N., & Curran, J. (Eds.). (2003). *Contesting media power: Alternative media in a networked world*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Dahlgren, P. M. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147-162.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087-1101.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.

- European Union. (2019). *Ethics guidelines for trustworthy AI*. European Commission.
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Freelon, D., McIlwain, C., & Clark, M. (2018). Beyond the hashtags: #Ferguson, #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice. *New Media & Society*, 20(1), 20-41.
- Friedman, B., Hendry, D. G., Borning, A., & Howe, D. C. (2017). *Value sensitive design: Shaping technology with moral imagination*. MIT Press.
- Friedman, B., & Kahn Jr, P. H. (2003). Human values, ethics, and design. In J. M. Carroll (Ed.), *HCI models, theories, and frameworks: Toward a multidisciplinary science* (pp. 117-151). Morgan Kaufmann.
- Gee, J. P. (2007). *What video games have to teach us about learning and literacy* (Rev. ed.). Palgrave Macmillan.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hamel, G., & Välikangas, L. (2003). The quest for resilience. *Harvard Business Review*, 81(9), 52-63.
- Hawken, P., Lovins, A. B., & Lovins, L. H. (1999). *Natural capitalism: Creating the next industrial revolution*. Little, Brown and Company.
- Hinton, L., & Hale, K. (Eds.). (2001). *The green book of language revitalization in practice*. Academic Press.

- Hofstede, G. [2001]. *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Sage Publications.
- Holt, D. B. [2004]. *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business School Press.
- Howe, J. [2006]. The rise of crowdsourcing. *Wired Magazine*, 14(6), 1-4.
- Hughes, L. M. [2004]. *Digitizing collections: Strategic issues for the information manager*. Facet Publishing.
- ICOMOS. [2003]. *Principles for the recording of monuments, groups of buildings and sites*. ICOMOS.
- IEEE. [2019]. *Ethically aligned design: A vision for prioritizing human well-being with autonomous and intelligent systems (Version 2)*. IEEE.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. [2013]. *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. [2019]. Siri, Siri in my hand, who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15-25.
- Kim, Y. Y. [2012]. *Intercultural communication: A global reader*. John Wiley & Sons.
- Kolb, D. A. [1984]. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Laurel, B. [1991]. *Computers as theatre*. Addison-Wesley.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. [2021]. *E-commerce 2021-2022: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson.

- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705-717.
- Macintosh, A. (2004). Characterizing e-participation. In *Online deliberation and public policy* (pp. 1-24). Palgrave Macmillan.
- Marty, P. F., & Jones, K. B. (Eds.). (2008). *Museum informatics: People, information, and technology in the data age*. Routledge.
- Maschner, H. D. G., & Chippindale, C. (Eds.). (2005). *Handbook of archaeological methods*. AltaMira Press.
- McKee, R. (1997). *Story: Substance, structure, style, and the principles of screenwriting*. HarperCollins.
- Mintzberg, H. (1987). The strategy concept I: Five Ps for strategy. *California Management Review*, 30(1), 11-24.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 1-21.
- Mulgan, G. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. The Young Foundation.
- Murugesan, S. (2008). Harnessing green IT principles and practices to achieve environmental sustainability. *IT Professional*, 10(1), 24-33.
- Neck, H. M., Neck, C. P., & Murray, E. L. (2017). *Entrepreneurship: The practice and mindset*. Sage Publications.

- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Stanford University Press.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Norman, D. A. (2002). *The design of everyday things*. Basic Books.
- Novak, J. D., & Gowin, D. B. (1984). *Learning how to learn*. Cambridge University Press.
- O'Hagan, M., & Ashworth, D. (2002). *Translation and interpreting in the 21st century: Trends and prospects*. Multilingual Matters.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Phills Jr, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Review Press.
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 399-424.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. MIT Press.

- Rappa, M. A. (2004). *The utility business model and the future of computing services*. Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/document/5386779>
- Remondino, F., & Rizzi, A. (2010). Reality-based 3D modelling and reverse engineering. *Geomatics, Land Management and Landscape*, 2010(3), 193-214.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). Developing creativity in tourist experiences: A sourcebook of ideas and examples. CABI.
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Positioning: The battle for your mind*. McGraw-Hill.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. Sage.
- Saul, L., & СКОБОЙ, B. (2012). *Storytelling for user experience: Crafting stories for great design*. Morgan Kaufmann.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. Free Press.
- Seligman, M. E. P. (1991). *Learned optimism*. Alfred A. Knopf.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art & practice of the learning organization*. Doubleday/Currency.
- Smithsonian Institution. (2010). *Strategic plan for 2010-2015: Leading the world in connecting people to our heritage, cultures, and future*. Smithsonian Institution.
- Solove, D. J. (2008). *Understanding privacy*. Harvard University Press.
- Story, M. F., Mueller, J. L., & Mace, R. L. (1998). *The universal design file: Designing for people of all ages and*

- abilities*. NC State University, The Center for Universal Design.
- Sylaiou, S., Mania, K., Karoulis, A., & White, M. (2010). Exploring the potential of virtual museums for cultural heritage: A survey. *e-Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 2(1), 21-38.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Portfolio/Penguin.
- Tidwell, J., Brewer, A., & Clarkson, I. (2020). *Designing interfaces: Patterns for effective interaction design* (3rd ed.). O'Reilly Media.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.
- UNCTAD. (2004). *Creative industries and development*. United Nations.
- UNESCO. (2019). *Culture & digital technologies: Challenges and opportunities*. UNESCO.
- United Nations Global Compact. [n.d.]. *The ten principles of the UN Global Compact*. Retrieved from <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Vanclay, F. (2003). International principles for social impact assessment. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21(1), 5-12.

- Фаразы, Н. В., & O'Malley, C. (2005). *Researching learning in virtual environments*. Springer.
- Weber, R. H., & Weber, R. H. (2010). *Internet of Things-New security and privacy challenges*. Computer Law & Security Review, 26(1), 23-30.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the market*. John Wiley & Sons.
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media.

ภาคผนวก

โครงสร้างเนื้อหารายสัปดาห์ของรายวิชาพลเมือง
สร้างสรรค์กำหนด Lesson Learning Outcomes (LOs) สอดคล้อง
กับ CLOs ทั้ง 5 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. CLO1 อธิบายหลักคิดความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ใน
บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเน้นความรู้ใน
สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบทางดิจิทัล และโอกาสความท้าทายใน
การพัฒนาธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล (PLO1-
1B) ระดับ U – Understanding (explain)

2. CLO2 ประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ใน
การดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยแสดงความ
พร้อมในการปฏิบัติตามหลักการประกอบกิจการที่ดีและกฎหมายที่
เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล (PLO1-1C) ระดับ AP – Applying (apply)

3. CLO3 วิเคราะห์และประเมินตนเอง องค์กร และธุรกิจ
เทคโนโลยีดิจิทัล ตามหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและ
เศรษฐกิจดิจิทัล โดยคำนึงถึงหลักการเป็นคนไทยที่พึงประสงค์และ
ผลกระทบต่อสังคม (PLO1-1C/PLO3-3B) ระดับ AN – Analyzing
(analyze)

4. CLO4 บูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล
ในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับองค์กร ชุมชน และ
สังคม โดยยึดหลักการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจ
ดิจิทัล (PLO1-1C/PLO3-3B) ระดับ CR – Creating (create)

5. CLO5 แสดงพฤติกรรมของพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีความ
มุ่งมั่นด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการขับเคลื่อน
ธุรกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมดิจิทัล ที่สอดคล้องกับคุณลักษณะ
นัก คี ก ข ษ ษ อ ง ห ล ก สู ต ร (PLO1-1A)- Domain AF-Affective
(demonstrate) และDomain AF-Affective (act)

สัดส่วนการประเมินและแนวทางการวัดและประเมินผล

จัดสรุปแต่ละสัปดาห์ ดังนี้

สัปดาห์ที่ 1-2 หลักการพื้นฐานและความเป็นพลเมือง
สร้างสรรค์ในบริบทดิจิทัล: สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และโอกาส
ความท้าทาย (CLO1)

สัปดาห์ที่ 3-5 การประยุกต์หลักการความเป็นพลเมือง
สร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล:
หลักการประกอบกิจการที่ดีและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (CLO2)

สัปดาห์ที่ 6-8 การวิเคราะห์และประเมินตนเอง องค์กร และ
ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์:
หลักการเป็นคนไทยที่พึงประสงค์และผลกระทบต่อสังคม (CLO3)

สัปดาห์ที่ 9-11 การบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และ
เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับ
องค์กร ชุมชน และสังคม (CLO4)

สัปดาห์ที่ 12 ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามใน
การขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล (CLO5)

สัปดาห์ที่ 13 จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมใน
การสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัล (CLO5)

สัปดาห์ที่ 14 การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่มสิ่ง
ใหม่ในบริบทดิจิทัล (CLO4)

สัปดาห์ที่ 15 สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการประยุกต์
(CLO1 CLO2 CLO3 CLO4 CLO5)

หมายเหตุ ในสัปดาห์ที่มีความเกี่ยวข้องกับ CLOs มากกว่าหนึ่งข้อ
เนื่องจากเนื้อหาอาจครอบคลุมหลาย Learning Outcomes

รายละเอียด LOs

สัดส่วนการประเมิน และแนวทางการวัดผล (รายสัปดาห์)

สัปดาห์ที่ 1-2

- หัวข้อสำคัญ หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทดิจิทัล (สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ โอกาสและความท้าทาย)
- วิธีการจัดการเรียนการสอน บรรยาย (Lecture) อภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาออนไลน์ (Online Case Study Analysis)
- แนวทางการวัดและประเมินผล
 - แบบทดสอบย่อย (Quiz) เพื่อวัดความเข้าใจในหลักการพื้นฐาน (5%)
 - การมีส่วนร่วมในการอภิปรายในชั้นเรียนหรือบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Participation) (5%)
- สัดส่วนการประเมิน LLOs ที่เกี่ยวข้องกับ CLO1 (10%)

สัปดาห์ที่ 3-5

- หัวข้อสำคัญ การประยุกต์หลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล (หลักการประกอบกิจการที่ดี กฎหมายที่เกี่ยวข้อง)
- วิธีการจัดการเรียนการสอน บรรยาย (Lecture) เวิร์คช็อป (Workshop) การประยุกต์หลักการ การวิเคราะห์กฎหมายและกรณีศึกษา (Legal and Case Study Analysis)
- แนวทางการวัดและประเมินผล
 - แบบฝึกหัดหรือใบงาน (Exercise/Assignment) ที่เน้นการประยุกต์หลักการ (10%)
 - การนำเสนอกรณีศึกษา (Case Study Presentation) ที่เชื่อมโยงกับกฎหมายและหลักการประกอบกิจการที่ดี (10%)

- สัดส่วนการประเมิน LLOs ที่เกี่ยวข้องกับ CLO2 (20%)

สัปดาห์ที่ 6-8

- หัวข้อสำคัญ การวิเคราะห์และประเมินตนเอง องค์กร และธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (หลักการเป็นคนไทยที่พึงประสงค์ ผลกระทบต่อสังคม)
- วิธีการจัดการเรียนการสอน อภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) การวิเคราะห์ SWOT ตนเอง/องค์กร (Self/Organization SWOT Analysis) การศึกษาผลกระทบทางสังคมของธุรกิจดิจิทัล (Social Impact Assessment)
- แนวทางการวัดและประเมินผล
 - รายงานการวิเคราะห์ตนเองหรือองค์กรตามหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ (Self/Organization Analysis Report) (10%)
 - การประเมินผลกระทบทางสังคมของธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (Social Impact Assessment) (10%)
- สัดส่วนการประเมิน LLOs ที่เกี่ยวข้องกับ CLO3 (20%)

สัปดาห์ที่ 9-11

- หัวข้อสำคัญ การบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล ในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับองค์กร ชุมชน และสังคม
- วิธีการจัดการเรียนการสอน ระดมสมอง (Brainstorming) การออกแบบแนวคิด (Idea Generation) เวิร์คช็อปการบูรณาการ (Integration Workshop)
- แนวทางการวัดและประเมินผล
 - การนำเสนอแนวคิดทางธุรกิจเบื้องต้น (Preliminary Business Idea Presentation) (10%)

- แผนธุรกิจเบื้องต้น (Preliminary Business Plan) (15%)
- สัดส่วนการประเมิน LLOs ที่เกี่ยวข้องกับ CLO4 (25%)

สัปดาห์ที่ 12-14

- หัวข้อสำคัญ การแสดงพฤติกรรมของพลเมืองสร้างสรรค์ที่มีความมุ่งมั่นด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมดิจิทัล
- วิธีการจัดการเรียนการสอน อภิปราย (Discussion) ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาด้านจริยธรรม (Ethical Case Study Analysis) การสะท้อนตนเอง (Self-Reflection)
- แนวทางการวัดและประเมินผล
 - การประเมินพฤติกรรมกลุ่มในการทำงานโครงการ (Group Work Behavior Assessment) ผ่านการสังเกตการณ์และ/หรือ การประเมินโดยเพื่อนร่วมกลุ่ม (Peer Assessment/Observation) (5%)
 - รายงานการสะท้อนตนเองด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม (Self-Reflection Report on Ethics and Social Responsibility) (10%)
- สัดส่วนการประเมิน LLOs ที่เกี่ยวข้องกับ CLO5 (15%)

สัปดาห์ที่ 15

- หัวข้อสำคัญ สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการประยุกต์
- วิธีการจัดการเรียนการสอน การนำเสนอโครงการกลุ่ม (Group Project Presentation) อภิปราย (Discussion) สรุปบทเรียน (Lesson Summary)
- แนวทางการวัดและประเมินผล การนำเสนอโครงงานกลุ่ม (Final Group Project Presentation) (10%)
- สัดส่วนการประเมิน ประเมินผลรวม (10%)

รวมสัดส่วนการประเมิน 10% + 20% + 20% + 25% + 15% + 10% = 100%

การวัดและประเมินผลในแต่ละสัปดาห์จะมุ่งเน้นไปที่ Learning Outcomes (LLOs) ที่สอดคล้องกับหัวข้อการเรียนรู้และ CLOs ที่กำหนดไว้ โดยจะใช้เครื่องมือและวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ การประยุกต์ใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และคุณลักษณะด้านจิตพิสัยตามระดับของ Bloom's Revised Taxonomy และ Domain ด้าน Affective

โครงสร้างเนื้อหาารายสัปดาห์และ Lesson Learning Outcomes (LOs) ที่สอดคล้องกับ CLOs

สัปดาห์ที่ 1-2 หลักการพื้นฐานและความเป็นพลเมือง
สร้างสรรค์ในบริบทดิจิทัล

หัวข้อ

- แนวคิดและความหมายของพลเมืองสร้างสรรค์
- องค์ประกอบและคุณลักษณะของพลเมืองสร้างสรรค์
- บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล
- สิทธิและความรับผิดชอบของพลเมืองในโลกดิจิทัล
- โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัล

Lesson Learning Outcomes (LOs)

LO1.1 อธิบายแนวคิดพื้นฐานและความหมายของพลเมืองสร้างสรรค์ได้ [CLO1 - Understanding]

LO1.2 ระบุองค์ประกอบและคุณลักษณะสำคัญของพลเมืองสร้างสรรค์ได้ [CLO1 - Remembering]

LO1.3 อธิบายบริบทและความเชื่อมโยงระหว่างพลเมืองสร้างสรรค์ ธุรกิจสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้ [CLO1 - Understanding]

LO1.4 ตระหนักถึงสิทธิและความรับผิดชอบของตนเองในฐานะพลเมืองดิจิทัล [CLO1 - Understanding]

LO1.5 วิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ในสังคมและเศรษฐกิจดิจิทัลได้ [CLO1 - Analyzing]

สัปดาห์ที่ 3-5 การประยุกต์หลักการความเป็นพลเมือง สร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัล หัวข้อ

- หลักการประกอบกิจการที่ดี (Good Governance) ในบริบทดิจิทัล
- กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล (เช่น PDPA Copyright E-Commerce Law)
- ความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล
- แนวทางการสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือในธุรกิจดิจิทัล
- กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้หลักการพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล

Lesson Learning Outcomes (LOs)

LO2.1 อธิบายหลักการประกอบกิจการที่ดีในบริบทของการดำเนินธุรกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ (CLO2 - Understanding)

LO2.2 ระบุและอธิบายกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจดิจิทัลได้ (CLO2 - Remembering)

LO2.3 ประยุกต์หลักความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อในการวางแผนธุรกิจดิจิทัลได้ (CLO2 - Applying)

LO2.4 เสนอแนวทางการสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าในธุรกิจดิจิทัลได้ (CLO2 - Applying)

LO2.5 วิเคราะห์กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้หลักการพลเมืองสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัลได้ (CLO2 - Analyzing)

สัปดาห์ที่ 6-8 การวิเคราะห์และประเมินตนเอง องค์การ และธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์

หัวข้อ

- หลักการเป็นคนไทยที่พึงประสงค์และคุณค่าทางสังคม
- การวิเคราะห์ SWOT ตนเองในบริบทของการเป็นพลเมืองสร้างสรรค์
- การประเมินองค์การและธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการพลเมืองสร้างสรรค์
- ผลกระทบของธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสังคมในมิติต่าง ๆ (เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม)
- แนวทางการลดผลกระทบด้านลบและส่งเสริมผลกระทบด้านบวกต่อสังคม

Lesson Learning Outcomes (LOs)

LO3.1 อธิบายหลักการเป็นคนไทยที่พึงประสงค์และคุณค่าทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพลเมืองสร้างสรรค์ได้ (CLO3 - Understanding)

LO3.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตนเองในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ได้ (CLO3 - Analyzing)

LO3.3 ประเมินองค์การและธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลตามหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ได้ (CLO3 - Evaluating)

LO3.4 วิเคราะห์ผลกระทบของธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสังคมในมิติต่าง ๆ ได้ (CLO3 - Analyzing)

L03.5 เสนอแนวทางการลดผลกระทบด้านลบและส่งเสริม
ผลด้านบวกของธุรกิจดิจิทัลต่อสังคมได้ (CLO3 - Creating)

สัปดาห์ที่ 9-11 การบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และ เทคโนโลยีดิจิทัล ในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ หัวข้อ

- ความเชื่อมโยงระหว่างศิลปะ วัฒนธรรม และธุรกิจสร้างสรรค์
- บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม
- แนวทางการบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
- การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมจากการบูรณาการ
- กรณีศึกษาธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จจากการบูรณาการ

Lesson Learning Outcomes (LOs)

LO4.1 อธิบายความเชื่อมโยงระหว่างศิลปะ วัฒนธรรม และธุรกิจสร้างสรรค์ได้ (CLO4 - Understanding)

LO4.2 ระบุบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมได้ (CLO4 - Remembering)

LO4.3 ประยุกต์ใช้แนวทางการบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจได้ (CLO4 - Applying)

LO4.4 วิเคราะห์คุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดจากการบูรณาการได้ (CLO4 - Analyzing)

LO4.5 สร้างแนวคิดทางธุรกิจสร้างสรรค์ที่บูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับองค์กร ชุมชน หรือสังคมได้ (CLO4 - Creating)

สัปดาห์ที่ 12 ความมุ่งมั่นตั้งใจและความเพียรพยายามใน การขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัล

หัวข้อ

- แนวคิดและองค์ประกอบของ Mindset แบบผู้ประกอบการ
- ความสำคัญของความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน
- การจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลว
- การเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง
- การสร้าง Resilience ในการดำเนินธุรกิจ

Lesson Learning Outcomes (LOs)

L05.1 อธิบายแนวคิดและองค์ประกอบของ Mindset แบบผู้ประกอบการได้ (CLO5 - Understanding)

L05.2 ตระหนักถึงความสำคัญของความมุ่งมั่นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนธุรกิจ (CLO5 - Understanding)

L05.3 เสนอแนวทางการจัดการกับความท้าทายและความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ดิจิทัลได้ (CLO5 - Applying)

L05.4 อธิบายความสำคัญของการเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกิจ (CLO5 - Understanding)

L05.5 แสดงความมุ่งมั่นและความเพียรพยายามในการพัฒนาแนวคิดธุรกิจของตนเอง (CLO5 - Affective - Demonstrate)

สัปดาห์ที่ 13 จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมใน การสร้างสรณ์นวัตกรรมดิจิทัล

หัวข้อ

- หลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยี (ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของข้อมูล อคติในอัลกอริธึม)
 - กรอบจริยธรรมสำหรับนักพัฒนาและผู้ประกอบการดิจิทัล
 - ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการสร้างสรณ์นวัตกรรม
 - แนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสังคม
 - การลดผลกระทบด้านลบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อสิ่งแวดล้อม
- Lesson Learning Outcomes (LOs)

L05.6 อธิบายหลักการจริยธรรมทางเทคโนโลยีที่สำคัญได้
(CLO5 - Understanding)

L05.7 ระบุกรอบจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและใช้
เทคโนโลยีดิจิทัลได้ (CLO5 - Remembering)

L05.8 ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
ในการสร้างสรณ์นวัตกรรม (CLO5 - Understanding)

L05.9 เสนอแนวทางการสร้างนวัตกรรมที่ยั่งยืนและเป็น
ประโยชน์ต่อสังคมได้ (CLO5 - Applying)

L05.10 แสดงความตระหนักถึงผลกระทบด้านจริยธรรมและ
สังคมในการพัฒนาธุรกิจดิจิทัล (CLO5 - Affective - Demonstrate)

สัปดาห์ที่ 14 การมีส่วนร่วมและความเป็นพลเมืองที่ริเริ่ม สิ่งใหม่ในบริบทดิจิทัล

หัวข้อ

- การส่งเสริมการมีส่วนร่วมออนไลน์ของพลเมือง
- เครื่องมือและแพลตฟอร์มสำหรับการมีส่วนร่วมของพลเมือง (Social Media แพลตฟอร์ม Petition Crowdsourcing)
- การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์
- เทคโนโลยีกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม
- ตัวอย่างและแนวคิดโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- การระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาสังคม

Lesson Learning Outcomes (LOs)

LO4.6 อธิบายเครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมืองได้ (CLO4 - Understanding)

LO4.7 เสนอแนวทางการสร้างชุมชนออนไลน์ที่เข้มแข็งและสร้างสรรค์ได้ (CLO4 - Applying)

LO4.8 วิเคราะห์ตัวอย่างและแนวคิดโครงการนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ (CLO4 - Analyzing)

LO4.9 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสังคมได้ (CLO4 - Applying)

LO4.10 สามารถระดมสมองเพื่อสร้างแนวคิดนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาสังคมได้ (CLO4 - Creating)

สัปดาห์ที่ 15 สรุป นำเสนอผลงานและแนวทางการ ประยุกต์

หัวข้อ

- ทบทวนและบูรณาการความรู้ตลอดรายวิชา
- การเชื่อมโยงความรู้ไปสู่บริบทของธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล
- การนำเสนอโครงการกลุ่ม: แนวคิด โครงการ และผลลัพธ์
- การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและการตอบข้อซักถาม
- แนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ไปประยุกต์ในการทำงานและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล

Lesson Learning Outcomes (LOs)

LO1.6 สรุปและบูรณาการความรู้เกี่ยวกับหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทดิจิทัลได้ (CLO1 - Understanding)

LO2.6 เชื่อมโยงหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์กับการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ (CLO2 - Applying)

LO3.6 ประเมินโครงงานกลุ่มตามหลักการความเป็นพลเมืองสร้างสรรค์และผลกระทบต่อสังคมได้ (CLO3 - Evaluating)

LO4.11 นำเสนอแนวคิดและผลลัพธ์ของโครงงานกลุ่มที่บูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (CLO4 - Creating)

L05.11 อธิบายแนวทางการนำหลักการความเป็นพลเมือง
สร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องได้
(CLO5 - Understanding)

L05.12 แสดงความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
ในฐานะพลเมืองสร้างสรรค์ในโลกดิจิทัล (CLO5 - Affective - Act)

โครงสร้างเนื้อหาและ LOs ที่กำหนดนี้ได้รับการออกแบบมา
เพื่อให้สอดคล้องกับ CLOs ทั้ง 5 ข้อ โดยมีการกระจายเนื้อหาและ
กิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ
และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของพลเมืองสร้างสรรค์ในบริบทของ
ธุรกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล



Creative Citizenship

**Asst.Prof. Phorramatpanyaprat
Tongprasong, Ph.D., FHEA UKPSF**

