

สัปดาห์ที่ 10 ความเชื่อมโยงของศิลปะและวัฒนธรรมกับธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับชุมชน) แกน Week 8–9 คือ Business → Organization → Community และเน้น Shared Community Value ซึ่งสอดคล้องกับ Week 10 ขยายไปสู่ระดับชุมชน รวมทั้งเน้นการเข้าถึงวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และความยั่งยืน

WEEK 10 —SHARE COMMUNITY VALUE

CULTURE × DIGITAL × COMMUNITY

From Digital Experience to Shared Community Value

คำถามใหญ่ประจำสัปดาห์

“เมื่อวัฒนธรรมเข้าสู่โลกดิจิทัล — ใครควรได้รับประโยชน์?”

1. เส้นเรื่อง Week 8 → Week 10

WEEK 8 —  EXAMINE THE BUSINESS

นักศึกษาเป็น DETECTIVE

“Digital Business นี่ดีจริงหรือ?”



WEEK 9 —  TRANSFORM CULTURAL MEANING

นักศึกษาเป็น DESIGNER

“วัฒนธรรมสร้าง Meaning และ Digital Experience ได้อย่างไร?”



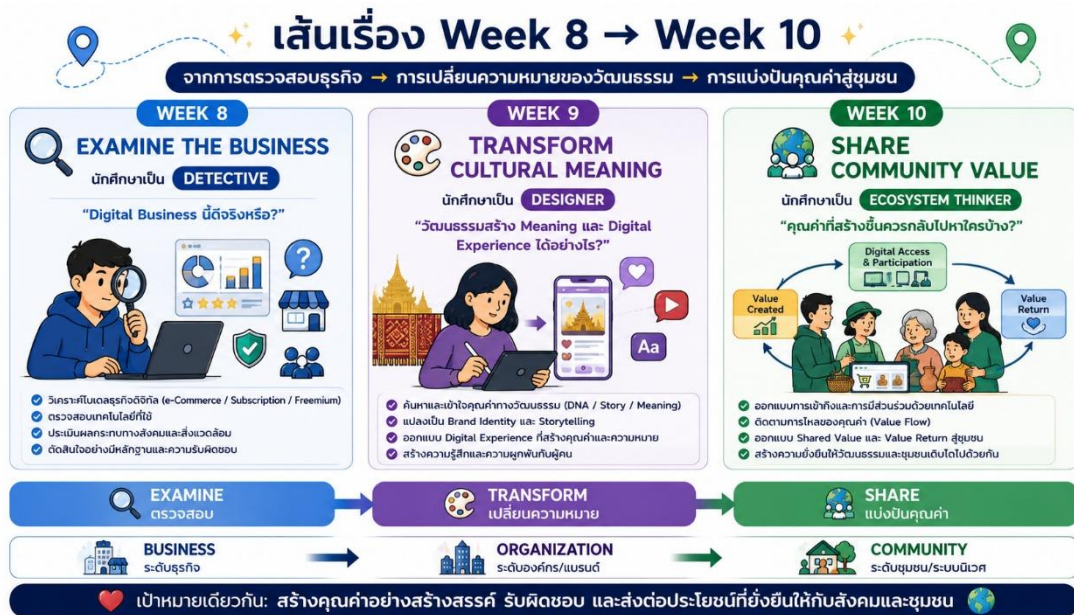
WEEK 10 —  SHARE COMMUNITY VALUE

นักศึกษาเป็น ECOSYSTEM THINKER

“คุณค่าที่สร้างขึ้นควรกลับไปหาใครบ้าง?”

ดังนั้น EXAMINE → TRANSFORM → SHARE

และ BUSINESS → ORGANIZATION → COMMUNITY



2. แก่นการเรียนรู้ Week 10

แก่นการเรียนรู้ Week 10

จากวัฒนธรรม สู่คุณค่าร่วม สู่ชุมชนที่ยั่งยืน



★ เราไม่ได้เพียงสร้าง “สิ่งใหม่” แต่เราออกแบบให้ “คุณค่ากลับคืน” สู่คนและชุมชน



เข้าใจ



เคารพ



สร้างสรรค์



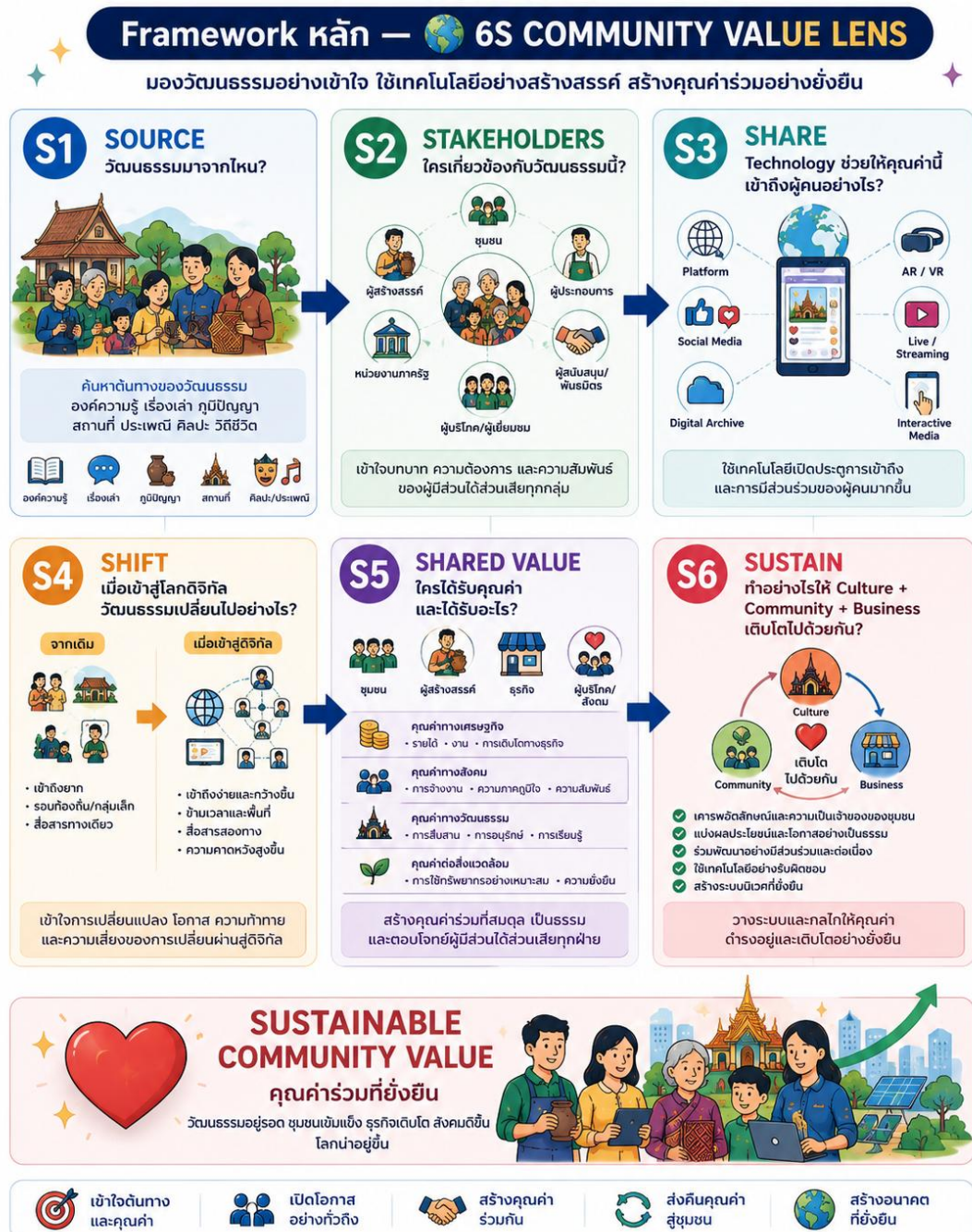
แบ่งปัน



ยั่งยืน

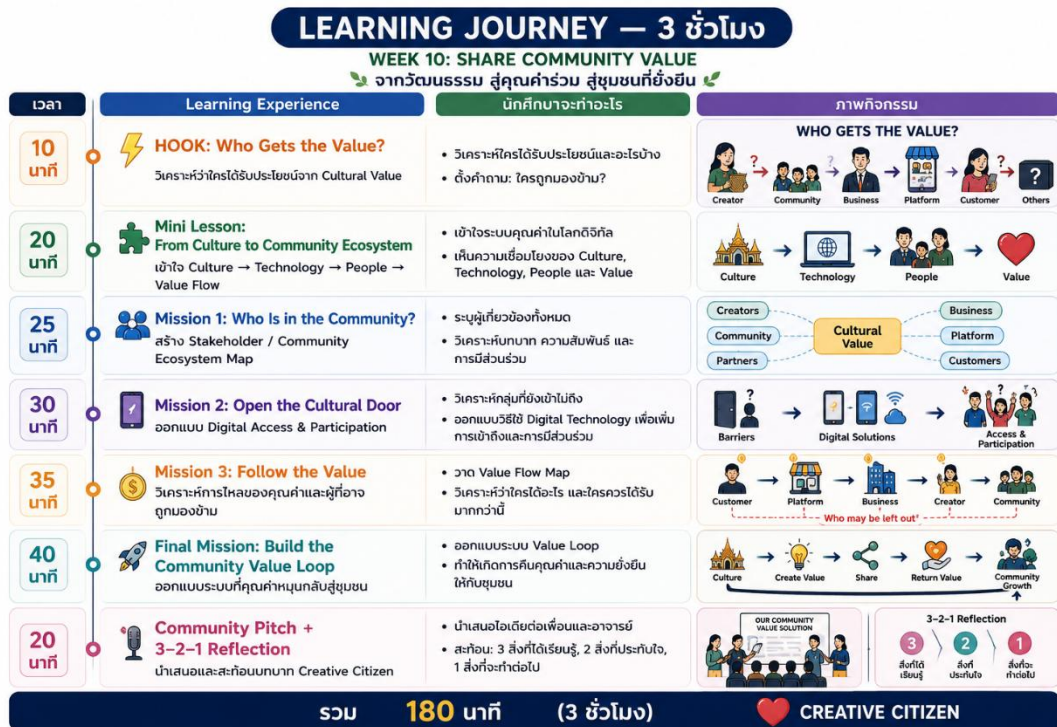
สาระสำคัญคือ Technology ไม่ใช่ปลายทาง แต่เป็น ตัวกลางในการขยายการเข้าถึง การมีส่วนร่วม และการไหลกลับของคุณค่าไปยังชุมชน

3. Framework หลัก — 6S COMMUNITY VALUE LENS



4. Learning Journey — 3 ชั่วโมง

เวลา	Learning Experience	นักศึกษาจะทำอะไร
10 นาที	 HOOK: Who Gets the Value?	วิเคราะห์ว่าใครได้รับประโยชน์จาก Cultural Value
20 นาที	 Mini Lesson: From Culture to Community Ecosystem	เข้าใจ Culture → Technology → People → Value Flow
25 นาที	 Mission 1: Who Is in the Community?	สร้าง Stakeholder / Community Ecosystem Map
30 นาที	 Mission 2: Open the Cultural Door	ออกแบบ Digital Access & Participation
35 นาที	 Mission 3: Follow the Value	วิเคราะห์การไหลของคุณค่าและผู้ที่อาจถูกมองข้าม
40 นาที	 Final Mission: Build the Community Value Loop	ออกแบบระบบที่คุณค่าหมุนกลับสู่ชุมชน
20 นาที	 Community Pitch + 3-2-1 Reflection	นำเสนอและสะท้อนบทบาท Creative Citizen
รวม		180 นาที



5. HOOK — ⚡ WHO GETS THE VALUE?

ขึ้นสถานการณ์ “ผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมชุมชนชิ้นหนึ่งขายออนไลน์ได้ 1,000 บาท”

แล้วถาม WHO GETS THE 1,000 BAHT?

แล้วถามคำถามสำคัญที่สุด “คนที่สร้างวัฒนธรรมต้นทาง ได้อะไร?”

คือประตูเข้าสู่ Shared Community Value



6. MINI LESSON — FROM CULTURE TO COMMUNITY ECOSYSTEM



Week 10 กล่าวถึง Platform, Social Media, Digital Archives, Digital Creative Tools และ VR/AR เพื่อขยายการเผยแพร่ การเข้าถึง และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

7. MISSION 1 — WHO IS IN THE COMMUNITY?

ให้นักศึกษานำผลงานจาก Week 9 กลับมาใช้ต่อ

ไม่ออกแบบ Brand ใหม่ แต่ให้สร้าง COMMUNITY ECOSYSTEM MAP

โดยตอบ



8. MISSION 2 — OPEN THE CULTURAL DOOR

คำถามใหญ่คือ “WHO CAN'T ACCESS THIS CULTURE YET?”

ให้ตอบ



Technology ที่เลือกได้ เช่น

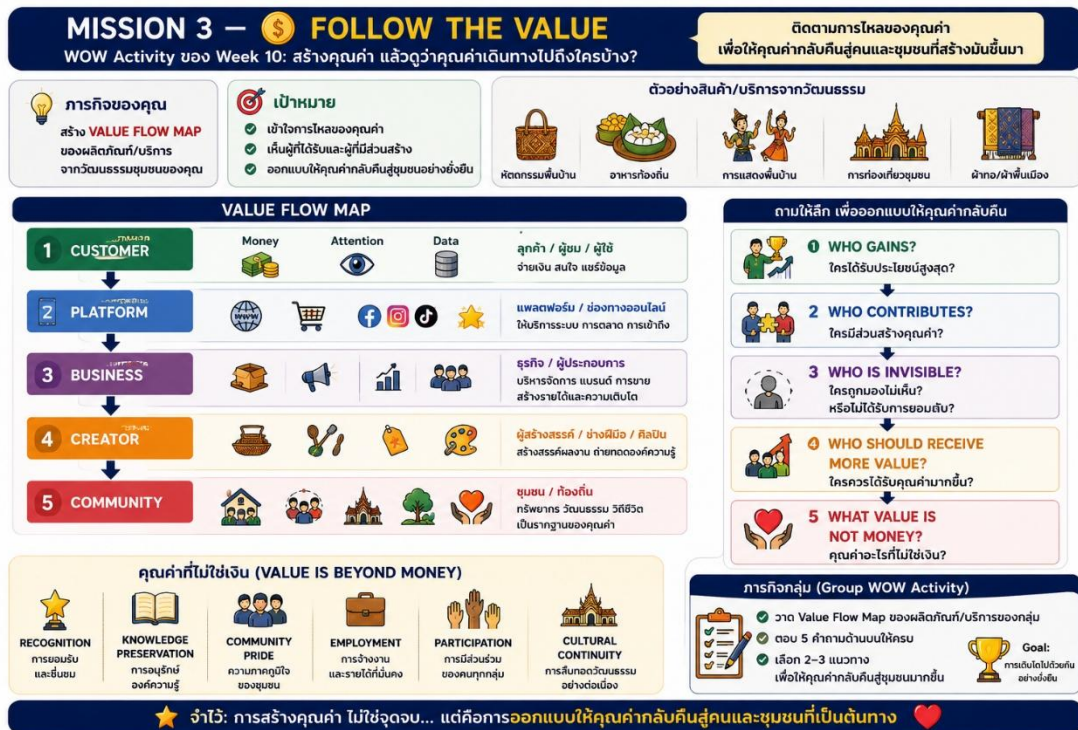
Platform | Social Media | Digital Archive | AR | VR | Interactive Media

จุดสำคัญคือ อย่าเริ่มจาก “จะใช้ Technology อะไร?” ให้เริ่มจาก “ใครยังเข้าไม่ถึง?”

9. MISSION 3 — FOLLOW THE VALUE

เป็น WOW Activity ของ Week 10

ให้แต่ละกลุ่มสร้าง



ตัวอย่าง Value ที่ไม่ใช่เงิน

Recognition | Knowledge Preservation | Community Pride | Employment |

Participation | Cultural Continuity

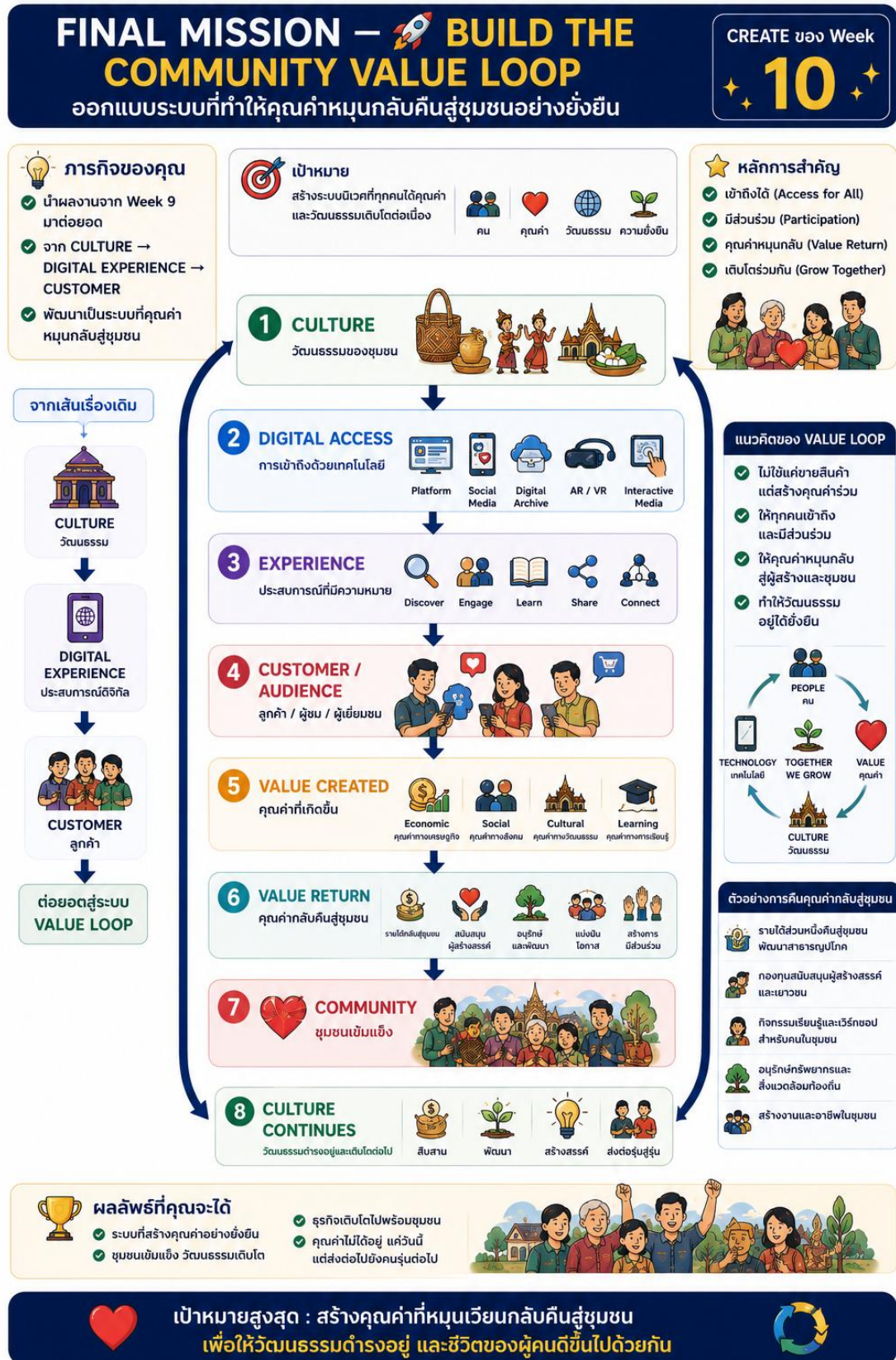
10. FINAL MISSION — BUILD THE COMMUNITY VALUE LOOP

CREATE ของ Week 10

นำผลงาน Week 9 มาต่อยอด

จาก CULTURE → DIGITAL EXPERIENCE → CUSTOMER

ให้พัฒนาเป็น



สาระสำคัญคือ Creating value is not enough. We must ask where the value returns.

11. CREATIVE CITIZENSHIP CHECK



5S SHARED COMMUNITY VALUE CHECK

สิ่งที่เราทำช่วยให้วัฒนธรรมและชุมชนดำรงต่อไปหรือไม่?

12. FINAL PITCH — 60-SECOND “WHO GETS THE VALUE?”

แต่ละกลุ่มพูดเพียง 5 เรื่อง

1. CULTURE

เราใช้คุณค่าทางวัฒนธรรมอะไร?

2. COMMUNITY

ใครอยู่เบื้องหลังคุณค่านี้?

3. DIGITAL

Technology ช่วยเพิ่มการเข้าถึงอย่างไร?

4. VALUE

ใครได้รับคุณค่าอะไร?

5. RETURN

คุณค่ากลับคืนสู่ชุมชนอย่างไร?

เพื่อนในห้องโหวต



Best Community Insight



Best Shared Value Design



Most Responsible Community Model

13. EXIT TICKET — 3-2-1 COMMUNITY VALUE REFLECTION

3

3 คนหรือกลุ่มที่ฉันเพิ่งมองเห็นว่าอยู่เบื้องหลัง Cultural Value

2

2 วิธีที่ Digital Technology สามารถเพิ่ม Access หรือ Participation

1

1 สิ่งที่ฉันจะคำนึงถึงเสมอ เมื่อสร้างธุรกิจจากคุณค่าของชุมชน

โดย 1 สำคัญที่สุด

เพราะเรากำลังเปลี่ยนจาก

“ฉันสามารถสร้างคุณค่าจากวัฒนธรรมได้”

ไปเป็น

“ฉันสามารถสร้างคุณค่า และออกแบบให้คุณค่านั้นกลับไปสู่คนและชุมชนที่เกี่ยวข้องได้”

CREATIVE CITIZENSHIP CHECK 5S SHARED COMMUNITY VALUE CHECK เช็กให้ครบ 5 มิติ ก่อนส่งต่อคุณค่ากลับคืนสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน			
5S PRINCIPLE	คำถามเพื่อการตรวจสอบ	SELF-CHECK (ให้คะแนน)	หลักฐาน/ตัวอย่างที่แสดง
S1 SOURCE เราให้คุณค่ากับ ต้นทางของวัฒนธรรมหรือไม่? 	☒ เราเข้าใจและเคารพรากเหง้า และความหมายของวัฒนธรรมนี้หรือไม่? ☒ เราให้เครดิต / ยกย่อง / ระบุแหล่งที่มา ของผู้สร้างสรรค์ต้นทางหรือไม่? ☒ เรามีการคุ้มครององค์ความรู้ หรือลิขสิทธิ์ของชุมชนหรือไม่?	ให้คะแนน 1-5 12345 1 = ยังไม่ดีเลย 2 = น้อยมาก 3 = ปานกลาง 4 = ดี 5 = ดีเยี่ยม	หลักฐาน/ตัวอย่าง
S2 STAKEHOLDER เรามองเห็นผู้เกี่ยวข้อง ครบหรือไม่? 	☒ เราระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกกลุ่มหรือไม่ (เช่น ผู้สร้างสรรค์ ชุมชน ผู้ประกอบการ ลูกค้า หน่วยงานภาครัฐ ฯลฯ) ☒ เราเข้าใจบทบาท ความต้องการ และความท้าทาย ของแต่ละกลุ่มหรือไม่? ☒ เราได้เชิญ/รับฟังเสียงจากทุกกลุ่มหรือไม่?	ให้คะแนน 1-5 12345 1 = ยังไม่ดีเลย 2 = น้อยมาก 3 = ปานกลาง 4 = ดี 5 = ดีเยี่ยม	หลักฐาน/ตัวอย่าง
S3 SHARE คนสามารถเข้าถึงและ มีส่วนร่วมได้มากขึ้นหรือไม่? 	☒ เราใช้เทคโนโลยีหรือช่องทางที่เหมาะสม ทำให้เข้าถึงได้กว้างขึ้นหรือไม่? ☒ เราทำให้คนมีส่วนร่วมได้ง่ายและหลากหลายขึ้น หรือไม่? ☒ มีการออกแบบเพื่อทุกคน (Inclusion & Accessibility) หรือไม่?	ให้คะแนน 1-5 12345 1 = ยังไม่ดีเลย 2 = น้อยมาก 3 = ปานกลาง 4 = ดี 5 = ดีเยี่ยม	หลักฐาน/ตัวอย่าง
S4 SHARED VALUE คุณค่าที่กระจายกลับไป สู่ผู้เกี่ยวข้องหรือไม่? 	☒ คุณค่าที่เกิดขึ้น กระจายกลับไปยัง ผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรมหรือไม่? ☒ มีการแบ่งปันทั้ง คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ / สังคม / วัฒนธรรม / การเรียนรู้ หรือไม่? ☒ เราวัดผลลัพธ์และผลกระทบต่อชุมชนได้หรือไม่?	ให้คะแนน 1-5 12345 1 = ยังไม่ดีเลย 2 = น้อยมาก 3 = ปานกลาง 4 = ดี 5 = ดีเยี่ยม	หลักฐาน/ตัวอย่าง
S5 SUSTAINABILITY เราทำให้วัฒนธรรม + ชุมชน + ธุรกิจ เติบโตไปด้วยกันได้หรือไม่? 	☒ เรามีแนวทางให้วัฒนธรรมและชุมชน เติบโตอย่างยั่งยืนหรือไม่? ☒ ธุรกิจสามารถอยู่ได้ และชุมชนแข็งแกร่งขึ้น ไปพร้อมกันหรือไม่? ☒ เรามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และส่งต่อ สู่คนรุ่นต่อไปหรือไม่?	ให้คะแนน 1-5 12345 1 = ยังไม่ดีเลย 2 = น้อยมาก 3 = ปานกลาง 4 = ดี 5 = ดีเยี่ยม	หลักฐาน/ตัวอย่าง

สรุปผลการตรวจสอบ
 ระดับ: ★★★★ เริ่มต้น ★★★★★ กำลังพัฒนา ★★★★★ ดี ★★★★★ ดีมาก ★★★★★ ดีมาก ★★★★★ ยอดเยี่ยม

คะแนนรวมของทั้ง 5S _____ / 25

สิ่งที่เราจะทำต่อไป
 1. _____
 2. _____
 3. _____

เป้าหมายสูงสุด: คุณค่าหมุนเวียนกลับคืนสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน
SHARED COMMUNITY VALUE

14. ผลงานประจำ Week 10



COMMUNITY VALUE LOOP CANVAS

ประกอบด้วย

ผลงานประจำ Week 10		COMMUNITY VALUE LOOP CANVAS									
ออกแบบระบบคุณค่าหมุนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน											
1 CULTURE วัฒนธรรมที่เราเลือก 	 วัฒนธรรมคืออะไร? (องค์ความรู้/เรื่องราว/สถานที่/อาหาร/การแสดง ฯลฯ) 	 คุณค่าเด่นของวัฒนธรรมนี้คืออะไร? 	 สิ่งที่ทำให้วัฒนธรรมนี้ "แตกต่างและมีความหมาย" 								
2 SOURCE ต้นทางของคุณค่า 	 ใครคือผู้สร้างสรรค์/ผู้สืบทอด? 	 แหล่งกำเนิด/พื้นที่/ชุมชน 	 สิ่งที่ต้องปกป้องและเคารพ 								
3 STAKEHOLDERS ผู้เกี่ยวข้องในระบบนิเวศ 	ใครมีส่วนเกี่ยวข้อง? (ระบุบทบาทและความสัมพันธ์) <table border="1"> <tr> <td>  ผู้สร้างสรรค์ (Creators) </td> <td>  ชุมชน (Community) </td> <td>  ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ (Business) </td> <td>  หน่วยงาน/องค์กร (Organization) </td> <td>  ผู้สนับสนุน/พันธมิตร (Partners) </td> <td>  ลูกค้า/ผู้ชม (Audience) </td> </tr> </table>					 ผู้สร้างสรรค์ (Creators) 	 ชุมชน (Community) 	 ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ (Business) 	 หน่วยงาน/องค์กร (Organization) 	 ผู้สนับสนุน/พันธมิตร (Partners) 	 ลูกค้า/ผู้ชม (Audience)
 ผู้สร้างสรรค์ (Creators) 	 ชุมชน (Community) 	 ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ (Business) 	 หน่วยงาน/องค์กร (Organization) 	 ผู้สนับสนุน/พันธมิตร (Partners) 	 ลูกค้า/ผู้ชม (Audience) 						
4 DIGITAL ACCESS การเข้าถึงและการมีส่วนร่วม 	 ช่องทางดิจิทัลที่ใช้ 	 ใครสามารถเข้าถึงได้? 	 จะทำให้คนมีส่วนร่วมได้อย่างไร? 								
5 VALUE CREATED คุณค่าที่เกิดขึ้น 	 คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic) 	 คุณค่าทางสังคม (Social) 	 คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural) 	 คุณค่าด้านการศึกษา (Learning) 							
6 VALUE DISTRIBUTION การกระจายคุณค่า 	คุณค่าถูกกระจายไปยังใครบ้าง? อย่างไร? เป็นธรรมเพียงใด? <table border="1"> <tr> <td>ผู้สร้างสรรค์</td> <td>ชุมชน</td> <td>ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ</td> <td>หน่วยงาน/องค์กร</td> <td>ลูกค้า/ผู้ชม</td> <td>อื่น ๆ</td> </tr> </table>					ผู้สร้างสรรค์	ชุมชน	ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ	หน่วยงาน/องค์กร	ลูกค้า/ผู้ชม	อื่น ๆ
ผู้สร้างสรรค์	ชุมชน	ธุรกิจ/ผู้ประกอบการ	หน่วยงาน/องค์กร	ลูกค้า/ผู้ชม	อื่น ๆ						
7 VALUE RETURN คุณค่ากลับคืนสู่ต้นทาง 	 จะโรกลับคืนสู่ชุมชน? 	 กลับคืนด้วยวิธีใด? 	 ใครเป็นผู้ทำให้คุณค่ากลับคืน? 								
8 COMMUNITY BENEFIT ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ 	 เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง 	 คุณภาพชีวิตดีขึ้น 	 ความภาคภูมิใจและอัตลักษณ์ 	 การจ้างงานและรายได้ 	 ความสัมพันธ์ในชุมชน 	อื่น ๆ 					
9 CULTURAL CONTINUITY วัฒนธรรมดำรงอยู่และเติบโตต่อไป 	เราจะทำให้วัฒนธรรมนี้อยู่ต่อไปได้อย่างไร? คนรุ่นต่อไปจะได้เรียนรู้/สืบทอดอย่างไร? ตัวชี้วัดความยั่งยืนของวัฒนธรรมนี้ 										
เป้าหมายสูงสุด: "คุณค่าหมุนกลับสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อวัฒนธรรมที่มีชีวิต และอนาคตที่งดงามสำหรับทุกคน" 											

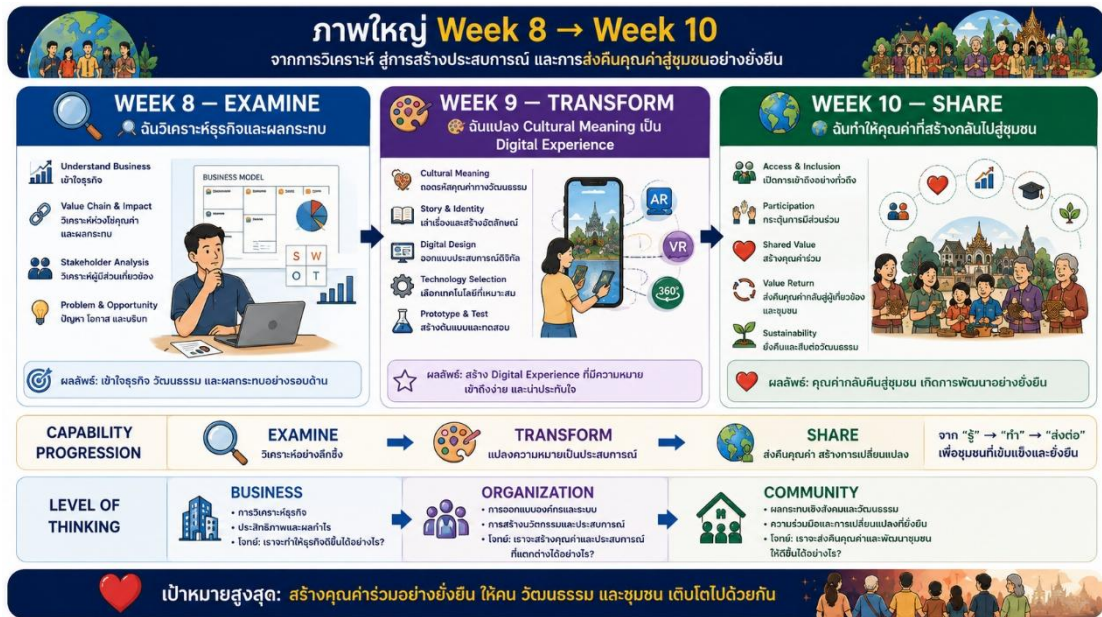
15. การประเมินแบบ Can-Do — 20 คะแนน

Can-Do Evidence	คะแนน
ฉันสามารถระบุ Cultural Source และ Stakeholders ได้	3
ฉันสามารถวิเคราะห์บทบาทของ Digital Technology ต่อ Access/Participation ได้	3
ฉันสามารถอธิบาย Value Flow ได้	3
ฉันสามารถระบุผู้ที่ได้รับ/ไม่ได้รับประโยชน์ได้	3
ฉันสามารถออกแบบ Shared Community Value ได้	4
ฉันสามารถเสนอ Value Return ชุมชนได้	2
ฉันสามารถอธิบาย Sustainability ของแนวคิดได้	2
รวม	20

16. แก่นที่สุดของ Week 10



17. ภาพใหญ่ Week 8 → Week 10



ดังนั้น Capability Progression ของสามสัปดาห์นี้คือ

EXAMINE → TRANSFORM → SHARE

และในมุมมองของระดับการคิดคือ

BUSINESS → ORGANIZATION → COMMUNITY

โดย Week 10 จะไม่ซ้ำกับ Week 9 แต่เป็นการ **ยกระดับจากการออกแบบ Experience ไปสู่การออกแบบ Ecosystem และ Shared Value** ซึ่งตรงกับสาระที่เน้นการรักษาอัตลักษณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

DNA OF WEEK 10

Don't just create value from culture.

Make sure value returns to the people and community behind it.