

# ໄທເຕີຍ ຕາກົງ





“นี่คือการรวมพลังของเมือง  
เพื่อทำให้ตรังดีขึ้น  
จากความคิดของคนตั้งเอง”

ไอเดีย ไม่ใช่เรื่องไกลตัว  
แต่คือสิ่งเล็ก ๆ ที่ช่วยให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้น ดีขึ้น และมีความหวังมากขึ้น  
ไอเดียเกิดจากการได้ฟังกันจริง ๆ  
จากปัญหาจริงของคนจริง  
เมื่อคนได้เจอกัน ได้คุยกัน  
ความรู้ ประสบการณ์ และน้ำใจ  
จึงถูกนำมาใช้พัฒนาความเป็นอยู่ของคนในเมือง  
ไอเดียหนึ่ง อาจช่วยประยุกต์ได้  
อีกไอเดีย อาจช่วยสร้างอาชีพ  
และบางไอเดีย อาจทำให้ครอบครัวคน  
ไม่ต้องเดินลำพังอีกต่อไป  
เพราการพัฒนาคุณภาพชีวิต  
เริ่มจากการให้คนมี พื้นที่คิด พื้นที่พูด และพื้นที่ช่วยกันลงมือทำ



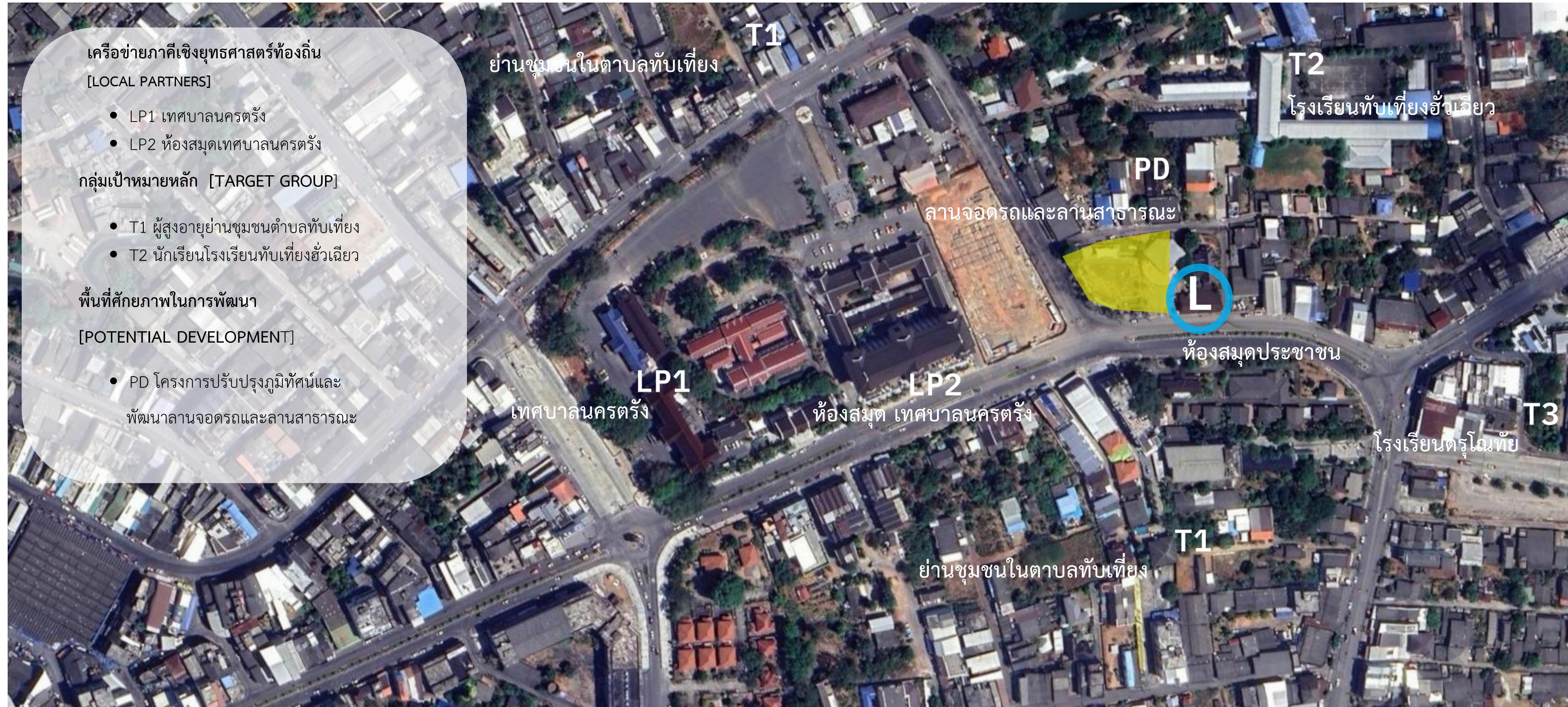
2568 จังหวัดตรังมีประชากรประมาณ 634,334 คน  
อำเภอเมืองตรังมีประชากรมากที่สุด (154,563 คน)

จำนวนห้องสมุดที่มีอยู่ในจังหวัดตรังคือ 12 แห่ง<sup>1</sup>  
จำนวนสมาชิกของห้องสมุดประชาชน  
จังหวัดตรังในปัจจุบัน 10,069 คน  
ย้อนหลังไปสามปี  
2566 = 352 คน  
2567 = 391 คน  
2568 = 365 คน



จำนวนสมาชิกของห้องสมุดประชาชน”เฉลิมราชกุมาารี“  
อำเภอห้วยยอด ในปัจจุบัน 5043 คน  
ย้อนหลังไปสามปี  
2566 = 310 คน  
2567 = 335 คน  
2568 = 372 คน

# POTENTIAL ANALYSIS #TEAM TRANG\_CITY



| Key Resources  | Key Activities   | Type of Intervention  | Segments   | Value Proposition  |
|--|--|---|--|--|
| <b>Partners + Key Stakeholders</b> <p>เครือข่ายภาคี/<br/>ผู้มีส่วนได้เสีย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เครือข่ายภาคีประชาสังคมและชุมชน</li> <li>รพสต (กิจกรรมสุขภาพ)</li> <li>มหาวิทยาลัยราชภัฏ และ ม.ทักษิณ มอ (หลักสูตรอบรมอาชีพ แนวแนว การเข้ามหาวิทยาลัยและอาชีพ + MOOC บริการดิจิทัล)</li> <li>เทศบาลนครตระง (การใช้สถานที่ส่งบปรุงรักษากาฬ และระบบเชื่อมโยง กับห้องสมุดเทศบาล)</li> </ul>  | <b>Channels</b> <p>ช่องทางที่สินค้า และบริการถูกนำสู่กลุ่มเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ระบบสืบ ค้น และจองหนัง สือ</li> <li>ล่วงหน้าออนไลน์</li> <li>ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย</li> <li>ศูนย์บริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ</li> <li>กิจกรรมแนะแนวการเรียน</li> <li>มหาวิทยาลัยและอาชีพ</li> <li>หลักสูตรอบรมอาชีพที่เชื่อมโยงกับเครือข่ายผู้ประกอบการห้องถีน</li> </ul> <p><i>What programme and non-programme activities will your organisation be carrying out?</i></p> | <b>Beneficiary</b> <p>ผู้ได้รับประโยชน์</p>   | <b>Customer</b> <p>ลูกค่า (คนจ่ายเงิน)</p>   | <b>Social Value Proposition</b> <p>คุณค่าส่งมอบทางสังคม</p> <p><i>How will you show that you are creating social impact?</i></p> |
| <b>Cost Structure</b> <p>โครงสร้างต้นทุน (ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 15,500 B ต่อเดือน)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ค่าตอบแทนกลุ่มบุคลากรหลัก(เจ้าหน้าที่ ส.กร.และอาสาสมัครทางการ [IN - KIND ]</li> <li>ค่าใช้จ่ายดำเนินการ ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ทำความสะอาด อินเตอร์เน็ต [ 40 00 B]</li> <li>ค่าจัดทำหนังสือและสื่อการเรียนรู้ [ 1500 B]</li> <li>ค่าใช้จ่ายในการให้บริการสาธารณะด้านการเรียนรู้และกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ [10000B]</li> </ol> <p>งบปรับปรุงภูมิทัศน์และอาคาร ขอเงินสนับสนุนจากเทศบาลเมือง หรือ อบจ</p> | <b>Surplus</b> <p>การจัดการผลกำไร</p> <p>กิจกรรมและเงินทุนเริ่มต้นเพื่อยกระดับรายได้ผ่านการเรียนรู้</p> <p><b>[UPSKILL/RESKILL]</b> ให้กับกลุ่มยากจนพิเศษ หรือ กลุ่มขาดโอกาส (คนพิการ ผู้สูงอายุว่างงาน)</p> <p><i>How are you reaching your beneficiaries and customers?</i></p>  | <b>Revenue</b> <p>ช่องทางรายได้หลัก(เป้าหมาย) 200,000 ต่อปี)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>งบประมาณประจำปี กรมส่งเสริมการเรียนรู้ [20%] (ไม่รวมส่วนค่าตอบแทน)</li> <li>เงินสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบจ และ เทศบาล) [ 40%]</li> <li>เงินสนับสนุนจากเครือข่ายประชาสังคม และ ผู้ประกอบการในพื้นที่ [ 40 %]</li> </ol> <p><i>Break down your revenue sources by %</i></p> | <b>Value Proposition</b> <p>คุณค่าส่งมอบ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>พื้นที่สาธารณะบริการดี นำไปใช้บริการ หนังสือที่ตรงกับความสนใจ</li> <li>อุปกรณ์เครื่องเขียนพื้นที่กิจกรรม</li> <li>หนังสือเฉพาะ อุปกรณ์ สถานที่ กิจกรรมและหนังสือที่ตรงความสนใจ (กลุ่ม 4 และ 5)</li> </ol> <p><i>Impact Measures</i> ตัวชี้วัดความสำเร็จ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>สัดส่วนและปริมาณกลุ่ม เป้าหมายที่เข้าถึงบริการ</li> <li>ผลลัพธ์การเรียนรู้ [LEARNING OUTCOMES] ของกลุ่มเป้าหมาย ระดับพื้นที่(ภาคร่วม)</li> </ol> <p><i>How will you show that you are creating social impact?</i></p> |  |

# POTENTIAL ANALYSIS #TEAM TRANG\_DISTRICT



# Social Business Model Canvas

## #TEAM TRANG: DISTRICT

| <b>Key Resources</b> ทรัพยากร  | <b>Key Activities</b> กิจกรรมหลัก   | <b>Type of Intervention</b> ชนิดและรูปแบบของสิ่งที่ดำเนินการ หลักของธุรกิจ (สินค้า/ บริการ)   | <b>Segments</b> กลุ่มเป้าหมาย<br>1. กลุ่มคนรักหนังสือ<br>2. กลุ่มคนสร้างการเรียนรู้<br>3. กลุ่มคนอยากรีียนรู้ (นักเรียน ส.กร. นักเรียน ข้าราชการเกษตร)<br>4. กลุ่มผู้สูงอายุในละแวกพื้นที่(ไม่ เคยมาใช้งาน)<br>5. กลุ่มผู้ปกครองและนักเรียนโรงเรียน หัวใจดี | <b>Value Proposition</b> คุณค่าส่งมอบ<br>1. พื้นที่สาธารณะบรรยายติดน้ำไว้ บริการ หนังสือที่ตรงกับความสนใจ<br>2. อุปกรณ์ เครื่องเขียน พื้นที่กิจกรรม<br>3. หนังสือเฉพาะ อุปกรณ์ สถานที่ กิจกรรมและหนังสือที่ตรงความสนใจ (กลุ่ม 4 และ 5)<br>คุณค่าส่งมอบทางสังคม<br><b>Social Value Proposition</b>  |
|--|---|---|---|--|
| <b>Partners + Key Stakeholders</b> เครือข่ายภาคี/<br>ผู้มีส่วนได้เสีย      | Who are the essential groups you will need to involve to deliver your programme? Do you need special access or permissions?   | <b>Channels</b> ช่องทางที่สินค้า และบริการถูก นำสู่ กลุ่มเป้าหมาย<br>• ห้องสมุดประชาชน ส.กร. ในพื้นที่ ออนไลน์ และ<br>• ดิจิทัล (เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ไลน์ OA APP)<br>• บริการและเครือข่ายองค์กรสถานที่ เช่น รถเคลื่อนที่<br>• จัดส่งหนังสือ ผ่านภาคีเครือข่าย (ผู้อาชีพ)   | <b>Beneficiary</b> ผู้ได้รับประโยชน์<br><b>Customer</b> ลูกค้า (คนจ่ายเงิน)<br>A: กรมส่งเสริมการเรียนรู้<br>B: องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น<br>C: เครือข่ายประชาสังคม และ ผู้ประกอบการในพื้นที่   | <b>Impact Measures</b> ตัวชี้วัดความสำเร็จ<br>1. สัดส่วนและปริมาณกลุ่ม เป้าหมายที่ เข้าถึงบริการ<br>2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ [LEARNING OUTCOMES] ของกลุ่มเป้าหมายใน ระดับพื้นที่(ภาพรวม)<br><i>How will you show that you are creating social impact?</i><br><b>Customer Value Proposition</b> คุณค่าส่งมอบกับลูกค้า<br>A: KPI ของกรม<br>B: ภาพจำสาธารณะของประชาชน (การรับรู้ถึงบทบาทและความนิยม)<br>C: การมองวัลและ ประชาสัมพันธ์<br><i>What do your customers want to get out of this initiative?</i> |
| <b>Cost Structure</b> โครงสร้างต้นทุน (ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 15,500 B ต่อเดือน) | <b>Surplus</b> การจัดการผลกำไร<br>กิจกรรมและเงินทุนเริ่มต้นเพื่อ ยกระดับรายได้ผ่านการเรียนรู้<br>[UPSKILL/RESKILL] ให้กับกลุ่ม ยากจนพิเศษ หรือ กลุ่มขาดโอกาส (คนพิการ ผู้สูงอายุ ว่างงาน) | <b>Revenue</b> ช่องทางรายได้หลัก(เป้าหมาย 200,000 B ต่อปี)<br>1. งบประมาณประจำปี กรมส่งเสริมการเรียนรู้ [20%] (ไม่รวมส่วนค่าตอบแทน)<br>2. เงินสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบจ และ เทศบาล) [ 40%]<br>3. เงินสนับสนุนจากเครือข่ายประชาสังคม และ ผู้ประกอบการในพื้นที่ [ 40 %]<br><i>Break down your revenue sources by %</i> |   |  |



**Point Point** | ไปทำไม่

ทางเข้าเมืองสำนักงานที่ดิน  
พื้นที่ 50 + แห่งนอน  
ไม่ค่อยรู้ข่าวสาร  
ยังไม่รู้จักเลย อุปถัมภ์หนึ่ง

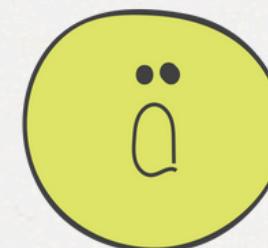
จากด้วง เครียด  
หนังสือเก่า น้อย  
ร้อน  
ไม่มีกิจกรรม  
ห้องเก่า ไม่น่าสนใจ



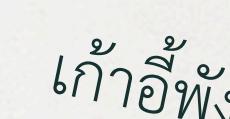
**Point Point** | ใจกลางเมือง

รู้สึกปลอดภัย  
ยิ่ม-คืนหนังสือสะอาด  
เดินทางสะดวก  
สว่าง มีตลาด

ถ้าทันสมัย  
มาแน่นอน  
ห้องสมุดยุคใหม่  
เมืองกรุงเทพ



มีร้านหนังสือ, กลุ่ม work shop,  
ภาควิเครื่อขายหลายกลุ่ม สนใจเข้าร่วม  
กิจกรรม



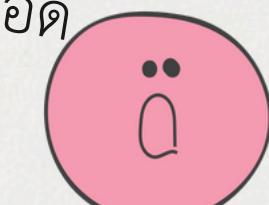
ไม่มีพื้นที่เล่น  
ปิดเร็วไป  
ไม่มีคอม  
ห้องน้ำชำรุด  
ไม่มีเน็ต

เก้าอี้พัง  
ร้อน ไม่มีแอร์  
หนังสือน้อย  
ช่วยอัพเดทข้อมูลออนไลน์บ่อยขึ้น



อยู่ข้างโรงเรียนหัวใจยอด  
หนังสือเยอะๆ  
ห้องสมุดคนใช้น้อยลง  
บรรณารักษ์รุ่น, ใจดี

มีรถโมบายเยอะๆ  
สะอาด อากาศดี  
จอดรถง่าย  
**ติดถนนใหญ่**



มีเครื่อข่ายที่เข้าถึงง่าย เจ้าอาวาสวัด  
ดีเจชุมชน อาจารย์, ศิษย์เก่าโรงเรียน  
หัวใจยอด ร้านค้าต่างๆ ในอำเภอ

# PROTOTYPE / SANDBOX #TEAM TRANG [CITY+DISTRICT]

โจทย์ความท้าทาย

สภาพแวดล้อม  
ทางกายภาพที่  
ส่งเสริมการเรียนรู้  
สำหรับทุกช่วงวัย

สินค้า บริการ และ  
ตอบสนองความ  
ต้องการประชาชน  
ในยุคดิจิทัล

ระบบบริหาร  
จัดการที่มีคุณภาพ  
คล่องตัว และมี  
งบประมาณเพียงพอ

สินค้า/ บริการ/ กิจกรรม

(+ จำนวนและความถี่ในช่วงทดสอบ)

ช่องทาง

กลุ่มเป้าหมาย และ ผลลัพธ์ที่คาด (จากการทดสอบ)

- ภูมิทัศน์ส่วนทางเข้าอาคารให้ต้อนรับ โล่ง สะอาด และ เข้าถึงได้โดย รถเข็น
- ปรับปรุงสภาพห้องน้ำให้สะอาด ใช้งานได้ รองรับผู้สูงอายุ
- ปรับปรุงสภาพอาคารเบื้องต้นให้มีอุณหภูมิ และ แสงสว่างที่เหมาะสม (ช่องเปิด ทิศทางลม เพิ่มแสงสว่างและแสงธรรมชาติ ปลูกต้นไม้บัง แดด ติดฉนวนกันความร้อน)
- ทำความสะอาดใหญ่ และ จัดผังเฟอร์นิเจอร์ ส่วนใช้งานกิจกรรมหลัก ให้มีความสวยงาม เหมาะสมกับการจัดกิจกรรมช่วงทดสอบ

ห้องสมุด  
(กายภาพ)

- ผู้สูงอายุในละแวกพื้นที่ชุมชนรอบห้องสมุด
- ผู้ปกครองและนักเรียนโรงเรียนรอบห้องสมุด
- กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย

สมาชิกห้องสมุดเพิ่มขึ้นรวม 300 คน

ผู้ใช้บริการเฉลี่ย > 50 คนต่อแห่งต่อวันในสัปดาห์  
สุดท้ายของการทดสอบ

- ระบบลงทะเบียนและสืบค้นหนังสือออนไลน์ 100 เล่มของหนังสือที่ตรง กับกลุ่มเป้าหมาย (สแกนและเอาข้อมูลเข้าระบบดิจิทัล)
- บริการยืมคืนหนังสือขั้มพื้นที่ (2 แห่ง) และ ยืมคืนที่จุดให้บริการ ชุมชน (บ้านหนังสือชุมชน) ของหนังสือ 100 เล่มในข้อแรก กิจกรรมสำหรับเด็กนักเรียน: • ฝึกภาษา และ พัฒนาทักษะอาชีพ
- ร่วมกับเครือข่ายเอกชนในจังหวัด + จับคู่หางาน
- กิจกรรมสำหรับคนวัยทำงาน: • ฝึกภาษาและอาชีพทำงานต่างประเทศ
- กิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ: สอนใช้เทคโนโลยี สุขภาพ (ตรวจร่างกาย และ กายภาพบวกบวก) และ พัฒนาสมอง (การ์ดเกมส์)

ออนไลน์และ  
กายภาพ

- กลุ่มคนรักหนังสือของ 2 พื้นที่ จำนวนรวม 50 คนที่ ใช้บริการรื้มคืนข้าม พื้นที่
- นักเรียนของโรงเรียนรอบห้องสมุดจำนวนรวม 50 คน ที่เข้าร่วมกิจกรรม
- คนวัยทำงานจำนวนรวม 20 คนที่เข้าร่วมอบรมฝึก อาชีพและได้รับ ประสบการณ์บัตร
- ผู้สูงอายุจำนวนรวม 50 คนที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่าง น้อย 2 ครั้งในช่วงทดสอบ

- ระบบอาสาสมัครทำการ (ผู้ช่วยบรรณาธิการ) เพื่อมาสนับสนุนงาน ห้องสมุดใน ช่วงเวลาทำการปกติ
- ระบบอาสาสมัครไม่เป็นทางการ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมช่วงทดสอบ
- เครือข่ายภาคประชาสังคม และห้องเรียน เครือข่ายเยาวชน เพื่อมาทดลอง บริหารจัด การกิจกรรมเสริม และห้องเรียน กิจกรรมนอกเวลาทำการในช่วง ทดสอบ

เครือข่าย

- จำนวนอาสาสมัครทางการ 10 คนที่สนใจและผ่าน การอบรมเบื้องต้น
- จำนวนอาสาสมัครอย่างไม่เป็นทางการ 20 คนที่ สนใจและเข้าร่วมดำเนินการกิจกรรมโครงการช่วง ทดสอบ
- กิจกรรมเสริม และ กิจกรรมนอกเวลาการอย่าง น้อย 1 อย่างที่ถูกบริหารจัดการโดยเครือข่าย

## บทวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์

- ห้องสมุดประชาชน เป็นหนึ่งในโครงสร้างกายภาพทางสังคมที่สำคัญที่มีการจัดตั้ง มาอย่างยาวนาน เป็นที่รู้จักและยอมรับ และมีกระจายตัวอย่างทั่วถึงทั่วประเทศ ขนาดไปกับโครงสร้างทางสังคมสำคัญอื่นๆ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล วัด ด้วยประเด็น ความสนใจและพฤติกรรมของการเรียนรู้ประชาชนที่เปลี่ยนไปจากปัจจัยภายนอกต่างๆที่กล่าวมาทำให้บทบาทของห้องสมุดประชาชนซึ่งเคยถูกกำหนดให้เป็นสถานที่ของการเก็บและอ่านหนังสือ มีความสำคัญลดลงอย่างมาก สะท้อนได้จากการใช้งานที่ต่ำลงอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีความพยายามในการปรับตัวตามยุคสมัยอย่างสูง ส.กร. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล ก็อยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดสูงทึ้งในมิติของบประมาณ อัตรากำลังคน และกฎระเบียบภาครัฐ ทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรสิน และบริการสาธารณะขนาดใหญ่ทั่วประเทศเป็นโจทย์ความท้ายสำคัญ

### วิสัยทัศน์

ทุกกิจกรรมต้องพาผู้เข้าร่วม “กลับมาที่ห้องสมุด” และมีการสมัครสมาชิก - เขียนชื่อบนบอร์ด - ได้การดันหนังสือ คน โดยบันทึกทุกคนคือ ทุนมุษย์ของเมือง ประกอบด้วยภาพ เรื่องเล่า วิดีโอสั้น ใช้ต่อยอดงบกิจกรรมและเครือข่ายใน อนาคต เราไม่ขายกิจกรรม แต่เน้นสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม

“คุณไม่ได้มาเข้าร่วมกิจกรรม แต่คุณคือเจ้าของพื้นที่การเรียนรู้แห่งนี้”

สิ่งที่เรามี



เครื่องเขียนที่พร้อม  
สนับสนุน ห้องสมุดคน

# คนตัวจริง หาอะไรอยู่?

## คนมีประสบการณ์



Creative Learning Space

ทำโปรเจกต์/คอบแกนต์

Coding / VR / Maker

พื้นที่ Hangout

Workshop

## ตัวช่วย



Digital literacy

Co-working เบา ๆ

กิจกรรมสุขภาพ

มุมอ่าน sáchฯ มีคาเฟ่

## คนช่วยตัว



## เพื่อน



พื้นที่ปลอดภัย เข้าถึงง่าย  
ส่งเสริมการมีส่วนร่วม  
ทางสังคมและสุขภาพ



## คนคอดียกัน



เปลี่ยนห้องสมุดแบบเดิม > “พื้นที่พัฒนาໄວเดียบของเมือง”

โครงสร้างกิจกรรม 3 เดือน  
แบบเป็น 3 ระดับ รู้จัก + อยากรู้ว่า + อยากกลับมาอีก

See you again

กิจกรรมต่อเนื่อง

TRANG  
GOT  
TALENT

กิจกรรมจุดคระแผล



โครงสร้างกิจกรรม 3 เดือน

แบ่งเป็น 3 ระดับ รู้จัก + อยากรู้ + อยากกลับมาอีก



คนละครั้ง 1 คน 1 ไอเดีย

กิจกรรมสร้างกลุ่ม  
ชุมชน / Member

| กิจกรรมหลัก   | รายละเอียดการดำเนินงาน(Implementation Details)  | ผลลัพธ์   | รายละเอียดงบประมาณรายร้อย(Budget Breakdown)  | งบประมาณรวม(บาท) |
|---|---|---|--|------------------|
| <b>1) SEE YOU AGAIN</b><br>(สร้างแรงบันดาลใจ)<br>" มาเจอกันที่นี่คุณจะได้ คำตอบ " | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>รวมรวมข้อมูล:</b> คัดเลือกข้อความกรงพลังจากหนังสือและรวม "ความคิดเห็น/ความผิด" ของคนตั้งมาตั้งเป็นประเด็นสำคัญของเมือง</li> <li><b>การสื่อสาร:</b> ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชนและโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างการรับรู้ต่อเนื่องตลอดสัปดาห์</li> <li><b>กิจกรรมเรียนรู้:</b> คัดหัวข้อที่ประชาชนสนใจ มาจัดเวทีเสวนา/กิจกรรมเรียนรู้ 2 ครั้งต่อเดือน ตามหัวข้อที่ประชาชนให้ความสนใจสูงสุด</li> </ul>                       | <p>ห้องสมุดเป็นจุดเริ่มต้นบ哥<br/>สนับสนุนและการเรียนรู้ของ<br/>เมือง</p> <p>ประชาชนรู้สึกถึงการมีส่วน<br/>ร่วมและรู้สึกว่าความคิดของ<br/>ตนมีคุณค่า</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์/การ์ดคำถาม/อ่อนไลน์: 20,000.-</li> <li>ค่าวิทยุชุมชน และ Social Media Boost: 15,000.-</li> <li>วัสดุอุปกรณ์ Workshop และบอร์ดติดตั้งคำถาม: 10,000.-</li> <li>ค่าตอบแทนวิทยากรและผู้ดำเนินกิจกรรม: 15,000.-</li> </ul>  | 60,000           |
| <b>2) TRANG GOT TALENT</b><br>(พื้นที่แสดงออก)<br>" นาหาตัวตน - ทุกคนเป็นเจ้า "   | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>รอบ Audition:</b> เวทีค้นหาศักยภาพ ไม่จำกัดอายุ ใช้พื้นที่ห้องสมุดเป็นเวทีกดสอบศักยภาพในช่วงเดือนที่ 1-2 เพื่อลดภาระห่วงประชานกับหน่วยงาน</li> <li><b>รอบ Final:</b> จัดเวทีใหญ่ใจกลางเมือง (Center Point) เพื่อให้คนทั่วไปได้เห็นศักยภาพของ "คนตั้ง" โดยรางวัลได้รับสนับสนุนจากผู้ชมและรับคำในพื้นที่</li> <li><b>การต่อยอด:</b> คัดเลือกผู้เข้ารอบ 10 คน มาเป็นเครือข่ายสนับสนุนกิจกรรมห้องสมุดในอนาคต</li> </ul> | <p>ห้องสมุดกลายเป็นพื้นที่<br/>แสดงออก และการเรียนรู้เชิง<br/>สร้างสรรค์</p> <p>เชื่อมโยงความร่วมมือกับภาค<br/>ธุรกิจในท้องถิ่นเข้ามาในส่วน<br/>ร่วมกิจกรรมในห้องสมุด</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ระบบเวที แสง และระบบเสียงสำหรับกิจกรรม: 25,000.-</li> <li>สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมรอบเมือง: 15,000.-</li> <li>รางวัลเชิงสัญลักษณ์ และใบประกาศเกียรติคุณ: 10,000.-</li> <li>กิจกรรมบริหารจัดการ และค่าตอบแทนกรรมการ: 20,000.-</li> </ul>   | 70,000           |
| <b>3) คนละครึ่ง</b><br>(สร้างเครือข่าย)<br>" นาหาเพื่อนร่วมทาง "                  | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>รูปแบบการร่วมทุน:</b> เปิดรับการสนับสนุนจากภาคประชาชนใน 4 ด้าน คือ อุปกรณ์, ไอเดีย, ความสามารถ และเงินทุน</li> <li><b>สิกิประจำชั้น:</b> ผู้สนับสนุนจะได้รับสถานะสมาชิกห้องสมุด(Member) และสิกิพิเศษจากเครือข่าย Social Club</li> <li><b>การจัดการ:</b> ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อของห้องสมุดเพื่อขอบคุณและสร้างคุณค่าให้ผู้สนับสนุน</li> </ul>   | <p>ห้องสมุดเปลี่ยนบทบาท<br/>จาก "ผู้ขอ" เป็นพื้นที่ร่วม<br/>ลงทุนทางสังคม<br/>เกิดเครือข่ายภาคประชาชน<br/>อย่างยั่งยืน</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ระบบบริหารสมาชิก การจัดทำบัตร และ Badge: 10,000.-</li> <li>สื่อแนะนำโครงการและช่องทางการสนับสนุน: 10,000.-</li> <li>กิจกรรมพบปะและขอบคุณเครือข่าย(Networking): 10,000.-</li> </ul>  | 30,000           |
| <b>4) SHARK TANK TRANG</b><br>(ซ้อมอนาคต)<br>" ซ้อมอนาคต ก่อนลงสนามจริง "         | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>กระบวนการ:</b> คัดเลือกผู้สมัคร 5 คน เข้าสู่ Bootcamp อบรมทักษะการนำเสนอและขัดเกลาใจเดียวกัน 3 ครั้งต่อเดือน</li> <li><b>คณะกรรมการ:</b> จากภาครัฐ เอกชน และเชิญผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้ามามาให้คำปรึกษาในฐานะ "หนังสือคน"</li> <li><b>รอบแข่งขัน:</b> จัดการ Pitching ของสถาบันที่ในเดือนที่ 3 เพื่อเชื่อมโยงโลกแห่งการเรียนรู้สู่ธุรกิจจริง</li> </ul>   | <p>เกิดใจเดียวกันหรือต้นแบบ<br/>นวัตกรรมท้องถิ่นอย่าง<br/>น้อย โครงการ จากผู้เข้า<br/>ร่วมกิจกรรมที่ได้รับการ<br/>อบรม</p> <p>เกิดความร่วมมือกัน เชิง<br/>ระหว่างภาคประชาชน เยาวชน<br/>รุ่นใหม่ และภาคเอกชนราย<br/>ใหญ่ในท้องถิ่น</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>เงินรางวัลสนับสนุนใจเดียวกัน 5 รางวัล <ul style="list-style-type: none"> <li>- รางวัลที่ 1 : 12,000 บาท</li> <li>- รางวัลที่ 2 : 10,000 บาท</li> <li>- รางวัลชมเชย 3 คน : 5,000 บาท / คน</li> </ul> รวมเงินรางวัล 37,000 บาท </li> <li>ค่าตอบแทนวิทยากร Mentor และผู้เชี่ยวชาญ: 20,000.-</li> <li>ค่าสถาบันที่และระบบนำเสนองานมัลติมีเดีย: 20,000.-</li> <li>ค่าจัดทำใบประกาศและโปรดไฟล์ "หนังสือคน": 13,000.-</li> </ul> | 90,000           |
| <b>5) สำรองบริหารโครงการ</b>  | สำรองค่าใช้จ่ายอุปกรณ์ การประสานงานภาครัฐเครือข่าย และการจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานเพื่อสรุปผลโครงการ  | -   | ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดและบริหารจัดการทั่วไป   | 50,000           |
| <b>รวมงบประมาณทั้งสิ้น</b>  |   |   |  | 300,000          |



## วิธีหาทุนเพิ่มที่นำเสนอได้

- ◆ 1. ขอทุนจากภาครัฐ / **40%**

เอกสารโดยใช้ค่อนเชปต์

"Creative Learning Space"

- กสศ. (ทุนเยาวชนสร้างสรรค์)
- TK Park (กิจกรรมส่งเสริมอ่าน)
- กองทุนส่งเสริมวัฒนธรรม
- – บจ./เทศบาล
- ธนาคารกffงถบ (CSR)

10%

30%

- ◆ 3. หาผู้สนับสนุนกิจกรรมเป็นต่อๆ

วัด โรงพยาบาลสปอนเซอร์ "หนังสือคนสุขภาพ"  
โรงเรียน ร้านอาหารสนับสนุนเครื่องดื่ม ธุรกิจก่อตั้ง<sup>+</sup>  
เกี่ยวสนับสนุน "Idea Bootcamp"

10%

- ◆ 4 กำ Merchandise

สมุด "มาหาไอเดีย" เสื้อ Idea = Growth กระเปาผ้า หมวก  
บน สติ๊กเกอร์หนังสือคน ขายในงาน Showcase + ออนไลน์

20%

- ◆ 2. กำ "Member มาหาไอเดีย"

- ค่าสมาชิก 99 บาท/เดือน
- ได้สิทธิ:
- เข้าร่วมกิจกรรมฟรี 70%
- เอกสารสรุปไอเดีย
- โอกาสเป็นหนังสือคน
- ถ้ามีสมาชิก 300 คน = 30,000/เดือน

🎯 สุดท้าย: นี่คือ "นวัตกรรมห้องสมุด" ไหม?  
เพราะนี่คือการเปลี่ยนแปลง  
ห้องสมุดแบบเดิม → พื้นที่พัฒนาไอเดียของเมือง  
ใช้หนังสือคนเป็น "ฐานข้อมูลมนุษย์"  
ใช้กิจกรรมเป็น "เครื่องเร่งความคิด"  
ใช้ชุมชนเป็น "ผู้ผลิตไอเดีย"

## วันนี้มาหาอะไร



ธุรกิจ



NETWORK



ความรู้



แรงบันดาลใจ



กักมะใหม่



ความก้าวหน้า



SOCIAL



คำตอบ



cafe's club



หนัง คะ  
สูตรกาแฟ  
พื้นเมืองแท้ๆ  
อยากรู้สึก วันล่ะกี่แก้ว  
ก็ได้

ร้านกาแฟลาเปา  
พึ่งคิดค้นกาแฟลาเปา  
คาปูชิโน mocca  
ใครอยากรู้ทำบ้างค่ะ

CREATOR  
J T  
Quick Content  
โปรโมทร้าน  
ฉบับ สายย่อ  
ด้วยมือถือเครื่องเดียว



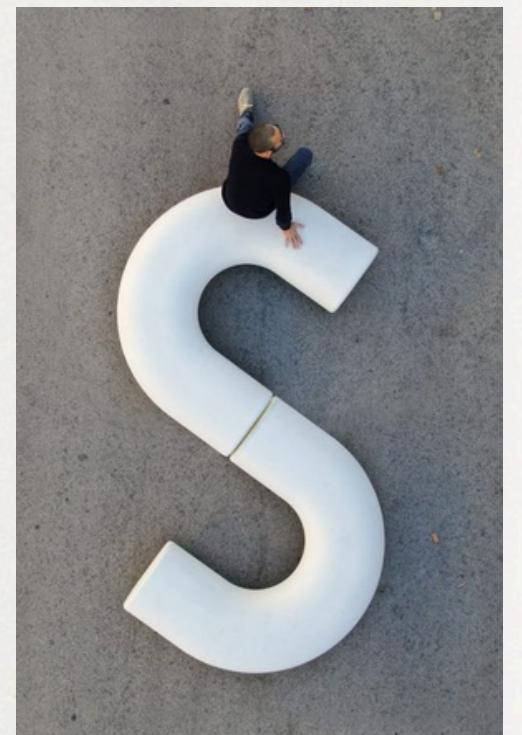
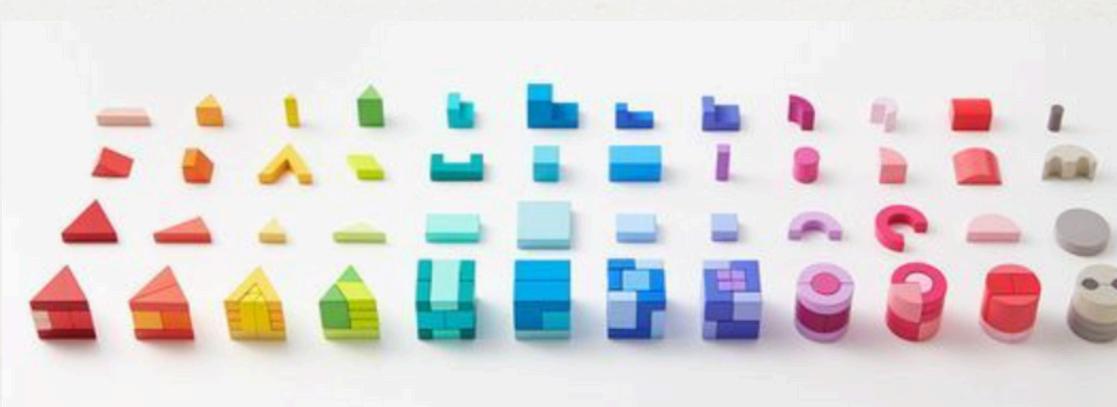
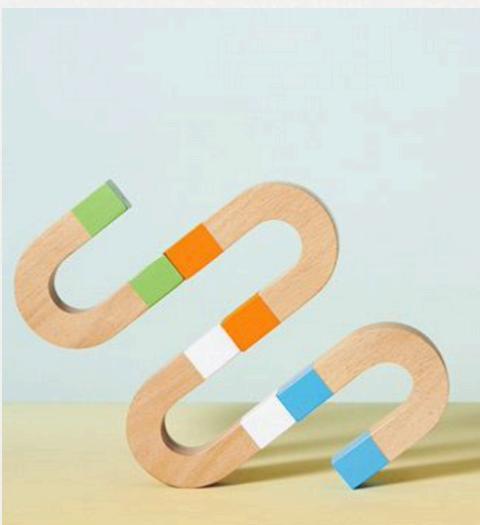
แม่เหล็ก = พื้นที่พัฒนาไอเดีย  
(Idea Development Space)

เป็นจุดรวมของ  
ความคิดหลากหลายจากคนต่างวัย ต่างอาชีพ  
ใครมีไอเดีย → ถูกดึงเข้ามา  
ใครยังไม่มีไอเดีย → เข้ามาแล้ว “เกิดไอเดีย”

ตัวอักษร i = 个体 (Individual) / ไอเดีย (Idea) / แรงบันดาลใจ (Inspiration)  
ทุกคนคือ “ต้นทางของไอเดีย”  
ห้องสมุดไม่ใช่แค่เก็บความรู้  
แต่คือ ปล่อยพลังจากคน







วิธีการสร้างสรรค์พื้นที่แบบ โมดูลาร์  
สามารถนำมาปะรำ kob เข้าด้วยกัน  
หรือแยกออกจากกันได้อิสระ<sup>เพื่อความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยน</sup>  
หรือขยายได้ง่าย  
พื้นที่ว่างพร้อมหมุนเวียนคิกกรรม<sup>โต๊ะเก้าอี้ปรับการใช้ง่าย</sup>





“วันนี้มาหาอะไรค่ะ”

คำตอบ/ บรรณารักษ์โอดีย

ธุรกิจ/พี่เจี๊ยบ หาลูกค้า ติดต่อนักศึกษา หาทุน  
เครือข่าย/พี่ไก่ ประสานงาน เชื่อมทุกเรื่อง

ความค�วหน้า/เมลินเลิร์บาร์ชิน เดี๋กตรังอาสา

แรงบันดาลใจ/พี่มาย นักศิลป์ใจ

+ พี่นัท นักกิจกรรมสาย craft

+ พี่วัฒน์ ผู้ช่วยบรรณารักษ์ คิด+ทำ  
กิจกรรมแปลงๆ

ทักษะใหม่/พี่หมู แผนกดิจิทัล

เมื่oplukผัก หนังสือด้านสุขภาพ

น้องเจช สอนทำ canvas

