



จุดประกาย เปลี่ยนสังคม

"SPARK"



Spark the Change. Stop the Corruption.

คู่มือกิจกรรม: SPARK Camp @ ประจวบคีรีขันธ์



## ภาพรวมกิจกรรม

พร้อมหรือยังที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงตลาดท้องถิ่นให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ยั่งยืน? กิจกรรม SPARK Camp เป็นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการที่จะพาคุณเปิดโลกแห่งความจริง ค้นหา วิเคราะห์ และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปได้จริง ผ่านกรณีศึกษาเปรียบเทียบตลาดซีเคต้าและตลาดแทมารีน - สองตลาดที่มีเอกลักษณ์และความท้าทายที่แตกต่างกันในย่านห้วยหิน

**กลุ่มเป้าหมาย:** นักศึกษาและครอบครัวที่ต้องการเรียนรู้การแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ (50 คน)

**ระยะเวลา:** 2 วัน (เสาร์-อาทิตย์)

**สถานที่:** อำเภอห้วยหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**รูปแบบ:** การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ + วิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูล + อวกาศเชิงคิด + นำเสนอแนวคิด



# กิจกรรมที่

# 1

## **STRONG Model Foundation Workshop**



## วัตถุประสงค์

สร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับหลักการ STRONG Model ผ่านการบรรยาย  
เชิงปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการเชื่อมโยงกับความสำคัญของการป้องกันทุจริตใน  
การพัฒนาท้องถิ่นและการจัดการตลาดชุมชนอย่างยั่งยืน

## ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

### ขั้นที่ 1: การบรรยายเรื่อง STRONG Model

- ส่วนที่ 1 วิทยากรจาก ป.ป.ช. บรรยายเรื่อง Introduction to STRONG Model
- ส่วนที่ 2 อธิบายความหมายและความสำคัญของหลักการ STRONG Model

### S - Sufficient (ความพอเพียง)

- ความหมาย: การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอต่อความต้องการ
- ในบริบทตลาด: การบริหารงบประมาณ การใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่า การจัดการต้นทุน
- ตัวอย่างการประยุกต์: ระบบการเก็บค่าบริการที่เป็นธรรม การประหยัดพลังงาน การใช้ทรัพยากรร่วมกัน
- การป้องกันทุจริต: การใช้จ่ายอย่างโปร่งใส ไม่สิ้นเปลืองงบประมาณสาธารณะ

### T - Transparent (ความโปร่งใส)

- ความหมาย: การเปิดเผยข้อมูลและดำเนินงานอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้
- ในบริบทตลาด: การแสดงราคาสินค้าชัดเจน การเปิดเผยข้อมูลการบริหารการรายงานผลการดำเนินงาน
- ตัวอย่างการประยุกต์: บอร์ดแสดงรายรับ-จ่าย การประชุมสาธารณะ แอปพลิเคชันรายงานสถานการณ์
- การป้องกันทุจริต: การเปิดเผยข้อมูลการเงิน การตรวจสอบโดยประชาชน ระบบการร้องเรียน



### **R - Realise (การตื่นรู้)**

- ความหมาย: การตื่นรู้และตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- ในบริบทตลาด: การตระหนักและรับฟังความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้า ลูกค้า และชุมชน
- ตัวอย่างการประยุกต์: กล้องรับฟังความคิดเห็น การสำรวจความพึงพอใจ คณะกรรมการตัวแทน
- การป้องกันทุจริต: การตื่นรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน กลไกการตรวจสอบโดยชุมชน

### **O - Onward (การมองไปข้างหน้า)**

- ความหมาย: การมองไปข้างหน้า สร้างนวัตกรรม และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง
- ในบริบทตลาด: การใช้เทคโนโลยีใหม่ การพัฒนาบริการ การสร้างจุดขายที่แตกต่าง
- ตัวอย่างการประยุกต์: ตลาดออนไลน์ ระบบ QR Code การชำระเงินดิจิทัล บริการจัดส่ง
- การป้องกันทุจริต: ระบบดิจิทัลที่ตรวจสอบได้ การใช้เทคโนโลยีเพื่อความโปร่งใส

### **N - Knowledge (การแบ่งปันความรู้)**

- ความหมาย: การสร้างการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ และพัฒนาทักษะร่วมกัน
- ในบริบทตลาด: การอบรมพ่อค้าแม่ค้า การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสร้างฐานความรู้
- ตัวอย่างการประยุกต์: คลาสสอนการขาย อบรมการใช้เทคโนโลยี เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- การป้องกันทุจริต: การศึกษาและรณรงค์ การสร้างวัฒนธรรมความซื่อสัตย์



## **G - Generosity (ความเอื้ออาทร)**

- ความหมาย: ความเอื้ออาทร การแบ่งปันผลประโยชน์ และการคืนกำไรสู่ชุมชน
- ในบริบทตลาด: กิจกรรมเพื่อสังคม การช่วยเหลือผู้ประสบปัญหา การพัฒนาชุมชน
- ตัวอย่างการประยุกต์: โครงการช่วยเหลือผู้ยากไร้ การศึกษา กิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- การป้องกันทุจริต: การคืนผลประโยชน์แก่ส่วนรวม การไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว

### **- ส่วนที่ 3 การเชื่อมโยงกับกรณีศึกษาหัวหิน**

- ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ในตลาดซีเคต้าและตลาดแทมารีน
- ความท้าทายและโอกาสในการนำ STRONG Model ไปใช้
- การเตรียมความพร้อมสำหรับการสำรวจและเปรียบเทียบในกิจกรรมถัดไป

## **ขั้นที่ 2: การแบ่งทีม แบบ STRONG Focus**

- แบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นทีม ตามหลักการ STRONG Model
- ตั้งชื่อทีมตามหลักการที่ได้รับมอบหมาย
- ทีม S: "Sufficient Seekers" - เน้นการจัดการทรัพยากร
- ทีม T: "Transparency Champions" - เน้นความโปร่งใส
- ทีม R: "Response Masters" - เน้นการตื่นรู้และการตอบสนอง
- ทีม O: "Onward Pioneers" - เน้นนวัตกรรม
- ทีม N: "Knowledge Sharers" - เน้นการแบ่งปันความรู้
- ทีม G: "Generous Hearts" - เน้นความเอื้ออาทร

## **ขั้นที่ 3: การละลายพฤติกรรมและเตรียมความพร้อมเป็นทีม**

- ทำความรู้จักและสร้างทีมเวิร์ก
- ศึกษาหลักการ STRONG ที่ทีมรับผิดชอบเป็นพิเศษ
- วางแผนการสำรวจและเก็บข้อมูลตามหลักการที่ได้รับมอบหมาย



## สื่อที่ใช้

- สื่อการบรรยาย (PowerPoint)
- ปากกา/ดินสอ
- บ้ายชื้อทีม/สติ๊กเกอร์ประจำทีม
- โทรศัพท์และระบบเสียง

## ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจหลักการ STRONG Model และครอบคลุมทั้ง 6 หลักการ เข้าใจความสำคัญของการป้องกันทุจริตในบริบทการพัฒนาตลาดท้องถิ่น มีความพร้อมในการทำงานเป็นทีมตามหลักการ STRONG Model ที่ได้รับมอบหมาย และพร้อมที่จะนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาและการสำรวจเปรียบเทียบตลาดซีเคต้าและตลาดแทมารีนในกิจกรรมต่อไป



# กิจกรรมที่

2

การมอบหมายภารกิจ:  
**Mission Brief**



## วัตถุประสงค์

สร้างความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับภารกิจและความท้าทายของตลาดซีเคด้าและตลาดแทมาริน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพร้อมในการเปรียบเทียบและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อชุมชนผ่านกิจกรรมจิตอาสา

## ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

### ขั้นที่ 1: การนำเสนอข้อมูลพื้นฐาน

- วิทยากรนำเสนอข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับทั้งสองตลาด
- **ตลาดซีเคด้า (Cicada Market)**
  - ตลาดแนวศิลปะที่มีสินค้าทำมือ (handmade) งานศิลปะร่วมสมัย และของตกแต่งบ้านจากศิลปินท้องถิ่น มีนิทรรศการศิลปะกลางแจ้ง และเวิร์กช็อปสร้างสรรค์ต่าง ๆ
  - มีกิจกรรมการแสดงสด เช่น ดนตรีสด การเต้น การแสดงละครเวที หรือการแสดงเปิดหมวก (street performance)
  - อาหารและเครื่องดื่มหลากหลายสไตล์ทั้งไทยและนานาชาติ
  - บรรยากาศร่มรื่น จัดตกแต่งพื้นที่อย่างสวยงาม มีต้นไม้ใหญ่ ให้ความรู้สึกเหมือนเดินในสวน
  - เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวและครอบครัว เดินสบาย เหมาะกับการมาเดินเล่นในช่วงเย็น-ค่ำ
- **ตลาดแทมาริน (Tamarind Market)**
  - ตลาดอาหารที่โดดเด่นเรื่องอาหารและของกิน โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่น ของกินเล่น และของหวาน
  - มีเวทีเล็ก ๆ สำหรับวงดนตรีสดเล่นเพลงซัล ๆ ในช่วงค่ำ สร้างบรรยากาศผ่อนคลาย
  - มีที่นั่งกระจายทั่วพื้นที่ ใต้ต้นไม้ใหญ่หรือตรงลานกลาง ช่วยให้สามารถซื้ออาหารแล้วนั่งทานในตลาดได้



- ตลาดนี้เน้นบรรยากาศเป็นกันเอง เหมาะสำหรับผู้ที่อยากพักผ่อนแบบไม่เร่งรีบ เหมาะกับการนั่งชิล-กินดื่มกับเพื่อน
- อยู่ใกล้ Cicada Market เดินถึงกันได้ภายในไม่กี่นาที นักท่องเที่ยวมักเดินถึงสองที่ในวันเดียว

#### - ปัญหาและความท้าทายที่พบ

- การแข่งขันระหว่างตลาด
- การจัดการจราจรและที่จอดรถ
- การรักษาเอกลักษณ์ท่ามกลางการพัฒนาพื้นที่อย่างรวดเร็ว
- ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากร
- การสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น

#### ขั้นที่ 2: กิจกรรมจิตอาสา ณ สวนสนประดิพัทธ์

- การเดินทางไปสวนสนประดิพัทธ์ เดินทางจากสถานที่จัดกิจกรรมไปยังสวนสนประดิพัทธ์

- แจกอุปกรณ์: ถุงมือ ถุงขยะ คีมหยิบขยะ หมวกกันแดด น้ำดื่ม

- กิจกรรม "STRONG Beach Clean-up" แต่ละทีมจะได้รับ Mission Card พร้อมพื้นที่รับผิดชอบตามหลักการ STRONG Model:

- ทีม S (Sufficient): รับผิดชอบเก็บขยะอย่างเป็นระบบ โดยแยกประเภทและนับจำนวน
- ทีม T (Transparent): บันทึกข้อมูลการทำงานและรายงานผลการดำเนินงานแต่ละทีม
- ทีม R (Realise): สำรวจและสัมภาษณ์ผู้มาใช้บริการในส่วนเกี่ยวกับปัญหาขยะเพื่อสร้างการตื่นรู้
- ทีม O (Onward): คิดหาวิธีการป้องกันขยะและสร้างนวัตกรรมการจัดการขยะ
- ทีม N (Knowledge): เก็บข้อมูลประเภทขยะและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
- ทีม G (Generosity): ประสานงานและช่วยเหลือทีมอื่น พร้อมแจกถุงขยะให้นักท่องเที่ยว

- การสรุปผลและแลกเปลี่ยน นับรวมปริมาณขยะที่เก็บได้ แต่ละทีมรายงานประสบการณ์สั้น ๆ ตามหลักการ STRONG Model ที่ได้รับมอบหมาย



### ขั้นที่ 3: การกำหนดเป้าหมายภารกิจ

- การเชื่อมโยงประสบการณ์จิตอาสาเข้ากับ STRONG Model
  - สะท้อนประสบการณ์จากกิจกรรมเก็บขยะชายหาด
  - เชื่อมโยงการทำงานเป็นทีมและการแก้ปัญหาจากกิจกรรมจิตอาสาสู่การวิเคราะห์ตลาด
  - ระบุความสำคัญของความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- ระดมสมองและวางแผนการเปรียบเทียบ
  - ทุกทีมจะต้องเตรียมแผนการสำรวจและเปรียบเทียบทั้งสองตลาดตามหลักการ STRONG Model
  - นำประสบการณ์จากการทำงานเป็นทีมในกิจกรรมจิตอาสามาใช้ในการวางแผน

#### ตัวอย่างกำหนดประเด็นคำถามสำคัญที่ต้องหาคำตอบ เช่น

- ตลาดทั้งสองจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างไร?
- การมีส่วนร่วมของชุมชนในแต่ละตลาดเป็นอย่างไร?
- ความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละตลาดแตกต่างกันอย่างไร?

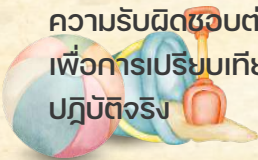
- วางแผนการแบ่งกลุ่มย่อยและมอบหมายหน้าที่
- ออกแบบแบบสำรวจและแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์

### สื่อที่ใช้

- สื่อนำเสนอข้อมูลตลาดซีเคต้าและแทมมารีน (PowerPoint หรือ Infographic)
- อุปกรณ์กิจกรรมจิตอาสา: ถุงมือ, ถุงขยะ, คีมหยิบขยะ, หมวกกันแดด, น้ำดื่ม, ผ้าขนหนู
- Mission Cards สำหรับกิจกรรม STRONG Beach Clean-up
- แผนที่หิวหินและตำแหน่งตลาดทั้งสอง

### ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจความแตกต่างและความท้าทายของทั้งสองตลาด ได้รับประสบการณ์การทำงานเป็นทีมผ่านกิจกรรมจิตอาสา เกิดจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม และพร้อมมุ่งมั่นที่จะหาข้อมูลเชิงลึกเพื่อการเปรียบเทียบที่เป็นรูปธรรม โดยเชื่อมโยงแนวคิด STRONG กับการปฏิบัติจริง



# กิจกรรมที่

3

Exploring & Comparing  
**STRONG** Markets @ หัวหิน



## วัตถุประสงค์

นำผู้เข้าร่วมกิจกรรมไปสำรวจและเปรียบเทียบตลาดซีเคต้าและตลาดแทมมารีนในภาคสนาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกตามหลักการ STRONG Model สร้างความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินงานและโอกาสในการพัฒนา

## ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

### ขั้นที่ 1: การเดินทางและปฐมนิเทศที่ตลาด

- การรวมพลและเช็คความพร้อม ตรวจสอบอุปกรณ์ ทบทวนกฎความปลอดภัย
- การปฐมนิเทศสภาพจริง แนะนำแผนการสำรวจ กำหนดจุดนัดพบ แจกหมายเลงฉุกเฉิน

### ขั้นที่ 2: การสำรวจแบบเปรียบเทียบ

#### Phase A: การสำรวจตลาดแทมมารีน

- การสังเกตแบบมีโครงสร้าง (Structured Observation)
  - S-Sufficient: สำรวจค่าเช่า ค่าไฟ ค่าน้ำ การจัดการพื้นที่ อัตราค่าบริการ
  - T-Transparent: สำรวจป้ายแสดงราคา ข้อมูลร้านค้า จุดบริการข้อมูล ระบบการร้องเรียน
  - R-Realise: สำรวจช่องทางรับฟังความคิดเห็น การสร้างการรับรู้และตอบสนองต่อลูกค้า
  - O-Onward: สำรวจเทคโนโลยีที่ใช้ ระบบการชำระเงิน นวัตกรรมบริการ
  - N-Knowledge: สำรวจป้ายข้อมูล กิจกรรมการเรียนรู้ การถ่ายทอดความรู้
  - G-Generosity: สำรวจกิจกรรมเพื่อสังคม การช่วยเหลือชุมชน
- Targeted Deep Interviews แต่ละกลุ่มย่อยสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย: ผู้จัดการตลาด พ่อค้าแม่ค้า ลูกค้า เจ้าหน้าที่ นักท่องเที่ยว คนท้องถิ่น



## Phase B: การสำรวจตลาดซีเคต้า

- ทำซ้ำกระบวนการเดียวกันที่ตลาดแม่ทามารีน
- เน้นการสังเกตความแตกต่างด้านบรรยากาศ การจัดการพื้นที่ กลุ่มลูกค้า
- เปรียบเทียบระบบการทำงานและการบริการ
- สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นเดียวกัน

## ขั้นที่ 3: การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- การรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูล
- จัดทำตารางเปรียบเทียบแต่ละมิติ STRONG
- ระบุความแตกต่างที่สำคัญและข้อค้นพบที่น่าสนใจ
- การวิเคราะห์เชิงลึกและหาแนวโน้ม
- สร้าง SWOT เปรียบเทียบ (แบบย่อ) สำหรับทั้งสองตลาด
- ระบุ Best Practices ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกัน
- กำหนดประเด็นปัญหาหลักที่ต้องแก้ไข

## สื่อที่ใช้

- แผนที่ตลาดทั้งสอง พร้อมจุดสำคัญ
- แอปพลิเคชันสำหรับบันทึกเสียง, กล้องถ่ายรูป, GPS
- คำถามสัมภาษณ์ตามหลักการ STRONG Model

## ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับข้อมูลเปรียบเทียบครอบคลุมทั้ง 6 มิติ STRONG พร้อมเสียงของผู้มีส่วนได้เสียจากทั้งสองตลาด สร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับจุดแข็ง-จุดอ่อนของแต่ละรูปแบบ พัฒนากิจกรรมการวิจัยเปรียบเทียบ การวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ข้อมูล



# กิจกรรมที่

4

การนำเสนอ: Comparative  
Pitching Battle



## วัตถุประสงค์

พัฒนากิจกรรมการนำเสนอเชิงโน้มน้าวใจ โดยนำเสนอข้อค้นพบจากการเปรียบเทียบทั้งสองตลาดตาม STRONG Model พร้อมเสนอแนะแนวทางการพัฒนาที่เป็นไปได้

## ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

### ขั้นที่ 1: การเตรียมการนำเสนอ

- แต่ละทีมมีเวลาชมนำเสนอและเตรียมตัว
- กำหนดใครเป็นผู้นำเสนอหลัก และใครตอบคำถาม
- เตรียม Key Messages ที่ชัดเจนสำหรับแต่ละมิติ

### ขั้นที่ 2: การนำเสนอแบบ Comparative Round แต่ละทีมจะมีเวลา 20 นาที ในการนำเสนอ แบ่งเป็น

- 15 นาทีแรก: การนำเสนอหลัก โครงสร้างการนำเสนอที่แนะนำ
  - Hook (1 นาที): เปิดด้วยข้อค้นพบที่น่าสนใจที่สุดจากการเปรียบเทียบ
  - Overview (2 นาที): สรุปความแตกต่างหลักของทั้งสองตลาด
  - STRONG Comparison (10 นาที): นำเสนอการเปรียบเทียบทั้ง 6 มิติ
  - Recommendations (2 นาที): เสนอแนะแนวทางการพัฒนาที่น่าจุดแข็งของทั้งสองตลาดมาผสมผสาน
- 5 นาทีหลัง: การถาม-ตอบแบบ Expert Panel คณะกรรมการ (วิทยากร) จะตามคำถามท้าทาย เช่น

### คำถามด้านการเปรียบเทียบ

- "จุดแข็งที่สำคัญที่สุดของแต่ละตลาดคืออะไร?"
- "หากต้องเลือกรูปแบบเดียว จะเลือกแบบไหน เพราะอะไร?"

### คำถามด้านการประยุกต์ใช้

- "จะนำจุดดีของทั้งสองตลาดมาผสมผสานได้อย่างไร?"
- "ข้อเสนอแนะของทีมสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงไหม?"



- คณะกรรมการให้คะแนน 5 เกณฑ์: การวิเคราะห์เปรียบเทียบความครอบคลุม STRONG Model ข้อเสนอแนะที่เป็นไปได้ การนำเสนอ การตอบคำถาม
- ทีมอื่น ๆ โหวต: "Best Comparative Analysis" ด้วยสติ๊กเกอร์ดาว
- ผู้เข้าร่วมทุกคนโหวต: "Most Practical Recommendations"

### รางวัลและการยกย่อง

- 🏆 Best Comparative Analysis: การวิเคราะห์เปรียบเทียบที่ดีที่สุด
- 💡 Most Insightful Discovery: ข้อเสนอแนะที่ให้ความรู้ใหม่มากที่สุด
- 👤 People's Choice Award: ได้รับคะแนนโหวตจากเพื่อนมากที่สุด
- ⚡ Most Practical Recommendations: ข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ดีที่สุด
- 🌟 Most Complete STRONG: ครอบคลุมหลักการ STRONG Model ได้สมบูรณ์ที่สุด

### สิ่งที่ใช้

- โทรศัพท์และระบบเสียง
- Timer หรือ Stopwatch
- แบบฟอร์มให้คะแนนสำหรับกรรมการ
- สติ๊กเกอร์ดาวสำหรับโหวต
- กล้องสำหรับบันทึกภาพ

### ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้ประสบการณ์การนำเสนอการเปรียบเทียบที่มีคุณภาพ รับฟังมุมมองและข้อเสนอแนะที่หลากหลายจากการวิเคราะห์ของทีมอื่น เข้าใจความซับซ้อนและโอกาสในการพัฒนาตลาดท้องถิ่น



# กิจกรรมที่

5

การเยี่ยมชม Premium Outlet ะอำ  
การสะท้อนคิด และปิดกิจกรรม  
Outlet Visit, Reflection & Closing



## วัตถุประสงค์

เพิ่มมิติการเรียนรู้เรื่องการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านการเยี่ยมชม Premium Outlet ๕ แห่ง เชื่อมโยงประสบการณ์การเปรียบเทียบตลาดท้องถิ่นกับการเรียนรู้จากธุรกิจขนาดใหญ่ วิเคราะห์การบริโภคอย่างมีสติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และสะท้อนถึงการประยุกต์ใช้หลักการ STRONG Model ในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย

## ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

### ขั้นที่ 1: การเยี่ยมชมและสำรวจ Premium Outlet ๕ แห่ง

#### Phase A: การเดินทางและปฐมฤกษ์

- รวมพลและเดินทางไปยัง Premium Outlet ๕ แห่ง
- แจกแผนผัง Outlet และ Mission Card สำหรับแต่ละทีม
- อธิบายภารกิจการสำรวจตามหลัก STRONG Model

#### Phase B: การสำรวจเชิงวิเคราะห์แบบ STRONG Focus (50 นาที)

- แต่ละทีมสำรวจและเก็บข้อมูลตามหลักการที่รับผิดชอบ

#### ทีม S (Sufficient) - สำรวจความพอเพียง

- วิเคราะห์การกำหนดราคาและส่วนลด
- สังเกตพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค
- เปรียบเทียบความจำเป็นกับความต้องการในการซื้อ
- สัมภาษณ์ลูกค้าเรื่องเหตุผลการตัดสินใจซื้อ

#### ทีม T (Transparent) - สำรวจความโปร่งใส

- ตรวจสอบการแสดงราคาและข้อมูลสินค้า
- สังเกตนโยบายการคืนสินค้าและการรับประกัน
- วิเคราะห์การสื่อสารข้อมูลโปรโมชั่น
- บันทึกกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน



### ทิม R (Realise) - สำรวจการตื่นรู้

- สังเกตการตอบสนองความต้องการลูกค้า
- วิเคราะห์การจัดวางสินค้าและจิตวิทยาการขาย
- สัมภาษณ์พนักงานเรื่องการปรับปรุงบริการ
- บันทึกวิธีการสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้า

### ทิม O (Onward) - สำรวจนวัตกรรม

- สำรวจเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลที่ใช้
- วิเคราะห์การผสมผสานออนไลน์-ออฟไลน์
- สังเกตนวัตกรรมบริการและการจัดการ
- บันทึกแนวโน้มธุรกิจค้าปลีกในอนาคต

### ทิม N (Knowledge) - สำรวจการแบ่งปันความรู้

- สังเกตการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า
- วิเคราะห์การฝึกอบรมพนักงาน
- สำรวจข้อมูลความรู้เรื่องแบรนด์และสินค้า
- บันทึกการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน

### ทิม G (Generosity) - สำรวจความเอื้ออาทร

- สำรวจการจ้างงานคนในพื้นที่
- วิเคราะห์กิจกรรม CSR และการคืนกำไรสู่สังคม
- สังเกตการดูแลสิ่งแวดล้อมและการจัดการขยะ
- บันทึกผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น

## ขั้นที่ 2: การสะท้อนคิดเชิงลึก

### Phase A: Individual Reflection

- แจกใบงาน "STRONG Learning Journey" ให้แต่ละคนเขียนสะท้อน

### ส่วนที่ 1: การเดินทางแห่งการเรียนรู้

- จากตลาดชุมชน → ตลาดท้องถิ่น → ธุรกิจสมัยใหม่
- สิ่งที่น่าสนใจจากการเปรียบเทียบ
- มุมมองใหม่ที่ได้รับ



## ส่วนที่ 2: บทเรียนการบริโภคอย่างมีสติ

- ความแตกต่างระหว่างความต้องการและความอยาก
- การตัดสินใจซื้อที่สมเหตุสมผล
- การใช้เงินอย่างรู้คุณค่า

## ส่วนที่ 3: การประยุกต์ใช้ STRONG Model

- หลักการที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
- แนวคิดที่จะนำไปพัฒนาชุมชนตนเอง
- เป้าหมายการเปลี่ยนแปลงส่วนตัว

### Phase B: Group Synthesis การแบ่งปันแบบ World Café

- แต่ละคนหมุนเวียนแชร์ประสบการณ์
- บันทึกข้อคิดสำคัญในงาน "STRONG Learning Journey"
- การสรุปโดยวิทยากร "จากตลาดถึง Outlet: บทเรียนแห่งความหลากหลาย"

#### 1. ทุกรูปแบบธุรกิจมีคุณค่า

- ไม่มีแบบไหนดีที่สุด ขึ้นอยู่กับบริบท
- การเรียนรู้จากความแตกต่างสร้างนวัตกรรม

#### 2. STRONG Model ปรับใช้ได้ทุกระดับ

- จากร้านเล็ก ๆ ถึงธุรกิจข้ามชาติ
- หลักธรรมาภิบาลสำคัญทุกขนาด

#### 3. การพัฒนาที่สมดุล

- เศรษฐกิจ + สังคม + สิ่งแวดล้อม
- การบริโภคอย่างมีสติคือกุญแจสำคัญ

## ขั้นที่ 3: ปิดและส่งต่อพลังการเปลี่ยนแปลง

- การมอบใบประกาศนียบัตร
- การสร้างพันธสัญญา SPARK ทุกคนเขียนพันธสัญญาส่วนตัวใน "SPARK Commitment Card (Post-it)"

- S: Stop - สิ่งที่จะหยุดทำ (พฤติกรรมที่ไม่ดี)
- P: Promote - สิ่งที่จะส่งเสริม (การเปลี่ยนแปลงเชิงบวก)
- A: Act - การกระทำที่จะเริ่มต้นที่
- R: Reflect - การทบทวนตนเองอย่างสม่ำเสมอ
- K: Keep going - ความมุ่งมั่นที่จะทำต่อเนื่อง



- การสร้างเครื่องง่าย QR Code เข้ากลุ่ม LINE "STRONG Network" เพื่อติดตามผลและแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- ปิดท้ายด้วย คำกล่าวจากผู้จัดการโครงการ "การป้องกันทุจริตเริ่มจากการเข้าใจระบบ การวิเคราะห์อย่างรอบด้าน และการมีจิตสำนึกที่ดี ซึ่งทุกคนได้แสดงให้เห็นแล้วในวันนี้"

### สิ่งที่ใช้

- Post-it
- ปากกา/ดินสอ
- แพนดิง Premium Outlet และ Mission Cards
- ใบงาน "STRONG Learning Journey"
- ใบประกาศนียบัตรการเข้าร่วมกิจกรรม
- QR Code การ์ดเข้ากลุ่ม

### ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เห็นการประยุกต์ใช้หลักการ STRONG Model ในบริบทธุรกิจที่หลากหลาย ตั้งแต่ตลาดชุมชนไปจนถึงธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ มีความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับการบริโภคอย่างมีสติและการพัฒนาอย่างสมดุล พร้อมทั้งมีเครื่องมือในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และพันธสัญญาที่จะนำความรู้ไปสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในชุมชนของตนเองอย่างเป็นรูปธรรม



## สรุปคุณค่าที่ได้รับจากกิจกรรม

### ความรู้ที่ได้รับ

- ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ STRONG Model ในบริบทการเปรียบเทียบ
- ทักษะการวิเคราะห์เปรียบเทียบและการมองปัญหาหลายมุมมอง
- ประสบการณ์การทำงานเป็นทีมในการสำรวจและวิเคราะห์
- การเข้าใจความซับซ้อนและความหลากหลายของรูปแบบธุรกิจ

### ทักษะที่พัฒนา

- ทักษะการสื่อสาร: การฟัง การถาม การสัมภาษณ์ การนำเสนอเปรียบเทียบ
- ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์: การเปรียบเทียบ การหาความแตกต่าง การสังเคราะห์
- ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น: การแบ่งหน้าที่ การประสานงาน การตกลงร่วมกัน
- ทักษะการสังเกต: การดูรายละเอียด การจับประเด็นสำคัญ การเก็บข้อมูลภาคสนาม

### คุณค่าทางจิตใจ

- จิตสำนึกในการเรียนรู้จากความแตกต่าง
- ความเข้าใจในความสำคัญของการวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจ
- แรงบันดาลใจในการมองหาโอกาสพัฒนาในสิ่งที่ดูธรรมดา
- ความภาคภูมิใจในการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่จากการเปรียบเทียบ

### เครื่องง่ายและความสัมพันธ์

- เพื่อนใหม่ที่มีประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกัน
- การเชื่อมโยงกับตลาดและชุมชนท้องถิ่นหัวหิน
- เครื่องง่ายสำหรับการติดตามและพัฒนาต่อยอดในอนาคต

"การเปรียบเทียบที่แท้จริงไม่ใช่การหาว่าอันไหนดี อันไหนแย่  
แต่เป็นการเรียนรู้เพื่อสร้างสิ่งที่ดีกว่าเดิม  
มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอนาคตที่ดีกว่าด้วยกัน"





มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
SUAN DUSIT UNIVERSITY

295 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร. 0 2244 5000  
295 Nakhon Ratchasima Rd., Dusit, Bangkok 10300 +66 2244 5000  
[www.dusit.ac.th](http://www.dusit.ac.th)