



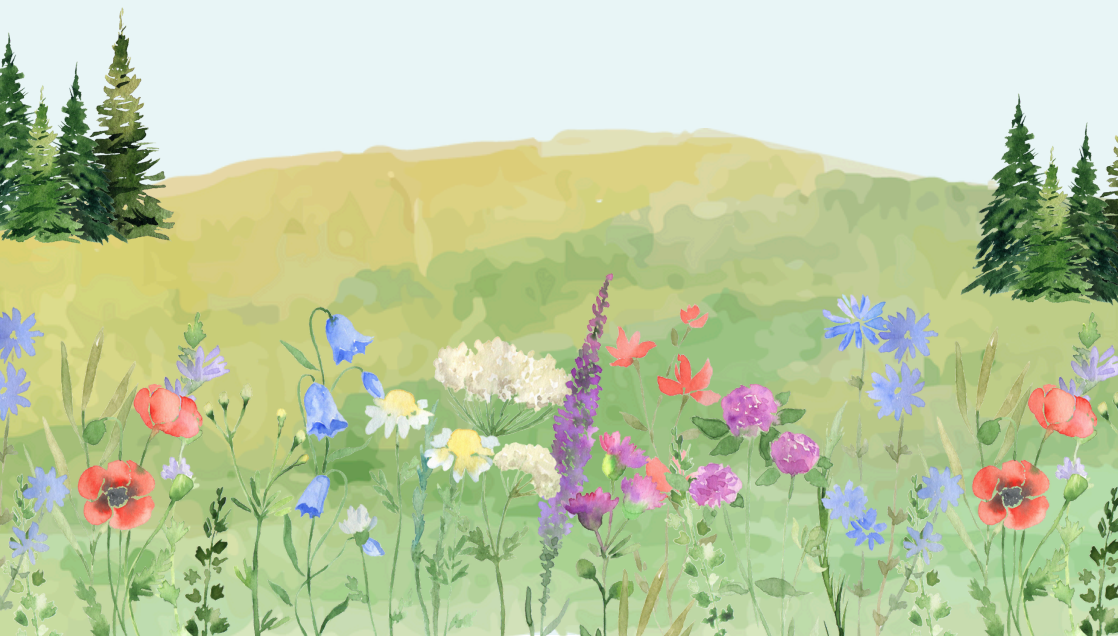
จุดประกาย เปลี่ยนสังคม

"SPARK"



Spark the Change. Stop the Corruption.

คู่มือกิจกรรม: SPARK Camp @ สุพรรณบุรี



ภาพรวมกิจกรรม

พร้อมหรือยังที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงตลาดท้องถิ่นให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ยั่งยืน กิจกรรม SPARK Camp เป็นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการที่จะพาคุณเปิดโลกแห่งความจริง ค้นหา วิเคราะห์ และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปได้จริง ผ่านกรณีศึกษาตลาดสามชุก - ตลาดชุมชนที่เต็มไปด้วยเรื่องราวและความท้าทาย

กลุ่มเป้าหมาย: นักศึกษาและครอบครัวที่ต้องการเรียนรู้การแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ (50 คน)

ระยะเวลา: 2 วัน (เสาร์-อาทิตย์)

สถานที่: จังหวัดสุพรรณบุรี

รูปแบบ: การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ + เล่นบทบาท + วิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูล + ออกแบบเชิงความคิด + นำเสนอแนวคิด

กิจกรรมที่

1

เกม **STRONG Matching**



วัตถุประสงค์

สร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนาน พร้อมทั้งปลูกฝังความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับหลักการ STRONG Model ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคน

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การแจกการ์ดและจับคู่ (10 นาที)

- ผู้เข้าร่วมแต่ละคนจะได้รับการ์ดตัวอักษร STRONG (S | T | R | O | N | G) อย่างละ 1 ใบ
- การ์ดแต่ละใบจะมีสีและลวดลายที่แตกต่างกัน เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ
- ผู้ที่ได้การ์ดตัวอักษรเดียวกันจะรวมตัวเป็นทีม (6 ทีม)

ขั้นที่ 2: การค้นหาความหมาย (15 นาที) แต่ละทีมจะต้องช่วยกันค้นคว้าและอธิบายความหมายของตัวอักษรที่ได้รับ

- S (Sufficient): ความพอเพียงและการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- T (Transparent): ความโปร่งใสในการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูล
- R (Realise): การรับฟังและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
- O (Onward): การมองไปข้างหน้าและสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
- N (Knowledge): การแบ่งปันความรู้และสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน
- G (Generosity): ความเอื้ออาทรและการคืนกำไรสู่ชุมชน

ขั้นที่ 3: การนำเสนอแบบสั้น (20 นาที)

- แต่ละทีมขึ้นนำเสนอความหมายของตัวอักษรที่ได้รับในเวลา 3-5 นาที
- สามารถเลือกใช้วิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เช่น การแสดงสั้น การร้องเพลง หรือการเล่าเรื่อง (Storytelling)
- วิทยากรสรุปและเชื่อมโยงความหมายทั้ง 6 ตัวอักษรเป็นแนวคิดเดียวกัน

สื่อที่ใช้

- การ์ดตัวอักษร STRONG
- กระดาษ Flipchart และปากกาเมจิก
- ใบงานคำอธิบายความหมาย STRONG

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจหลักการ STRONG Model เบื้องต้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมภาคสนาม และพร้อมที่จะเข้าสู่กิจกรรมต่อไป

กิจกรรมที่

2

การมอบหมายภารกิจ:
Mission Brief



วัตถุประสงค์

สร้างความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับการกิจและความท้าทายที่แท้จริงของตลาดสามชุก เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การนำเสนอข้อมูลพื้นฐาน (30 นาที) วิทยากรนำเสนอข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับตลาดสามชุก

- แนะนำสถานที่ ประวัติและความสำคัญของตลาดสามชุก ก่อตั้งมาแล้วกว่า 100 ปี เป็นชุมทางการค้าขายที่สำคัญตั้งแต่ยุคต้นรัตนโกสินทร์ โดยเป็นจุดขนส่งข้าวจากสุพรรณบุรีสู่กรุงเทพฯ และเป็นท่าสุดท้ายของเรือแม่ในแม่น้ำสุพรรณบุรี ทำให้กลายเป็นแหล่งค้าขายที่คึกคักที่สุดตั้งแต่ปลายรัชกาลที่ 5 มีตลาดเรือนแถวหลายแนวและมีหอบถีเชื้อสายจีนเป็นเจ้าของธุรกิจใหญ่ ๆ ก่อนจะเสื่อมโทรมลงเมื่อมีการสร้างถนนและประตุน้ำ จนกระทั่งได้รับการฟื้นฟูให้กลายเป็นตลาดโบราณเพื่อการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จและเป็นต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่นแห่งแรกของประเทศไทย
- ปัญหาปัจจุบันที่เผชิญ เช่น การบริหารจัดการที่ขาดความโปร่งใสและมีความขัดแย้งจากการเมืองท้องถิ่น โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและล้าสมัย การท่องเที่ยวที่เน้นแค่ความคิดถึงอดีตโดยขาดเนื้อหาการเรียนรู้และแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ปัญหาสังคมที่คนรุ่นใหม่ไม่สนใจกลับมาร่วมพัฒนาและเกิดความเหินห่างตัวในชุมชน รวมถึงการขาดความยั่งยืนจากการพึ่งพาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวโดยไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 2: การแจก Scenario Cards (10 นาที) แต่ละทีมจะได้รับ Scenario Card ที่บ่งบอกถึงปัญหาเฉพาะที่ต้องให้ความสำคัญ

- Card 1: ปัญหา "S" - Sufficient (ความพอเพียง) "วิกฤตทรัพยากรและการจัดการ"
- Card 2: ปัญหา "T" - Transparent (ความโปร่งใส) "ปัญหาการบริหารจัดการที่ขาดความโปร่งใส"
- Card 3: ปัญหา "R" - Realise (การตื่นรู้) "การขาดการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้เสีย"
- Card 4: ปัญหา "O" - Onward (การมองไปข้างหน้า) "การขาดนวัตกรรมและวิสัยทัศน์อนาคต"
- Card 5: ปัญหา "N" - Knowledge (การแบ่งปันความรู้) "วิกฤตความรู้และการเรียนรู้"
- Card 6: ปัญหา "G" - Generosity (ความเอื้ออาทร) "การขาดจิตสำนึกในการแบ่งปันและคืนกำไร"

ขั้นที่ 3: การกำหนดเป้าหมายภารกิจ (65 นาที) ระดมสมองและคาดการณ์ถึงปัญหาที่จะพบ

- ทุกทีมจะต้องออกแบบ "STRONG Market Plan" ที่ครอบคลุมทั้ง 6 หลักการ
- วางแผนการดำเนินงาน วางแผนการนำเสนอ กำหนดหน้าที่ จัดตกลงร่วมกัน
- แผนจะต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงภายในงบประมาณที่เป็นไปได้ และคำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- วิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหาที่อาจจะพบ ยกตัวอย่างเช่น

- **ประเด็นที่ 1 (เน้น S-G-N)**

ปัญหาหลัก: ปัญหาทรัพยากรและการจัดการ, การขาดความร่วมมือ, การขาดความรู้ใหม่

ความต้องการ: ต้องการระบบที่มีประสิทธิภาพ, การช่วยเหลือกัน, ความรู้ทักษะใหม่

- **ประเด็นที่ 2 (เน้น T-N-O)**

ปัญหาหลัก: ปัญหาความไม่โปร่งใส, การขาดการเรียนรู้, สิ่งอำนวยความสะดวก

ความต้องการ: ต้องการข้อมูล เชื่อถือได้, กิจกรรมเรียนรู้, เทคโนโลยีที่ทันสมัย

- **ประเด็นที่ 3 (เน้น R-G-S)**

ปัญหาหลัก: ปัญหาการไม่ได้รับฟัง, การไม่ได้ประโยชน์, ทรัพยากรถูกใช้เกินขีด

ความต้องการ: ต้องการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ, ได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์, การจัดการที่ยั่งยืน

- **ประเด็นที่ 4 (เน้น T-S-O)**

ปัญหาหลัก: ปัญหาความไม่โปร่งใสในการบริหาร, ทรัพยากรไม่เพียงพอ, ขาดวิสัยทัศน์

ความต้องการ: ต้องการระบบโปร่งใส, แหล่งเงินทุนและบุคลากร, การวางแผนยุทธศาสตร์

- **ประเด็นที่ 5 (เน้น T-R-O)**

ปัญหาหลัก: ปัญหาการทำงานไม่โปร่งใส, การตอบสนองช้า, การขาดนวัตกรรมในการบริหาร

ความต้องการ: ต้องการระบบเปิดเผยข้อมูล, กลไกตอบสนองรวดเร็ว, นโยบายที่ยืดหยุ่น

สื่อที่ใช้

- สื่อนำเสนอข้อมูลตลาดสามชุก (PowerPoint หรือ Infographic)
- Scenario Cards
- แผนที่ตลาดสามชุก
- ข้อมูลสถิติและภาพถ่ายประกอบ

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจปัญหาและความท้าทาย พร้อมมุ่งมั่นที่จะหาทางแก้ไขที่เป็นรูปธรรม

กิจกรรมที่

3

Exploring my **STRONG** Market
ณ ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี



วัตถุประสงค์

นำผู้เข้าร่วมกิจกรรมไปสำรวจตลาดสามชุกในภาคสนามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกตามหลักการ STRONG Model และสร้างความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับความซับซ้อนของปัญหาและโอกาสในการพัฒนา เพื่อนำไปสู่การออกแบบแผนยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การเดินทางและปฐมนิเทศที่ตลาด (20 นาที)

- การรวมพลและใช้ความพร้อม (5 นาที) ตรวจสอบอุปกรณ์ ทบทวนกฎความปลอดภัย
- การปฐมนิเทศสภาพจริง (15 นาที) แนะนำ 5 โซนการสำรวจ กำหนดจุดนัดพบ แจกหมายเลขจุดเดิน

โซนการสำรวจ

โซน A: ตลาดริมน้ำ (ตลาดเดิม)

โซน B: ตลาดใหม่ริมถนน

โซน C: พื้นที่จอดรถและทางเข้า-ออก

โซน D: พิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้

โซน E: พื้นที่ชุมชนโดยรอบ

ขั้นที่ 2: การสำรวจภาคสนาม (120 นาที)

Phase A: การสำรวจแบบ Structured Observation (60 นาที)

- สำรวจที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการขยะ
- สำรวจป้ายราคา ป้ายข้อมูล จุดบริการข้อมูล ความชัดเจนของข้อมูล
- สำรวจจุดรับฟังความคิดเห็น กล่องข้อเสนอแนะ การมีส่วนร่วมของชุมชน
- สำรวจเทคโนโลยี นวัตกรรม แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง
- สำรวจพิพิธภัณฑ์ ป้ายความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้
- สำรวจชุมชน กิจกรรมเพื่อสังคม การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความเชื่อมโยงระหว่างโซนต่างๆ ระบบการทำงานโดยรวม

Phase B: การสัมภาษณ์เชิงลึก Targeted Deep Interviews (60 นาที)

- แต่ละกลุ่มย่อยสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้จัดการตลาด, พ่อค้าแม่ค้า, เจ้าหน้าที่สาธารณสุข, เจ้าหน้าที่เทศบาล, ลูกค้าประจำ, ผู้นำชุมชน, นักท่องเที่ยว, เยาวชนในพื้นที่, ผู้ประกอบการรุ่นใหม่, ไกด์ท้องถิ่น, ผู้รู้ประวัติศาสตร์, อาสาสมัคร, ผู้นำองค์กรชุมชน, ผู้จัดการระดับสูง, นักวิชาการ, ที่ปรึกษา, ผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นที่ 3: การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล (40 นาที)

- การรวมผลและแลกเปลี่ยนภายในทีม (15 นาที) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มย่อยระบุประเด็นที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
- การสำรวจเพิ่มเติมแบบ Quick Follow-up (15 นาที) เก็บข้อมูลเพิ่มเติมถ่ายภาพประกอบ สัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อความครบถ้วนของข้อมูล
- การสรุปและจัดระเบียบข้อมูล (10 นาที) ใช้ "STRONG Field Data Sheet" จดบันทึก

- ข้อค้นพบสำคัญ (Key Findings)
- เสียงของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Voices)
- ปัญหาและโอกาส (Problems & Opportunities)
- ความเชื่อมโยงตาม STRONG Model

สื่อที่ใช้

- สมุดบันทึกภาคสนาม (STRONG Field Data Sheet)
- แผนที่ตลาด พร้อมจุดสำคัญ

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับฐานข้อมูลตลาดสามชุกครอบคลุมทั้ง 6 มิติ STRONG พร้อมเสียงของผู้มีส่วนได้เสีย สร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับความซับซ้อนของปัญหาจริงและมุมมองที่หลากหลาย พัฒนากิจกรรมการวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์ การสังเกต และการทำงานเป็นทีม รวมทั้งได้รับข้อมูลพร้อมใช้ในรูปแบบรายงานการสำรวจ ภาพประกอบ และข้อมูลดิบสำหรับการวิเคราะห์และพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ตลาดต่อไป

กิจกรรมที่

4

การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน:
SWOT & Pain Point Analysis



วัตถุประสงค์

พัฒนาทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างเป็นระบบ และสรุปประเด็นปัญหาหลักที่ต้องแก้ไขเป็นลำดับความสำคัญ

ขั้นตอนการดำเนินงานกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การวิเคราะห์ SWOT (45 นาที) แต่ละทีมจะได้รับ Template SWOT Analysis แบ่งเป็น 4 ช่อง

- Strengths (จุดแข็ง) - สีเขียว
 - ระบุจุดแข็งในแต่ละมิติ STRONG ที่พบจากการสำรวจ
 - เน้นจุดแข็งที่สามารถใช้ประโยชน์ได้จริง
- Weaknesses (จุดอ่อน) - สีแดง
 - ระบุจุดอ่อนและข้อจำกัดที่พบในแต่ละมิติ STRONG
 - เน้นจุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน
- Opportunities (โอกาส) - สีน้ำเงิน
 - ระบุโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงตามหลักการ STRONG
 - เน้นโอกาสที่เป็นไปได้และสร้างผลกระทบเชิงบวก
- Threats (อุปสรรค) - สีส้ม
 - ระบุอุปสรรคและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
 - เน้นอุปสรรคที่ต้องมีแผนรับมือ

ขั้นที่ 2: การระบุ Pain Points หลัก (30 นาที) จากข้อมูล SWOT และการสัมภาษณ์ที่ผ่านมา แต่ละทีมจะต้องสรุป Pain Points ที่พบ

- ใช้กระดาษ Post-it สีแดงเขียนข้อความสั้น ๆ ใจละ 1 ใบ
- จัดกลุ่ม Pain Points ที่คล้ายกันเข้าด้วยกัน
- เลือก Top 5 Pain Points ที่ต้องแก้ไขเร่งด่วน

ขั้นที่ 3: การแสดงผลงาน Gallery Walk (25 นาที)

- ทุกทีมนำ SWOT Poster ไปติดรอบห้อง
- สมาชิกแต่ละทีมเดินดู SWOT และ Pain Points ของทีมอื่น (3 นาทีต่อสถานี)
- ใช้สติ๊กเกอร์ดาว โหวต Pain Points ที่คิดว่าสำคัญที่สุด
- เขียนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในกระดาษ Post-it สีเหลือง
- นับคะแนนสติ๊กเกอร์ ระบุ Pain Points ลำดับที่ 1-5 ที่ได้รับโหวตสูงสุด
- รวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขั้นที่ 4: การสรุปและการให้ข้อเสนอแนะจากวิทยากร (20 นาที)

- วิทยากรสรุป Common Themes ที่พบในทุกทีม
- การเชื่อมโยงกับทฤษฎี การวิเคราะห์ SWOT
- การระบุ Pain Points แบบ Integrated ที่เชื่อมโยงจ้ามมิติ STRONG
- การให้ตัวอย่าง Best Practices ในการแก้ไข Pain Points คล้าย ๆ กัน
- การให้ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

สื่อที่ใช้

- SWOT Template ขนาด A3
- ปากกาเมจิกสี 4 สี (เขียว, แดง, น้ำเงิน, ส้ม)
- กระดาษ Post-it สีต่าง ๆ
- สติกเกอร์ดาวสำหรับโหวต
- เทปใสสำหรับติดผลงาน

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถวิเคราะห์สถานการณ์อย่างเป็นระบบ และระบุประเด็นปัญหาหลักที่ต้องแก้ไขได้อย่างชัดเจน

กิจกรรมที่

5

ห้องปฏิบัติการการออกแบบ:
STRONG Design Lab



วัตถุประสงค์

ออกแบบแผนการบริหารตลาดที่ครอบคลุมหลักการ STRONG ทั้ง 6 ด้าน โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ (STRONG Mapping)

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การแจก Template และอธิบายแนวทาง (15 นาที) แต่ละทีมจะได้รับ "STRONG Plan Template" แบ่งเป็น 6 ช่องใหญ่

- S : Sufficient (ความเพียงพอ)

คำถามกระตุ้น: "จะจัดการงบประมาณและทรัพยากรอย่างไรให้เพียงพอและยั่งยืน?"

แนวทางที่เป็นไปได้: ระบบเก็บค่าบริการใหม่, การประหยัดพลังงาน, การใช้ทรัพยากรร่วมกัน

- T : Transparent (ความโปร่งใส)

คำถามกระตุ้น: "จะทำให้การบริหารงานโปร่งใสและน่าเชื่อถือได้อย่างไร?"

แนวทางที่เป็นไปได้: บอร์ดแสดงรายรับ-จ่าย, การประชุมร่วมรายเดือน, แอปฯ รายงานสถานการณ์

- R : Realise (การตื่นรู้)

คำถามกระตุ้น: "จะรับฟังและตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างไร?"

แนวทางที่เป็นไปได้: กล้องรับฟังความคิดเห็น, การสำรวจความพึงพอใจ, ตัวแทนพ่อค้าแม่ค้า

- O : Onward (การมองไปข้างหน้า)

คำถามกระตุ้น: "จะสร้างนวัตกรรมและพัฒนาตลาดให้ทันสมัยได้อย่างไร?"

แนวทางที่เป็นไปได้: ตลาดออนไลน์, ระบบ QR Code สั่งสินค้า, บริการจัดส่ง

- N : Knowledge (การแบ่งปันความรู้)

คำถามกระตุ้น: "จะสร้างการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของคนในตลาดได้อย่างไร?"

แนวทางที่เป็นไปได้: คลาสสอนการวาง, อบรมการใช้เทคโนโลยี, แลกเปลี่ยนประสบการณ์

- G : Generosity (ความเอื้ออาทร)

คำถามกระตุ้น: "จะคืนผลประโยชน์สู่ชุมชนและสังคมได้อย่างไร?"

แนวทางที่เป็นไปได้: กิจกรรมช่วยเหลือผู้ยากไร้, ทุนการศึกษาเด็กในชุมชน, โครงการสิ่งแวดล้อม

ขั้นที่ 2: การระดมสมองและออกแบบ (75 นาที) แต่ละทีมจะใช้เทคนิค Design Thinking ในการออกแบบ

- Ideation (15 นาที): ระดมสมองแนวคิดในแต่ละหลักการ STRONG

- ใช้ Post-it ใส่ไอเดียต่างๆ โดยไม่วิจารณ์
- ยังมีไอเดียมากยิ่งขึ้นดี ไม่ว่าจะแปลกหรือธรรมดา

- Selection (15 นาที): คัดเลือกไอเดียที่ดีที่สุดในแต่ละหลักการ

- ใช้เกณฑ์: ทำได้จริง, ตอบโจทย์ปัญหา, งบประมาณไม่เกิน 1 ล้านบาท

- Visualization (45 นาที): สร้างภาพและแผนผังของแนวคิด

- วาดแผนผังตลาดใหม่
- ออกแบบโลโก้และป้ายประชาสัมพันธ์
- สร้างแผนการดำเนินงาน Timeline
- คำนวณงบประมาณคร่าว ๆ

ขั้นที่ 3: การสร้าง Poster นำเสนอ (30 นาที)

- ใช้กระดาษแข็งเทา-ขาว ทำ Poster
- ต้องมีองค์ประกอบครบ: ชื่อแผน, หลักการ STRONG ทั้ง 6 ข้อ, งบประมาณ, Timeline
- เน้นการใช้สีสันและภาพวาดเพื่อให้ดูน่าสนใจ
- วิทยากรเดินให้คำแนะนำและข้อเสนอนะแต่ละทีม

สื่อที่ใช้

- กระดาษแข็งเทา-ขาว
- กระดาษ Flipchart หลากสี
- ปากกามจิก / ดินสอสี
- กระดาษ post-it หลายสี
- เครื่องคิดเลขสำหรับคำนวณงบประมาณ
- iPad / Apple TV

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

แต่ละทีมจะได้แผน STRONG Market Plan พร้อมการนำเสนอที่น่าสนใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

กิจกรรมที่

6

การแข่งขันนำเสนอ:
Pitching Battle



วัตถุประสงค์

พัฒนาทักษะการนำเสนอเชิงโน้มน้าวใจ และได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงแผนให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงานกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การเตรียมการนำเสนอ (20 นาที)

- แต่ละทีมมีเวลาซ้อมนำเสนอและเตรียมตัว
- กำหนดใครเป็นผู้นำเสนอหลัก และใครตอบคำถาม
- เตรียม Elevator Pitch 30 วินาทีสำหรับดึงดูดความสนใจ

ขั้นที่ 2: การนำเสนอแบบ Round Robin (100 นาที) แต่ละทีมจะมีเวลา 15 นาที ในการนำเสนอ แบ่งเป็น

- 10 นาทีแรก: การนำเสนอหลัก โครงสร้างการนำเสนอที่แนะนำ
 - Hook (30 วินาที): เปิดด้วยประโยคหรือสถิติที่ดึงดูดใจ
 - Problem (30 วินาที): บอกปัญหาหลักที่ตลาดสามซุกเผชิญ
 - Solution Overview (60 วินาที): แนะนำแผน STRONG แบบภาพรวม
 - Key Features (60 วินาที): เน้นจุดเด่นของแผนที่แตกต่างจากแผนอื่น
- 5 นาทีหลัง: การถาม-ตอบแบบ Shark Tank คณะกรรมการ (วิทยากร) จะตามคำถามท้ายทาย เช่น

คำถามด้านความเป็นไปได้

- "แผนนี้จะทำได้จริงไหม ภายใน 1 ปี?"
- "ถ้าพ่อค้าแม่ค้าไม่ร่วมมือล่ะ?"
- "จะรับมือกับการต่อต้านจากคนในชุมชนได้ไหม?"

คำถามด้านงบประมาณ

- "เงิน 1 ล้านบาทพอไหม? เอาเงินมาจากไหน?"
- "ถ้าไม่มีผลตอบแทนตามที่คาดหวังจะทำไม?"
- "มีแผน B ไหม?"

คำถามด้านความยั่งยืน

- "5 ปีข้างหน้าตลาดจะเป็นอย่างไร?"
- "จะป้องกันปัญหาซ้ำได้อย่างไร?"

การให้คะแนนและโหวต:

- คณะกรรมการให้คะแนน 5 เกณฑ์: ความคิดสร้างสรรค์, ความเป็นไปได้, ความครอบคลุม STRONG, การนำเสนอ, การตอบคำถาม
- ทีมอื่น ๆ โหวต "Best Popular Choice" ด้วยสติ๊กเกอร์ดาว
- ผู้เข้าร่วมทุกคนโหวต "Most Innovative Idea"

รางวัลและการยกย่อง

- 🏆 Best Overall Plan: แผนที่ดีที่สุดโดยรวม
- 🌟 Most Creative Solution: ไอเดียที่สร้างสรรค์ที่สุด
- 👥 People's Choice Award: ได้รับคะแนนโหวตจากเพื่อนมากที่สุด
- 💡 Best Implementation Plan: แผนที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ดีที่สุด
- 🎯 Most Complete STRONG: ครอบคลุมหลักการ STRONG ได้สมบูรณ์ที่สุด

สื่อที่ใช้

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

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้ประสบการณ์การนำเสนอที่มีคุณภาพ รับฟังข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ และเห็นมุมมองที่หลากหลายจากแผนของทีมงาน

กิจกรรมที่



การสะท้อนคิดและปิดกิจกรรม:
Reflection & Closing



วัตถุประสงค์

ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทบทวนสิ่งที่เรียนรู้ สะท้อนถึงประสบการณ์ที่ได้รับ และเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การปฏิบัติในชีวิตจริง

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม

ขั้นที่ 1: การสะท้อนคิดส่วนบุคคล (45 นาที) แต่ละคนจะได้รับ Post-it สี 3 สี เพื่อเขียนคำตอบสำหรับคำถาม 3 ข้อ

- **Post-it สีชมพู:** "สิ่งที่ได้เรียนรู้วันนี้"

เขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ใหม่หรือเข้าใจมากขึ้น

ตัวอย่าง: "เรียนรู้ว่าการแก้ปัญหาต้องฟังทุกฝ่าย", "STRONG Model ทำให้คิดเป็นระบบมากขึ้น"

- **Post-it สีเขียว:** "สิ่งที่จะนำไปใช้ในชีวิต"

เขียนสิ่งที่ตั้งใจจะนำไปปฏิบัติจริง

ตัวอย่าง: "จะใช้การวิเคราะห์ SWOT ในการตัดสินใจ", "จะเป็นผู้บริหารที่มีจิตสำนึกมากขึ้น"

- **Post-it สีน้ำเงิน:** "ข้อเสนอแนะสำหรับกิจกรรม"

เขียนความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงกิจกรรม

ตัวอย่าง: "อยากให้ใช้เวลาเยอะกว่านี้", "อยากไปดูตลาดจริงๆ"

ขั้นที่ 2: การแบ่งปันในวงใหญ่ - Sharing Circle (45 นาที)

- ทุกคนนั่งเป็นวงกลมใหญ่
- สมัครใจขึ้นมาแชร์สิ่งที่เรียนรู้และประสบการณ์ที่ประทับใจ
- ไม่บังคับ แต่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้พูด
- วิทยากรเป็นผู้อำนวยความสะดวกและสะท้อนกลับ

ตัวอย่างคำถามกระตุ้น

- "มีใครอยากแชร์ว่าวันนี้ได้เรียนรู้อะไรที่ทำให้ตัวเองเปลี่ยนแปลง?"
- "ใครรู้สึกว่าจะมองตลาดหรือชุมชนแตกต่างจากเดิม?"
- "มีใครอยากเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ของตัวเองบ้าง?"

ขั้นที่ 3: การสรุปและส่งต่อแรงบันดาลใจ (30 นาที) วิทยากรสรุป Key Takeaways หลัก

"STRONG ไม่ใช่แค่ตัวอักษร แต่เป็นวิธีคิด"

- การเปลี่ยนแปลงเริ่มต้นจากการเปลี่ยนความคิด
- ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของการเปลี่ยนแปลงได้

"ปัญหาใหญ่ต้องใช้คนหลายคน แต่เริ่มได้จากคนเดียว"

- การฟังและทำความเข้าใจเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ
- การทำงานเป็นทีมทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่าคาด

"ตลาด ชุมชน และประเทศ ต้องการคนรุ่นใหม่ que คิดแบบ STRONG"

- ความเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนต้องมาจากใจที่อยากเห็นสังคมดีขึ้น
- ทุกคนมีบทบาทในการสร้างอนาคตที่ดีกว่า

- การมอบของที่ระลึก

- มอบใบประกาศนียบัตรการเข้าร่วมกิจกรรม

- แจก QR Code เข้ากลุ่ม LINE "STRONG Network" เพื่อติดตามผลและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

สิ่งที่ใช้

- Post-it สี 3 สี (ชมพู, เขียว, น้ำเงิน)
- ปากกาสำหรับเขียน Post-it
- กระดานหรือผนังสำหรับติด Post-it
- ใบประกาศนียบัตรการเข้าร่วมกิจกรรม
- QR Code การ์ดเข้ากลุ่ม

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึที่ดีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ มีแรงบันดาลใจในการนำความรู้ไปใช้ และมีเครื่องมือในการติดตามผลการเรียนรู้ต่อไป

สรุปคุณค่าที่ได้รับจากกิจกรรม

ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทบทวนสิ่งที่เรียนรู้ สะท้อนถึงประสบการณ์ที่ได้รับ และเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การปฏิบัติในชีวิตจริง

ความรู้ที่ได้รับ

- ความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับหลักการ STRONG Model
- ทักษะการวิเคราะห์สถานการณ์และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ
- ประสบการณ์การทำงานเป็นทีมในสถานการณ์จริง
- การเข้าใจมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่หลากหลาย

ทักษะที่พัฒนา

- ทักษะการสื่อสาร: การฟัง การถาม การนำเสนอ
- ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์: การวิเคราะห์ SWOT และการแก้ปัญหา
- ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น: การประนีประนอมและการตกลงร่วมกัน
- ทักษะความเป็นผู้นำ: การจูงใจและการนำเสนอความคิด

คุณค่าทางจิตใจ

- จิตสำนึกต่อชุมชนและสังคม
- ความเข้าใจในความสำคัญของความโปร่งใสและจริยธรรม
- แรงบันดาลใจในการเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงที่ดีต่อสังคม
- ความภาคภูมิใจในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีประโยชน์

เครื่องง่ายและความสัมพันธ์

- เพื่อนใหม่ที่มีความคิดและจิตสำนึกเดียวกัน
- การเชื่อมโยงกับชุมชนและสังคมท้องถิ่น
- เครื่องง่ายสำหรับการติดตามและพัฒนาต่อในอนาคต

"การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนเริ่มต้นจากการเรียนรู้ที่แท้จริง
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

