

คำอธิบายรายวิชา อช21003 พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง จำนวน 2 หน่วยกิต  
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

**มาตรฐานการเรียนรู้ระดับ**

มีความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาอาชีพ ให้มีผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ สร้างรายได้พอเพียงต่อการดำรงชีวิต และเหลือเงินออมตามศักยภาพ

**ศึกษา และฝึกทักษะเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพ เพื่อให้มีความเข้มแข็ง ดังนี้ คือ**

**ความหมาย** ความสำคัญ ความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพ

**ศักยภาพธุรกิจตนเอง ชุมชน** ความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ (ระยะเริ่มต้น ระยะสร้างตัว ระยะทรงตัว ระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น) การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา

**การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด** การกำหนดทิศทางการตลาด กำหนดเป้าหมายการตลาด การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมายบนพื้นฐานศักยภาพธุรกิจที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์กลยุทธ์กำหนดกิจกรรมแผนพัฒนาการตลาด

**การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ** การกำหนดคุณภาพผลผลิตหรือการบริการ การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ การกำหนดแผนกิจกรรม พัฒนาระบบการผลิตหรือบริการ

**การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก** ความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก การแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการแท้จริงของผู้บริโภค รูปลักษณ์ คุณภาพใหม่ เพิ่มช่องทางเข้าถึงลูกค้า

**ปฏิบัติการ** จัดทำแผน และโครงการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

**การจัดประสบการณ์การเรียนรู้**

เป็นการศึกษาปฏิบัติจริงด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก อาจสร้างสถานการณ์จำลองขึ้นมา หรือพาไปศึกษาของจริงเพื่อฝึกปฏิบัติและนำแผนปฏิบัติการต่าง ๆ เข้าสู่วิถีชีวิต หรือดำเนินการจริงตามวิถีชีวิต เพื่อผู้เรียนเกิดการเรียนรู้สามารถพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง (พออยู่ พอกิน มีรายได้ มีการออม)

**การวัดและประเมินผล**

ประเมินจากสภาพจริงจากผลงานการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้การจัดทำแผน และโครงการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

**รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา อช21003 พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง จำนวน 2 หน่วยกิต  
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น**

**มาตรฐานการเรียนรู้ระดับ**

มีความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาอาชีพ ให้มีผลิตภัณฑ์หรืองานบริการ สร้างรายได้พอเพียงต่อการดำรงชีวิต และเหลือเงินออมตามศักยภาพ

ที่	หัวข้อเรื่อง	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน (ชั่วโมง)
1	ศักยภาพธุรกิจ	1.อธิบายความหมาย ความสำคัญ และความจำเป็นของการพัฒนาอาชีพเพื่อความเข้มแข็ง 2.อธิบายความจำเป็น และคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ 3.สามารถวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจในระยะต่าง ๆ 4.สามารถวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา	1.ความหมาย ความสำคัญ และความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพ 2.ความจำเป็นของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ 3.การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ - ระยะเริ่มต้น - ระยะสร้างตัว - ระยะทรงตัว - ระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น 4.การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา	20
2	การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด	1.กำหนดทิศทางการตลาด 2.กำหนดเป้าหมาย การตลาด 3.กำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย 4.วิเคราะห์กลยุทธ์ 5.กำหนดกิจกรรมและแผนการพัฒนาการตลาด	1.การกำหนดทิศทางการตลาด 2.การกำหนดเป้าหมายการตลาด 3.การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย 4.การวิเคราะห์กลยุทธ์ 5.กิจกรรมและแผนการพัฒนาการตลาด	15

ที่	หัวข้อ	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน (ชั่วโมง)
3	การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ	1.อธิบายการกำหนดคุณภาพผลผลิตหรือการบริการ 2.วิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ 3.กำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ 4.กำหนดแผนกิจกรรมการผลิต 5.พัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ	1.การกำหนดคุณภาพการผลิตหรือการบริการ 2.การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ 3.การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ 4.การกำหนดแผนกิจกรรม 5.การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ	15
4	การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก	1.อธิบายความจำเป็น และคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก 2.อธิบายการแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง 3.อธิบายการสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่ 4.อธิบายการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง	1.ความจำเป็น และคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก 2.การแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภค 3.การสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่ 4.การพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง (พอยู่ พอกิน มีรายได้ มีการออม)	15
5	โครงการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง	1.วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนต่าง ๆ 2.เขียนโครงการการพัฒนาอาชีพ 3.ตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาอาชีพ 4.ปรับปรุงโครงการพัฒนาอาชีพ	1.การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนต่างๆ 2.การเขียนโครงการการพัฒนาอาชีพ 3.การตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการ 4.การปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาอาชีพ	15

ตารางการวิเคราะห์รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา  
รายวิชา อช21003 พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง จำนวน 2 หน่วยกิต  
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

ที่	หัวเรื่อง	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน ชั่วโมง	ออกแบบแผนการจัดการ เรียนรู้		
					เรียนรู้ ด้วย ตนเอง	พบ กลุ่ม	สอน เสริม
1	ศักยภาพธุรกิจ	1.อธิบายความหมาย ความสำคัญ และความ จำเป็นของการพัฒนา อาชีพเพื่อความเข้มแข็ง 2.อธิบายความจำเป็น และคุณค่าของการ วิเคราะห์ศักยภาพของ ธุรกิจ 3.สามารถวิเคราะห์ ตำแหน่งธุรกิจในระยะ ต่าง ๆ 4.สามารถวิเคราะห์ ศักยภาพธุรกิจบน เส้นทางของเวลา	1.ความหมาย ความสำคัญ และความจำเป็นในการพัฒนา อาชีพ 2.ความจำเป็นของการ วิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ 3.การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ - ระยะเริ่มต้น - ระยะสร้างตัว - ระยะทรงตัว - ระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น 4.การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ บนเส้นทางของเวลา	20	✓	✓  ✓	
2	การจัดทำ แผนพัฒนา การตลาด	1.กำหนดทิศทางการ ตลาด 2.กำหนดเป้าหมาย การตลาด 3.กำหนดกลยุทธ์สู่ เป้าหมาย 4.วิเคราะห์กลยุทธ์ 5.กำหนดกิจกรรมและ แผนการพัฒนาการ ตลาด	1.การกำหนดทิศทาง การตลาด 2.การกำหนดเป้าหมาย การตลาด 3.การกำหนดกลยุทธ์สู่ เป้าหมาย 4.การวิเคราะห์กลยุทธ์ 5.กิจกรรมและแผนการ พัฒนาการตลาด	15		✓ ✓ ✓ ✓ ✓	

ตารางการวิเคราะห์รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา  
รายวิชา อช21003 พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง จำนวน 2 หน่วยกิต  
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

ที่	หัวเรื่อง	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน ชั่วโมง	ออกแบบแผนการจัดการ เรียนรู้		
					เรียนรู้ ด้วย ตนเอง	พบ กลุ่ม	สอน เสริม
3	การจัดทำ แผนพัฒนาการ ผลิตหรือการ บริการ	1.อธิบายการกำหนด คุณภาพผลผลิตหรือการ บริการ 2.วิเคราะห์ทุนปัจจัยการ ผลิตหรือการบริการ 3.กำหนดเป้าหมายการ ผลิตหรือการบริการ 4.กำหนดแผนกิจกรรม การผลิต 5.พัฒนาระบบการผลิต หรือการบริการ	1.การกำหนดคุณภาพการ ผลิตหรือการบริการ 2.การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการ ผลิตหรือการบริการ 3.การกำหนดเป้าหมายการ ผลิตหรือการบริการ 4.การกำหนดแผนกิจกรรม 5.การพัฒนาระบบการผลิต หรือการบริการ	15		✓  ✓  ✓  ✓  ✓	
4	การพัฒนาธุรกิจ เชิงรุก	1.อธิบายความจำเป็น และคุณค่าของธุรกิจเชิง รุก 2.อธิบายการแทรกความ นิยมเข้าสู่ความต้องการ ของผู้บริโภคอย่างแท้จริง 3.อธิบายการสร้าง รูปลักษณ์ คุณภาพสินค้า ใหม่ 4.อธิบายการพัฒนาอาชีพ ให้มีความเข้มแข็ง	1.ความจำเป็น และคุณค่า ของธุรกิจเชิงรุก 2.การแทรกความนิยมเข้าสู่ ความต้องการของผู้บริโภค 3.การสร้างรูปลักษณ์คุณภาพ สินค้าใหม่ 4.การพัฒนาอาชีพให้มีความ เข้มแข็ง (พออยู่ พอกิน มีรายได้ มีการออม)	15		✓  ✓  ✓  ✓	

ตารางการวิเคราะห์รายละเอียดคำอธิบายรายวิชา  
รายวิชา อช21003 พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง จำนวน 2 หน่วยกิต  
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

ที่	หัวเรื่อง	ตัวชี้วัด	เนื้อหา	จำนวน ชั่วโมง	ออกแบบแผนการจัดการ เรียนรู้		
					เรียนรู้ ด้วย ตนเอง	พบ กลุ่ม	สอน เสริม
5	โครงการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง	1.วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนต่าง ๆ 2.เขียนโครงการการพัฒนาอาชีพ 3.ตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาอาชีพ 4.ปรับปรุงโครงการพัฒนาอาชีพ	1.การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนต่างๆ 2.การเขียนโครงการการพัฒนาอาชีพ 3.การตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการ 4.การปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาอาชีพ	15		✓  ✓  ✓  ✓	

**แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชาพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง**  
ครั้งที่ ..... วันที่ .....เดือน.....พ.ศ.....

**เรื่อง** ศักยภาพธุรกิจ

**ตัวชี้วัด**

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจตามศักยภาพทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่ ศักยภาพของพื้นที่ตามลักษณะภูมิประเทศ ศักยภาพของภูมิประเทศและทำเลที่ตั้งของแต่ละพื้นที่ ศักยภาพของศิลปวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่ ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ใน

**เนื้อหา**

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจตามศักยภาพทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่ ศักยภาพของพื้นที่ตามลักษณะภูมิประเทศ ศักยภาพของภูมิประเทศและทำเลที่ตั้งของแต่ละพื้นที่ ศักยภาพของ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่ ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละพื้นที่ บนเส้นทางของเวลา

**ขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้**

**ขั้นที่ 1 การกำหนดสภาพปัญหาความต้องการในการเรียนรู้**

1. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน
2. ให้ผู้เรียนบอกถึงอาชีพที่ตนเองสนใจ คนละ 1 อาชีพ

**ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูลและการจัดการเรียนรู้**

ครูอธิบายเรื่องการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา และมอบหมายใบงานโดยให้ผู้เรียนตอบคำถามเรื่อง

- 1) การวิเคราะห์งานทางธุรกิจ
- 2) การกำหนดรายละเอียดที่เกี่ยวกับ คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานในหน้าที่
- 3) ข้อกำหนดของคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงาน
- 4) เหตุผลที่ต้องจัดทำกรวิเคราะห์งานทางธุรกิจ

### ขั้นที่ 3 การปฏิบัติและนำไปประยุกต์ใช้

ครูและผู้เรียนร่วมกันสรุปเนื้อหาเรื่องการเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา พร้อมทั้งเฉลยใบงานและแบบทดสอบ

### ขั้นที่ 4 การประเมินผล

มอบหมายให้ผู้เรียนทำแผนพัฒนาอาชีพของตนเอง พร้อมสรุปจัดทำรายงานรวบรวมเป็นแฟ้มสะสมงาน

### สื่อ

1. หนังสือเรียน/สื่อสิ่งพิมพ์
2. ใบงาน



ศักยภาพ คือ ความสามารถภายในร่างกายที่ซ่อนเร้น และยังไม่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจหรือดำเนินการในสิ่งต่าง ๆ การพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงอย่างมีกระบวนการโดยมีจุดมุ่งหมายกำหนดไว้ การพัฒนาศักยภาพ คือ การนำเอาความสามารถที่ซ่อนเร้นภายในมาใช้อย่างมีกระบวนการ เพื่อให้ได้ผลงานเกิดประสิทธิภาพที่ดีที่สุด

**การวิเคราะห์** คือ การแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นสวณย่อย ที่มีความสัมพันธ์กัน รวมถึงสืบค้นความสัมพันธ์สวณย่อยเหล่านั้น

**การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ** คือ การแยกแยะสวณย่อยของความสามารถที่ซ่อนเร้นในตัวตนนำมาใช้ประโยชน์อย่างมีกระบวนการ เพื่อผลงานที่ดีที่สุด

### **คุณค่าและความจำเป็นของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ**

1. ผู้ประกอบการรู้จักตัวเอง, คู่แข่งขัน
2. ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์ทางธุรกิจได้หลายระดับ และแบ่งแยกหน้าที่ได้ชัดเจน เหมาะสมกับความถนัด

### **3. ผู้ประกอบการสามารถมองหาช่องทางลงทุนได้ดีขึ้น**

ตัวอย่างการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ คุณพงษ์ศักดิ์ ชัยศิริ เจ้าของร้านเฟอร์นิเจอร์เครื่องเรือนไม้

1. มีใจรักด้านการค้าเฟอร์นิเจอร์ ชอบบริการงานด้านการขาย
2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อมถ่อมตน
3. มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ขายสินค้าเหมาะสมกับราคา ไม่เอาเปรียบลูกค้า
4. มีความรู้ด้านเฟอร์นิเจอร์เครื่องเรือนไม้เป็นอย่างดี
5. ทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสม
6. มีเงินทุนหมุนเวียนคล่องตัว
7. มีส่วนแบ่งตลาดในท้องถิ่นประมาณ 30%
8. ลูกค้าส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท ข้าราชการ ระดับรายได้ปานกลาง ในหมู่บ้านจัดสรรบริเวณใกล้เคียงประมาณ 7 หมู่บ้านแถบชานเมือง
9. ในท้องถิ่นมีผู้ประกอบการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม่ชนเดียวกัน 3 ราย
10. ทิศทางในอาชีพนี้ ยังมีอนาคตอีกยาวไกล และมีจำนวนหมู่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นในแถบนี้อีกประมาณ 5 หมู่บ้าน 4

จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์ศักยภาพมีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาอาชีพให้เข้มแข็งมาก หากใด วิเคราะห์แยกแยะศักยภาพของตนเองอย่างรอบด้าน ปัจจัยภายในตัวตนผู้ประกอบการ ปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการ โอกาสและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้า ยิ่งวิเคราะห์ได้มากและถูกต้องแม่นยำมาก จะทำให้ ผู้ประกอบการรู้จักตนเอง อาชีพของตนเองได้ดียิ่งขึ้นเหมือนคำกล่าว รูเขา รูเรา รบรอยครั้ง ชนะทั้งร้อยครั้ง



ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

กศน. ตำบล ..... กศน.อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล

สัปดาห์ที่..... วันที่.....

ผู้เรียนทั้งหมด.....คน มาเรียน.....คน ขาดเรียน ..... คน

1. ผลการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. ปัญหา / อุปสรรค

.....  
.....  
.....  
.....

3. ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข

.....  
.....  
.....  
.....

ลงชื่อ..... ผู้บันทึก

( )

ความคิดเห็น	ความคิดเห็น
..... ..... .....	..... ..... .....
ลงชื่อ..... นายทะเบียน ( )	ลงชื่อ..... ผู้บริหารสถานศึกษา ( )

ครั้งที่ ..... วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

เรื่อง การจัดทำแผนการตลาด

ตัวชี้วัด

1. กำหนดทิศทางการตลาด
2. กำหนดเป้าหมายการตลาด
3. กำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย
4. วิเคราะห์กลยุทธ์
5. กำหนดกิจกรรมและแผนการพัฒนากการตลาด

เนื้อหา

1. การกำหนดทิศทางการตลาด
2. การกำหนดเป้าหมายการตลาด
3. การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย
4. การวิเคราะห์กลยุทธ์
5. กิจกรรมและแผนการพัฒนากการตลาด

ขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้

ขั้นที่ 1 การกำหนดสภาพปัญหาความต้องการในการเรียนรู้

ครูและผู้เรียนร่วมกันกำหนดสภาพปัญหา ความต้องการกำหนดทิศทางการตลาด เป้าหมาย การตลาด และกลยุทธ์สู่เป้าหมาย และการวิเคราะห์กลยุทธ์

ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูลและการจัดการเรียนรู้

ครูอธิบายความหมายและวิธีการจัดทำแผนพัฒนากการตลาด และมอบหมายใบงานโดยให้ผู้เรียน วิเคราะห์กลยุทธ์โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคทางการตลาดของอาชีพที่ผู้เรียนสนใจ โดยให้วิเคราะห์แยกเป็นรายด้าน

ขั้นที่ 3 การปฏิบัติและนำไปประยุกต์ใช้

ครูและผู้เรียนร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้และวิเคราะห์กลยุทธ์โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคทางการตลาดของอาชีพที่ผู้เรียนสนใจ

ขั้นที่ 4 การประเมินผล

ผู้เรียนสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ในการประกอบอาชีพที่ผู้เรียนสนใจมาประยุกต์ใช้ได้

สื่อ

1. หนังสือเรียน/สื่อสิ่งพิมพ์
2. ใบงาน
3. ใบความรู้

ใบความรู้ที่ 1 การกำหนดทิศทางและเป้าหมายการตลาด

**การกำหนดทิศทางธุรกิจ** เป็นการคิดใหม่มองเห็นอนาคตการขยายอาชีพให้มีความพอดี จะต้องกำหนดให้ได้ว่าในช่วงระยะ ขางหน้าควรจะไปถึงไหน อย่างไร การกำหนดเป้าหมายการตลาด

เป้าหมายการตลาดเพื่อการขยายอาชีพ คือ การบอกให้ทราบว่า สถานประกอบการนั้นสามารถทำอะไรได้ภายในระยะเวลาเท่าใด ซึ่งอาจจะกำหนดไว้เป็นระยะสั้น หรือระยะยาว 3 ปี หรือ 5 ปี ก็ได้

การกำหนด เป้าหมายของการพัฒนาอาชีพ ต้องมีความชัดเจนสามารถวัดและประเมินผลได้ การกำหนดเป้าหมายหาก สามารถกำหนดเป็นจำนวนตัวเลขได้ก็จะยิ่งดี เพราะทำให้มีความชัดเจน จะช่วยให้การวางแผนมีคุณภาพ ยิ่งขึ้น และจะส่งผลในทางปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น

การบริหารการตลาด (Marketing Management) เป็นกระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวกับการวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย 3 ส่วน

1. การวางแผนวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมาย
2. การปฏิบัติตามแผน

3. การควบคุมและตรวจสอบ การตลาดในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ซึ่งขึ้นอยู่กับกระแสของสังคม กำลังซื้อของ ผู้บริโภค และสวนแบ่งของตลาด ดังนั้น ผู้ประกอบอาชีพ จำเป็นต้องศึกษากระบวนการตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมากำหนดทิศทางและเป้าหมายทางการตลาด โดยพยายามผลิตสินค้าหรือบริการขึ้นมาที่จะสามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดทิศทางและ เป้าหมายทางการตลาดมาใช้ในการตลาด เพื่อเอาชนะคู่แข่งขึ้นทางการตลาดและเป็นผู้ประสบความสำเร็จ ในที่สุด

การกำหนดทิศทางและเป้าหมายทางการตลาดจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้ดังนี้

1. ตลาดต้องการซื้ออะไร หมายถึง สินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ
2. ทำไมจึงซื้อ หมายถึง จุดประสงค์ในการซื้อสินค้าไปทำไม
3. ใครคือผู้ซื้อ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อคือกลุ่มใด
4. ซื้ออย่างไร หมายถึง กระบวนการซื้ออย่างไร เช่น ซื้อแบบตั้งคณะกรรมการการประมูล
5. ซื้อเมื่อไร หมายถึง โอกาสที่จะซื้อสินค้าเมื่อไร เช่น ทุกวัน ทุกเดือน
6. ซื้อที่ไหน หมายถึง สินค้าที่จะซื้อจะมีขายตามราคาประเภทใด เช่น ราคายกของเบ็ดเตล็ด ราคายกทั่วไป

ผู้ประกอบกิจการ จะต้องสรุปให้ได้ว่า ผู้บริโภคต้องการสินค้าชนิดใดนำไปใช้ทำอะไร กลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องซื้อเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อหรือไม่ วิธีการที่ซื้อ เช่น ซื้อได้ทั่วไปหรือต้องผ่านคณะกรรมการ ซื้อใช้เมื่อใด และควรซื้อแหล่งใด สิ่งเหล่านี้จะเป็นทิศทางในการผลิตสินค้าแล้วนำมากำหนดเป้าหมายที่จะผลิตสินค้า เช่น ผลิตผักอินทรีย์ ผู้ซื้อต้องการกินอาหารปลอดสารเคมี คือ กลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุในหมู่บ้าน ซื้อปลีกไข่ ทุกวัน ตามราคาในชุมชน นอกจากนี้อาจจะต้องวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังนี้ เพื่อนำมาพิจารณากำหนดทิศทางด้วย

ตัวอย่าง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าสายการบิน

1. ตลาดต้องการซื้ออะไร : การเดินทางที่สะดวก สบาย รวดเร็ว การบริการที่ประทับใจ มีเที่ยวบิน ให้เลือกมาก มีเที่ยวบินตรง
2. ทำไมจึงซื้อ : ต้องการประหยัดเวลา ต้องการเดินทางอย่างรวดเร็ว มีความภูมิใจ
3. ใครคือผู้ซื้อ : นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว 4. ซื้ออย่างไร : ซื้อซ้ำ ซื้อเมื่อมีฐานะและจำเป็น ซื้อจากความประทับใจ
5. ซื้อเมื่อไร : ซื้อสม่ำเสมอ ซื้อเร่งด่วนเป็นครั้งคราว ซื้อเมื่อต้องการเดินทางท่องเที่ยว
6. ซื้อที่ไหน : ตัวแทนจำหน่าย สำนักงานขายของสายการบิน

การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market) นั้น เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดจะเลือกตลาดเป้าหมายได้ จะต้องทำการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าในอนาคตมีลักษณะการบริโภคอย่างไร มีความต้องการสินค้าชนิดใด มีรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคอย่างไร และผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าในอนาคตเป็ใครอยู่ที่ไหน
  2. สวนผสมทางการตลาด และความสามารถในการจัดสวนผสมทางการตลาดให้เขาถึงเป้าหมาย ทางการตลาดที่ใดวางไว้
  3. เป้าหมายของกิจการ โดยวิเคราะห์ถึงการแสวงหาโอกาสทางการตลาดที่เห็นว่าพอมือของทาง
  4. ปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งสวนมาก ได้แก่ ตัวแปร หรือสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ควบคุมไม่ได้ เพราะ ปัจจัยนี้มีผลต่อการเลือกตลาดเป้าหมายเช่นกัน
  5. การแบ่งสวนตลาด เพื่อที่จะได้กลยุทธ์และยุทธวิธีทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดแต่ละสวน
- เป้าหมายทางการตลาด เป็การคัดเลือกกลุ่มลูกค้าที่เป็เป้าหมายโดยตองคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ คือ สวนผสมทางการตลาด ผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็ลูกค้าในอนาคตและกรณีมีสวนแบ่งในการตลาด

หลักการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด มีดังนี้

1. เป้าหมายที่กำหนดตองมีความเป็ไปได้
2. เป้าหมายตองชัดเจน
3. การกำหนดเป้าหมายตองมีความละเอียดเพียงพอ

การกำหนดทิศทางและเป้าหมายการตลาด

( 1. กำหนดทิศทางการตลาดได้ 2. การกำหนดเป้าหมายการตลาดได้)

ให้ผู้เรียนรวมกลุ่มกัน 5 คนกำหนดทิศทางและเป้าหมายการตลาดในการพัฒนาสินค้าของตนเอง  
หรือสินค้าที่สนใจ

1. ศึกษาตลาดเพื่อกำหนดทิศทาง

- 1.1 สินค้า คือ.....
- 1.2 ลูกค้าซื้อไปทำอะไร
- 1.3 กลุ่มเป้าหมายที่ซื้อสินค้าคือใคร มีกำลังซื้อหรือไม่
- 1.4 ลูกค้าจะซื้ออย่างไร
- 1.5 ลูกค้าซื้อเมื่อไร
- 1.6 ซื้อสินค้าได้ที่ไหน

2. เมื่อศึกษาทิศทางการตลาดแล้วให้กำหนดเป้าหมายการตลาดในการผลิตสินค้า

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้เรียนนำทิศทางและเป้าหมายการตลาดจากใบงานที่ 1 ไปให้ผู้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ แล้วสรุปลงในแบบบันทึก

**แบบบันทึก**

ชื่อสินค้า.....

สรุปผลการวิเคราะห์จากผู้รู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แนวทางการแก้ไขจากการแสดงความคิดเห็นของผู้รู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

กศน. ตำบล ..... กศน.อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล

สัปดาห์ที่..... วันที่.....

ผู้เรียนทั้งหมด.....คน มาเรียน.....คน ขาดเรียน ..... คน

1. ผลการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. ปัญหา / อุปสรรค

.....  
.....  
.....  
.....

3. ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข

.....  
.....  
.....  
.....

ลงชื่อ..... ผู้บันทึก

( )

ความคิดเห็น	ความคิดเห็น
..... ..... .....	..... ..... .....
ลงชื่อ.....นายทะเบียน ( )	ลงชื่อ.....ผู้บริหารสถานศึกษา ( )

ครั้งที่ ..... วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

เรื่อง การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก

### ตัวชี้วัด

- 1.อธิบายความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก
- 2.อธิบายการแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง
- 3.อธิบายการสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่
- 4.อธิบายการพัฒนาอาชีพให้มีความมั่นคง (พออยู่ พอกินมีรายได้)

### เนื้อหา

- 1.อธิบายความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก
- 2.อธิบายการแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง
- 3.อธิบายการสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่
- 4.อธิบายการพัฒนาอาชีพให้มีความมั่นคง (พออยู่ พอกินมีรายได้)

### ขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้

#### ขั้นที่ 1 การกำหนดสภาพปัญหาความต้องการในการเรียนรู้

ครูอธิบายความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก และยกตัวอย่างประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นที่นิยม

#### ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูลและการจัดการเรียนรู้

ครูและผู้เรียนร่วมกันวิเคราะห์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นที่นิยม โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมอบหมายใบงานโดยให้ผู้เรียนบอกชนิดสินค้าที่ได้รับความนิยมประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค ตามที่ผู้เรียนได้ทราบมา 1 ชนิด และบอกถึงชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมนำเสนอ

#### ขั้นที่ 3 การปฏิบัติและนำไปประยุกต์ใช้

ผู้เรียนได้นำความที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

#### ขั้นที่ 4 การประเมินผล

- 1.ครูและผู้ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการพัฒนาธุรกิจเชิงรุก
- 2.การนำเสนอรายงาน

### สื่อ

1. หนังสือเรียน/สื่อสิ่งพิมพ์
2. ใบงาน/ใบความรู้

ใบความรู้ที่ 1 ความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก

1. ความหมายของธุรกิจเชิงรุก ธุรกิจเชิงรุก หมายถึง การบริหารจัดการธุรกิจแบบมีแบบแผน เป็นระบบการพัฒนางานที่ดี อำนวยประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการ สามารถวางแผนติดตามและควบคุมให้การดำเนินงานในทุกด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก ธุรกิจเชิงรุก เป็นความพยายามที่จะหาวิธีการให้โตเปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นการพัฒนา สินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สินค้าได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ผู้บริโภคมี โอกาสเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลาย

## ใบความรู้ที่ 2 การแทรกความนิยมเขาสู่ตลาดของผู้บริโภค

การแทรกความนิยมเขาสู่ความต้องการของผู้บริโภค การแทรกความนิยมเขาสู่ความต้องการของผู้บริโภค จะต้องรูวว่าช่วยอะไรให้กับใคร กลยุทธ์เป็นส่วนประกอบทางการตลาดที่ต้องแทรกความนิยมเขาสู่ความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่วนประกอบ ทางการตลาดเบื้องต้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ( Product ) ซึ่งเป็นทั้งสินค้า ( Goods ) หรือบริการ ( Services ) หรือ ทั้งสองอย่าง ซึ่งผู้ประกอบการต้องชี้แจงได้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนคืออะไร ใช้ประโยชน์ได้อย่างไร และมุ่งหวังว่า จะตองหาทางผลักดันให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าในตลาดให้ได้ โดยการแทรกสนิยมเขาสู่สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ผลิตภัณฑ์คือสิ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงสินค้าที่ขายให้กับลูกค้า เปรียบเสมือนผู้แก้ปัญหาทางการตลาด ปัญหาของลูกค้า คือ ความต้องการสิ่งที่มาตอบสนองให้กับตนเอง เช่น ลูกค้านิยมกลิ่นใบเตยในขนมปัง ผู้ผลิต จึงนำใบเตยมาใช้เป็นส่วนผสมในขนมปัง การใช้ใบเตยในขนมปัง จึงเป็นการแทรกความนิยมลงในสินค้า

## ใบความรู้ที่ 3 การสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่

การสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่ เป็นการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น มีความสวยงาม ใช้งานสะดวก มีความทนทาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจมีหลายรูปแบบ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาจมีสาเหตุมาจากความมั่นคงของธุรกิจ หรือการเติบโตของธุรกิจจึงตองมีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ มีคุณภาพแตกต่างกันไป แต่ละธุรกิจจะพัฒนาได้ตอเมื่อผู้ประกอบการรับรู้ความต้องการในการ ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ จึงกำหนดทิศทางทางวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมสอดคล้องกับ ความ ต้องการของผู้ประกอบการ แนวทางพิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่หมายถึงเฉพาะรูปแบบหรือวัตถุดิบของที่เป็นรูปร่างเท่านั้น แต่ย้งรวมไป ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และการบริการด้วย ดังนั้น

ผลิตภัณฑ์ จึงหมายถึง สินค้าที่สามารถตอบสนองความ พอใจที่จับตองได้และจับตองไม่ได้ ส่วนประกอบที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มี 2 ประการ คือ

1. ผลิตภัณฑ์นั้นตองมีคุณค่าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ตองมีอย่างครบถ้วน หน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

ผู้ผลิตควรดำเนินการ ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลสำหรับปรับปรุงและวิธีการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. กำหนดแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. ดำเนินการและติดตามผลพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ
4. วางแผนกลยุทธ์การขายผลิตภัณฑ์

### ใบงานที่ 1

**การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก** ใหญ่เรียนรวมกลุ่มกันอภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพื่อดำเนินการพัฒนาธุรกิจเชิงรุกใน การที่จะทำให้อาชีพที่ประกอบกรอยู่หรืออาชีพที่สนใจมีความเข้มแข็งสามารถครองอยู่ในตลาดได้นาน ตามหัวข้อ ดังนี้

1. มีความจำเป็นอย่างไรที่จะต้องพัฒนาธุรกิจเชิงรุก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. คิดว่าการแทรกความนิยมของสินค้าที่จะพัฒนาขึ้นใหม่เขาสู่ความต้องการของผู้บริโภค อะไรบาง อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. คิดว่าจะกำหนดรูปลักษณะคุณภาพสินค้าที่จะพัฒนาขึ้นใหม่ เป็นอย่างไร เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

กศน. ตำบล ..... กศน.อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล

สัปดาห์ที่..... วันที่.....

ผู้เรียนทั้งหมด.....คน มาเรียน.....คน ขาดเรียน.....คน

1. ผลการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. ปัญหา / อุปสรรค

.....  
.....  
.....  
.....

3. ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข

.....  
.....  
.....  
.....

ลงชื่อ..... ผู้บันทึก

( )

ความคิดเห็น	ความคิดเห็น
..... ..... .....	..... ..... .....
ลงชื่อ.....นายทะเบียน ( )	ลงชื่อ.....ผู้บริหารสถานศึกษา ( )