

หนังสือเรียน รายวิชาบังคับ

รายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีอยู่มีกิน

ระดับประถมศึกษา (อช11003)

หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
พุทธศักราช 2551



สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ
เอกสารทางวิชาการลำดับที่ 30/2555

หนังสือเรียนสาระการประกอบอาชีพ
รายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีอยู่มีกิน

(อช11003)

ระดับประถมศึกษา

(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560)

หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

พุทธศักราช 2551



สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงศึกษาธิการ

ห้ามจำหน่าย

หนังสือเรียนเล่มนี้จัดพิมพ์ด้วยเงินงบประมาณแผ่นดินเพื่อการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน ลิขสิทธิ์เป็นของ สำนักงาน กศน. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

เอกสารทางวิชาการลำดับที่ 30/2555

หนังสือเรียนสาระการประกอบอาชีพ

รายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีอยู่มีกิน

(อช11003)

ระดับประถมศึกษา

ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560

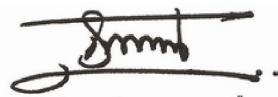
ลิขสิทธิ์เป็นของ สำนักงาน กศน. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
เอกสารทางวิชาการลำดับที่ 30/2555

คำนำ

กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2551 แทนหลักเกณฑ์และวิธีการจัดการศึกษานอกโรงเรียน ตามหลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ซึ่งเป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นตามหลักปรัชญา และความเชื่อพื้นฐานในการจัดการศึกษานอกโรงเรียนที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่มีการเรียนรู้และสั่งสม ความรู้ และประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง

ในปีงบประมาณ 2554 กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน นโยบายทางการศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันให้ประชาชนได้มีอาชีพที่ สามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงและมั่นคง เป็นบุคลากรที่มีวินัย เปี่ยมไปด้วยคุณธรรมและจริยธรรม และมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น สำนักงาน กศน. จึงได้พิจารณาทบทวนหลักการ จุดหมาย มาตรฐาน ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง และเนื้อหาสาระ ทั้ง 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ของหลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ให้มีความสอดคล้องตอบสนองนโยบาย กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งส่งผลให้ต้องปรับปรุงหนังสือเรียน โดยการเพิ่มและสอดแทรกเนื้อหาสาระ เกี่ยวกับอาชีพ คุณธรรม จริยธรรมและการเตรียมพร้อม เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในรายวิชาที่มีความ เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน แต่ยังคงหลักการและวิธีการเดิมในการพัฒนาหนังสือที่ให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้า ความรู้ด้วยตนเอง ปฏิบัติกิจกรรม ทำแบบฝึกหัด เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจ มีการอภิปราย แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่ม หรือศึกษาเพิ่มเติมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งการเรียนรู้และสื่ออื่น

การปรับปรุงหนังสือเรียนในครั้งนี้ ได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละ สาขาวิชา และผู้เกี่ยวข้องในการจัดการเรียนการสอนที่ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลองค์ความรู้จากสื่อต่าง ๆ มาเรียบเรียงเนื้อหาให้ครบถ้วนสอดคล้องกับมาตรฐาน ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ตัวชี้วัดและกรอบเนื้อหา สาระของรายวิชา สำนักงาน กศน. ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ และหวังว่า หนังสือเรียนชุดนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้เรียน ครู ผู้สอน และผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับ หากมีข้อเสนอแนะ ประการใด สำนักงาน กศน. ขอน้อมรับด้วยความขอบคุณยิ่ง



(นายประเสริฐ บุญเรือง)

เลขาธิการ กศน.

พฤศจิกายน 2554

สารบัญ

หน้า

คำนำ	
สารบัญ	
คำแนะนำการใช้หนังสือเรียน	ก
โครงสร้างรายวิชาพัฒนาอาชีพให้มือผู้มีถิ่น (อช11003) ระดับประถมศึกษา	ข
บทที่ 1 ศักยภาพธุรกิจ	1
เรื่องที่ 1 ความหมาย ความสำคัญ ความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้มือผู้มีถิ่น	2
เรื่องที่ 2 ความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ	14
เรื่องที่ 3 การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ	16
เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา	18
บทที่ 2 การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด	11
เรื่องที่ 1 การกำหนดทิศทางการตลาด	12
เรื่องที่ 2 การกำหนดเป้าหมายการตลาด	13
เรื่องที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย	15
เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์	16
เรื่องที่ 5 กิจกรรมและแผนการพัฒนาการตลาด	17
บทที่ 3 การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ	19
เรื่องที่ 1 การกำหนดคุณภาพผลผลิตหรือการบริการ	20
เรื่องที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ	23
เรื่องที่ 3 การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ	25
เรื่องที่ 4 การกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ	27
เรื่องที่ 5 การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ	28
บทที่ 4 การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก	30
เรื่องที่ 1 ความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก	31
เรื่องที่ 2 การแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภค	33
เรื่องที่ 3 การสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่	33
เรื่องที่ 4 การพัฒนาอาชีพให้มีความมั่นคง	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 โครงการพัฒนาอาชีพให้มือผู้มีถิ่น	38
เรื่องที่ 1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผน	39
เรื่องที่ 2 การเขียนโครงการพัฒนาอาชีพให้มือผู้มีถิ่น	41
เรื่องที่ 3 การตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการ	45
เรื่องที่ 4 การปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาอาชีพ	45
คณะผู้จัดทำ	47

คำแนะนำการใช้หนังสือเรียน

หนังสือเรียนสาระการประกอบอาชีพ รายวิชาพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน (อช11003) ระดับประถมศึกษา เป็นหนังสือเรียนที่จัดทำขึ้น สำหรับผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551

ในการศึกษาหนังสือเรียนสาระการประกอบอาชีพ รายวิชาพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน ผู้เรียนควรปฏิบัติดังนี้

1. ศึกษาโครงสร้างรายวิชาให้เข้าใจในหัวข้อและสาระสำคัญ ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ขอบข่ายเนื้อหาของรายวิชาโดยละเอียด
2. ศึกษารายละเอียดเนื้อหาของแต่ละบทอย่างละเอียด และทำกิจกรรมตามที่กำหนด ถ้าผู้เรียนยังไม่เข้าใจควรกลับไปศึกษาและทำความเข้าใจในเนื้อหานั้นใหม่ให้เข้าใจ ก่อนที่จะศึกษาเรื่องต่อ ๆ ไป
3. หนังสือเรียนเล่มนี้เน้นการจัดการเรียนรู้ในลักษณะกระบวนการเป็นส่วนใหญ่ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับทุกอาชีพ
4. หนังสือเล่มนี้มี 5 บท คือ
 - บทที่ 1 ศักยภาพธุรกิจ
 - บทที่ 2 การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด
 - บทที่ 3 การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือบริการ
 - บทที่ 4 การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก
 - บทที่ 5 โครงการพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน

โครงสร้างรายวิชาพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน (อช11003) ระดับประถมศึกษา

สาระสำคัญ

การพัฒนาอาชีพให้มียูมีกินจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันได้ โดยมีการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด การทำแผนพัฒนา การผลิต หรือการบริการ การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก และสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาจัดทำโครงการพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายความหมาย ความสำคัญ ความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน หรืองานบริการ สร้างรายได้พอเพียงต่อการดำรงชีวิต
2. วิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ การตลาด การผลิตหรือบริการแผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจให้มียูมีกิน
3. ขอมรับและเห็นคุณค่าในการพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน
4. ปฏิบัติการทำแผนและ โครงการพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน

ขอบข่ายเนื้อหา

- บทที่ 1 ศักยภาพธุรกิจ
- บทที่ 2 การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด
- บทที่ 3 การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ
- บทที่ 4 การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก
- บทที่ 5 โครงการพัฒนาอาชีพให้มียูมีกิน

บทที่ 1

ศักยภาพธุรกิจ

สาระสำคัญ

ศักยภาพธุรกิจมีความสำคัญและความจำเป็นต่อการพัฒนาอาชีพให้มีผู้มีกิน

ตัวชี้วัด

1. อธิบายเกี่ยวกับ ความหมาย ความสำคัญ ความจำเป็นของการพัฒนาอาชีพให้มีผู้มีกิน
2. อธิบายความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ
3. วิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ
4. วิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลาตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

ขอบข่ายเนื้อหา

เรื่องที่ 1 ความหมาย ความสำคัญ ความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้มีผู้มีกิน

เรื่องที่ 2 ความจำเป็นและคุณค่าการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

เรื่องที่ 3 การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ

เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลาตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

เรื่องที่ 1 ความหมาย ความสำคัญ ความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้มีผู้มีกิน

ศักยภาพของธุรกิจ หมายถึง ธุรกิจที่บุคคลที่มีความสามารถพัฒนาสินค้านั้น ๆ ให้สามารถอยู่ในตลาดได้

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงอย่างมีกระบวนการ โดยมีจุดมุ่งหมาย

การพัฒนาอาชีพ หมายถึง การประกอบอาชีพที่มีการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา โดยมีส่วนครองตลาดได้ตามความต้องการของผู้ผลิต แสดงถึงความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้ผลิต

ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพมีความจำเป็นและสำคัญมากในการพัฒนาอาชีพ หรือพัฒนาธุรกิจ โดยการนำเอาความสามารถออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อการประสบผลสำเร็จอย่างงดงาม

การวิเคราะห์ หมายถึง การแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อย ที่มีความสัมพันธ์กัน รวมถึงสืบค้นหาความสัมพันธ์นั้น

ตัวอย่าง การวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของนางสาวมาลี ช่อประดิษฐ์ อาชีพค้าขายและรับจ้างทำบายศรี ชั้นหมากใบตอง จัดดอกไม้สด และร้อยมาลัย โดยเปิดแผงร้านค้าบริเวณมุมตลาดสดประจำอำเภอ

1. มาลี มีใจรักในงานประดิษฐ์ มีจิตใจพร้อมบริการ บริการตรงเวลา
2. มาลี มีฝีมือในการจัดดอกไม้ เย็บใบตอง ได้ประณีตสวยงามและ ออกแบบได้สวยงาม
3. ทำเล ของร้านมาลีเป็นย่านการค้าจึงมีความเหมาะสม
4. มาลี มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส
5. มาลี มีความซื่อสัตย์ต่อการค้า ไม่เอาเปรียบลูกค้า เลือกว่าวัสดุเหมาะสมกับราคา
6. มาลี มีเงินทุนสำรองหมุนเวียนพอเพียงในการประกอบกิจการในระดับพออยู่พอกิน

ใบงานที่ 1

อภิปรายความหมายความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพ

คำสั่ง ให้ผู้เรียนรวมกลุ่มจำนวน 3 – 5 คน ร่วมกันอภิปรายถึงความหมายความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพ แล้วสรุปเป็นความรู้ลงในแบบบันทึก

.....

.....

.....

ใบงานที่ 2

การวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจ

คำสั่ง ให้ผู้เรียนวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจเพื่อพัฒนาอาชีพของตนเองหรืออาชีพที่มีความสนใจด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้ง.....
2. ความตรงต่อเวลาในการบริการ.....
3. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับราคา.....
4. การพัฒนารูปแบบสินค้า.....
5. การใช้เงินทุน.....
6. การพัฒนาทางการตลาด.....
7. การพัฒนากระบวนการผลิต/หรือการบริการ.....

เรื่องที่ 2 ความจำเป็นและคุณค่าการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

ความจำเป็นของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ มีดังนี้

1. เพื่อจะได้เห็นทิศทางเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ
2. เพื่อสื่อทิศทางของธุรกิจให้บุคคล หรือองค์กรจัดสรรเงินทุน เพื่อการกู้ยืมหรือร่วมลงทุน และสร้างความมั่นใจในการประกอบธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาธุรกิจตนเอง

คุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

1. ผู้ประกอบการรู้จักตนเองสามารถคาดการณ์ทิศทางของอาชีพทั้งปัจจุบันและอนาคต อย่างมีกลยุทธ์
2. มีทิศทางในการประกอบอาชีพของตนเอง โดยอาศัยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมายในการประกอบอาชีพของตน
3. การวางกลยุทธ์แต่ละระดับสำหรับผู้ประกอบการ สถานประกอบการ และเครือข่าย มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของผู้ร่วมงานอย่างชัดเจน
4. การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจทำให้รู้จักปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพตนเอง เช่น
 1. สินค้า หรือบริการของตนเองคืออะไร ตอบสนองลูกค้าระดับใด
 2. ส่วนแบ่งการตลาด สินค้าของคุณเทียบได้กับคู่แข่ง
 3. คุณค่าของสินค้าอาชีพให้ประโยชน์ด้านใดและมีปริมาณเท่าไร

ใบงานที่ 3

ความจำเป็นและคุณค่าการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

คำสั่ง ให้ผู้เรียนบอกความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจที่ผู้เรียนประกอบอยู่ในปัจจุบันหรืออาชีพที่สนใจ ดังนี้

1. อาชีพของท่านมีความสำคัญต่อท้องถิ่นคือ.....

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

2. มีทิศทางความก้าวหน้าอาชีพของตนเองในท้องถิ่น.....

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

3. สินค้าของท่านมีส่วนแบ่งการตลาดในท้องถิ่นเท่าใด

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

4. จากการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจอาชีพของท่าน ท่านคิดว่ามีประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพของท่าน อย่างไร

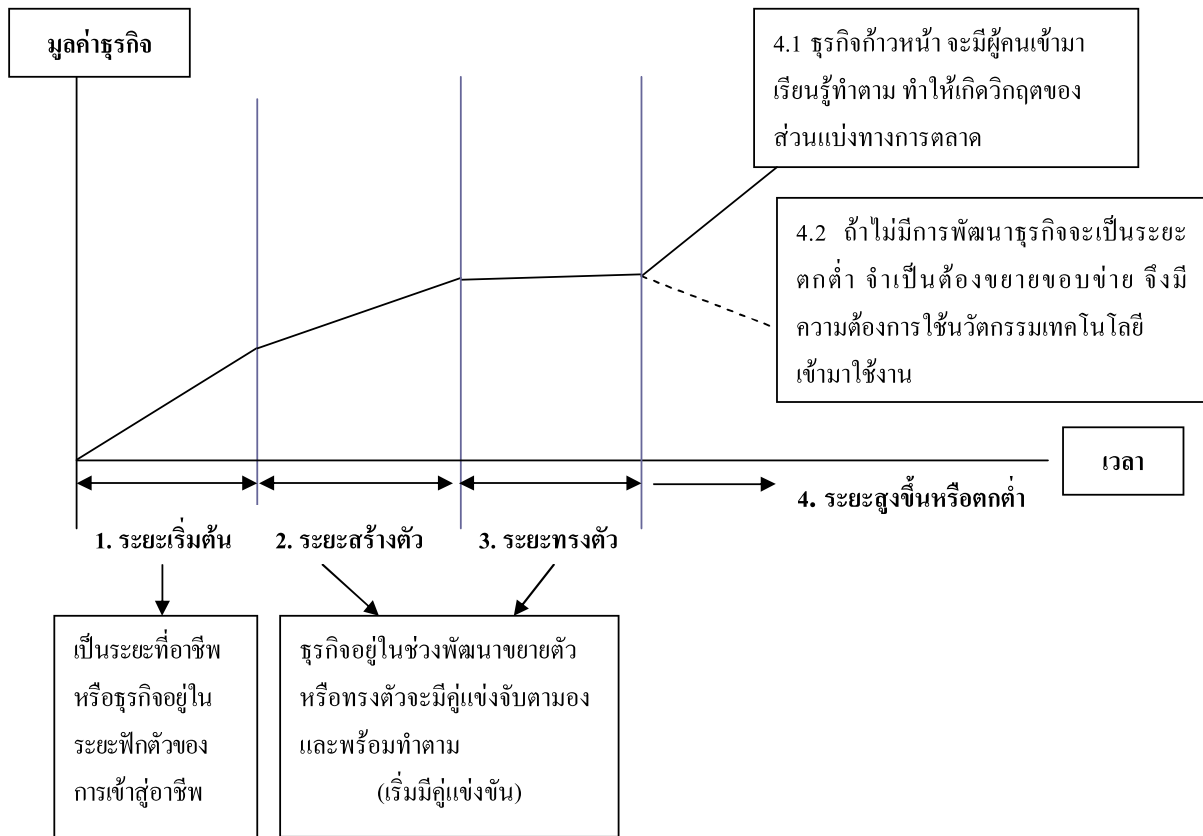
.....
.....
.....
.....
.....

เรื่องที่ 3 การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ

ตำแหน่งธุรกิจ หมายถึง ระยะเวลาในช่วงการประกอบอาชีพหรือธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละระดับขั้นตอนของการดำเนินกิจการ แบ่งเป็น 4 ระยะดังนี้

1. ระยะเริ่มต้น
2. ระยะสร้างตัว
3. ระยะทรงตัว
4. ระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น

ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ และสามารถวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจในอาชีพของตนเองได้ว่าอยู่ในระยะใด ต้องขยายตัวอีกมากน้อยเพียงใด และคู่แข่งเกิดขึ้นมากหรือน้อย โดยอาศัยข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของตนเอง ซึ่งได้อธิบายเป็นกราฟวิเคราะห์ตำแหน่งวงจรธุรกิจได้ดังนี้

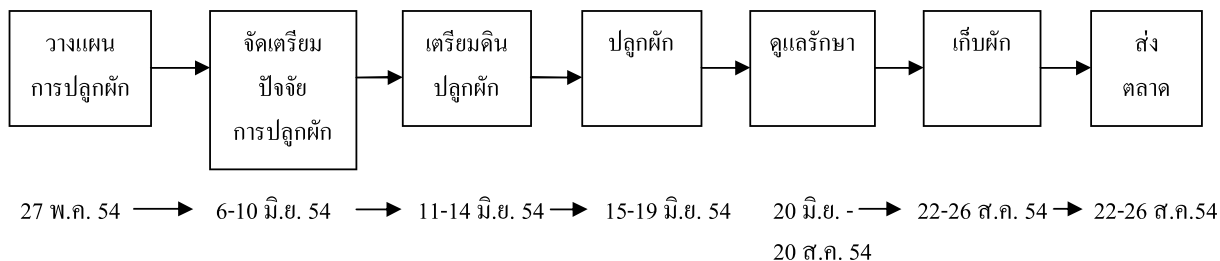


กราฟวิเคราะห์ตำแหน่งวงจรธุรกิจ

เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลา

เส้นทางเวลา หมายถึง วัฏจักรของการประกอบอาชีพธุรกิจสินค้าหรือบริการในช่วงระยะเวลาหนึ่งของการดำเนินกิจการ

ตัวอย่าง ผังการไหลของอาชีพปลูกผักในพื้นที่ 5 ไร่



จากผังการไหลของอาชีพปลูกผักข้างต้น เป็นกระบวนการปลูกผัก ซึ่งเป็นขั้นตอนมีการดำเนินงานตามลำดับก่อนหลัง เช่น ต้องมีการวางแผนก่อนที่จะดำเนินการปลูกผัก และในแต่ละขั้นตอนตามเส้นทางของเวลาในการปลูกผัก เจ้าของธุรกิจต้องวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจของทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่ได้ เช่น

- การวางแผนการปลูกผัก ผู้ประกอบการจะสามารถวางแผนการใช้ทุนได้อย่างเหมาะสม เช่น มีการลดต้นทุนได้ สามารถใช้ทุนอื่นมาทดแทนได้
- การปลูกผัก ผู้ประกอบการจัดการปลูกได้รวดเร็วตรงตามแผนที่กำหนดไว้ มีการคิดค้นเครื่องทุ่นแรงในการปลูกผัก

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลาตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่ คือ การแยกแยะกระบวนการทางธุรกิจตามเส้นทางของเวลา เพื่อวิเคราะห์หาศักยภาพธุรกิจของตนเองในแต่ละช่วงของการผลิตสินค้าทำให้มองเห็นความก้าวหน้า ความสำเร็จในแต่ละภารกิจ ด้วยการกำหนดกิจกรรมและกำกับเวลาที่ต้องใช้จริง เขียนเน้นถึงการไหลของงาน เพื่อเป็นการเฝ้าระวังการดำเนินงาน การจัดทำผังการไหลของงานในแต่ละภารกิจ โดยกำหนดกิจกรรมออกมาจัดลำดับขั้นตอนก่อนหลัง ดังนี้

1. ศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่

ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งมนุษย์สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพได้ เช่น ในการวางแผนการปลูกผัก มีแหล่งน้ำเพียงพอต่อระยะเวลาการปลูกผักในพื้นที่ 5 ไร่ หรือไม่ และความอุดมสมบูรณ์ของดินมีมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะส่งผลต่อการปรับปรุงบำรุงดินและการใส่ปุ๋ย

2. ศักยภาพของพื้นที่ตามลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศ หมายถึง ลักษณะอากาศประจำท้องถิ่นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการประกอบอาชีพในแต่ละพื้นที่ มีสภาพอากาศที่แตกต่างกัน สำหรับการปลูกผักจะอาศัยลักษณะภูมิอากาศเข้าช่วย การจัดเตรียมพันธุ์ผักให้เหมาะสมกับฤดูกาล เช่น พืชที่ปลูกในฤดูหนาวและพืชที่ปลูกในฤดูร้อน

3. ศักยภาพของภูมิประเทศ และทำเลที่ตั้งของแต่ละพื้นที่

ภูมิประเทศ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของแผ่นดิน ความสูงต่ำ เป็นที่ราบลุ่มหรือราบสูง ภูเขา แม่น้ำ ทะเล เป็นต้น ดังนั้น ในการเตรียมดินปลูกผัก จะต้องเป็นพันธุ์ผักที่เหมาะสมกับที่ราบลุ่มหรือภูเขา

4. ศักยภาพของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่

ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี หมายถึง เป็นความเชื่อของมนุษย์ การกระทำที่มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นเอกลักษณ์ ในแต่ละภาคของประเทศไทยมีศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตการเป็นอยู่และการบริโภคที่แตกต่างกัน การปลูกผักควรปลูกให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาด

5. ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละพื้นที่

ทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละพื้นที่ หมายถึง ความรู้ ความสามารถของมนุษย์ที่เป็นภูมิความรู้ ภูมิปัญญา ทั้งในอดีตและปัจจุบันในแต่ละภาคของประเทศไทย ในแต่ละท้องถิ่นมีความถนัด และความชำนาญในการดูแลรักษา และการเก็บผักสู่ตลาดที่ไม่เหมือนกัน ส่งผลให้ผลผลิตและรายได้ที่ต่างกัน

ใบงานที่ 5

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลาตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

คำสั่ง จงอธิบายตามหัวข้อดังนี้

1. ให้ผู้เรียนจัดทำผังการไหลในอาชีพที่ประกอบการอยู่หรืออาชีพที่สนใจ แล้ววิเคราะห์แต่ละขั้นตอนของการประกอบอาชีพว่าจะทำอย่างไรให้ธุรกิจมีศักยภาพ

2. การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจบนเส้นทางของเวลาตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

ที่	ขั้นตอนการปลูกผัก	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพทั้ง 5 ศักยภาพ

บทที่ 2

การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด

สาระสำคัญ

การจัดทำแผนพัฒนาการตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่กำหนดไว้

ตัวชี้วัด

1. อธิบายการกำหนดทิศทางการตลาด
2. อธิบายการกำหนดเป้าหมายการตลาด
3. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย
4. สามารถวิเคราะห์กลยุทธ์
5. อธิบายการกำหนดกิจกรรมและแผนการพัฒนาการตลาด

ขอบข่ายเนื้อหา

เรื่องที่ 1 การกำหนดทิศทางการตลาด

เรื่องที่ 2 การกำหนดเป้าหมายการตลาด

เรื่องที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย

เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์

เรื่องที่ 5 กำหนดกิจกรรมและแผนการพัฒนาการตลาด

เรื่องที่ 1 การกำหนดทิศทางการตลาด

การกำหนดทิศทางการตลาดประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

1. ผู้ผลิต เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในตลาดการค้าสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าในรูปแบบใด ประโยชน์ใช้สอยอย่างไร ราคาสินค้า และกำลังซื้อของผู้บริโภคเป็นตัวปัจจัยในการกำหนดทิศทางการตลาดนอกเหนือจากการใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคา การแถม การแจก การแลก ผู้ผลิตจำเป็นต้องศึกษาพัฒนาสินค้าให้ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2. สินค้าหรือการบริการ ตัวสินค้าหรือรูปแบบการให้บริการแก่ลูกค้า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาตลอดเวลา เพื่อให้ทันสมัย ทันต่อความต้องการของลูกค้า

3. ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ สินค้าจะครองอยู่ในตลาดได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าสามารถผลิตตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จำนวนสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลง สามารถพิจารณาได้จากจำนวนความต้องการของผู้บริโภค หรือจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้า ถ้ายอดการสั่งซื้อสินค้าลดลงก็แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มความนิยมของผู้บริโภคลดลง ซึ่งสาเหตุมาจากมีผู้แข่งขันมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดมีแนวโน้มลดลง

ดังนั้น ผู้ผลิตก็ต้องพิจารณาว่าในปัจจุบันความต้องการสินค้าชนิดนั้น ๆ เปลี่ยนแปลงไปในทางใด เช่น

1. รูปแบบสินค้าล้าสมัยไม่เป็นที่ถูกใจของลูกค้า
2. ผลิตภัณฑ์ใช้ประโยชน์ได้น้อย เช่น แชมพูสระผมของยี่ห้ออื่นใช้ได้ทั้งสระผมและนวดผม ซึ่งดีกว่าของเราใช้สระผมได้อย่างเดียว
3. สินค้าชนิดอื่น ๆ ประหยัดเวลาได้ดีกว่า เช่น กาต้มน้ำไฟฟ้ายี่ห้อ A ใช้เวลาน้อยกว่ายี่ห้อ B
4. สินค้าอื่น ๆ สามารถหาซื้อได้สะดวกกว่า เพราะสินค้านั้นวางขายตามร้านสะดวกซื้อที่มีอยู่ทั่วไป
5. กลุ่มผู้ซื้อสินค้าของเราแคบไปไหม ควรจะขยายไปยังกลุ่มอื่น ๆ อีกหรือไม่

ในเรื่องนี้ผู้เรียนจะต้องสรุปให้ได้ว่าสินค้าของเรามียอดขายคงเดิม ลดลง หรือเพิ่มขึ้น แล้วศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างเช่น เกษตรกรมีอาชีพปลูกผักขายในหมู่บ้าน แต่ความนิยมของลูกค้าเปลี่ยนไป เช่น ต้องการดูแลสุขภาพให้ปลอดภัยจากสารเคมี นอกจากนี้จะต้องพิจารณาถึงประเด็นอื่นอีกต่อไปนี้

1. ตลาดต้องการซื้อผักที่ปลอดภัยจากสารเคมี
2. กลุ่มลูกค้าต้องการซื้อผักปลอดภัยจากสารเคมีเพื่อสุขภาพ
3. ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีฐานะเนื่องจากผักปลอดภัยจากสารเคมีจะมีราคาแพง
4. สถานที่ซื้อควรจะอยู่ในเมืองใหญ่และสามารถกระจายจุดขายได้หลาย ๆ จุด
5. ซื้ออย่างไรจึงจะสามารถซื้อรับประทานได้ทุกวัน

สรุปได้ว่า จะปรับลักษณะของสินค้าหรือบริการอย่างไรต้องพิจารณาถึงเหตุผลในการซื้อของผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง มีกำลังซื้ออย่างน้อยเพียงใด ผู้ซื้อสะดวกซื้อที่ใดและขั้นตอนการซื้อไม่ควรยุ่งยาก แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าสินค้าหรืองานบริการจะมีส่วนแบ่งการตลาดอย่างน้อยเพียงใด แล้วกำหนดเป้าหมายการตลาด ส่วนแบ่งการตลาดก็คือ สินค้าของเราเป็นส่วนหนึ่งของตลาดสินค้านั้น

เรื่องที่ 2 การกำหนดเป้าหมายการตลาด

การกำหนดเป้าหมายการตลาด หมายถึง ตามทิศทางการผลิตสินค้าหรืองานบริการ การกำหนดเป้าหมายที่มีความเป็นไปได้ เช่น การเพิ่มสินค้าสู่ตลาดอีก 25 %

การกำหนดเป้าหมายการตลาด มีองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายการตลาดอยู่ 2 ประการ คือ

1. กลยุทธ์สู่เป้าหมาย
2. แผนพัฒนาการตลาด

ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านนี้จะต้องมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เป็นไปตามเป้าหมายการตลาด ดังแผนภูมิข้างล่างนี้



ใบงานที่ 1

การกำหนดทิศทางการตลาด

คำสั่ง ให้ผู้เรียนรวมกลุ่มกัน 5 คน กำหนดทิศทางการตลาดในสินค้าของตนเองหรือสินค้าที่สนใจเพื่อพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของตลาด

1. ศึกษาความต้องการของตลาดเพื่อกำหนดทิศทางการผลิตสินค้าหรือบริการ
 - 1.1 สินค้าหรือบริการ คือ.....
 - 1.2 ลูกค้าซื้อไปทำอะไร.....
 - 1.3 กลุ่มลูกค้าเป็นใคร.....
 - 1.4 ลูกค้าจะซื้ออย่างไร.....
 - 1.5 ลูกค้าใช้สินค้าเมื่อไร.....
 - 1.6 ซื้อสินค้าได้ที่ใด.....
2. เมื่อศึกษาทิศทางการตลาดแล้วให้กำหนดเป้าหมายการตลาดในการผลิตสินค้า

แบบบันทึก

สมาชิกกลุ่ม

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

ทิศทางการตลาด.....

เป้าหมายการตลาด.....

เรื่องที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย

การกำหนดกลยุทธ์

กลยุทธ์ เป็นการหาวิธีการที่จะทำให้จำนวนลูกค้าที่มีอยู่ก่อนแล้วเพิ่มจำนวนซื้อให้มากกว่าเดิม โดยการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพในการซื้อ มาใช้เป็นบรรทัดฐานในการกำหนดวิธีการเพิ่มปริมาณลูกค้าหรือเพิ่มยอดขาย ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์ จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาด ดังนี้

1. เป็นการขยายปริมาณลูกค้าได้อย่างชัดเจน
2. นำไปจัดทำแผนให้เหมาะสมกับเวลาและเป็นการจัดลำดับงานที่ปฏิบัติได้
3. สามารถทำให้บรรลุผลการขายตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

กลยุทธ์ จะต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าหรืองานบริการชนิดนั้นว่ามี “จุดขาย” หรือ “จุดครองใจ” ผู้บริโภคอย่างไรบ้าง โดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างมักจะมีจุดขายหรือจุดเด่นแตกต่างกัน ผู้ผลิตจึงควรเลือกจุดครองใจหรือจุดเด่นที่สุดของสินค้าที่ควรยกขึ้นมาใช้ส่งเสริมการขาย เป็นจุดที่ใช้ขายในการขายสินค้า จากการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพื่อให้สินค้านั้นอยู่ในใจของผู้บริโภคตลอดกาล

การกำหนดกลยุทธ์ ควรคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ลงทุนต่ำที่สุด มีความเป็นไปได้ทางการเงิน
2. ทำในสิ่งที่ทำได้ดี ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการผลิต
3. ทำจำนวนน้อยแล้วค่อยเพิ่มไปสู่จำนวนมาก
4. เพิ่มธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ในระยะยาว

การกำหนดกลยุทธ์จะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายการตลาด เช่น พัฒนาสินค้าอีก 25% โดยวิเคราะห์เป้าหมายการตลาดกลยุทธ์การตลาดได้ เช่น

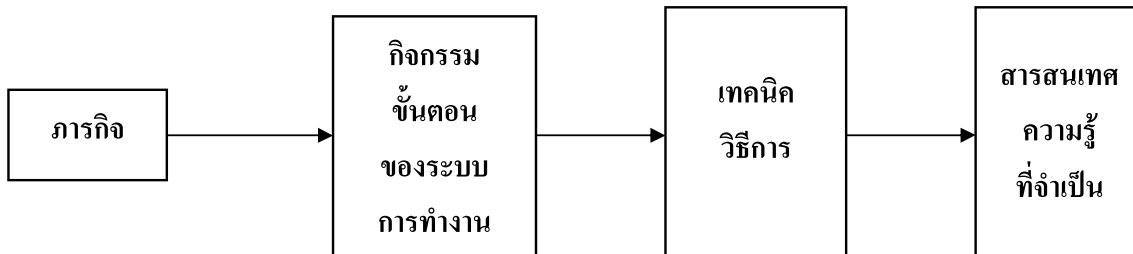
1. ปลุกผักปลอดสารเคมี
2. ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าหรือบริการด้วยวิธีการที่หลากหลาย
3. เพิ่มจุดขายให้มากกว่าเดิมอีก 20 จุด โดยเฉพาะในเมืองที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อ
4. ในการผลิตผักปลอดสารเคมีควรมีการรวมกลุ่มกันผลิต เพื่อให้มีผักขายได้อย่างต่อเนื่อง

และมีชนิดของผักหลากหลาย

เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์

การวิเคราะห์กลยุทธ์เป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การวิเคราะห์กลยุทธ์มีกรอบแนวคิด ดังนี้



ใบงานที่ 2

การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย

คำสั่ง ให้ผู้เรียนรวมกลุ่มกันกำหนดกลยุทธ์ แล้ววิเคราะห์กลยุทธ์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการตลาดที่ได้กำหนดไว้

1. กลยุทธ์การตลาดมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. มีกระบวนการวิเคราะห์กลยุทธ์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ใบงานที่ 4

กิจกรรมและแผนพัฒนาการตลาด

คำสั่ง ให้ผู้เรียนนำแผนการพัฒนาการตลาดของกลุ่มที่ได้จากใบงานที่ 3 ไปให้ผู้รู้พิจารณาความเป็นไปได้ของแผนแล้วจดบันทึกการแสดงความคิดเห็นของผู้รู้ และกำหนดแนวทางแก้ไข

สรุปความคิดเห็นจากผู้รู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แนวทางการแก้ไขแผนการพัฒนาการตลาดของกลุ่มตามความคิดเห็นของผู้รู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทที่ 3

การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ

สาระสำคัญ

การประกอบการธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เน้นในการผลิต ผลผลิตหรือการบริการต่างมีปัจจัยที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานให้ดำรงอยู่ได้ ได้แก่ คุณภาพ ทุนปัจจัย เป้าหมาย แผนกิจกรรมและการพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ

ตัวชี้วัด

1. อธิบายการกำหนดคุณภาพผลผลิตหรือการบริการ
2. สามารถวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ
3. อธิบายการกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ
4. อธิบายการกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ
5. อธิบายการพัฒนากระบวนการผลิตหรือการบริการ

ขอบข่ายเนื้อหา

- เรื่องที่ 1 การกำหนดคุณภาพผลผลิตหรือการบริการ
- เรื่องที่ 2 การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ
- เรื่องที่ 3 การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ
- เรื่องที่ 4 การกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ
- เรื่องที่ 5 การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ

เรื่องที่ 1 การกำหนดคุณภาพผลผลิตหรือการบริการ

การดำรงชีวิตของมนุษย์ที่มีความสุข ต้องดำเนินไปให้สอดคล้องกับธรรมชาติ มนุษย์ต้องมึงานทำ หรือ มีอาชีพ มีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นงานอาชีพในลักษณะการผลิตหรือการให้บริการ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งในระดับตนเอง ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ

ลักษณะการประกอบอาชีพ แบ่งได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ลักษณะงานอาชีพในการผลิต
2. ลักษณะงานอาชีพ การให้บริการ

1. ลักษณะงานอาชีพในการผลิต งานอาชีพในการผลิตนั้น มีอยู่ทั้งในภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรม

ภาคเกษตรกรรม ได้แก่

- เกษตรกรที่ประกอบอาชีพทำนา ผลผลิต ได้แก่ ข้าว
- เกษตรกรที่ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ ได้แก่ สวนส้ม สวนมะปราง
- ชาวประมงที่ประกอบอาชีพจับสัตว์น้ำ ผลผลิต ได้แก่ สัตว์น้ำที่จับมาได้ เช่น กุ้ง ปลา

ภาคอุตสาหกรรม ได้แก่

- ผู้ประกอบอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลผลิต ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป
- ผู้ประกอบอาชีพผลิตโทรศัพท์มือถือ ผลผลิต ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ
- ผู้ประกอบอาชีพผลิตรถยนต์ ผลผลิต ได้แก่ รถยนต์

สรุปได้ว่า การผลิต หมายถึง การสร้างสรรค์หรือการแปรสภาพสิ่งหนึ่งสิ่งใด ให้เป็นสินค้าออกมาเพื่อจำหน่าย

การผลิตที่ดีต้องให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้หรือผู้ซื้อให้มากที่สุดนั้น ผู้ผลิตต้องมีคุณลักษณะที่ดีต่อกระบวนการผลิตด้วย ได้แก่

1. ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค
2. รักษาคุณภาพของผลผลิตให้คงที่และปรับปรุงให้ดีขึ้น
3. ไม่ปลอมปนผลผลิต
4. ลดต้นทุนการผลิต
5. ย่นระยะเวลาในการผลิต
6. มีความรู้ ความชำนาญในงานอาชีพที่ดำเนินการเป็นอย่างดี
7. ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ
8. สินค้าใช้งานได้สะดวก
9. มีความคิดริเริ่ม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

2. ลักษณะงานอาชีพการให้บริการ

การบริการ เป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการทำขึ้น เพื่อส่งมอบการบริการให้แก่ ผู้รับบริการ การบริการจะเกิดขึ้น โดยทันที เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการรับบริการ

ในการบริการนั้น ผู้รับบริการจะให้ความสำคัญกับ “กิจกรรม” หรือ “กระบวนการบริการ” ของผู้ให้บริการมากกว่าสิ่งอื่น และจะรับรู้ได้ด้วยความรู้สึกทางใจ หรือเรียกว่า “ความประทับใจ” โดยความประทับใจจะเกิดขึ้นในขณะที่ผู้รับบริการสัมผัสได้กับการได้รับบริการนั้น ๆ

คุณภาพของการบริการ จะเกิดขึ้นขณะที่ผู้รับบริการได้สัมผัสหรือรับการบริการ โดยสามารถกำหนดคุณลักษณะคุณภาพการบริการที่ดีได้ 7 ประการ ดังนี้

1. การยิ้มแย้ม เอาใจใส่ เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า
2. การตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ
3. การแสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า
4. การบริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำ
5. การแสดงออกถึงการรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการ
6. การบริการเป็นไปด้วยกิริยาที่สุภาพ และมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน
7. การบริการมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น

การบริการ จึงมีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อย่างมาก โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค แต่ทั้งนี้ในลักษณะงานอาชีพด้านการบริโภค จะมีลักษณะงานอาชีพพร้อมกันทั้งการผลิตและการบริการ เช่น ผู้ประกอบการอาชีพร้านอาหาร ต้องมีผลผลิต เช่น อาหารประเภทต่าง ๆ ควบคู่กับการให้บริการเสิร์ฟอาหาร เป็นต้น

เรื่องที่ 2 การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ

ทุน หมายถึง ปัจจัยการผลิตรวมถึงเงินลงทุนด้วยทุนถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบกิจการธุรกิจให้ดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเจริญเติบโตทางธุรกิจ

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ทุน ในการดำเนินธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. **ทุนคงที่** คือ ทุนที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดหามา เช่น ดอกเบี้ยเงินกู้ ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร เป็นต้น ทุนคงที่ สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1) ทุนคงที่ที่เป็นเงินสด เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเป็นค่าดอกเบี้ยเงินกู้ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ

2) ทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด ได้แก่ พื้นที่ อาคารสถานที่ โรงเรือน ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร เป็นต้น

2. **ทุนหมุนเวียน** คือ ทุนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจเป็นครั้งคราว เช่น วัตถุดิบในการผลิตหรือการบริการ วัสดุสิ้นเปลือง ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น ทุนหมุนเวียน แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพ ดังนี้

1.1) วัสดุ อุปกรณ์ในกลุ่มการผลิต เช่น ค่าปุ๋ย ค่าพันธุ์พืช ค่าพันธุ์สัตว์ ค่าน้ำมัน เป็นต้น

1.2) วัสดุ อุปกรณ์อาชีพในกลุ่มบริการ เช่น ค่าผงซักฟอก ค่าน้ำยาซักผ้า เป็นต้น

2. ค่าจ้างแรงงาน เป็นค่าจ้างแรงงานในการผลิตหรือบริการ เช่น ค่าแรงงานในการไถดิน ค่าจ้างลูกจ้างในร้านอาหาร

3. ค่าเช่าที่ดิน/สถานที่ เป็นค่าเช่าที่ดิน/สถานที่ในการประกอบธุรกิจ

4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นค่าใช้จ่ายในกรณีอื่นที่นอกเหนือจากรายการจ่ายตามข้อ 1.1) - 1.2)

5. ค่าแรงงานในครัวเรือนส่วนใหญ่ ในการประกอบการธุรกิจจะไม่นำมาคิดเป็นต้นทุน จึงไม่ทราบข้อมูลการลงทุนที่ชัดเจน โดยการคิดค่าแรงในครัวเรือน กำหนดคิดในอัตราค่าแรงขั้นต่ำของท้องถิ่นนั้น ๆ

6. ค่าเสียโอกาสที่ดิน กรณีเจ้าของธุรกิจมีที่ดินเป็นของตนเอง การคิดต้นทุนให้คิดตามอัตราค่าเช่าที่ดินในท้องถิ่นหรือบริเวณใกล้เคียง

ในการดำเนินธุรกิจ การบริหารเงินทุน หรือด้านการเงิน นั้น เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะมีผลต่อความมั่นคงของธุรกิจว่าจะก้าวหน้าหรือล้มเหลว ดังนั้น การใช้ทุนต้องวิเคราะห์ เช่น ความคุ้มทุน ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความทนทาน ประโยชน์ในการใช้งาน ความสะดวก ความเหมาะสม

เรื่องที่ 3 การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ

เป้าหมายการผลิตหรือการบริการ เป็นเสมือนธงที่ผู้ประกอบการธุรกิจมุ่งที่จะไปให้ถึง ทำให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ เป้าหมาย จึงเป็นตัวบ่งชี้ปริมาณที่จะต้องผลิตหรือบริการให้ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดด้วยความพึงพอใจของลูกค้า

ปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินงานธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

1. การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน
2. เสริมสร้างส่วนประสมทางการตลาด
3. คำนึงถึงสภาวะแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้
4. สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับลูกค้าและผลผลิตหรือการบริการต่อไปนี้ได้ทุกข้อ

ในส่วนของลูกค้า ประกอบด้วย

1. ใครคือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับผลผลิตที่ผลิตขึ้นหรือการบริการ
2. ลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวอยู่ ณ ที่ใด
3. ในปัจจุบันลูกค้าเหล่านี้ซื้อผลผลิตหรือการบริการได้จากที่ใด
4. ลูกค้าซื้อผลผลิตหรือการบริการบ่อยแค่ไหน
5. อะไรคือสิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้าเหล่านั้นตัดสินใจใช้บริการ
6. ลูกค้าใช้อะไร หรือทำไมลูกค้าถึงใช้สินค้าหรือบริการของเรา
7. ลูกค้าเหล่านั้นชอบและไม่ชอบผลผลิตหรือบริการอะไรที่เรามีอยู่บ้าง

ในส่วนของผลผลิตหรือการบริการ ประกอบด้วย

1. ลูกค้าต้องการผลผลิตหรือบริการอะไร
2. ลูกค้าอยากจะมีผลผลิตหรือบริการในเวลาใด
3. เฉพาะการบริการ ควรตั้งชื่อว่าอะไร เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจได้มากที่สุด

นอกจากข้อมูลด้านลูกค้า ด้านผลผลิตหรือบริการแล้ว ในการกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการให้สอดคล้องกับความเป็นจริงและความเป็นไปได้ ผู้ประกอบการธุรกิจต้องคำนึงและพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ด้วย

องค์ประกอบด้านผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องพิจารณาประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

1. **แรงงาน** ต้องใช้แรงงานมากน้อยเท่าไร ปัจจุบันมีแรงงานเพียงพอต่อการดำเนินงาน เพื่อไปสู่เป้าหมายได้หรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอจะอย่างไร

2. **เงินทุน** ต้องใช้เงินทุนมากน้อยเพียงไร ปัจจุบันมีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงาน เพื่อไปสู่เป้าหมายได้หรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอจะอย่างไร

3. **เครื่องมือ/อุปกรณ์** ต้องใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์อะไร จำนวนเท่าไร เพียงพอหรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอจะอย่างไร

เรื่องที่ 4 การกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ

การกำหนดกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ ด้วยการกำหนดขั้นตอนการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งต่อการประกอบอาชีพ เพราะเป็นการกำหนดเป้าหมายในสิ่งที่ต้องการให้เกิดรายละเอียดที่ต้องปฏิบัติ ผ่านกระบวนการตัดสินใจอย่างมีระบบและข้อมูล เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีขั้นตอนการกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ ดังนี้

1. ตรวจสอบตัวเองเพื่อให้รู้ถึงสถานภาพในปัจจุบันของงานอาชีพ เป็นการตรวจสอบข้อมูลธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับแรงงาน เงินทุน เครื่องมือ/อุปกรณ์ วัตถุดิบและสถานที่ว่ามีสภาพความพร้อมหรือมีปัญหาอย่างไร รวมถึงผลผลิตหรือบริการของผู้ประกอบการธุรกิจว่ามีอะไรบกพร่องหรือไม่

2. สำรวจสภาพแวดล้อม เป็นการตรวจสอบข้อมูลภายนอกเกี่ยวกับสภาพธุรกิจประเภทเดียวกัน ในชุมชน ความต้องการของลูกค้า

การดำเนินงานตามขั้นตอนที่ 1 และ 2 เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อระบุถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและควรแก้ไข

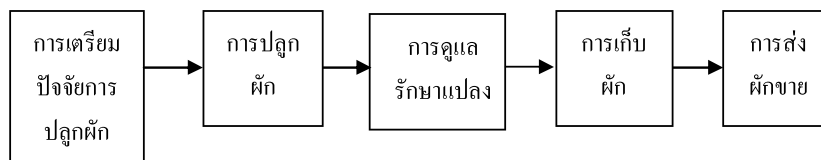
3. กำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการกำหนดเป้าหมายของการดำเนินงานว่า ต้องการให้เกิดอะไร

4. พยากรณ์สภาพการณ์ในอนาคต เป็นการคิดผลบรรลุล่วงหน้าว่า หากดำเนินการตามแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการแล้ว ธุรกิจที่ดำเนินงานจะเกิดอะไรขึ้น

5. กำหนดแนวทางการปฏิบัติ เป็นการกำหนดรายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติว่าจะทำอย่างไรเมื่อไร เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

6. ประเมินแนวทางการปฏิบัติที่วางไว้เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการว่า มีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร สามารถที่จะปฏิบัติตามขั้นตอน วิธีการที่กำหนดไว้ได้หรือไม่ อย่างไร หากพบว่า แผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการที่จัดทำขึ้นยังไม่มี ความสอดคล้องหรือมีขั้นตอนวิธีการใดที่ไม่มั่นใจให้จัดการปรับปรุงใหม่ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสม เช่น แผนกิจกรรมการผลิตผักนึ่ง

1-2 เม.ย. 54 → 3 เม.ย. 54 → 4-23 เม.ย. 54 → 24-26 เม.ย. 54 → 24-26 เม.ย. 54



ให้ตรวจสอบความเป็นไปได้ของกิจกรรมการปลูกผักแต่ละขั้นตอน หากพบปัญหาต้องรีบแก้ไขไว้ล่วงหน้า

7. ทบทวนและปรับแผน เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป และผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่กำหนด เป็นการพัฒนาแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการในระหว่างการปฏิบัติตามแผน เมื่อมีสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป หรือมีข้อมูลใหม่ที่สำคัญ

ใบงานที่ 4

การกำหนดกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ

คำสั่ง ให้ผู้เรียนกำหนดกิจกรรมการผลิตหรือการบริการในอาชีพที่ผู้เรียนดำเนินการเองหรืออาชีพที่สนใจ

1. ลักษณะงานอาชีพ.....
 2. ประเภทของผลผลิตหรือการบริการ.....
 3. ชื่อเจ้าของธุรกิจ.....
 4. ที่ตั้งของธุรกิจ.....
 5. แผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

เรื่องที่ 5 การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ

การดำเนินธุรกิจทั้งการผลิตและการบริการ ถึงแม้ว่าธุรกิจที่ดำเนินการอยู่จะสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ด้วยดีแล้วก็ตาม แต่เพื่อให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าและมั่นคง ผู้ประกอบการธุรกิจต้องคำนึงถึงการพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการอย่างต่อเนื่อง

คุณภาพของการผลิตหรือการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องรักษาระดับคุณภาพและพัฒนาระดับคุณภาพการผลิตหรือการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการผลิตหรือการให้บริการตามลูกค้าคาดหวัง หรือเกินกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้เสมอ ดังนั้น สิ่งที่จะทำให้การผลิตสินค้าเป็นไปตามคุณภาพและเป้าหมายที่กำหนด เมื่อมีการกำหนดกิจกรรมการผลิตแล้ว ผู้ประกอบการต้องพัฒนาระบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทั้งก่อนการผลิต ระหว่างการผลิตและหลังการผลิต