

เอกสาร
สรุปเนื้อหา
ที่ต้องรู้

รายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (อช21003)

หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
พุทธศักราช 2551



สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ
เอกสารทางวิชาการลำดับที่ 35/2559

เอกสารสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้

รายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

รหัส อช21003

หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

พุทธศักราช 2551



สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงศึกษาธิการ

ห้ามจำหน่าย

หนังสือเรียนนี้จัดพิมพ์ด้วยเงินงบประมาณแผ่นดินเพื่อการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน ลิขสิทธิ์เป็นของสำนักงาน กศน.สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

คำนำ

กระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายยกระดับคุณภาพการศึกษาทุกระดับการศึกษา สำนักงาน กศน. ในฐานะผู้รับผิดชอบในการจัดการศึกษาให้กับกลุ่มเป้าหมายประชาชนทั่วไปที่อยู่นอกระบบโรงเรียน โดยใช้หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ในการจัดการศึกษาให้กับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว และเพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของ กระทรวงศึกษาธิการในการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน กศน. หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ให้สูงขึ้น สำนักงาน กศน. จึงได้จัดทำสรุปเนื้อหา ที่ต้องรู้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว อันจะส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ดีขึ้น

สรุปเนื้อหาที่ต้องรู้ มีเนื้อหาจากการนำหนังสือเรียนของสำนักงาน กศน. มาสรุปเนื้อหา ประเด็นสำคัญที่สอดคล้องตามผังการออกข้อสอบในแต่ละรายวิชาของสำนักงาน กศน. สำหรับ เอกสารสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้นี้ สำนักงาน กศน. ได้จัดทำรายวิชาบังคับ ทั้งสิ้น 5 สาขา รวม 42 รายวิชา ทั้งนี้ สำนักงาน กศน. ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ศึกษานิเทศก์ นักวิชาการศึกษา ครูผู้สอน และ ผู้เกี่ยวข้อง มาสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้ ในรายวิชาดังกล่าว

สำนักงาน กศน. หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์กับผู้เรียน กศน. หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ตามสมควร จึงขอขอบคุณ สถาบัน กศน. ภาคทุกภาค สถาบันการศึกษาทางไกล ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ศึกษานิเทศก์ นักวิชาการศึกษา ครูผู้สอน และผู้เกี่ยวข้อง มา ณ โอกาสนี้



(นายสุรพงษ์ จำจด)

เลขาธิการ กศน.

สิงหาคม 2559

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

คำแนะนำการใช้เอกสารสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้

บทที่ 1 ศักยภาพธุรกิจ	1
เรื่องที่ 1 ความหมาย ความสำคัญ และความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพ.....	1
เรื่องที่ 2 ความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ	1
เรื่องที่ 3 การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ.....	4
เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์ตามศักยภาพทั้ง 5 ด้าน	6
แบบฝึกหัดที่ 1	8
แบบฝึกหัดที่ 2	10
บทที่ 2 การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด.....	12
เรื่องที่ 1 การกำหนดทิศทางการตลาด.....	12
เรื่องที่ 2 การกำหนดเป้าหมายการตลาด.....	12
เรื่องที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย	15
เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์.....	17
เรื่องที่ 5 กิจกรรมและแผนการพัฒนาการตลาด.....	19
แบบฝึกหัดที่ 1	21
แบบฝึกหัดที่ 2	23
บทที่ 3 การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ	26
เรื่องที่ 1 การกำหนดคุณภาพการผลิตหรือการบริการ.....	26
เรื่องที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ	27
เรื่องที่ 3 การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ	28
เรื่องที่ 4 การกำหนดแผนกิจกรรม.....	30
เรื่องที่ 5 การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ.....	31
แบบฝึกหัด.....	33

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก	35
เรื่องที่ 1 ความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก.....	35
เรื่องที่ 2 การแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภค	36
เรื่องที่ 3 การสร้างรูปลักษณ์และคุณภาพสินค้าใหม่	37
เรื่องที่ 4 การพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง.....	40
แบบฝึกหัด.....	44
บทที่ 5 โครงการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง.....	46
เรื่องที่ 1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนต่าง ๆ	46
เรื่องที่ 2 การเขียนโครงการการพัฒนาอาชีพ	49
เรื่องที่ 3 การตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาอาชีพ	51
เรื่องที่ 4 การปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาอาชีพ.....	54
แบบฝึกหัด	55
เฉลยแบบฝึกหัด	57
บรรณานุกรม	61
คณะผู้จัดทำ	62

คำแนะนำการใช้เอกสารสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้

หนังสือสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้หนังสือเรียนรายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง เล่มนี้เป็นการสรุปเนื้อหาจากหนังสือเรียนรายวิชาบังคับ สารการประกอบอาชีพ รายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง อช21003 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หลักสูตรการศึกษานอกระบบ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2554) เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระของรายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง อช21003 ที่สำคัญ ๆ ได้สะดวกและสามารถเข้าใจยิ่งขึ้น ในการศึกษาหนังสือสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้หนังสือเรียนรายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็งเล่มนี้ นักศึกษาควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ศึกษาหนังสือเรียนรายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง อช21003 สารการประกอบอาชีพ หลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2554) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นให้เข้าใจก่อน

2. ศึกษาเนื้อหาสาระของหนังสือสรุปเนื้อหาที่ต้องรู้หนังสือเรียนรายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง อช21003 ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ พร้อมทั้งทำแบบฝึกหัดท้ายบทที่ละบท และตรวจคำตอบจากเฉลยแบบฝึกหัดท้ายเล่มให้ครบ 5 บท

3. หากนักศึกษาต้องการศึกษารายละเอียดเนื้อหาสาระรายวิชา พัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง อช21003 เพิ่มเติมสามารถศึกษาค้นคว้าได้จากสื่ออื่น ๆ ในห้องสมุดประชาชน อินเทอร์เน็ต หรือครูผู้สอน

บทที่ 1

ศักยภาพธุรกิจ

เรื่องที่ 1 ความหมาย ความสำคัญ และความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพ

การพัฒนาอาชีพ หมายถึง การพัฒนาทักษะอาชีพด้านต่าง ๆ ให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด

ความสำคัญ และความจำเป็นในการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง มีดังนี้

1. ทำให้อาชีพมีความเจริญก้าวหน้า เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้
2. ผู้ประกอบอาชีพได้พัฒนาตนเองไม่ล้าสมัย
3. ช่วยให้ผู้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองและกิจการ
4. ทำให้ผู้ประกอบการดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถสูงเข้ามาทำงานได้มากขึ้น
5. เป็นการรับประกันบุคคลที่มีความสามารถให้อยู่ทำงานต่อไป
6. ผู้ประกอบอาชีพรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่ออาชีพของตน
7. ผู้ประกอบอาชีพรู้ทิศทางการพัฒนาอาชีพของตน

เรื่องที่ 2 ความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

ศักยภาพธุรกิจ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมที่มีอยู่ภายในธุรกิจนั้น ๆ ที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ปรับปรุงที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ หมายถึง การแยกแยะความสามารถหรือความพร้อมองค์ประกอบของธุรกิจ ได้แก่ ทุน บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความเข้าใจในแต่ละส่วนของธุรกิจอันจะนำไปสู่การพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

ปัจจัยนำเข้าเพื่อขยายอาชีพในแต่ละปัจจัยจะมีตัวแปรร่วม ดังนี้

1. **ทุน** เป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย เงินทุน ที่ดิน อาคารสถานที่ ทุนทางปัญญา

2. **บุคลากร** เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะธุรกิจจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความคิดของคน มีคนเป็นผู้ดำเนินการหรือจัดการทำให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจหลายรูปแบบ ประกอบด้วย ผู้ประกอบธุรกิจ หุ้นส่วนและแรงงาน

3. **วัสดุอุปกรณ์** ในการผลิตสินค้าต้องอาศัยวัตถุดิบในการผลิต ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจต้องรู้จักบริหารวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำ และทำให้ธุรกิจได้ผลกำไรสูงสุด ประกอบด้วย วัตถุดิบ อุปกรณ์และเครื่องมือ

4. **การจัดการ** ในการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ควรมีการวางแผนและควบคุมให้การปฏิบัติงานนั้นมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การจัดการผลิตและการจัดการตลาด

ความจำเป็นและคุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

1. ผู้ประกอบธุรกิจรู้ขอบเขตความสามารถของตนเองและคู่แข่ง
2. ผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำข้อมูลทุน บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ มาใช้ในการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจได้
3. ผู้ประกอบธุรกิจสามารถมองเห็นช่องทางการขยายธุรกิจ

ตัวอย่าง การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ

นายพงษ์ศักดิ์ ชัยศิริ เจ้าของร้านเฟอร์นิเจอร์เครื่องเรือนไม้ วิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจของตนเองได้ดังนี้

1. มีใจรักด้านการค้าเฟอร์นิเจอร์ ชอบบริการงานด้านการขาย
2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อมถ่อมตน
3. มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ขายสินค้าเหมาะสมกับราคา ไม่เอาเปรียบลูกค้า
4. มีความรู้ด้านเฟอร์นิเจอร์เครื่องเรือนไม้เป็นอย่างดี
5. ทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสม
6. เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีอายุการใช้งานนาน ชำรุดบ่อย
7. มีเงินทุนหมุนเวียนคล่องตัว

<p>8. มีแหล่งทุนในท้องถิ่น</p> <p>9. มีส่วนแบ่งตลาดในท้องถิ่นประมาณ 30%</p> <p>10. ลูกค้าส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท ข้าราชการ ระดับรายได้ปานกลาง ในหมู่บ้านจัดสรรบริเวณใกล้เคียงประมาณ 7 หมู่บ้านแถบชานเมือง</p> <p>11. ในท้องถิ่นมีผู้ประกอบการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้เช่นเดียวกัน 3 ราย</p> <p>12. ทิศทางในอาชีพนี้ ยังมีอนาคตอีกยาวไกลจะมีจำนวนหมู่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นในแถบนี้อีกประมาณ 5 หมู่บ้าน</p>
--

จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ ดังนี้

ทุน	บุคลากร
<p>1. ทำเลที่ตั้งร้านมีความเหมาะสม</p> <p>2. มีเงินทุนหมุนเวียนคล่องตัว</p> <p>3. มีแหล่งทุนในท้องถิ่น</p>	<p>1. มีใจรักด้านการค้าเฟอร์นิเจอร์ ซอบบริการงานด้านการขาย</p> <p>2. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง อ่อนน้อมถ่อมตน</p> <p>3. มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ขายสินค้าเหมาะสมกับราคา ไม่เอาเปรียบลูกค้า</p> <p>4. มีความรู้ด้านเฟอร์นิเจอร์เครื่องเรือนไม้เป็นอย่างดี</p>
วัสดุอุปกรณ์	การจัดการ
<p>เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีอายุการใช้งานนานชำรุดบ่อย</p>	<p>1. มีส่วนแบ่งตลาดในท้องถิ่นประมาณ 30%</p> <p>2. ลูกค้าส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท ข้าราชการ ระดับรายได้ปานกลาง ในหมู่บ้านจัดสรรบริเวณใกล้เคียงประมาณ 7 หมู่บ้านแถบชานเมือง</p> <p>3. ในท้องถิ่นมีผู้ประกอบการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้เช่นเดียวกัน 3 ราย</p> <p>4. ทิศทางในอาชีพนี้ ยังมีอนาคตอีกยาวไกลจะมีจำนวนหมู่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นในแถบนี้อีกประมาณ 5 หมู่บ้าน</p>

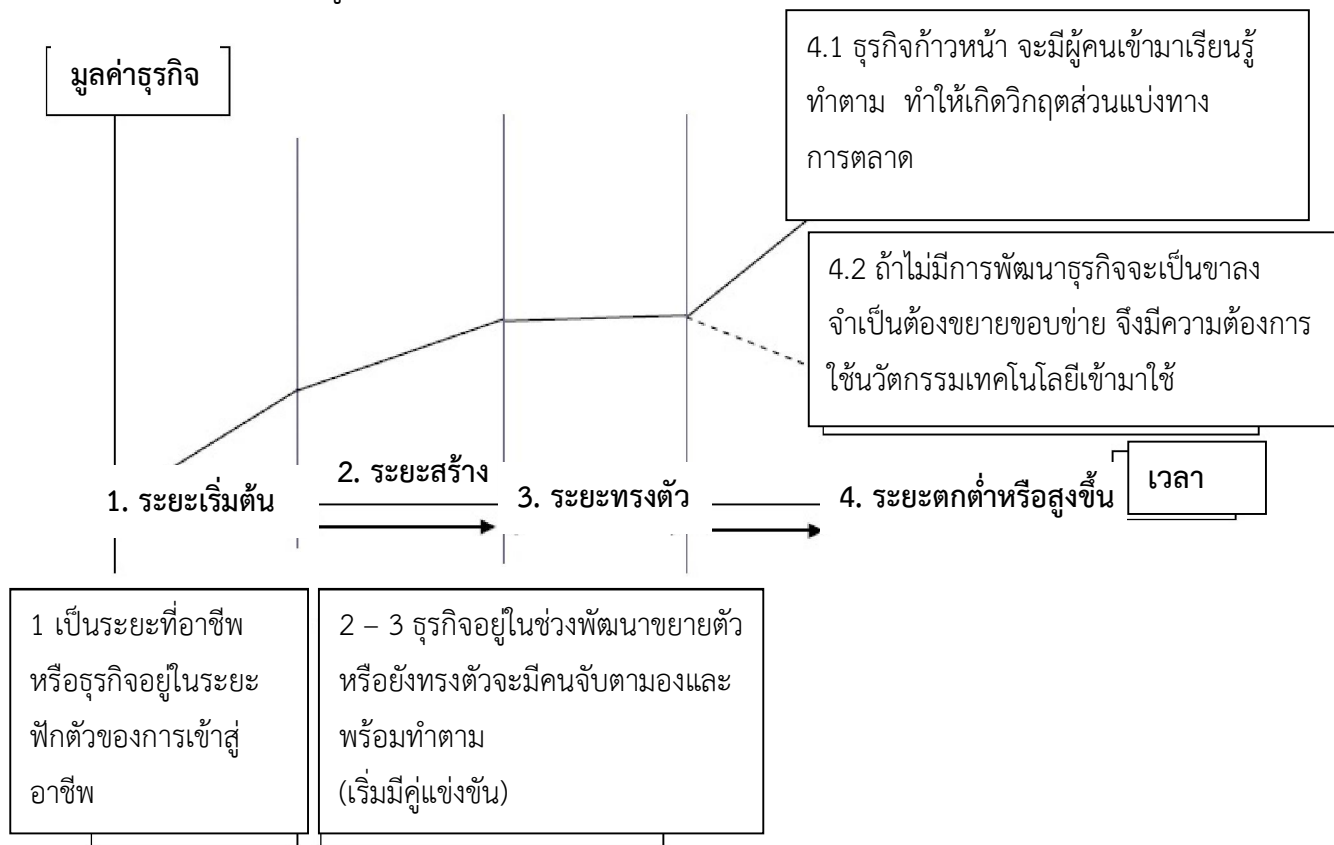
จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์ศักยภาพมีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาอาชีพให้เข้มแข็งมาก หากได้วิเคราะห์แยกแยะศักยภาพของตนเองอย่างรอบด้าน ปัจจัยภายในของผู้ประกอบธุรกิจ ปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบธุรกิจ โอกาสและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ การค้า ยิ่งวิเคราะห์ถูกต้องและแม่นยำมาก ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจรู้จักตนเอง อาชีพของตนเองได้ดียิ่งขึ้นเหมือนคำกล่าว “รู้เขา รู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะทั้งร้อยครั้ง”

เรื่องที่ 3 การวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจ

ตำแหน่งธุรกิจ หมายถึง ระยะเวลาในช่วงการประกอบอาชีพหรือธุรกิจ ในแต่ละระดับขั้นตอนของการดำเนินกิจการ โดยทั่วไปแบ่งระยะดังนี้

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

ซึ่งจะอธิบายเป็นรูปแบบกราฟดังนี้



กราฟวิเคราะห์ตำแหน่งวงจรธุรกิจ

1. **ระยะเริ่มต้น** เป็นระยะที่อาชีพหรือธุรกิจอยู่ในระยะฟักตัวของการเข้าสู่อาชีพ
 2. - 3. **ระยะสร้างตัว และระยะทรงตัว** ธุรกิจอยู่ในช่วงพัฒนาขยายตัว หรือยังทรงตัวอยู่ ซึ่งช่วงนี้จะมีคนจับตาและพร้อมทำตาม (เริ่มมีคู่แข่งทางการค้า)
 4. **ระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น**
 - 4.1 เมื่อธุรกิจก้าวหน้าจะมีผู้คนเข้ามาเรียนรู้ ทำตาม ทำให้เกิดวิกฤตส่วนแบ่งทางการตลาด
 - 4.2 ถ้าไม่มีการพัฒนาธุรกิจจะเป็นขาลง จำเป็นต้องขยายขอบข่ายจึงมีความต้องการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีเข้าใช้งาน
- โดยสรุป ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการวิเคราะห์ตำแหน่งธุรกิจของตนให้ได้ว่าอยู่ในช่วงระยะใด กำลังสร้างตัว ทรงตัว หรือเป็นขาขึ้นและหรือขาลง

เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์ตามศักยภาพทั้ง 5 ด้าน

1. ศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละพื้นที่

ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งมนุษย์สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพได้ เช่น การวางแผนการปลูกค่น้ำ มีแหล่งน้ำเพียงพอต่อระยะเวลาในการปลูก 1 ฤดูกาล หรือไม่ และความอุดมสมบูรณ์ของดินมีมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะส่งผลต่อการปรับปรุงบำรุงดินและการใส่ปุ๋ย

2. ศักยภาพของพื้นที่ตามลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศ หมายถึง ลักษณะอากาศประจำถิ่นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการประกอบอาชีพในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีสภาพอากาศที่แตกต่างกัน การเตรียมปัจจัยการปลูกค่น้ำเกี่ยวกับเมล็ดพันธุ์ ควรเลือกเมล็ดพันธุ์ให้เหมาะสมกับฤดูกาล เพราะจะทำให้ค่น้ำมีการเจริญเติบโตที่ดี

3. ศักยภาพของภูมิประเทศ และทำเลที่ตั้งของแต่ละพื้นที่

ภูมิประเทศ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของแผ่นดิน ความสูงต่ำ ที่ราบลุ่ม ที่ราบสูง ภูเขา แม่น้ำ ทะเล เป็นต้น สภาพภูมิประเทศในการปลูกค่น้ำ ควรเลือกพื้นที่ที่ราบสูงใกล้แหล่งน้ำ

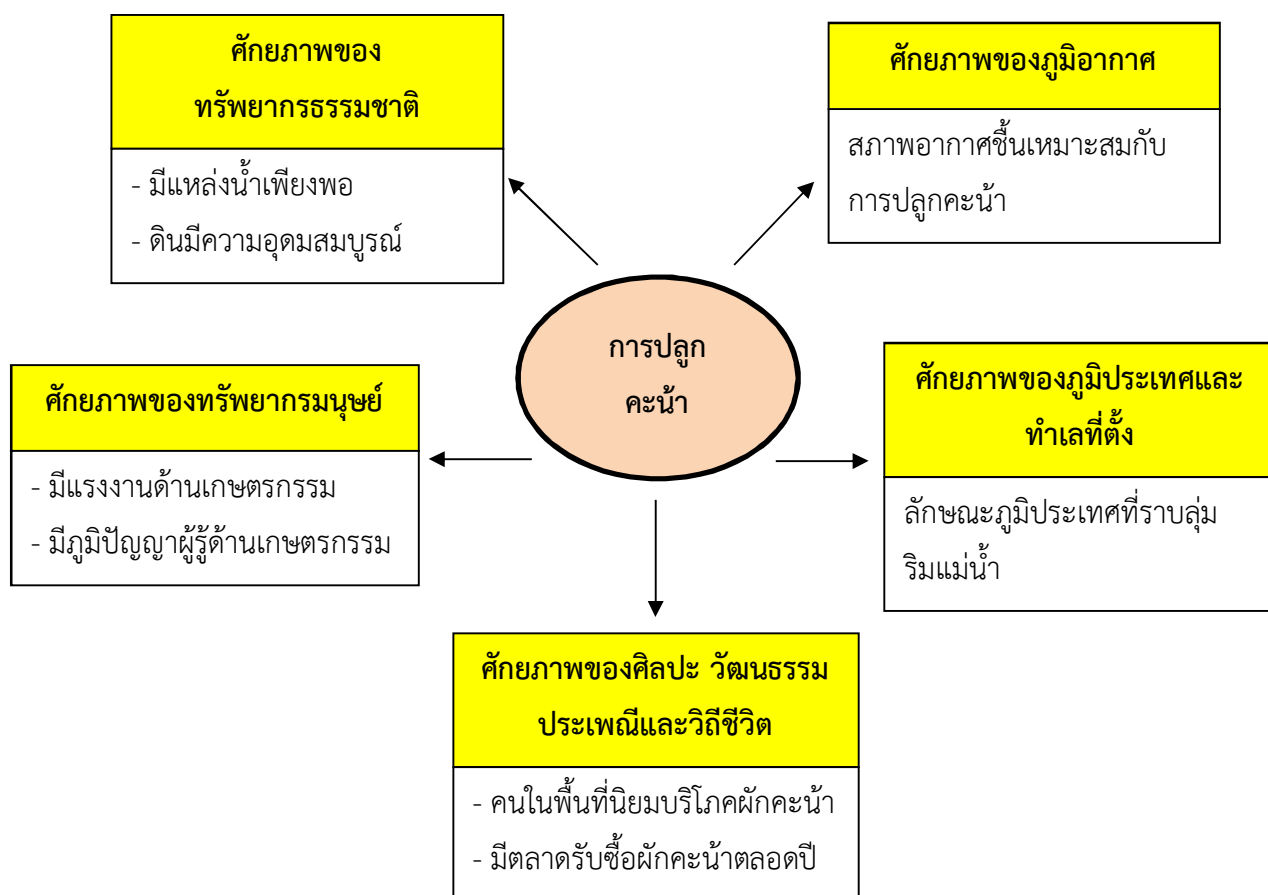
4. ศักยภาพของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่

ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี หมายถึง ความเชื่อ การกระทำที่มีการปฏิบัติสืบเนื่องกันมาเป็นเอกลักษณ์ และมีความสำคัญต่อสังคม ในแต่ละภาคของประเทศไทย มีวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และการบริโภคที่แตกต่างกัน การปลูกค่น้ำ ควรปลูกให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาด

5. ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละพื้นที่

ทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละพื้นที่ หมายถึง ความรู้ ความสามารถของมนุษย์ที่เป็นภูมิรู้ ภูมิปัญญา ทั้งในอดีตและปัจจุบันต่างกัน ในแต่ละท้องถิ่นมีความถนัดและความชำนาญในการจัดการแรงงาน การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวที่ไม่เหมือนกัน ส่งผลให้ผลผลิตและรายได้ที่ต่างกัน

ตัวอย่างการวิเคราะห์ศักยภาพทั้ง 5 ด้าน



แบบฝึกหัดที่ 1

ให้ผู้เรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดคือความสำคัญของการพัฒนาอาชีพให้เข้มแข็ง
 - ก. มีการทำงานเป็นเอกเทศ
 - ข. มีการวางแผนการดำเนินงาน
 - ค. มีการพัฒนาสินค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ
 - ง. มีการปรับปรุงสถานที่ผลิตสินค้าให้ทันสมัย
2. เหตุใดผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นจะต้องวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจ
 - ก. เพื่อดูยอดขายกับจุดคุ้มทุนที่เกิดขึ้น
 - ข. เพื่อจะให้เห็นทิศทางเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ
 - ค. เพื่อทดสอบความเหมาะสมของแผนการตลาด
 - ง. เพื่อจะได้ข้อมูลใหม่เกี่ยวกับสินค้าและการตลาด
3. ข้อใดกล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพได้ถูกต้อง
 - ก. การเปลี่ยนแปลงอย่างมีกระบวนการ
 - ข. การเปลี่ยนแปลงโดยมีจุดมุ่งหมายกำหนดไว้
 - ค. การนำเอาคนภายในมาใช้ในการผลิตให้ได้มากที่สุด
 - ง. การนำความสามารถที่ซ่อนเร้นภายในมาพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น
4. ข้อใดไม่ใช่คุณค่าของการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ
 - ก. ทำให้คาดการณ์ได้ว่าระยะเวลาใดธุรกิจจึงจะคุ้มทุน
 - ข. ทำให้รู้ว่าลูกค้ามีความต้องการสินค้าใหม่รูปแบบใด
 - ค. ทำให้รู้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้ามากน้อยเพียงใด
 - ง. ทำให้รู้ว่า มีหน่วยงาน องค์กรใดบ้างที่จะช่วยเหลือธุรกิจของตน
5. ตำแหน่งธุรกิจระยะใดที่มีการลงทุนและขยายกำลังการผลิตมากที่สุด
 - ก. ระยะเริ่มต้น
 - ข. ระยะสร้างตัว
 - ค. ระยะทรงตัว
 - ง. ระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น

6. “นางวันดีต้องการขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงได้มาติดต่อหาสถานที่จำหน่ายในตลาดนัด” นางวันดีจัดอยู่ในระยะใด ของตำแหน่งธุรกิจ
- ระยะเริ่มต้น
 - ระยะสร้างตัว
 - ระยะทรงตัว
 - ระยะสูงสุด
7. “นายมงคลประกอบธุรกิจจำหน่ายน้ำดื่มแบบบรรจุถัง ขนาด 20 ลิตร ต่อมาได้รับการเรียกร้องจากลูกค้า ให้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดขนาดเล็ก นายมงคลจึงได้จัดซื้อเครื่องจักรมาบรรจุขวดเพิ่มขึ้น ทำให้ได้จำนวนลูกค้ามากขึ้น” นายมงคลจัดอยู่ในระยะใดของตำแหน่งธุรกิจ
- ระยะเริ่มต้น
 - ระยะสร้างตัว
 - ระยะทรงตัว
 - ระยะสูงสุด
8. สุดาผลิตผ้าฝ้ายทอมือ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นการประกอบอาชีพตามศักยภาพในข้อใด
- ศักยภาพของภูมิภาค
 - ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์
 - ศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติ
 - ศักยภาพของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต
9. อาชีพการทำประมง เป็นการประกอบอาชีพตามศักยภาพในข้อใด
- ศักยภาพของภูมิภาค
 - ศักยภาพของภูมิภาค
 - ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์
 - ศักยภาพของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต
10. นายวิชัย มีอาชีพขับรถรับ-ส่งสินค้า เป็นการประกอบอาชีพตามศักยภาพในข้อใด
- ศักยภาพของภูมิภาค
 - ศักยภาพของภูมิภาค
 - ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์
 - ศักยภาพของศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต

แบบฝึกหัดที่ 2

ให้ผู้เรียนพิจารณาสถานการณ์ต่อไปนี้ แล้วตอบคำถาม

นายสมศักดิ์ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป อยากเปลี่ยนมาประกอบอาชีพปลูกผักปลอดสารพิษจำหน่าย จึงได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจเพื่อประกอบการตัดสินใจ ผลการวิเคราะห์ศักยภาพมีดังนี้

1. ลักษณะพื้นที่ของชุมชนส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม
2. ดินเป็นดินร่วนปนทราย มีความอุดมสมบูรณ์พอสมควร
3. สภาพอากาศท้องถิ่นเป็นแบบร้อนชื้น ฤดูฝนมีระยะเวลา 3-4 เดือน
4. มีคลองชลประทานภายในหมู่บ้าน และมีน้ำตลอดทั้งปี
5. แรงงานท้องถิ่นมีเพียงพอ ส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคน
6. แรงงานท้องถิ่นมีความรู้ ทักษะด้านเกษตรกรรม
7. ตลาดผู้บริโภคผักปลอดสารพิษในท้องถิ่น และพื้นที่ใกล้เคียงมีความต้องการสูง
8. คนในท้องถิ่นเริ่มตระหนักถึงการรักษาสุขภาพ และการบริโภคอาหารปลอดสารพิษ
9. คนในท้องถิ่นมีความคิดเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีราคาสูง
10. มีภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรมในชุมชนที่จะเป็นที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะได้

จากข้อมูลข้างต้น จงระบุศักยภาพในข้อ 1-10 ว่าเป็นศักยภาพด้านใด

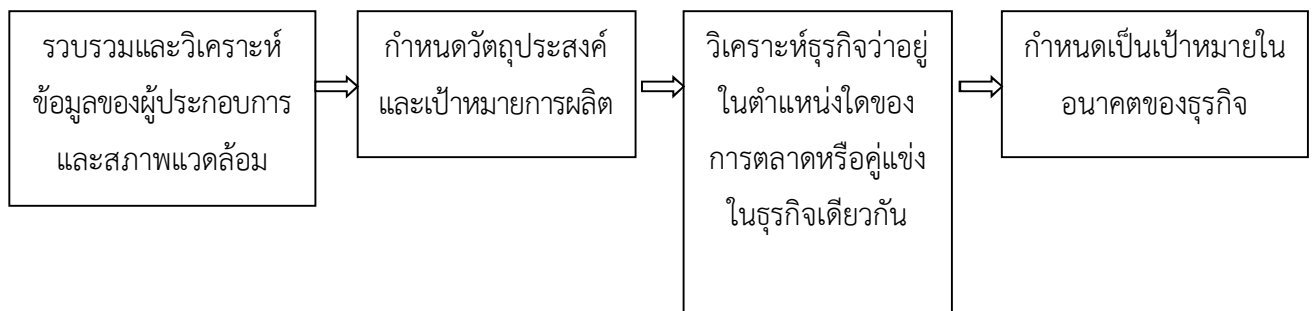
ศักยภาพ	ผลการวิเคราะห์
1. ทักษะการธรรมชาติ
2. ภูมิอากาศ
3. ภูมิประเทศและทำเลที่ตั้ง
4. ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต
5. ทักษะการมนุษย์

บทที่ 2

การจัดทำแผนพัฒนาการตลาด

เรื่องที่ 1 การกำหนดทิศทางการตลาด

การกำหนดทิศทางการตลาด เป็นการกำหนดแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพโดยผู้ประกอบการหรือสถานประกอบการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลของตนเองและสภาพแวดล้อม มากำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการผลิต วิเคราะห์ธุรกิจว่าอยู่ในตำแหน่งใด และนำมากำหนดเป็นเป้าหมายในอนาคตของธุรกิจตามตำแหน่งที่วิเคราะห์ได้



ทิศทางการตลาด

เรื่องที่ 2 การกำหนดเป้าหมายการตลาด

เป้าหมายการตลาดเป็นการบอกให้ทราบว่า ผู้ประกอบการหรือสถานประกอบการนั้นสามารถทำอะไรได้ภายในระยะเวลาเท่าใด ซึ่งอาจจะกำหนดไว้เป็นระยะสั้นหรือระยะยาว 3 ปี หรือ 5 ปี ก็ได้ การกำหนดเป้าหมายจะต้องมีความชัดเจนสามารถวัดและประเมินผลได้ หากสามารถกำหนดเป็นจำนวนตัวเลขได้ก็จะยิ่งดี เพราะทำให้มีความชัดเจนจะช่วยให้การวางแผนมีคุณภาพยิ่งขึ้น และจะส่งผลในทางปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น

การวางแผนการปฏิบัติการและการที่ทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ประกอบด้วย 3 ส่วน

1. การวางแผนวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมาย
2. การปฏิบัติตามแผน
3. การควบคุมและตรวจสอบ

การตลาดในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ซึ่งขึ้นอยู่กับ

1. กระแสหรือความนิยมของผู้บริโภค
2. กำลังซื้อของผู้บริโภค
3. ส่วนแบ่งของตลาด

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษากระบวนการตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมากำหนดทิศทางและเป้าหมายทางการตลาด โดยพยายามผลิตสินค้าหรือบริการขึ้นมาที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเอาชนะคู่แข่งขั้นทางการตลาดและเป็นผู้ประสบความสำเร็จในที่สุด

การกำหนดทิศทางและเป้าหมายทางการตลาดจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้
ดังนี้

1. ตลาดต้องการซื้ออะไร หมายถึง สินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ
2. ทำไมจึงซื้อ หมายถึง จุดประสงค์ในการซื้อสินค้าไปทำไม
3. ใครคือผู้ซื้อ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อคือกลุ่มใด
4. ซื้ออย่างไร หมายถึง กระบวนการซื้ออย่างไร เช่น ซื้อแบบออนไลน์ ซื้อโดยผ่านพนักงานขาย ซื้อจากร้านค้า เป็นต้น
5. ซื้อเมื่อไร หมายถึง โอกาสหรือความถี่ที่จะซื้อสินค้าเมื่อไร เช่น ทุกวัน ทุกเดือน
6. ซื้อที่ไหน หมายถึง สินค้าที่จะซื้อมีขายตามร้านค้าประเภทใด เช่น ร้านขายของเบ็ดเตล็ด ร้านขายทั่วไป

ผู้ประกอบการจะต้องสรุปให้ได้ว่าผู้บริโภคต้องการสินค้าชนิดใดนำไปใช้ทำอะไร กลุ่มเป้าหมายที่ต้องซื้อเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อหรือไม่ วิธีการที่ซื้อ ซื้อใช้เมื่อใดและควรซื้อแหล่งใด สิ่งเหล่านี้จะเป็นทิศทางในการผลิตสินค้าแล้วนำมากำหนดเป้าหมายที่จะผลิตสินค้า เช่น มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค คือ ผู้ซื้อต้องการกินอาหารปลอดภัย กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงอายุใน

หมู่บ้าน ซื้อมาทำอาหารทุกวันและซื้อตามร้านค้าในชุมชน จึงตัดสินใจว่าจะผลิตผักอินทรีย์จำหน่าย รวมถึงถ้าได้รับข้อมูลของความต้องการของผู้บริโภคด้านอื่น ๆ และสภาพของตลาดในปัจจุบัน มาใช้ในการกำหนดทิศทางการตลาดด้วย

ตัวอย่าง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าสายการบิน

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

การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market) นั้น เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดจะเลือกตลาดเป้าหมายได้ จะต้องทำการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตมีลักษณะการบริโภคอย่างไร มีความต้องการสินค้าชนิดใด มีรูปแบบพฤติกรรมการบริโภคอย่างไร และผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตเป็นใครอยู่ที่ไหน
2. ส่วนผสมทางการตลาด และความสามารถในการจัดส่วนผสมทางการตลาดให้เข้าถึงเป้าหมายทางการตลาดที่ได้วางไว้ ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) ช่องทาง/วิธีการขาย และ 4) การส่งเสริมการขาย
3. เป้าหมายของธุรกิจ โดยวิเคราะห์ถึงการแสวงหาโอกาสทางการตลาดที่เห็นว่าพอมีช่องทาง
4. ปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งส่วนมากเป็นตัวแปรหรือสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ควบคุมไม่ได้ เพราะปัจจัยนี้ มีผลต่อการเลือกตลาดเป้าหมายเช่นกัน
5. การแบ่งส่วนตลาด เป็นการแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งออกเป็นตลาดย่อย ๆ ก็แตกต่างกันด้านความชอบ ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละตลาดนั้น ๆ เพื่อที่จะได้แนวทางหรือวิธีการทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดแต่ละส่วน

ดังนั้น เป้าหมายทางการตลาด เป็นการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายโดยต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ คือ ส่วนผสมทางการตลาด ผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตและกรณีมีส่วนแบ่งในการตลาด

หลักการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด มีดังนี้

1. เป้าหมายที่กำหนดต้องมีความเป็นไปได้
2. เป้าหมายต้องชัดเจน
3. การกำหนดเป้าหมายต้องมีความละเอียดเพียงพอ

เรื่องที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีทางหรือข้อกำหนดที่สมควรปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด ภายใต้ข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และขีดความสามารถของธุรกิจ

กลยุทธ์การพัฒนากิจการการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายการเติบโต โดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ออกจำหน่ายในตลาดใหม่ กลุ่มลูกค้าในพื้นที่แห่งใหม่ เพื่อให้สามารถครอบคลุมให้ครบทุกพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การกำหนดกลยุทธ์ เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวบนพื้นฐานของโอกาสและอุปสรรคภายในสภาพแวดล้อมภายนอก จุดแข็งและจุดอ่อนภายในสภาพแวดล้อมของสถานประกอบการ การกำหนด กลยุทธ์จะต้องรวมทั้งการรุก การรับ การกำหนดเป้าหมายก่อนการพัฒนากลยุทธ์ และการกำหนดนโยบาย

ในการกำหนดกลยุทธ์ ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่าง ๆ คือ ความเป็นไปได้ทางการเงิน ความเป็นไปได้ทางการตลาด ความเป็นไปได้ทางการผลิต และความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี เพื่อให้ได้แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์

ตัวอย่างการกำหนดกลยุทธ์

ความเป็นไปได้	กลยุทธ์
1. ทางการเงิน	ลงทุนต่ำที่สุด
2. ทางการตลาด	เป็นธุรกิจที่สามารถทำได้ในระยะยาว
3. ทางการผลิต	ทำจำนวนน้อย แล้วค่อย ๆ เพิ่มไปสู่จำนวนมาก
4. ทางเทคโนโลยี	นำเครื่องจักรมาใช้ในการทำงาน

นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

1. อะไรที่เราทำได้ดีที่สุดเมื่อเทียบกับผู้อื่น
 - 1.1 ดีกว่า
 - 1.2 เร็วกว่า
 - 1.3 ถูกกว่า
 - 1.4 แตกต่างกว่า เเด่นกว่า
2. มองจุดเด่นที่เรามี
 - 2.1 สินค้า หรือ บริการของเราดีอย่างไร
 - 2.2 ใครคือลูกค้าของเรา
 - 2.3 ขนาดตลาดมีมูลค่าเท่าไร
 - 2.4 เทคโนโลยีในการผลิตสุดยอดเพียงใด
 - 2.5 ถ้าคู่แข่งทำได้จะใช้เวลาอีกนานเท่าไร

กลยุทธ์การตลาดโดยใช้ 4P

กลยุทธ์การตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่เป็นที่รู้จักและเป็นพื้นฐาน คือการใช้ 4P ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. **สินค้าหรือบริการ (Product)** กำหนดสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น ลูกค้าสูงอายุต้องการน้ำผลไม้ที่มีรสหวานเล็กน้อย
2. **ราคาสินค้า (Price)** เป็นการตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ และกำลังซื้อของลูกค้า พิจารณาจากราคาของคู่แข่ง บางครั้งอาจลดราคาต่ำกว่าคู่แข่งก็ได้ โดยลดคุณภาพ

บางตัวที่ไม่จำเป็นก็จะทำให้สินค้ามีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง หรือกำหนดราคาสูงกว่าคู่แข่งก็ได้ถ้าสินค้าของเราดีกว่าคู่แข่งด้านใดเพื่อให้ลูกค้า มีโอกาสเปรียบเทียบ

3. สถานที่ขายสินค้า (Place) ควรเลือกทำเลขายให้เหมาะสมกับลูกค้า หรือคิดหาวิธีการส่งของสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างไร

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการทำการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้จักสินค้าและอยากที่จะซื้อมาใช้ เช่น การแจกให้ทดลองใช้ การลดราคาในช่วงแรก การแถมไปกับสินค้าอื่น ๆ เป็นต้น

เรื่องที่ 4 การวิเคราะห์กลยุทธ์

การวิเคราะห์กลยุทธ์ เป็นขั้นตอนที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการเป็นอันดับแรก เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจที่จะทำ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของจุดแข็ง (S = Strengths) จุดอ่อน (W = Weakness) โอกาส (O = Opportunities) และอุปสรรค (T = Threats) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 4 เรื่องจะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับรายละเอียดของธุรกิจที่แท้จริง อันจะนำมากำหนดกรอบและวางแผนทางธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการวางแผนควรเป็นการประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูล ระดมสมองร่วมกัน ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และตัดสินใจ เพื่อให้ได้กรอบนโยบายและแผนการที่ดีที่สุด

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อนำมาสังเคราะห์ว่าในธุรกิจมีจุดอ่อน (S) จุดแข็ง (W) อุปสรรค (T) และโอกาส (O) อย่างไร

ปัจจัยภายใน คือ สิ่งที่เราควบคุมไว้ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน

ปัจจัยภายนอก คือ สิ่งที่เราควบคุมไม่ได้ ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค

การวิเคราะห์ SWOT Analysis แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้

SWOT Analysis

จุดแข็ง	จุดอ่อน
โอกาส	อุปสรรค

ตัวอย่างประเด็นการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths) อาทิ

1. เป็นงานที่เราถนัด ทำแล้วมีความสุข
2. บุคลากรมีศักยภาพทำให้งานสำเร็จได้ง่ายขึ้น
3. ทรัพยากรและเครื่องมือมีความพร้อม

จุดอ่อน (Weakness) อาทิ

1. เป็นงานที่เราไม่สบายใจที่จะทำ
2. ต้องการรับความช่วยเหลือจากคนอื่น
3. ทักษะบางอย่างที่เรายังไม่มั่นใจ
4. ขาดทรัพยากรในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

อุปสรรค (Threats) อาทิ

1. ใครคือคู่แข่งที่ทำได้ดีกว่าเรา
2. ถ้าสภาพแวดล้อมเปลี่ยนจะทำให้แผนโครงการเรามีปัญหา
3. ความขัดข้องที่จะเกิดจากผู้อื่น

โอกาส (Opportunities) อาทิ

1. โอกาสที่กำลังจะเกิดขึ้นที่จะทำให้เราประสบความสำเร็จ
2. มีเครื่องมือใหม่ที่ได้รับการสนับสนุน
3. มีส่วนแบ่งของตลาดที่เรามองเห็น
4. เป็นงานที่โดดเด่น ชุมชนชื่นชอบ

เรื่องที่ 5 กิจกรรมและแผนการพัฒนารตลาด

การตลาดมีความสำคัญเพราะเป็นจุดเริ่มต้นและมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายสุดท้ายของการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจต้องเริ่มด้วยการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า จากนั้นจึงทำการสร้างสินค้าหรือบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด

การบริหารตลาด เป็นกระบวนการวางแผน ปฏิบัติงานและการควบคุมกิจกรรมทางการตลาดที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พร้อมทั้งนำความพอใจมาสู่ทั้ง 2 ฝ่าย

การกำหนดกิจกรรมเพื่อพัฒนารตลาด

เมื่อเราทราบว่ากลยุทธ์ที่กำหนดไว้มีด้านใดบ้าง เช่น กลยุทธ์ 4P ก็คือ ด้านตัวสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ขาย และการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านให้นำมากำหนดเป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ เช่น

1. กิจกรรมด้านพัฒนาตัวสินค้า พัฒนาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. กิจกรรมด้านราคา ผู้ผลิตก็ต้องกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภค และเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
3. กิจกรรมด้านสถานที่ ต้องคิดว่าจะส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภคได้อย่างไร หรือต้องมีการปรับสถานที่ขาย ทำเลที่ตั้งขายสินค้า
4. กิจกรรมส่งเสริมการขาย จะใช้วิธีการใดที่ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของเรา

การวางแผนพัฒนารตลาด

ผู้ผลิตจะต้องนำกิจกรรมต่าง ๆ มาวางแผนเพื่อพัฒนารตลาด ซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิบัติให้ได้ ดังตัวอย่าง

แผนการพัฒนารตลาด

ที่	กิจกรรมที่ต้องดำเนิน	แผนการพัฒนารตลาดปี.....											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	สำรวจและวิเคราะห์ ความต้องการของลูกค้า	←→											
2	ผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ			←→									
3	ศึกษาราคาสินค้า ประเภทเดียวกัน				←→								
4	เปรียบเทียบและกำหนด ราคาสินค้า						←→						
5	ศึกษาและเลือกทำเลขาย							←→					
6	เลือกวิธีการส่งมอบสินค้า								←→				
7	โฆษณาสินค้าและจัด รายการส่งเสริมการขาย									←→			

แบบฝึกหัดที่ 1

ให้ผู้เรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว

1. การกำหนดทิศทางและเป้าหมายการตลาดช่วยในการทำธุรกิจอย่างไร
 - ก. รู้จักกลุ่มลูกค้ามาก
 - ข. สินค้าจะได้รับความสนใจ
 - ค. ช่วยให้สามารถดำเนินธุรกิจได้คล่องตัวยิ่งขึ้น
 - ง. สามารถกำหนดเป้าหมายตลาด และแบ่งกลุ่มลูกค้าได้
2. การกำหนดเป้าหมายการตลาด ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงสิ่งใด
 - ก. กระบวนการผลิต
 - ข. พฤติกรรมผู้บริโภค
 - ค. การส่งเสริมการขาย
 - ง. สถานที่จำหน่ายสินค้า
3. การเลือกตลาดเป้าหมาย ผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์สิ่งใดเป็นสิ่งสำคัญ
 - ก. ลูกค้าคือใคร
 - ข. ตลาดต้องการอะไร
 - ค. ชนิดของสินค้าคืออะไร
 - ง. ส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอย่างไร
4. กลยุทธ์โดยทั่วไปที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ใช้วิธีใด
 - ก. ทำการวิจัยตลาด
 - ข. ใช้พนักงานเดินตลาด
 - ค. การโฆษณาประชาสัมพันธ์
 - ง. สำนวจความต้องการของผู้บริโภค
5. การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรพิจารณาข้อใด
 - ก. ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถสู้คู่แข่งทางการค้าได้
 - ข. การประชาสัมพันธ์ถึงความพึงพอใจของลูกค้า
 - ค. รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นที่แพร่หลายในตลาด
 - ง. ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

จงศึกษาข้อมูลต่อไปนี้ แล้วตอบคำถามข้อ 6-8

1. ผู้ประกอบการมีใจรัก มีความเชี่ยวชาญในอาชีพ
 2. ผู้ประกอบการมีทุนส่วนตัว และมีแหล่งทุนที่พร้อมสนับสนุน
 3. ไม่มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ต้องสั่งซื้อจากภาคอื่น
 4. รัฐบาลสนับสนุนให้มีธุรกิจประเภทนี้ในทุกท้องถิ่น
 5. เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ไม่มีในประเทศ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
 6. ต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจในสินค้าของธุรกิจนี้
6. จากข้อมูลข้างต้น ข้อใดเป็นจุดแข็ง (Strengths)
- ก. ผู้ประกอบการมีใจรัก มีความเชี่ยวชาญในอาชีพ
 - ข. ไม่มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ต้องสั่งซื้อจากภาคอื่น
 - ค. รัฐบาลสนับสนุนให้มีธุรกิจประเภทนี้ในทุกท้องถิ่น
 - ง. ต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจในสินค้าของธุรกิจนี้
7. จากข้อมูลข้างต้น ข้อใดเป็นจุดอ่อน (Weakness)
- ก. ต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจในสินค้าของธุรกิจนี้
 - ข. ไม่มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ต้องสั่งซื้อจากภาคอื่น
 - ค. ผู้ประกอบการมีทุนส่วนตัว และมีแหล่งทุนที่พร้อมสนับสนุน
 - ง. เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ไม่มีในประเทศ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
8. จากข้อมูลข้างต้น ข้อใดเป็นโอกาส (Opportunities)
- ก. ผู้ประกอบการมีใจรัก มีความเชี่ยวชาญในอาชีพ
 - ข. รัฐบาลสนับสนุนให้มีธุรกิจประเภทนี้ในทุกท้องถิ่น
 - ค. ผู้ประกอบการมีทุนส่วนตัว และมีแหล่งทุนที่พร้อมสนับสนุน
 - ง. เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ไม่มีในประเทศ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
9. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค นำไปใช้ประโยชน์ในข้อใด
- ก. สำรวจตลาด
 - ข. แบ่งส่วนการตลาด
 - ค. วางแผนการตลาด
 - ง. กำหนดขนาดตลาด

10. ข้อมูลไม่ใช่การนำกลยุทธ์ 4P มาใช้ในการพัฒนาการตลาด
- ก. เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้า
 - ข. เพื่อสร้างความแตกต่างของราคา
 - ค. เพื่อสร้างความแตกต่างของตลาด
 - ง. เพื่อสร้างความแตกต่างของบริการ

แบบฝึกหัดที่ 2

พิจารณาสถานการณ์ต่อไปนี้ แล้วทำกิจกรรมที่ 1 – 2

กลุ่มอาชีพการทำไม้กวาดดอกหญ้า มีการเริ่มต้นจากสมาชิกทั้งหมด 7 คน งบประมาณในการดำเนินงานมาจากเงินของสมาชิกในกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มมีความชำนาญและมีทักษะในการผลิตไม้กวาดมานาน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทนเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค และมีผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ อาทิ ไม้กวาดพื้น ไม้กวาดหยากไย่ ไม้กวาดจิ๋ว มีการจัดจำหน่ายทั้งแบบขายปลีกและขายส่ง แต่ยังไม่มียี่ห้อของผลิตภัณฑ์

แม้ว่าการทำไม้กวาดดอกหญ้า เป็นอาชีพที่ใช้เงินทุนไม่มาก แต่ต้องจัดซื้อวัตถุดิบ คือ ดอกหญ้าจากทางภาคเหนือ ทำให้มีการเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งมาก ถ้ามีเงินทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบมาเก็บไว้ในปริมาณมาก ก็จะเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ทางกลุ่มอาชีพจึงมีความต้องการเงินทุนเพิ่มมากขึ้น เพื่อใช้ในการเพิ่มกำลังการผลิต รวมทั้งมีแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นต่อไป

กิจกรรมที่ 1 ให้ผู้เรียนรวมกลุ่มกัน 3 - 5 คน และร่วมกันวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มอาชีพการทำไม้กวาด ลงในแบบบันทึกที่กำหนดให้

บทที่ 3

การจัดทำแผนพัฒนาการผลิตหรือการบริการ

เรื่องที่ 1 การกำหนดคุณภาพการผลิตหรือการบริการ

การกำหนดคุณภาพผลผลิต เป็นการกำหนดคุณสมบัติของผลผลิตหรือการบริการตามที่ลูกค้าต้องการ อาทิ

- ลูกค้าต้องการผักปลอดสารพิษ ดังนั้นต้องพัฒนากระบวนการปลูกผักโดยใช้สารธรรมชาติแทนปุ๋ยเคมี

- พัฒนารสชาติของอาหารแปรรูปให้มีรสเปรี้ยวยิ่งขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น

- ให้บริการแก่ลูกค้า โดยทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุขและได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่

คุณภาพของผลผลิต ต้องมาจากผู้ผลิตที่มีคุณลักษณะที่ดี ดังนี้

1. ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค
2. รักษาคุณภาพของผลผลิตให้คงที่และปรับปรุงให้ดีขึ้น
3. ไม่ปลอมปนผลผลิต
4. ไม่เอาไรต์เอาเปรียบผู้บริโภค
5. ไม่กักตุนผลผลิต
6. มีความรู้ ความชำนาญในงานอาชีพที่ดำเนินการเป็นอย่างดี
7. มีความรักและศรัทธาในงานอาชีพที่ดำเนินการ
8. มีความเชื่อมั่นในตัวเอง
9. มีความคิดริเริ่ม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ลักษณะงานอาชีพการให้บริการ

การบริการ เป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการทำขึ้น เพื่อส่งมอบการบริการให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการส่วนใหญ่จะเน้นให้ความสำคัญกับ “กิจกรรม” หรือ “กระบวนการบริการ” ของผู้ให้บริการมากกว่าสิ่งอื่น และจะเกิดความประทับใจ ในขณะที่ผู้รับบริการสัมผัสได้กับบริการนั้น ๆ

คุณภาพของการบริการ วัดได้จากการบริการของผู้ให้บริการ 7 ประการ ดังนี้

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

มีบางอาชีพที่เป็นไปได้ทั้งการผลิตและการบริการ เช่น ผู้ประกอบอาชีพร้านอาหาร ต้องมีการทำ อาหารประเภทต่าง ๆ ควบคู่กับการบริการลูกค้า เป็นต้น

เรื่องที่ 2 การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ

การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ถ้าผู้ประกอบการรู้จักลดต้นทุน ใช้ทุนอย่างประหยัด คุ่มค่า รวมทั้งจัดหาทุนทดแทนได้อย่างเหมาะสม จะส่งผลต่อความเข้มแข็งของอาชีพ ทำให้การดำเนินงานในการผลิตหรือการบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทุน ในการดำเนินการประกอบอาชีพ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. ทุนคงที่ คือ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการจัดหามา เพื่อใช้ในการจัดหาสินทรัพย์ถาวร เช่น ดอกเบี้ยเงินกู้ ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร เป็นต้น สำหรับใช้ในการประกอบอาชีพทุนคงที่สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1.1 ทุนคงที่ที่เป็นเงินสด เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเป็นค่าดอกเบี้ยเงินกู้ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินการประกอบอาชีพ

1.2 ทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด ได้แก่ พื้นที่ อาคารสถานที่ โรงเรือน รวมถึงค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร

2. ทุนหมุนเวียน คือ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการจัดหามา เพื่อใช้ในการดำเนินการจัดหาสินทรัพย์หมุนเวียนในการดำเนินกิจกรรมอาชีพ เช่น วัตถุดิบในการผลิตสินค้าหรือการบริการ วัสดุสิ้นเปลือง ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น ทุนหมุนเวียนแบ่งออกเป็น ดังนี้

2.1 ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพ สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

2.1.1 วัสดุอุปกรณ์อาชีพในกลุ่มผลิตผลผลิต เช่น งานอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ ค่าปุ๋ย พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ค่าน้ำมัน เป็นต้น

2.1.2 วัสดุอุปกรณ์อาชีพในกลุ่มบริการ เช่น อาชีพรับจ้างซักรีดเสื้อผ้า ได้แก่ ค่าผงซักฟอก ค่าน้ำยาซักผ้า เป็นต้น

2.2 ค่าจ้างแรงงาน เป็นค่าจ้างแรงงานในการผลิตหรือบริการ เช่น ค่าแรงงานในการไถดิน ค่าจ้างลูกจ้างในร้านอาหาร เป็นต้น

2.3 ค่าเช่าที่ดิน/สถานที่ เป็นค่าเช่าที่ดิน/สถานที่ในการประกอบธุรกิจ

2.4 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นค่าใช้จ่ายในกรณีอื่นที่นอกเหนือจากรายการ

2.5 ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน เป็นแรงงานในครัวเรือนส่วนใหญ่ ในการประกอบอาชีพ อาจจะไม่ได้นำมาคิดเป็นต้นทุน จึงไม่ทราบข้อมูลการลงทุนที่ชัดเจน ดังนั้นการคิดค่าแรงในครัวเรือน จึงจำเป็นต้องคิดด้วย โดยคิดในอัตราค่าแรงขั้นต่ำของท้องถิ่นนั้น ๆ

2.6 ค่าเสียโอกาสที่ดิน กรณีเจ้าของธุรกิจมีที่ดินเป็นของตนเอง การคิดต้นทุนให้คิดตามอัตรา ค่าเช่าที่ดินในท้องถิ่นหรือบริเวณใกล้เคียง

ในการประกอบอาชีพ การบริหารทุนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะมีผลต่อความมั่นคงของอาชีพว่าจะก้าวหน้าหรือล้มเหลวได้

เรื่องที่ 3 การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ

เป้าหมายการผลิตหรือการบริการ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องมุ่งไปให้ถึง เกิดผลตามที่ต้องการ ด้วยวิธีการต่าง ๆ ซึ่งการกำหนดเป้าหมายจะทำให้ผู้ประกอบการมีทิศทางการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน **ปัจจัยที่ส่งผลให้เป้าหมายการผลิตหรือการบริการประสบความสำเร็จ** ประกอบด้วย

1. การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน
2. การเสริมสร้างส่วนประสมทางการตลาดได้อย่างลงตัว
3. การคำนึงถึงสถานะแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้
4. สามารถตอบคำถามต่อไปนี้ได้ทุกข้อ
 - 4.1 ข้อมูลปัจจัยของลูกค้า ที่ต้องการสินค้าที่จะพัฒนาขึ้นใหม่ ประกอบด้วย
 - 4.1.1 ใครคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับผลผลิตที่ผลิตขึ้นหรือการบริการ

- 4.1.2 ลูกค้ายี่สิบห้าหมายดังกล่าวยู่ ณ ที่ใด
- 4.1.3 ในปัจจุบันลูกค้าเหล่านี้ซื้อผลผลิตหรือการบริการได้จากที่ใด
- 4.1.4 ลูกค้าซื้อผลผลิตหรือการบริการบ่อยแค่ไหน
- 4.1.5 อะไรคือสิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้าเหล่านั้นตัดสินใจใช้บริการ
- 4.1.6 เหตุผลทำไมลูกค้าถึงใช้ผลผลิตหรือบริการของเรา
- 4.1.7 อะไรที่ลูกค้าเหล่านั้นชอบและไม่ชอบผลผลิตหรือบริการอะไรที่เรามี

อยู่บ้าง

- 4.2 ข้อมูลปัจจัยของผลผลิตหรือการบริการ ประกอบด้วย
 - 4.2.1 ลูกค้าต้องการผลผลิตหรือบริการอะไร
 - 4.2.2 ลูกค้าอยากจะมีผลผลิตหรือบริการในเวลาใด
 - 4.2.3 งานด้านการบริการ ควรตั้งชื่อว่าอะไร เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจลูกค้าได้มาก

ที่สุด

4.3 ข้อมูลองค์ประกอบด้านผู้ประกอบการ

ในการพัฒนาอาชีพจะต้องพิจารณาตามประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

- 4.3.1 แรงงาน ต้องใช้แรงงานมากน้อยที่เพิ่มหรือลดลงเท่าไร ปัจจุบันมีแรงงานเพียงพอต่อการดำเนินงานหรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอจะทำอย่างไร จะนำเครื่องจักรมาใช้แทนแรงงานบ้างได้หรือไม่
- 4.3.2 เงินทุน ต้องใช้เงินทุนมากน้อยเพียงไร ปัจจุบันมีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงานหรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอจะทำอย่างไร
- 4.3.3 เครื่องมือ/อุปกรณ์ ต้องใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์อะไร จำนวนเท่าไร เพียงพอหรือไม่ ถ้าไม่เพียงพอจะทำอย่างไร
- 4.3.4 วัตถุดิบ เป็นสิ่งสำคัญมากขาดไม่ได้ ผู้ผลิตจะต้องพิจารณาว่าจะจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบจากที่ใด ราคาเท่าไร จะหาได้จากแหล่งไหน และโดยวิธีใด
- 4.3.5 สถานที่ หากเป็นการประกอบอาชีพด้านการผลิต ต้องกำหนดสถานที่ที่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ถ้าเป็นธุรกิจด้านการบริการ ต้องจัดสถานที่ให้มีความเหมาะสม สะอาด และเดินทางสะดวกเป็นหลัก

เรื่องที่ 4 การกำหนดแผนกิจกรรม

แผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ คือ แผนงานทางการประกอบอาชีพที่แสดงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องปฏิบัติในการลงทุน โดยมีจุดเริ่มต้นจากผู้ประกอบการจะผลิตสินค้าหรือบริการอะไร มีกระบวนการปฏิบัติอย่างไร และผลจากการปฏิบัติออกมาได้มากน้อยแค่ไหน ใช้งบประมาณและกำลังคนเท่าไร เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้า และจะบริหารอย่างไร ธุรกิจจึงจะอยู่รอด

การกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ เป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการประกอบอาชีพ เพราะเป็นการกำหนดเป้าหมายในสิ่งที่ต้องการให้เกิด รายละเอียดที่ต้องปฏิบัติ ผ่านกระบวนการตัดสินใจอย่างมีระบบบนฐานของข้อมูล เพื่อให้เกิดผลจากการปฏิบัติที่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีขั้นตอนการกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ ดังนี้

1. **สำรวจตัวเองเพื่อให้รู้ถึงสถานภาพปัจจุบัน** ของงานอาชีพของตนเอง เป็นการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับแรงงาน เงินทุน เครื่องมือ/อุปกรณ์ วัตถุดิบ และสถานที่ว่ามีสภาพความพร้อมหรือมีปัญหาอย่างไร รวมถึงผลผลิตหรือบริการของตนว่ามีอะไรบกพร่องหรือไม่

2. **สำรวจสภาพแวดล้อม** เป็นการตรวจสอบข้อมูลภายนอกเกี่ยวกับสภาพธุรกิจประเภทเดียวกันในชุมชน ความต้องการของลูกค้า

การดำเนินงานตามขั้นตอนที่ 1 และ 2 เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อระบุถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและควรแก้ไข ซึ่งข้อมูลของทั้งสองข้อนี้ อยู่ในเรื่องสภาพปัญหา หรือหลักการและเหตุผล ในส่วนแรกของแผนงาน/โครงการ

3. **การกำหนดทางเลือก** เพื่อให้การวางแผนมีความชัดเจน หลังจากสามารถกำหนดสาเหตุของปัญหา (ข้อ 1 และ ข้อ 2) ได้แล้ว ผู้ประกอบการต้องตัดสินใจเพื่อพิจารณาหาทางเลือก เพื่อให้ได้ทางเลือกหลายทางสู่การปฏิบัติ

4. **การประเมินทางเลือก** เมื่อสามารถกำหนดทางเลือกได้หลากหลายแล้ว (จากข้อ 3) เพื่อให้ได้ทางเลือกสู่การปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุดในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ประกอบการต้องพิจารณาประเมินทางเลือกในแต่ละวิธี เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายให้ได้ที่สุด

5. **การตัดสินใจ** ในการตัดสินใจเลือกสามารถใช้หลัก 4 ประการในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจคือ 1) ประสพการณ์ 2) การทดลอง 3) การวิจัยหรือการวิเคราะห์ และ 4) การตัดสินใจเลือก

6. กำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการกำหนดเป้าหมายของการดำเนินงานว่า ต้องการให้เกิดอะไร

7. พยากรณ์อนาคตถึงความเป็นไปได้ เป็นการคิดผลบรรลุล่วงหน้าว่า หากดำเนินการตามแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการแล้ว ธุรกิจที่ดำเนินงานจะเกิดอะไรขึ้น

8. กำหนดแนวทางการปฏิบัติ เป็นการกำหนดรายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติว่าจะทำอย่างไร เมื่อไร เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

9. ประเมินแนวทางการปฏิบัติที่วางไว้ เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการว่า มีความสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร สามารถที่จะปฏิบัติตามขั้นตอน วิธีการที่กำหนดไว้ได้หรือไม่อย่างไร หากพบว่าแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการที่จัดทำขึ้นยังไม่มี ความสอดคล้อง หรือมีขั้นตอนวิธีการใดที่ไม่มั่นใจ ให้จัดการปรับปรุงใหม่ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสม

10. ทบทวนและปรับแผน เมื่อสถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่กำหนด เป็นการพัฒนาแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการในระหว่าง การปฏิบัติตามแผน เมื่อมีสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป หรือมีข้อมูลใหม่ที่สำคัญ

เรื่องที่ 5 การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ

การประกอบอาชีพให้ประสบความสำเร็จนั้น แม้ว่าการดำเนินงานในการผลิตหรือการบริการสามารถดำเนินไปได้ด้วยดีแล้วก็ตาม แต่เพื่อให้การประกอบอาชีพนี้มีความก้าวหน้าและมั่นคง ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาระบบการผลิตหรือการบริการ ควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. ลักษณะการผลิตหรือการบริการ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาลักษณะของผลิตภัณฑ์ว่าดูดี น่าซื้อ น่าใช้ และสภาพของแหล่งให้บริการมีบรรยากาศดี สะอาด ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ

2. ความไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้โดยตรงไปตรงมาและถูกต้อง และมีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. ความกระตือรือร้นในการบริการ เช่น การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และพร้อมที่จะให้บริการผู้รับบริการอย่างทันท่วงที

4. ความเชี่ยวชาญ มีผู้ปฏิบัติงานที่มีความรู้ ความสามารถในการผลิตสินค้าและงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า และได้รับการรับรองคุณภาพสินค้า

5. อัจฉาศัยที่อบอุ่นด้านการบริการ ผู้ประกอบการและพนักงานมีมิตรไมตรี ความสุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง

6. ให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงาน

7. ความน่าเชื่อถือ ผู้ประกอบการมีความซื่อสัตย์และสร้างความเชื่อมั่น

8. ความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์และสถานที่ประกอบกิจกรรม มีสภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่าง ๆ

9. การเข้าถึงบริการ สามารถติดต่อเพื่อการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ ด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

10. การติดต่อสื่อสาร ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่ง่าย และรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ

11. ความเข้าใจลูกค้า ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และให้ความสำคัญตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโดยทันที

คุณภาพของการผลิตหรือการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องรักษาระดับคุณภาพ และพัฒนาระดับคุณภาพการผลิตหรือการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้น โดยเสนอคุณภาพการผลิตหรือให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังหรือเกินกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้เสมอ

แบบฝึกหัด

ให้ผู้เรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว

1. การทำธุรกิจ สิ่งจำเป็นที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าคือข้อใด
 - ก. ลูกค้าคือพระเจ้า
 - ข. การบริการที่เข้าใจผู้บริโภค
 - ค. มาตรฐานสินค้าที่ผู้ประกอบการกำหนด
 - ง. คุณภาพของสินค้าและบริการที่ตอบสนองลูกค้า
2. ข้อใดคือต้นทุนการผลิตแบบคงที่
 - ก. ค่าจ้างแรงงาน
 - ข. ค่าเครื่องจักรกล
 - ค. ค่าวัตถุดิบการผลิต
 - ง. ค่าขนส่งสินค้าและบริการ
3. ปัจจัยใดส่งผลให้การกำหนดเป้าหมายการผลิตประสบผลสำเร็จมากที่สุด
 - ก. การมีเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต
 - ข. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก
 - ค. ความต้องการสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย
 - ง. ผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณมากๆ ในแต่ละครั้ง
4. ผู้ประกอบการต้องทำสิ่งใด จึงจะได้ผลผลิตหรือการบริการตามต้องการ
 - ก. การกำหนดทางเลือกในการผลิตหรือการบริการ
 - ข. การวิเคราะห์ทุนปัจจัยการผลิตหรือการบริการ
 - ค. การกำหนดแผนกิจกรรมการผลิตหรือการบริการ
 - ง. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการผลิตหรือการบริการ
5. การกำหนดทิศทางและเป้าหมายการตลาดช่วยในการทำธุรกิจอย่างไร
 - ก. รู้จักพฤติกรรมของลูกค้า
 - ข. สินค้าจะได้รับความสนใจ
 - ค. ช่วยให้อำนาจดำเนินธุรกิจได้คล่องตัวยิ่งขึ้น
 - ง. ผลิตสินค้าได้เพียงพอและทันต่อความต้องการของลูกค้า

6. การพบข้อผิดพลาดนำไปแก้ไขปรับปรุงได้ ตรงกับขั้นตอนการกำหนดแผนกิจกรรมในข้อใด
 - ก. การทบทวนและปรับแผน
 - ข. การสำรวจสภาพแวดล้อม
 - ค. การกำหนดแนวทางการปฏิบัติ
 - ง. การตัดสินใจจากประสบการณ์
7. เหตุใดจึงต้องมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนพัฒนาธุรกิจเชิงรุก
 - ก. ดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
 - ข. บุคลากรสามารถปฏิบัติได้เต็มความสามารถ
 - ค. เตรียมรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต
 - ง. ตรวจสอบความเป็นไปได้ก่อนที่จะเขียนเป็นโครงการ
8. ข้อใดเป็นเหตุผลสำคัญที่สุดในการพัฒนาระบบการผลิต
 - ก. การเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์
 - ข. การเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์
 - ค. การสร้างแรงกดดันให้กับคู่แข่ง
 - ง. การมีวิธีการผลิตที่เลียนแบบได้ยาก
9. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จะมีผลต่อกิจการอย่างไร
 - ก. ทำให้มีคู่แข่งชั้นลดลง
 - ข. ทำให้ขายสินค้าได้รวดเร็ว
 - ค. ทำให้กิจการมีลูกค้ามากขึ้น
 - ง. ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้ามากขึ้น
10. ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง “อย.” แสดงว่าผู้ประกอบการคำนึงถึงสิ่งใด
 - ก. ความสะอาด
 - ข. ความทันสมัย
 - ค. ความสวยงาม
 - ง. ความปลอดภัย

บทที่ 4

การพัฒนาธุรกิจเชิงรุก

เรื่องที่ 1 ความจำเป็นและคุณค่าของธุรกิจเชิงรุก

ธุรกิจเชิงรุก หมายถึง การบริหารจัดการธุรกิจแบบมีแบบแผน เป็นระบบการพัฒนา งานที่ดี อำนวยประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถวางแผนติดตามและควบคุมให้การ ดำเนินงานในทุกด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สภาพการตลาดในปัจจุบัน มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ธุรกิจต่าง ๆ พยายามสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของตน ผู้ประกอบการพยายามที่จะเจาะกลุ่มลูกค้าและ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มีความคาดหวังและความต้องการแตกต่างกัน เช่น การ แบ่งกลุ่มลูกค้าตาม เพศ อายุ อาชีพ ฯลฯ โดยอาศัยกลยุทธ์ต่างกันไป เช่น กลยุทธ์ด้านราคา การออกแบบสินค้าให้มีลักษณะเฉพาะ หรือบริการเสริมหลังการขาย เป็นต้น

การประกอบธุรกิจในสมัยก่อน มีการตั้งดูลูกค้าโดยเน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนให้ดี และให้ความสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ พยายามลดต้นทุนการผลิตโดยไม่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า แต่เน้น ไปที่การคิดค้นพัฒนาสินค้าของตนให้แตกต่างจากคู่แข่ง ต่อมาจึงมีการนำกลยุทธ์ด้านราคา มา ใช้ โดยการลด แลก แจก แถม ผู้ผลิตที่มีต้นทุนต่ำจะมีความได้เปรียบในการตั้งราคาขายให้ต่ำ ผู้ผลิตจะเน้นให้ความสำคัญกับปริมาณมากกว่าคุณภาพและความพึงพอใจ รวมทั้งยังคงมุ่งเน้น ไปที่การปรับปรุงกระบวนการผลิตมากกว่าการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า และให้ ความสำคัญกับการกระจายสินค้าและบริการเพื่อลดต้นทุนการขนส่ง

แต่ในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด รวมถึงการคมนาคมขนส่งที่ทำให้การจัดส่งสินค้าและบริการไม่ยุ่งยากและมีความรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ผลิตมีอำนาจต่อรองลดลงในขณะที่ผู้บริโภคมีอำนาจมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องใช้ธุรกิจเชิงรุกมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการ พัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สินค้าได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภค มีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลาย และมีการแข่งขันกันในการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

เรื่องที่ 2 การแทรกความนิยมเข้าสู่ความต้องการของผู้บริโภค

ในการประกอบอาชีพให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบธุรกิจควรทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจะช่วยให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงตามความจำเป็นและความต้องการ ซึ่งเป็นการตอบสนองความรู้สึกพึงพอใจมากกว่าเพียงแค่ตอบสนองความจำเป็นที่อย่างน้อยเพียงแค่ทำให้เรารู้สึกดีขึ้น อาทิ เรารู้สึกหิวเราต้องการทานอาหารที่ชอบและมีราคาแพง เรารู้สึกร้อนเราต้องการเครื่องปรับอากาศที่มีดีไซน์สวยงามพร้อมระบบฟอกอากาศ เป็นต้น ซึ่งเป็นการแสดงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย จึงเป็นช่องทางในการพัฒนาสินค้าและงานบริการของผู้ประกอบธุรกิจไปสู่ผู้บริโภคและผู้รับบริการ เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีสินค้าและงานบริการใดบ้างที่จะสามารถช่วยตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้เหมาะสมที่สุด

นอกจากการพัฒนาสินค้าและงานบริการได้ตรงตามความต้องการแล้ว การแทรกความนิยมในตัวสินค้าและงานบริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างการยอมรับ ความเชื่อมั่น ความชอบในตัวสินค้าและงานบริการนั้น ๆ โดยผู้ประกอบธุรกิจจะต้องชี้แจงได้ว่าสินค้าของตนคืออะไร ใช้ประโยชน์ได้อย่างไร สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค สร้างความแตกต่างของสินค้าและงานบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้าและงานบริการอย่างต่อเนื่อง

การแทรกความนิยมสู่ความต้องการของผู้บริโภค อาจพิจารณาจากการจำแนกความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1. ความต้องการเป็นลบ สำหรับผู้บริโภคที่ไม่ชอบสินค้า และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงสินค้านั้นผู้ประกอบธุรกิจควรมีการวางแผนเปลี่ยนแปลงความต้องการที่เป็นลบให้เป็นบวก หรือเปลี่ยนจากการ “ไม่ชอบ” เป็น “ชอบ” สินค้านั้นให้ได้ โดยอาจเน้นในการสร้างการรับรู้ในทางบวกเพิ่มขึ้น เช่น การประกันชีวิต หรือการขายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น

2. ไม่มีความต้องการ หรือความต้องการเป็นศูนย์ จะเกิดขึ้นจากผู้บริโภคเห็นว่าสินค้านั้นไม่มีคุณค่า หรืออาจจะยังไม่รู้จักประโยชน์ในตัวสินค้าพอ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในลักษณะของการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้ชาย ผู้ประกอบธุรกิจควรเน้นลักษณะสินค้าที่แสดงความเป็นผู้หญิงและผู้ชายต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชายซื้อสินค้าเฉพาะตัวเองมากขึ้น เป็นต้น

3. ความต้องการแอบแฝง เป็นความต้องการของผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการธุรกิจยังไม่สามารถหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ในขณะนั้น เช่น แต่เดิมโทรศัพท์มือถือใช้ในการติดต่อสื่อสารเพียงอย่างเดียว แต่ผู้บริโภคยังมีความต้องการมากกว่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจึงได้พัฒนาโทรศัพท์มือถือให้สามารถถ่ายรูป เล่นอินเทอร์เน็ต เพิ่มแอปพลิเคชันต่าง ๆ Facebook line เป็นต้น ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

4. ความต้องการลดลง เป็นลักษณะความต้องการที่มีระดับน้อยลงกว่าเดิม ผู้ประกอบการธุรกิจควรพยายามฟื้นฟูช่วงชีวิตของสินค้า โดยการหาโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ หรือหาทางเพิ่มความถี่ของผู้บริโภค

5. ความต้องการไม่สม่ำเสมอ ผู้ประกอบการธุรกิจควรพยายามปรับความต้องการที่ไม่สม่ำเสมอให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจมีสินค้าเกษตร ซึ่งสินค้ามีความไม่แน่นอนและออกมาตามฤดูกาล ผู้ประกอบการธุรกิจจึงหาช่องทางในการทำผลิตภัณฑ์แปรรูป หรืออาจเพิ่ม หรือขยายตลาดในช่วงเทศกาลให้เพิ่มมากขึ้น เช่น ในบางจังหวัดจัดเทศกาล ผัก ผลไม้อื่น ๆ ของตนเอง ผู้ประกอบการธุรกิจก็นำสินค้าไปร่วมในเทศกาลนั้น ๆ ด้วย

6. ความต้องการเต็มที่แล้ว เป็นสถานการณ์ที่ผู้บริโภคใช้บริการสินค้าและงานบริการขอ ผู้ประกอบการธุรกิจอยู่แล้ว แต่ผู้ประกอบการจะนิ่งเฉยไม่ได้ ต้องมีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพราะผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงรสนิยมและความต้องการได้ตลอดเวลา

เรื่องที่ 3 การสร้างรูปลักษณ์และคุณภาพสินค้าใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจมีสาเหตุมาจากความจำเป็นที่ต้องสร้างความมั่นคงและการเติบโตของธุรกิจ การสร้างรูปลักษณ์คุณภาพสินค้าใหม่เป็นการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น มีความสวยงาม ใช้งานสะดวก มีความทนทาน แต่ละธุรกิจจะพัฒนาได้ต่อเมื่อผู้ประกอบการรับรู้ความต้องการในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ จึงสามารถกำหนดทิศทางวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

การสร้างความประทับใจในคุณภาพของสินค้า

การสร้างความประทับใจในคุณภาพของสินค้า เป็นการที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ จนทำให้เกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งการสร้างความประทับใจจะทำให้สินค้าหรือบริการได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ทำให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้า
2. ทำให้สินค้ามีตำแหน่งทางการตลาดที่มั่นคง
3. มีช่องทางการจัดจำหน่ายน่าสนใจ
4. ทำให้สามารถขยายชนิดสินค้าหรือบริการมากขึ้น

แนวทางพิจารณาผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงเฉพาะรูปแบบหรือวัสดุสิ่งของที่เป็นรูปร่างเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือการบริการด้วย ซึ่งเป็นการตอบสนองความพึงพอใจที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

ส่วนประกอบที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มี 2 ประการ คือ

1. ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีคุณค่าและตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้มากที่สุด
2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ต้องมีความครบถ้วน

หน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ผู้ผลิตควรดำเนินการ ดังนี้

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

คุณภาพของสินค้าหรือการบริการ

คุณภาพของสินค้าในการรับรู้ของผู้บริโภค มีข้อพิจารณา ดังนี้

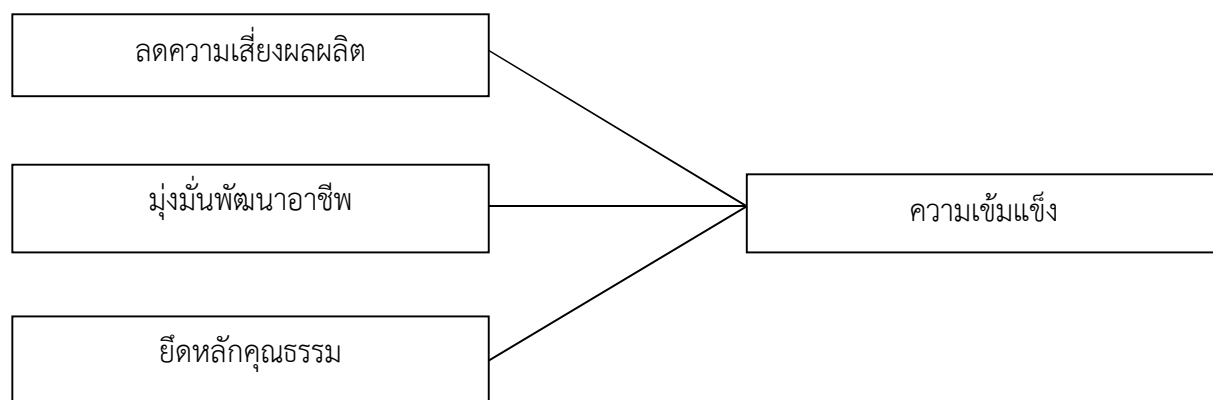
1. การทำงานของสินค้า หมายถึง สินค้านั้นต้องทำงานได้ตามคุณสมบัติของสินค้า เช่น เครื่องซักผ้าสามารถซักผ้าได้สะอาด
2. รูปลักษณ์ดี หมายถึง การออกแบบรูปร่างลักษณะของสินค้าให้สะดวกในการใช้
3. น่าเชื่อถือ หมายถึง สินค้านั้นใช้ได้ดีทุกครั้ง เช่น เครื่องตัดหญ้าที่ใช้ตัดหญ้าได้ดีทุกครั้ง ไม่ใช่บางครั้งใช้ได้ บางครั้งใช้ไม่ได้
4. ความคงทน สินค้าไม่แตกหักหรือเสียหาย มีอายุการใช้งานยาวนาน
5. ความสามารถของการบริการ สินค้าที่ต้องการการบริการก่อนหรือหลังการขายบริการนั้นจะมีประสิทธิภาพ
6. ภาพลักษณ์โดยรวมที่ดี สินค้าที่ดูมีคุณภาพเมื่อพิจารณาทุกปัจจัยโดยรวมของสินค้านั้นจะต้องดูว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี

คุณภาพของบริการ มีข้อพิจารณา ดังนี้

1. สามารถจับต้องได้ โดยปกติบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ทำให้การรับรู้ในคุณภาพค่อนข้างไม่ชัดเจน ดังนั้น บริการที่ดีควรสร้างหลักฐานให้เห็นชัดว่าบริการนั้นมีคุณภาพ หลักฐานที่จะสร้างนั้น ได้แก่ อาคาร อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวก และบุคลากร เช่น ความหรูหราด้วยการออกแบบที่ทันสมัยของโรงแรม อุปกรณ์ทันสมัยที่ใช้ในโรงแรม
2. น่าเชื่อถือ เช่น ความถูกต้องด้านราคา ความถูกต้องในการคิดค่าบริการ ร้านอาหารที่คิดราคา ตรงกับจำนวนอาหารที่ลูกค้าสั่ง ลูกค้าย่อมให้ความเชื่อถือ
3. มีความรู้ ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องนั้น เช่น ช่างซ่อมรองเท้า ต้องมีความรู้ในเรื่องการซ่อมรองเท้า ทาทางขณะซ่อมรองเท้าต้องดูว่ามีความสามารถ มีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ซึ่งทำให้ผู้เอารองเท้าไปซ่อมเกิดความมั่นใจ
4. มีความรับผิดชอบ เช่น เมื่ออยู่ซ่อมรถยนต์สัญญากับลูกค้าว่า จะซ่อมรถยนต์ให้เสร็จภายใน 3 วัน อยู่แห่งนั้นต้องทำให้เสร็จภายในเวลา 3 วัน
5. มีจิตบริการ ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต้องเป็นผู้มีจิตบริการ จึงจะเป็นผู้กระตือรือร้นในการให้บริการผู้อื่น เต็มใจช่วยเหลือโดยไม่รังเกียจ

เรื่องที่ 4 การพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

โดยทั่วไปการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็งของผู้ประกอบธุรกิจ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ (1) การลดความเสี่ยงในผลผลิต (2) ความมุ่งมั่นพัฒนาอาชีพ และ (3) การยึดหลักคุณธรรม ที่ผู้ประกอบธุรกิจควรนำมาบูรณาการและนำไปใช้พัฒนาอาชีพให้เข้มแข็ง



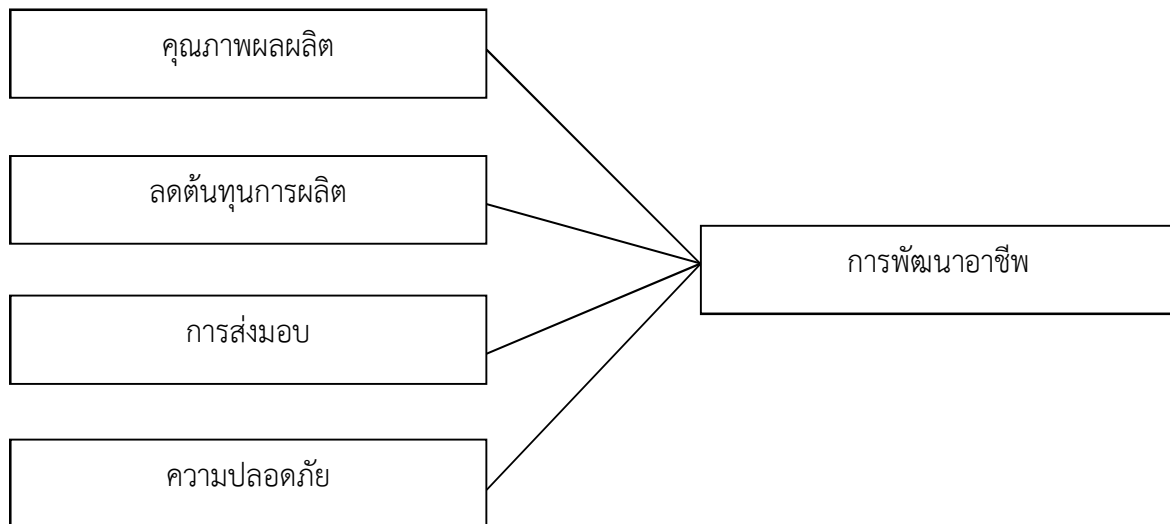
การลดความเสี่ยงในการผลิต

การประกอบอาชีพแต่ละอาชีพจะมีความเสี่ยงต่าง ๆ มากมาย ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องหาวิธีการลดความเสี่ยง เช่น

ความเสี่ยง	วิธีการลดความเสี่ยง
การขาดทุน	แสวงหาตลาดใหม่ไว้ล่วงหน้า
	สร้างระบบประกันราคาผลผลิต
	ลดต้นทุนการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบราคาต่ำ
ขาดเงินทุนหรือขาดสภาพคล่องทางการเงิน	แสวงหาแหล่งเงินทุนใหม่
	แสวงหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ
	ลดต้นทุนการผลิต
	แสวงหาแหล่งทุนในลักษณะหุ้นส่วนธุรกิจ

การพัฒนาอาชีพ

เป็นกระบวนการที่เน้นความสำคัญการพัฒนากระบวนการจัดการทั้งการผลิตและการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ดังนี้



ปัจจัยร่วมทั้ง 4 ด้าน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาอาชีพ โดยมีลักษณะ ดังนี้

1. คุณภาพการผลิต ผู้ประกอบธุรกิจต้องผลิตสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพตรงความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีเป็นไปตามความคาดหวัง

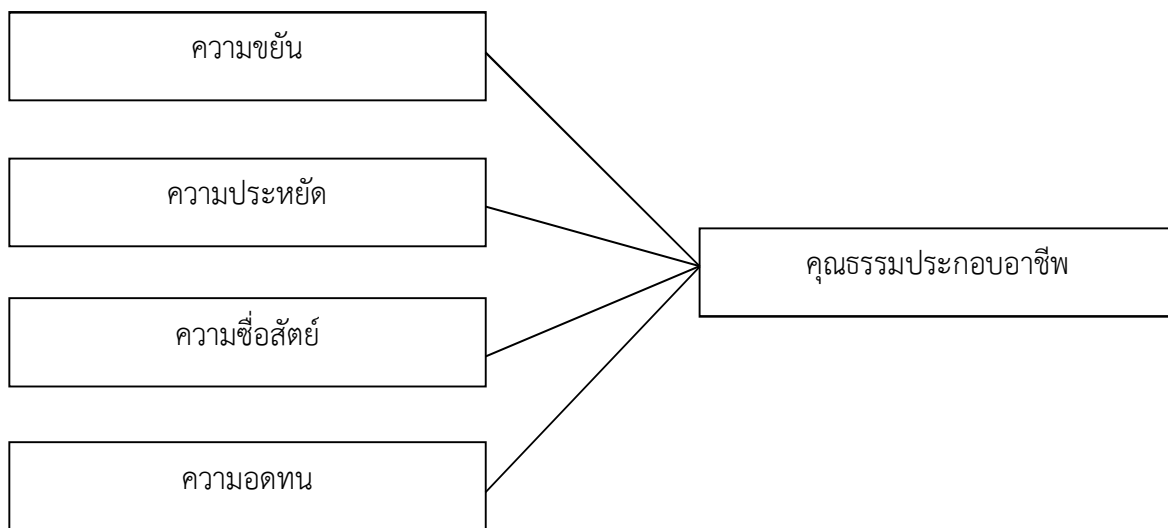
2. ลดต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาผลผลิต ควรเป็นราคาที่ลูกค้าสามารถซื้อผลผลิตของเราได้ แต่ไม่ใช่กำหนดราคาต่ำจนกระทั่งรายได้ไม่พอเพียง ดังนั้น การลดต้นทุนจึงเป็นเรื่องสำคัญที่เราจะต้องศึกษาเรียนรู้หาวิธีลดต้นทุนที่ทำให้มีรายได้เพียงพอ ไม่ใช่ไปลดต้นทุนกับค่าแรงงาน แต่เป็นการบริหารจัดการให้ลดความเสียหายในปัจจัยการผลิต และการจัดการให้ได้ผลผลิตสูง

3. การส่งมอบ การส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าต้องเป็นไปตามข้อตกลงทั้งเวลานัดหมายและจำนวนผลผลิต เช่น อาชีพร้านตัดเย็บเสื้อผ้าชาย ส่วนใหญ่มักจะผัดนัดทำให้เสียหายกับลูกค้าที่มีกำหนดการใช้เสื้อผ้า จึงหันไปใช้บริการเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีความสะดวกมองเห็นสินค้าและตัดสินใจเลือกซื้อได้ทันที ทำให้ปัจจุบันร้านเย็บเสื้อผ้าชายเกือบหายไปจากสังคมไทย

4. ความปลอดภัย ผู้ผลิตประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นสำคัญ เช่น อาชีพเกษตรกรอินทรีย์ คนงานไม่มีโอกาสสัมผัสกับสารพิษ ทำให้การทำงานปลอดภัย ขณะเดียวกันผลผลิตจากเกษตรกรอินทรีย์เป็นอาหารที่ปลอดภัย เป็นต้น

การยึดหลักคุณธรรม

การยึดหลักคุณธรรม เป็นพฤติกรรมภายในของผู้ประกอบอาชีพที่ส่งผลต่อความมั่นคงของอาชีพ ดังนี้



คุณธรรมทั้ง 4 ประการดังกล่าวหลายคนบอกว่า เป็นเรื่องที่ต้องปลูกฝังมาแต่เยาว์วัย จึงจะเกิดขึ้นได้ ความเชื่อนี้เป็นจริง แต่เราสามารถเรียนรู้ สร้างความเข้าใจ มองเห็นคุณค่า ปรับเปลี่ยนและตกแต่งพฤติกรรมเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสร้างความสำเร็จให้กับตนเองได้

1. ความขยัน มีลักษณะพฤติกรรมของการทำอะไรอย่างเอาจริงเอาจัง แข็งขันไม่เกียจคร้าน ถ้าผู้ประกอบอาชีพเป็นอย่างนี้ เขาจะมองเห็นงานอย่างทะลุไปข้างหน้ามุ่งมั่นเอาจริงเอาจัง ยกระดับความสำเร็จไปอย่างต่อเนื่อง ความมั่นคงก็จะเกิดขึ้น

2. ความประหยัด เป็นพฤติกรรมของการยับยั้ง รั้งมัดระวังการใช้จ่ายให้พอ สร้างความคุ้มค่า ให้มีความเสียหายน้อยที่สุด พฤติกรรมเช่นนี้เป็นเรื่องของความรอบคอบในการทำงาน

3. ความซื่อสัตย์ เป็นลักษณะการประพฤติตรงและจริงใจต่อลูกค้า ทีมงานไม่คิดทรยศ คดโกงหลอกลวง คู่ค้า ผู้ร่วมทุนเป็นพฤติกรรมที่สร้างความภักดี ความไว้วางใจต่อลูกค้า ทีมงานหุ้นส่วน

4. ความอดทน มีลักษณะพฤติกรรมที่สามารถอดกลั้น งดเว้น ทนอยู่ได้กับความยากลำบาก ไม่ท้อถอย ไม่ย่อท้อ ไม่ยกเลิกข้อตกลงหรือสัญญาโดยไม่มีเหตุผล

แบบฝึกหัด

ให้ผู้เรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว

1. ข้อใดเป็นแนวความคิดของธุรกิจเชิงรุก
 - ก. เน้นด้านราคา
 - ข. เน้นการกระจายสินค้า
 - ค. เน้นการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ
 - ง. เน้นความพึงพอใจของผู้บริโภค
2. บุคคลใดมีความสำคัญต่อธุรกิจเชิงรุก
 - ก. ผู้ซื้อ
 - ข. ผู้ขาย
 - ค. ผู้ผลิต
 - ง. ผู้ขนส่ง
3. ผู้ประกอบธุรกิจควรทำตามข้อใด จึงจะสามารถแทรกความนิยมเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคได้
 - ก. ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ราคาแพง
 - ข. สร้างสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบ
 - ค. วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค
 - ง. จัดกิจกรรมขายสินค้าที่ใกล้หมดอายุ
4. ข้อใดไม่ใช่การแทรกความนิยมเรื่องการรักษาสุขภาพในผลิตภัณฑ์
 - ก. วินัย ทำแซนวิชผักและแซนวิชเจจำหน่ายเพิ่มในช่วงเทศกาลกินผัก
 - ข. วิภา นำธัญพืชชนิดต่าง ๆ มาเป็นส่วนผสมหลักของขนมปังชนิดใหม่
 - ค. วิชัย ปรับปรุงสินค้าจากไส้กรอกหมูธรรมดามาเป็นไส้กรอกหมูสมุนไพร
 - ง. วิไล เพิ่มบรรจุภัณฑ์ของน้ำเต้าหู้ที่ใช้ถุงพลาสติกอย่างเดียวมาใช้แก้วพลาสติก
5. ข้อใดสัมพันธ์กับการก่อให้เกิดประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ของสินค้ามากที่สุด
 - ก. การผลิต
 - ข. การโฆษณา
 - ค. ความพึงพอใจ
 - ง. การจัดเกรดสินค้า

6. ข้อใดเป็นรูปลักษณะผลิตภัณฑ์
 - ก. สุชาติ ชื้อบ้านเพราะเป็นที่อยู่อาศัย
 - ข. ปราณี ชื้อรถยนต์ใหม่เพราะมีประกันชั้นหนึ่งฟรี
 - ค. ปิติ ชื้อทีวีเพราะขนาดจอที่ใหญ่ ภาพคมชัด และยี่ห้อใช้ได้ดี
 - ง. วีระ ชื้อรถยนต์เพราะช่วยในการเดินทางได้สะดวกสบาย
7. ประภาสซื้อผักปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพที่ดีให้กับตนเอง เป็นการซื้อสินค้าในลักษณะใด
 - ก. ชื้อด้วยอารมณ์
 - ข. ชื้อตามคำแนะนำ
 - ค. ชื้อด้วยความจำเป็น
 - ง. ชื้อด้วยลักษณะของสินค้า
8. การประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับสาขาที่เรียนมาจะส่งผลตรงกับข้อใด
 - ก. ได้ผลตอบแทนสูง
 - ข. เกิดความเบื่อหน่ายต่องานได้ง่าย
 - ค. เลื่อนตำแหน่งเร็วกว่าคนที่เรียนมาต่างสาขา
 - ง. เรียนรู้งานได้เร็วและงานที่ทำมีประสิทธิภาพ
9. ข้อใดไม่ใช่พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการธุรกิจพึงปฏิบัติ
 - ก. วิกรม มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างรอบคอบ
 - ข. อาทิตย์ นำเสนอข่าวสารที่เกินความจริงของสินค้า
 - ค. กิตติ ละเว้นการประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อม
 - ง. ประจักษ์ ให้ความเอาใจใส่ต่อลูกน้อง ไม่เลือกปฏิบัติ
10. ข้อใดเป็นพฤติกรรมที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาอาชีพ
 - ก. สุดา ขายสินค้าลดราคาเพราะสินค้าคุณภาพลดลง
 - ข. อารี ขายสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง
 - ค. นิภา ขายสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค
 - ง. ลัดดา ขายสินค้านำราคาถูกเพื่อรักษาภาพพจน์ของตัวเอง

บทที่ 5

โครงการพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

เรื่องที่ 1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนต่าง ๆ

แผน หมายถึง งานทุกด้านที่ถูกกำหนดขึ้นอย่างมีเหตุผล เป็นระเบียบวิธี หรือขั้นตอน ที่เป็นระบบที่ผู้รับผิดชอบใช้เป็นคู่มือหรือแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจ

ประเภทของแผน

1. แผนระยะยาว เป็นแผนที่มีขอบข่ายกว้างมีความยืดหยุ่นสูง มีระยะเวลาตั้งแต่ 10 - 20 ปี
2. แผนระยะปานกลาง เป็นแผนที่มีความแน่นอนและเฉพาะเจาะจงมากกว่าแผนระยะยาวมีระยะเวลา 4 - 6 ปี
3. แผนระยะสั้น เป็นแผนที่สามารถดำเนินการให้สำเร็จได้ในเวลาอันสั้น ขึ้นอยู่กับสภาพประกอบการกำหนด

แนวทางการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผน

ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผน ผู้ประกอบธุรกิจควรพิจารณาวิเคราะห์ตามประเด็นต่อไปนี้

รายการ	ผลการวิเคราะห์		ข้อเสนอแนะ
	มี	ไม่มี	
เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับแผนบริหารจัดการ 1. มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลธุรกิจครบถ้วน 2. มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ตามลักษณะหน้าที่ในการดำเนินการที่เหมาะสมของธุรกิจ ทั้งในส่วนของการจัดแบ่งหน่วยงานหน้าที่รับผิดชอบ และบุคลากรที่รับผิดชอบ			

<p>3. มีบุคลากรที่มีความสามารถ มีประสบการณ์ที่จะดำเนินการบริหารธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตได้</p> <p>4. มีการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ที่มีความเป็นไปได้และสามารถนำไปดำเนินการปฏิบัติได้จริง</p> <p>5. มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สามารถจะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ซึ่งสามารถแสดงได้ถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ</p>			
รายการ	ผลการวิเคราะห์		ข้อเสนอแนะ
	มี	ไม่มี	
<p style="text-align: center;">เกณฑ์การพิจารณาแผนการตลาด</p> <p>1. มีข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องเกี่ยวกับภาพรวม ปริมาณความต้องการ ปริมาณสินค้าและบริการที่มีอยู่ของตลาด</p> <p>2. มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจได้อย่างถูกต้องมีเหตุผล</p> <p>3. มีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจน</p> <p>4. มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่กำหนด</p> <p>5. มีการกำหนดแผนดำเนินการที่มีความเป็นไปได้จริงตามกลยุทธ์ที่กำหนด และสามารถพิสูจน์หรือสร้างความน่าเชื่อถือ ว่าธุรกิจสามารถสร้างยอดขายหรือรายได้จากแผนดำเนินการที่กำหนดขึ้น และมีความได้เปรียบทางการ</p>			

<p>แข่งขันเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน</p>			
<p>เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับแผนการผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการบริหารจัดการด้านการผลิตที่ครบถ้วน ถูกต้องและมีประสิทธิภาพตามลักษณะของธุรกิจ 2. มีกระบวนการขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน รวมถึงนโยบายต่าง ๆ ในการบริหารการผลิตด้านต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ วัตถุดิบ สินค้าคงคลัง กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ เป็นต้น 3. มีผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานที่มีคุณภาพ และมีตัวอย่างแสดงประกอบไว้อย่างชัดเจน 4. มีแผนงานการผลิตที่สอดคล้องตรงตามสภาพตลาดและสภาพการแข่งขัน 			

รายการ	ผลการวิเคราะห์		ข้อเสนอแนะ
	มี	ไม่มี	
<p>เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับแผนการเงิน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการประมาณทางการเงินที่มีความเป็นไปได้จริง 2. มีความสอดคล้องถูกต้องตรงกับรายละเอียดต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในส่วนของแผนต่าง ๆ 3. มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประมาณการทางการเงินหรืองบการเงินที่ถูกต้องตรงตามมาตรฐาน 4. มีการใช้สูตรคำนวณและผลลัพธ์ที่ถูกต้อง 			

<p>5. มีการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องโดยการพิจารณาจากงบกำไรขาดทุน</p> <p>6. มีกระแสเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจในระดับเหมาะสม ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือแผนการดำเนินการของธุรกิจ แต่ในหลักที่เหมาะสมควรมีกระแสเงินสดรับมากกว่ากระแสเงินสดจ่าย โดยเฉพาะในส่วนของการกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินการ โดยยกเว้นในช่วงเริ่มดำเนินกิจการหรือในปีแรก ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นกระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนในส่วนสินทรัพย์ของธุรกิจ</p>			
---	--	--	--

เรื่องที่ 2 การเขียนโครงการพัฒนาอาชีพ

โครงการ หมายถึง การวางแผนดำเนินงานหรือกิจกรรมล่วงหน้า โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการดำเนินงานอย่างชัดเจน กำหนดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

โครงการพัฒนาอาชีพ หมายถึง กิจกรรมที่มุ่งผลิต ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการให้สำเร็จลุล่วงภายในเวลาที่กำหนด

โครงการมีความสัมพันธ์กับการวางแผนงานเพื่อให้กิจการนั้นสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โครงการมีกระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล การพิจารณาถึงปัญหาอุปสรรคและโอกาส เพื่อเลือกหาแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสม

ประโยชน์ของโครงการ จะช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นถึงปัญหาและภูมิหลังของการทำงาน สามารถปฏิบัติงานตามแผนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความชัดเจน บุคคลที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและรับรู้ถึงปัญหาร่วมกัน มีทรัพยากรใช้อย่างเพียงพอเหมาะสมกับสภาพปฏิบัติจริง มีผู้รับผิดชอบ และมีความเข้าใจในการดำเนินงาน ช่วยลดความขัดแย้งและขจัดความซ้ำซ้อนในงาน สร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคลากรในหน่วยงาน

การเขียนโครงการ ประกอบด้วย 13 หัวข้อ ดังนี้

1. ชื่อโครงการ (โครงการอะไร)
2. หลักการและเหตุผล (ทำไมต้องทำโครงการนี้)
3. วัตถุประสงค์ (ทำเพื่ออะไร)
4. เป้าหมาย (ทำในปริมาณเท่าไร)
5. วิธีดำเนินการ (ทำอย่างไร)
6. งบประมาณประมาณทั้งโครงการ (ใช้ทรัพยากรเท่าไรและได้มาจากไหน)
7. แผนการใช้จ่ายงบประมาณ (ทำที่ไหน ทำเมื่อไร นานเท่าใด)
8. ผู้รับผิดชอบโครงการ (ใครทำ)
9. เครือข่าย (ต้องทำกับใคร)
10. โครงการที่เกี่ยวข้อง (เกี่ยวข้องกับโครงการอะไรบ้าง)
11. ผลลัพธ์ (ผลประโยชน์ที่ได้จากผลผลิตของโครงการ)
12. ตัวชี้วัดผลสำเร็จของโครงการ (เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วจะได้อะไร)
13. ประเมินโครงการ (ทำได้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหรือไม่)

ลักษณะของโครงการที่ดี

ลักษณะของโครงการที่ดี ต้องสามารถแก้ปัญหาของงานหรือธุรกิจนั้นได้ต้องมีรายละเอียด ได้แก่วัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ชัดเจน สามารถดำเนินการได้ มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แน่นอน สามารถติดตามประเมินผลได้

การเขียนโครงการที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้

1. ชื่อโครงการ ควรตั้งชื่อโครงการอาชีพให้สื่อความหมายได้ชัดเจน ครอบคลุมความหมายของกิจกรรมอาชีพที่ทำให้ชัดเจนว่าทำอะไร ไม่ควรตั้งชื่อโครงการที่มีความหมายกว้างเกินไป เช่น โครงการปลูกมะละกอ โครงการทำคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

2. ชื่อผู้ดำเนินโครงการ ระบุชื่อผู้ดำเนินโครงการ ในกรณีที่เป็นกลุ่มบุคคลต้องระบุหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคน และการลงทุนของแต่ละคนไว้ให้ชัดเจน ซึ่งทั้งนี้ควรพิจารณาความเหมาะสมในด้านความสามารถ โอกาสในการทำงานและกำลังทุนทรัพย์สินของแต่ละบุคคล

3. หลักการและเหตุผลหรือความสำคัญของโครงการ ควรกล่าวถึงสภาพชุมชนและความต้องการของตลาดที่เกี่ยวข้องกับอาชีพตามที่ได้ศึกษามา และอธิบายว่าโครงการนี้จะสนองความต้องการของชุมชน ได้อย่างไร

4. วัตถุประสงค์ จะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่า โครงการอาชีพนี้ ผู้เขียนจะทำอะไรโดยเขียนให้เห็นว่ากิจกรรมหรือพฤติกรรมที่จะดำเนินการมีอะไรบ้าง หากมีวัตถุประสงค์หลายประการก็ควรเขียนเป็นข้อ ๆ ตามลำดับความสำคัญ

5. เป้าหมาย กำหนดเป้าหมายของผลผลิตในช่วงเวลาให้ชัดเจนคือ อะไร มีปริมาณเท่าใดและคุณภาพเป็นอย่างไร

6. ระยะเวลา กำหนดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการดำเนินโครงการ

7. งบประมาณ จัดทำรายละเอียดรายจ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งประกอบด้วยตัววัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ เป็นต้น

8. ขั้นตอนวิธีดำเนินงาน เขียนเป็นรายละเอียดขั้นตอนของการทำงาน ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการโดยเขียนเป็นแผนปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อ กิจกรรม ระยะเวลา สถานศึกษา ทรัพยากร/ปัจจัย เป็นต้น รายละเอียดดังกล่าวจะทำให้ผู้ที่ปรึกษาหรือผู้ดำเนินงานติดตามกำกับงานได้อย่างมีระบบแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วถึง

9. การติดตามและการประเมินผล เป็นวิธีการหรือเทคนิคในการดูแลและควบคุมการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ต้องบอกให้ชัดเจนว่าก่อนเริ่มทำโครงการ ระหว่างทำโครงการและหลังการทำโครงการ จะมีการติดตามและประเมินผลอย่างไร

10. ผลที่คาดว่าจะได้รับ ให้ระบุผลที่จะเกิดขึ้นเมื่อเสร็จสิ้นโครงการ เป็นผลที่ได้รับโดยตรงและผลพลอยได้หรือผลกระทบจากโครงการเป็นผลในด้านดีที่คาดว่าจะได้รับจะต้องสอดคล้องกับจุดประสงค์และเป้าหมาย

เรื่องที่ 3 การตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาอาชีพ

ในการจัดทำโครงการพัฒนาอาชีพ เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจ เขียนโครงการเรียบร้อยแล้ว จะต้องมีการตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการ โดยตรวจสอบความถูกต้องของโครงการ และตรวจสอบความคุ้มค่า ดังนี้

1. การตรวจสอบความถูกต้องของโครงการ ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องตรวจสอบข้อมูลรายการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำมาใช้เขียนโครงการ เช่น ตรวจสอบหลักการและเหตุผลว่าสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องทำหรือไม่ เป็นเหตุเป็นผลกันหรือไม่ หรือเขียนโครงการมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมหรือไม่ ดังตัวอย่าง

รายการ	ผลการตรวจสอบ		ข้อเสนอแนะ
	มี	ไม่มี	
1. หลักการและเหตุผล 1.1 มีข้อมูลยืนยันชัดเจน 1.2 มีความเป็นเหตุเป็นผลน่าเชื่อถือ 1.3 มีความสอดคล้องกับนโยบายของ หน่วยงาน 2. วัตถุประสงค์ของโครงการ 2.1 มีความชัดเจนเฉพาะเจาะจง 2.2 มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ 2.3 สามารถวัดและประเมินได้ 3. มีเป้าหมายที่ชัดเจน 4. วิธีการดำเนินการของโครงการ 4.1 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 4.2 ความสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างกิจกรรม 4.3 วิธีดำเนินงานชัดเจนและเข้าใจง่าย 4.4 กิจกรรมเป็นไปตามทฤษฎีหรือหลักการ ที่เหมาะสม 4.5 ช่วงเวลาในการดำเนินงานมีความ เหมาะสม 5. มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน 6. ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับโครงการ 7. มีการกำหนดตัวชี้วัด 8. มีระบบการติดตามและประเมินที่ชัดเจน 9. มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันระหว่าง องค์ประกอบ ต่าง ๆ ของโครงการ หลักการ และเหตุผล วัตถุประสงค์ วิธีการ ดำเนินการ ระยะเวลาและงบประมาณ			

10. เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน			
11. แก้ปัญหาได้อย่างชัดเจน			
12. โครงการมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมอื่น ๆ			

2. ตรวจสอบความคุ้มค่า โดยตรวจสอบจากบัญชีรายรับ – รายจ่ายที่ทำไว้ว่าควรเปลี่ยนแปลงรายการใด เช่น นำเครื่องจักรมาใช้แทนแรงงานคน จะทำให้ประหยัดกว่า และใช้ระยะเวลาสั้น

ประโยชน์ของการตรวจสอบโครงการพัฒนาอาชีพ

1. ช่วยให้ข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนงานและโครงการ ตรวจสอบความพร้อมของทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นในการดำเนินโครงการ ตลอดจนตรวจสอบความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรม

2. ช่วยทำให้การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการมีความชัดเจน

3. ช่วยในการจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับความก้าวหน้า ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินโครงการ

4. ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ และวินิจฉัยว่าจะดำเนินโครงการในช่วงต่อไปหรือไม่ จะยกเลิกหรือขยายการดำเนินโครงการต่อไป

5. ช่วยให้ข้อมูลที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงานโครงการว่าเป็นอย่างไร คุ้มค่า กับการลงทุนหรือไม่

6. เป็นแรงจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงาน เพราะการประเมินโครงการด้วยตนเอง จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบผลการดำเนินงาน จุดเด่น จุดด้อย และนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาโครงการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เรื่องที่ 4 การปรับปรุงแก้ไขโครงการพัฒนาอาชีพ

การปรับปรุงโครงการ หมายถึง การปรับปรุงโครงการพัฒนาอาชีพที่ได้จัดทำไว้แล้วให้ได้โครงการที่เป็นไปได้มากที่สุด การกำกับติดตามเป็นกิจกรรมของผู้บริหาร เพื่อหาคำตอบและตอบคำถามและการใช้ทรัพยากรได้ครบตามวัตถุประสงค์ ตามแผนที่กำหนดไว้หรือไม่

การปรับปรุงพัฒนาโครงการจะต้องพิจารณา ดังนี้

1. โครงการมีความยืดหยุ่น คือ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์
2. โครงการมีความชัดเจน คือ ต้องระบุให้ชัดเจน ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด เพื่ออะไร และทำอย่างไร ใช้ภาษาง่าย ๆ
3. โครงการมีเหตุผล คือ ต้องกำหนดขึ้นอย่างมีหลักการและเหตุผล สามารถอธิบายได้
4. โครงการมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์กรหรือธุรกิจเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
5. โครงการมีความง่ายและเป็นไปได้ต่อการปฏิบัติ
6. โครงการประหยัดค่าใช้จ่าย
7. โครงการมีระยะเวลาที่แน่นอน
8. โครงการได้รับการยอมรับจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง

แบบฝึกหัด

ให้ผู้เรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว

1. ข้อใดเป็นเหตุผลที่ต้องวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผน
 - ก. เพื่อสร้างตัวบ่งชี้
 - ข. เพื่อหาผู้ดำเนินงาน
 - ค. เพื่อจัดรูปแบบองค์กร
 - ง. เพื่อเสนอแผนการตลาด
2. บุคคลใด ดำเนินการเกี่ยวกับโครงการได้ถูกต้อง
 - ก. มานี ดำเนินการวางแผน → ตรวจสอบโครงการ → ประเมิน
 - ข. ชูใจ ดำเนินการวางแผน → ปฏิบัติตามโครงการ → ประเมิน
 - ค. ปิติ ดำเนินการสำรวจ → วางแผน → ตรวจสอบโครงการ
 - ง. มานะ ดำเนินการประเมิน → ตรวจสอบโครงการ → ปฏิบัติตามโครงการ
3. ข้อใดเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนการตลาด
 - ก. มีแผนงานการผลิตที่สอดคล้องกับสถานะตลาด
 - ข. มีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - ค. มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลธุรกิจครบถ้วน
 - ง. มีกระแสเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจในระดับเหมาะสม
4. ข้อใดเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนการผลิต
 - ก. มีกระบวนการขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน
 - ข. มีบุคลากรที่มีความสามารถในการบริหารธุรกิจ
 - ค. มีการประมาณทางการเงินที่มีความเป็นไปได้จริง
 - ง. มีข้อมูลความต้องการสินค้าและบริการของตลาด
5. ข้อใดเป็นส่วนที่ทำให้ทราบความจำเป็นในการทำโครงการ
 - ก. ชื่อโครงการ
 - ข. หลักการและเหตุผล
 - ค. วัตถุประสงค์
 - ง. วิธีดำเนินงาน

6. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะของวัตถุประสงค์ของโครงการ
 - ก. ตรงเป้าหมายชัดเจน
 - ข. แต่ละข้อไม่ซ้ำซ้อนกัน
 - ค. เหมาะกับเวลาและโอกาส
 - ง. บอกรายละเอียดให้ชัดเจน
7. ตัวชี้วัดผลสำเร็จของโครงการ ควรเขียนให้สอดคล้องกับอะไร
 - ก. ชื่อโครงการ
 - ข. หลักการและเหตุผล
 - ค. วัตถุประสงค์
 - ง. วิธีดำเนินการ
8. ในการประกอบธุรกิจจำเป็นหรือไม่ที่ต้องมีการตรวจสอบความเป็นไปได้ของโครงการทุกครั้ง
 - ก. จำเป็น เพราะอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน
 - ข. จำเป็น เพราะสามารถแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆได้
 - ค. ไม่จำเป็น เพราะจะทำให้เสียเวลาในการทำงาน
 - ง. ไม่จำเป็น เพราะต้องใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ
9. ข้อใดคือความสำเร็จของโครงการ
 - ก. โครงการได้รับรางวัล
 - ข. โครงการผ่านการประเมินผล
 - ค. โครงการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
 - ง. โครงการผ่านการพิจารณาจากที่ประชุม
10. ข้อใดคือประโยชน์ในการปรับปรุงโครงการ
 - ก. ช่วยลดต้นทุนในการทำโครงการ
 - ข. ช่วยให้มีคนรู้จักโครงการมากขึ้น
 - ค. ช่วยให้โครงการมีความน่าเชื่อถือ
 - ง. ช่วยในการวางแผนและการบริหารโครงการ

เฉลยแบบฝึกหัด

บทที่ 1

แบบฝึกหัดที่ 1

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. ค | 2. ข | 3. ง | 4. ง | 5. ข |
| 6. ก | 7. ข | 8. ง | 9. ข | 10. ค |

แบบฝึกหัดที่ 2

ศักราชภาพ	ผลการวิเคราะห์
1. ทรัพยากรธรรมชาติ	<ul style="list-style-type: none"> ● ดินเป็นดินร่วนปนทราย มีความอุดมสมบูรณ์พอสมควร ● มีคลองชลประทานภายในหมู่บ้าน และมีน้ำตลอดทั้งปี
2. ภูมิอากาศ	<ul style="list-style-type: none"> ● สภาพอากาศท้องถิ่นเป็นแบบร้อนชื้น ฤดูฝนมีระยะเวลา 3-4 เดือน
3. ภูมิประเทศและทำเลที่ตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> ● ลักษณะพื้นที่ของชุมชนส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม
4. ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต	<ul style="list-style-type: none"> ● ตลาดผู้บริโภคมักปลอดสารพิษในท้องถิ่น และพื้นที่ใกล้เคียงมีความต้องการสูง ● คนในท้องถิ่นเริ่มตระหนักถึงการรักษาสุขภาพ และการบริโภคอาหารปลอดสารพิษ ● คนในท้องถิ่นมีความคิดเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีราคาสูง

5. ทรัพยากรมนุษย์	<ul style="list-style-type: none"> ● แรงงานท้องถิ่นมีเพียงพอ ส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคน ● แรงงานท้องถิ่นมีความรู้ ทักษะด้านเกษตรกรรม ● มีภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรมในชุมชนที่จะเป็นที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะได้
-------------------	--

บทที่ 2

แบบฝึกหัดที่ 1

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. ง | 2. ข | 3. ก | 4. ค | 5. ง |
| 6. ก | 7. ข | 8. ข | 9. ค | 10. ค |

แบบฝึกหัดที่ 2

กิจกรรมที่ 1

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. สมาชิกมีความชำนาญและทักษะในการผลิต 2. มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง 3. เงินลงทุนเป็นเงินของสมาชิกในกลุ่ม	1. ไม่มีตราผลิตภัณฑ์ 2. วัตถุดิบอยู่ห่างไกลจากกลุ่มอาชีพ ต้องซื้อจากภาคเหนือ
โอกาส	อุปสรรค
1. ไม้กวาดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้อย่างต่อเนื่อง 2. ไม้กวาดที่ผลิตแล้วเก็บไว้ได้	1. เป็นอาชีพที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ง่าย 2. ฝีมือการทำไม้กวาดของผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคแยกความแตกต่างสินค้าได้ยาก

กิจกรรมที่ 2

ที่	กิจกรรม	แผนการพัฒนารตลาดปี.....											
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	วิเคราะห์และ ตัดสินใจเลือก ช่องทางจำหน่าย เพื่อขยายตลาด		←→										
2	วางแผนการผลิต				↔								
3	แสวงหาวัตถุดิบการ ผลิตในท้องถิ่น				←→								
4	ออกแบบและทำตรา ผลิตภัณฑ์				←→								
5	ดำเนินการผลิต					←							→
6	จำหน่ายและ ส่งเสริมการขาย					←							→
7	ฝึกอบรมการทำ ไม้กวาดสำหรับ สมาชิกใหม่								←				→

บทที่ 3

1. ง 2. ข 3. ค 4. ค 5. ง
6. ก 7. ค 8. ข 9. ง 10. ง

บทที่ 4

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. ง | 2. ก | 3. ค | 4. ง | 5. ค |
| 6. ค | 7. ง | 8. ง | 9. ข | 10. ค |

บทที่ 5

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. ง | 2. ข | 3. ข | 4. ก | 5. ข |
| 6. ค | 7. ค | 8. ข | 9. ค | 10. ง |

บรรณานุกรม

- รัชกฤษ คล่องพยาบาล. (2550). **คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ ธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- สมชาติ กิจยรรยง. (2558). **กลยุทธ์การตลาดน้ำหลากสี ทวีความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ : เพชรประกาย.
- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2555). **หนังสือเรียนสาระการประกอบอาชีพ รายวิชา การพัฒนาอาชีพให้มีความเข้มแข็ง (อช21003) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หลักสูตรการศึกษานอกระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2554)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย.

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

นายสุรพงษ์ จำจด	เลขาธิการ กศน.
นายประเสริฐ หอมดี	รองเลขาธิการ กศน.
นางตรีณัฐ สุขสุเดช	ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย
นายวรารุช พยัคฆพงษ์	ผู้อำนวยการ สถาบัน กศน. ภาคตะวันออก
นางอัญชลี ธรรมะวิธิกุล	ข้าราชการบำนาญ สำนักงาน กศน.

ผู้สรุปเนื้อหา

นายชัยวัฒน์ กิระนันท์	ผู้อำนวยการ กศน. อำเภอบ้านนา สำนักงาน กศน. จังหวัดนครนายก
นางวารีย์ ตันติเสาวภาพ	ครูชำนาญการพิเศษ กศน. อำเภอเมืองจันทบุรี สำนักงาน กศน. จังหวัดจันทบุรี
นายพรศักดิ์ สำราญดี	ครูอาสาสมัคร ศฝช. สระแก้ว
นางสาวบุษยา ปิয়ারมย์	ครูชำนาญการพิเศษ สถาบัน กศน. ภาคตะวันออก

ผู้บรรณาธิการ

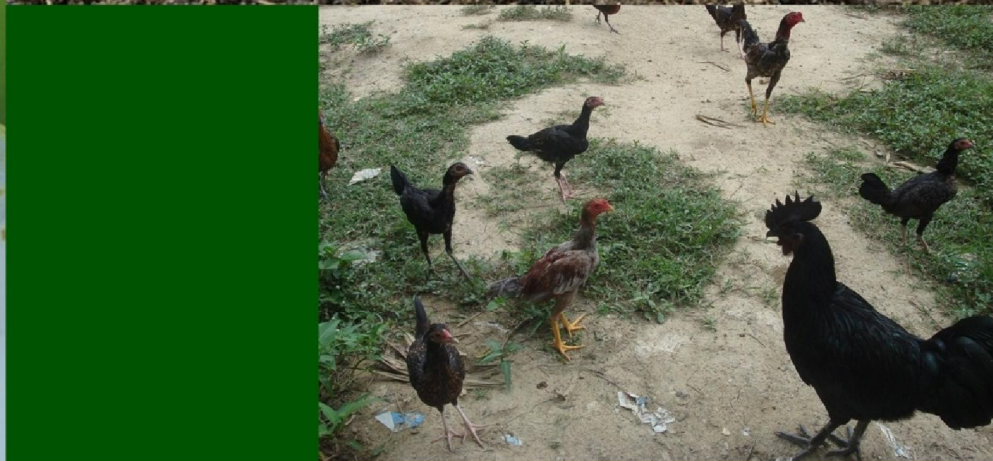
นายชัยวัฒน์ กิระนันท์	ผู้อำนวยการ กศน. อำเภอบ้านนา สำนักงาน กศน. จังหวัดนครนายก
นางสาวจรัสศรี หัวใจ	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงาน กศน. จังหวัดฉะเชิงเทรา
นางกุลธิดา รัตนโกศล	ครูเชี่ยวชาญ สถาบัน กศน. ภาคตะวันออก

ผู้พิมพ์ต้นฉบับ

นางสาวบุษยา ปิয়ারมย์	ครูชำนาญการพิเศษ สถาบัน กศน. ภาคตะวันออก
นายพรศักดิ์ สำราญดี	ครูอาสาสมัคร ศฝช. สระแก้ว

ผู้ออกแบบปก

นายศุภโชค ศรีรัตนศิลป์	กลุ่มพัฒนาการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
------------------------	---



ออกแบบปก : ศุภโชค ศรีรัตนศิลป์