โครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา
Partnership School Project

ThaiBev

มูลนิธิมีชัย วีระไวทยะ

แผนการจัดการเรียนรู้ 3

ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่

วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก







หลักสูตรไม้สัก

และผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่

คำนำ

หลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่ เป็นหลักสูตรที่จังหวัดแพร่ร่วมกับบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) มูลนิธิมีชัย วีระไวทยะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแพร่ และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ได้ร่วมกันจัดทำขึ้น โดยให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ยกร่างหลักสูตร จัดทำและรวบรวมหลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่ ระดับปฐมวัย (ต้นน้ำ) ระดับประถมศึกษา (กลางน้ำ) และระดับมัธยมศึกษา (ปลายน้ำ) เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะอาชีพเกี่ยวกับไม้สักและผลิตภัณฑ์จากไม้สัก ซึ่งจังหวัดแพร่ถือได้เป็นแหล่งไม้สักที่สำคัญของประเทศไทยมาตั้งแต่สมัยอาณาจักรล้านนา และเป็นแหล่งไม้เศรษฐกิจที่ส่งเสริมอาชีพจังหวัดแพร่ ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจหลายร้อยล้านบาทต่อปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งอุตสาหกรรมไม้สักที่สำคัญของประเทศ

การจัดการเรียนรู้หลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่ เน้นกระบวนการ Active Learning มุ่งส่งเสริมให้นักเรียนได้เน้นทักษะฝึกปฏิบัติ จากสื่อของจริงที่มีอยู่ในโรงเรียน และชุมชนผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยโครงงาน โดยใช้สมองเป็นฐาน เน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การระดมสมอง และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งเป็นทักษะที่สร้างเสริมความเข้าใจที่คงทนของนักเรียนซึ่งเป็นผลลัพธ์ปลายทางที่ต้องการให้เกิดตามหลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สัก สำหรับนักเรียนโรงเรียนร่วมพัฒนาจังหวัดแพร่

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ขอขอบคุณบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) มูลนิธิมีชัย วีระไวทยะ และจังหวัดแพร่ที่ได้สนับสนุนการยกร่างหลักสูตร จัดทำและรวบรวมหลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่ และหวังว่าหลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่นี้จะเป็นประโยชน์แก่สถานศึกษา ครูผู้สอน นักเรียนในจังหวัดแพร่ นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ของผู้เรียน ให้เกิดประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับคำขวัญจังหวัดแพร่ หม้อห้อมไม้สัก ถิ่นรักพระลอ ช่อแฮศรีเมือง ลือเลื่องแพะเมืองผี คนแพร่นี้ใจงามต่อไป

นายอภิรักษ์ อิ่มจิตอนุสรณ์
ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	**ก**
สารบัญ	**ข**
ผังมโนทัศน์	**ค**
แผนการจัดการเรียนรู้ หลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่	
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ธุรกิจพื้นฐาน	**1**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 การค้าขายปลีกหน้าร้าน 1	2
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 การค้าขายปลีกหน้าร้าน 2	9
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายปลีกไร้หน้าร้าน 1	15
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 การค้าขายปลีกไร้หน้าร้าน 2	20
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 จุดเริ่มต้นของการค้าขาย	**27**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 ความสำคัญของการตลาด	28
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6 การจัดการโลจิสติกส์	44
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 7 การสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ไม้สัก	54
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 8 การกำหนดราคาค้าปลีก	66
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์	**79**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 9 หลักการขายออนไลน์	80
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 10 กระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์	84
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 11 ช่องทางค้าขายออนไลน์ 1	89
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 12 ช่องทางค้าขายออนไลน์ 2	93
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 13 การสร้างร้านค้าออนไลน์ 1	97
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 14 การสร้างร้านค้าออนไลน์ 2	101
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 15 การสร้างร้านค้าออนไลน์ 3	105
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 กฎหมายน่ารู้ทางธุรกิจ	**109**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 16 กฎหมายทางธุรกิจ	110
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 17 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา	124
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 18 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	132
เครื่องมือการวัดและประเมินผล	**139**
เอกสารอ้างอิง	**144**
คณะผู้จัดทำ	**145**

พังมโนทัศน์

หลักสูตรไม้สักและผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 (8)
ธุรกิจพื้นฐาน
1.การค้าขายปลีกหน้าร้าน 1 (2 ชม.)
2.การค้าขายปลีกหน้าร้าน 2 (2 ชม.)
3.การค้าขายปลีกไร้หน้าร้าน 1 (2 ชม.)
4.การค้าขายปลีกไร้หน้าร้าน 2 (2 ชม.)

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 (8 ชม.)
จุดเริ่มต้นของการค้าขาย
1.ความสำคัญของการตลาด (2 ชม.)
2.การจัดการโลจิสติกส์ (2 ชม.)
3.การสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ม้สัก (2 ชม.)
4.การกำหนดราคาค้าปลีก
(2 ชม.)

วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2
จำนวน 36 ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 (6 ชม.)
กฎหมายน่ารู้ทางธุรกิจ
1.กฎหมายธุรกิจ (2 ชม.)
2.กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา (2 ชม.)
3.กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (2 ชม.)

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 (14 ชม.)
การค้าขายออนไลน์
1.หลักการขายออนไลน์ (2 ชม.)
2.กระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์ (2 ชม.)
3.ช่องทางค้าขายออนไลน์ 1 (2 ชม.)
4.ช่องทางค้าขายออนไลน์ 2 (2 ชม.)
5.การสร้างร้านค้าออนไลน์ 1 (2 ชม.)
6.การสร้างร้านค้าออนไลน์ 2 (2 ชม.)
7.การสร้างร้านค้าออนไลน์ 3 (2 ชม.)



วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1

ธุรกิจพื้นฐาน

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1

การค้าขายปลีกหน้าร้าน 1

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2

การค้าขายปลีกหน้าร้าน 2

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3

การค้าขายปลีกไร้หน้าร้าน 1

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4

การค้าขายปลีกไร้หน้าร้าน 2

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1

รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ธุรกิจพื้นฐาน จำนวน 8 ชั่วโมง

เรื่อง การค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน 1 จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

ธุรกิจค้าขายเป็นธุรกิจที่มีมานานแล้ว ถึงแม้ว่าธุรกิจแบบนี้จะเริ่มต้นได้ง่าย ตราบใดที่ยังมีลูกค้าก็สามารถค้าขายได้เลยซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านและรูปแบบไร้หน้าร้าน

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายแบบการค้าปลีกหน้าร้าน และแบบไร้หน้าร้าน

3. จุดประสงค์

1. อธิบายรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้
2. สืบค้นหลักการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้ถูกต้อง
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

1. การค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน
2. สาระการเรียนรู้ท้องถิ่น (ถ้ามี)

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ใฝ่เรียนรู้
2. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. แผนผังความคิด เรื่อง การขายไม้สักในรูปแบบหน้าร้าน
2. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง ธุรกิจไม้สักในรูปแบบการค้าปลีก
3. ใบกิจกรรมที่ 2 เรื่อง การตอบแทนสังคมด้วยกระบวนการออกแบบหน้าร้านให้น่าสนใจ

8. กิจกรรมการเรียนรู้ วิธีสอนแบบกระบวนการเรียนรู้ 5 ขั้น (5 Steps)

ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้ตั้งคำถาม หรือขั้นตั้งคำถาม

1. นักเรียนและครูสนทนาร่วมกัน
2. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน โดยให้คละชายและหญิง
3. นักเรียนดูคลิปวิดีโอ เรื่อง หลักการบริหารจัดการร้านค้าปลีก (https://www.youtube.com/watch?v=74E8oL2ZJWM)
4. เมื่อนักเรียนดูคลิปวิดีโอจบ ครูให้นักเรียนแต่ละกลุ่มตั้งคำถาม การจัดการค้าขายปลีกหน้าร้านอย่างน้อยกลุ่มละ 3 คำถาม ลงในกระดาษที่ครูแจกให้ แล้วให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มอ่านคำถามที่อยากรู้จากการดูคลิปวิดีโอ
5. นักเรียนดูคลิปวิดีโอ งานไม้สักชั้นดีเมืองแพร่ (https://www.youtube.com/watch?v=ChgsCunD46Q) โดยให้นักเรียนออกแบบการคิดในรูปแบบการขายของปลีกหน้าร้าน

ขั้นตอนที่ 2 การเรียนรู้แสวงหาสารสนเทศ

1. นักเรียนแต่ละกลุ่มศึกษา ธุรกิจการค้าขายไม้สักรูปแบบการขายหน้าร้าน จากอินเทอร์เน็ตหรือในชีวิตประจำวัน และเขียนลงในกระดาษโน้ตที่ครูแจกให้
2. นักเรียนทุกคนเขียน ระบุหลักการค้าขายธุรกิจลงในกระดาษโน้ต จากนั้นนำข้อมูลสรุปเป็นภาพรวมของกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 3 การเรียนรู้เพื่อสร้างองค์ความรู้

นักเรียนใช้กระบวนการกลุ่มอภิปราย และกำหนดให้ทำกิจกรรม เรื่อง ธุรกิจการค้าขายไม้สักรูปแบบการขายหน้าร้าน จากหัวข้อ ดังนี้ ความหมายของการค้าขายปลีกหน้าร้าน การขายไม้สักในรูปแบบหน้าร้าน โดยแสวงหาคำตอบจากใบความรู้สื่อที่ครูให้ และจากแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ โดยทำลงในกระดาษบรู๊ฟสีน้ำตาลในรูปแบบแผนผังความคิด

ขั้นตอนที่ 4 การเรียนรู้เพื่อการสื่อสาร

นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลงานของกลุ่ม โดยก่อนนำเสนอผลงาน ให้กลุ่มแจ้งว่า กลุ่มมีใครบ้างใครทำอะไรในกลุ่ม จากนั้นนำเสนอผลงาน และจบด้วยการแสดงความรู้สึกว่า กลุ่มได้เรียนรู้อะไรบ้างจากการทำงานครั้งนี้ มีอะไรเป็นจุดเด่น มีอะไรเป็นข้อบกพร่องบ้าง และจะแก้ไขข้อบกพร่องในครั้งต่อไปอย่างไร เพื่อนและครูร่วมอภิปรายผลงานที่แต่ละกลุ่มนำเสนอ

ขั้นตอนที่ 5 การเรียนรู้เพื่อตอบแทนสังคม

1. นักเรียนแต่ละคนทำใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง ธุรกิจไม้สักในรูปแบบการค้าปลีก

2. ครูมอบหมายให้นักเรียนทำใบกิจกรรมที่ 2 เรื่อง การตอบแทนสังคมด้วยกระบวนการออกแบบหน้าร้านให้น่าสนใจ สืบค้นหาแหล่งการขายไม้สักที่เกิดขึ้นในชุมชนของนักเรียนหรือในจังหวัดแพร่ที่นักเรียนสนใจ เป็นการบ้าน เพื่อนำมาเสนอในชั่วโมงหน้า

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้เรื่อง การค้าขายปลีกหน้าร้าน
2. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง ธุรกิจไม้สักในรูปแบบการค้าปลีก
3. ใบกิจกรรมที่ 2 เรื่อง การตอบแทนสังคมด้วยกระบวนการออกแบบหน้าร้านให้น่าสนใจ
4. อินเทอร์เน็ต
5. คลิปวิดีโอ เรื่อง หลักการบริหารจัดการร้านค้าปลีก https://www.youtube.com/watch?v=74E8oL2ZJWM
6. คลิปวิดีโอ งานไม้สักชั้นดีเมืองแพร่ https://www.youtube.com/watch?v=ChgsCunD46Q

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบายรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้	ประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง ธุรกิจไม้สักในรูปแบบการค้าปลีก และใบกิจกรรมที่ 2 เรื่อง การตอบแทนสังคมด้วยกระบวนการออกแบบหน้าร้านให้น่าสนใจ	ประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง ธุรกิจไม้สักในรูปแบบการค้าปลีก และใบกิจกรรมที่ 2 เรื่อง การตอบแทนสังคมด้วยกระบวนการออกแบบหน้าร้านให้น่าสนใจ	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป
2. สืบค้นหลักการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้ถูกต้อง	ประเมินการสืบค้น	แบบประเมินการสืบค้น	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้
เรื่อง รูปแบบการค้าปลีกหน้าร้าน

ประเภทของการค้าปลีก

ประเภทของกิจการร้านค้าปลีก (Types of Retailing) มีการแบ่งประเภทของร้านค้าปลีก โดยใช้ หลักเกณฑ์ 4 ประการ ดังนี้

2.1 การแบ่งกิจการค้าปลีกตามขนาด มี 2 ขนาด คือ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และร้านค้าปลีกขนาด

- ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก มีลักษณะตั้งอยู่ทั่วไป ไม่มีความชำนาญการจัดการ และทำงานงานพิเศษ และมีโอกาสใกล้ชิดลูกค้า

- ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีลักษณะตั้งในที่ชุมชนหนาแน่น มีการแบ่งงานทำการแบ่งสินค้า เป็นแผนก มีอำนาจการซื้อมาก ฐานะทางการเงินดีกว่า มีร้านค้าหลายแห่ง ชื่อเสียงและภาพพจน์ดี และการเสี่ยงภัยมีน้อย

2.2 การแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกตามลักษณะสินค้าที่จะขาย มี 4 ประเภท ดังนี้

- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าทั่วไป เช่น ร้านค้าปลีกทั่วไป ร้านสรรพสินค้า ร้านสรรพาหาร (Supermarket)
- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าประเภทเดียว เช่น ร้านเสื้อผ้า
- ร้านค้าปลีกสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น ร้านขายหนังสือ
- ร้านค้าปลีกแบบสหกรณ์ผู้บริโภค คือ ร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ เช่น ร้านค้าสหกรณ์กรุงเทพ

2.3 การแบ่งประเภทร้านค้าตามนโยบายราคา ได้แก่ ร้านขายสินค้าราคาถูก (Discount Retailer) เช่น บิ๊กซี เทสโกโลตัส และร้านค้าปลีกสินค้าเฉพาะอย่าง

2.4 การแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกตามลักษณะการขยายกิจการ เช่น ร้านค้าปลีกลูกโซ่ของ บริษัท และร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชน์

รูปแบบการค้าปลีกของไทย

รูปแบบธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมซึ่งปัจจุบัน จะแบ่งได้หลายชนิดดังนี้

๑) ตลาดสด มีทั้งตลาดเช้า ตลาดเย็น ที่เป็นที่นิยมกันสมัยก่อนก็คงเป็นตลาดเก่าเยาวราช ที่ซึ่งเป็นที่นิยมกันในหมู่ภัตตาคาร ร้านอาหาร ไปจับจ่ายสินค้าบริโภคโดยเฉพาะอาหารสดต่าง ๆ

๒) ตลาดนัด เป็นสถานที่รวมของผู้ค้าปลีกดั้งเดิมทุกประเภทบางครั้งเรียกว่า กองคาราวาน สินค้า มักจะจำกัดตามที่ดินว่างเปล่าหรือที่โล่งหรืออาจจะเป็นอาคารมุงหลังคาส่วนใหญ่มักจะกำหนดแน่นอน เช่น ทุกวันเสาร์ อาทิตย์

๓) หาบเร่แผงลอย ซึ่งก็เป็นรูปแบบการค้าปลีกตั้งเดิมที่ยังมีให้เห็นผู้ค้าปลีกจะเอาสินค้าใส่กระบะหรือรถเข็น หรือรถกระบะบรรทุก ขายตามเส้นทางประจำ

๔) โชว์ห่วย/ร้านขายของชำ เป็นร้านที่ขายเครื่องอุปโภคบริโภคจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่มีความจำเป็นต้องใช้ประจำวันโดยมีการขายสินค้าทั่วไปเป็นหลัก และมีสินค้าจำพวกอาหารสดโดยมีหลักแหล่งแน่นอน เช่น ตึกแถว

๕) ยี่ปั๊ว เป็นตัวแทนของสินค้ารับสินค้ามาจากบริษัทโดยตรงแล้วกระจายสินค้าออกไปส่วนต่าง ๆ

๖) ซาปั๊ว มีการดำเนินธุรกิจแบบค้าส่งเพื่อนำไปขายให้กับลูกค้ารายย่อยมีอยู่ในพื้นที่นอกเมืองและส่งต่อไปยังร้านโชว์ห่วย

๗) ร้านค้าเฉพาะ เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าเฉพาะอย่างตามตึกแถว เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า สังฆภัณฑ์ วัสดุซ่อมแซม ซึ่งผู้ค้ามักจะเป็นเจ้าของอาคารหรือผู้เช่าเอง

ใบกิจกรรมที่ 1

เรื่อง ธุรกิจไม้สักในรูปแบบการค้าปลีก

คำชี้แจง ให้นักเรียนตอบคำถามให้ถูกต้องและเหมาะสม (10 คะแนน)

1. นักเรียนจงบอกความรู้เกี่ยวกับการค้าปลีก (5 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. นักเรียนเลือกออกแบบประเภทรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ไม้สักโดยการขายปลีกหน้าร้าน เพราะเหตุใด อธิบายขั้นตอนการขายพอสังเขป (5 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ใบกิจกรรมที่ 1



เรื่อง การตอบแทนสังคมด้วยกระบวนการออกแบบหน้าร้านให้น่าสนใจ

คำชี้แจง ให้นักเรียนวาดภาพระบายสีออกแบบหน้าร้านการขายไม้สักให้เป็นที่น่าสนใจ โดยสืบค้นหาแหล่งการขายไม้สักที่เกิดขึ้นในชุมชนของนักเรียนหรือในจังหวัดแพร่ที่นักเรียนสนใจ (10 คะแนน)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ธุรกิจพื้นฐาน จำนวน 8 ชั่วโมง
เรื่อง การค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน 2 จำนวน 2 ชั่วโมง
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

ธุรกิจค้าขายเป็นธุรกิจที่มีมานานแล้ว ถึงแม้ว่าธุรกิจแบบนี้จะเริ่มต้นได้ง่าย ตราบใดที่ยังมีลูกค้าก็สามารถค้าขายได้เลยซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านและรูปแบบไร้หน้าร้าน

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายแบบการค้าปลีกหน้าร้าน และแบบไร้หน้าร้าน

3. จุดประสงค์

1. อธิบายรูปแบบของการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้
2. เขียนโครงสร้างการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้ถูกต้อง
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

1. การค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน
2. สาระการเรียนรู้ท้องถิ่น (ถ้ามี)

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ใฝ่เรียนรู้
2. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก 1 อย่าง ในรูปแบบการขายปลีกหน้าร้าน การบริการลูกค้า รวมถึงการเป็นกันเองของผู้ขาย

2. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การสรุปองค์ความรู้การขายไม้สักรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน

8. กิจกรรมการเรียนรู้ ทฤษฎีกระบวนการกลุ่ม (Group Process)

ขั้นนำ

1. นักเรียนและครูสนทนาเกี่ยวกับความสำคัญของธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านและครูถามนักเรียนว่า “มีความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านอย่างไรบ้าง”

2. นักเรียนแต่ละคนแสดงความคิดเห็นพร้อมยกตัวอย่างตามความเข้าใจเพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาการเรียนการสอน โดยการนำเสนอแบบนั่งเป็นวงกลม

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ4-5 คน แล้วส่งตัวแทนมารับบัตรภาพการตั้งทำเลการขายแบบหน้าร้าน

2. นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก 1 อย่าง ตัวอย่างเช่น ขายเตียงนอนจากไม้สัก ขายชั้นวางเครื่องครัวจากไม้สัก เป็นต้น และร่วมกันออกแบบการขายปลีกหน้าร้าน ตามหัวข้อที่ครูกำหนดให้

1) ขายอะไร

2) เทคนิคการขาย

3) การบริการลูกค้า ของกลุ่มตนเองที่จับสลากได้ ซึ่งหาข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตได้แล้วทำลงในกระดาษบรู๊ฟที่ครูแจกให้

3. นักเรียนทุกคนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม โดยสมาชิกในกลุ่มทุกคนต้องแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ขั้นวิเคราะห์

1. นักเรียนแต่ละกลุ่มออกมานำเสนอกิจกรรมของกลุ่มตนเอง โดยพูดถึงทำเลที่กลุ่มตนเองได้ การขายผลิตภัณฑ์จากไม้สัก รวมไปถึงการโฆษณาการขายของผู้ขายได้อย่างเข้าใจ

2. นักเรียนร่วมกันวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของกลุ่มเพื่อน ๆ ที่ถ่ายทอดผ่านการนำเสนอผลงาน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของการทำงานกลุ่มร่วมกัน

ขั้นสรุปและนำหลักการไปประยุกต์ใช้

นักเรียนแต่ละคนทำใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การสรุปองค์ความรู้การขายไม้สักรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน

ขั้นประเมินผล

นักเรียนฟังผลการประเมินการทำกิจกรรมกลุ่มและประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การสรุปองค์ความรู้การขายไม้สักรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านของนักเรียนที่มีผลงานสมบูรณ์ที่สุด

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. บัตรภาพการตั้งทำเลสถานที่ขาย
2. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การสรุปองค์ความรู้การขายไม้สักรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน
3. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบายรูปแบบของการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้	ประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การสรุปองค์ความรู้การขายไม้สักรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน	แบบประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การสรุปองค์ความรู้การขายไม้สักรูปแบบการค้าขายแบบปลีกหน้าร้าน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป
2. เขียนโครงสร้างการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านได้ถูกต้อง	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ (กิจกรรมกลุ่มออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการค้าขายปลีกหน้าร้าน)	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....



ตลาดนัด



ยี่ปั๊ว



ร้านโชว์ห่วย



ร้านค้าเฉพาะ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3

รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ธุรกิจพื้นฐาน จำนวน 8 ชั่วโมง

เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน 1 จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

ธุรกิจค้าขายเป็นธุรกิจที่มีมานานแล้ว ถึงแม้ว่าธุรกิจแบบนี้จะเริ่มต้นได้ง่าย ตราบใดที่ยังมีลูกค้าก็สามารถค้าขายได้เลยซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านและรูปแบบไร้หน้าร้าน

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายแบบการค้าปลีกหน้าร้าน และแบบไร้หน้าร้าน

3. จุดประสงค์

1. อธิบายหลักการการค้าขายแบบไร้หน้าร้านได้
2. สืบค้นหลักการการค้าขายแบบไร้หน้าร้านได้ถูกต้อง
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

1. การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน
2. สาระการเรียนรู้ท้องถิ่น (ถ้ามี)

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ใฝ่เรียนรู้
2. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน
2. นักเรียนทำแผนภาพความคิด

8. กิจกรรมการเรียนรู้ วิธีการสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice)

ขั้นนำ

1. นักเรียนและครูสนทนาเกี่ยวกับความสำคัญของธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการค้าขายแบบไร้ร้านและครูถามนักเรียนว่า “การทำธุรกิจค้าขายแบบไร้หน้าร้านในความคิดของนักเรียนเป็นแบบใด” เขียนลงในใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน

2. นักเรียนแต่ละคนแสดงความคิดเห็นพร้อมยกตัวอย่างตามความเข้าใจเพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาการเรียนการสอน โดยการนำเสนอแบบนั่งเป็นวงกลม

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน แล้วสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการค้าขายปลีกแบบไร้หน้าร้านว่าการขายสินค้าโดยที่ไม่ต้องอาศัยหน้าร้านมีการขายรูปแบบใดบ้างและนำข้อมูลที่ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน

2. นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเนื้อหาของแต่ละคนภายในกลุ่มนำเสนอในรูปแบบแผนภาพความคิดของกลุ่มตนเอง โดยทำลงในกระดาษบรู๊ฟสีน้ำตาลที่ครูกำหนดให้

ขั้นวิเคราะห์

1. นักเรียนใช้กระบวนการกลุ่มอภิปรายในประเด็นที่กลุ่มตนเองสรุปเนื้อหาออกมาแต่ละกลุ่มใช้เวลานำเสนอ 3 นาที

2. นักเรียนร่วมกันวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของกลุ่มเพื่อน ๆ ที่ถ่ายทอดผ่านการนำเสนอผลงาน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของการทำงานกลุ่มร่วมกัน

ขั้นสรุปและนำหลักการไปประยุกต์ใช้

นักเรียนแต่ละกลุ่มเลือกการทำผลิตภัณฑ์จากไม้สัก 1 อย่างเป็นการบ้านนำมาในชั่วโมงหน้าครูแนะนำเพิ่มเติม เช่น การทำพวงกุญแจจากไม้สักหรือเมล็ดสัก การทำของที่ระลึก ป้ายไม้สักแกะสลัก เครื่องครัวจากไม้สัก เป็นต้น

ขั้นประเมินผล

นักเรียนรับฟังการประเมินการทำกิจกรรมกลุ่มในกิจกรรมการนำเสนอผลงานแผนภาพความคิด

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน
2. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบายหลักการการค้าขายแบบไร้หน้าร้านได้	ประเมินกิจกรรมนำเสนอแผนภาพความคิด	แบบประเมินกิจกรรมนำเสนอแผนภาพความคิด	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. สืบค้นหลักการการค้าขายแบบไร้หน้าร้านได้ถูกต้อง	ประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน	แบบประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบกิจกรรมที่ 1



เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน

คำชี้แจง ให้นักเรียนเขียนคำตอบลงในช่องว่างให้เหมาะสมที่สุด (20 คะแนน)

ธุรกิจการค้าขายแบบไร้หน้าร้าน
ในความคิดของนักเรียน

ธุรกิจการค้าขายแบบไร้หน้าร้าน
ข้อมูลจากที่สืบค้น

ออกแบบผลิตภัณฑ์จากไม้สัก

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ธุรกิจพื้นฐาน จำนวน 8 ชั่วโมง
เรื่อง การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน 2 จำนวน 2 ชั่วโมง
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

ธุรกิจค้าขายเป็นธุรกิจที่มีมานานแล้ว ถึงแม้ว่าธุรกิจแบบนี้จะเริ่มต้นได้ง่าย ตราบใดที่ยังมีลูกค้าก็สามารถค้าขายได้เลยซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งการค้าขายแบบปลีกหน้าร้านและรูปแบบไร้หน้าร้าน

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายแบบการค้าปลีกหน้าร้าน และแบบไร้หน้าร้าน

3. จุดประสงค์

1. อธิบายการค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้านได้
2. เขียนออกแบบการค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้านได้ถูกต้อง
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

การค้าขายแบบไร้หน้าร้าน

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ใฝ่เรียนรู้
2. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้าน

8. กิจกรรมการเรียนรู้ วิธีการสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice)

ขั้นนำ

1. นักเรียนและครูสนทนาเกี่ยวกับกิจกรรมในชั่วโมงที่แล้ว

2. นักเรียนเข้ากลุ่มเดิม (แผนการเรียนรู้ที่ 2) โดยให้แต่ละคนนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตนเองคิดมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่ม

ขั้นสอน

1. นักเรียนแต่ละกลุ่มดูคลิปวิดีโอ “ส่วนผสมทางการตลาด 4P's” พร้อมคิดไปด้วยว่าจะเลือกผลิตภัณฑ์ไม้สักอะไรในการค้าขายลงในหัวข้อที่ครูกำหนดให้

2. นักเรียนศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับช่องทางการขายสินค้าแบบไร้หน้าร้าน และครูยกตัวอย่างภาพโลโก้แบรนด์สินค้าต่าง ๆ ให้นักเรียนดูว่ารู้จักหรือไม่ และเขาใช้กลวิธีการขายอย่างไร

3. นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันทำใบกิจกรรมที่ 1 การค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้าน โดยวิเคราะห์จากวิดีโอที่ได้รับชม พร้อมทั้งออกแบบโลโก้ร้านของกลุ่มตนเองให้สวยงาม และประชาสัมพันธ์ช่องทางการขายผ่านช่องทางที่กลุ่มตนเองสนใจ เช่น Facebook , เว็บไซต์ , ทางโทรศัพท์ โทรทัศน์ , หรือทางไปรษณีย์ โดยใส่ข้อความการขายให้ดึงดูดความน่าสนใจสินค้าของกลุ่มตนเองให้ได้มากที่สุด

ขั้นวิเคราะห์

1. นักเรียนใช้กระบวนการนำเสนอผลงานของกลุ่มตนเองว่าออกแบบโลโก้ลักษณะใด และนำเสนอบทความการขายผ่านช่องทางใด

2. นักเรียนร่วมกันวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของกลุ่มเพื่อน ๆ ที่ถ่ายทอดผ่านการนำเสนอผลงาน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของการทำงานกลุ่มร่วมกัน

ขั้นสรุปและนำหลักการไปประยุกต์ใช้

นักเรียนและครูร่วมกันสรุปเนื้อหาที่เรียนว่านำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำได้อย่างไร

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้าน

2. วิดีโอเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาด 4P's https://www.youtube.com/watch?v=ItInCgaa2rM

3. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบายการค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้านได้	ประเมินกิจกรรมนำเสนองานกลุ่ม	แบบประเมินกิจกรรมนำเสนองานกลุ่ม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนออกแบบการค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้านได้ถูกต้อง	ประเมินใบกิจกรรมที่ 1 เรื่อง การค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้าน	แบบประเมินใบกิจกรรมที่ 1 การค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้าน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. ใฝ่เรียนรู้และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....



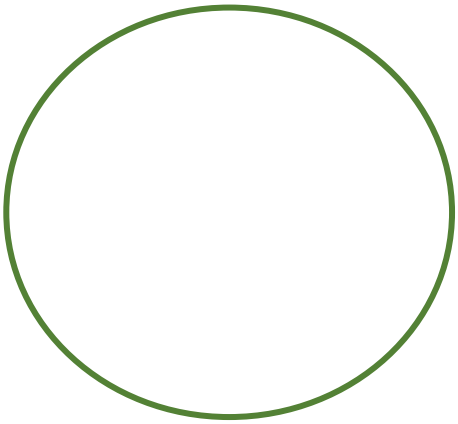
ใบกิจกรรมที่ 1

เรื่อง การค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สักแบบไร้หน้าร้าน

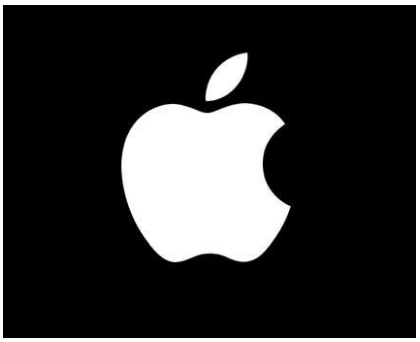
ตอนที่ 1 คำชี้แจง ให้นักเรียนแต่ละกลุ่มวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากไม้สักตามหัวข้อที่กำหนดให้ (10 คะแนน)

Product **ผลิตภัณฑ์**	
Price **ราคาสินค้า**	
Place **สถานที่** **จัดจำหน่าย**	
Promotion **การประชาสัมพันธ์**	

ตอนที่ 2 คำชี้แจง ให้นักเรียนแต่ละกลุ่มออกแบบโลโก้การขายผลิตภัณฑ์จากตอนที่ 1 และประชาสัมพันธ์การขายผ่านช่องทางที่สนใจ (10 คะแนน)



ตัวอย่างภาพโลโกแบรนด์สินค้าชื่อดัง



ที่มา : http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643&section=4&issues=27



ที่มา : https://www.builk.com/th/scg-logo-n/



ที่มา : http://bkstationery.com



ที่มา : https://ahead.asia/2018/10/13/origin-of-starbucks



ที่มา : https://www.fastboxs.com



ที่มา : https://petmaya.com/15-logos-hidden-meaning



วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2

จุดเริ่มต้นของการค้าขาย

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5

ความสำคัญของการตลาด

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6

การจัดการโลจิสติกส์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 7

การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 8

การกำหนดราคาปลีก

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 จุดเริ่มต้นของการค้าขาย จำนวน 8 ชั่วโมง

เรื่อง ความสำคัญของการตลาด จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

อาชีพค้าขายเป็นอาชีพที่มักจะพบเห็นได้ทั่วไป แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะค้าขายเป็น โดยการค้าขายนั้นต้องมีความรู้พื้นฐานหลายๆ ด้าน เช่น หลักการตลาด ตลาดกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าปลีก การหาจุดคุ้มทุน การเพิ่มมูลค่าและสร้างมูลค่าสินค้า และเมื่อมีความรู้พื้นฐานก็จะสามารถนำมาประยุกต์ในการทำธุรกิจต่อไปได้

2. ผลการเรียนรู้

อธิบายความรู้พื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรม ผู้บริโภค การจัดการโลจิสติกส์

3. จุดประสงค์

1. อธิบายความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้
2. เขียนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคได้
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

ความรู้พื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการโลจิสติกส์ การตลาดกระจายสินค้า จุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าสินค้า

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. แบบทดสอบก่อนเรียน – หลังเรียน
2. ใบความรู้ เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด และ ใบความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ใบงาน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด
4. แผนผังมโนทัศน์ (Mind Mapping)

8. กิจกรรมการเรียนรู้ (วิธีสอนแบบโมเดลซิปปา CIPPA MODEL)

ขั้นนำ

1. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง การค้าขายของประเทศไทยในปัจจุบัน
2. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง การค้าขายของจังหวัดแพร่ในปัจจุบัน
3. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด

ขั้นสอน

1. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง ความสำคัญของการตลาด
2. นักเรียนศึกษาใบความรู้และทำใบงาน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด
3. นักเรียนรับชมวีดีทัศน์ เรื่อง วิเคราะห์การตลาดและผู้บริโภค จากนั้นนักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค และสรุปเป็นแผนผังมโนทัศน์ (Mind Mapping)
4. นักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด

ขั้นสรุป

นักเรียนและครูสนทนากันถึงเรื่องอาชีพค้าขาย การตลาดของจังหวัดแพร่ประเทศไทยและของโลก

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด
2. ใบงาน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด
3. ใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
4. วีดีทัศน์ เรื่อง วิเคราะห์การตลาดและผู้บริโภค

https://www.youtube.com/watch?v=q9sWIKv8pwc

5. ใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
6. แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน
7. ห้องสมุด
8. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบาย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้	ประเมินใบงาน เรื่อง ความรู้พื้นฐานการตลาด ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินใบงาน เรื่อง ความรู้พื้นฐานการตลาด	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดพฤติกรรมผู้บริโภค	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ (กิจกรรมแผนผังมโนทัศน์)	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

กิจกรรมเสนอแนะ

ให้นักเรียนแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ละ 4 คน นำใบงานไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในท้องถิ่น

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้ เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด

ความหมายของการตลาด (marketing)

การตลาด หมายถึง กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยการเคลื่อนย้าย และการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการต่าง ๆ ตลอดจนแนวความคิดองค์กร และเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อ (ผู้บริโภคหรือผู้ใช้) จนเกิดความพึงพอใจ

ความสำคัญของการตลาด

- ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อธุรกิจ
  - การตลาดทำให้ธุรกิจมีรายได้
  - การตลาดช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยในการผลิต
  - การตลาดมีส่วนผลักดันหรือกระตุ้นให้ธุรกิจเขตการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้มีคุณภาพที่ดี เป็นที่ต้องการ ของการตลาดมากขึ้น
  - การตลาดช่วยเพิ่มคุณค่าหรือสร้างอรรถประโยชน์แก่สินค้าของธุรกิจ กิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด
  - การตลาดให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการตลาดแก่ธุรกิจ ความสำคัญของการตลาดที่มีต่อสังคมและเศรษฐกิจ
  - การตลาดทำให้การกระจายสินค้า และบริการเกิดการขยายตัวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น
- อาณาเขตการขาย ปริมาณสินค้าที่มีเพียงพอต่อความต้องการและหลักหลายประเภทหลายรูปแบบ
  - การตลาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สินค้าและบริการของสังคม
  - การตลาดก่อให้เกิดการขยายตัวในการเลือกประกอบอาชีพต่างๆได้มากขึ้น
  - การตลาดช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชากรในสังคมให้ดีขึ้น
  - การตลาดให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคในสังคม
  - การตลาดมีบทบาทต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ
  - การตลาดเป็นที่มาของเงินตราต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ของการตลาด

การดำเนินงานทางการตลาดมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการดังนี้

1. เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสังคม การดำเนินงานทางการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยจัดหาสินค้าและบริการที่มีประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้บริโภคในสังคมมีมาตรฐานการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น

2. เพื่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ การดำเนินการงานทางการตลาด นอกจากตอบสนอง

ความต้องการของผู้บริโภคและสังคมแล้ว ยังต้องทำให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพด้านต่างๆ

วิวัฒนาการทางการตลาด

1. การใช้ระบบการแลกเปลี่ยน

การตลาดในระยะแรกดำเนินไป ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนสิ่งของกับสิ่งของ เรียกว่าระบบการแลกเปลี่ยน(barter system) เพื่อชดใช้ ความขาดของแต่ละบุคคล ต่อมาเมื่อการผลิตได้รับการพัฒนา มนุษย์รู้จักปรับปรุงการผลิตโดยเลือกผลิตสิ่งที่สอดคล้องกับความสามารถหรือความถนัดของตนเองเท่านั้น แล้วนำผลผลิตที่ได้ซึ่งเกินความต้องการไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่นๆ ที่ตนมีความต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้เป็นลักษณะการแลกเปลี่ยนในทางการค้า

ระบบการแลกเปลี่ยนที่นำมาใช้ในช่วงระยะแรก ๆ ยังไม่พบปัญหามากนักเพราะเป็นการแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มคนเล็กๆ แต่เมื่อการแลกเปลี่ยนขยายตัวภายในอาณาเขตกลางคืนมีจำนวนมากขึ้นปัญหาต่าง ๆ เริ่มเกิดขึ้น ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

- ปัญหาเกี่ยวกับความต้องการในสินค้าที่จะแลกเปลี่ยนไม่ตรงกัน
- ปัญหาเกี่ยวกับเวลาที่ต้องการไม่ตรงกัน
- ปัญหาเกี่ยวกับสัดส่วนในการแลกเปลี่ยนและการรักษาค่าของสิ่งที่เหลือ
- ปัญหาเกี่ยวกับระยะทางที่ห่างไกลกัน

2. การใช้ระบบเงินตรา (money system)

ระบบเงินตราพัฒนาขึ้น เพื่อแก้ปัญหาของระบบการแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับความต้องการสินค้าที่จะแลกเปลี่ยนไม่ตรงกัน และปัญหาเกี่ยวกับสัดส่วนในการแลกเปลี่ยน เพราะการใช้ระบบ เงินตรา คือ การใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน สินค้าทุกชนิดที่จะแลกเปลี่ยนกันจะต้องกำหนดค่า เมื่อมีการนำระบบเงินตรามาใช้ กลไกทางธุรกิจหรือระบบทางการตลาดเริ่มจะชัดเจนขึ้น

3. การใช้ระบบตลาด (market system)

ระบบการตลาดกำหนดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาระยะทางในการแลกเปลี่ยน และระยะเวลาบางส่วน ขอตลาดในช่วงแรกๆ หมายถึง สถานที่ที่กำหนดให้เป็นที่นำสินค้าที่ผลิตหรือจัดหาได้มาแลกเปลี่ยนกัน ต่อมาพัฒนาเป็นการซื้อขายกันในย่อหน้าที่ตลาดยังคงดำเนินอยู่ จึงเป็นการขจัดปัญหาในด้านระยะทางและเวลาลงได้บ้าง

4. การใช้ระบบคนกลาง (middle man system)

การพัฒนาระบบเงินตราและระบบการตลาดขึ้น เพื่อแก้ปัญหาของระบบการแลกเปลี่ยน แต่ก็ไม่สามารถขจัดปัญหาได้ทั้งหมด การใช้ระบบคนกลางจึงได้พัฒนาให้เกิดขึ้นเพื่อเป็นที่รวบรวมสินค้าต่างๆ ของผู้ที่ต้องการจะขาย และเป็นแหล่งที่จะกระจายสินค้าเรานั้นออกไป สินค้าทุกอย่างจะไปรวมอยู่ที่คนกลาง ใครต้องการสินค้าใด เมื่อใด ก็จะสามารถซื้อขายสินค้ากันได้ตามต้องการตลอดเวลา ปัญหาต่างๆที่ที่เกิดจากระบบการแลกเปลี่ยนก็จะหมดไป เป็นการเริ่มต้นการตลาดอย่างแท้จริง

ลักษณะการตลาดในแต่ละยุค

1. ยุคการผลิต จัดเป็นการตลาดยุคแรก การดำเนินงานไม่ซับซ้อนมากนัก เนื่องจากจำนวนประชากรยังมีน้อย คู่แข่งขันมีไม่มาก การผลิตก็ยังคงอาศัยแรงงานมนุษย์ ยังไม่รู้จักใช้เครื่องมือเครื่องใช้ที่จะนำมาแทนแรงงานคน

2. ยุคการขาย ต่อมาเมื่อเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม คือ การนำเครื่องมือ เครื่องจักรเข้ามาใช้ร่วมกับมนุษย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบการผลิต การผลิตได้รับการพัฒนาทำให้ได้ผลผลิตในปริมาณมากขึ้น รวดเร็วขึ้น และมีคุณภาพดีขึ้น แต่สิ่งที่สำคัญที่เกิดในช่วงเวลาที่ผ่านมา คือ การเกิดคู่แข่งขันตลอดเวลาในจำนวนที่มากขึ้น ผู้ขายจำเป็นต้องพัฒนาวิธีการในการขายมากขึ้น โดยอาศัยบุคลากรทางการตลาดที่สำคัญประเภทหนึ่งเข้ามาทำหน้าที่ จัดจำหน่ายสินค้า เรียกว่า พนักงานขาย (Salesman) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการนำสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้ออกไปขายให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้

3. ยุคการตลาด การตลาดในยุคนี้ ตลาดเป็นของผู้บริโภคหรือผู้ซื้ออย่างแท้จริง ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับผู้บริโภค การเลือกใช้เทคนิคการส่งเสริมการขาย จากพนักงานขายเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ แต่จะต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางการตลาด ในรูปแบบต่างๆ เข้ามาประกอบด้วย เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

4. ยุคโลกาภิวัตน์ การดำเนินงานทางการตลาดในปัจจุบัน นักการตลาดต้องดำเนินงานด้วยความรอบรู้ รอบคอบ มีประสบการณ์และปฏิภาณไหวพริบ เฉลียวฉลาด และสามารถปรับตัวได้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่การวางแผนทางการตลาดอย่างรัดกุม ภายใต้วัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และสามารถบริหารการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ซึ่งเรียกการตลาดในปัจจุบันได้ว่าเป็นการตลาด “ยุคโลกาภิวัตน์”

ความหมายของสภาพแวดล้อมทางการตลาด

สภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีผลกระทบต่อการดำรงการทางการตลาดโดยเฉพาะในด้านการวางแผนการตลาดการสร้างโอกาสทางการตลาดการจำกัดขอบเขตการตลาดและการตัดสินใจทางการตลาดในด้านต่าง ๆ

ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการตลาด

การดำเนินการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการนำข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก และทำการวิเคราะห์และบริหารจัดการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางตลาดภายในให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตลาดภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับโอกาสและจังหวะเวลา สามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กิจการกำหนดไว้ซึ่งพอสรุปความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้ดังนี้

1. สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงโอกาส อุปสรรค เพื่อศึกษาและพยากรณ์ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจเพื่อหาแนวทางในการสร้างความสำเร็จหรือป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกิจการได้

2. สามารถนำข้อมูลมาใช้ประกอบในการตัดสินใจ เพื่อกำหนดแผนการทางการตลาดให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้นๆได้

3. สามารถรับรู้การเคลื่อนไหวของสถานการณ์ในด้านต่างๆได้ทันเวลา ทำให้มีข้อมูลทั้งสมัยในการนำมาบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

4. สามารถปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายใน ดูสภาพพยากรณ์ทั้งหมดที่กิจการหรือธุรกิจมีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5. สามารถค้นพบตลาดใหม่ๆ ทำให้สามารถขยายตลาดได้อย่างต่อเนื่องตัวอย่างเช่นช่วงเวลาวันที่ 26 กันยายนถึง 5 ตุลาคม 2556 เป็นเทศกาลของคนใจบุญประเพณีการกินเจ (เป็นสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกเรียกว่าปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม) ปีนี้คึกคัก นักการตลาดสามารถนำมาใช้เป็นโอกาสในการกำหนดแนวทางการทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (เป็นการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายในเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์) เพื่อใช้ในการวางแผนตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มที่นิยมกินเจและบำเพ็ญบุญในช่วงเวลาดังกล่าว

สภาพแวดล้อมทางการตลาดประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ External or Uncontrollable Factors และปัจจัยภายในหรือปัจจัยที่ควบคุมได้ Internal or Controllable Factors

ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานทางการตลาดในด้านต่างๆ เป็นปัจจัยซึ่งกิจการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามที่กิจการต้องการได้กิจการจำเป็นต้องมีการศึกษาปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานการการตัดสินใจในการวางแผนหรือดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเหล่านี้ซึ่งปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญสรุปได้ 8 ประการดังนี้

1. ตัวแปรเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคม Cultural and Social Variables
2. ตัวแปรที่เกี่ยวกับการเมืองและกฎหมาย Political and legal Variables
3. ตัวแปรเกี่ยวกับธุรกิจ Economic Variables
4. ตัวแปรเกี่ยวกับการแข่งขัน Competition Variables
5. ตัวแปรเกี่ยวความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี Technology Variables
6. ตัวแปรที่เกี่ยวกับคนกลางทางการตลาด Middlemen Variables
7. ตัวแปรที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและเครือข่ายกิจการ Suppliers Network Variables
8. ตัวแปรเกี่ยวกับการตลาดหรือผู้บริโภค Market or customer Variables

ปัจจัยภายในหรือปัจจัยที่ควบคุมได้ หมายถึง ปัจจัยการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามความต้องการของธุรกิจหรือธุรการได้ เพราะเป็นปัจจัยที่กิจการหรือธุรกิจจัดสรรมาใช้ในการดำเนินกิจการด้านต่างๆ ประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญ คือ

1. ส่วนประสมทางการตลาด marketing mix

2. นโยบายของกิจการ policy

3. ฐานะทางการเงิน Financial

4. การบริหารจัดการ Management

การวิเคราะห์สภาพแลดล้อมทางการตลาด Marketing Environment Analysis

1. การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดตามหลักการ SWOT Analysis

2. การวิเคราะห์โดยใช้หลัก STP Step

ความหมายของการตลาด market

ตลาด หมายถึง ปริมาณความต้องการของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง มีความเต็มใจซื้อ และมีความสามารถในการซื้อ ขายสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ

ประเภทของตลาด

ตลาดสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ตลาดผู้บริโภค consumer market หมายถึงตลาดที่ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปใช้เองเป็นการส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว เรียกว่า ผู้บริโภคคนสุดท้าย Ultimate consumer หรือ End Users

2. ตลาดธุรกิจ business market หมายถึงตลาดที่ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปประกอบธุรกิจใน 3 ลักษณะ การผลิตทางด้านอุตสาหกรรมและการเกษตร ลักษณะการจัดจำหน่ายทางการค้าปลีกและค้าส่ง คือ ซื้อมาอย่างไรขายไปอย่างนั้น และลักษณะการดำเนินธุรกิจบริการลักษณะอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรหรือรายได้

ใบความรู้ เรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

เนื่องจากการตลาดคือการดำเนินกิจการของธุรกิจที่จะตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ในสังคมให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดตลอดเวลา นักการตลาดจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของความต้องการของมนุษย์ Abraham Maslow ได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ไว้ว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาต้องมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด และความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของ อับราฮัม มาสโลว์ จัดลำดับได้ 5 ขั้นตอน โดยความต้องการในแต่ละขั้นตอนจะได้รับการตอบสนองเป็นลำดับไป เมื่อความต้องการขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้วมนุษย์จะเกิดความต้องการในขั้นตอนเป็นไปตามลำดับ ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย Physiological Need
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน safety needs
3. ความต้องการทางสังคมและความต้องการทางความรัก love and belonging need
4. ความต้องการการยอมรับและยกย่อง Esteem Need
5. ความต้องการสมหวังหรือความสำเร็จในชีวิต Self Actualization Need

แนวทางการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ นักศึกษาด้านการตลาดเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและการต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ เพื่อหลักการตลาดจะแนะนำข้อมูลที่ได้รับมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และกิจกรรมทางการตลาดในด้านต่างๆเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มากที่สุด สามารถนำสู่การตัดสินใจการซื้อหรือบริการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคอย่างชัดเจนนักการตลาดควรศึกษาในเรื่องต่างๆดังนี้

1. แรงจูงใจในการซื้อ Buying Motive
2. พฤติกรรมการซื้อ Buying Behavionrs

ตัวแปรทางสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมทางการซื้อและบริโภคสรุปได้ดังนี้

- บทบาททางสังคม Social roles คือการคาดหวังของตนตามสถานภาพที่เป็นอยู่คนหนึ่งอาจมีหลายหลายบทบาท

- กลุ่มอ้างอิง Reference Group บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติค่านิยมและพฤติกรรมของผู้อื่นที่ยึดเอากลุ่มอ้างอิงเป็นแบบอย่างและพยายามเลียนแบบทั้งในด้านความคิด พฤติกรรม ค่านิยม

- ชนชั้นทางสังคม social level คือลักษณะการจัดแบ่งกลุ่มบุคคลในสังคมตามลักษณะตัวแปรต่างๆ เช่น รายได้ การศึกษา ฐานะทางสังคม เป็นต้น

- วัฒนธรรม Culture คือสัญลักษณ์หรือสิ่งที่คนในสังคมหนึ่งได้สร้างขึ้นและยอมรับจากคนในสังคมนั้นจากรุ่นสู่รุ่นในฐานะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของสังคมนั้นๆซึ่งได้แก่ ความคิด คำพูด ความเชื่อ การกระทำและสิ่งที่มนุษย์ทำ

อุปนิสัยการซื้อ Buying Habit

นักการตลาดต้องทำการศึกษาปฏิกิริยาเหล่านั้นของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางธุรกิจ และนำมาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนงานและกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับอุปนิสัยในการซื้อของผู้บริโภคและจากการศึกษาเกี่ยวกับอุบัติเหตุการซื้อของผู้ซื้อหรือทำให้นักการตลาดเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ซื้อและผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้บริโภคคือใคร Who คือ การศึกษาให้ทราบว่าใครคือผู้บริโภคหรือผู้ที่ใช้ที่แท้จริงใครเป็นผู้ซื้อทางนี้เพราะผู้บริโภคที่มีลักษณะแตกต่างกันอุบัติภัยในการซื้อจะแตกต่างกัน

2. ผู้บริโภคซื้อทำไม Why คือ การศึกษาว่าทำไมผู้บริโภคจึงต้องซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริโภคถ้าผู้ซื้อบริโภคหรือผู้ใช้ซื้อไปเพื่อจุดประสงค์ใดทั้งนี้เพราะผู้บริโภคหรือผู้ใช้แต่ละบุคคลมีเหตุผลและวัตถุประสงค์ในการซื้อที่แตกต่างกัน

3. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร What คือ การค้นหาผู้บริโภคหรือผู้ใช้ซื้อสินค้านั้นเพราะอะไรต้องการซื้ออะไรจากสินค้าหรือบริการบ้าง

4. ผู้บริโภคต้องการซื้อเมื่อไหร่ When คือ เป็นการค้นหาโอกาสในการซื้อของผู้บริโภคว่าผู้ซื้อจะซื้อสินค้าใด ทั้งนี้เพราะสินค้าบางประเภทผู้บริโภคซื้อตลอดเวลา

5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where คือ การพยายามศึกษาว่าผู้บริโภคหรือผู้ใช้นิยมซื้อสินค้าจากแหล่งซื้อใดซื้อจากพนักงานซื้อจากร้านค้าปลีกโดยทั่วไปซื้อจากห้างสรรพสินค้าซื้อจากผู้ผลิตหรือซื้อจากระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

6. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ Who Participates เป็นการศึกษากับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาจได้แก่กลุ่มผู้มีอิทธิพล

7. ผู้บริโภคซื้อต้องการอะไร How คือ การศึกษาซื้อของผู้บริโภคแต่ละครั้งว่ามีลักษณะอย่างไร

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการดำเนินงานทางการตลาด

1. ทำให้นักการตลาดเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคในสังคม เข้าใจถึงแนวโน้มของความเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาดในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเป็นไปในอนาคต

2. ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าหรือบริการตรงกับความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

3. ทำให้นักการตลาดสามารถค้นพบตลาดใหม่ๆได้ และทำการตอบสนองให้สอดคล้องกับตลาดนั้นๆ

4. นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ศึกษาได้มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ

5. ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาเกี่ยวพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนการตลาดปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดในปัจจุบันนั้นได้

แบบทดสอบก่อนเรียน และหลังเรียน

คำชี้แจง ให้นักเรียนกากบาทข้อ ก ข ค ง ที่เป็นคำตอบที่ถูกต้องที่สุดลงในกระดาษคำตอบ

1. ข้อใดไม่ใช่หลักเกณฑ์ของแนวความคิดทางการตลาด

ก. แผนการตลาด ข. ยอดขาย ค. กำไร ง. ลูกค้า

2. ข้อใดเป็นแนวความคิดการตลาดสมัยเก่า

ก. แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์ ข. แนวความคิดมุ่งการขาย

ค. แนวความคิดมุ่งการผลิต ง. แนวความคิดมุ่งการตลาดและสังคม

3. ข้อใดเป็นแนวความคิดการตลาดสมัยใหม่

ก. แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์ ข. แนวความคิดมุ่งการผลิต

ค. แนวความคิดมุ่งการตลาดและสังคม ง. แนวความคิดมุ่งการขาย

4. ส่วนผสมทางการตลาดมุ่งเน้นข้อใดเป็นสำคัญ

ก. ลูกค้า ข. ความพึงพอใจ ค. การตอบสนอง ง. ยอดขายและกำไร

5. ข้อใดเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ก. สินค้ามีคุณภาพ ข. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น

ค. สินค้าปรับเปลี่ยนทัศนคติผู้บริโภคได้ ง. สินค้าราคาถูกสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า

6. เหตุใดนักการตลาดจึงต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

ก. เพื่อรายงานผู้บริหาร ข. เพื่อให้เป็นไปตามทฤษฎี

ค. เพื่อดูความแตกต่างของมนุษย์ ง. เพื่อจะได้จัดกลยุทธ์สนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม

7. การออกแบบผลิตภัณฑ์เราควรคำนึงถึงข้อใดมากที่สุด

ก. ความชอบของผู้บริโภค ข. ความทันสมัย

ค. ความเหมาะสม ง. ความเหมาะสม

8. ผลิตภัณฑ์สำหรับท้องถิ่น คือผลิตภัณฑ์ชนิดไหน

ก. ผงซักฟอก ข. สบู่หอมนกแก้ว ค. แชมพู ง. กระทิงแดง

9. วิธีการตั้งราคาสินค้าสิ่งสำคัญในการตั้งราคาคืออะไร

ก. ยอดขาย ข. ประสิทธิภาพ ค. ราคาขั้นต่ำ ง. กำไรสูงสุด

10. ข้อใดคือหลักการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ก. 5W 1H ข. CustomerRalation Marketing

ค. Information, Black Box ง. Customer Motivation

กระดาษคำตอบ แบบทดสอบก่อนเรียน

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

ชื่อ-สกุล.....ชั้น.....เลขที่.....

กระดาษคำตอบ แบบทดสอบหลังเรียน

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

ชื่อ-สกุล.....ชั้น.....เลขที่.....

เฉลยแบบทดสอบก่อน และหลังเรียน

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

ใบงาน เรื่อง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาด

คำสั่ง ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ให้ถูกต้อง (20 คะแนน)

1. การขายเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะ หมายความว่าอย่างไร (4 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

2. ลักษณะพื้นฐานการขายที่ดี 7 ประการมีอะไรบ้าง (4 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

3. วิชาการขายมีความสำคัญกับอาชีพงานอื่นๆ อย่างไร (4 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

4. วัตถุประสงค์ของการขายคืออะไร (4 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

5. พ่อค้าเร่ หมายถึง อะไร (4 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

แผนผังมโนทัศน์
เรื่อง สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค

คำชี้แจง ให้นักเรียนดูวีดีทัศน์ เรื่อง เทคนิคการตลาด แล้วเขียนแผนผังมโนทัศน์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6

รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 จุดเริ่มต้นของการค้าขาย จำนวน 8 ชั่วโมง

เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

อาชีพค้าขายเป็นอาชีพที่มักจะพบเห็นได้ทั่วไป แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะค้าขายเป็น โดยการค้าขายนั้นต้องมีความรู้พื้นฐานหลายๆ ด้าน เช่น หลักการตลาด ตลาดกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าปลีก การหาจุดคุ้มทุน การเพิ่มมูลค่าและสร้างมูลค่าสินค้า และเมื่อมีความรู้พื้นฐานก็จะสามารถนำมาประยุกต์ในการทำธุรกิจต่อไปได้

2. ผลการเรียนรู้

อธิบายความรู้พื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการโลจิสติกส์

3. จุดประสงค์

1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ได้
2. เขียนวางแผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สักได้
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

ความรู้พื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการโลจิสติกส์ การตลาดกระจายสินค้า จุดขายสินค้า การกำหนดราคาสินค้า

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ใบความรู้ เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์
2. ใบงาน เรื่อง แผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

8. กิจกรรมการเรียนรู้ (วิธีสอนแบบโมเดลซิปปา CIPPA MODEL)

ขั้นนำ

1. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ของประเทศไทยในปัจจุบัน
2. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ของจังหวัดแพร่ในปัจจุบัน

ขั้นสอน

3. นักเรียนศึกษาใบความรู้เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์
4. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของจังหวัดแพร่
5. นักเรียนรับชมวีดีทัศน์ เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ https://www.youtube.com/watch?v=XHvzuhLWWHo และ เรื่อง ส่งเสริมความรู้การทำไม้สัก จังหวัดแพร่ https://www.youtube.com/watch?v=9eY1Qg6fWH8
6. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ทำใบงาน เรื่อง แผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก จากนั้นเขียนแผนการดังกล่าวลงในกระดาษชาร์ทสีที่ครูเตรียมให้ และส่งตัวแทนนำเสนอหน้าชั้นเรียน

ขั้นสรุป

7. นักเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังครูสรุปเนื้อหาที่นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนองาน
8. นักเรียนและครูสนทนากันถึงเรื่อง ทิศทางการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของจังหวัดแพร่ในอนาคต

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์
2. ใบงาน เรื่อง แผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก
3. วีดีทัศน์ เรื่อง การออกแบบและเทคโนโลยี ม.3 บทที่ 1.3 : การจัดการโลจิสติกส์ https://www.youtube.com/watch?v=XHvzuhLWWHo

4. วีดีทัศน์ เรื่อง ส่งเสริมความรู้การทำไม้สัก จังหวัดแพร่ โดย วิทยาลัยชุมชนแพร่ https://www.youtube.com/watch?v=9eY1Qg6fWH8

5. ห้องสมุด

6. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ได้	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	การสอบถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนวางแผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สักได้	ประเมินใบงาน เรื่อง แผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ แบบประเมินใบงาน เรื่อง แผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้ เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์

โลจิสติกส์ หรือ ลอจิสติกส์ (อังกฤษ: logistics) เป็นระบบการจัดการการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของ ข้อมูล การขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ โลจิสติกส์เป็นช่องทางหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่

ที่มาของคำ

คำว่า โลจิสติกส์ (logistics) มาจากภาษาฝรั่งเศสคำว่า logistique ที่มีรากศัพท์คำว่า โลเชร์ (loger) ที่หมายถึงการเก็บ โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการขนส่งสินค้าทางการทหาร ในการส่งกำลังบำรุง ทั้งเสบียง อาวุธ กำลังพล เพื่อสนับสนุนการรบ หรือ กิจกรรมที่มีการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ จากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง อาจมีการจัดเก็บระยะเวลานานหรือระยะเวลาชั่วคราว เช่น เอกสาร สินค้าสำเร็จรูป วัตถุดิบ และอื่น ๆ

แนวคิด

โลจิสติกส์ มีศาสตร์แขนงต่างๆที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ศาสตร์ โดยจะมีมุมมองที่ต่างๆกัน ดังนี้

1. วิศวกรรมศาสตร์ ซึ่ง ในส่วนวิศวกรรมศาสตร์นี้จะมีสาขาที่เกี่ยวข้อง คือ สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ (Industrial Engineering) และ สาขาวิศวกรรมโยธา (Civil Engineering) โดยสาขานี้จะคำนึงถึงกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าเป็นหลัก เพื่อให้การขนส่งสินค้านั้น มีประสิทธิภาพสูงสุด ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเชื้อเพลิง หรือ เวลาในการขนส่งให้น้อยที่สุด

2. บริหารธุรกิจ ซึ่ง สาขานี้จะมองในเรื่อง ของการขนส่งระหว่างประเทศโดยจะพิจารณา ภาษี กฎหมาย ค่าระวาง นโยบายหรือยุทธศาสตร์ทางด้านโลจิสติกส์ของแต่ละประเทศ และ การค้าระหว่างประเทศ เพื่อนำมาประกอบ การวางแผนการขนส่งสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ

3. การจัดการสารสนเทศ ซึ่ง จะศึกษาในส่วนของ software และ hardware นำมาควบรวมกันเป็น solution หรือ บริการ ที่จะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมทาง โลจิสติกส์มีความคล่องตัวมากขึ้น

กิจกรรมที่สำคัญของโลจิสติกส์

1. Order management/Customer service คือ การจัดการการรับหรือส่งสินค้า และการบริการลูกค้า

2. Packaging คือ การคัดเลือกบรรจุภัณฑ์เพื่อมาใช้บรรจุสินค้า

3. Material handling คือ การขนถ่ายวัสดุภายในโรงงาน หรือ ในคลังสินค้า

4.Transportations/Mode of transportations (Domestic & International) คือ การขนส่งสินค้าระหว่างสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

5. Warehouse management (Layout, locations, control technology/equipment, facility) คือ การจัดการคลังสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการวางผังสินค้า หรือ สถานที่ ที่จะตั้งคลังสินค้า

6. Inventory control systems (Qty)/ material management คือ ระบบในการบริหารสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนหรือกระจายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. Supplier management/material management คือ การบริหารจัดการผู้ผลิตวัตถุดิบให้เรา (Supplier) เพื่อให้ได้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และ เพียงพอต่อความต้องการในเวลาที่เหมาะสม

8. Distribution center/distribution hub คือ การกำหนดแหล่งที่ตั้งในการกระจายสินค้า เพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง

9. Manufacturing/production control คือ ระบบควบคุมการผลิต

โลจิสติกส์ทางธุรกิจ

1. จุดเชื่อมต่อของเครือข่ายกระจายสินค้า

จุดเชื่อมต่อของเครือข่ายกระจายสินค้า ประกอบไปด้วย

- โรงงานที่ทำการผลิตหรือประกอบผลิตภัณฑ์
- คลังพัสดุหรือที่เก็บสินค้า เป็นความคิดเกี่ยวกับคลังสินค้าแบบมาตรฐานเพื่อที่จะเก็บสินค้า (สินค้าคงคลังระดับสูง)
- ศูนย์กระจายสินค้า ใช้สำหรับกระบวนการสั่งสินค้าและการเติมเต็มคำสั่งซื้อ (สินค้าคงคลังระดับรองลงมา) และยังใช้สำหรับรับสินค้าที่ถูกตีกลับจากลูกค้าด้วย
- จุดโอนย้ายสินค้า เป็นจุดที่มีกิจกรรมการเปลี่ยนถ่ายสินค้า ซึ่งอาจจะมีการประกอบสินค้าใหม่ตามตารางการส่งสินค้า (เคลื่อนย้ายสินค้าเท่านั้น)

ร้านขายของชำ ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือ ร้านค้าปลีกลูกโซ่ สหกรณ์ผู้บริโภค เป็นจุดที่รวมกำลังซื้อของผู้บริโภค และบริษัทย่อยส่วนใหญ่มีบริษัทอื่นเป็นเจ้าของและแฟรนไชส์ เป็นเจ้าของจุดขายแม้ว่าจะใช้แบรนด์ของบริษัทอื่นทั้งนี้อาจมีตัวกลางในการดำเนินงานสำหรับตัวแทนระหว่างจุดเชื่อมต่อ เช่น ตัวแทนขายหรือนายหน้า

2. การจัดกลุ่มเชิงโลจิสติกส์และตัวชี้วัด

การจัดกลุ่มเชิงโลจิสติกส์ คือ กลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพื้นฐานร่วมกัน มีน้ำหนักและปริมาตร ต้องการการจัดเก็บทางกายภาพเฉพาะ (อุณหภูมิ การแผ่รังสีฯ) ต้องได้รับการจัดการจัดเก็บ ความถี่ของการสั่งซื้อ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ และอื่นๆ ซึ่งตัววัดเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในแต่ละบริษัทเพื่อจัดระเบียบตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ตัวชี้วัดทางกายภาพ ถูกนำมาใช้เพื่อประเมินระบบสินค้าคงคลัง รวมถึงความจุของการสต๊อคสินค้า สมรรถนะการเลือก ใช้การวัดปริมาตร ใช้แบบผิวเผิน ความจุในการขนส่ง และการใช้ความจุในการขนส่ง

ตัวชี้วัดทางการเงิน หมายรวมถึง ค่าใช้จ่ายจากการใช้พื้นที่ในการถือครองสินค้า (อาคารสถานที่ ชั้นวางและบริการ) และค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้า (ค่าแรง เครื่องจักรในการจัดเก็บ พลังงานและค่าบำรุงรักษา)

สำหรับตัวชี้วัดอื่น ๆ อาจจะแสดงในรูปแบบของทั้งภายภาพและการเงิน เช่น มาตรฐานการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง

3. กระบวนการจัดเก็บและสั่งซื้อ

การขนถ่ายหน่วยวัสดุ เป็นการรวมกันของผลิตภัณฑ์แต่ละรายการที่ถูกเคลื่อนย้ายด้วยระบบการขนถ่ายวัสดุ ซึ่งโดยปกติจะมีหน่วยเป็นพาเลท

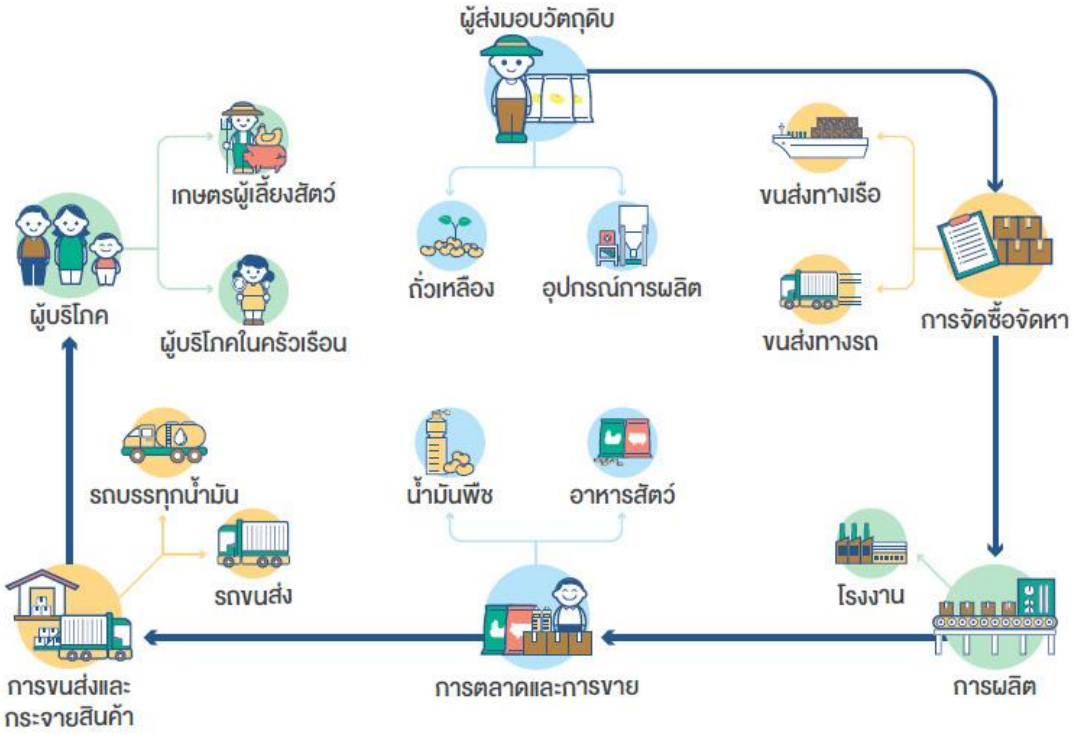
ระบบการขนถ่าย ประกอบด้วยเครื่องมือหลายอย่าง ได้แก่ trans-pallet handlers, counterweight handler, retractable mast handler, bilateral handlers, trilateral handlers, AGV and stacker handlers. ระบบการจัดเก็บ ได้แก่ การเก็บสินค้าแบบกองบนพื้น เก็บบนชั้นวาง (ทั้งแบบเคลื่อนย้ายได้และแบบเคลื่อนย้ายไม่ได้) เก็บบนชั้นวางที่มีขนาดยาวและชั้นวางแบบลาดเอียง ธนายุทธ

การวัดประสิทธิภาพที่เกิดจากการดำเนินการในกิจกรรมโลจิสติกส์

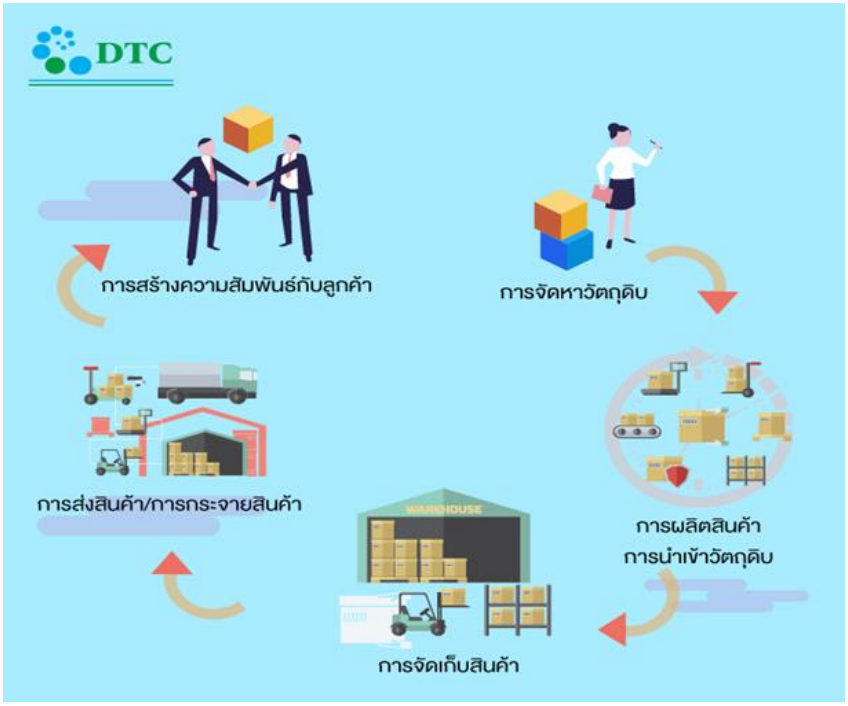
- ต้นทุนที่ใช้ในกิจกรรมโลจิสติกส์
- การตอบสนองอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็น อัตราการหมุนเวียนสินค้า รอบเวลาในการจัดส่งสินค้า เป็นต้น
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- ความพึงพอใจของทีมงาน

ขั้นตอนการจัดการโลจิสติกส์

1. การนำเข้าวัตถุดิบและอุปกรณ์
2. การผลิต
3. การขนส่งสินค้า
4. การตลาดและการขาย
5. การให้บริการลูกค้า



ที่มา : https://www.tvothai.com/th/sustainability/performance



ที่มา : https://www.dtc.co.th-logistics/

ประโยชน์ของการขนส่งโลจิสติกส์

1. ช่วยให้ธุรกิจเติบโต เนื่องจากยุคนี้ มีผู้ประกอบการและธุรกิจขนาดเล็กเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ที่เรียกว่า SME ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้มีความจำเป็นที่จะต้องขยายธุรกิจและต้องการให้ธุรกิจเติบโตไปข้างหน้ามากยิ่งขึ้น โลจิสติกส์เป็นเสมือนน็อตตัวหนึ่ง ที่จะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตไปข้างหน้า ซึ่งในปัจจุบันนี้การทำธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการที่จะใช้บริการโลจิสติกส์ในการจัดส่งสินค้ามีความจำเป็นมากและหากว่ายิ่งเลือกใช้บริการกับทางบริษัทที่มีประสิทธิภาพ และจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. ช่วยในการลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากว่า ธุรกิจออนไลน์นั้น หากว่าใช้บริการโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสูงจะทำให้ช่วยลดต้นทุนในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยไม่ต้องขับรถไปส่งสินค้าเอง ลดต้นทุนแรงงาน และลดต้นทุนในเรื่องของค่าใช้จ่าย เพิ่มความสะดวกสบาย ให้แก่ผู้ประกอบการในการส่งสินค้า และผู้รับสินค้าปลายทางด้วย

3. เพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า เนื่องจากว่า หากคุณเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจออนไลน์แล้วจะต้องจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าอยู่เป็นประจำ การจัดส่งสินค้าถึงบ้าน และรวดเร็วไม่ต้องรอนานนั้น เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุดซึ่งหากว่าผู้ประกอบการทำธุรกิจออนไลน์นั้นเลือกระบบการขนส่งโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ได้มาตรฐานและมีการรับประกันสินค้า รับรองได้ว่า ลูกค้าจะประทับใจแล้วกลับมาซื้อสินค้าอีกแน่นอน

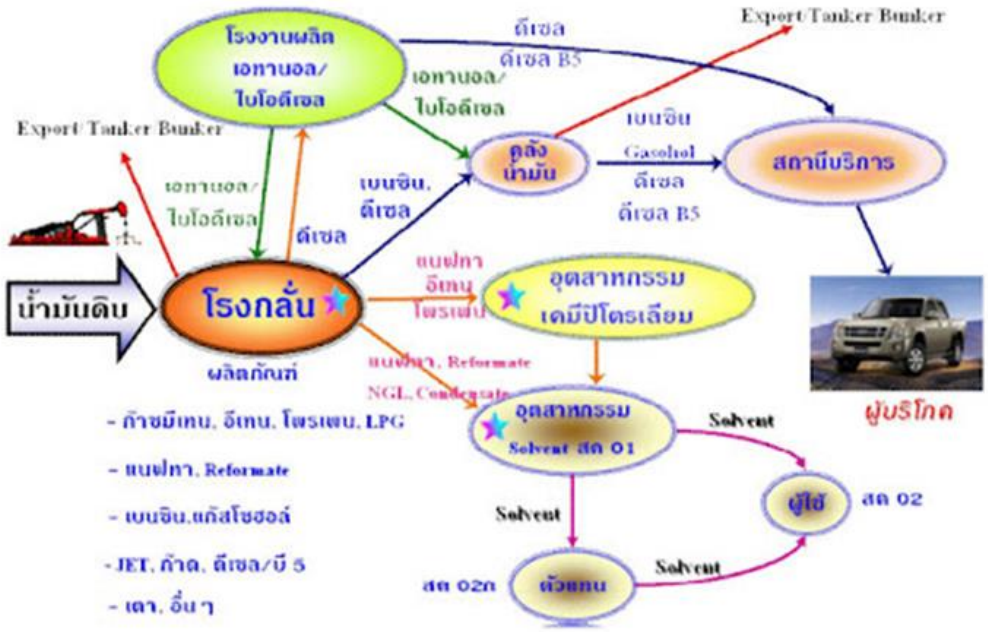
4. ระบบโลจิสติกส์ที่ดีนั้น เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ เนื่องจากว่า ลูกค้าต้องการการบริการที่ดี ตั้งแต่การตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าด้วยความใส่ใจ การแพ็คสินค้าและระบบการจัดส่งโลจิสติกส์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ และระบบการส่งสินค้าที่รวดเร็วยังทำให้สินค้าเพิ่มมูลค่าได้มากยิ่งขึ้นด้วย

บทสรุป

โลจิสติกส์ คือระบบการจัดส่งสินค้า ข้อมูลและอื่นๆ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคตามความต้องการของลูกค้า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่ในการวางแผนเพื่อนำไปปฏิบัติและควบคุมการรับส่งสินค้าระหว่างจุดเริ่มต้นหรือจากแหล่งผลิตไปยังจุดที่มีการบริโภค เพื่อที่จะให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งข้อดีของระบบโลจิสติกส์คือทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการตอบสนองอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นอัตราการหมุนเวียนสินค้า และรอบเวลาในการจัดส่งสินค้า

ใบงาน เรื่อง แผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

คำสั่ง ให้นักเรียนวางแผนการจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของจังหวัดแพร่ (20 คะแนน)



ที่มา : https://www.dtc.co.th-logistics/

1. การนำเข้าวัตถุดิบและอุปกรณ์

.....

.....

2. การผลิต

.....

.....

3. การขนส่งสินค้า

.....

.....

4. การตลาดและการขาย

.....

.....

5. การให้บริการลูกค้า

.....

.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 7
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 จุดเริ่มต้นของการค้าขาย จำนวน 8 ชั่วโมง

เรื่อง การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

อาชีพค้าขายเป็นอาชีพที่มักจะพบเห็นได้ทั่วไป แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะค้าขายเป็น โดยการค้าขายนั้นต้องมีความรู้พื้นฐานหลายๆ ด้าน เช่น หลักการตลาด ตลาดกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าปลีก การหาจุดคุ้มทุน การเพิ่มมูลค่าและสร้างมูลค่าสินค้า และเมื่อมีความรู้พื้นฐานก็จะสามารถนำมาประยุกต์ในการทำธุรกิจต่อไปได้

2. ผลการเรียนรู้

อธิบายและปรับประยุกต์การตลาด กระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้ามาใช้ในการการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก

3. จุดประสงค์

1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้าได้
2. เขียนปรับประยุกต์การตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สักได้
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

1. ความรู้พื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
2. การจัดการโลจิสติกส์ การตลาดกระจายสินค้า จุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าสินค้า

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ใบความรู้ เรื่อง การตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า และการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. ใบงาน เรื่อง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก
3. ชิ้นงานการวาดรูปออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก

8. กิจกรรมการเรียนรู้ (วิธีสอนแบบโมเดลซิปปา CIPPA MODEL)

ขั้นนำ

1. นักเรียนและครูสนทนากัน เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของจังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นการ ต่อยอดจากการเรียนชั่วโมงก่อนหน้านี้ และทบทวนความรู้ด้วยการทำ Liveworksheets เรื่อง กิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์





2. นักเรียนชมวีดีทัศน์ เรื่อง เฟอร์นิเจอร์ไม้สักเมืองแพร่ พร้อมเจาะตลาดอาเซียน https://www.youtube.com/watch?v=nZzTdPnlX9A

ขั้นสอน

1. นักเรียนศึกษาใบความรู้เรื่อง การตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า การเพิ่มมูลค่าสินค้า

2. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ระดมความคิดในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก โดยการทำใบงานเรื่อง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก และส่งตัวแทนนำเสนอหน้าชั้นเรียน (ฉายขึ้นจอโปรเจคเตอร์)

ขั้นสรุป

1. นักเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังครูสรุปเนื้อหาที่นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนองาน

2. นักเรียนทำการบ้าน “ชิ้นงานการวาดรูปออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก”

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง การตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า และการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. ใบงาน เรื่อง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก
3. วีดีทัศน์ เรื่อง เฟอร์นิเจอร์ไม้สักเมืองแพร่ พร้อมเจาะตลาดอาเซียน

https://www.youtube.com/watch?v=nZzTdPnlX9A

4. ห้องสมุด
5. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้าได้	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	การสอบถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนปรับประยุกต์การตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สักได้	ประเมินใบงาน เรื่อง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก และประเมินชิ้นงานการวาดรูปออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ แบบประเมินใบงาน เรื่อง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก แบบประเมินชิ้นงานการวาดรูปออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้
เรื่อง การตลาด การกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้าและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

การตลาด เกิดขึ้นเพราะมนุษย์รู้จักการแลกเปลี่ยน การที่เราจะได้รับความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยนใดๆ เราต้องเป็นผู้ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ที่เรามุ่งจะแลกเปลี่ยน โดยคำว่าสูงสุด หมายถึงเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ทั้งหมด เมื่อกลุ่มเป้าหมายประเมินว่า เราสามารถสร้างความพึงพอใจให้เขาได้สูงสุด เขาก็ย่อมเลือกเรา หรือยอมจ่ายสิ่งแลกเปลี่ยนให้เราเหนือกว่ารายอื่น

คำจำกัดของคำว่า Marketing

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้คำจำกัดของคำว่า Marketing ไว้ดังนี้ การตลาด คือ การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้า หรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกัน ก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

องค์ประกอบของการตลาด

1. มีสิ่งที่จะโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ คือ สินค้าหรือบริการ
2. มีตลาด คือ ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ
3. มีผู้ขายสินค้าหรือบริการ
4. มีการแลกเปลี่ยน

หลักการตลาด 4P

การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4P กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จักและเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P (Product Price Place Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้นก็ไม่เป็นไรเพราะสามารถค่อย ๆ ปรับกลยุทธ์จนได้ส่วนผสมทางการตลาดได้เหมาะสมที่สุด

Product / Service

Product คือ สินค้าหรือบริการ ที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสม ก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เช่น ต้องการบริการดูแลระบบคอมพิวเตอร์ภายในองค์กร โดยไม่สนเรื่องพนักงานประจำ ไม่สนการเข้าทำงานในสำนักงาน แต่ขอให้ดูแลแก้ไขปัญหาได้ก็พอ ก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

1. สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและ ลูกค้าตระหนัก และชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มตลาดที่เราจะจับ ก็จะเป็นตลาดที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

2. สินค้าที่มีราคาต่ำ การยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่น สินค้าที่ผลิตจากจีนจะมีคุณภาพไม่ดีนัก แต่พอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆ หรือ สินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ดัง ๆ ในซุปเปอร์สโตรต่าง ๆ จริงๆ แล้วสำหรับนักธุรกิจมือ ใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่างมากกว่าการเป็นสินค้าราคาถูก เพราะหากเป็นด้านการผลิตแล้ว รายใหญ่ จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อน แล้วค่อย ๆ หาตลาดที่รายใหญ่ไม่สนใจ

Price

Price คือ ราคา, การตั้งราคา เป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียว เพราะการลดราคาสินค้า อาจจะไม่ได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่น ๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่น หากเราขายอาหารที่ตลาดนัด ราคาจะต้องถูกหน่อย แต่หากขายที่ห้างสรรพสินค้า หากตั้งราคาถูกไป กลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้ซื้ออาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้ม ยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณ์สินค้าไม่เข้ากัน ลูกค้าก็จะเกิดความข้องใจและอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด อย่างไรก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อม ราคาที่เราต้องการอาจไม่ได้คิดอะไรลึกซึ้งขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลข ซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคา ดังนี้

กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม

กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคา ตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนเราจะมีกำไรน้อย ดังนั้นหาก เรา คิด ที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราอาจจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควรเป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำ ไร ตามที่ตั้งเป้า แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณ ว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ ให้เข้ากับราคานั้น

Place

Place คือ วิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆ แห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก ขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคือ อะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่น สินค้าคุณภาพสูงหรูหราราคาแพง ควรจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้ สิ่งที่เราควรจะคำนึงอีกอย่าง คือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่นการขายสินค้าใน Modern Trade หรือห้างสรรพสินค้า อาจจะ กระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่า แต่หากลองทำการตลาดออนไลน์กับ 1Belief เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย แบบนี้อาจได้ผลและใช้ต้นทุนน้อยกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ทำเล ซึ่งก็ควรเลือกที่ ให้เหมาะสมกับสินค้าของเรา อย่างตลาดนัดวันหยุดกับห้างสรรพสินค้าติดแอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไป ลักษณะสินค้าและราคา ก็ไม่เหมือนกัน

Promotion

Promotion คือ การนำเสนอคุณสมบัติสินค้า การบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ หรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่น การทำการลดราคาประจำปี หากจะพูด

ในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงิน จะมากหรือน้อยก็ ขึ้นกับ ช่องทางที่เราจะใช้ ที่ได้ผลและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ตผ่านทาง Search Engine ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี หรือหากงบน้อย อาจเลือกโฆษณาในสื่ออื่นๆ ที่ราคาถูก เช่น ใบปลิว โปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็จะมี รถแห่ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีในการเลือกสื่อ นอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่าย แล้วควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่นหากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่ โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต ก็อาจจะเลือกเว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่น ไม่ใช้เว็บที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ ในสังคมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์แต่ละคน สามารถประกอบอาชีพที่ตนเองถนัดและได้ใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลได้ อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโต และพัฒนาการทางเศรษฐกิจของ ประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่ มาสนองความ ต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทางและ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิด การจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงาน และธุรกิจ ทำให้ประชาชน มีกำลังการซื้อและสามารถสนอง ความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้ มาตรฐาน การครองชีพของบุคคล ในสังคมมีระดับสูงขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

1. การตลาดเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน การดำเนินการตลาดของธุรกิจจะทำให้ผู้ผลิตกับผู้บริโภคเข้ามาใกล้กัน และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค จนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนในระดับผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความพึงพอใจ การตลาดยังไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้ หรือซื้อซ้ำเมื่อมี ความต้องการ

2. การตลาดเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค การดำเนินการทางการตลาดทำให้ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ด้วยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับภาวการณ์ สถานภาพ ของผู้บริโภคด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในปริมาณ ในเวลา ในสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ ในราคา ที่ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อ และโอนความเป็นเจ้าของได้ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค นอกจากจะดำเนินการทางการตลาดให้เกิดการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในเรื่องดังกล่าว สิ่งที่สำคัญจะต้องกระทำอีกประการหนึ่งก็คือ การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค

3. การตลาดเป็นตัวผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ แนวคิด ของการตลาด ในการมุ่งสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และรับผิดชอบต่อสังคม ผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้ตรงต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ตลอดจนจูงใจผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ในระบบการตลาดเสรี มีการแข่งขันกันมากมาย การสร้างความพึงพอใจและจูงใจผู้บริโภค จึงเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขัน

4. การตลาดเป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจ การก่อให้เกิดการบริโภคและการพึ่งพากันอย่างเป็นระบบมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจทั้งระบบ การสร้างความต้องการและการสนองความต้องการในการบริโภค ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจ เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ เกิดการบริโภค และเกิดการใช้แรงงาน ซึ่งจะมีการพึ่งพากันและเชื่อมโยงไหลเวียนตามลำดับอย่างเป็นระบบ จะทำให้การดำรงชีวิต ของมนุษยชาติในสังคมอยู่ในระดับที่มีการกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่ อย่างเป็นสุข โดยทั่วกัน

แนวทางการตลาดสำหรับคนยุคใหม่

1. การสื่อสารกับลูกค้า การสื่อสารกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยเพิ่มการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้าได้ดี โดยสิ่งสำคัญที่สุดในการสื่อสารก็คือ การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา แต่จะประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างไรให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าเป็นอะไรที่น่าเบื่อ ก็เป็นหน้าที่ของนักการตลาด ที่จะคิดค้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความเหมาะสม และต้องประเมินผลของการสื่อสารทุกครั้ง เพื่อจะได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2 .การเจาะตลาดลูกค้าออนไลน์ เป็นการขายสินค้าและบริการผ่านทางระบบออนไลน์ ซึ่งวิธีนี้จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลกและสามารถขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากและไม่ต้องใช้ต้นทุนสูง แต่เนื่องจากการขายของออนไลน์มีคู่แข่งสูง สิ่งสำคัญที่นักการตลาดต้องทำเป็นอันดับแรกก็คือการทำให้เว็บไซต์ของตนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและมีลูกค้าเข้าชมเว็บไซต์มากที่สุด

3. กิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วและมียอดขายมากขึ้นภายในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งก็จะต้องมีการลงทุนเล็กน้อย เพื่อแลกกับผลกำไรและผลลัพธ์ที่ดีในระยะยาว ดังตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มอิชิตัน ที่มีกิจกรรมการเปิดฝา ส่ง sms ลุ้นโชค โดยจะกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าซื้อเครื่องดื่มอิชิตันไปดื่มกันมากขึ้น เพื่อเปิดฝาลุ้นโชคกันนั่นเอง โดยสำหรับใครที่โชคดีก็จะได้รับของรางวัลไป ซึ่งก็ถือเป็นการลงทุนที่ได้ผลตอบรับดีมาก และช่วยส่งเสริมการขายได้ดีอีกด้วย

4. กลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะทำให้มีชัยไปกว่าครึ่ง เพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะนิยมซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ที่สามารถทำให้ตนรู้สึกพึงพอใจได้ ดังนั้นจึงควรเน้นการบริการที่ดีเยี่ยม ทั้งการบริการในการขายและหลังการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร แบรนด์สินค้า

ความหมายของการกระจายสินค้าและการบริหารจัดการกระจายสินค้า

การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม”หรืออาจหมายถึง “การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น” จากความหมายนี้จะเห็นว่างานที่เกี่ยวข้องกับการกระจายตัวสินค้า

การบริหารการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Management) เป็นการพัฒนาและดำเนินงานระบบการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพดังนั้นการเคลื่อนย้ายสินค้าจึงประกอบด้วย

1. การเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตไปยังลูกค้าขั้นสุดท้าย

2. การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตจากแหล่งเสนอขายมายังแหล่งการผลิต

(ที่มา : ชัยวัฒน์ ชูตระกูร)

องค์ประกอบของการกระจายตัวสินค้ามี 5 ระบบย่อย

1. ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า (Inventory Location and Warehousing) ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องการเลือกสถานที่ตั้งของคลังสินค้าว่าควรจะเก็บสินค้าไว้ที่ไหน ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการคลังสินค้า (Warehousing) เป็นกิจกรรมของการกระจายตัวสินค้าที่ประกอบด้วยการเก็บรักษา การจัดหมวดหมู่ การแบ่งแยกและการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่ง” ธุรกิจมีทางเลือกที่จะดำเนินงานโดยมีคลังสินค้าของตนเอง (Private Warehouse) หรือไปใช้บริการของคลังสินค้าสาธารณะ (Public Warehouse)

2. การจัดการวัสดุ (Material Handing) เป็นการเลือกใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสมในการจัดการวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ที่เหมาะสมสามารถทำให้เกิดการสูญเสียที่เกิดจากการแตกหักเน่าเสียและขโมยน้อยที่สุด อุปกรณ์เครื่องมือมีประสิทธิภาพสามารถทำให้ลดต้นทุนและเวลาที่ต้องใช้ในการจัดการดังกล่าว อุปกรณ์เครื่องมือในการจัดการวัสดุได้แก่ สายพาน รถยก ล้อเลื่อน ลิฟท์ ตู้เก็บสินค้า (Container) เป็นต้น

3. การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Control) หมายถึง กิจกรรมในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือให้มีขนาดและประเภทของสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม สินค้าคงเหลือสำหรับหลายบริษัทจะแสดงถึงขนาดของการลงทุน เป้าหมายของการควบคุมสิ้นค้าคงเหลือคือ การควบคุมการลงทุนและการขึ้นลงของสิ้นค้าให้เกิดน้อยที่สุดโดยสามารถรับคำสั่งซื้อของลูกค้าได้ทันทีและถูกต้อง

4. การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ (Order Processing) เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า” ประกอบด้วยการจัดทำเอกสารการขาย การให้สินเชื่อ การจัดเตรียมในการเก็บสินค้า การเก็บหนี้ที่ต้องชำระ

5. หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขนย้ายสินค้าไปยังลูกคา ฝ่ายบริหารต้องตัดสินใจถึงประเภทของการขนส่งและพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง วิธีการขนส่งหลักที่นิยมในปัจจุบันมี 5 ประเภท ดังนี้

1) การขนส่งโดยรถบรรทุก (Truck) เป็นการขนส่งทางบกที่นิยมใช้มาก โดยเฉพาะการขนส่งภายในประเทศเพราะสะดวก รวดเร็ว มีเวลาให้เลือกมาก

2) การขนส่งโดยรถไฟ (Railroads) เหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ขนาดใหญ่มีปริมาณมาก และต้องมีการขนส่งระยะทางไกล เพราะค่าใช้จ่ายถูก ความปลอดภัยสูง สินค้าที่นิยมใช้บริการรถไฟได้แก่ ปูนซีเมนต์ หินทราย น้ำมัน เป็นต้น

3) การขนส่งทางเครื่องบิน (Airlines) เป็นการขนส่งทางอากาศที่ถือว่ารวดเร็วที่สุดและค่าขนส่งสูงที่สุด เหมาะสำหรับสินค้าที่เสียง่าย หรือมีราคาแพง เช่น ดอกไม้ เพชร ฯลฯ

4) การขนส่งทางเรือ (Water Way) เป็นการขนส่งทางน้ำที่ประหยัดค่าขนส่ง เหมาะสำหรับสินค้าที่คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายหรือคลังสินค้าที่อยู่ใกล้ทางน้ำ เช่น ซุง ข้าวเปลือก แร่ ถ่าน ฯลฯ

5) การขนส่งทางท่อ (Pipelines) เป็นการขนส่งสินค้าที่เป็นของเหลวหรือแก๊ส เช่น น้ำมัน น้ำ แก๊ส

วิธีสร้างจุดขาย (Unique Selling Point) ให้ลูกค้าอยากซื้อ

1. ทำการบ้านเกี่ยวกับคู่แข่งเพื่อหาความแตกต่าง
2. หาจุดอ่อนของคู่แข่งให้เจอ แล้วพัฒนาจุดแข็งที่คู่แข่งไม่มี
3. หากลุ่มลูกค้าที่คู่แข่งยังไม่ได้เข้าไป
4. มุ่งเน้นไปที่ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้ให้มากที่สุด

การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

1. เพิ่มคุณสมบัติเด่นให้กับสินค้า การเพิ่มคุณสมบัติเด่นให้กับสินค้าของคุณ จะทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในสินค้าของคุณมากยิ่งขึ้น เช่น หากคุณทำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คุณอาจจะใช้ส่วนผสมซึ่งเป็นสารสกัดอันทรงคุณค่าจากธรรมชาติมาเป็นคุณสมบัติเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของคุณ หรือหากคุณทำสินค้าเกี่ยวกับของใช้สำหรับเด็ก ก็อาจจะเพิ่มคุณสมบัติเด่นในเรื่องของการเสริมสร้างพัฒนาการที่ดีให้กับเด็กลงไปด้วย สิ่งนี้เองจะทำให้บริโภคเกิดความมั่นใจ และพร้อมที่จะซื้อสินค้าของคุณได้โดยง่าย

2. สร้างความคุ้มค่าให้กับสินค้า การจัดโปรโมชั่น หรือสร้างความคุ้มค่าให้กับสินค้าของคุณ ถือเป็นการกระตุ้นยอดขายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของคุณได้เป็นอย่างดี เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และหันมาซื้อสินค้าของคุณได้โดยง่าย เช่น หากคุณขายอาหารเสริมบำรุงสุขภาพในราคากระปุก 1,990 บาท คุณอาจจะจัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขายเป็น ซื้อสินค้าชิ้นที่ 2 ในราคาลด 50 เปอร์เซ็นต์ก็เป็นได้ หรือหากคุณขายเฟอร์นิเจอร์ คุณอาจจะจัดโปรโมชั่น ซื้อสินค้าภายในร้านครบ 10,000 บาท บริการจัดส่งฟรีพร้อมจับฉลากลุ้นรับรางวัลใหญ่ ฯลฯ

3. ใช้หลักความต้องการของตลาดและกำลังการผลิตสินค้า การใช้หลักความต้องการของตลาดและกำลังการผลิตสินค้า หรือหลักดีมานด์-ซัพพลาย (Demand-Supply) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยควรผลิตสินค้าให้แตกต่างจากเจ้าอื่นๆในท้องตลาด เพื่อที่จะทำให้สินค้าได้ราคาดี และดูโดดเด่นในสินค้ากลุ่มเดียวกัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของคุณได้ไม่น้อยเลยทีเดียว

4. เปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อบรรจุภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สามารถสื่อถึงแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของคุณได้เป็นอย่างดี จะเป็นตัวช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของคุณได้ อย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงต่างๆ ทั้งถุงแก้ว, ถุงแก้วใส OPP, ถุงร้อน PP, ถุงเย็น LDPE & LLDPE, ถุงพลาสติกชนิดมีหูหิ้ว, ลามิเนต Laminated Plastic bags ฯลฯ

ใบงาน เรื่อง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก

คำสั่ง ให้นักเรียนเขียนแผนผังการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สักของจังหวัดแพร่ (20 คะแนน)

ชิ้นงาน
การวาดรูปออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก
(การเพิ่มมูลค่าสินค้า)

คำสั่ง ให้วาดรูปออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ไม้สัก ตามจินตนาการของนักเรียน (20 คะแนน)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 8

รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 จุดเริ่มต้นของการค้าขาย จำนวน 8 ชั่วโมง

เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

อาชีพค้าขายเป็นอาชีพที่มักจะพบเห็นได้ทั่วไป แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะค้าขายเป็น โดยการค้าขายนั้นต้องมีความรู้พื้นฐานหลายๆ ด้าน เช่น หลักการตลาด ตลาดกระจายสินค้า การสร้างจุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าปลีก การเพิ่มมูลค่าและสร้างมูลค่าสินค้า และเมื่อมีความรู้พื้นฐานก็จะสามารถนำมาประยุกต์ในการทำธุรกิจต่อไปได้

2. ผลการเรียนรู้

คำนวณการกำหนดราคาค้าปลีก

3. จุดประสงค์

1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการกำหนดราคาค้าปลีก และการหาจุดคุ้มทุนของชิ้นงานได้
2. เขียนคำนวณการกำหนดราคาค้าปลีกและการหาจุดคุ้มทุนของชิ้นงานได้
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

1. ความรู้พื้นฐานการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
2. การจัดการโลจิสติกส์ การตลาดกระจายสินค้า จุดขายสินค้า การกำหนดราคาค้าสินค้า

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ใบความรู้ เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก
2. ใบงาน เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก

8. กิจกรรมการเรียนรู้ (วิธีสอนแบบโมเดลซิปปา CIPPA MODEL)

ขั้นนำ

1.นักเรียนดูรูปภาพ เกี่ยวกับ รูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ร้านค้า ราคาสินค้า ฯลฯ จากนั้นสนทนากับครู ถึงความแตกต่างของสินค้าประเภทเดียวกัน และถ้านักเรียนเป็นผู้ซื้อ นักเรียนจะซื้อสินค้าใด

2. นักเรียนชมวีดีทัศน์ เรื่อง พิมรี่พายอวดโกดัง 1,000 ล้าน https://www.youtube.com/watch?v=-zYNfVeQpRk

3. นักเรียนชมวีดีทัศน์ เรื่อง การคำนวณจุดคุ้มทุนของสินค้าที่ขายมีวิธีการอย่างไร https://www.youtube.com/watch?v=Jx8IFbHNrv8 จากนั้นแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนนักเรียนและครู สรุปความรู้ที่ได้รับจากการดูวีดีทัศน์

ขั้นสอน

1. นักเรียนศึกษาใบความรู้เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก
2. นักเรียนทำใบงานเรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก

ขั้นสรุป

นักเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังครูสรุปเนื้อหาที่เรียน

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก
2. ใบงาน เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก
3. วีดีทัศน์ เรื่อง พิมรี่พายอวดโกดัง 1,000 ล้าน https://www.youtube.com/watch?v=-zYNfVeQpRk
4. รูปภาพสินค้า
5. ห้องสมุด
6. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. อธิบาย ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดราคาค้าปลีก	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	การสอบถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนคำนวณการกำหนดราคาค้าปลีก	ประเมินใบงาน เรื่องการกำหนดราคาค้าปลีก และการหาจุดคุ้มทุนของชิ้นงาน ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ แบบประเมินใบงาน เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก และการหาจุดคุ้มทุนของชิ้นงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบสังเกตคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

รูปภาพสินค้า




DELICIOUS
ALWAYS FRESH
FAST AND TASTY


Pringles




SCT INTERPRINT








กาแฟโบราณ


MOVE . COFFEE




ลูกชิ้นปลาเยาวราช
อร่อยเลิศ...
ด้วยเนื้อปลาแท้...
อู๋ฟู่


ลดอย่างแรง!
ลด 1 บาท เพิ่มอีก
เมื่อจ่ายด้วย truemoney wallet
7 วันเท่านั้น
6 ธ.ค. 2561 - 12 ธ.ค. 2561
Kellogg's
CORN FLAKES
1แถม1
Kellogg's
FROSTIES
อาหารเช้าเคลล็อกส์ 25 / 30 กรัม (ทุกรสชาติ)
ชิ้นละ 10.-
จำกัดการซื้อท่านละไม่เกิน 10 ชุด


2 ก.ค. 62
TUESDAY
FLASH SALE
DAY
2,497.-
1,250.-
MEGA MASS
XTREME
OLAY
1,698.-
850.-
ลดมากกว่า
50%
*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯกำหนด


โทรศัพท์มือถือ Lenovo รุ่น A680 สี Black 2 ซิม (3G...
4,190.- 2,488.- SALE 41%
SALE
โทรศัพท์มือถือ Acer รุ่น Liquid Z5s สีดำ 2 ซิม...
5,290.- 2,588.- SALE 51%
โทรศัพท์มือถือ Asus รุ่น ZENFONE 5 (A500KL)...
7,990.- 4,988.- SALE 38%
กล้องดิจิตอล Casio Exilim ZR1500 Vivid Pink Free...
16,990.- 9,988.- SALE 41%
กล้องดิจิตอล Casio Exilim ZR1500 Yellow Free...
16,990.- 9,988.- SALE 41%
ลำโพง Logitech UE Mini Boom สี Black / Black...
3,990.- 2,788.- SALE 30%


SKECHERS
SAVE UP TO 35%
ซื้อเลย
ส่งฟรีที่เซเว่นอีเลฟเว่น
SKECHERS
SAVE UP TO 35%
ซื้อเลย
ส่งฟรีที่เซเว่นอีเลฟเว่น


ปีนโปร
UNIQLO
ลดแล้ว!
เสื้อเชิ้ตลายตารางสุดชิค
ทั้งของผู้ชายและผู้หญิง
590.- 790.-
และอื่นๆ อีกเพียบ!


CASIO
SALE UP TO 50% OFF
ลดเพิ่ม 200.-
ลดเพิ่ม 300.-
21 Dec '18 - 6 Jan '19
CASIO
BABY-G
G-SHOCK




ใบเล็บครุฑลังกา
ที่นครศรีธรรมราช


อหมี่! ข้าวเหนียวหมูปิ้ง
1ไม้ 25.-
2ไม้ 35.-
หมูปิ้ง
099-198-8744,096-845-5585




ไม้ไผ่ใส่ข้าวแกง
environman



ใบความรู้ เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก

การตั้งราคาขายปลีก

การกำหนดราคาขายของร้านค้าปลีกต้องคำนึงถึงการให้บริการ ต้นทุนสินค้า การแข่งขัน และลูกค้า การกำหนดราคาขายของร้านค้าปลีก ควรพิจารณาดังนี้

1. กำหนดราคาตามบริการที่ให้อย่างเต็มที่ ราคาสินค้าจะแพงกว่าปกติ เพราะร้านค้าได้บวกค่าบริการเข้าไปด้วย เช่น บริการเงินเชื่อ บริการจัดส่งสินค้าให้ถึงบ้าน บริการห่อของขวัญ การรับบัตรเครดิต

2. กำหนดราคาตามบริการให้อย่างจำกัด ถ้าจะให้บริการอยู่บ้างก็คิดเงินกับลูกค้า ทางเรียกลูกค้าได้มากโดยตั้งราคาสินค้าไว้ต่ำกว่าต้องการ ให้สินค้าหมุนเวียนอย่างรวดเร็ว เป็นการลดต้นทุนด้านสินค้าคงคลัง

3. ต้นทุนสินค้าของร้านค้าปลีก ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือต้นทุนสินค้าที่ซื้อมากับต้นทุนดำเนินงาน

4. การแข่งขัน วิธีปฏิบัติอย่างกว้างๆ มี 3 วิธีคือ

4.1 กำหนดราคาขายไว้ต่ำกว่าคู่แข่งขัน

4.2 กำหนดไว้เท่ากับคู่แข่งขัน

4.3 กำหนดไว้สูงกว่าคู่แข่งขัน แต่มีเงื่อนไขว่า ทำเลที่ตั้งร้านดีกว่า บริการดีเหนือกว่า

5. ลูกค้า ลูกค้ามีหลายประเภทแตกต่างกันทั้งกำลังเงิน นิสัยการซื้อ จึงต้องประเมินตลาดว่าลูกค้าของตนจัดอยู่ในประเภทใด ต้องการขายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใด ระดับบน ระดับกลาง หรือระดับล่าง

การตั้งราคาขาย

พิจารณาโดยการตั้ง Mark – up (ยอดเพิ่ม) เป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาทุนหรือราคาขายโดยการใช้สูตร

M = R – C

M = Mark – up (ยอดเพิ่ม)

R = Retail (ราคาขาย)

C = Cost (ราคาทุน)

ตัวอย่าง กิจการแห่งหนึ่ง ซื้อตู้เย็นขนาด 7 คิว ราคาทุนตู้นี้เป็นเงิน 7,800 บาท ตั้ง Mark-up ไว้ 40 % ของราคาทุน จงคำนวณหาราคาขายของตู้เย็นตู้นี้เป็นจำนวนเงินกี่บาท

วิธีทำ

M = R – C

40 = R - 100

R = 40 + 100 = 140

ราคาทุน 100 = 7,800 บาท

ราคาขาย 140 = $\frac{7,800 \times 140}{100}$

ราคาขายตู้เย็นตู้นี้ = 10,920 บาท

ตัวอย่าง กิจการแห่งหนึ่ง ซื้อตู้เย็นขนาด 7 คิว ราคาทุนตู้นี้ เป็นเงิน 7,800 บาท ตั้ง Mark-up ไว้ 40 % ของราคาขาย จงคำนวณหาราคาขายของตู้เย็นตู้นี้เป็นจำนวนเงินกี่บาท

วิธีทำ

$$M = R - C$$

$$40 = 100 - C$$

$$C = 100 - 40 = 60$$

ราคาทุน 60 = 7,800 บาท

ราคาขาย 100 = $\frac{7,800 \times 100}{60}$

ราคาขายตู้เย็นตู้นี้ = 13,000 บาท

กลยุทธ์ในการตั้งราคาแบบต่าง ๆ

การตั้งราคาโดยใช้ความต้องการ (Demand Oriented Pricing) ผู้ตั้งราคาควรจะดูว่า ณ ที่ราคาที่จะทำให้ร้านค้ามียอดขายตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยทั่วไปจะแบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือการตั้งราคาเพื่อให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และการตั้งราคาเพื่อยกภาพพจน์ของสินค้าให้สูงขึ้น

การตั้งราคาจากต้นทุน (Cost – Oriented Pricing) เป็นเทคนิคการตั้งราคาที่ได้รับความนิยมแพร่หลายที่สุดวิธีนี้ผู้ขายปลีกจะบวกเปอร์เซ็นต์กำไรที่ต้องการเข้ากับต้นทุนสินค้าขาย ซึ่งได้รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไว้แล้ว

การตั้งราคาโดยอาศัยการแข่งขัน (Competitive Pricing) ผู้ใช้วิธีนี้จะไม่ปรับราคาไปตามความต้องการของตลาดหรือต้นทุนที่เปลี่ยนไป แต่จะเปลี่ยนไปตามราคาของคู่แข่งขัน แต่อาจพิจารณาร่วมกันไปกับลักษณะทางการตลาดของการค้าปลีก เช่น อยู่ในทำเลที่ดีกว่า มีบริการดี มีสินค้าให้เลือกมาก มีชื่อเสียงและมีภาพพจน์ดี อาจตั้งราคาให้สูงกว่าราคาในตลาดโดยทั่วไป

การตั้งราคาโดยผสมผสานราคาแบบต่างๆ ในการปรับใช้นโยบายราคาจะต้องคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้

1. ราคาที่กำหนดไว้นี้จะทำให้เกิดส่วนเพิ่มของราคาที่ควรจะเป็นหรือไม่
2. ถ้าลดราคาลงไปกว่านี้ ยอดขายจะเพิ่มขึ้นหรือไม่
3. ราคาควรจะเปลี่ยนไปตามชนิดของลูกค้าและฤดูกาลหรือไม่
4. คู่แข่งขันตั้งราคาไว้ระดับใด
5. เราจะตั้งราคาให้สูงกว่าคู่แข่งขันได้หรือไม่
6. สำหรับสินค้าที่ต้องจัดซื้อ จัดส่ง และใช้ความพยายามในการขายเป็นกรณีพิเศษจะต้องตั้งราคาเท่าใด

การนำกลยุทธ์ราคาไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์

ปัจจัยที่มีส่วนในการปรับราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. การตั้งราคาตามประเพณีนิยมและการตั้งราคาแปรผัน การตั้งราคาตามประเพณีนิยม เป็นการตั้งราคาที่อยู่คงที่ในช่วงระยะเวลานานพอสมควร ราคานี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปง่าย ๆ ในระยะเวลาอันสั้น เช่น หนังสือพิมพ์ ค่าโดยสารรถประจำทาง รถไฟน้ำ อัดลม เป็นต้น

การตั้งราคาแปรผัน ราคาจะเปลี่ยนแปลงไปตามต้นทุนหรือความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป ต้นทุนอาจแปรเปลี่ยนไปตามฤดูกาล หรือแนวโน้มบางอย่าง เช่น ราคาของวัตถุดิบ อาจเปลี่ยนไปตามสถานที่หรือเวลา เช่น ที่นั่งในสนามกีฬาหรือโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

2. การตั้งราคาเดียวและราคายืดหยุ่น การตั้งราคาเดียว ผู้ขายจะคิดราคาเดียวโดยตลอดสำหรับลูกค้าทุกประเภท รายได้ เงื่อนไขอัตราเดียวกัน จะช่วยทำให้การซื้อขายรวดเร็วขึ้น ลดค่าแรงงานและอาจทำให้ผู้ซื้อช่วยตนเองได้ การตั้งราคายืดหยุ่น จะเปิดโอกาสให้ลูกค้าต่อรองราคาได้ จึงต้องตั้งราคาไว้ค่อนข้างสูง และพนักงานขายจะต้องมีความสามารถค่อนข้างมาก

3. การตั้งราคาโดยใช้เลขคี่ อาจเรียกได้ว่าเป็นรูปหนึ่งของ “ราคาจิตวิทยา” คือราคาจะตั้งไว้ต่ำกว่าจำนวนเต็มเล็กน้อย เช่น 99 หรือ 199 หรือ 299 เป็นต้น ผู้ซื้ออาจจะรู้สึกว่าราคาดังกล่าวต่ำกว่าราคาที่คาดไว้

4. การตั้งราคาเพื่อเรียกลูกค้า เป็นการตั้งราคาสินค้าที่มีผู้นิยมซื้อมากให้ต่ำกว่าราคาปกติ เพื่อดึงลูกค้าโดยทั่วไปให้เข้าร้านมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการขายสินค้ารายการอื่นๆ โดยยอมเสียสละกำไรของสินค้าตัวที่ตั้งไว้ต่ำกว่าปกติดังกล่าว

5. การตั้งราคาเพื่อการขายจำนวนมาก เป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อครั้งละมากๆ เช่น ราคาสินค้า ขายชิ้นละ 10 บาท ถ้าซื้อทั้งกล่องมี 10 ชิ้น ขายราคา 90 บาท เป็นต้น

6. การตั้งราคาตามระดับของคุณภาพของสินค้า เป็นการตั้งราคาเพื่อให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างของคุณภาพของสินค้า ณ ระดับราคาหนึ่งได้อย่างชัดเจน เช่น ขายน้ำปั่นผลไม้ถ้วยพลาสติก ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ราคาตั้งแต่ 10 - 20 บาท เป็นต้น

การปรับราคา จะช่วยให้ผู้ขายสามารถใช้ราคาเป็นเครื่องมือทางการตลาดให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงไปตามการแข่งขัน ฤดูกาล และความสนใจหรือรสนิยมของลูกค้า การปรับราคามี 3 ลักษณะ คือ การลดราคา การเพิ่มราคา และการให้ส่วนลด

ใบงาน เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก และการหาจุดคุ้มทุนของชิ้นงาน

คำสั่ง นักเรียนแสดงวิธีทำให้ถูกต้อง (20 คะแนน)

ตอนที่ 1 การกำหนดราคาค้าปลีก (10 คะแนน)

สูตร

M = R – C

M = Mark – up (ยอดเพิ่ม)

R = Retail (ราคาขาย)

C = Cost (ราคาทุน)

1. กิจการแห่งหนึ่ง ซื้อตู้เย็นขนาด 5 คิว ราคาทุนตู้นี้เป็นเงิน 5,800 บาท ตั้ง Mark-up ไว้ 30 % ของราคาทุน จงคำนวณหาราคาขายของตู้เย็นตู้นี้เป็นจำนวนเงินกี่บาท

วิธีทำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. กิจการแห่งหนึ่ง ซื้อตู้เย็นขนาด 5 คิว ราคาทุนตู้นี้ เป็นเงิน 5,800 บาท ตั้ง Mark-up ไว้ 30 % ของราคาขาย จงคำนวณหาราคาขายของตู้เย็นตู้นี้เป็นจำนวนเงินกี่บาท

วิธีทำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.

เฉลย ใบงาน เรื่อง การกำหนดราคาค้าปลีก และการหาจุดคุ้มทุนของชิ้นงาน

คำสั่ง นักเรียนแสดงวิธีทำให้ถูกต้อง (20 คะแนน)

ตอนที่ 1 การกำหนดราคาค้าปลีก (10 คะแนน)

สูตร

M = R – C

M = Mark – up (ยอดเพิ่ม)

R = Retail (ราคาขาย)

C = Cost (ราคาทุน)

1. กิจการแห่งหนึ่ง ซื้อตู้เย็นขนาด 5 คิว ราคาทุนตู้นี้เป็นเงิน 5,800 บาท ตั้ง Mark-up ไว้ 30 % ของราคาทุน จงคำนวณหาราคาขายของตู้เย็นตู้นี้เป็นจำนวนเงินกี่บาท

วิธีทำ

M = R – C

30 = R - 100

R = 30 + 100 = 130

ราคาทุน 100 = 5,800 บาท

ราคาขาย 130 = $\frac{5,800 \times 130}{100}$

ราคาขายตู้เย็นตู้นี้ = 7,540 บาท

2. กิจการแห่งหนึ่ง ซื้อตู้เย็นขนาด 5 คิว ราคาทุนตู้นี้ เป็นเงิน 5,800 บาท ตั้ง Mark-up ไว้ 30 % ของราคาขาย จงคำนวณหาราคาขายของตู้เย็นตู้นี้เป็นจำนวนเงินกี่บาท

วิธีทำ

M = R – C

30 = 100 – C

C = 100 – 30 = 70

ราคาทุน 70 = 5,800 บาท

ราคาขาย 100 = $\frac{5,800 \times 100}{70}$

ราคาขายตู้เย็นตู้นี้ = 8,285.71 บาท



วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3

การค้าขายออนไลน์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 9
หลักการขายออนไลน์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 10
กระบวนการขายและรูปแบบการขายออนไลน์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 11
ช่องทางการค้าขายออนไลน์ 1

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 12
ช่องทางการค้าขายออนไลน์ 2

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 13
การสร้างร้านออนไลน์ 1

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 14
การสร้างร้านออนไลน์ 2

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 15
การสร้างร้านออนไลน์ 3

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 9
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง

เรื่อง หลักการขายออนไลน์ จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่าย ๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายออนไลน์ ช่องทางการค้าขายออนไลน์

3. จุดประสงค์

1. อธิบายหลักการขายออนไลน์ได้
2. เขียนMind Mapping หลักการขายออนไลน์ได้
3. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

1. ความหมายและความสำคัญของการขายออนไลน์
2. องค์ประกอบและลักษณะของการขายออนไลน์

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการสื่อสาร
2. ความสามารถในการคิด

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. มุ่งมั่นในการทำงาน
2. มีจิตสาธารณะ

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. Mind Mapping
2. การนำเสนองาน

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน
2. นักเรียนช่วยกันยกตัวอย่างการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่รู้จักหรือเคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ คนละ 1 ตัวอย่าง

ขั้นสอน

1. นักเรียนดู YouTube เรื่อง “E Commerce คืออะไร” ให้นักเรียนสรุปข้อมูลที่ได้จากการดู Youtube โดยคุณครูสุ่มเรียกตอบคำถามเป็นรายบุคคล
2. นักเรียนกับคุณครูช่วยกันสรุปข้อมูลที่ได้จากดู YouTube อีกครั้ง เพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาการเรียน
3. นักเรียนดู Power Point บรรยายเนื้อหา หลักการขายออนไลน์ ระหว่างบรรยายเนื้อหาการเรียน คุณครูตั้งคำถาม “ในปัจจุบันนักเรียนพบการขายออนไลน์ได้จากแหล่งใดบ้าง” ให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี
4. นักเรียนสืบค้นข้อมูลหลักการขายออนไลน์ในอินเทอร์เน็ต ผ่าน (Web Search Engine) แบ่งกลุ่มๆละ 3 - 4 คน ทำMind Mapping หลักการขายออนไลน์ พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน

ขั้นสรุป

นักเรียน และครูร่วมกันสรุป นักเรียนซักถาม ครูตอบคำถาม

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. สื่อPower Point
2. คลิปวีดีโอ
3. https://www.youtube.com/watch?v=lZWMXIvmqOk (E-Commerce คืออะไร)
4. Web Search Engine

10. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. อธิบายหลักการขายออนไลน์	สุ่มเรียกถามตอบในชั้นเรียนเป็นรายบุคคล	คำถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนMind Mapping หลักการขายออนไลน์ได้	ตรวจสอบความถูกต้องของMind Mapping	แบบประเมินMind Mapping	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน (ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 10
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง

เรื่อง กระบวนการขายและรูปแบบการขายออนไลน์ จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่าย ๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายออนไลน์ ช่องทางการค้าขายออนไลน์

3. จุดประสงค์

1. เข้าใจกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์
2. เขียนกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์ได้
3. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

กระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการสื่อสาร
2. ความสามารถในการคิด

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

ใบงานกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน

2. นักเรียน และครูทบทวนความรู้เดิมให้กับนักเรียนโดยการตั้งคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียนไปแล้ว ให้นักเรียนเรียนช่วยกันตอบและแสดงความคิดเห็น ก่อนที่จะเริ่มเรียนหัวข้อใหม่

ขั้นสอน

3. นักเรียนดู Youtube “News "ต้องแตกต่าง" หัวใจการตลาดยุค 4.0” ให้นักเรียนดู นักเรียนสรุปข้อมูลที่ได้จากการดู YouTube โดยคุณครูสุ่มเรียกนักเรียนตอบคำถามเป็นรายบุคคล

4. นักเรียนกับคุณครูช่วยกันสรุปข้อมูลที่ได้จากดู YouTube อีกครั้ง เพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาการเรียน

5. นักเรียนดู Power Point กระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์ ระหว่างการบรรยายคุณครูให้นักเรียนมีส่วนร่วมโดยการตอบคำถาม แสดงความคิดเห็น หรือซักถามข้อสงสัยได้

6. นักเรียนและคุณครูร่วมกันสรุปเนื้อหาการเรียนและทบทวนหัวข้อที่ยังไม่เข้าใจ

7. นักเรียนทำใบงาน เรื่องกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์ โดยสามารถสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (Web Search Engine)

ขั้นสรุป

8. นักเรียน และครูร่วมกันสรุป

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. สื่อPower Point

2. ใบงานกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์

3. https://www.youtube.com/watch?v=gqjwfPnZy88
(News "ต้องแตกต่าง" หัวใจการตลาดยุค 4.0)

4. Web Search Engine

10. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. เข้าใจกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์	สุ่มเรียกถามตอบในชั้นเรียนเป็นรายบุคคล	คำถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนกระบวนการและรูปแบบการขายออนไลน์ได้	ตรวจสอบความถูกต้องของการทำใบงาน	แบบประเมินชิ้นงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน (ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบงาน การค้าขายออนไลน์ (กระบวนและรูปแบบการค้าขายออนไลน์)

1. สิ่งที่ต้องเตรียมตัวก่อนเปิดร้านค้าออนไลน์ ได้แก่

.....

.....

.....

.....

2. การเริ่มต้นทำธุรกิจขายออนไลน์ ต้องเตรียมอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

3. จงบอกวิธีการขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

4. จงเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของวิธีการขายสินค้าออนไลน์

.....

.....

.....

5. รูปแบบการขายออนไลน์ แบ่งได้กี่ลักษณะ อะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

6. จงบอกประโยชน์ของการขายออนไลน์มา 5 ข้อ

.....

.....

.....

.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 11
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง
เรื่อง ช่องทางการค้าขายออนไลน์ 2 จำนวน 2 ชั่วโมง
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่ายๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายออนไลน์ ช่องทางการค้าขายออนไลน์

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. นักเรียนอธิบายช่องทางการขายออนไลน์ ได้
2. เขียน Mind Mapping ช่องทางการขายออนไลน์ในรูปแบบต่างๆได้
3. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

ช่องทางการขายออนไลน์

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการสื่อสาร
2. ความสามารถในการคิด

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. Mind Mapping
2. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน
2. นักเรียนและครูร่วมแสดงความคิดเกี่ยวกับ เว็บไซต์และแอพพลิเคชั่นในการขายออนไลน์ที่รู้จักได้แก่อะไรบ้าง นักเรียนร่วมกันตอบและแสดงความคิดเห็น

ขั้นสอน

1. นักเรียนดู Youtube “ช่องทางการขายออนไลน์” ให้นักเรียนดู นักเรียนสรุปข้อมูลที่ได้จากการดู YouTube โดยคุณครูสุ่มเรียกนักเรียนเป็นรายบุคคล
2. นักเรียนกับคุณครูช่วยกันสรุปข้อมูลที่ได้จากดู YouTube อีกครั้ง เพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาการเรียน
3. คุณครูเปิด Power Point ช่องทางการขายออนไลน์ เว็บไซต์และแอพพลิเคชั่นต่างๆที่ใช้ในการขายออนไลน์
4. นักเรียนแบ่งกลุ่ม 3 - 4 คน เขียน Mind Mapping ช่องทางการขายออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ แล้วนำเสนอหน้าชั้นเรียน

ขั้นสรุป

นักเรียนและคุณครูสรุปเนื้อหาโดยการตั้งคำถามให้ผู้เรียนช่วยกันสรุปและตอบคำถามเพื่อทบทวนความเข้าใจให้

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. สื่อ Power Point
2. คลิปวีดีโอ https://www.youtube.com/watch?v=5WSZntm_zLM (ช่องทางการขายออนไลน์)
3. เว็บไซต์และแอพพลิเคชั่น Shopee Lazada Facebook Line

10. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. อธิบายขั้นตอนการขายของออนไลน์	สุ่มเรียกถามตอบในชั้นเรียนเป็นรายบุคคล	คำถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนออกแบบขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้	ตรวจสอบความถูกต้องของMind Mapping	แบบประเมินMind Mapping	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. พูดนำเสนอขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้	การประเมินผลการทำกิจกรรมกลุ่ม	แบบประเมินการนำเสนอหลักการขายออนไลน์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
4. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน (ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 12
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง

เรื่อง ช่องทางการค้าขายออนไลน์ 2 จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่าย ๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

สืบค้นและอธิบายการค้าขายออนไลน์ ช่องทางการค้าขายออนไลน์

3. จุดประสงค์

1. อธิบายขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้
2. เขียนออกแบบขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้
3. พูดนำเสนอขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

ขั้นตอนการขายของออนไลน์

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการสื่อสาร
2. ความสามารถในการคิด

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ออกแบบขั้นตอนการขายออนไลน์
2. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน

2. นักเรียนตอบคำถาม “การเริ่มต้นการขายออนไลน์ต้องมีขั้นตอนอะไรบ้าง?” ให้นักเรียนเขียนคำตอบลงในกระดาษคำตอบที่แจกให้

3 .นักเรียนอ่านคำตอบของตนเอง เพื่อนำคำตอบที่ได้เชื่อมโยงเข้าสู่บทเรียน

ขั้นสอน

4. นักเรียนดู Youtube “ขั้นตอนการขายของออนไลน์” ให้นักเรียนดู นักเรียนร่วมกันสรุปข้อมูลที่ได้จากการดู YouTube

5. นักเรียนดู Power Point บรรยายขั้นตอนการขายของออนไลน์ ระหว่างการบรรยายคุณครูให้นักเรียนมีส่วนร่วมโดยการตอบคำถาม แสดงความคิดเห็น หรือซักถามข้อสงสัยได้

6. นักเรียนแบ่งกลุ่ม 3 - 4 คน ออกแบบขั้นตอนการขายของออนไลน์ พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน

ขั้นสรุป

7. นักเรียนสรุปเนื้อหาโดยการตั้งคำถามให้ผู้เรียนช่วยกันสรุปและตอบคำถามเพื่อทบทวนความเข้าใจ

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. สื่อ Power Point

2. คลิปวีดีโอ https://www.youtube.com/watch?v=5WSZntm_zLM (ช่องทางการขายออนไลน์)

3. เว็บไซต์และแอพพลิเคชั่น Shopee Lazada Facebook Line

10. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. อธิบายขั้นตอนการขายของออนไลน์	สุ่มเรียกถามตอบในชั้นเรียนเป็นรายบุคคล	คำถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. เขียนออกแบบขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้	ตรวจสอบความถูกต้องของMind Mapping	แบบประเมินMind Mapping	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
3. พูดนำเสนอขั้นตอนการขายของออนไลน์ได้	ตรวจผลการประเมินผลการทำกิจกรรมกลุ่ม	แบบประเมินการนำเสนอหลักการขายออนไลน์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
4. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน (ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 13
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง
เรื่อง การสร้างร้านค้าออนไลน์ 1 จำนวน 2 ชั่วโมง
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่าย ๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

ฝึกปฏิบัติการสร้างโปรไฟล์ให้น่าสนใจ การสร้างหน้าร้าน การตัดแต่งภาพและการตัดต่อคลิปวีดีโอ การโฆษณา

3. จุดประสงค์

1. อธิบายรูปแบบร้านค้าออนไลน์บน Facebook page ได้
2. สร้างร้านค้าออนไลน์ บนFacebook page ได้
3. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

การสร้างร้านค้าออนไลน์ บนFacebook page ให้น่าสนใจ

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

สร้าง Facebook page

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน
2. นักเรียนทบทวนเนื้อหาเดิมที่เรียนมาแล้ว

ขั้นสอน

1. นักเรียนดู Youtube “การสร้างร้านค้าออนไลน์บนFacebook page” ให้นักเรียนดู หากนักเรียนสงสัย สามารถซักถามได้

2. นักเรียนดู ตัวอย่างร้านค้าออนไลน์ Facebook Page (สำเร็จรูป) ให้นักเรียนดูเป็นตัวอย่าง

3. นักเรียนแบ่งกลุ่มๆ ละ 2 - 3 คน ฝึกปฏิบัติกิจกรรม เรื่องการสร้างร้านค้าออนไลน์ ช่วยกันสร้างร้านค้าออนไลน์ให้น่าสนใจ โดยการเป็นแพจ (Pages) บน Facebook

4. เมื่อนักเรียนสร้างเพจตามหัวข้อที่กำหนดแล้ว ให้ Capture หน้าจอทุกขั้นตอนในการสร้าง facebook page ส่งเป็นไฟล์รูปภาพ โดยสร้าง Folderงาน เข้าคอมพิวเตอร์ของคุณครู

ขั้นสรุป

นักเรียน และคุณครูสรุปการสร้าง Facebook Page โดยการตั้งคำถามให้ผู้เรียนช่วยกันสรุปและตอบคำถามเพื่อทบทวนความเข้าใจให้

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. คลิปวีดีโอ https://www.youtube.com/watch?v=Qr27XPalsHw (การสร้างร้านค้าออนไลน์บนFacebook page)

2. แอพพลิเคชั่น Facebook

10. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. อธิบายรูปแบบร้านค้าออนไลน์บน Facebook page ได้	สัมภาษณ์	แบบสัมภาษณ์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. สร้างร้านค้าออนไลน์บนFacebook page ได้	ประเมินชิ้นงาน นักเรียนเป็นกลุ่ม นักเรียน Capture หน้าจอทุกขั้นตอนในการสร้าง facebook page	แบบประเมินชิ้นงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน(ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 14
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง

เรื่อง การสร้างร้านค้าออนไลน์ 2 จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ ของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่าย ๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

ฝึกปฏิบัติการสร้างโปรไฟล์ให้น่าสนใจ การสร้างหน้าร้าน การตัดแต่งภาพและการตัดต่อคลิปวีดีโอการโฆษณา

3. จุดประสงค์

1. อธิบายแอพพลิเคชั่นในการตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ
2. ตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ เพื่อใช้โฆษณาสินค้าได้
3. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

ตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ เพื่อใช้โฆษณาสินค้า

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

ตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ เพื่อใช้โฆษณาสินค้า

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน

2. นักเรียนดูเปิดภาพสินค้าที่ตัดแต่งภาพเรียบร้อยแล้วกับสินค้าที่ยังไม่ถูกตัดแต่งภาพ แล้วถามนักเรียนว่า สินค้าตัวไหนที่ดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อ

ขั้นสอน

3. นักเรียนช่วยกันแนะนำแอพพลิเคชั่นที่สามารถใช้ในการตัดแต่งภาพและตัดต่อคลิปวีดีโอ

4. นักเรียนดู Youtube “แอพพลิเคชั่นที่ตัดแต่งภาพสำหรับแม่ค้าออนไลน์” ให้นักเรียนดู

5. คุณครูเปิด Youtube “การสอนแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอสำหรับแม่ค้าออนไลน์” ให้นักเรียนดู

6. นักเรียนแต่ละกลุ่มฝากปฏิบัติกิจกรรมตัดแต่งภาพ ตัดต่อวีดีโอ เพื่อใช้ในการโฆษณาสินค้าให้น่าดึงดูด

7. เมื่อนักเรียนตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ เสร็จแล้ว ให้ส่งไฟล์โดยสร้าง Folder งาน เข้าคอมพิวเตอร์ของคุณครู

ขั้นสรุป

8. นักเรียน และครูร่วมกันสรุปการตัดแต่งภาพ ตัดต่อวีดีโอ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. คลิปวีดีโอ

2. https://www.youtube.com/watch?v=VNcMWRlPR5I (แอพพลิเคชั่นที่ตัดแต่งภาพสำหรับแม่ค้าออนไลน์

3. https://www.youtube.com/watch?v=mU0JiD1x6O4 (การสอนแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอสำหรับแม่ค้าออนไลน์)

9. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. อธิบายแอพพลิเคชั่นในการตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ	สุ่มเรียกถามตอบในชั้นเรียนเป็นรายบุคคล	คำถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. ตัดแต่งภาพ ตัดต่อคลิปวีดีโอ เพื่อใช้โฆษณาสินค้าได้	ประเมินชิ้นงานนักเรียนเป็นกลุ่มนักเรียน ส่งภาพตัดแต่งภาพ ตัดต่อวีดีโอเป็นไฟล์	แบบประเมินชิ้นงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน (ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 15
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การค้าขายออนไลน์ จำนวน 14 ชั่วโมง

เรื่อง การสร้างร้านค้าออนไลน์ 3 จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การขายออนไลน์ เป็นช่องทางการค้าขายที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของคนยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนไป กล้าซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสินค้าและบริการต่างๆของธุรกิจเริ่มเดินหน้าเข้าสู่ตลาดการค้าขายออนไลน์ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาความสามารถมากขึ้น โดยคนสามารถซื้อของและจ่ายเงินออนไลน์ได้ง่าย ๆ ดังนั้นแนวโน้มธุรกิจค้าขายออนไลน์จึงสามารถนำมาปรับประยุกต์ในการค้าขายสินค้าต่าง ๆ

2. ผลการเรียนรู้

ฝึกปฏิบัติการสร้างโปรไฟล์ให้น่าสนใจ การสร้างหน้าร้าน การตัดแต่งภาพและการตัดต่อคลิปวีดีโอ การโฆษณา

3. จุดประสงค์

1. อธิบายเทคนิคการโพสต์ขายสินค้าบนFacebook page ได้
2. โพสต์ขายสินค้าบน Facebook page ได้
3. มุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

การสร้างร้านค้าออนไลน์ บนFacebook page

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. มุ่งมั่นในการทำงาน
2. มีจิตสาธารณะ

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

โพสต์ขายสินค้าบน Facebook Page

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. คุณครูกล่าวทักทายและเช็คชื่อนักเรียน

2. คุณครูตั้งคำถาม “เทคนิคการโพสต์ขายสินค้าออนไลน์” ให้นักเรียนเขียนคำตอบลงในกระดาษคำตอบที่แจกให้

3 .นักเรียนอ่านคำตอบของตนเอง เพื่อนำคำตอบที่ได้เชื่อมโยงเข้าสู่บทเรียน

ขั้นสอน

4. นักเรียนดู Youtube “เทคนิคการโพสต์ขายสินค้าออนไลน์” ให้นักเรียนดู นักเรียนร่วมกันสรุปข้อมูลที่ได้จากการดู YouTube คุณครูสุ่มถามนักเรียนเป็นรายบุคคล

5. นักเรียนแต่ละกลุ่มฝึกปฏิบัติกิจกรรม โดยนำเทคนิคการโพสต์ขายสินค้าออนไลน์ มาฝึกโพสต์ขายสินค้าบน (Pages) Facebook

6. เมื่อนักเรียนโพสต์ขายบน (Pages) Facebook ตามเทคนิคข้างต้นได้แล้ว ให้ Capture หน้าจอทุกขั้นตอน ส่งเป็นไฟล์รูปภาพ โดยสร้าง Folder งาน เข้าคอมพิวเตอร์ของคุณครู

ขั้นสรุป

7. นักเรียน และครูสรุปการสร้าง Facebook Page โดยการตั้งคำถามให้ผู้เรียนช่วยกันสรุปและตอบคำถามเพื่อทบทวนความเข้าใจให้

9. สื่อ/แหล่งเรียนรู้

1. คลิปวีดีโอ
2. https://www.youtube.com/watch?v=nktiCPQ-QUM (เทคนิคการโพสต์ขายสินค้าออนไลน์)
3. แอพพลิเคชั่น Facebook

10. การวัดและประเมินผล

การวัดผลประเมินผล	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมินผล
1. อธิบายเทคนิคการโพสต์ขายสินค้าบน Facebook page ได้	สุ่มเรียกถามตอบในชั้นเรียนเป็นรายบุคคล	คำถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. โพสต์สร้างร้านค้าออนไลน์บน Facebook page ได้	ประเมินชิ้นงาน นักเรียนเป็นกลุ่ม นักเรียน Capture หน้าจอทุกขั้นตอนในการสร้าง facebook page	แบบประเมินชิ้นงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. มุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียน (ภาพรวม)	แบบประเมินพฤติกรรมความมุ่งมั่นในการทำงาน	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....



วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4

กฎหมายน่ารู้ทางธุรกิจ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 16

กฎหมายธุรกิจ

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 17

กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 18

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 16

รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 กฎหมายน่ารู้ทางธุรกิจ จำนวน 6 ชั่วโมง

เรื่อง กฎหมายธุรกิจ จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การทำธุรกิจจำเป็นจะต้องมีความรู้ทางกฎหมาย เพื่อการทำธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ โดยกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจนั้นมีมากมาย เช่น กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

2. ผลการเรียนรู้

อธิบายและตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายทางธุรกิจ

3. จุดประสงค์

1. เข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจ
2. เขียนอธิบายความรู้เกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจได้
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

กฎหมายทางธุรกิจ

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายธุรกิจ
2. ใบงาน เรื่อง กฎหมายธุรกิจ

8. กิจกรรมการเรียนรู้

ขั้นนำ

1. นักเรียนดูรูปภาพ เกี่ยวกับ การจัดตั้งองค์กรธุรกิจ แล้วสนทนากับครูว่าเห็นองค์กรธุรกิจในรูปแบบใดบ้าง

2. นักเรียนชมวีดีทัศน์ เรื่อง รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ https://www.youtube.com/watch?v=qhXDv9gqCHk จากนั้นแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนนักเรียนและครู สรุปความรู้ที่ได้รับจากการดูวีดีทัศน์

ขั้นสอน

1. นักเรียนศึกษาใบความรู้เรื่อง กฎหมายเบื้องต้น และกฎมายธุรกิจ
2. นักเรียนทำใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายธุรกิจ

ขั้นสรุป

นักเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังครูสรุปเนื้อหาที่เรียน

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ
2. ใบงาน เรื่อง กฎหมายธุรกิจ
3. วีดีทัศน์ เรื่อง รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ https://www.youtube.com/watch?v=qhXDv9gqCHk
4. รูปภาพการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ
5. ห้องสมุด
6. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. เข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจได้	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบสอบถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
2.เขียนอธิบายความรู้เกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจได้	ประเมินใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายธุรกิจ ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ แบบประเมินใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายธุรกิจ	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบสังเกตพฤติกรรม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

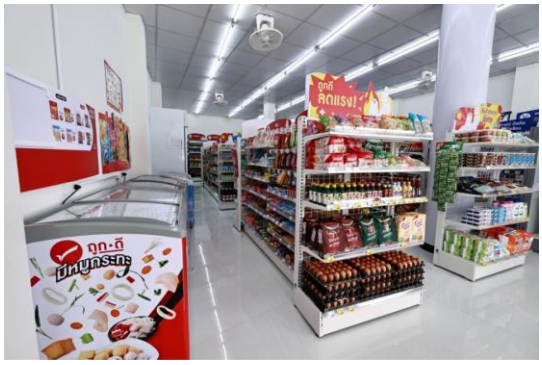
.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายเบื้องต้น และกฎหมายธุรกิจ





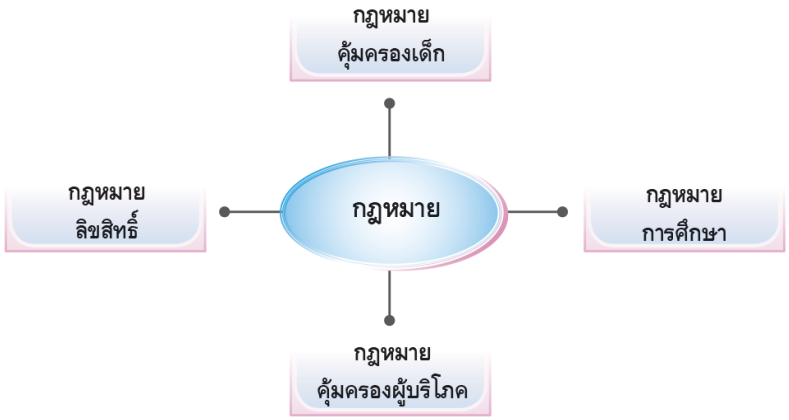








ผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมาย



กฎหมายคุ้มครองเด็ก กำหนดให้มีคณะกรรมการคุ้มครองเด็ก 3 ระดับ ได้แก่ คณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ คณะกรรมการคุ้มครองเด็กกรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการคุ้มครองเด็กจังหวัด เพื่อทำหน้าที่ในการคุ้มครองเด็ก มีสาระสำคัญดังนี้



เด็กเป็นทรัพยากรที่สำคัญยิ่งของชาติ

การสงเคราะห์เด็ก เด็กที่ได้รับการสงเคราะห์มีหลายประเภท ได้แก่

- เด็กเร่ร่อน คือ เด็กที่ไม่มีผู้ปกครอง หรือมีแต่เลี้ยงดูไม่ได้
- เด็กที่ผู้ปกครองไม่สามารถอุปการะเลี้ยงดูได้
- เด็กที่ผู้ปกครองมีพฤติกรรมหรือประกอบอาชีพที่ไม่เหมาะสม
- เด็กที่ได้รับการเลี้ยงดูโดยมิชอบ คือ เด็กที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ
- เด็กพิการ คือ เด็กที่มีความบกพร่อง
- เด็กที่อยู่ในสภาพที่จำเป็นต้องได้รับการสงเคราะห์ ได้แก่ เด็กที่กระทำความผิด หรือเด็กที่ศาล พนักงานอัยการ หรือพนักงานสอบสวนเห็นว่าต้องได้รับการสงเคราะห์

การคุ้มครองเด็ก เด็กที่ได้รับการคุ้มครองสวัสดิภาพมี 3 ลักษณะ ได้แก่

- เด็กที่ถูกทารุณกรรม
- เด็กที่เสี่ยงต่อการกระทำผิด
- เด็กที่อยู่ในสภาพที่จำเป็นต้องได้รับการคุ้มครองสวัสดิภาพ

การปฏิบัติต่อเด็ก กฎหมายกำหนดวิธีการปฏิบัติต่อเด็กไว้ 3 ประการ คือ

- ต้องให้เด็กได้รับประโยชน์สูงสุด
- ต้องให้เด็กได้รับการอุปการะเลี้ยงดู
- ต้องไม่ปฏิบัติต่อเด็กโดยมิชอบ



เด็กทุกคนต้องได้รับการคุ้มครอง สวัสดิภาพให้มีความปลอดภัย

การส่งเสริมความประพฤตินักเรียนและนักศึกษา ได้แก่

- การให้คำปรึกษาแนะนำ เพื่อให้มีความประพฤติที่เหมาะสม และเกิดความปลอดภัยแก่นักเรียนและนักศึกษา
- การปฏิบัติตนตามระเบียบ ไม่ปฏิบัติสิ่งที่ไม่เหมาะสม



เด็กทุกคนมีสิทธิได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน

ประโยชน์ของการปฏิบัติตนตามกฎหมายคุ้มครองเด็ก

- ประโยชน์ต่อตนเอง ไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ดีและเป็นภัย
- ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม หากลูกที่ดี ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนและสังคมก็อบอุ่นด้วย



ผู้ปกครองต้องส่งเด็กที่มีอายุย่างเข้าสู่ปีที่ 7 เข้ารับการศึกษาในสถานศึกษา

2. กฎหมายการศึกษา

สิทธิและหน้าที่ทางการศึกษา

- การจัดการศึกษา การศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่า 12 ปี
- หน้าที่ของบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง จะต้องให้บุตรหรือบุคคลในความดูแลได้รับการศึกษาภาคบังคับจำนวน 9 ปี
- ผู้มีสิทธิในการจัดการศึกษา สถาบันทางสังคมอื่นมีสิทธิจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- สิทธิประโยชน์ของบิดา มารดา หรือผู้ปกครอง รัฐบาลจะให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ
- สิทธิประโยชน์ของผู้สนับสนุนหรือจัดการศึกษา มีสิทธิได้รับสิทธิประโยชน์ตามควร

ระบบการศึกษา มี 3 รูปแบบ คือ

การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาที่กำหนดเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษาที่แน่นอน การศึกษาในระบบมี 2 ระดับ ได้แก่

- การศึกษาขั้นพื้นฐาน คือ การศึกษาไม่น้อยกว่า 12 ปี
- การศึกษาระดับอุดมศึกษา แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับต่ำกว่าปริญญา และระดับปริญญา



การเข้าศึกษาในโรงเรียน เป็นการรับการศึกษาในระบบ

การศึกษานอกระบบ เป็นการศึกษาที่ยืดหยุ่นการกำหนดเงื่อนไขของการสำเร็จการศึกษา เหมาะสมกับความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษาให้ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเองตามความสนใจ



เมื่อต้องอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมากในโรงเรียน ทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน

แนวการจัดการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นระบบการศึกษาใด ต้องเน้นความรู้ คุณธรรม กระบวนการเรียนรู้ และบูรณาการตามความเหมาะสมของแต่ละระดับ ดังนี้

- ความรู้เกี่ยวกับตนเอง และความสัมพันธ์ของตนเองกับสังคม
- ความรู้และทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร
- ความรู้เกี่ยวกับศาสนา การกีฬา ศิลปวัฒนธรรม และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา
- ความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์และด้านภาษา
- ความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต

ประโยชน์ของการปฏิบัติตนตามกฎหมายการศึกษา

- ประโยชน์ต่อตนเอง มีจิตสำนึกด้านคุณธรรมและจริยธรรม
- ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ประเทศชาติมีบุคลากรในการพัฒนาชาติให้เจริญต่อไป

3. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครอง 5 ประการ ดังนี้

- สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
- สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย



ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าด้วยความสมัครใจของตนเอง

การคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา ได้แก่

- ข้อความที่เป็นเท็จ
- ข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ
- ข้อความที่สนับสนุนให้กระทำผิด
- ข้อความที่ทำให้ประชาชนแตกแยก
- ข้อความอื่นตามที่กฎหมายกำหนด



ปัจจุบันมีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการใช้วิธีทางการตลาดในหลาย ๆ รูปแบบ เพื่อส่งเสริมการขาย

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก ฉลากของสินค้าที่ควบคุมจะต้องมีลักษณะดังนี้

- ให้ข้อมูลที่เป็นจริง
- ต้องระบุชื่อเครื่องหมายการค้า
- ต้องระบุ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วัน เดือน ปีที่หมดอายุ



ฉลากที่แสดงอยู่บนสินค้า

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา กำหนดให้การประกอบธุรกิจรายใดที่กฎหมายกำหนดให้ทำเป็นหนังสือสัญญาต้องเป็นธรรมต่อลูกค้า

การคุ้มครองผู้บริโภคโดยประการอื่น คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีสิทธิให้ผู้ประกอบการทำการทดสอบสินค้า

องค์กรที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค มีรายละเอียดดังนี้

- คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสิทธิของผู้บริโภค
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการแก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิจากการใช้สินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ



สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ประโยชน์ของการปฏิบัติตนตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

- ประโยชน์ต่อตนเอง ได้แก่ ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม และได้รับการชดเชยความเสียหาย
- ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ให้ผู้ประกอบการทราบ เมื่อสินค้าถูกร้องเรียน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ

4. กฎหมายลิขสิทธิ์

ประเภทของงานลิขสิทธิ์ ได้แก่

งานที่มีลิขสิทธิ์ เป็นงานสร้างสรรค์ประเภทต่าง ๆ ได้แก่

- งานวรรณกรรม
- งานนาฏกรรม
- งานศิลปกรรม
- งานดนตรีกรรม
- งานโสตทัศนวัสดุ
- งานภาพยนตร์
- งานสิ่งบันทึกเสียง
- งานแพร่เสียงและภาพ
- งานอื่น ๆ ในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ



หนังสือเป็นงานที่มีลิขสิทธิ์

งานที่ไม่มีลิขสิทธิ์ ได้แก่

- ข่าวประจำวัน และข้อเท็จจริง
- รัฐธรรมนูญและกฎหมาย
- ระเบียบ ข้อบังคับ
- พิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงาน
- แปลและการรวบรวมสิ่งต่าง ๆ

การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ มีดังนี้

- งานที่สร้างสรรค์ขึ้นในฐานะพนักงานหรือลูกจ้าง
- งานที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยรับจ้างจากบุคคลอื่น
- งานดัดแปลงงานที่มีลิขสิทธิ์
- งานที่นำงานที่มีลิขสิทธิ์มารวบรวมหรือประกอบเข้ากัน โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์



ลิขสิทธิ์ของงานภาพยนตร์มีอายุ 50 ปี

การคุ้มครองลิขสิทธิ์ เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการกระทำการ ดังนี้

- ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- ให้เช่าต้นฉบับ
- ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์
- อนุญาตให้ผู้อื่น ทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่

อายุในการคุ้มครองลิขสิทธิ์

- งานทั่วไป ลิขสิทธิ์จะมีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ และจะอยู่ต่อไปอีก 50 ปีนับจากผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย และยังคุ้มครองแยกตามประเภทของผู้สร้างสรรค์
- งานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง หรืองานแพร่เสียงแพร่ภาพ ให้ลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี แต่หากมีโฆษณา ให้ลิขสิทธิ์เวลา 50 ปี ตั้งแต่โฆษณา
- งานศิลปประยุกต์ ให้ลิขสิทธิ์มีระยะเวลา 25 ปี ตั้งแต่วันที่โฆษณา
- งานที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยการว่าจ้าง ให้ลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี แต่หากมีโฆษณา ให้ลิขสิทธิ์มีระยะเวลา 50 ปี

ประโยชน์ของการปฏิบัติตามกฎหมายลิขสิทธิ์

- ประโยชน์ต่อตนเอง เจ้าของลิขสิทธิ์มีแรงจูงใจในการผลิตหรือสร้างสรรค์ผลงานที่มีประโยชน์ต่อไป
- ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ประชาชนได้รับความรู้และความบันเทิงจากผลงานคุณภาพ

แหล่งที่มาของเนื้อหา : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช www.wpp.co.th

แผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายธุรกิจ

คำชี้แจง ให้นักเรียนดูวีดีทัศน์ เรื่อง รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ และศึกษาใบความรู้ เรื่อง กฎหมายเบื้องต้นและกฎหมายธุรกิจ แล้วเขียนแผนผังมโนทัศน์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 17
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 กฎหมายน่ารู้ทางธุรกิจ จำนวน 6 ชั่วโมง

เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การทำธุรกิจจำเป็นจะต้องมีความรู้ทางกฎหมาย เพื่อการทำธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ โดยกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจนั้นมีมากมาย เช่น กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

2. ผลการเรียนรู้

อธิบายและตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายทางธุรกิจ

3. จุดประสงค์

1. เข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา
2. เขียนอธิบายความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาได้
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

กฎหมายทางธุรกิจ

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

1. ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา
2. ใบงาน เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

8. กิจกรรมการเรียนรู้ (วิธีสอนแบบโมเดลซิปปา CIPPA MODEL)

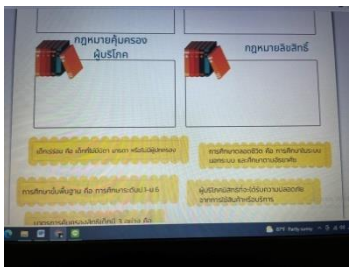
ขั้นนำ

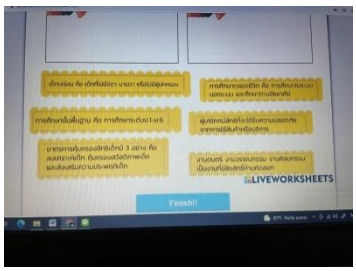
นักเรียนชมวีดีทัศน์ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา https://www.youtube.com/watch?v=Lo8b-lvqN_A จากนั้นแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนนักเรียนและครู สรุปความรู้ที่ได้รับจากการดูวีดีทัศน์

ขั้นสอน

1. นักเรียนศึกษาใบความรู้เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา
2. นักเรียนการทำ Liveworksheets เรื่อง กฎหมายคุ้มครองสิทธิhttps://www.liveworksheets.com/c?a=s&g=%E0%B8%A1.%E0%B9%93&s=%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99&t=bssd4bnntbf&mn=uz&e=n&sr=n&ms=uz&l=zr&i=dcccsnx&r=fz&db=0&f=dzduudut&cd=pfppn9fllzfexgllgsnkkkplmeg2ngnxxnxzxg







3. นักเรียนทำใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

ขั้นสรุป (เวลา 10 นาที)

4. นักเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังครูสรุปเนื้อหาที่เรียน

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา
2. ใบงาน เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา
3. วีดีทัศน์ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา https://www.youtube.com/watch?v=Lo8b-lvqN_A

4. Liveworksheets เรื่อง กฎหมายคุ้มครองสิทธิhttps://www.liveworksheets.com/c?a=s&g=%E0%B8%A1.%E0%B9%93&s=%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99&t=bssd4bnntbf&mn=uz&e=n&sr=n&ms=uz&l=zr&i=dcccsnx&r=fz&db=0&f=dzduudut&cd=pfppn9fllzfexgllgsnkkkplmeg2ngnxxnxzxg

5. ห้องสมุด

6. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. เข้าใจความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	การสอบถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
2. อธิบายความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาได้	ประเมินใบงานแผนผังมโนทัศน์เรื่อง กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ แบบประเมินใบงานแผนผังมโนทัศน์เรื่อง กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	การสังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับ ดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง ผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทรัพย์สินอีกชนิดหนึ่ง นอกเหนือจากสังหาริมทรัพย์ คือ ทรัพย์สินที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เช่น นาฬิกา รถยนต์ โต๊ะ เป็นต้น และอสังหาริมทรัพย์ คือ ทรัพย์สินที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เช่น บ้าน ที่ดิน เป็นต้น ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา โดยทั่ว ๆ ไป คนไทยส่วนมากจะคุ้นเคยกับคำว่า "ลิขสิทธิ์" ซึ่งใช้เรียกทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท โดยที่ถูกต้องแล้วทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ที่เรียกว่า ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม และลิขสิทธิ์

ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ไม่ใช่สังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม แท้ที่จริงแล้ว ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมนี้ เป็นความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรม ความคิดสร้างสรรค์นี้จะเป็นความคิดในการประดิษฐ์คิดค้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะเป็นกระบวนการ หรือเทคนิคในการผลิตที่ได้ปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นใหม่ หรือที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นองค์ประกอบและรูปร่างสวยงามของตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้อ ชื่อและถิ่นที่อยู่ทางการค้า ที่รวมถึงแหล่งกำเนิดสินค้าและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม จึงสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. สิทธิบัตร (Patent)
2. เครื่องหมายการค้า (Trademark)
3. แบบผังภูมิของวงจรรวม (Layout - Designs Of Integrated Circuit)
4. ความลับทางการค้า (Trade Secrets)
5. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication)

ประเภททรัพย์สินทางปัญญา

ลิขสิทธิ์ หมายถึง งานหรือความคิดสร้างสรรค์ในสาขาวรรณกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม งานภาพยนต์ หรืองานอื่นใดในแผนกวิทยาศาสตร์ลิขสิทธิ์ยังรวมทั้ง สิทธิค้างเคียง (Neighbouring Right) คือ การนำเอางานด้านลิขสิทธิ์ออกแสดง เช่น นักแสดง ผู้บันทึกเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ในการบันทึกหรือถ่ายทอดเสียงหรือภาพ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Program หรือ Computer Software) คือ ชุดคำสั่งที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อกำหนดให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน งานฐานข้อมูล (Data Base) คือ ข้อมูลที่ได้รับเก็บรวบรวมขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ด้านต่างๆ

สิทธิบัตร หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ (Invention) การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) หรือ ผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์ (Utility Model) ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด

การประดิษฐ์ คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับ ลักษณะองค์ประกอบ โครงสร้างหรือกลไกลของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการักษา หรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการทำให้รูปร่างลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์เกิดความสวยงาม และแตกต่างไปจากเดิม

ผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อนุสิทธิบัตร (Petty Patent) จะมีลักษณะคล้ายกันกับการประดิษฐ์ แต่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีไม่สูงมาก หรือเป็นการประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย

แบบผังภูมิของวงจรรวม หมายถึง แผนผังหรือแบบที่ทำขึ้น เพื่อแสดงถึงการจัดวางและการเชื่อมต่อวงจรไฟฟ้า เช่น ตัวนำไฟฟ้า หรือตัวต้านทาน เป็นต้น

เครื่องหมายการค้า หมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์หรือตราที่ใช้กับสินค้า หรือบริการ ได้แก่

เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) คือเครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้

เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เช่น โค้ก เป๊ปซี่ บรีส แฟ้บ เป็นต้น

เครื่องหมายบริการ (Service Mark) คือ เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับการบริการเพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น เช่น เครื่องหมายของสายการบิน ธนาคาร โรงแรม เป็นต้น

เครื่องหมายรับรอง (Certification mark) คือเครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้า หรือบริการนั้น เช่น เชลล์ชวนชิม แม่ช้อยนางรำ เป็นต้น

เครื่องหมายร่วม (Collective Mark) คือ เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมาบบริการที่ใช้โดยบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือโดยสมาชิกของสมาคม กลุ่มบุคคล หรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน เช่น ตราช้างของบริษัทปูนซิเมนไทย จำกัด เป็นต้น

ความลับทางการค้า หมายถึง ข้อมูลการค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป และมีมูลค่าในเชิงพาณิชย์เนื่องจากข้อมูลนั้นเป็นความลับ และมีการดำเนินการตามความสมควรเพื่อรักษาข้อมูลนั้นไว้เป็นความลับ

ชื่อทางการค้า หมาถึง ชื่อที่ใช้ในการประกอบกิจการ เช่น โกดัก ฟูจิ เป็นต้น

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทน แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น เช่น มีดอรัญญิก ส้มบางมด ผ้าไหมไทย แชมเปญ คอนยัค เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 "ลิขสิทธิ์ หมายความว่า สิทธิแต่ผู้เดียวที่จะทำการใด ๆ ตามพระราชบัญญัตินี้เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น" ดังนั้นการใช้ซอฟต์แวร์ที่ผู้อื่นสร้างขึ้นจำเป็นต้องได้รับการอนุญาตจากผู้สร้าง โดยใบอนุญาต (license) นี้เป็นสัญญาระหว่างผู้สร้างกับผู้ใช้ซอฟต์แวร์

ใบอนุญาตเป็นการให้สิทธิผู้ใช้ในการใช้ซอฟต์แวร์ได้โดยไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งผลก็คือใบอนุญาตทำหน้าที่เหมือนคำสัญญาว่าผู้สร้างจะไม่ฟ้องร้องผู้ใช้ในการใช้ซอฟต์แวร์ซึ่งถือเป็นสิทธิของผู้สร้างแต่เพียงผู้เดียว

อ้างอิง: http://www.nsru.ac.th/nsrubi/article/showarticle.asp?id=0000000001

แผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

คำสั่ง ให้นักเรียนดูวีดีทัศน์ เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และศึกษาใบงาน เรื่อง กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา แล้วเขียนแผนผังมโนทัศน์

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 18
รายวิชาเพิ่มเติม

วิชา ธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา.....

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 กฎหมายน่ารู้ทางธุรกิจ จำนวน 6 ชั่วโมง

เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ชั่วโมง

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

---

1. สาระสำคัญ/ความคิดรวบยอด

การทำธุรกิจจำเป็นจะต้องมีความรู้ทางกฎหมาย เพื่อการทำธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ โดยกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจนั้นมีมากมาย เช่น กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

2. ผลการเรียนรู้

อธิบายและตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายทางธุรกิจ

3. จุดประสงค์

1. เข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
2. เขียนอธิบายความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน

4. สาระการเรียนรู้

กฎหมายทางธุรกิจ

5. สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน

1. ความสามารถในการคิด
2. ความสามารถในการแก้ปัญหา
3. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

6. คุณลักษณะอันพึงประสงค์

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. มีวินัย
3. ใฝ่เรียนรู้
4. มุ่งมั่นในการทำงาน

7. ชิ้นงาน/ภาระงาน

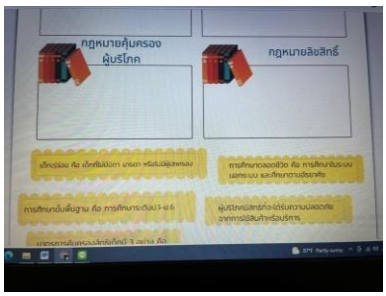
1. ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
2. ใบงาน เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

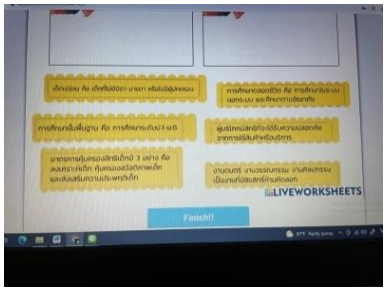
8. กิจกรรมการเรียนรู้ (วิธีสอนแบบโมเดลซิปปา CIPPA MODEL)

ขั้นนำ

1. นักเรียนศึกษาการทำ Liveworksheets เรื่อง กฎหมายคุ้มครอง เพื่อเป็นการทบทวนเนื้อหาสิทธิบัตร https://www.liveworksheets.com/c?a=s&g=%E0%B8%A1.%E0%B9%93&s=%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99&t=bssd4bnntbf&mn=uz&e=n&sr=n&ms=uz&l=zr&i=dcccsnx&r=fz&db=0&f=dzduudut&cd=pfppn9fllzfexgllgsnkkkplmeg2ngnxxnxzxg







2. นักเรียนชมวีดีทัศน์ เรื่อง สิทธิผู้บริโภค 5 ประการ https://www.youtube.com/watch?v=F6zInEGwYSU จากนั้นแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนนักเรียนและครู สรุปความรู้ที่ได้รับจากการดูวีดีทัศน์

ขั้นสอน

1. นักเรียนศึกษาใบความรู้เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
2. นักเรียนทำใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ขั้นสรุป

นักเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และฟังครูสรุปเนื้อหาที่เรียน

9. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
2. ใบงาน เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

3. วีดีทัศน์ เรื่อง สิทธิผู้บริโภค 5 ประการhttps://www.youtube.com/watch?v=F6zInEGwYSU

4. Liveworksheets เรื่อง กฎหมายคุ้มครองสิทธิhttps://www.liveworksheets.com/c?a=s&g=%E0%B8%A1.%E0%B9%93&s=%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99&t=bssd4bnntbf&mn=uz&e=n&sr=n&ms=uz&l=zr&i=dcccsnx&r=fz&db=0&f=dzduudut&cd=pfppn9fllzfexgllgsnkkkplmeg2ngnxxnxzxg

5. ห้องสมุด

6. อินเทอร์เน็ต

10. การวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	วิธีการ	เครื่องมือ	เกณฑ์การประเมิน
1. เข้าใจความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบสอบถาม	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป
2. เขียนอธิบายความรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้	ประเมินใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ตรวจความถูกต้องของคำตอบ	แบบประเมินการตรวจคำตอบ แบบประเมินใบงานแผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป
3. ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย ใฝ่เรียนรู้ และมุ่งมั่นในการทำงาน	สังเกต	แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์	นักเรียนมีผลการประเมินคุณภาพ ระดับดี ขึ้นไป

บันทึกผลหลังสอน

ผลการสอน.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา อุปสรรค.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ใบความรู้ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภคเป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตของคนในสังคม โดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและการใช้บริการ เช่น มนุษย์ต้องบริโภคอาหาร เครื่องดื่ม ต้องใช้บริการรถประจำทาง รถไฟฟ้า รวมทั้งบริการอื่น ๆเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การใช้บัตรเครดิต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ดังนั้นการบริโภคหรือการใช้บริการต่าง ๆจะต้องได้มาตรฐานและมีคุณภาพครบถ้วนตามที่ผู้ผลิตได้โฆษณาแนะนำไว้ ด้วยเหตุนี้ รัฐในฐานะผู้คุ้มครองดูแลประชาชน หากพบว่าประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากการบริโภคสินค้าและบริการจะต้องรีบ เข้าไปแก้ไขเยียวยาและชดเชยความเสียหายให้กับประชาชน

หน่วยงานที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอยู่หลากหลายและกระจายตามประเภทของการบริโภคสินค้าและบริการ เช่น

1. กรณีที่ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับอาหาร ยา หรือเครื่องสำอาง เป็นหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณาสุข ที่ต้องเข้ามาดูแล

2. กรณีที่ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก็ เป็นหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ที่ต้องเข้ามาดูแล

3. กรณีที่ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับเจ้าของธุรกิจจัดสรรที่ดิน อาคารชุด เป็นหน้าที่ของกรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทยเข้ามาดูแล

4. กรณีที่ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับคุณภาพหรือราคาสินค้าอุปโภค บริโภค เป็นหน้าที่ของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ที่ต้องเข้ามาดูแล

5. กรณีที่ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับการประกันภัยหรือประกันชีวิต เป็นหน้าที่ของกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ที่ต้องเข้ามาดูแล

สำหรับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จัดเป็นกฎหมายเฉพาะที่ที่ไม่ซับซ้อนหรือขัดกับอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่ คุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ ตามตัวอย่างข้างต้น เพราะหากเกิดกรณีจำเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบมิได้ดำเนินการแก้ไขหรือดำเนิน การไม่ครบถ้วนตามขั้นตอนของกฎหมาย ผู้เดือดร้อนสามารถร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อให้สั่งการแก้ไขแทนได้ เพราะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานคุ้มครองด้านการ บริโภคสินค้าและบริการทั่วไป นอกเหนือจากการทำงานของหน่วยงานอื่น ๆ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคได้ 5 ประการคือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการอย่างถูกต้อง ทำให้ไม่หลงผิดในคุณภาพสินค้าและบริการ

2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกสินค้าและบริการโดยปราศจากการชักจูงก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า

3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการสินค้าที่มีคุณภาพและ ได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีที่ใช้ตามคำแนะนำของผู้ผลิต

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย อันหมายถึง สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครอง และชดใช้ค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

นอกจากนี้ ผู้บริโภคจะต้องปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริโภค โดยไม่ขัดต่อกฎหมาย ในที่นี้จะขอกล่าวถึงหน้าที่ของผู้บริโภคที่ควรปฏิบัติ คือ ผู้บริโภคต้องใช้ความระมัดระวังตามสมควรในการซื้อสินค้าหรือรับบริการ เช่น ตรวจสอบฉลากแสดงราคาและปริมาณ ไม่หลงเชื่อในคำโฆษณาคุณภาพสินค้า

การเข้าทำสัญญาผูกมัดการตามกฎหมาย โดยการลงมือชื่อ ต้องตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ตามสัญญาให้เข้าใจรัดกุม หรือควรปรึกษาผู้รู้ทางกฎหมายหากไม่เข้าใจ ข้อตกลงต่างๆ ที่ต้องการให้มีผลบังคับใช้ ควรทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจด้วย ผู้บริโภคมีหน้าที่เก็บหลักฐานไว้ เพื่อประโยชน์ในการเรียกร้องค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคควรดำเนินการเรียกร้องต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือต่อคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภค

แผนผังมโนทัศน์ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

คำชี้แจง ให้นักเรียนดูวีดีทัศน์ เรื่อง กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และศึกษาใบงาน เรื่อง กฎหมาย คุ้มครองผู้บริโภค แล้วเขียนแผนผังมโนทัศน์

เครื่องมือวัดและประเมินผล

ประเด็นการประเมิน	เกณฑ์การให้ระดับคะแนน		
	ระดับ 3 ดีมาก	ระดับ 2 พอใช้	ระดับ 1 ควรปรับปรุง
แบบสังเกตพฤติกรรม	- มีส่วนร่วมในการทำงานเป็นอย่างดี - รับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี - รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเป็นอย่างดี - ทำงานเสร็จตรงเวลาที่กำหนด	- มีส่วนร่วมในการทำงาน - รับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย - รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น - ทำงานล่าช้ากว่าเวลาที่กำหนด	- ไม่มีส่วนร่วมในการทำงาน - ไม่รับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย - ไม่รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น -ทำงานไม่เสร็จตรงเวลา ที่กำหนด
แบบประเมินใบงาน	งานสมบูรณ์ชัดเจน	ผลงานมีข้อบกพร่องบางส่วน	ผลงานมีข้อบกพร่องเป็นส่วนใหญ่

เกณฑ์การตัดสิน

รายบุคล : นักเรียนมีผลการเรียนรู้ไม่ต่ำกว่าระดับ 2 จึงถือว่าผ่าน

รายกลุ่ม : นักเรียนร้อยละ 60 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมดมีผลการเรียนรู้ไม่ต่ำกว่าระดับ 2

แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์

คำชี้แจง : ให้ผู้สอน ประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน แล้วขีด ✓ลงในช่องที่ตรงกับระดับคะแนน

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล ของผู้รับการประเมิน	ประเด็นการประเมิน			รวม	ประเมินผล	
		3	2	1		ผ่าน	มผ.
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
รวม							

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

( )

ครูผู้สอน

แบบประเมินสมรรถนะสำคัญของผู้เรียน 5 ด้าน

ชื่อ.....นามสกุล.....ชั้น ..... เลขที่.....

คำชี้แจง : ให้ **ผู้สอน** สังเกตพฤติกรรมของนักเรียน แล้วขีด ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับคะแนน

คำชี้แจง : ให้สังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในระหว่างเรียนและนอกเวลาเรียน แล้วขีด ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับคะแนน

สมรรถนะที่ประเมิน	ระดับคะแนน				สรุปผล
	ดีเยี่ยม (3)	ดี (2)	ผ่าน (1)	มผ. (0)	
1. ความสามารถในการสื่อสาร					
1.1 มีความสามารถในการรับ – ส่งสาร					
1.2 มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความเข้าใจของตนเอง โดยใช้ภาษาอย่างเหมาะสม					
1.3 ใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสม					
สรุปผลการประเมิน					
2. ความสามารถในการคิด					
2.1 มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์					
2.2 มีทักษะในการคิดนอกกรอบอย่างสร้างสรรค์					
2.3 สามารถคิดอย่างมีวิจารณญาณ					
สรุปผลการประเมิน					
3. ความสามารถในการแก้ปัญหา					
3.1 สามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เผชิญได้					
3.2 ใช้เหตุผลในการแก้ปัญหา					
3.3 สามารถตัดสินใจได้เหมาะสมตามวัย					
สรุปผลการประเมิน					
4. ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต					
4.1 เรียนรู้ด้วยตนเองได้เหมาะสมตามวัย					
4.2 สามารถทำงานกลุ่มร่วมกับผู้อื่นได้					
4.3 นำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน					
สรุปผลการประเมิน					

สมรรถนะที่ประเมิน	ระดับคะแนน				สรุปผล
	ดีเยี่ยม (3)	ดี (2)	ผ่าน (1)	มผ. (0)	
5. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี					
5.1 เลือกและใช้เทคโนโลยีได้เหมาะสมตามวัย					
5.2 มีทักษะกระบวนการทางเทคโนโลยี					
5.3 มีคุณธรรม จริยธรรมในการใช้เทคโนโลยี					
สรุปผลการประเมิน					

สรุปผลการประเมินสมรรถนะสำคัญของผู้เรียน 5 ด้าน

☐ **ดีเยี่ยม** ☐ **ดี** ☐ **ผ่าน** ☐ **ไม่ผ่าน**

ลงชื่อ .....ผู้ประเมิน

(.....)

เกณฑ์การให้คะแนนระดับคุณภาพ

ดีเยี่ยม พฤติกรรมที่ปฏิบัติชัดเจนและสม่ำเสมอ ให้ 3 คะแนน

ดี พฤติกรรมที่ปฏิบัติชัดเจนและบ่อยครั้ง ให้ 2 คะแนน

ผ่าน พฤติกรรมที่ปฏิบัติบางครั้ง ให้ 1 คะแนน

ไม่ผ่าน ไม่เคยปฏิบัติพฤติกรรม ให้ 0 คะแนน

เกณฑ์การสรุปผล

ดีเยี่ยม 7-9 คะแนน

ดี 4-6 คะแนน

ผ่าน 1-3 คะแนน

ไม่ผ่าน 0 คะแนน

แบบประเมินใบงาน

ชั้น.....ม.3.....เลขที่.....ปีการศึกษา .....

รายชื่อนักเรียน	ผลการประเมิน		
	ดีมาก (3)	พอใช้ (2)	ควรปรับปรุง (1)
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
รวม			

สรุปผลการประเมินรายชั้นเรียน

ดีมาก คิดเป็นร้อยละ..... **พอใช้** คิดเป็นร้อยละ.....

ต้องปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

ครูผู้สอน

เอกสารอ้างอิง

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2560). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานธุรกิจค้าปลีก.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทโฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง.

ประชาชาติธุรกิจ. (2562). **แพร่ รีแบรนด์เฟอร์ฯไม้สัก บุกอีคอมเมิร์ซชิงตลาดคอนโด-โรงแรมรุกตลาดจีน.** ค้นเมื่อ มีนาคม 4, 2564, จาก https://www.prachachat.net/local-economy/news-393762

เมษ์ ศรีพัฒนาสกุล. **หนังสือเรียน เทคโนโลยี (การออกแบบและเทคโนโลยี) ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทอักษรเจริญทัศน์.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ. **หนังสือเรียน เทคโนโลยี (การออกแบบและเทคโนโลยี) ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาแพร่เขต 1. (2550). **เอกสารการสอนหลักสูตรไม้สักวิชาการแปรรูปไม้สักและไม้สักแปรรูป.** กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คณะผู้จัดทำ

พ.ศ. 2564 – 2565

ที่ปรึกษา

นายสมหวัง พ่วงบางโพ	ผู้ว่าราชการจังหวัดแพร่
นายวรญาณ บุญณราช	รองผู้ว่าราชการจังหวัดแพร่
นายอดุล เทพกอม	ศึกษาธิการจังหวัดแพร่
นายอภิรักษ์ อิ่มจิตอนุสรณ์	ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายเจริญชัย กิตติพีรเดช	ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแพร่
นายศุกรี อยู่สุข	คณบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่เฉลิมพระเกียรติ
นายประเทือง โชคประเสริฐ	ผู้แทนมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
นางสาวอิสรีย์ ฮาวปินใจ	ผู้แทนมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
นางสาวศิริลักษณ์ สุขเจริญ	ผู้แทนมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
นายธิติ วานิชดิลกรัตน์	ผู้แทนมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
นายสุมัย หมายหมั้น	ผู้แทนมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
นางสาวสุประวีณ์ อ่อนจันทร์	ผู้แทนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ วิทยาเขตแพร่
นายเสรี ทรงศักดิ์	รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่
นายประดิษฐ์ ศศิภัทรกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ
นายอัศวิน ข่มอาวุธ	ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคแพร่

คณะกรรมการดำเนินงาน

นายพรหมพันธุ์ กองพลพรหม	ผู้จัดการงานสนับสนุนสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
นางไพฑูรย์ ศิริบวรเกียรติ	ที่ปรึกษา บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
นายชาญศักดิ์ แสงสว่าง	ผู้ประสานงานหลักสูตร บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
นายสำนาน ไชยโคตร	ผู้แทนมูลนิธิมีชัย วีระไวทยะ
นายโกศล ศิลาขาว	ผู้แทนมูลนิธิมีชัย วีระไวทยะ
นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายเอกรัฐ ทุ่งอ่วน	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายสุวิณ เทพสาธร	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดแพร่

นายสมนึก สุวรรณชัย	รองประธานบริหารฝ่ายนโยบายและแผนงาน วิสาหกิจชุมชนผู้ค้าเฟอร์นิเจอร์หัวดง ตำบลดอนมูล /ปราชญ์ชาวบ้าน
นายชูชีพ แว่นฉิม	ประธานคณะกรรมการฝ่ายดำเนินการ วิสาหกิจชุมชนผู้ค้าเฟอร์นิเจอร์หัวดง ตำบลดอนมูล /ปราชญ์ชาวบ้าน
นายรพี ยินดีผล	กรรมการฝ่ายดำเนินการและผู้จัดการโรงอบไม้ วิสาหกิจชุมชนผู้ค้าเฟอร์นิเจอร์หัวดง ตำบลดอนมูล /ปราชญ์ชาวบ้าน

คณะจัดทำหลักสูตร

นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายบรรเจิด อุตมา	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรและการสอน
นางสาวชฎารัฐ ปลูกเพาะ	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรและการสอน
นางวิไลวรรณ ดังก้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านหลักสูตรและการสอน
นางมุกดา เลขะวิพัฒน์	ศึกษานิเทศก์เชี่ยวชาญ เทศบาลเมืองแพร่
นางเบญจมาศ มณเฑียร	ผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแพร่
นายพิพัฒน์ ใจภักดี	ผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางภณิดา ทองประไพ	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายเอกรัฐ ทุ่งอ่วน	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางสาวจิรฐา ศรีภานุมาต	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายดนัยรัตน์ กาศเกษม	ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านกาศประชานุเคราะห์
นายสุวรรณ หลายกิจพานิช	ผู้อำนวยการโรงเรียนแม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางอุดมพร ถิ่นทิพย์	ข้าราชการบำนาญ
นางกนกพรรณ จันทร์เดช	ผู้อำนวยการโรงเรียนชุมชนบ้านเหมืองหม้อ(เหมืองหม้อสามัคคี)
นางเยาวเรศ ศรีมงคล	ครู ร.ร.ชุมชนบ้านเหมืองหม้อ (เหมืองหม้อสามัคคี)
นางสาวอาภัสรา เสนาธรรม	ครู ร.ร.ชุมชนบ้านเหมืองหม้อ (เหมืองหม้อสามัคคี)
นางปัทมา ต๊ะเรียน	ครู ร.ร.บ้านอ้อยวิทยาคาร
นางลำดวน สาสูงเนิน	ครู ร.ร.วัดเมธังกราวาส(เทศรัฐราษฎร์นุกูล)
นางกุลธิดา อยู่ทิม	ครู ร.ร.บ้านน้ำเลา(เหรียญราษฎร์อนุสรณ์)

นางสาวปริญญา สายซอ	ครู ร.ร.อนุบาลแพร่
นางสาวอมรรัตน์ คำพับ	ครู ร.ร.รัฐราษฎร์บำรุง
นางสาววชิราภรณ์ ยาพรม	ครู ร.ร.อนุบาลเทพสุนทรินทร์
นางสาวกนกวรรณ โพธิ์ศรี	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางดวงฤทัย ประจงแสงศรี	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางโสภา หาญจิตต์	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางสาวธัญชนก วรรณสมพร	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางสาววันดี จัดของ	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางจันจิรา พรวญหาญ	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางสาวธิติสุดา กันทะเวท	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางสาวสุคนธ์ทิพย์ จันทร์ทอง	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นายบวรนันท์ คำแจ้	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นายพุทธทรง พนมมิตร	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นายสุรชัย ทะสุตะ	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นายทศพร จันแดง	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางปราณี อุดคำมี	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นายเทวินทร์ ภูกา	ครู ร.ร.แม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางนุชนาฎ เทศสูงเนิน	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางนภัสกร จินารักษ์	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางเยาวมาลย์ ผาทอง	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางพิชญ์นภา สิงหกุล	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวสุวิมล กันทะจันทร์	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวเหมวรรณ ศศิวงศากุล	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสมนึก เหล่ากาวี	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายวีรวัฒน์ เวียงจันทร์	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวกัญญาณี นำลอง	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายณัฐพงษ์ คำเพ็ง	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวศิริลักษณ์ แว่นวิชัย	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวกนกพร อินแตง	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายประยุทธ ศรีจันทร์กาศ	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายพชร คงประพันธ์	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายชิดชัย สุวรรณ์ทา	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายสันท์ชัย นัยติ๊บ	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวเก็จมณี กวางกระโดด	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์

นายทรงวุฒิ ทรงสืบวัฒนากุล	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวกนกพร ใจไหว	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวปิยพร คลศิลป์	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นายจีราวุฒิ บุญสูง	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวสุกัญญา พิมพ์สมาน	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์
นางสาวเจนจิรา มูลทิศ	ครู ร.ร.บ้านกาศประชานุเคราะห์

บรรณาธิการกิจ

นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางภณิดา ทองประไพ	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายเอกรัฐ ทุ่งอ่วน	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางเพ็ญพิชชา ตันกุระ	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางสาวจิรฐา ศรีภานุมาต	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางภัทราวรรณ วงศ์พระยา	ศึกษานิเทศก์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

คณะทำงานออกแบบ/รูปเล่ม

นายชำนาญ แปงเขียว	ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านนันทาราม
นายศรายุทธ แก้วเรือน	ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านนาหลวง
นายยุรนันท์ บุญนิยม	ICT Talent รร.บ้านร่องฟอง
นายเอกชัย พนะสันต์	ICT Talent รร.บ้านถิ่น(ถิ่นวิทยาคาร)

คณะผู้จัดทำ

พ.ศ. 2566

ที่ปรึกษา

นายชุติเดช มีจันทร์	ผู้ว่าราชการจังหวัดแพร่
นางสาวนิติยา พงษ์พาณิช	รองผู้ว่าราชการจังหวัดแพร่
นายสุทิน จันทรวรเชตต์	ศึกษาธิการจังหวัดแพร่
นายอภิรักษ์ อิ่มจิตอนุสรณ์	ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายประสิทธิ์ อินวรรณา	ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแพร่
นายศุกรี อยู่สุข	คณบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่เฉลิมพระเกียรติ

คณะกรรมการดำเนินงาน

นายพรหมพันธุ์ กองพลพรหม	ผู้จัดการงานสนับสนุนสำนักกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางปนัดดา อุทัศน์	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายสัญญา สิทธิเสนา	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร

นายอภิรักษ์ อิ่มจิตอนุสรณ์	ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
รศ.ดร.มนสิช สิทธิสมบูรณ์	อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษา สาขาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.กรรณิการ์ กาญจันดา	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
นางมุกดา เลขะวิพัฒน์	ศึกษานิเทศก์เชี่ยวชาญ เทศบาลเมืองแพร่
นายพิพัฒน์ ใจภักดี	ผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศ ติดตามและประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต ๑
นายเอกรัฐ ทุ่งอ่วน	ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง(แม่ยางประชานุเคราะห์) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต ๑
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต ๑

คณะกรรมการจัดทำหลักสูตร

นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายสุวรรณ หลายกิจพานิช	ผู้อำนวยการโรงเรียนแม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)
นางกนกพรรณ จันทร์เดช	ผู้อำนวยการโรงเรียนชุมชนบ้านเหมืองหม้อ(เหมืองหม้อสามัคคี)
นางแสงเดือน คำมา	ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านกาศประชานุเคราะห์

คณะครูโรงเรียนแม่ยางตาล(กิตติประชานุกูล)

คณะครูโรงเรียนชุมชนบ้านเหมืองหม้อ(เหมืองหม้อสามัคคี)

คณะครูโรงเรียนบ้านกาศประชานุเคราะห์

คณะบรรณาธิการกิจ

นายพิทักษ์ กาวีวน	รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางวิมลสิริ ประเทือง	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายอุเทน วีระคำ	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางอัจฉรา กาศเจริญ	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางสุธิดา โสภารัตน์	ศึกษานิเทศก์ชำนาญการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นางสาวทิพวรรณ ปัญญากวาว	พนักงานธุรการปฏิบัติงาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
นายเกียรติภูมิ ประสุทธิ์	ครูโรงเรียนชุมชนบ้านหนุนเหนือ(แสงศรีวิทยา)
นายวราห์ ธมิกานนท์	ครูโรงเรียนบ้านห้วยฮ่อม
นางสาวอังศนา ตันมา	ครูโรงเรียนบ้านห้วยฮ่อม
นางณัฐธินียา ปราบสงบ	ครูโรงเรียนบ้านดอนชัย(ประชาอุทิศ)
นายคเณศ คะชา	ครูโรงเรียนบ้านดอนชัย(ประชาอุทิศ)
นายดีลาภ ปราบสงบ	ครูโรงเรียนบ้านวังดิน(วังดินราษฎร์บำรุง)
นางสาววันวิสา ม่วงทอง	ครูโรงเรียนอนุบาลแพร่

คณะทำงานออกแบบ/รูปเล่ม

นายเกียรติภูมิ ประสุทธิ์	ครูโรงเรียนชุมชนบ้านหนุนเหนือ(แสงศรีวิทยา)
นายดีลาภ ปราบสงบ	ครูโรงเรียนบ้านวังดิน(วังดินราษฎร์บำรุง)
นายวราห์ ธมิกานนท์	ครูโรงเรียนบ้านห้วยฮ่อม

แผนการจัดการเรียนรู้

ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 วิชาธุรกิจค้าขายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

หลักสูตรไม้สัก

และผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่