



แผนการจัดการเรียนรู้สมรรถนะอาชีพ
บูรณาการสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2556
หมวดวิชา ทักษะวิชาชีพ
รหัสวิชา 2202 - 2002 วิชาการหาข้อมูลทางการตลาด
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562

จัดทำโดย
นางสาวชลธิดา โพธิสา

แผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาหนองคาย
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

ลักษณะรายวิชา

รหัสและชื่อวิชา.....2202-2002.....การทำข้อมูลทางการตลาด.....
 หน่วยกิต(ชั่วโมง).....(3)..4...ชั่วโมง/สัปดาห์.....เวลาเรียนต่อภาค.....72.....ชั่วโมง
 สภาพรายวิชา.....หมวดวิชาชีพสาขางาน.....ระดับชั้น.....ปวช.....

รายวิชาตามหลักสูตร	พัฒนาหลักสูตรรายวิชาเป็นสมรรถนะ	ชั่วโมง
จุดประสงค์รายวิชา	สมรรถนะรายวิชา	
1. มีความรู้เกี่ยวกับประเภทของข้อมูลการตลาด	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับบทบาทของข้อมูลทางการตลาด4.....
2. มีความเข้าใจขั้นตอนการจัดการข้อมูลการตลาดอย่างง่าย	2. แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินลงทุนธุรกิจ4.....
3. มีทักษะในการดำเนินงานหาข้อมูลการตลาดอย่างง่าย	3. แสดงความรู้เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลทางการตลาด4.....
4. มีกิจนิสัยในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์ความคิดสร้างสรรค์	4. จัดหาข้อมูลด้วยการวิจัยตลาด12.....
5. ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดหาข้อมูลทางการตลาด	5. สุ่มตัวอย่างแล้วเก็บข้อมูลการตลาด8.....
	6. ออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลทางการตลาด8.....
	7. ประมวลผลข้อมูลด้วยมือและเครื่องคอมพิวเตอร์8.....
	8. วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด8.....
	9. เสนอรายงานการวิจัยตลาด8.....
	10. ใช้ประโยชน์จากรายงานการวิจัยตลาด (นำรายงานการวิจัยตลอดไปใช้ประโยชน์8.....
มาตรฐานรายวิชา		
1. บอกความหมายและความสำคัญของข้อมูลทางการตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ		
2. อธิบายวิธีการหาข้อมูลทางการตลาดและการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อใช้ในการตัดสินใจ		
3. สร้างแบบสอบถามในการหาข้อมูลทางการตลาดประเภทต่าง ๆ		
คำอธิบายรายวิชา		
ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของข้อมูลทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ประเภทของข้อมูลทางการตลาด การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล การนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจ		
	รวม	72

ตารางวิเคราะห์หลักสูตร

รหัส.....2202-2002.....วิชา.....การหาข้อมูลทางการตลาด.....หน่วยกิต.....3.....
 ชั้น.....ปวช.....สาขาวิชา/กลุ่มวิชา/แผนกวิชา.....การขาย.....

ชื่อหน่วย พฤติกรรม	พุทธิพิสัย						ทักษะพิสัย	จิตพิสัย (คะแนนระหว่างเรียน 20 %)	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวน คาบ	
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					ชั่วโมง	
บทบาทของข้อมูลทางการตลาดในองค์กรธุรกิจ	2	2	1	1	0			6	6	4		
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจ	2	2	3	1			1	9	5	4		
ประเภทและแหล่งข้อมูลทางการตลาด	2	2	2	2	3			11	4	4		
การจัดหาข้อมูลด้วยการวิจัยตลาด	1	2	3	2			1	9	5	12		
การสุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล	1	2	3	2	3		1	12	1	8		
การออกแบบสอบถาม	1	2	2	2	2		2	11	3	8		
การประมวลผลข้อมูล	1	2	3	1	2		2	11	3	8		
การวิเคราะห์ข้อมูล	2	2	1	3	2		2	12	2	8		
การเสนอรายงานผลการวิจัย	2	2	2	2	2		3	12	1	8		
การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการวิจัยตลาด	2	2	1	1			1	7	7	8		
รวม	16	19	19	17	14		15	100		72		
ลำดับความสำคัญ	3	1	1	2	5		4					

แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การหาข้อมูลทางการตลาด

ชื่อหน่วย แสดงความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการตลาดในองค์กรธุรกิจ

เรื่อง บทบาทของข้อมูลการตลาดในองค์กรธุรกิจ

1. สาระสำคัญ

ในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการผลิต ธุรกิจบริการ หรือธุรกิจคนกลางทางการตลาดในยุคปัจจุบันนี้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นผู้บริหารธุรกิจและการตลาดจึงต้องมีวิธีการบริหารจัดการที่ดี มีการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือตลาดในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้นั้น จะต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารทางการตลาดระดับต่าง ๆ ในการนำมาใช้ในการปรับปรุงและปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินกิจกรรมการตลาดและธุรกิจให้ต่อสู้กับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด โดยสามารถสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

1. รู้องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจ

2. เข้าใจบทบาทและความสำคัญของการตลาด

3. รู้ความหมายและความสำคัญของการหาข้อมูลการตลาด

4. ความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจได้

2. อธิบายบทบาทและแสดงความสำคัญของการตลาดได้

3. บอกความหมายและความสำคัญของการหาข้อมูลการตลาดได้

4. บอกหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้

3. เนื้อหาสาระ

1. องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจ

1.1 องค์การธุรกิจ

1.2 ผู้ประกอบการ

1.3 ระบบเศรษฐกิจ

1.4 หน้าที่ขององค์การธุรกิจ

2. บทบาทและความสำคัญของการหาข้อมูลทางการตลาด

2.1 ความหมายและความสำคัญของการหาข้อมูลทางการตลาด

2.2 แนวความคิดทางการตลาด

2.3 ความสำคัญของการตลาด

2.4 หน้าที่ทางการตลาด

3. ความหมายและความสำคัญของการหาข้อมูลทางการตลาด

3.1 ความหมายของข้อมูลทางการตลาด

3.2 ความเป็นมาของข้อมูลทางการตลาด

3.3 ความสำคัญของข้อมูลทางการตลาด

3.4 ประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ

3.4.1 ด้านการบริหาร

3.4.2 ด้านการขายและการตลาด

3.4.3 ด้านการผลิตและการปฏิบัติการ

3.4.4 ด้านการเงินและการบัญชี

3.4.5 ด้านระบบสารสนเทศ

3.4.6 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

3.4.7 ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

4. หลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4. กิจกรรมการเรียนรู้

(สัปดาห์ที่ 1)

สอนโดยวิธีบรรยาย

1. ชี้นำ/ขั้นเตรียม

1.1 โดยการพูดถึงสถานการณ์ค้าขายในตัวเมืองหนองคายที่มีตลาดท่าเสด็จและมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ พร้อมกับสอบถามความคิดเห็นแลกเปลี่ยนกับผู้เรียนที่มีต่อสถานการณ์ดังกล่าวถึงแนวโน้มการค้าขายและการที่ผู้เรียนได้ไปมีส่วนเป็นผู้ซื้อสินค้าในตลาดท่าเสด็จ (20 นาที) โดยธุรกิจที่ผู้เรียนพบเป็นธุรกิจประเภทใด

1.2 แจ้งวัตถุประสงค์ให้กับผู้เรียนทราบถึงองค์ประกอบของธุรกิจ เข้าใจบทบาทของข้อมูลทางการตลาดต่อการดำเนินธุรกิจและความสำคัญของข้อมูลของการตลาดต่อการ(10 นาที) ดำเนินงานธุรกิจ

2. ชั้นกิจกรรม (วิธีสอนแบบบรรยาย)

2.1 บรรยายถึงหน้าที่ของธุรกิจที่มีอยู่ 4 หน้าที่ โดยข้อมูลการตลาด เป็นหน้าที่หนึ่งของกิจกรรมการตลาดของธุรกิจ

2.2 ใ้ใบความรู้แก่นักเรียน เรื่อง ประเภทของธุรกิจ

2.3 บรรยายถึงบทบาทและความสำคัญของการตลาดและการหาข้อมูลการตลาด

2.4 อธิบายถึงประโยชน์ที่ธุรกิจได้รับจากการมีข้อมูลการตลาด

2.5 ใ้ใบงานมอบหมายงานแก่นักเรียนเป็นรายบุคคล หัวเรื่อง ประเภทของธุรกิจที่นักเรียนได้พบเห็นหรือมีส่วนในการซื้อสินค้ามากที่สุดในชีวิตประจำวัน (1 ชั่วโมง)

3. ชั้นสรุปและประเมินผล

3.1 ใ้ให้นักเรียนทำแบบฝึกหัดเพื่อทดสอบ

3.2 ใ้ใบมอบหมายงานเพื่อทดสอบ เรื่อง ข้อมูลของธุรกิจที่นักเรียนชื่นชอบที่จะต้องการนำมาปรับปรุงการดำเนินงาน(30 นาที)

3.3 ใ้ให้นักเรียนทำแบบทดสอบ 20 ข้อ โดยใช้เกณฑ์ 60 % 12 ข้อ (10 นาที)

4. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

ชื่อหนังสือ ผู้แต่ง สำนักพิมพ์ พ.ศ. 25 จากหน้า ถึง เว็บไซต์/เอกสาร

1. ใบความรู้/ใบงาน/ใบมอบหมายงาน (โดยมีการใส่เลขที่) ตำราเรียนการหาข้อมูลทางการตลาด ผู้แต่งพัฒนา สิริโชติบัณฑิต สำนักพิมพ์แม็ค จำกัด พ.ศ. 2547 หน้า 10-23

6. หลักฐาน : เรื่อง, ชิ้นงาน, หน่วย

6.1 หลักฐานความรู้

1. แบบทดสอบ / แบบฝึกหัด วัดผลทฤษฎี

2. ใบความรู้เรื่องประเภทของธุรกิจ

6.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. รายงานข้อมูลที่ธุรกิจต้องนำมาปรับปรุง

2. รายงานความรู้ที่ได้จากการค้นคว้าประเภทธุรกิจที่นักเรียนพบเจอในชีวิตประจำวัน

7. วัดและประเมินผล

7.1 เครื่องมือและประเมิน

1. แบบทดสอบภาคความรู้ จำนวน 20 ข้อ

2. แบบประเมินผลรายงานตามใบมอบหมายงานที่ 1 เรื่อง ประเภทธุรกิจที่นักเรียนพบเห็นมากที่สุด

3. แบบประเมินผลงานตามใบมอบหมายงานที่ 2 เรื่อง ข้อมูลที่ธุรกิจต้องการนำมาปรับปรุง

7.2 เกณฑ์การประเมิน

1. แบบทดสอบ มีเกณฑ์ผ่าน 60% เท่ากับ 12 ข้อ

2. แบบประเมินผลรายงาน ตามใบมอบหมายงานที่ 1 เรื่อง ประเภทธุรกิจ ๗ ตอบได้ 5 ประเภทผ่านเกณฑ์ดี
มาก ได้ 3 ประเภท ได้เกณฑ์พอใช้ ตอบได้ 1-2 ประเภท ผ่านเกณฑ์ในระดับน้อย

3. แบบประเมินผลรายงานข้อมูลที่ธุรกิจต้องการนำมาปรับปรุง

B. กิจกรรมเสนอแนะ

สืบค้นข้อมูลจากศึกษาดูงาน

1. ตลาดท่าเสด็จ OTOP จังหวัดหนองคาย

2. โลตัสสาขาบึงเจียง

3. ร้านอินดี้

4. เซเว่นอีเลฟเว่น

5. ร้านมินิมาร์ทใกล้บ้าน ฯลฯ

แผนการสอน		หน่วยที่ 1
วิชา	การหาข้อมูลทางการตลาด	สอนครั้งที่ 1-3
ชื่อหน่วยงาน	รูปแบบการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน	
ชื่อเรื่อง	ลักษณะของธุรกิจในปัจจุบัน	จำนวนคาบรวม 4 คาบ
หัวข้อเรื่อง		
<ol style="list-style-type: none"> 1. องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน 2. บทบาทและความสำคัญของการตลาด 3. ความหมายและความสำคัญของการหาข้อมูลการตลาด 		
สาระสำคัญ		
<p>ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนี้ มีการเปลี่ยนแปลงจากยุคก่อนอย่างมาก เป็นเน้นการผลิตให้ได้จำนวนมากให้เพียงพอกับความต้องการที่มีมากในสมัยก่อนนั้น พอมาถึงปัจจุบัน การแข่งขันทางธุรกิจมีมากขึ้น ผู้ผลิตมีมากขึ้นจึงทำให้ธุรกิจต้องการข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อสินค้าหรือบริการทำกำไรให้กับธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำมากขึ้น จึงมีวิธีการหาข้อมูลที่อาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น นั่นคือการวิจัยการตลาด โดยมีการหาข้อมูลในกระบวนการวิจัยตลาด</p>		
จุดประสงค์การเรียนรู้การสอน		
จุดประสงค์ทั่วไป		
<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเรียนรู้ลักษณะสำคัญของตลาดในปัจจุบันที่มีแนวโน้มที่ชัดเจน 2. เรียนปัญหาทางธุรกิจที่เกิดขึ้น สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาและวิธีการแก้ไข 3. เพื่อทราบถึงความสำคัญในการใช้ข้อมูลการตลาด 		
จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม		
<ol style="list-style-type: none"> 1. บอกลักษณะของธุรกิจในปัจจุบันได้ 2. อธิบายสาเหตุของปัญหาทางธุรกิจและบอกวิธีการแก้ปัญหาได้ 		

เนื้อหาสาระ

1. องค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

- 1.1 องค์การธุรกิจ
- 1.2 ผู้ประกอบการ
- 1.3 ระบบเศรษฐกิจ
- 1.4 หน้าที่ขององค์การธุรกิจ

2. บทบาทและความสำคัญของการตลาด

2.1 ความหมายของ การตลาด

การตลาด (Marketing) หมายถึง กิจกรรมด้านการทำธุรกิจ ซึ่งใช้เพื่อวางแผนตัวสินค้า ตั้งส่งเสริมการขาย และกระจายสินค้าหรือบริการที่สามารถสนองความพึงพอใจไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ : AMA

ตลาด (Market) หมายถึง กลุ่มลูกค้า ที่เป็นกลุ่มคน (People) ที่มีความต้องการ (Need) มีความสามารถในการซื้อ (Buying Power) และมีความเต็มใจที่จะซื้อ (willingness to Buy) ดังนั้น

Market ในวิชาการตลาด คือ ลูกค้า ไม่ใช่สถานที่

ระบบ (System) หมายถึง การรวมตัวกันของหน่วยย่อยต่าง ๆ ที่รวมกันเป็นหนึ่งเดียวกัน และส่วนย่อยต่าง ๆ นั้น จะดำเนินไปหรือเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปด้วยกันทั้งหมด โดยที่ทุก ๆ ส่วนจะขึ้นตรงสัมพันธ์กัน มีผลกระทบต่อกันและเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก

ระบบการตลาด (Marketing System) หมายถึง การรวมตัวกันของระบบย่อยในตลาด โดยที่ระบบย่อยต่าง ๆ ของการตลาดจะดำเนินและเคลื่อนไหวไปพร้อม ๆ กันทั้งระบบ

2.2 ความสำคัญของการตลาด

- 2.2.1 สำคัญต่อองค์การธุรกิจ
- 2.2.2 สำคัญต่อสังคม
- 2.2.3 สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ

2.3 หน้าที่ทางการตลาด

2.3.1 หน้าที่เกี่ยวกับการจัดหาสินค้า

- การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การซื้อ
- การขาย
- การจัดมาตรฐานและการแบ่งเกรดของผลิตภัณฑ์

2.3.2 หน้าที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย

- การขนส่ง
- การเก็บรักษาสินค้า

๑๑๑ ๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑

๑๑๑

๑๑๑๑๑๑๑

๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑๑

3. ความหมายของทฤษฎีการวัดเชิงคุณภาพและการวัดผล

3.1 ความหมายของทฤษฎีการวัดผล

ทฤษฎีการวัดผล คือทฤษฎีที่อธิบายถึงวิธีการวัดผลเชิงคุณภาพ และการวัดผลเชิงปริมาณ
ส่วน 1 ของทฤษฎีการวัดผลเชิงคุณภาพ

3.2 ความหมายของทฤษฎีการวัดผล

3.3 ทฤษฎีการวัดผลเชิงคุณภาพและการวัดผล

3.4 ความหมายของทฤษฎีการวัดผลและการวัดผลเชิงปริมาณ

ทฤษฎีการวัดผลเชิงคุณภาพและการวัดผลเชิงปริมาณ คือทฤษฎีที่อธิบายถึงวิธีการวัดผล
เชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือการวัดผลเชิงปริมาณ ส่วน 1

กิจกรรมการเรียนการสอน

ลำดับ	กิจกรรมผู้สอน	สื่อ	กิจกรรมผู้เรียน	เวลา
1	<p>กิจกรรมกรมนำเข้าสู่บทเรียน</p> <p>1.1 บอกวัตถุประสงค์ของการรู้</p> <p>1.2 บอกเกณฑ์การให้คะแนนตลอดรายวิชา</p> <p>1.3 นำตัวอย่างรูปเล่มรายงานการหาข้อมูลการตลาดมาให้นักเรียนดูเป็นตัวอย่าง</p> <p>1.4 เล่าเรื่องการตัดสินใจแก้ปัญหาทางธุรกิจของซิลซิล</p> <p>1.5 สนทนากับนักเรียนและให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาทางธุรกิจในปัจจุบัน</p>	รายงาน	<p>1.1 จัดบันทึกเกณฑ์การให้คะแนนลงสมุดบันทึก</p> <p>1.2 จัดวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้</p> <p>1.3 นักเรียนจับคู่กันปรึกษาและกำหนดหัวข้อที่ต้องการได้ข้อมูลมาแก้ปัญหาภายในสถานศึกษา</p>	<p>10 นาที</p> <p>10 นาที</p> <p>10 นาที</p>
2	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1.1 อธิบายเนื้อหาในหัวข้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของธุรกิจ - ปัญหาทางธุรกิจ - วิธีแก้ปัญหาทางธุรกิจ 	แผ่นใส	<p>2. ให้นักเรียนตอบคำถามระหว่างอธิบายและบันทึกสาระสำคัญลงสมุด</p> <p>- บอกชื่อธุรกิจที่มีในจังหวัดหนองคายทั้ง 5</p>	150 นาที
3	<p>สรุปเนื้อหาให้ความรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การประมวลผลข้อมูล 		<p>รูปแบบ</p> <p>3. อภิปรายในกลุ่มสรุปสาระ</p>	10 นาที

ลำดับ	กิจกรรมผู้สอน	สื่อ	กิจกรรมผู้เรียน	เวลา
4	ประเมินผล	ข้อสอบ ปรนัย	สำคัญที่ได้รับ 4. ทำแบบทดสอบบทที่ 1	20 นาที

ข้อสอบบทที่ 1

ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

1. แนวความคิดทางการตลาดในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับสิ่งใด
 - ก. การผลิตให้ได้ปริมาณมากที่สุด
 - ข. การเลือกผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ
 - ค. ลูกค้าเป้าหมาย
 - ง. ทรัพยากรธรรมชาติ
2. ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความรู้และฉลาดในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นเพราะสาเหตุใด
 - ก. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการอุปโภคบริโภคมากขึ้น
 - ข. ผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้นจึงเลือกซื้อได้มากขึ้น
 - ค. ผู้บริโภคทั้งหลายมีการศึกษาดีขึ้น
 - ง. มีร้านจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นให้เลือก
3. การปฏิบัติการใด ๆ ที่มีระเบียบแบบแผน ขั้นตอนที่แน่นอน หมายถึงข้อใด
 - ก. หลักการทางวิทยาศาสตร์
 - ข. ระบบงาน
 - ค. การวิจัยตลาด
 - ง. การวางแผนงาน
4. กิจกรรมธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายอยู่ตลอดเวลาเพราะเหตุใด
 - ก. กลุ่มเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการอยู่เสมอ
 - ข. สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
 - ค. ผู้บริหารการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารงานอยู่เสมอ
 - ง. ส่วนประสมทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
5. การแก้ปัญหาด้วยเหตุผล เป็นวิธีตัดสินใจที่ใช้ไม่ได้ผลทุกครั้งเพราะเหตุใด
 - ก. ปัญหาและเหตุผลไม่สอดคล้องกันทุกครั้ง
 - ข. เหตุกับผลต้องเหมือนกับกรณีที่เกิดขึ้นในครั้งก่อน ๆ
 - ค. ผลที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากหลาย ๆ สาเหตุได้
 - ง. เหตุและผลสอดคล้องกัน แต่อาจไม่เหมาะกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

	แผนการสอน	หน่วยที่ 2
วิชา	การหาข้อมูลทางการตลาด	สอนครั้งที่ 4 -7
ชื่อหน่วยงาน	ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ	
ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ	จำนวนคาบรวม 8 คาบ
หัวข้อเรื่อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจัยภายนอกธุรกิจ 2. ปัจจัยภายในธุรกิจ 3. กระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ <p>จุดประสงค์การเรียนรู้การสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บอกปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อมภายในด้านต่าง ๆ ได้บอกประเภทของข้อมูลได้ 2. บอกปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกด้านต่าง ๆ ได้บอกประเภทของข้อมูลได้ 3. อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของการดำเนินงานทางธุรกิจได้ 	

เนื้อหาสาระ

1. ปัจจัยภายนอกธุรกิจ
 - 1.1 สิ่งแวดล้อมระดับจุลภาค
 - 1.2 สิ่งแวดล้อมระดับมหภาค
2. ปัจจัยภายในธุรกิจ
 - 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา
 - ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - การส่งเสริมการตลาด
 - การขาย
 - ระบบการบริหารทางการตลาด
3. กระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ
 - 3.1 บทบาทในการตัดสินใจ
 - 3.2 กระบวนการตัดสินใจ
 - 3.3 การตัดสินใจโดยการหาข้อมูลทางการตลาดและการวิจัยตลาด

กิจกรรมการเรียนการสอน

ลำดับ	กิจกรรมผู้สอน	สื่อ	กิจกรรมผู้เรียน	เวลา
1	กิจกรรมนำเข้าสู่บทเรียน 1.1 บอกวัตถุประสงค์ ประสงค์ของการรู้ 1.2 เล่าเรื่องการปรับปรุง สินค้าของบริษัทมาลี 1.3 สันทนากับนักเรียนใน เรื่องการออกผลิตภัณฑ์ ใหม่ของบริษัทต่าง ๆ		1.1 นักเรียนจด วัตถุประสงค์การ เรียนรู้ 1.2 แสดงความคิดเห็น ต่อปัญหา 1.3 แสดงความคิดเห็น ต่อสินค้าที่ออกใหม่	30 นาที 20 นาที
2	กิจกรรมการเรียนสอน 2.1 อธิบายเนื้อหา ตาม หัวข้อ - บทบาทของข้อมูล การตลาด - ข้อมูลการตลาดที่ธุรกิจ ต้องการ		2. ให้นักเรียนจัดกลุ่ม โดยนับ 1 ถึง 4 จะได้ 4 กลุ่ม - ให้แต่ละกลุ่มระดม ความคิดเห็นเรื่องข้อมูลที่ วิทยาลัยต้องการได้รับรู้ เพิ่มเติม โดยบอกเหตุผล และประโยชน์ที่จะได้ รับรู้เพิ่มเติม โดยบอก เหตุผลและประโยชน์ ที่ จะรับแล้วนำเสนอหน้า ชั้นเรียน	10 นาที 150 นาที
3	สรุปเนื้อหา			30 นาที
4	ประเมินผล		3. เขียนสรุปสาระสำคัญ ลงสมุด 4.1 ถาม - ตอบ 4.2 ทำข้อสอบฝึกหัด ท้ายบท	30 นาที

ข้อสอบบทที่ 2

1. กิจการธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องเสาะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายอยู่ตลอดเวลาเพราะเหตุใด
 - ก. กลุ่มเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการอยู่เสมอ
 - ข. สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
 - ค. ผู้บริหารการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารงานอยู่เสมอ
 - ง. ส่วนประสมทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
2. สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมจะเป็นข้อมูลที่บอกให้ทราบเกี่ยวกับเรื่องใด
 - ก. ประเพณี วัฒนธรรม
 - ข. การแบ่งชนชั้นทางสังคม
 - ค. รูปแบบความต้องการในการดำเนินชีวิตประจำวัน
 - ง. การยอมรับของสังคมต่อผลิตภัณฑ์นั้น
3. การแก้ปัญหาด้วยเหตุผล เป็นวิธีตัดสินใจที่ใช้ไม่ได้ผลทุกครั้งเพราะเหตุใด
 - ก. ปัญหาและเหตุผลไม่สอดคล้องกันทุกครั้ง
 - ข. เหตุกับผลต้องเหมือนกับกรณีที่เกิดขึ้นในครั้งก่อน ๆ
 - ค. ผลที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากหลาย ๆ สาเหตุได้
 - ง. เหตุและผลสอดคล้องกัน แต่อาจไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป
4. ส่วนประสมการตลาดในข้อใดเกี่ยวข้องกับเรื่องการแข่งขันและการเก็บรักษา
 - ก. ราคา
 - ข. ผลิตภัณฑ์
 - ค. การจัดจำหน่าย
 - ง. การประกันภัย
 - จ. การส่งเสริมการตลาด
5. ปัจจัยใดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงหีบห่อสินค้าน้อยที่สุด
 - ก. การแข่งขัน
 - ข. การเมือง
 - ค. ประเพณี
 - ง. เทคโนโลยี
 - จ. สภาวะเศรษฐกิจ

แผนการสอน		หน่วยที่ 3
วิชา	การหาข้อมูลทางการตลาด	สอนครั้งที่ 8-12
ชื่อหน่วยงาน	ประเภทและแหล่งข้อมูลทางการตลาด	
ชื่อเรื่อง	ประเภทของข้อมูลการตลาด	จำนวนคาบรวม 8 คาบ
<p>หัวข้อเรื่อง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประเภทของข้อมูลการตลาด 2. แหล่งที่มาของข้อมูลทางการตลาด 3. ข้อจำกัดในการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ <p>สาระสำคัญ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลทางการตลาดแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ 2. ข้อมูลปฐมภูมิคือ ข้อมูลที่ไปจัดจากแหล่งข้อมูลที่เป็นตัวบุคคล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ พฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค คนกลาง บุคคลผู้รู้ ด้วยวิธีการสอบถาม สังเกต หรือทดลอง จากแหล่งภายนอกกิจการเป็นส่วนใหญ่ 3. ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลที่ได้จากการคัดลอก ศึกษาจากเอกสาร ในรูปสถิติ รายงาน บทความ หนังสือ จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกกิจการที่ได้เก็บรวบรวมไว้แล้ว 4. การนำข้อมูลทุติยภูมิมาใช้ ให้ประโยชน์ ในด้านการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่มีโอกาสผิดพลาดได้มาก จึงต้องระมัดระวังในการนำไปใช้ 		

จุดประสงค์การเรียนรู้การสอน

จุดประสงค์ทั่วไป

1. เรียนรู้ประเภทต่าง ๆ ของข้อมูลทางการตลาด
2. รู้จักแหล่งที่จะไปจัดเก็บข้อมูลการตลาดมาใช้
3. สามารถเลือกใช้ข้อมูลและแหล่งที่จะให้ข้อมูลได้ถูกต้อง เหมาะสมแก่การนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกประเภทของข้อมูลทางการตลาดได้
2. อธิบายถึงแหล่งข้อมูลการตลาดที่หามาใช้ได้
3. สามารถเลือกข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้ถูกต้อง

เนื้อหาสาระ

ให้เขียนเรียงเป็นหัวข้อใหญ่ หัวข้อรอง หัวข้อย่อย ตามลำดับ

ข้อมูล หมายถึง ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวแปร หรือเป็นค่าของตัวแปรซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลมา เพื่อนำมาเป็นหลักฐานอ้างอิงหรือสนับสนุนในการตอบปัญหาตามมุ่งหมายของการวิจัยนั้น ๆ

ข้อมูล หมายถึง ความรู้ รายละเอียด เกี่ยวกับลูกค้า ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

1. ประเภทของข้อมูล มี 2 ประเภท คือ

1.1 ข้อมูลขั้นต้น (Primary Data) หรือข้อมูลปฐมภูมิ

1.2 ข้อมูลขั้นรอง (Secondary Data) หรือข้อมูลทุติยภูมิ

2. แหล่งที่มาของข้อมูล มี 2 แหล่ง คือ

2.1 แหล่งข้อมูลภายในกิจการ

2.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

- การสอบถามจากพนักงานขาย
- การสอบถามจากบุคลากรภายในกิจการ
- การสังเกตวิธีปฏิบัติงาน
- รายงานประจำปีของกิจการ
- งบประมาณประจำปี
- รายงานการเงินต่าง ๆ
- บัญชีคุมยอดลูกหนี้หรือลูกค้าของกิจการ
- รายงานของพนักงานขาย
- เอกสารที่เกี่ยวกับงานการขาย

2.1 แหล่งข้อมูลภายในกิจการ

2.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

- ผู้บริโภค
- ร้านค้า
- คู่แข่งขัน
- บุคคลสำคัญในวงการ
- 2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ
- ข้อมูลสถิติต่าง ๆ

- สัญญาซื้อขาย

- หมาย

3. สัญญาซื้อขาย

3.1 สัญญาซื้อขาย

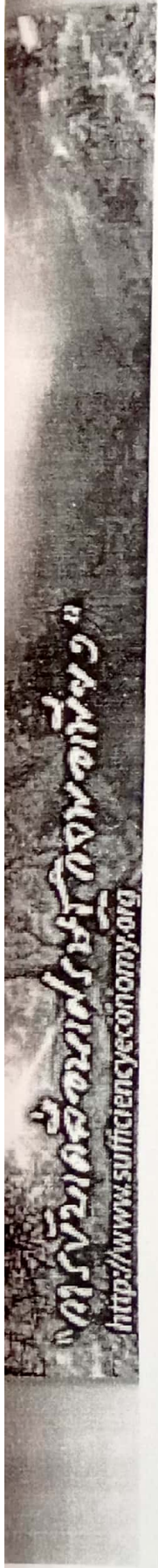
3.2 สัญญาซื้อขาย

กิจกรรมการเรียนการสอน

ลำดับ	กิจกรรมผู้สอน	สื่อ	กิจกรรมผู้เรียน	เวลา
1	กิจกรรมนำเข้าสู่บทเรียน - บอกวัตถุประสงค์ของการเรียน	แผ่นใส	1. จดวัตถุประสงค์การเรียนรู้	30 นาที
2	นำเข้าสู่บทเรียน 2.1 อธิบายเนื้อหาตามหัวข้อ - ประเภทของข้อมูลการตลาด - แหล่งที่มาของข้อมูล - ข้อจำกัดในการใช้ข้อมูล	แผ่นใส นิตยสาร คู่แข่ง	2. ให้จับคู่แสดงความคิดเห็น - ข้อแตกต่างของข้อมูลปฐมภูมิกับทุติยภูมิ - ให้นักเรียนค้นคว้าจากหนังสือและนิตยสารคู่แข่ง หาข้อมูล ผลการวิจัยคนละ 1 เรื่อง พร้อมทั้งระบุว่าเป็นข้อมูลประเภทใด	150 นาที
3	สรุปผล		3. เขียนสรุปเนื้อหาสาระสำคัญ	20 นาที
4	ประเมินผล		4.1 ผลงานข้อมูลที่ค้นหา 4.2 ตอบคำถาม 4.3 ทำแบบฝึกหัด	50 นาที

ข้อสอบบทที่ 3

1. ข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บรวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เรียกข้อมูลนี้ว่าอะไร
 - ก. ข้อมูลเบื้องต้น
 - ข. ข้อมูลปฐมภูมิ
 - ค. ข้อมูลทางสถิติ
 - ง. ข้อมูลดิบ
2. ข้อใด *ไม่* เกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ
 - ก. รายงานผลการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ
 - ข. เอกสารส่วนบุคคล
 - ค. เครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีพิเศษ
 - ง. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
3. หลักศิลาจารึก เป็นข้อมูลชนิดใด
 - ก. ข้อมูลทางปฐมภูมิ
 - ข. ข้อมูลทางทุติยภูมิ
 - ค. ข้อมูลทางวิชาการ
 - ง. ข้อมูลทางประวัติศาสตร์
4. นายขวามีสมาชิกครอบครัว 4 คน เพศหญิง 2 คน เพศชาย 2 คน ทุกคนมีสัญชาติไทย รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยของครอบครัวนี้เท่ากับ 8,500 บาท ข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นจัดอยู่ในข้อมูลใด
 - ก. ข้อมูลพื้นฐาน
 - ข. ข้อมูลจัดแบ่งประเภท
 - ค. ข้อมูลส่วนตัว
 - ง. ข้อมูลสำหรับครอบครัว
5. แบบเก็บข้อมูลทุติยภูมิ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม จัดเป็นข้อมูลประเภทใด
 - ก. ข้อมูลพื้นฐาน
 - ข. ข้อมูลจัดแบ่งประเภท
 - ค. ข้อมูลส่วนตัว
 - ง. ข้อมูลสำหรับครอบครัว



ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

กับธุรกิจเอกชน

(Toward Sufficiency Enterprise)

นำเสนอโดย : ดร.ปริญานต์ พิบูลสระวุฒ
โครงการวิจัย
สำนักงานทรัพย์สินส่วน
เศรษฐกิจพอเพียง
ระมหากษัตริย์
พฤษภาคม ๒๕๕๒



พระปฐมบรมราชโองการ

ณ พระที่นั่งไพศาลทักษิณ

วันศุกร์ที่ ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๓

เนื่องในวันบรมราชาภิเษกพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

**“เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม
เพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนชาวสยาม”**



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

คนเราถ้าพอในความต้องการ

ก็มีความโลภน้อย

เมื่อมีความโลภน้อย ก็เบียดเบียนคนอื่นน้อย.
ถ้าทุกประเทศมีความคิด-อันนี้ไม่ใช่เศรษฐกิจ-

มีความคิดว่าทำอะไรต้องพอเพียง
หมายความว่า พอประมาณ ไม่สุดโต่ง
ไม่โลภอย่างมาก คนเราก็อยู่เป็นสุข.

พระราชดำรัส (๔ ธ.ค. ๒๕๔๑)



ความพอเพียงนี้ อาจจะมีของหรูหราก็ได้
แต่ก็ต้องไม่เบียดเบียนคนอื่น
ต้องให้พอประมาณตามอัตภาพ พูดจากพอเพียง
ทำอะไรก็พอเพียง ปฏิบัติตนก็พอเพียง

พระราชดำรัส (๔ ธ.ค. ๒๕๔๑)



“...ไฟฟ้าถ้ามีความจำเป็น หากมีเศรษฐกิจพอเพียงแบบไม่เต็มที่ เรามีเครื่องปั่นไฟก็ใช้ปั่นไฟ หรือถ้าขึ้นโบราณว่า มีตักจุดเทียน คือมีทางที่จะแก้ปัญหาเสมอ ฉะนั้นเศรษฐกิจพอเพียง ก็มีเป็นขั้น ๆ แต่จะบอกว่าเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ให้พอเพียงเฉพาะตัวเองร้อยเปอร์เซ็นต์นี้เป็นสิ่งที่ทำไม่ได้ จะต้องมีการแลกเปลี่ยน ต้องมีการช่วยกัน ถ้าไม่มีการช่วยกันแลกเปลี่ยนกัน ก็ไม่ใช่พอเพียงแล้ว พอเพียงในทฤษฎีในหลวงนี้ คือ ให้สามารถที่จะดำเนินงานได้...”

จากกระแสพระราชดำรัสวันที่ ๒๓ ธันวาคม ๒๕๔๒



ที่ ทบ ๐๓๓๖.16888

สำนักราชเลขาภิบาล

พระบรมมหาราชวัง ลพ.ม. ๑๐1๐๐

๕1 พฤศจิกายน ๒๕๕๒

เรื่อง ทวีรกรรมพระบรมวงศานุวงศ์


เรียน ประธานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

อ้างถึง หนังสือที่ นร 1001/ท.๐1 ลงวันที่ ๒๓ ตุลาคม ๒๕๕๒

ซึ่งที่ส่งมาด้วย สันนิบาตความเรื่อง "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" ที่แก้ไขแล้ว

ตามที่ท่านขอให้ไปหาความกับบัณฑิตพิเศษท่านพิเศษพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าวิจิตรนันทน์ บวรวิจิตร "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" ซึ่งสำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิในทางเศรษฐกิจและสาขาอื่น ๆ มาร่วมกันประมวลและค้นกรองพระราชดำรัส เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง และขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตนำบทความดังกล่าวไปเผยแพร่ เพื่อให้ประชาชนทั่วปวงทราบ และขอร้อง ที่ได้รับเรื่อง ตลอดจนประมวลไป บัน

ใช้ข้อความที่แก้ไขของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งมาทั้งหมดแล้ว ทวีรกรรมอันปรับปรุงแก้ไขพระราชทาน และกรมพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาต ขานต่อพระบรมราชกรุณา



(หม่อมหลวงจักรพงษ์ เดชมหิรัญ)

ราชเลขาภิบาล

คณะกรรมการพระองค์

โทร ๒๒๖๖๕๖๗ ๕๓ ต่อ ๒๓1๕, ๒๓16



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

เป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์

เป้าหมาย

มุ่งให้เกิดความสมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งทางวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

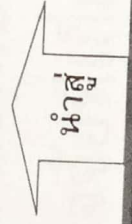
หลักการ

ความพอเพียง หมายถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน

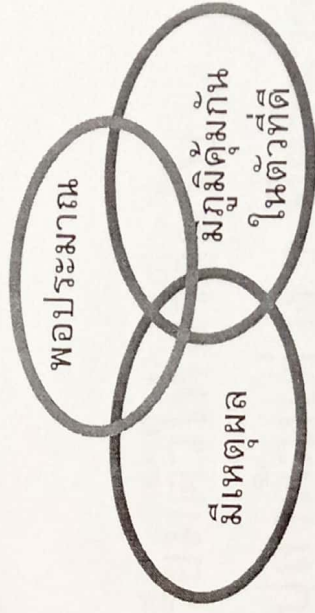
เงื่อนไขพื้นฐาน (ความรู้คู่คุณธรรม)

- จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผน และการดำเนินการทุกขั้นตอน
- การเสริมสร้างจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ

วัตถุประสงค์/สิ่งแวดล้อม/วัฒนธรรม
สมดุล/พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง



ทางสายกลาง ► พอเพียง



เงื่อนไขความรู้ รอบรู้ รอบคอบ ระมัดระวัง	เงื่อนไขคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต อดทน เพียร มีสติ ปัญญา
---------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

www.sufficiencyeconomy.org

- **ความพอประมาณ** หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ
- **ความมีเหตุผล** หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ
- **การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว** หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบ และความเสียหายจากการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล



การตัดสินใจและการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ให้พอเพียงต้องอาศัย
ทั้ง**ความรู้และคุณธรรม**เป็นพื้นฐาน

- **เงื่อนไขความรู้** ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆที่
เกี่ยวข้องกับอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมา
พิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผนและความ
ระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ
- **เงื่อนไขคุณธรรม** ที่จะต้องเสริมสร้าง ประกอบด้วยมีความ
ตระหนักในคุณธรรม เช่น มีความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน
ความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต



<p>ความพอประมาณ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ พอเหมาะกะกับสภาพของตน (ปัจจัยภายใน) ■ พอควรกับภูมิสังคม (ปัจจัยภายนอก) <p>(สมดุล)</p>	<p>ความมีเหตุมีผล</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ รู้สาเหตุ - ทำไม ■ รู้ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง <p>วิชาการ/กฎหมาย / ความเชื่อ/ประเพณี</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ รู้ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ <p>(รอบรู้/สติ ปัญญา)</p>	<p>มีภูมิคุ้มกันที่ดี</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ■ รู้เท่าทัน และเตรียมความพร้อม (วางแผน/รอบคอบ/เรียนรู้ /พัฒนาตน/ทำประโยชน์ให้กับสังคม/รักสิ่งแวดล้อม)
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

สามารถพึ่งตนเองได้ และเป็นพี่พี่ของผู้อื่นได้ โดยมีคุณธรรมกำกับความรู้



- ❖ ระเบิดจากข้างใน
- ❖ ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ
- ❖ ปฏิบัติอย่างจริงจัง
- ❖ เน้นให้พึ่งตนเองได้
- ❖ ดำเนินถึงภูมิสังคม
- ❖ ทำตามลำดับขั้น
- ❖ ประหยัด เรียบง่าย
- ❖ ประโยชน์สูงสุด
- ❖ บริการที่จุดเดียว
- ❖ แก้ปัญหาจากจุดเล็ก
- ❖ ไม่ติดตำรา
- ❖ ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ
- ❖ การมีส่วนร่วม
- ❖ รู้ รัก สามัคคี
- ❖ มุ่งประโยชน์สุขคนส่วนใหญ่

คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา

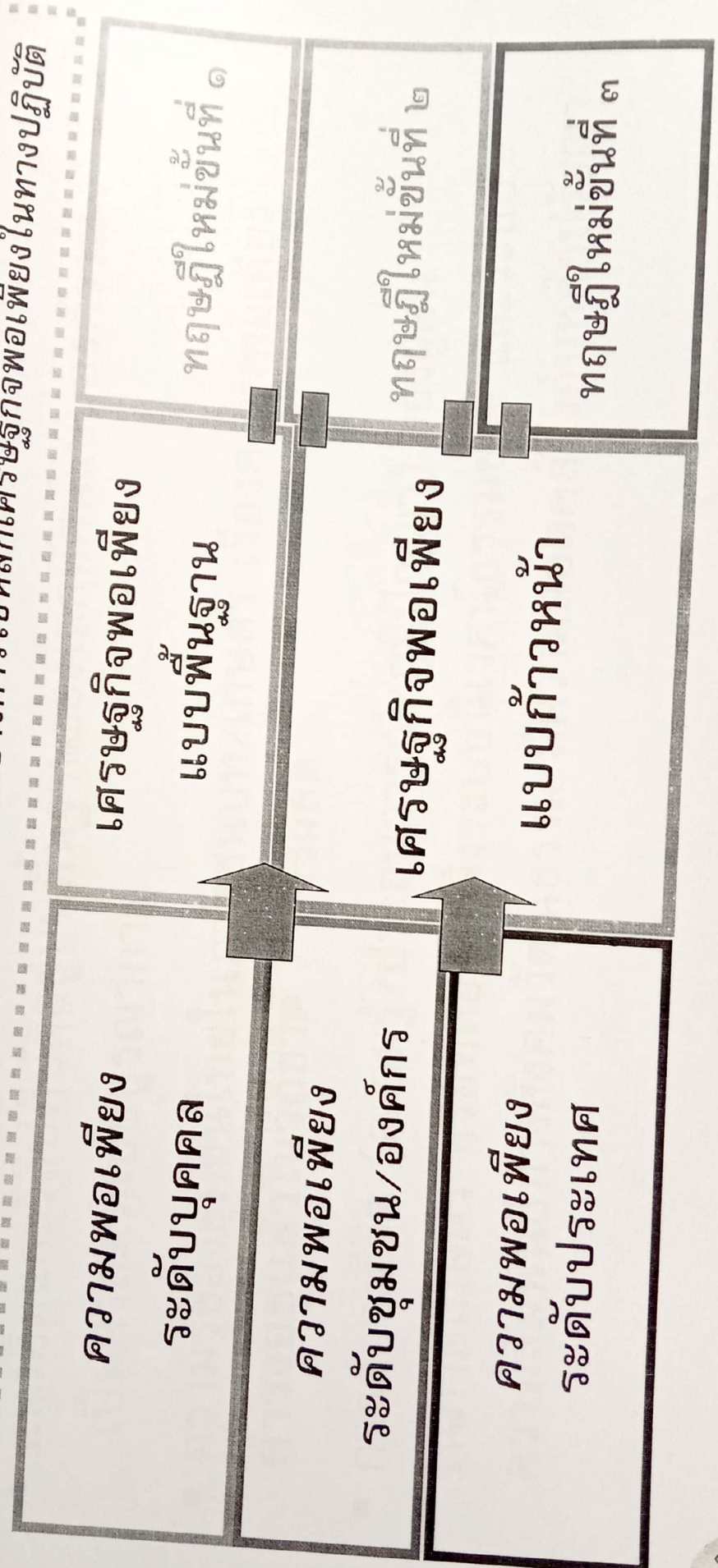
ปฏิบัติอย่างพอเพียง

เป้าหมายคือสังคมพอเพียง



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นกรอบแนวคิดที่ซับซ้อนหลักการและแนวทางการปฏิบัติของทฤษฎีใหม่
 ทฤษฎีใหม่หรือเกษตรทฤษฎีใหม่ เป็นตัวอย่างการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในทางปฏิบัติ



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง



▪ **มีพัฒนาการยาวนาน** บทบาทของบริษัทของกระแสแนวคิดทางเลือกของการพัฒนา

▪ **แนวคิดและวิถีปฏิบัติ** อยู่บนพื้นฐานของโลกทัศน์แบบองค์รวม / เป็นศาสตร์แบบบูรณาการ

▪ **ความรู้** ของชุมชนไทยในภาคชนบท/เกษตร เรื่องความพอเพียง **ดำรงอยู่แล้ว** ในวิถีชีวิต / การผลิต

▪ **การดำรงชีวิต** (ความรู้/ประสบการณ์/ภูมิปัญญา) ของผู้คนในภาคเกษตร หรือที่ต้องพึ่งพิงระบบนิเวศน์ธรรมชาติ และระบบความสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรม มีความสอดคล้องกับหลักปรัชญา



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

- มีพัฒนาการยาวนานบนบริบทของกระแสแนวคิดทางเลือกของการพัฒนา

- แนวคิดและวิถีปฏิบัติอยู่บนพื้นฐานของโลกทัศน์แบบองค์รวม / เป็นศาสตร์แบบบูรณาการ

- ความรู้ของชุมชนไทยในภาคชนบท/เกษตร เรื่องความพอเพียง ดำรงอยู่แล้วในวิถีชีวิต / การผลิต

- การดำรงชีวิต (ความรู้/ประสบการณ์/ภูมิปัญญา) ของผู้คน ในภาคเกษตร หรือที่ต้องพึ่งพิงระบบนิเวศน์ธรรมชาติ และระบบ ความสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรม มีความสอดคล้องกับหลักปรัชญา



- เป็นวิถีการดำเนินชีวิต ที่ใช้คุณธรรมกำกับความรู้
- เป็นการพัฒนาตัวเอง ครอบครัว องค์กร ชุมชน สังคม ประเทศชาติ ให้ก้าวหน้าไปพร้อมกับความสมดุล มั่นคง
- เป็นหลักปฏิบัติเพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข บนรากฐานทางวัฒนธรรมที่ดี ระหว่างคนกับคนในสังคม และคนกับธรรมชาติ อย่างยั่งยืน



ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กับภาคธุรกิจ



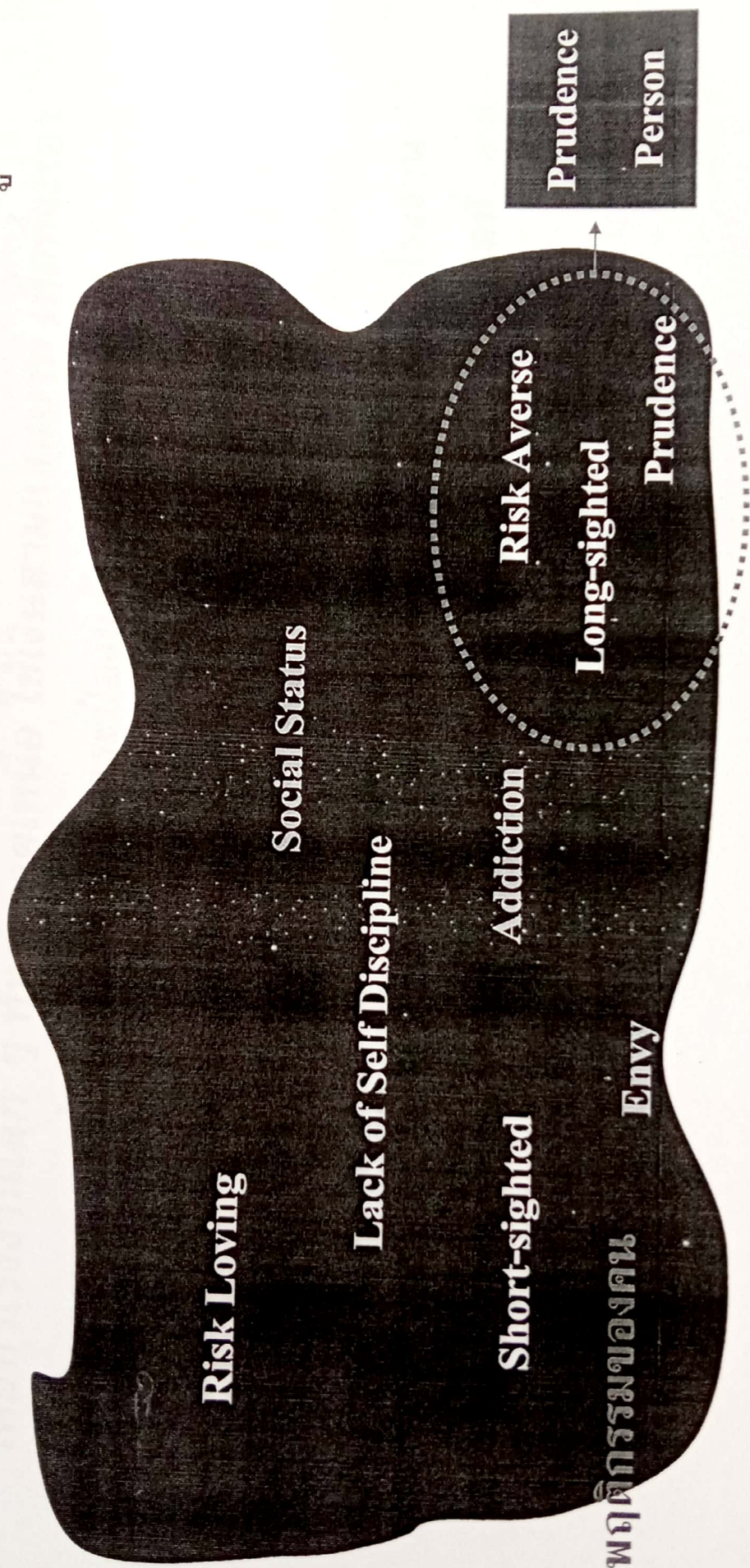
โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

- ภาคธุรกิจเป็นปัจจัยที่กำหนด ค่าเงิน ค่าจ้าง การเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่
- หลายคนคิดว่า เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องของชุมชนและชนบทเท่านั้น แต่ความจริงแล้ว เศรษฐกิจพอเพียงสามารถประยุกต์ใช้ได้กับภาคธุรกิจเช่นเดียวกัน
- หัวใจคือการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจที่พอประมาณ ตั้งอยู่บนเหตุผล และ สร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับตนเอง บนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรม



Neoclassical Economics พยายามเข้าใจ Human Choice

และอธิบาย Pattern ที่ Observe จากกรอบแนวคิด ที่มีอยู่



พฤติกรรมของคน



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

“การลงทุนอย่างมกนั้นบอกให้เขาทราบว่า ไม่ค่อยเห็นด้วย เพราะว่าจะ
เคยทำโรงงานเล็ก ๆ ที่ทางภาคเหนือ ใช้เงินสามแสนบาท เพื่อที่จะเอา
ผลิตผลของชาวบ้านชาวเขามาใส่กระป๋องแล้วขาย ก็ได้ผล เป็นโรงงาน
เล็ก ๆ บอกว่าเขาลงทุนเป็นล้าน รู้สึกว่าเสี่ยง เขายอมรับว่าต้องทำอย่าง
นั้น เขากลงทุน ทำไปทำมา สัปดาห์ที่อำเภอบ้านบึงทางชลบุรี ก็ไม่มี
มากพอ เมื่อมีไม่มากพอ ต้องไปสั่งสัปดาห์จากปราณบุรี สัปดาห์
จากปราณบุรีต้องขนส่งมา ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ทำไปทำมาโรงงาน
ก็ล้ม อย่างนั้นก็แสดงให้เห็นว่า ทำโครงการอะไร ก็ต้องนึกถึงขนาดที่
เหมาะสมกับที่เรียกว่าอัตรภาพ หรือกับสิ่งแวดล้อม”



“ ฉะนั้นการที่จะทำโครงการอะไร จะต้องทำด้วยความรอบคอบ และอย่าตาโตเกินไป คือบางคนเห็นว่ามีโอกาสที่จะทำโครงการอย่าง โน้นอย่างนี้ และไม่ได้นึกถึงปัจจัยต่างๆ ให้ครบ ปัจจัยหนึ่งคือขนาดของโรงงาน หรือเครื่องจักรที่สามารถที่จะปฏิบัติ ได้ แต่ข้อสำคัญที่สุดคือวัตถุดิบ ถ้าไม่สามารถที่จะให้ค่าตอบแทน วัตถุดิบแก่เกษตรกร เกษตรกรก็จะไม่ผลิต ยิ่งถ้าวัตถุดิบสำหรับใช้ใน โรงงานนั้นเป็นวัตถุดิบที่ต้องนำมาจากระยะไกล หรือนำเข้าก็จะมี ยาก เพราะกว่าวัตถุดิบที่นำเข้านั้นราคายิ่งแพง ”



แข่งขัน

อย่างมีเหตุผล

มุ่งผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าระยะสั้น

ขยาย

อย่างพอประมาณ

รู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง และรู้จักตัวเอง

เสี่ยง

อย่างมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว

เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม

บนพื้นฐานของการมีคุณธรรมกำกับความรู้



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

ความพอประมาณ : มุ่งผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าระยะสั้น

- ความพอประมาณในการผลิตและรับคำสั่งสินค้า
 - รับคำสั่งเฉพาะที่จะทำได้ตามกำลังที่มีอยู่ เพื่อรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูง
 - เน้นการผลิตเพื่อลูกค้าบางกลุ่มมากกว่าการผลิตเพื่อขายทั่วไป
- ความพอประมาณในการแสวงหากำไร
 - ยึดถือหลักการแบ่งปัน ไม่เบียดเบียนลูกค้า ให้ร่วมกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว และเกิดความไว้วางใจ
 - ให้ความสำคัญต่อการจ่ายเงินให้แก่พนักงาน และ supplier อย่างรวดเร็ว
 - ก็นำกำไรส่วนหนึ่งสำหรับพัฒนาความรู้ และกิจกรรมสังคม



ความพอประมาณ : มุ่งผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าระยะสั้น

▪ ความพอประมาณในการก่อหนี้ และขยายการลงทุน

□ ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อมีกำไรมากพอ ไม่กู้ยืมเงิน และ
เน้นเฉพาะสาขาธุรกิจที่ตนเชี่ยวชาญ

□ รักษาอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนให้เหมาะสม

▪ การแข่งขันด้วยความยุติธรรม เพื่อสร้างพันธมิตรธุรกิจ

□ มีเครือข่ายผู้ผลิตที่เล็กกว่าที่จะจัดส่งงานบางส่วนให้ โดยมีการฝึกอบรม
และให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง



ความมีเหตุผล : รู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง และรู้จักตัวเอง
ความเข้าใจในธุรกิจของตน และตลาดที่ตนแข่งขันอยู่อย่างถ่องแท้

- ความจำเป็นที่ต้องสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากคู่แข่ง และมีนวัตกรรมใหม่ๆ
- มีการวิจัยตลาดอย่างถ่องแท้ และเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นผู้นำตลาด
- เข้าใจถึง core competency ขององค์กร และเน้นการผลิตที่ตรงกับ core competency
- ตรวจสอบผลการทำงานของตนกับบริษัทคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ (benchmarking)



ความมีเหตุผล : รู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง และรู้จักตัวเอง
การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่และกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

- การกระจายการผลิตบางส่วนไปในประเทศที่มีแรงงานถูกกว่าเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน
- การคิดค้นกระบวนการที่จะนำวัสดุุดิบที่มีต้นทุนสูง หรือหายากกลับมาใช้ใหม่

การรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม

- ใช้หลักบริหารการตลาดแบบ concentrated strategy เพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้าให้ชัดเจนก่อนที่จะขยายตลาดไปที่อื่น
- การให้สิทธิการจัดจำหน่ายในตลาดใหม่ๆ แทนการลงทุนจะตลาดด้วยตนเอง



การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี: เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม
□ กระจ่ายผลิตภัณฑ์และตลาดเพื่อลดความเสี่ยง

- การปรับเปลี่ยนที่จากสินค้าฟุ่มเฟือยมาเป็นสินค้าที่ลูกค้าใช้ประจำ
- การกระจายตลาดในหลายประเทศ เพื่อลดผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจต่อสินค้า

□ การควบคุมกระบวนการจัดหาวัตถุดิบให้ต่อเนื่อง

- การลงทุนในแหล่งวัตถุดิบของตนเอง
- การรักษาอัตราการผลิตของพนักงานให้อยู่ในระดับต่ำ
- การให้ราคาแก่ supplier อย่างเหมาะสมเพื่อรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว และลดต้นทุนของการหา supplier ใหม่ ๆ (switching costs)



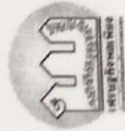
การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี: เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม

□ การสะสมเงินออม

- มีระบบการแบ่งเงินที่เหลือจากเงินหมุนเวียนเป็นเงินออมระยะยาว
- มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่เหมาะสมกับการสะสมเงินไว้สำหรับการลงทุนใหม่

□ การประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ

- มีนโยบายและกำหนดเวลาที่ต้องประเมินความเสี่ยงอย่างชัดเจน
- มีการสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้า
- ป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสัญญาซื้อขายล่วงหน้า และพยายามสร้างความสมดุลด้านรายรับและรายจ่ายในเงินสกุลต่างประเทศแต่ละสกุล



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี: เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม
การตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานในการแก้ปัญหาของบริษัท

- พนักงานที่มีคุณภาพ มีวินัย และร่วมมือร่วมใจกัน ได้ช่วยให้องค์กรสามารถผ่านพ้นวิกฤตได้อย่างรวดเร็ว

การเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคต

- มีโครงการพัฒนาพนักงานในแต่ละระดับอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่โครงการนักเรียนทุนจนถึงระดับผู้บริหาร
- มีการวางแผนเตรียมพร้อม successor ในระดับบริหารล่วงหน้า



การส่งเสริมความรู้: สร้างฐานความรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และใช้ความรู้ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง เช่น

- สร้างเสริมให้พนักงานได้รับความรู้อย่างต่อเนื่อง
และมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างสม่ำเสมอ
- การร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่นๆ ในการพัฒนาความรู้ และมาตรฐานของธุรกิจ



- การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เกิดได้หลายด้าน และหลายรูปแบบ ไม่มีสูตรสำเร็จ ผู้ประกอบการแต่ละคนจะต้องพิจารณาปรับใช้ตามความเหมาะสม ให้สอดคล้องกับเงื่อนไข และสถานะที่ตนเผชิญอยู่
- ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จะช่วยให้ผู้ประกอบการ “ฉุกคิด” ว่ามีทางเลือกอีกทางหนึ่ง ที่จะช่วยให้เกิดความยั่งยืน มั่นคง และสมดุลในระยะยาว
- โดยพื้นฐานก็คือ การพึ่งตนเอง เป็นหลัก และทำอะไรอย่างป็นขั้นเป็นตอน รอบคอบ ระมัดระวัง พิจารณาถึงความพอดี พอเหมาะ พอควร ความสมเหตุสมผล และการพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ
- ครอบคลุมวิถีปฏิบัติ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงจิตใจและวัฒนธรรม
- เน้นการสร้างสามัคคีให้เกิดขึ้นในองค์กร/สังคม บนพื้นฐานของความสมดุล มั่นคง และยั่งยืน



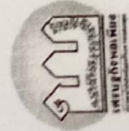
- ผู้นำองค์กรธุรกิจใหญ่ทุกระดับสามารถนำหลักพอเพียง มาเป็นแนวทางการดำเนินงานกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ในองค์กร
- กิจกรรมเหล่านี้เกี่ยวข้องกับส่วนงานหลักต่าง ๆ ทางธุรกิจ เช่น

- การบริหารการเงิน
- การบริหารการผลิต
- การบริหารการตลาด
- การบริหารทรัพยากรบุคคล
- การบริหารลูกค้า
- อื่น ๆ



การบริหารการผลิต เช่น

- ◆ ไม่รับคำสั่งในการผลิตมากเกินไปความสามารถในการผลิต
- ◆ ใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศให้มากที่สุด
- ◆ ใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่มาจากภูมิปัญญาไทย ซึ่งไม่มีอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
- ◆ ใช้ทรัพยากรในการผลิตอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น มีการรีไซเคิล วัตถุดิบการบริหารวัตถุดิบและสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- ◆ มีการจัดการของเสียจากโรงงานอย่างดี และไม่ปล่อยของเสียออกมาทำลายสิ่งแวดล้อม
- ◆ เน้นการจ้างงาน ไม่นำเอาเครื่องจักรมาทดแทนแรงงานคนโดยไม่จำเป็น
- ◆ ไม่เอาเปรียบแรงงานในโรงงาน โดยคำนึงถึงสุขภาพของพนักงานเป็นสำคัญ
- ◆ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

การบริหารการเงิน เช่น

- ใช้จ่ายเงินเพื่อก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต "ไม่ให้เงินจม
- ลงทุนโดยไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้น
- ลงทุนในธุรกิจที่สุจริต "ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคม
- ลงทุนในธุรกิจหลากหลายชนิด เพื่อลดความเสี่ยง
- ไม่ขยายกิจการอย่างรวดเร็วเกินไปบนพื้นฐานของเงินกู้
- คุ้มกันได้ ถ้ามีความสามารถในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ย "ไม่สร้างหนี้สินจนเกินความสามารถในการชำระคืน
- ปั่นกำไรให้กับพนักงานและผู้ถือหุ้น "ไม่เอาเปรียบ โดยหวังแต่ประโยชน์สูงสุด จากลูกค้าและคู่ค้า
- คืนทุนให้แก่สังคม เพื่อสร้างรากฐานทางธุรกิจในอนาคต



การบริหารการตลาด เช่น

- ตรวจสอบสภาวะทางการตลาดเสมอ ๆ เพื่อเตรียมพร้อมในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด
- กำหนดราคาของสินค้าและบริการอย่างมีเหตุผล ไม่ตั้งราคาสูงตามอำเภอใจ ถึงแม้จะเป็นธุรกิจเดียวที่ขายผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ อยู่
- มีเหตุผลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยยังเห็นทักษะและความสามารถในการผลิตที่เป็นแก่นของธุรกิจของตน
- รู้ถึงจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน และพยายามแก้ไขหรือพัฒนา
- ไม่โฆษณาต่อลูกค้าจริง เพื่อมุ่งหวังยอดขายในระยะสั้น
- บอกความจริงทั้งหมดแก่ผู้บริโภค ในการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ อย่างบอกแต่เพียงด้านดี
- การเสาะหาช่องทางกระจายสินค้าใหม่ ๆ เสมอ



การบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น

- เน้นการจ้างงาน ไม่เอาเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานคนโดยไม่จำเป็น
- ไม่โกงหรือเอาเปรียบพนักงานในทุกด้าน
- พัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานเพื่อให้มีความสามารถในการตัดสินใจและทำงานอย่างมีความสุข เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าและองค์กร
- นำเอาหลักการ สามห่วง สองเงื่อนไข มาประยุกต์ใช้กับการประเมินผลพนักงาน การเลื่อนตำแหน่ง การรับพนักงานใหม่ เพื่อสร้างวัฒนธรรมแห่งองค์กรที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติเศรษฐกิจพอเพียง
- มีการพัฒนาบุคลากร เพื่อนำมาทดแทนผู้นำที่ไม่สามารถทำงานได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น
- ให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงาน เพราะพนักงานคือกุญแจแห่งการแข่งขันและความสำเร็จขององค์กร พนักงานที่มีความรู้ความสามารถจะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจทั้งภายในและภายนอกได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนของธุรกิจ

โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง



การบริหารลูกค้า เช่น

- ชื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่เอาเปรียบ
- พยายามให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
- รักษาความลับของลูกค้า
- รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยลดต้นทุนการสรรหาและขยายฐานธุรกิจ
- นำเอาคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการของลูกค้ามาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ
- นำเอาความเห็นของลูกค้ามาใช้ในการพิจารณาการเพิ่มเงินตอบแทนให้แก่พนักงาน
- นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพื่อให้ใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า
- ฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแก่พนักงานที่ลูกค้าติดต่อโดยตรง เพื่อให้มีความรู้ความสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการ
- ให้ระดับอำนาจในการตัดสินใจที่เหมาะสมแก่พนักงานเหล่านี้ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทันที



ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**สอดคล้อง**กับแนวคิดการบริหารธุรกิจตะวันตก
สมัยใหม่ ไม่เน้นการทำกำไรสูงสุดในช่วงสั้นๆ เพียงอย่างเดียว

- **Balanced scorecard**
- **Organization of choice**
- **Cluster development**
- **Core competency**
- **Learning organization**
- **Risk management**
- **Good corporate governance**
- **Corporate social responsibility**



คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของพนักงานที่สอดคล้องกับหลัก ปศพ

- พึ่งตนเองได้ระดับหนึ่ง มีศักยภาพ / มีทางเลือก
สุขภาพ ความรู้ ทักษะ อาชีพ เสรีภาพ
- อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ได้อย่างสันติสุข
ไม่เบียดเบียน ไม่เอาเปรียบ แบ่งปัน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีจิตเมตตา จิต
สาธารณะ
- อยู่ร่วมกับธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม ได้อย่างยั่งยืน
ไม่ทำลาย เห็นคุณค่า อนุรักษ์
- อยู่อย่างมีรากเหง้าทางวัฒนธรรม
ประเพณี ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ค่านิยม เอกลักษณ์/อัตลักษณ์



ตัวอย่างการใช้จ่ายอย่างพอเพียง

- พอประมาณ :** ใช้จ่ายสมดุลงกับรายรับ
- มีเหตุมีผล :** ใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล / มีความจำเป็น / ไม่ใช้
สิ่งของเกินฐานะ / ใช้ของอย่างคุ้มค่าประหยัด
- มีภูมิคุ้มกัน :** มีเงินออม / แบ่งปันผู้อื่น / ทำบุญ
- ความรู้คู่คุณธรรม :** ประกอบอาชีพที่สุจริต ด้วยความ
ซื่อสัตย์สุจริต ใช้สติปัญญาในการตัดสินใจ
และดำเนินกิจการต่าง ๆ เพื่อให้เท่าทันต่อการ
เปลี่ยนแปลง



- ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไม่ขัดกับการทำธุรกิจเพื่อการแข่งขันหรือแสวงหากำไร
- ส่งเสริมให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว และให้เกิดการเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันและความเสี่ยงที่จะรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ
- ส่งเสริมให้ธุรกิจร่วมมือกัน เพื่อให้เศรษฐกิจทั้งระบบสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและสมดุล



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

๑๗๓ ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กทม. ๑๐๓๐๐

โทรศัพท์ ๐๒-๖๘๗-๓๖๖๒

โทรสาร ๐๒-๒๘๒-๘๒๒๖

mail@sufficiencyeconomy.org

www.sufficiencyeconomy.org



โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง

แบบทดสอบเศรษฐกิจพอเพียง

คำสั่ง ให้เลือกข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

1. หลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กำเนิดขึ้นจากความคิดของใคร
 - ก. พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว
 - ข. พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช
 - ค. พระบาทสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ
 - ง. สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี
2. หลักการสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือข้อใด
 - ก. ความพอประมาณ
 - ข. ความมีเหตุผล
 - ค. ความมีภูมิคุ้มกัน
 - ง. ถูกทุกข้อ
3. หลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อใด
 - ก. เงื่อนไขธรรม
 - ข. เงื่อนไขสังคม
 - ค. เงื่อนไขความรู้
 - ง. ถูกทั้งข้อ ก และ ค
4. หลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะต้องคำนึงถึงผลกระทบในเรื่องใด
 - ก. วัฒนธรรม
 - ข. สังคม
 - ค. ธรรมชาติ
 - ง. ถูกทุกข้อ
5. การนำหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับธุรกิจได้สามข้อใด
 - ก. นำมาใช้ในการผลิต
 - ข. นำมาใช้ในการบริหารลูกค้า
 - ค. นำมาใช้ในการตลาด
 - ง. ถูกทุกข้อ
6. หลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า คือข้อใด
 - ก.