



Work Based Learning

แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567
ประเภทวิชา.....อุตสาหกรรมโลจิสติกส์.....
กลุ่มอาชีพ.....โลจิสติกส์.....
สาขาวิชา.....การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน.....

วิชา การเป็นผู้ประกอบการ

รหัสวิชา 30001-1001

ภาคเรียนที่.....1.....ปีการศึกษา.....2569.....



จัดทำโดย

นางสาวสุพิชญา รักแดง

ตำแหน่ง ครู

แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ



Work Based Learning

แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ

กลุ่มอาชีพ การตลาด

สาขาวิชา การตลาด

รายวิชา 30001-1001 รหัสวิชา การเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎี 2 ปฏิบัติ 2 รวม 4 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

จัดทำโดย

นางสาวสุพิชญา รักแดง

ตำแหน่ง ครู วิทยฐานะ ครูชำนาญการ

แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้ฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอน วิชาความเป็นผู้ประกอบการ รหัสวิชา 30001-1001 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชาการตลาด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อใช้ในการจัดการศึกษาด้านวิชาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และเพื่อยกระดับการศึกษาวิชาชีพของผู้เรียนให้สูงขึ้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ เป็นไปตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ มาตรฐานการศึกษา ของชาติ กรอบคุณวุฒิอาชีวศึกษาแห่งชาติ สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานคุณวุฒิอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพและมาตรฐานอาชีพตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ นอกจากนี้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ มีการจัดกระบวนการเรียนรู้ ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ที่อ้างอิงมาตรฐานอาชีพสอดคล้องกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบาย รายวิชา โดยมีผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาคือ เขียนแผนธุรกิจอย่างง่าย วางแผนจัดตั้งธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการประกอบธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณและคุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจ แผนการจัดการ เรียนรู้ฉบับนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1: วิเคราะห์คุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการภายใต้สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2: จัดรูปแบบองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลตามประเภทกิจการ

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3: เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายเพื่อการดำเนินงานและการเสนอแหล่งเงินทุน

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนการจัดการเรียนรู้วิชาองค์การและการบริหารงานคุณภาพฉบับนี้ จะสามารถใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอนแก่ผู้สอน และผู้เรียน ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้า หากมี ข้อผิดพลาดประการใดผู้เรียบเรียงขอภัยในความผิดพลาดและขอปรับปรุงแก้ไขในโอกาสต่อไป

นางสาวสุพิชญา รักแดง

ครู คศ.2

1. ส่วนนำของแผนการจัดการเรียนรู้

- คำนำ.....	ก
- สารบัญ.....	ข
- รายละเอียดของหลักสูตรรายวิชา การวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้.....	1
- มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี).....	
- การวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้.....	
- การกำหนดหน่วยการเรียนรู้.....	
- แนวทางการจัดการเรียนการสอนตามผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา.....	

2. ส่วนเนื้อหาของแผนการจัดการเรียนรู้

- หน่วยการเรียนรู้ที่ 1: วิเคราะห์คุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการภายใต้สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน
- หน่วยการเรียนรู้ที่ 2: จัดรูปแบบองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลตามประเภทกิจการ
- หน่วยการเรียนรู้ที่ 3: เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายเพื่อดำเนินงานและการเสนอแหล่งเงินทุน
- หน่วยการเรียนรู้ที่ 4: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่

3. ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก.....
- ภาคผนวก ข.....
- ภาคผนวก ค.....



รายละเอียดหลักสูตรรายวิชา

รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการ รหัสวิชา 30001-1001 ทฤษฎี 2 ปฏิบัติ 2 จำนวน 3 หน่วยกิต

1. อ้างอิงมาตรฐาน

-

2. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

เขียนแผนธุรกิจอย่างง่าย วางแผนจัดตั้งธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการประกอบธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจ

3. จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจหลักการเขียนแผนธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
2. มีทักษะในการเขียนแผนธุรกิจ การวางแผนจัดตั้งธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
3. มีความสามารถประยุกต์ความรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล
4. มีจรรยาบรรณและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจ

4. สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ การจัดตั้งธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ
2. วางแผนจัดตั้งธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการตามหลักการ
3. เขียนแผนธุรกิจ
4. ประยุกต์ใช้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการมาใช้ในการงานอาชีพตามหลักการ และ

กระบวนการ

5. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ การจัดตั้งธุรกิจ การผลิต การตลาด การบริหาร การเงินและเงินทุน การจัดรูปแบบองค์กร การเขียนแผนธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบธุรกิจ จรรยาบรรณและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการ รหัสวิชา 30001-1001 ทฤษฎี 2 ปฏิบัติ 2 จำนวน 3 หน่วยกิต

ผลจากการศึกษาโดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ องค์ประกอบของหลักสูตรรายวิชา ได้แก่ จุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา คำอธิบายรายวิชา และอ้างอิงมาตรฐาน (กรณีที่มี) เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Job) ประกอบด้วย งานหลัก (Duty) งานย่อย (Task) สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ : Occupation standards) ความรู้ในการปฏิบัติงาน และทักษะในการปฏิบัติงาน ได้ดังนี้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Job)				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ในการปฏิบัติงาน	ทักษะในการปฏิบัติงาน
1. วางแผนจัดตั้งธุรกิจและการบริหารองค์กรเบื้องต้น	1.1 วิเคราะห์คุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการภายใต้สถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน	1.1.1 ประเมินคุณสมบัติส่วนบุคคลตามลักษณะผู้ประกอบการมืออาชีพ	1. หลักการวิเคราะห์คุณลักษณะและทักษะที่จำเป็นของวิสาหกิจเริ่มต้น	1. สำรวจจุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาของตนเองเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ
		1.1.2 กำหนดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากล	1.1.2 กำหนดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากล	1. จัดทำข้อกำหนดจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม
	1.2 จัดรูปแบบองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลตามประเภทกิจการ	1.2.1 เลือกรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์	1. ประเภทของนิติบุคคลและข้อดีข้อเสียของโครงสร้างธุรกิจแต่ละรูปแบบ	1. เปรียบเทียบรูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจให้สอดคล้องกับขนาดการลงทุน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Job)				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ในการปฏิบัติงาน	ทักษะในการปฏิบัติงาน
		1.2.2 ออกแบบแผนภูมิโครงสร้างองค์กรและการจัดแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ	1. ทฤษฎีการบริหารจัดการและการออกแบบสายงานในธุรกิจขนาดเล็ก	1. เขียนผังองค์กรและการกำหนดขอบเขตงานของแต่ละตำแหน่ง
2. จัดทำแผนธุรกิจและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเชิงสร้างสรรค์	2.1 เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายเพื่อการดำเนินงานและการเสนอแหล่งเงินทุน	2.1.1 วิเคราะห์แผนการตลาดและกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก	1. การวิเคราะห์ตลาด การกำหนดส่วนประสมการตลาด และการระบุลูกค้าเป้าหมาย	1. ใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่ได้เปรียบทางการแข่งขัน
		2.1.2 วางแผนการผลิตและบริการตามทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ	1. ระบบการจัดการโซ่อุปทานและเทคนิคการลดต้นทุนการผลิต	1. ออกแบบขั้นตอนการทำงานและผังกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ
		2.1.3 ประมาณการทางการเงินและจุดคุ้มทุนในระยะเวลาที่กำหนด	1. หลักการบัญชีเบื้องต้น การจัดทำงบประมาณ และการประเมินความเสี่ยงทางการเงิน	1. คำนวณต้นทุน กำไร และระยะเวลาคืนทุนของโครงการธุรกิจ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Job)				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ในการปฏิบัติงาน	ทักษะในการปฏิบัติงาน
	2.2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่	2.2.1 เลือกใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการจัดจำหน่ายสินค้า	1. รูปแบบของสื่อดิจิทัลและช่องทางการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมกับสินค้า	1. ติดตั้งและจัดการหน้าร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัล
		2.2.2 จัดการระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศภายในองค์กร	1. การใช้ซอฟต์แวร์จัดการสำนักงานและการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล	1. บันทึกและเรียกใช้ข้อมูลทางธุรกิจผ่านระบบคลาวด์คอมพิวเตอร์

รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการ รหัสวิชา 30001-1001 ทฤษฎี 2 ปฏิบัติ 2 จำนวน 3 หน่วยกิต

ผลจากการศึกษาโดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ องค์ประกอบของหลักสูตรรายวิชา ได้แก่ จุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา คำอธิบายรายวิชา อ้างอิงมาตรฐาน (กรณีที่มี) และผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Job) ประกอบด้วย งานหลัก (Duty) งานย่อย (Task) สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ : Occupation standards) ความรู้ในการปฏิบัติงาน และทักษะในการปฏิบัติงาน สามารถนำมากำหนดหน่วยการเรียนรู้ได้ดังนี้

หน่วยที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชั่วโมง)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
1	วิเคราะห์คุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการภายใต้สถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน	4	4	8
2	จัดรูปแบบองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลตามประเภทกิจการ	4	4	8
3	เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายเพื่อการดำเนินงานและการเสนอแหล่งเงินทุน	12	12	24
4	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่	8	8	16
5	ประเมินผลลัพธ์รายวิชา	2	2	4
รวม (การจัดการเรียนการสอนตลอดภาคเรียน)		30	30	60
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(ปลายภาค)				
รวม (การจัดการเรียนการสอน + วัดและประเมินผลปลายภาค)		30	30	60

การวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการรหัสวิชา 30001-1002 ทฤษฎี 2 ปฏิบัติ 2 จำนวน 3 หน่วยกิต

ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	พฤติกรรมที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง (ท+ป)
		พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ความรับผิดชอบ และการ ประยุกต์ใช้		
		ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	วิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
1	วิเคราะห์คุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการ ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน	-	10	10	10	-	-	20	20	10	80	8
2	จัดรูปแบบองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลตาม ประเภทกิจการ	-	10	10	10	-	-	20	20	10	80	8
3	เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายเพื่อการดำเนินงานและการเสนอ แหล่งเงินทุน	-	10	10	10	5	5	20	20	20	100	24
4	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจ สมัยใหม่	-	10	10	10	5	5	20	20	20	100	16
5	ประเมินผลลัพธ์รายวิชา	-	10	5	5	5	5	30	20	20	100	4
รวม (การจัดการเรียนการสอนตลอดภาคเรียน)			40	40	40	10	10	140	80	60	280	56
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(ปลายภาค)			10	10	10	5	5	30	20	10	100	4
รวม (การจัดการเรียนการสอน + วัดและประเมินผลปลายภาค)			50	50	50	15	15	170	100	70	380	60

แนวทางการจัดการเรียนการสอน ตามผลลัพธ์การเรียนรู้

รรายวิชา การเป็นผู้ประกอบการรหัสวิชา 30001-1001 ทฤษฎี 2 ปฏิบัติ 2 จำนวน 3 หน่วยกิต

[illegible]

	แผนการจัดการเรียนรู้ (WBL/PjBL/WIL/AL/STEM)	หน่วยที่ 3
	รหัสวิชา 30001-1001 วิชา การเป็นผู้ประกอบการ	สอนครั้งที่ 7
	ชื่อหน่วย เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายเพื่อการดำเนินงานและการ เสนอแหล่งเงินทุน	ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 1 ชั่วโมง
เรื่อง / งาน วางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย BMC		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

เมื่อจบหน่วยนี้ ผู้เรียนสามารถ...

- 1.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของ BMC ได้
- 1.2 ระบุองค์ประกอบของ BMC ทั้ง 9 ด้านได้
- 1.3 วิเคราะห์และเชื่อมโยงองค์ประกอบของ BMC กับธุรกิจได้
- 1.4 จัดทำ BMC ฉบับย่อของธุรกิจที่สนใจได้
- 1.5 นำเสนอแนวคิดธุรกิจและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นได้

2. อ้างอิงมาตรฐาน / เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

-

3. สมรรถนะประจำหน่วย

ผู้เรียนจะสามารถ...

- 3.1 วิเคราะห์องค์ประกอบแผนธุรกิจ (Business Plan Components)
- 3.2 วางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย Business Model Canvas
- 3.3 แสดงพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ และมีจิตบริการ

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)

4.1 ด้านพุทธิพิสัย (Knowledge)

ผู้เรียนสามารถ...

- 4.1.1 อธิบายองค์ประกอบของแผนธุรกิจได้
- 4.1.2 บอกขั้นตอนการวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย Business Model Canvas ได้

4.2 ด้านทักษะพิสัย (Skills)

ผู้เรียนสามารถ...

- 4.2.1 วิเคราะห์องค์ประกอบของแผนธุรกิจจากข้อมูลที่ได้รับได้
- 4.2.2 วางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย Business Model Canvas เป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มได้
- 4.2.3 นำเสนอผลงานแผนธุรกิจโดยใช้สื่อเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

4.3 ด้านจิตพิสัย (Attitudes)

ผู้เรียนมีคุณลักษณะ...

4.3.1 แสดงความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และมีวินัย

4.3.2 ทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีน้ำใจ

4.3.3 เคารพจริยธรรมธุรกิจ และนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

5. สารการเรียนรู้ (Content)

5.1 ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการดำเนินธุรกิจ

5.2 การวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย Business Model Canvas

5.4 ตัวอย่างกรณีศึกษาการวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย Business Model Canvas

6. กิจกรรมการเรียนรู้

ที่	กิจกรรม	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	สื่อ	เวลา
สัปดาห์ที่ 7 (1 ชั่วโมง)				
1	ชั้นนำเข้าสู่บทเรียน ผู้สอนนำเสนอภาพ/ตัวอย่างธุรกิจใกล้ตัว เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร หรือธุรกิจออนไลน์ แล้วตั้งคำถามกระตุ้นคิดว่า “ถ้านักเรียนจะเปิดธุรกิจนี้ ต้องวางแผนเรื่องอะไรบ้าง?” ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็นและเชื่อมโยงประสบการณ์เดิม	ผู้เรียนสามารถระบุประเด็นที่ควรพิจารณาในการวางแผนธุรกิจเบื้องต้นได้	ภาพตัวอย่างธุรกิจ / สไลด์	5 นาที
2	ขั้นให้ความรู้ ครูอธิบายแนวคิด Business Model Canvas (BMC) และองค์ประกอบ 9 ด้าน ได้แก่ กลุ่มลูกค้า คุณค่าที่นำเสนอ ช่องทาง ความสัมพันธ์กับลูกค้า กระแสรายได้ ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก และโครงสร้างต้นทุน พร้อมยกตัวอย่างประกอบ	ผู้เรียนสามารถอธิบายองค์ประกอบของ BMC ทั้ง 9 ด้านได้ถูกต้อง	สื่อบรรยาย/สไลด์แสดงองค์ประกอบ BMC	5 นาที
3	กิจกรรมเกม Kahoot : ทดสอบความเข้าใจ ครูให้นักเรียนเข้าร่วมเกม Kahoot เรื่อง “การวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย BMC” จำนวน 5 ข้อ เพื่อทบทวนและ	ผู้เรียนสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบและการประยุกต์ใช้ BMC ได้ถูกต้องไม่น้อยกว่า 80%	Kahoot / โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต / อินเทอร์เน็ต / จอแสดงผล	5 นาที

	ตรวจสอบความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบ BMC และการนำไปใช้ โดยครูประกาศผลคะแนนและเฉลยพร้อมอธิบายข้อที่นักเรียนตอบผิด เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากผลการประเมิน			
4	ขั้นสาธิต / ยกตัวอย่าง ครูสาธิตการจัดทำ BMC จากธุรกิจตัวอย่าง 1 ธุรกิจ โดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมตอบคำถามที่ละช่อง เช่น “ลูกค้าคือใคร?” “ขายผ่านช่องทางใด?” “ลูกค้าได้คุณค่าอะไร?”	ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ธุรกิจตัวอย่างและเชื่อมโยงข้อมูลกับองค์ประกอบของ BMC ได้	ตัวอย่าง BMC / สไลด์ / กระดาน	5 นาที
5	ขั้นปฏิบัติ ครูแบ่งนักเรียนเป็นกลุ่มกลุ่มละ 4–5 คน ให้เลือกธุรกิจ 1 ธุรกิจ แล้วร่วมกันจัดทำ BMC ฉบับย่อ ลงในใบงาน โดยเติมข้อมูลให้ครบทั้ง 9 ช่อง ครูเดินสังเกตให้คำแนะนำ และใช้คำถามกระตุ้นการคิดวิเคราะห์	ผู้เรียนสามารถจัดทำ BMC ของธุรกิจที่เลือกได้ครบทั้ง 9 องค์ประกอบ และอธิบายเหตุผลของข้อมูลที่กำหนดได้	ใบงาน BMC / กระดาษ / อุปกรณ์การเขียน	20 นาที
6	ขั้นนำเสนอและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอ BMC กลุ่มละประมาณ 1–2 นาที โดยเน้น ลูกค้า – คุณค่า – รายได้ จากนั้นเปิดโอกาสให้เพื่อนร่วมชั้นเสนอความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ	ผู้เรียนสามารถนำเสนอแนวคิด BMC สื่อสารข้อมูลสำคัญ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล	ใบงาน BMC / ผลงานกลุ่ม / พื้นที่นำเสนอ	15 นาที
7	ขั้นสรุปและประเมินผล ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปว่า BMC ช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นภาพรวมของธุรกิจอย่างไร จากนั้นให้นักเรียนตอบ Exit Ticket “ถ้าจะเริ่มธุรกิจของตนเอง สิ่งใดใน BMC ที่คิดว่าสำคัญที่สุด เพราะอะไร?”	ผู้เรียนสามารถสรุปความสำคัญของ BMC และสะท้อนความรู้ความเข้าใจพร้อมให้เหตุผลได้	Exit Ticket / กระดาษตอบคำถาม	5 นาที

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

- 7.1 PowerPoint/Canva เรื่อง Business Model Canvas (BMC)
- 7.2 ใบความรู้ เรื่อง การวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย BMC
- 7.3 ใบงาน BMC ฉบับย่อ
- 7.4 ตัวอย่าง BMC ของธุรกิจใกล้ตัว เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ธุรกิจออนไลน์
- 7.5 กระดาษ A4 / ปากกาสี / Post-it สำหรับการทำงานกลุ่ม
- 7.6 กระดานหรือจอแสดงผลสำหรับนำเสนอผลงาน

8. หลักฐานการเรียนรู้

- 8.1 หลักฐานความรู้
 - 8.1.1 ใบงาน/แบบทดสอบ เรื่อง การวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วย BMC
 - 8.1.2 การตอบคำถามและการอภิปรายเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของ BMC
- 8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน
 - 8.2.1 ใบงาน Business Model Canvas (BMC) ฉบับย่อ ของผู้เรียนรายบุคคลหรือรายกลุ่ม
 - 8.2.2 ผลงานการจัดทำ BMC ครบทั้ง 9 องค์ประกอบ
 - 8.2.3 การนำเสนอ Mini BMC Pitch ของผู้เรียนต่อชั้นเรียน

9. การวัดและประเมินผล

9.1 เกณฑ์การปฏิบัติงาน

- 9.1.1 แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับ BMC ผ่านไม่น้อยกว่า 70%
- 9.1.2 ใบงานการจัดทำ BMC ผ่านไม่น้อยกว่า 70%
- 9.1.3 สังเกตพฤติกรรมการทำกิจกรรมวิเคราะห์ธุรกิจ ระดับพอใช้ขึ้นไป
- 9.1.4 การทำงานเป็นทีม ระดับพอใช้ขึ้นไป
- 9.1.5 การนำเสนอ ผ่านไม่น้อยกว่า 70%
- 9.1.6 คุณลักษณะ ระดับพอใช้ขึ้นไป

9.2 วิธีการประเมิน

- 9.2.1 การตอบคำถาม/อภิปราย
- 9.2.2 ตรวจใบงาน
- 9.2.3 สังเกตการทำกิจกรรม
- 9.2.4 สังเกตการมีส่วนร่วม
- 9.2.5 ประเมินการนำเสนอ BMC
- 9.2.6 สังเกตความรับผิดชอบ/การมีส่วนร่วม

9.3 เครื่องมือประเมิน

9.3.1 แบบคำถาม

9.3.2 แบบประเมินใบงาน BMC

9.3.3 แบบสังเกตพฤติกรรม

9.3.4 แบบประเมินการทำงานกลุ่ม

9.3.5 แบบประเมินการนำเสนอ

9.3.6 แบบสังเกตพฤติกรรม

	ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 1 สอนครั้งที่ 1 – 3 สัปดาห์ที่ 1 - 3	
	รหัสวิชา 30001-1001	ข้อมูลผู้เรียน - ระดับ/ชั้น.....ปวส.1 - ผู้เรียนทั้งหมด....23.....คน - เข้าเรียน.....22.....คน - ขาดเรียน.....1.....คน
	วิชา การเป็นผู้ประกอบการ	
	ชื่อหน่วย การเป็นผู้ประกอบการและแนวคิดพื้นฐานการพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการ	
เรื่อง / งาน การเป็นผู้ประกอบการและแนวคิดพื้นฐานการพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการ		

10. บันทึกผลหลังการจัดการการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของ BMC ทั้ง 9 ด้าน สามารถวิเคราะห์แนวคิดธุรกิจและจัดทำ BMC ฉบับย่อได้อย่างเป็นระบบ รวมทั้งสามารถนำเสนอแนวคิดธุรกิจและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม

10.2 ปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนรู้การสอน

ผู้เรียนบางส่วนยังไม่เข้าใจความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบของ BMC โดยเฉพาะ กิจกรรมหลัก ทรัพยากรหลัก และพันธมิตรหลัก และมีเวลาในการจัดทำและนำเสนอผลงานค่อนข้างจำกัด

10.3 แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอน (แนวทางการทำวิจัย/แนวทางการพัฒนาหลักสูตร)

ผู้สอนใช้ตัวอย่างธุรกิจใกล้ตัวและคำถามชี้นำเพื่อช่วยให้ผู้เรียนวิเคราะห์ BMC ได้ง่ายขึ้น พร้อมจัดทำแบบฝึกจากง่ายไปยาก และส่งเสริมการเรียนรู้แบบร่วมมือ โดยนำผลการจัดกิจกรรมและข้อผิดพลาดของผู้เรียนมาปรับปรุงใบงาน สื่อการสอน และกิจกรรม BMC ให้เหมาะสมกับระดับผู้เรียนต่อไป

1. เวลาที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ในแผนฯ

☐ มากเกินไป ☐ เหมาะสม ☐ ไม่เพียงพอ / น้อยเกินไป

บันทึกเพิ่มเติม.....

2. เนื้อหาสาระที่กำหนดไว้ในแผนการจัดการเรียนรู้

☐ มากเกินไป ☐ เหมาะสม ☐ ไม่เพียงพอ / น้อยเกินไป

บันทึกเพิ่มเติม.....

3. มีวิธีการสอนที่หลากหลาย ☐ ไม่มี ☐ มี (ระบุ)

☐ บรรยาย ☐ สาธิต / ทดลอง ☐ ฝึกปฏิบัติ ☐ กิจกรรมกลุ่ม ☐ สืบค้นด้วยตนเอง

อื่น ๆ ได้แก่.....

4. มีการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นพัฒนาสมรรถนะผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านความรับผิดชอบและการประยุกต์ใช้ ด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ และบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

☐ ไม่มี ☐ มีครบทุกด้าน ☐ มีบางด้าน

บันทึกเพิ่มเติม.....

5. การวัดและประเมินผล

5.1 มีการแจ้งหลักเกณฑ์และวิธีการวัดและประเมินผลประจำหน่วยให้ผู้เรียนทราบก่อนการจัดการเรียนการสอน

☐ ไม่มี

☐ มี

5.2 มีการวัดและประเมินผลตามที่กำหนดไว้ในแผนการจัดการเรียนรู้

☐ ไม่มี

☐ มีบางส่วน

☐ มีครบทุกด้านตามที่กำหนดไว้ในแผนฯ

บันทึกเพิ่มเติม.....

5.3 การวัดและประเมินผลที่หลากหลาย ☐ ไม่มี ☐ มี (ระบุ)

☐ การทดสอบก่อนเรียน/หลังเรียน ☐ สังเกตพฤติกรรม ☐ ตรวจผลงาน/แบบฝึกหัด ☐ นำเสนอผลงาน

☐ อื่น ๆ ระบุ.....

6. สอนตรงตามแผนการจัดการเรียนรู้ ☐ ตรงตามแผนฯ ☐ ไม่ตรงตามแผนฯ (ระบุสาเหตุ)

สาเหตุ

7. สื่อการสอน ☐ ใช้สื่อตามที่กำหนดไว้ในแผนฯ ☐ ไม่ได้ใช้สื่อตามที่กำหนดหรือใช้บางส่วน (ระบุปัญหา/สาเหตุ)

ปัญหา/สาเหตุ.....

8. ปัญหาที่พบ/แนวทางแก้ปัญหา (ระบุปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา)

.....

.....

ลงชื่อ.....ครูผู้สอน

(นางสาวสุพิชญา รักแดง)

...../...../2569



ใบความรู้หน่วยการเรียนรู้ที่ 3

วิชา การเป็นผู้ประกอบการ เรื่อง การวางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)

เวลาในการศึกษาเรียนรู้: 5 นาที

ใบความรู้หน่วยการจัดการเรียนรู้ที่ 3

รายวิชา: การเป็นผู้ประกอบการ รหัส 30001-1001

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 เรื่อง การวางแผนการดำเนินธุรกิจด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)

ชื่อผู้สอน: นางสาวสุพิชญา รักแดง

สถานศึกษา: วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี

จุดประสงค์การเรียนรู้

เมื่อศึกษาใบความรู้นี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายความหมายและความสำคัญของ Business Model Canvas (BMC) ได้
2. อธิบายองค์ประกอบทั้ง 9 Building Blocks ของ BMC ได้
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของ BMC ได้
4. นำ BMC ไปใช้วางแผนธุรกิจเบื้องต้นได้
5. ประยุกต์ใช้ BMC กับแนวคิดธุรกิจของตนเองได้

1. ความหมายของ Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) คือ เครื่องมือสำหรับออกแบบและวิเคราะห์ รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

โดยนำเสนอองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจในรูปแบบ 9 ช่อง บนแผ่นเดียว ทำให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ

★ BMC ช่วยตอบคำถามสำคัญ 3 เรื่อง

สร้างคุณค่าอย่างไร?

→ สินค้าหรือบริการของเรามีคุณค่าอะไร

ส่งมอบคุณค่าให้ใคร?

→ ลูกค้าของเราคือใคร และเข้าถึงลูกค้าอย่างไร

สร้างรายได้ได้อย่างไร?

→ ธุรกิจหารายได้และควบคุมต้นทุนอย่างไร

2. องค์ประกอบ 9 ช่องของ BMC BMC ประกอบด้วย 9 Building Blocks ดังนี้

ลำดับ	องค์ประกอบ	คำถามสำคัญ
1	Customer Segments (CS) กลุ่มลูกค้า	เราขายให้ใคร?
2	Value Propositions (VP) คุณค่าเสนอแก่ลูกค้า	เรามอบคุณค่าอะไรให้ลูกค้า?
3	Channels (CH) ช่องทาง	ลูกค้าจะรู้จักและซื้อสินค้าผ่านช่องทางใด?
4	Customer Relationships (CR) ความสัมพันธ์กับลูกค้า	เราจะสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร?
5	Revenue Streams (RS) กระแสรายได้	ธุรกิจมีรายได้จากอะไร?
6	Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก	ธุรกิจต้องมีทรัพยากรอะไร?
7	Key Activities (KA) กิจกรรมหลัก	ธุรกิจต้องทำกิจกรรมอะไรให้สำเร็จ?
8	Key Partnerships (KP) พันธมิตรหลัก	ใครคือคู่ค้า/พันธมิตรที่สำคัญ?
9	Cost Structure (CS) โครงสร้างต้นทุน	ธุรกิจมีต้นทุนอะไรบ้าง?

ช่องที่ 1 Customer Segments (CS)

กลุ่มลูกค้า หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่ธุรกิจต้องการขายสินค้าและบริการให้

ควรวิเคราะห์ เช่น

- อายุ
- เพศ
- อาชีพ
- รายได้
- พฤติกรรมการซื้อ
- ความต้องการ
- ปัญหาของลูกค้า
- พื้นที่หรือทำเล

ตัวอย่าง ธุรกิจ LG&DC Mini Donut กลุ่มลูกค้าอาจเป็นนักเรียน นักศึกษา ครู บุคลากรในสถานศึกษา และผู้ที่ชื่นชอบ

ขนมรับประทานเล่น

ช่องที่ 2 Value Propositions (VP)

คุณค่าเสนอแก่ลูกค้าคือ คุณค่าหรือเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า/บริการของเราแทนคู่แข่ง

ตัวอย่างคุณค่า ได้แก่

- ราคาคุ้มค่า
- คุณภาพดี
- สะดวก
- รวดเร็ว
- สวยงาม
- มีเอกลักษณ์

- สินค้าเฉพาะกลุ่ม
- แก้ปัญหาให้ลูกค้า
- สร้างประสบการณ์ที่ดี

ตัวอย่าง LG&DC Mini Donut

“มินิโดนัทขึ้นพอดีค่า ราคาเข้าถึงง่าย สดใหม่ มีหลายรสชาติ เหมาะสำหรับรับประทานเล่นและแบ่งปัน”

ช่องที่ 3 Channels (CH)

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า คือ ช่องทางที่ธุรกิจใช้ในการ สื่อสาร จำหน่าย และส่งมอบสินค้า/บริการให้แก่ลูกค้า

ตัวอย่าง

- หน้าร้าน
- Facebook
- Instagram
- TikTok
- LINE Official Account
- เว็บไซต์
- Marketplace
- การออกบูธ
- ตัวแทนจำหน่าย



ง่าย รู้จัก → สนใจ → ซื้อ → รับสินค้า → กลับมาซื้อซ้ำ

ช่องที่ 4 Customer Relationships (CR)

ความสัมพันธ์กับลูกค้า คือ วิธีที่ธุรกิจใช้ในการสร้าง ความพึงพอใจ ความผูกพัน และการซื้อซ้ำ

ตัวอย่าง

- การบริการด้วยความสุภาพ
- ระบบสมาชิก
- โปรโมชั่น
- ส่วนลด
- บัตรสะสมแต้ม
- การตอบแชตอย่างรวดเร็ว
- รับฟังความคิดเห็น
- บริการหลังการขาย



เป้าหมาย ลูกค้าใหม่ → ลูกค้าประจำ → ลูกค้าบอกต่อ

ช่องที่ 5 Revenue Streams (RS)

กระแสรายได้ คือ แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ

ตัวอย่าง

- รายได้จากการขายสินค้า

- รายได้จากการให้บริการ
- ค่าสมาชิก
- ค่าเช่า
- ค่านายหน้า
- ค่าธรรมเนียม
- รายได้จากการขายออนไลน์



ตัวอย่าง

LG&DC Mini Donut รายได้หลัก = รายได้จากการจำหน่าย Mini Donut Box

ช่องที่ 6 Key Resources (KR)

ทรัพยากรหลัก คือ ทรัพยากรที่ธุรกิจจำเป็นต้องใช้เพื่อสร้างและส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า แบ่งได้เป็น

1. ทรัพยากรบุคคล (Human Resources) พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ผลิตสินค้า
2. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) สถานที่ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ
3. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources) เงินทุน เงินสด สินเชื่อ
4. ทรัพยากรทางปัญญา (Intellectual Resources) แบนด์ สูตรอาหาร ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร

ช่องที่ 7 Key Activities (KA) กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมสำคัญที่ธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อให้ธุรกิจสามารถสร้างคุณค่าและส่งมอบสินค้า/บริการแก่ลูกค้า

ตัวอย่าง

- การผลิต
- การจัดซื้อ
- การบริหารสินค้าคงคลัง
- การขนส่ง
- การตลาด
- การขาย
- การบริการลูกค้า
- การพัฒนาสินค้า



เชื่อมโยงกับโลจิสติกส์ จัดซื้อ → จัดเก็บ → ผลิต → บริหารสินค้าคงคลัง → จัดส่ง → ลูกค้า

ช่องที่ 8 Key Partnerships (KP)

พันธมิตรหลัก คือ บุคคลหรือองค์กรภายนอกที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่าง

- ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers)
- ผู้ให้บริการขนส่ง
- ตัวแทนจำหน่าย
- แพลตฟอร์มออนไลน์

- สถาบันการเงิน
- พันธมิตรทางธุรกิจ

💡 คำถามสำคัญ

“ถ้าไม่มีใคร ธุรกิจของเราจะดำเนินงานได้ยาก?” บุคคลหรือองค์กรนั้นอาจเป็น Key Partner

ช่องที่ 9 Cost Structure (CS)

โครงสร้างต้นทุน คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ

ตัวอย่าง

- ค่าวัตถุดิบ
- ค่าแรง
- ค่าเช่าสถานที่
- ค่าน้ำ
- ค่าไฟฟ้า
- ค่าบรรจุภัณฑ์
- ค่าขนส่ง
- ค่าโฆษณา
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

📌 สูตรพื้นฐาน

กำไร = รายได้ - ต้นทุนและค่าใช้จ่าย

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรบริหารต้นทุนให้เหมาะสมกับราคาขายและคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า

3. ภาพรวม BMC 9 Building Blocks

The Business Model Canvas		ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :	ออกแบบโดย :	ว/ด/ป :	Version :
Key Partners พันธมิตรหรือเครือข่ายธุรกิจ	Key Activities กิจกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดสินค้า	Value Propositions คุณค่า,คุณประโยชน์ให้กับลูกค้า	Customer Relationships การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	Customer Segments กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	
	Key Resources ทรัพยากรสำคัญ		Channels ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า		
Cost Structure ต้นทุนทั้งหมดที่ก่อให้เกิดสินค้า		Revenue Streams แหล่งที่มาของรายได้			

หมายเหตุ: ในการจัดทำ BMC จริง ควรเขียนข้อมูลให้เชื่อมโยงกันทั้ง 9 ช่อง ไม่ควรคิดแต่ละช่องแยกจากกัน

4. ความสัมพันธ์ของ BMC

การทำ BMC ที่ดีต้องมี **ความสอดคล้อง (Alignment)** ระหว่างองค์ประกอบ

ตัวอย่างการเชื่อมโยง

Customer Segments



ลูกค้าต้องการอะไร?



Value Proposition

เราจะสร้างคุณค่าอะไร?



Channels

จะส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้าอย่างไร?



Customer Relationships

จะรักษาลูกค้าอย่างไร?



Revenue Streams

ธุรกิจจะสร้างรายได้อย่างไร?

ขณะเดียวกันธุรกิจต้องมี

Key Resources + Key Activities + Key Partnerships

เพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน และต้องควบคุม

Cost Structure

เพื่อให้ธุรกิจสามารถสร้าง **กำไร (Profit)** ได้

5. ประโยชน์ของ BMC

BMC ช่วยผู้ประกอบการ

- ✓ มองเห็นภาพรวมของธุรกิจ
- ✓ วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าได้ชัดเจน
- ✓ กำหนดคุณค่าของสินค้าได้ตรงความต้องการ
- ✓ วางแผนการตลาดและช่องทางการขาย
- ✓ วิเคราะห์รายได้และต้นทุน
- ✓ เห็นจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุง
- ✓ สื่อสารแนวคิดธุรกิจให้ผู้อื่นเข้าใจง่าย

✓ ใช้เป็นพื้นฐานในการจัดทำแผนธุรกิจ

✓ ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจได้รวดเร็ว

6. เทคนิคการทำ BMC ให้มีประสิทธิภาพ

STEP 1 — รู้จักลูกค้า Customer Segments

STEP 2 — เข้าใจปัญหาและความต้องการ Customer Needs & Problems

STEP 3 — สร้างคุณค่า Value Proposition

STEP 4 — กำหนดช่องทาง Channels

STEP 5 — สร้างความสัมพันธ์ Customer Relationships

STEP 6 — วางแผนรายได้ Revenue Streams

STEP 7 — เตรียมทรัพยากรและกิจกรรม Key Resources + Key Activities

STEP 8 — สร้างเครือข่าย Key Partnerships

STEP 9 — วิเคราะห์ต้นทุน Cost Structure

STEP 10 — ตรวจสอบความเป็นไปได้

“รายได้เพียงพอกับต้นทุนและสามารถสร้างกำไรได้หรือไม่?”

7. สรุปสาระสำคัญ

Business Model Canvas (BMC) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ประกอบการ ออกแบบ วิเคราะห์ และวางแผนรูปแบบธุรกิจ โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ 9 ด้าน ได้แก่ CS → VP → CH → CR → RS → KR → KA → KP → CS หัวใจสำคัญของ BMC ไม่ใช่เพียงการกรอกข้อมูลให้ครบ 9 ช่อง แต่คือ การทำให้ข้อมูลทุกช่องเชื่อมโยงและสนับสนุนกัน เพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้า สร้างรายได้ให้ธุรกิจ และควบคุมต้นทุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

คำศัพท์สำคัญ (English Vocabulary)

คำศัพท์	ความหมาย
Business Model	รูปแบบธุรกิจ
Business Model Canvas	เครื่องมือวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ
Customer Segments	กลุ่มลูกค้า
Value Proposition	คุณค่าที่เสนอแก่ลูกค้า
Channels	ช่องทาง
Customer Relationships	ความสัมพันธ์กับลูกค้า
Revenue Streams	กระแสรายได้
Key Resources	ทรัพยากรหลัก
Key Activities	กิจกรรมหลัก
Key Partnerships	พันธมิตรหลัก

คำศัพท์	ความหมาย
Cost Structure	โครงสร้างต้นทุน

ผู้สอน: นางสาวสุพิชญา รักแดง
แผนกวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี



ใบงานหน่วยการเรียนรู้ที่ 3

วิชา การเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง การวางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)

เวลาในการปฏิบัติงาน : 20 นาที

คำชี้แจง: ให้นักศึกษาศึกษาใบความรู้หน่วยที่ 3 แล้วจัดทำวางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) 1 หน้า (A4) โดยเลือกแนวคิดธุรกิจที่สนใจและเขียนตามหัวข้อที่กำหนด ส่งเป็นรายกลุ่ม (5-6 คน)

ผลลัพธ์การเรียนรู้:

ความรู้ในการปฏิบัติงาน

- อธิบายขั้นตอนและองค์ประกอบของเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) ได้

ทักษะในการปฏิบัติงาน

- วางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) อย่างเป็นระบบและทำงานร่วมกันเป็นทีมได้

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เรื่ององค์ประกอบของการวางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)
2. เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม
3. เพื่อปลูกฝังคุณธรรม เช่น ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ

หัวข้อที่ต้องจัดทำ (ตาราง BMC 1 หน้า A4)

STEP 1 — รู้จักลูกค้า Customer Segments

STEP 2 — เข้าใจปัญหาและความต้องการ Customer Needs & Problems

STEP 3 — สร้างคุณค่า Value Proposition

STEP 4 — กำหนดช่องทาง Channels

STEP 5 — สร้างความสัมพันธ์ Customer Relationships

STEP 6 — วางแผนรายได้ Revenue Streams

STEP 7 — เตรียมทรัพยากรและกิจกรรม Key Resources + Key Activities

STEP 8 — สร้างเครือข่าย Key Partnerships

STEP 9 — วิเคราะห์ต้นทุน Cost Structure

ลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. ศึกษาใบความรู้และเนื้อหาเกี่ยวกับวางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)
2. ระดมสมองเลือกแนวคิดธุรกิจที่จะทำ
3. ค้นหาข้อมูลตลาด ผู้บริโภค และคู่แข่ง
4. กำหนดกลยุทธ์การตลาดและทิศทางธุรกิจ
5. วิเคราะห์ข้อมูลและจัดเรียงตามหัวข้อที่กำหนด
6. จัดทำวางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)
7. ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และรูปแบบการนำเสนอ
8. ส่งงานให้ผู้สอนตามกำหนดเวลา

★ เกณฑ์การให้คะแนนใบงาน (รวม 10 คะแนน)

**Rubric การประเมินใบงานที่ 3

วางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) (10 คะแนน)

ตัวชี้วัด	3 คะแนน (ดีมาก)	2 คะแนน (ดี)	1 คะแนน (พอใช้)	0 คะแนน (ปรับปรุง)
1. ความครบถ้วนของเนื้อหา (3 คะแนน)	ครบทุกหัวข้อ 100% ถูกต้อง ตรงตามใบงาน	ขาด 1-2 หัวข้อ แต่ ยังสอดคล้อง	ขาด 3-4 หัวข้อ และข้อมูลไม่ ครบถ้วน	ขาดมากกว่า 4 หัวข้อ หรือไม่ตรง โจทย์
2. ความถูกต้องและความ ชัดเจนของข้อมูล (2 คะแนน)	ข้อมูลแม่นยำ ชัดเจน วิเคราะห์ได้ดี	มีเล็กน้อยที่ไม่ ชัดเจน แต่โดยรวม ถูกต้อง	ข้อมูลหลายส่วนผิด หรือสับสน	ข้อมูลผิดเกือบ ทั้งหมด ไม่ สอดคล้อง
3. การวิเคราะห์ธุรกิจและ การตลาด (2 คะแนน)	วิเคราะห์ตลาด คู่แข่ง ถูกค้าได้ลึกและเป็นเหตุ เป็นผล	วิเคราะห์พื้นฐานแต่ ยังถูกต้อง	การวิเคราะห์ตื้น ไม่ สอดคล้องบางส่วน	ไม่มีการวิเคราะห์ หรือไม่ถูกต้อง
4. ความคิดสร้างสรรค์และ ความเป็นไปได้ของแนวคิด ธุรกิจ (2 คะแนน)	แนวคิดแปลกใหม่ สร้างสรรค์ และเป็นไป ได้สูง	แนวคิดดี มีความ เป็นไปได้	แนวคิดพื้นฐาน ทั่วไป ความเป็นไป ได้น้อย	แนวคิดไม่ชัดเจน ไม่ สามารถทำได้
5. การทำงานเป็นทีมและการ ส่งงานตามเวลา (1 คะแนน)	ทำงานเป็นทีมดีมาก ส่ง ตรงเวลา	ทำงานร่วมกันดี ส่ง ล่าช้าเล็กน้อย	มีปัญหาเรื่องการ ทำงานร่วมกัน	ไม่ร่วมมือ ไม่ส่งงาน



แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน (10 ข้อ)

วิชา การเป็นผู้ประกอบการ เรื่อง วางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)

เวลาในการทดสอบ :10.....นาที

คำชี้แจง จงอ่านสถานการณ์และวิเคราะห์ข้อมูล แล้วเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อ 1 กลุ่มนักศึกษาต้องการขายอาหารเช้าในวิทยาลัย เดิมกำหนดลูกค้าว่า “บุคคลทั่วไป” แต่ผลสำรวจพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีเวลาพักจำกัดและต้องการอาหารราคาไม่เกิน 40 บาท การปรับ BMC ควรเริ่มจากองค์ประกอบใด

- ก. Key Resources โดยระบุทรัพยากรที่ใช้ผลิตสินค้า
- ข. Customer Segments โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน
- ค. Revenue Streams โดยกำหนดแหล่งรายได้ของธุรกิจ
- ง. Key Partnerships โดยกำหนดผู้สนับสนุนการดำเนินงาน

ข้อ 2 ร้านเบเกอรี่สำรวจพบว่าลูกค้าต้องการขนมสดใหม่ ราคาเหมาะสม และสามารถส่งล่วงหน้าเพื่อรับสินค้าได้ทันที ข้อใดเป็นการกำหนด **Value Proposition** ที่สอดคล้องกับข้อมูลมากที่สุด

- ก. ขนมสดใหม่ ราคาเหมาะสม พร้อมบริการส่งล่วงหน้า
- ข. พนักงานผลิตขนมและจัดเตรียมสินค้าตามคำสั่งซื้อ
- ค. จำหน่ายขนมผ่านหน้าร้านและช่องทางออนไลน์หลายรูปแบบ
- ง. มีรายได้จากการขายขนมและบริการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า

ข้อ 3 ธุรกิจมีนิโตนัมียอดขายหน้าร้านดี แต่ยอดขายออนไลน์ต่ำ ผู้ประกอบการพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ TikTok และ LINE ในการค้นหาสินค้าและติดต่อร้านค้า หากต้องการปรับ BMC จากข้อมูลนี้ ควรพิจารณาองค์ประกอบใดโดยตรง

- ก. Key Activities โดยเพิ่มขั้นตอนการผลิตสินค้า
- ข. Customer Relationships โดยเพิ่มกิจกรรมสร้างความผูกพัน
- ค. Channels โดยเลือกช่องทางให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้า
- ง. Cost Structure โดยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ

ข้อ 4 ร้านอาหารมีลูกค้าประจำจำนวนมาก แต่จำนวนการกลับมาซื้อซ้ำลดลง ผู้ประกอบการจึงวางระบบสมาชิก สะสมคะแนน ส่งโปรโมชั่นเฉพาะบุคคล และขอความคิดเห็นหลังการซื้อ การดำเนินงานนี้เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบใดมากที่สุด

- ก. Customer Segments โดยจำแนกลูกค้าตามลักษณะการซื้อ
- ข. Key Resources โดยจัดเตรียมทรัพยากรสำหรับบริการลูกค้า
- ค. Revenue Streams โดยเพิ่มแหล่งรายได้จากสมาชิก
- ง. Customer Relationships โดยสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

ข้อ 5 ธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์มีรายได้จากการขายสินค้าเป็นหลัก ต่อมาพัฒนา “บริการออกแบบลายเสื้อเฉพาะบุคคล” และเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มเติม การเปลี่ยนแปลงนี้ควรสะท้อนใน BMC ช่องใดเป็นสำคัญ

- ก. Revenue Streams โดยกำหนดแหล่งรายได้จากบริการเพิ่มเติม
- ข. Value Propositions โดยกำหนดคุณค่าของสินค้าที่แตกต่าง

ค. Key Activities โดยกำหนดกิจกรรมการออกแบบสินค้าใหม่

ง. Customer Relationships โดยกำหนดวิธีดูแลลูกค้าเฉพาะบุคคล

ข้อ 6 ธุรกิจไอศกรีมต้องใช้สูตรสินค้า เครื่องผลิต ตู้แช่ เงินทุน วัตถุดิบ และบุคลากร เพื่อให้สามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้ตามแผน ข้อมูลดังกล่าวควรจัดอยู่ในองค์ประกอบใด

ก. Key Activities โดยระบุกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ

ข. Key Resources โดยระบุทรัพยากรที่จำเป็นต่อธุรกิจ

ค. Key Partnerships โดยระบุบุคคลหรือองค์กรที่ร่วมธุรกิจ

ง. Cost Structure โดยระบุค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดำเนินงาน

ข้อ 7 ธุรกิจมินิโดนต์กำหนดกระบวนการสำคัญ ได้แก่ จัดซื้อวัตถุดิบ ผลิต ตรวจสอบคุณภาพ บรรจุ และจัดส่งสินค้า ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนองค์ประกอบใดของ BMC ได้ชัดเจนที่สุด

ก. Channels โดยกำหนดวิธีการส่งสินค้าไปยังลูกค้า

ข. Key Resources โดยกำหนดสิ่งที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ค. Key Activities โดยกำหนดกิจกรรมสำคัญเพื่อสร้างและส่งมอบคุณค่า

ง. Customer Segments โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้า

ข้อ 8 ธุรกิจขนมต้องพึ่งพาผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ และบริษัทขนส่ง หากคู่ค้าหลักหยุดให้บริการ ธุรกิจอาจไม่สามารถผลิตหรือส่งสินค้าได้ตามแผน ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์องค์ประกอบใด

ก. Value Propositions โดยวิเคราะห์คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ

ข. Customer Relationships โดยวิเคราะห์วิธีการรักษาความสัมพันธ์

ค. Cost Structure โดยวิเคราะห์ต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงาน

ง. Key Partnerships โดยวิเคราะห์คู่ค้าที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ

ข้อ 9 ธุรกิจหนึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้น แต่กำไรสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการพบว่าค่าวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่งเพิ่มขึ้นมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น หากใช้ BMC วิเคราะห์ปัญหา ควรตรวจสอบส่วนใดก่อน

ก. Cost Structure โดยวิเคราะห์รายการต้นทุนและค่าใช้จ่ายของธุรกิจ

ข. Customer Segments โดยวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ค. Channels โดยวิเคราะห์ช่องทางที่ใช้สื่อสารและจำหน่ายสินค้า

ง. Value Propositions โดยวิเคราะห์คุณค่าที่นำเสนอให้แก่ลูกค้า

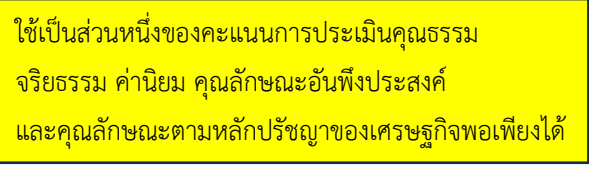
ข้อ 10 นักศึกษาวาง BMC สำหรับธุรกิจอาหารสุขภาพ โดยกำหนดว่าลูกค้าต้องการอาหารราคาประหยัด แต่เลือกวัตถุดิบต้นทุนสูงและจัดส่งแบบเร่งด่วนทุกคำสั่งซื้อ แนวทางใดเหมาะสมที่สุดในการปรับปรุง BMC

ก. เพิ่มจำนวนลูกค้าเป้าหมายเพื่อชดเชยต้นทุนการดำเนินงาน

ข. เพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจโดยยังคงรูปแบบการดำเนินงานเดิม

ค. ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างคุณค่า กิจกรรม ช่องทาง และต้นทุน

ง. เพิ่มราคาขายสินค้าโดยไม่ต้องวิเคราะห์คุณค่าที่ลูกค้าต้องการ



หน่วยการเรียนรู้ที่ 3

วิชา การเป็นผู้ประกอบการ เรื่อง วางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)

[illegible]

เกณฑ์การวัดผล : ให้คะแนนตามระดับคุณภาพของแต่ละพฤติกรรม ดังนี้

ดีมาก = 4 หมายถึง เข้าชั้นเรียนตรงเวลา สนใจฟัง ไม่พูดคุยในชั้นเรียน มีคำถามที่ดีเมื่อมีข้อสงสัย ตอบคำถามถูกต้อง ทำงานที่มอบหมายได้ทันตาม

เวลา

ดี = 3 หมายถึง การแสดงออกอยู่ในเกณฑ์ ประมาณร้อยละ 70 ของระดับดีมาก

ปานกลาง = 2 หมายถึง การแสดงออกอยู่ในเกณฑ์ ประมาณร้อยละ 50 ของระดับดีมาก

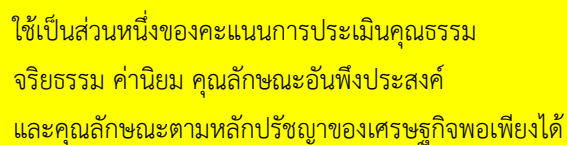
ปรับปรุง = 1 หมายถึง เข้าชั้นเรียนสาย เพิกเฉย ไม่สนใจไม่ให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ไม่ส่งงานหรือส่งไม่ครบตามที่

มอบหมาย

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(นางสาวสุพิชญา รักแดง)

...../...../.....



หน่วยการเรียนรู้ที่ 3

วิชา การเป็นผู้ประกอบการ เรื่อง วางแผนการดำเนินธุรกิจ ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC)

[illegible]

เกณฑ์การวัดผล : ให้คะแนนตามระดับคุณภาพของแต่ละพฤติกรรม ดังนี้

ดีมาก = 4 หมายถึง ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมทั้ง 5 ด้านออกมาสามารถสังเกตได้ชัดเจนในทุกพฤติกรรม

ดี = 3 หมายถึง ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมทั้ง 5 ด้านออกมา ประมาณร้อยละ 70 ของระดับดีมาก

ปานกลาง = 2 หมายถึง ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมทั้ง 5 ด้านออกมาประมาณร้อยละ 50 ของระดับดีมาก

ปรับปรุง = 1 หมายถึง ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมทั้ง 5 ด้านออกมาต่ำกว่า 50 ของระดับดีมาก

หมายเหตุ : ผู้ประเมิน หมายถึง ครูผู้สอน หรือ ประธานกลุ่ม

หรือทั้ง 2 คนก็ได้ แล้วหาค่าเฉลี่ย

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(นางสาวสุพิชญา รักแดง)

...../...../.....

บรรณานุกรม

1. Osterwalder, Alexander and Yves Pigneur. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
2. Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, and Alan Smith. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
3. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education.
4. Drucker, Peter F. (2007). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
5. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (ม.ป.ป.). **ความรู้เกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจและการประกอบธุรกิจ**. กระทรวงพาณิชย์.
6. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (ม.ป.ป.). **องค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและการพัฒนาธุรกิจ SMEs**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
7. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2567). **หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.