



แผนการจัดการเรียนรู้

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2567

สาขาวิชาการบัญชี

กลุ่มอาชีพ การบัญชี

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ

รหัสวิชา 20202-2001 วิชา การขายออนไลน์

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้รายวิชา การขายและการตลาดเบื้องต้น 20202-2001 ท-ป-น 2-2-3 นี้ มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาเพื่อพัฒนาผู้เรียนเป็นสำคัญ ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567 ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

การจัดทำได้มีการพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียน โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 9 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย

1. วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์
2. รูปแบบและประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์
3. แนวโน้มการตลาดออนไลน์
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์
5. ตลาดเป้าหมาย
6. กระบวนการขายออนไลน์
7. จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์
8. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์
9. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์

พร้อมทั้ง แบบฝึกหัด ใบงาน แบบทดสอบพร้อมเฉลย และสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะในสถานการณ์ต่าง ๆ มีทักษะการคิดและแก้ปัญหา และบูรณาการกับการทำงานตามสาขาอาชีพต่าง ๆ ต่อไป

ผู้จัดทำหวังว่าแผนการจัดการเรียนรู้เล่มนี้คงจะเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน และผู้สนใจทั่วไป หากมีข้อเสนอแนะประการใด ผู้จัดทำยินดีน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงในโอกาสต่อไป

วีณา ใจเพชร

หลักสูตรรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2567

ประเภทวิชา...บริหารธุรกิจ...กลุ่มอาชีพ การบัญชี...สาขาวิชา การบัญชี

รหัส...20202-2001...ชื่อวิชา การขายและการขายออนไลน์

ทฤษฎี.....2.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....2.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....3.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

รหัส 301111 และ 301112 อาชีพนักขาย ระดับ 3

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ปฏิบัติการขายออนไลน์ได้ตามกระบวนการและสถานการณ์ทางการตลาดด้วยปฏิภาณไหวพริบและมีความซื่อสัตย์สุจริต

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขายออนไลน์
2. มีทักษะการขายสินค้าออนไลน์
3. สามารถประยุกต์ใช้กระบวนการขายออนไลน์ในการจัดจำหน่าย
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีใจรักในการบริการ มีความกล้าแสดงออก มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ มีความคล่องตัวในการทำงานและมีความซื่อสัตย์สุจริต

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขายออนไลน์
2. ปฏิบัติงานขายออนไลน์ ตามกระบวนการและสถานการณ์ทางการตลาด
3. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารการขายออนไลน์ตามจรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการขายออนไลน์ รูปแบบการขายออนไลน์ แนวโน้มการตลาดออนไลน์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ กำหนดตลาดเป้าหมาย กระบวนการขายออนไลน์ จรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

มาตรฐานอาชีพ

หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ.....สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน).....

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ....การบัญชี.....

อาชีพ.....นักขาย.....ระดับ.....3.....

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
30111	กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	301111	กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	1. กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2. วางแผนการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
		301112	จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1. จัดทำแผนการตลาดโดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2. จัดทำแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึง	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (Job) การขายออนไลน์				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการ ปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
งานหลัก 1 วิวัฒนาการและ หลักการขายออนไลน์	1. วิวัฒนาการ การขาย ออนไลน์ 2. ความหมาย ของการขาย ออนไลน์ 3. ความสำคัญ ของการขาย ออนไลน์ 4. หลักการ ขายออนไลน์	แสดงความรู้ เกี่ยวกับหลักการ และกระบวนการ ขายออนไลน์	1. อธิบาย ความหมาย และ ความสำคัญ ของการขาย ออนไลน์ได้ 2. อธิบาย หลักการและ กระบวนการ ขายออนไลน์ ได้	ออกแบบการขายโดย ใช้หลักการขาย ออนไลน์ได้
งานหลัก 2 รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	1. ความสำคัญ ของการขาย สินค้าออนไลน์ 2. รูปแบบ ของการขาย ออนไลน์ 3. ประโยชน์ ของการขาย สินค้าออนไลน์ 4. รูปแบบการ ใช้เครื่องมือ สื่อสารกับ ธุรกิจขาย ออนไลน์	แสดงความรู้ เกี่ยวกับรูปแบบและ ประโยชน์การขาย สินค้าออนไลน์	1. อธิบาย ความสำคัญ ของการขาย สินค้าออนไลน์ ได้ 2. อธิบาย ประโยชน์ของ การขายสินค้า ออนไลน์ได้ 3. ใช้งาน รูปแบบการ ขายสินค้า ออนไลน์ต่าง ๆ ได้	ใช้งานรูปแบบการ ขายสินค้าออนไลน์ ต่าง ๆ ได้

			4. อธิบาย ความสำคัญ ของการขาย สินค้าออนไลน์ ได้ 5. อธิบาย ประโยชน์ของ การขายสินค้า ออนไลน์ได้ 6. มีเจตคติ และกิจนิสัยที่ ดีในการขาย สินค้าออนไลน์ ต่าง ๆ ด้วย ความละเอียด รอบคอบ และ มีความคิด สร้างสรรค์ 7. เลือกใช้ รูปแบบการ ขายสินค้า ออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่าง เหมาะสม	
งานหลัก 3 แนวโน้มการตลาดออนไลน์	1. แนวโน้ม การตลาด ออนไลน์ 2. ปัญหาและ การแก้ไข ปัญหาของ การทำตลาด ออนไลน์	แสดงความรู้ เกี่ยวกับแนวโน้ม การตลาดออนไลน์	1. อธิบาย รูปแบบการใช้ เครื่องมือ สื่อสารกับ ธุรกิจขาย ออนไลน์ได้ 2. วิเคราะห์ แนวโน้ม	เสนอปัญหาและ วิธีแก้ไขปัญหาการทำ ตลาดออนไลน์ได้

			การตลาดออนไลน์ได้ 3. เสนอปัญหาและวิธีแก้ไข ปัญหาการทำตลาดออนไลน์ได้ 4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีความ ปฏิภาณไหวพริบ และมีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน 5. เลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาและการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม	
งานหลัก 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	1. กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ 3. กระบวนการ	แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	1. อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ 2. อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้	สืบค้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตได้

	ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ 4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์		3. สืบค้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตได้ 4. มีเจตคติและทัศนคติที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความคล่องตัวในการทำงาน 5. เลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม	
งานหลัก 5 ตลาดเป้าหมาย	1. ความหมายของตลาดเป้าหมาย 2. ความสำคัญของตลาดเป้าหมาย 3. ลักษณะของตลาดเป้าหมาย	แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย	1. อธิบายความหมายและความสำคัญของตลาดเป้าหมายได้ 2. อธิบายเกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมายได้	สืบค้นเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้

	4. การวิเคราะห์และเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย 5. เกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมาย		3. จำแนกลักษณะของตลาดเป้าหมายได้ 4. วิเคราะห์การเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ 5. สืบค้นเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้ 6. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน 7. เลือกใช้ความรู้ในการวิเคราะห์และเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายเพื่อค้นหากลุ่มตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม	
งานหลัก 6 กระบวนการขายออนไลน์	1. ความหมายของกระบวนการขาย	แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขาย	1. อธิบายความหมายของ	ออกแบบและสร้างร้านค้าตามกระบวนการขายออนไลน์ได้

	2. ความสำคัญของการกระบวนกรขาย 3. กระบวนกรขาย 4. กระบวนกรขายออนไลน์ 5. การออกแบบร้านค้าออนไลน์ 6. การสร้างร้านค้าออนไลน์	และการสร้างร้านค้าออนไลน์	กระบวนกรขายได้ 2. อธิบายความสำคัญของการกระบวนกรขายได้ 3. อธิบายกระบวนกรขายและกระบวนกรขายออนไลน์ได้ 4. ออกแบบและสร้างร้านค้าตามกระบวนกรขายออนไลน์ได้ 5. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการใช้กระบวนกรขายกับการขายออนไลน์ด้วยความละเอียดรอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์ 6. เลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนกรขายและ	
--	--	----------------------------------	--	--

			ออกแบบ ร้านค้า ออนไลน์ได้ อย่างเหมาะสม	
งานหลัก 7 จรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	1. ความสำคัญ ของ จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์ 2. ความหมาย ของ จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์ 3. องค์ประกอบ ของ จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์ 4. จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์	แสดงความรู้ เกี่ยวกับ จรรยาบรรณที่ เกี่ยวข้องกับการขาย ออนไลน์	1. อธิบาย ความหมาย และ ความสำคัญ ของ จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์ได้ 2. อธิบาย องค์ประกอบ ของ จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์ได้ 3. ปฏิบัติตาม หลัก จรรยาบรรณที่ เกี่ยวข้องกับการขาย ออนไลน์ได้ 4. มีเจตคติ และกิจนิสัยที่ ดีในการปฏิบัติ ตาม จรรยาบรรณ การขาย ออนไลน์ ด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต	ปฏิบัติตามหลัก จรรยาบรรณที่ เกี่ยวข้องกับการขาย ออนไลน์ได้

			5. นำหลัก จรรยาบรรณที่ เกี่ยวข้องกับ การขาย ออนไลน์ไป ใช้ได้อย่าง เหมาะสม	
งานหลัก 8 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	1. ความสำคัญ ของกฎหมาย การขาย ออนไลน์ 2. กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับการ ทำ ธุรกรรม ออนไลน์ 3. กฎหมาย การจดทะเบียน พาณิชย์ 4. กฎหมาย ว่าด้วย ธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ 5. กฎหมายว่า ด้วยการ กระทำผิด เกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์	แสดงความรู้ เกี่ยวกับกฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับการขาย ออนไลน์	1. อธิบาย ความสำคัญ ของกฎหมาย การขาย ออนไลน์ได้ 2. อธิบาย กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับการ ทำ ธุรกรรม ออนไลน์ กฎหมายการ จดทะเบียน พาณิชย์ กฎหมายว่า ด้วยธุรกรรม ทาง อิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมาย ว่าด้วยการ กระทำผิด เกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ ได้ 3. ปฏิบัติตาม หลักกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับ	ปฏิบัติตามหลัก กฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการทำธุรกรรม ออนไลน์ กฎหมาย การจดทะเบียน พาณิชย์ กฎหมายว่า ด้วยธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ และ กฎหมายว่าด้วยการ กระทำผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ได้

			การทำธุรกรรม ออนไลน์ กฎหมายการ จดทะเบียน พาณิชย์ กฎหมายว่า ด้วยธุรกรรม ทาง อิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมาย ว่าด้วยการ กระทำความผิด เกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ ได้ 4. เห็น ความสำคัญ ของการปฏิบัติ ตามหลัก กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับ การขาย ออนไลน์ด้วย ความ รับผิดชอบ 5. นำความรู้ เกี่ยวกับ กฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับ การขาย ออนไลน์ไป ใช้ได้อย่าง ถูกต้อง	
--	--	--	--	--

งานหลัก 9 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์	1. ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ 2. ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ 3. ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์ 4. เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์	แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์	1. อธิบายความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้ 2. อธิบายประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์ได้ 3. ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้ 4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียดรอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์ 5. เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้
---	---	---	--	--

			และการ สื่อสารเพื่อการ ขายออนไลน์ ได้อย่าง เหมาะสม	
--	--	--	--	--



ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้ (แบบ 1)

รหัสชื่อวิ 20202- 2001 วิชา การขายออนไลน์

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

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
1. วิชาการและ หลักการขายออนไลน์	1	1	1	-	-	-	4	1	1	9	4
2.รูปแบบและประโยชน์การ ขายสินค้าออนไลน์	1	1	1	-	-	-	4	1	1	9	8
3. แนวโน้มการตลาดออนไลน์	1	1	1	1	-	-	6	1	1	12	8
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อ สินค้าออนไลน์	1	1	1	1	-	-	4	1	1	10	8
5. ตลาดเป้าหมาย	1	1	1	1	-	-	7	1	1	13	8
6. กระบวนการขายออนไลน์	1	1	1	-	-	-	6	1	2	12	8
7. จรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	1	-	1	-	-	-	4	2	1	9	8
8. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ การขายออนไลน์	1	1	1	-	-	-	4	4	4	9	8
9. เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการขาย ออนไลน์	1	1	1	-	-	-	6	1	1	11	8
ทบทวนและวัดผลและประเมินผลปลายภาค											4
รวม	11	10	11	3	-	-	45	10	10	100	72
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (เมื่อเรียนรายวิชานี้สำเร็จแล้วทำอะไรได้)											
รวมทั้งรายวิชา										100	72

หน่วยการเรียนรู้

รหัส 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์

ทฤษฎี 2..... ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2..... ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
1	วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์	2	2	4
2	รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	4	4	8
3	แนวโน้มการตลาดออนไลน์	4	4	8
4	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าออนไลน์	4	4	8
5	ตลาดเป้าหมาย	4	4	8
6	กระบวนการขายออนไลน์	4	4	8
7	จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	4	4	8
8	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	4	4	8
9	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์	4	4	8
	ทบทวน วัดผลและประเมินผล	2	2	4
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา	36	36	72
	รวม	36	36	72

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 1
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์	ทฤษฎี 2 ชม. ปฏิบัติ 2 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ ใช้ความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ทางการตลาด

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

1.2 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายหลักการและกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.3 ออกแบบการขายโดยใช้หลักการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการขายออนไลน์ด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. สารการเรียนรู้

- 5.1 วิวัฒนาการการขายออนไลน์
- 5.2 ความหมายของการขายออนไลน์
- 5.3 ความสำคัญของการขายออนไลน์
- 5.4 หลักการขายออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วีดีโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ

6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%

5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

10.3 การแก้ไขปัญหา

1) ผลการแก้ไขปัญหาค่าส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

2) แนวทางแก้ปัญหาในครั้งต่อไป

	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 1
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์	ทฤษฎี 2 ชม. ปฏิบัติ 2 ชม.
ชื่อเรื่อง วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ ใช้ความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ทางการตลาด

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายหลักการและกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.3 ออกแบบการขายโดยใช้หลักการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการขายออนไลน์ด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. เนื้อหาสาระ

5.1 วิวัฒนาการการขายออนไลน์

1. ยุคเริ่มต้นของการขายออนไลน์ (ช่วงปี 1990 – ต้น 2000)

1.1 การกำเนิดอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ การซื้อขายออนไลน์เริ่มต้นขึ้นหลังจากที่อินเทอร์เน็ตเปิดให้ประชาชนทั่วไปใช้งาน

1.2 เว็บไซต์คอมเมอร์เชียลแรก เว็บไซต์อย่าง eBay (ก่อตั้งปี 1995) และ Amazon (ก่อตั้งปี 1994) เป็นต้นแบบการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บเบราว์เซอร์

1.3 ลักษณะการขาย เน้นการซื้อขายผ่านคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป ใช้ระบบชำระเงินออนไลน์ที่ยังไม่สะดวกมากนัก

2. ยุคการเติบโต (ช่วงกลาง 2000 – 2010)

2.1 การใช้บัตรเครดิตแพร่หลายขึ้น ผู้คนเริ่มมั่นใจในระบบชำระเงินออนไลน์มากขึ้น

2.2 เว็บไซต์และแพลตฟอร์มท้องถิ่น ประเทศต่าง ๆ มีการสร้างเว็บขายของ เช่น Tarad.com (ไทย), Alibaba (จีน)

- 2.3 ระบบตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) พัฒนาระบบที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าซื้อสินค้าได้หลายรายการพร้อมกัน
- 2.4 การขนส่งพัฒนาขึ้น มีบริการจัดส่งที่เชื่อถือได้มากขึ้น ทำให้การซื้อขายเติบโต
3. ยุคโซเชียลคอมเมอร์ซ (2010 – 2018)
- 3.1 โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาท Facebook, Instagram, และ LINE กลายเป็นช่องทางสำคัญในการขายสินค้า
- 3.2 รูปแบบการขาย เกิดการขายผ่าน “แชท” หรือ “ไลฟ์สด” ทำให้ผู้ขายสื่อสารกับลูกค้าได้แบบเรียลไทม์
- 3.3 ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อ มาจากการรีวิว การแชร์ และการบอกต่อในโซเชียล
4. ยุคแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (2018 – ปัจจุบัน)
- 4.1 แพลตฟอร์มขนาดใหญ่ Shopee, Lazada, JD Central กลายเป็นตลาดกลางที่ดึงดูดผู้ขายและผู้ซื้อมาเจอกัน
- 4.2 ระบบสนับสนุน มีบริการเก็บเงินปลายทาง (COD), การันตีสินค้า, โปรโมชั่นลดราคาใหญ่ ๆ (เช่น 9.9, 11.11, 12.12)
- 4.3 การแข่งขันสูง ผู้ขายต้องสร้างความแตกต่างด้วยคุณภาพสินค้า บริการ และการตลาด
5. ยุคดิจิทัลคอมเมอร์ซสมัยใหม่ (ปัจจุบันและอนาคต)
- 5.1 การใช้ AI และ Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำเสนอสินค้าแบบตรงกลุ่มเป้าหมาย
- 5.2 การชำระเงินดิจิทัล E-Wallet เช่น TrueMoney, LinePay, PromptPay สะดวกและปลอดภัยขึ้น
- 5.3 Social + Entertainment Commerce การขายผ่าน TikTok Shop หรือการใช้วิดีโอสั้นและไลฟ์สดเป็นเครื่องมือดึงดูดลูกค้า
- 5.4 เทรนด์อนาคต อาจเชื่อมโยงกับ Metaverse, AR/VR Shopping และระบบอัตโนมัติเต็มรูปแบบ
- 5.2 ความหมายของการขายออนไลน์ (Online Selling หรือ Online Commerce)**
- หมายถึง กระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ขายนำเสนอสินค้าในรูปแบบดิจิทัล เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือการไลฟ์สด เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถเลือกสินค้า สั่งซื้อ ชำระเงิน และรอรับสินค้าผ่านระบบขนส่ง โดยไม่จำเป็นต้องพบหน้ากันโดยตรงเหมือนการค้าขายแบบดั้งเดิม
- 5.3 ความสำคัญของการขายออนไลน์**
1. ความสำคัญต่อผู้ขาย
 2. ความสำคัญต่อผู้ซื้อ
 3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม
- 5.4 หลักการขายออนไลน์**
1. การนำเสนอสินค้าอย่างชัดเจนและน่าเชื่อถือ
 2. การสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือ
 3. การให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และเป็นธรรม
 4. การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์
 5. การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

6. การปรับตัวต่อเทคโนโลยีและแนวโน้มใหม่

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายความหมายของการขายออนไลน์ พร้อมยกตัวอย่างแพลตฟอร์มที่นิยมใช้ในปัจจุบัน
2. บรรยายวิวัฒนาการของการขายออนไลน์ตั้งแต่ยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันอย่างน้อย 3 ช่วง
3. เพราะเหตุใดการขายออนไลน์จึงมีความสำคัญต่อผู้ขายและผู้ซื้อ
4. จงอธิบายหลักการขายออนไลน์ที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อมั่นในผู้ขาย
5. คาดการณ์แนวโน้มในอนาคตของการขายออนไลน์ว่าจะมีลักษณะอย่างไร และจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างไร

แบบทดสอบ

1. วิวัฒนาการการขายออนไลน์เริ่มต้นจากยุคใดเป็นยุคแรก
 - ก. แกดด้าลือกออนไลน์
 - ข. ร้านค้าออนไลน์
 - ค. การประกาศขายของออนไลน์
 - ง. Social Commerce
2. ในยุคปัจจุบันการขายออนไลน์ถือว่าอยู่ในยุคใดและข้อใดกล่าวถูกต้อง
 - ก. อยู่ในยุคร้านค้าออนไลน์ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับยุคของแคตตาล็อกออนไลน์
 - ข. อยู่ในยุคร้านค้าออนไลน์ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการค้าออนไลน์เต็มรูปแบบ
 - ค. อยู่ในยุคของการซื้อสินค้าออฟไลน์มากกว่าออนไลน์ผ่านมือถือและมีการนำเสนอส่วนลดพิเศษ
 - ง. อยู่ในยุคโซเชียลเน็ตเวิร์กที่ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอุปกรณ์พกพาของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นรวมถึงการขายในรูปแบบแอปพลิเคชัน
3. กระบวนการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามีความหมายตรงกับข้อใด
 - ก. การขายตรง
 - ข. การขาย
 - ค. การขายออนไลน์
 - ง. การขายออฟไลน์
4. ข้อใดกล่าวถึงความหมายของการขายสินค้าออนไลน์**ไม่ถูกต้อง**
 - ก. การเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
 - ข. กระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยใช้ช่องทางออนไลน์
 - ค. การนำเสนอและแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าและบริการผ่านการเชื่อมต่ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
 - ง. Online Marketplace และ Social Media คือช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
5. ข้อใด**ไม่ถือเป็น**องค์ประกอบของการขายออนไลน์
 - ก. ผู้ขายสินค้าออนไลน์

- ข. ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์
- ค. ระบบจัดการหลังร้าน
- ง. ส่วนประสมทางการตลาด

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** การขายออนไลน์หมายถึงการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ขายสามารถนำเสนอสินค้าในรูปแบบข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อและชำระเงินได้โดยไม่ต้องพบหน้ากัน ตัวอย่างแพลตฟอร์มที่นิยม เช่น Shopee, Lazada, Facebook, TikTok Shop

2. **ตอบ** 1. ยุคเริ่มต้น (1990–2000): เน้นการขายผ่านเว็บไซต์ เช่น Amazon, eBay

2. ยุคโซเชียลคอมเมอร์ซ (2010–2018): ใช้ Facebook, Instagram, LINE ขายของผ่านแชทและไลฟ์สด

3. ยุคแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (2018–ปัจจุบัน): เกิดแพลตฟอร์มใหญ่เช่น Shopee, Lazada พร้อมระบบชำระเงินและการจัดส่งที่ทันสมัย

3. **ตอบ** 1. ต่อผู้ขาย เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวาง ลดต้นทุนการเปิดร้าน ปรับกลยุทธ์การขายได้ง่าย

2. ต่อผู้ซื้อ ซื้อได้สะดวก 24 ชั่วโมง มีสินค้าหลากหลาย เปรียบเทียบราคาได้ และมีวิธีชำระเงินหลายรูปแบบ

4. **ตอบ** 1. การนำเสนอข้อมูลสินค้าชัดเจนและตรงจริง

2. แสดงรีวิวและความคิดเห็นจากลูกค้า

3. มีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย

4. ให้บริการหลังการขาย เช่น รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

5. ตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็วและสุภาพ

5. **ตอบ** 1. แนวโน้ม การใช้ AI และ Big Data เพื่อแนะนำสินค้า, การใช้ AR/VR Shopping, การขายผ่านแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นและไลฟ์สด, การเชื่อมโยงกับ Metaverse

2. ผลต่อผู้บริโภค ได้รับประสบการณ์ซื้อที่สะดวกและตรงความต้องการมากขึ้น มีทางเลือกหลากหลาย และการชำระเงินดิจิทัลที่รวดเร็วและปลอดภัย

เฉลยแบบทดสอบ

1. ค. การประกาศขายของออนไลน์

2. ง. อยู่ในยุคโซเชียลเน็ตเวิร์กที่ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอุปกรณ์พกพาของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการขายในรูปแบบแอปพลิเคชัน

3. ข. การขาย

4. ก. การเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

5. ค. ระบบจัดการหลังร้าน

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 1
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 1
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์	ทฤษฎี 2 ชม. ปฏิบัติ 2 ชม.
ชื่องาน วิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการและหลักการขายออนไลน์อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ทางการตลาด

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายหลักการและกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.3 ออกแบบการขายโดยใช้หลักการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการขายออนไลน์ด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)

7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 2
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 2-3
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ รูปแบบ และประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน รูปแบบ และประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้รูปแบบการขายออนไลน์ในการจำหน่ายให้เกิดประโยชน์และเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 เลือกใช้รูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์ได้

4.2 อธิบายประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ได้

4.3 ใช้จรรยาบรรณการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. สารการเรียนรู้

- 5.1 ความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์
- 5.2 รูปแบบของการขายออนไลน์
- 5.4 ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ชี้นำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วีดิโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%

6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

.....

.....

.....

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

.....

.....

.....

10.3 การแก้ไขปัญหา

1) ผลการแก้ไขปัญหาค่าส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

.....

.....

2) แนวทางแก้ปัญหาในครั้งต่อไป

.....

.....



	ใบความรู้ ที่ 2	หน่วยที่ 2
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ .2-3
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้รูปแบบการขายออนไลน์ในการจำหน่ายให้เกิดประโยชน์และเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์ได้

4.2 อธิบายประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ได้

4.3 ใช้งานรูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีความคิด

สร้างสรรค์

5. เนื้อหาสาระ

5.1 ความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์

การขายสินค้าออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัล ทั้งในมุมมองของผู้ขาย ผู้ซื้อ และภาพรวมของประเทศ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้ขาย

2. ความสำคัญต่อผู้ซื้อ

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม

5.2 รูปแบบของการขายออนไลน์

การขายออนไลน์มีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับลักษณะของแพลตฟอร์ม วิธีการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การขายผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce Website)

2. การขายผ่านมาร์เก็ตเพลส (Marketplace)

3. การขายผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Commerce)

4. การขายผ่านไลฟ์สด (Live Commerce)
5. การขายผ่านแอปพลิเคชันแชท (Chat Commerce)
6. การขายผ่านแพลตฟอร์มเฉพาะกลุ่ม (Niche Platform)
7. การขายแบบ B2B, B2C, และ C2C

5.4 ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์

1. ประโยชน์ต่อผู้ขาย
2. ประโยชน์ต่อผู้ซื้อ
3. ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. จงอธิบายรูปแบบของการขายออนไลน์ผ่าน มาร์เก็ตเพลส (Marketplace) พร้อมยกตัวอย่างแพลตฟอร์มที่นิยมใช้
2. อธิบายประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ต่อ ผู้ขาย อย่างน้อย 3 ประการ
3. เพราะเหตุใดการขายผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Commerce) จึงได้รับความนิยมในปัจจุบัน
4. จงอธิบายประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ต่อ ผู้ซื้อ
5. การขายสินค้าออนไลน์มีประโยชน์อย่างไรต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม

แบบทดสอบ

1. การขายผ่านแพลตฟอร์มที่เป็นตลาดกลาง เช่น Shopee, Lazada, JD Central เรียกว่าอะไร?
 - ก. การขายผ่านเว็บไซต์ส่วนตัว
 - ข. การขายผ่านมาร์เก็ตเพลส (Marketplace)
 - ค. การขายผ่านโซเชียลมีเดีย
 - ง. การขายผ่านไลฟ์สด
2. ข้อใดเป็น ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ต่อผู้ขาย
 - ก. ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลา
 - ข. ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าเช่าร้านและค่าแรง
 - ค. ผู้ซื้อได้รับรีวิวและคำแนะนำก่อนตัดสินใจ
 - ง. ช่วยให้สินค้าท้องถิ่นเข้าถึงตลาดกว้าง
3. ข้อใดคือ ข้อดีของการขายผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Commerce)
 - ก. มีระบบตะกร้าสินค้าอัตโนมัติ
 - ข. สามารถสื่อสารกับลูกค้าแบบเรียลไทม์และสร้างความเชื่อมั่น
 - ค. มีตลาดกลางสำหรับผู้ขายและผู้ซื้อ
 - ง. ต้องมีหน้าร้านจริงเพื่อรับสินค้า
4. ข้อใดเป็น ประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ต่อผู้ซื้อ
 - ก. ลดต้นทุนการเปิดร้านของผู้ขาย
 - ข. เพิ่มโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

- ค. มีสินค้าหลากหลาย สามารถเปรียบเทียบราคาและรีวิวก่อนตัดสินใจ
 - ง. ช่วยสร้างเศรษฐกิจดิจิทัล
5. การขายสินค้าออนไลน์ช่วยส่งเสริมสังคมและเศรษฐกิจในด้านใดบ้าง
- ก. ทำให้เกิดงานและรายได้ใหม่ ลดการว่างงาน
 - ข. สนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นให้เข้าถึงตลาดกว้างขึ้น
 - ค. ผลักดันการใช้สังคมไร้เงินสดและเพิ่มความปลอดภัยในการชำระเงิน
 - ง. ถูกทุกข้อที่กล่าวมา

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** การขายผ่านมาร์เก็ตเพลส คือการนำสินค้ามาลงขายในแพลตฟอร์มที่เป็นตลาดกลาง เช่น Shopee, Lazada, JD Central, Amazon โดยแพลตฟอร์มจะมีระบบสนับสนุนการขาย เช่น ระบบชำระเงิน การขนส่ง และโปรโมชั่น ข้อดีคือช่วยให้ผู้ขายเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากและสร้างความน่าเชื่อถือได้ง่าย
2. **ตอบ**
- 1. เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวาง ไม่จำกัดเวลาและสถานที่
 - 2. ลดต้นทุน ไม่ต้องมีหน้าร้านจริง ลดค่าเช่าและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ
 - 3. ปรับกลยุทธ์การขายได้รวดเร็ว เช่น การทำโปรโมชั่น การเปลี่ยนราคา
 - 4. เก็บข้อมูลลูกค้าและนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อพัฒนาธุรกิจ
3. **ตอบ** เพราะโซเชียลมีเดียช่วยให้ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถสื่อสารกันได้โดยตรงแบบเรียลไทม์ เช่น การตอบแชท หรือการไลฟ์สด นอกจากนี้ยังมีความเป็นกันเองและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย เหมาะกับสินค้าที่ต้องการการบอกต่อ และการสร้างความเชื่อมั่น เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง หรืออาหาร
4. **ตอบ**
- 1. ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา
 - 2. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย สามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพได้
 - 3. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ไม่ต้องเดินทางไปร้าน
 - 4. ได้รับข้อมูลจากรีวิวและคำแนะนำ ทำให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น
 - 5. มีทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย
5. **ตอบ**
- 1. ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจดิจิทัล ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจออนไลน์
 - 2. สร้างงานและรายได้ใหม่ให้กับคนในสังคม เช่น อาชีพแม่ค้าออนไลน์
 - 3. สนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กและท้องถิ่นให้เข้าถึงตลาดกว้างขึ้น
 - 4. ส่งเสริมการแข่งขันเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ
 - 5. ผลักดันการใช้สังคมไร้เงินสด เพิ่มความสะดวกและปลอดภัยในการชำระเงิน

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. การขายผ่านมาร์เก็ตเพลส (Marketplace)
2. ข. ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าเช่าร้านและค่าแรง
3. ข. สามารถสื่อสารกับลูกค้าแบบเรียลไทม์และสร้างความเชื่อมั่น
4. ค. มีสินค้าหลากหลาย สามารถเปรียบเทียบราคาและรีวิวก่อนตัดสินใจ
5. ง. ถูกทุกข้อที่กล่าวมา



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 2
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 2-3
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ประยุกต์ใช้รูปแบบการขายออนไลน์ในการจำหน่ายให้เกิดประโยชน์และเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความสำคัญของการขายสินค้าออนไลน์ได้

4.2 อธิบายประโยชน์ของการขายสินค้าออนไลน์ได้

4.3 ใช้งานรูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการขายสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีความคิด

สร้างสรรค์

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)

2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)

3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)

4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)

5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)

6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)

7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2. ใบงานที่มอบหมาย

3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt

- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 3
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ .4-5.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ แนวโน้มการตลาดออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน แนวโน้มการตลาดออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดออนไลน์เพื่อวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการขายได้ตามสถานการณ์

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 เลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาและการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการตลาดออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายรูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์ได้

4.2 วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดออนไลน์ได้

4.3 เสนอปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาการทำตลาดออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีความปฏิกิริยาไหวพริบ และมีความละเอียด รอบคอบในการทำงาน

5. สารการเรียนรู้

5.1 แนวโน้มการตลาดออนไลน์

5.2 ปัญหาและการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วิดีโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน

2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับ การประเมินตาม

สภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

10.3 การแก้ไข้ปัญหา

1) ผลการแก้ไข้ปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

2) แนวทางแก้ไข้ปัญหาในครั้งต่อไป



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 3
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 4-5
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ แนวโน้มการตลาดออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง แนวโน้มการตลาดออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดออนไลน์เพื่อวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการขายได้ตามสถานการณ์

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการตลาดออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายรูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์ได้

4.2 วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดออนไลน์ได้

4.3 เสนอปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาการทำตลาดออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีความปฏิกิริยาไหวพริบ และมีความละเอียด รอบคอบในการทำงาน

5. เนื้อหาสาระ

5.1 แนวโน้มการตลาดออนไลน์

1. การใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing)
2. การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven Marketing)
3. การเติบโตของอีคอมเมิร์ซ (E-commerce Growth)
4. การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Marketing)
5. การตลาดด้วยคอนเทนต์ (Content Marketing)
6. การชำระเงินดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด
7. การตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Sustainable Marketing)

5.2 ปัญหาและการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์

1. ปัญหาด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า

ปัญหา : ลูกค้าไม่มั่นใจในร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากกลัวถูกหลอก โฆษณาเกินจริง หรือได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่สั่ง

แนวทางแก้ไข :

1. สร้างความน่าเชื่อถือด้วยการแสดงรีวิวจากลูกค้าจริง
2. ใช้รูปภาพและรายละเอียดสินค้าที่ถูกต้อง ชัดเจน
3. มีระบบรับประกันสินค้า หรือคืนเงินหากไม่พอใจ

2. ปัญหาด้านการแข่งขันสูง

ปัญหา : มีผู้ขายจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาและโฆษณา

แนวทางแก้ไข :

1. เน้นการสร้าง จุดขายที่แตกต่าง (Unique Selling Point – USP)
2. ทำการตลาดเชิงคุณค่า เช่น บริการหลังการขายที่ดี
3. ใช้การตลาดเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเล่าเรื่อง (Storytelling) หรือการใช้ Influencer

3. ปัญหาด้านการจัดส่งสินค้า

ปัญหา : สินค้าส่งล่าช้า เสียหาย หรือสูญหาย ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ

แนวทางแก้ไข :

1. เลือกใช้บริการขนส่งที่เชื่อถือได้ และมีระบบติดตามพัสดุ
2. บรรจุหีบห่อให้แข็งแรง ปลอดภัย
3. มีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องหากเกิดความล่าช้า

4. ปัญหาด้านการชำระเงิน

ปัญหา : ลูกค้าไม่มั่นใจความปลอดภัยในการชำระเงินออนไลน์ หรือเกิดปัญหาเงินไม่เข้า ระบบขัดข้อง

แนวทางแก้ไข :

1. ใช้ระบบการชำระเงินที่มีมาตรฐานและปลอดภัย เช่น Mobile Banking, e-Wallet
2. มีหลายช่องทางการชำระเงินให้เลือก
3. แจ้งหลักฐานการชำระเงินและยืนยันคำสั่งซื้อให้ลูกค้าทราบ

5. ปัญหาด้านการบริการลูกค้า

ปัญหา : ผู้ขายไม่ตอบแชทหรือให้ข้อมูลล่าช้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ได้รับความใส่ใจ

แนวทางแก้ไข :

1. จัดทีมงานคอยตอบลูกค้าอย่างรวดเร็ว
2. ใช้ Chatbot ช่วยตอบคำถามเบื้องต้น
3. ใส่ใจการบริการหลังการขาย เช่น การติดตามความพึงพอใจ

6. ปัญหาด้านกฎหมายและลิขสิทธิ์

ปัญหา : สินค้าบางอย่างละเมิดลิขสิทธิ์ ผิดกฎหมาย หรือขาดมาตรฐาน

แนวทางแก้ไข :

1. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าสินค้าที่ขายถูกต้องตามกฎหมาย
2. ใช้เอกสารรับรองคุณภาพหรือใบอนุญาตที่เกี่ยวข้อง
3. สร้างแบรนด์ที่โปร่งใสและตรวจสอบได้

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายความหมายของคำว่า การตลาดออนไลน์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven Marketing) และยกตัวอย่างการนำไปใช้จริง
2. เพราะเหตุใด โซเชียลมีเดีย (Social Media) จึงยังคงเป็นแนวโน้มสำคัญของการตลาดออนไลน์
3. จงอธิบายแนวโน้มของ การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Marketing) ในปัจจุบัน และแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไป
4. อธิบายว่า การผสมผสานออนไลน์และออฟไลน์ (O2O – Online to Offline) มีความสำคัญอย่างไรต่อการตลาดออนไลน์ในอนาคต
5. เพราะเหตุใด ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม (Sustainable Marketing) จึงเป็นแนวโน้มสำคัญของการตลาดออนไลน์ยุคใหม่

แบบทดสอบ

1. ข้อใดเป็นลักษณะสำคัญของ การตลาดออนไลน์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven Marketing)
 - ก. การใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อโปรโมตสินค้า
 - ข. การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์การตลาด
 - ค. การโฆษณาผ่านโทรทัศน์และวิทยุ
 - ง. การขายสินค้าแบบตัวต่อตัว
2. การทำ คอนเทนต์สั้น (Short-form Content) เช่น TikTok, Reels และ Shorts เป็นแนวโน้มสำคัญของการตลาดออนไลน์เพราะเหตุใด
 - ก. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ช้าแต่มั่นคง
 - ข. ใช้งบประมาณสูงและต้องใช้เวลาทำนาน
 - ค. ดึงดูดความสนใจได้รวดเร็วและแพร่กระจายง่าย
 - ง. เหมาะสำหรับลูกค้ากลุ่มอายุสูงอายุเท่านั้น
3. ข้อใดเป็นแนวโน้มของ การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Marketing) ในปัจจุบัน
 - ก. เน้นใช้เฉพาะดารารหรือบุคคลมีชื่อเสียงเท่านั้น
 - ข. ใช้ Micro Influencers ที่มีผู้ติดตามไม่มากแต่เข้าถึงเฉพาะกลุ่ม

- ค. ลดการใช้บุคคลในการรีวิวและเน้นโฆษณาโดยตรง
- ง. ใช้เฉพาะแพลตฟอร์มโทรศัพท์และสื่อสิ่งพิมพ์
4. การผสมผสานการตลาด **ออนไลน์และออฟไลน์ (O2O – Online to Offline)** มีประโยชน์อย่างไร
- ก. ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าได้เฉพาะทางออนไลน์เท่านั้น
- ข. เพิ่มความสะดวกและสร้างประสบการณ์ที่ครบถ้วนแก่ลูกค้า
- ค. ลดโอกาสการขยายตลาดของธุรกิจ
- ง. ใช้ได้เฉพาะกับสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม
5. เพราะเหตุใด การตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Sustainable Marketing) จึงเป็นแนวโน้มสำคัญ
- ก. ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ข. ช่วยลดต้นทุนการตลาดได้มากที่สุด
- ค. เป็นเทรนด์ชั่วคราวที่ใช้เฉพาะในยุโรป
- ง. ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)
- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์
8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** การตลาดออนไลน์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล คือการใช้ข้อมูลพฤติกรรม ความสนใจ และประวัติการซื้อของลูกค้ามาวิเคราะห์ เพื่อวางกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ Big Data และ AI เพื่อแนะนำสินค้าที่ลูกค้าอาจสนใจ หรือส่งโปรโมชั่นเฉพาะบุคคล
2. **ตอบ** เพราะโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้คนจำนวนมาก ใช้ง่าย สื่อสารได้แบบสองทาง และเหมาะกับการทำคอนเทนต์สั้น เช่น TikTok, Reels, Shorts ที่ดึงดูดความสนใจได้รวดเร็ว อีกทั้งยังใช้สำหรับการทำ Live Commerce ที่ช่วยให้ลูกค้าเห็นสินค้าจริงและโต้ตอบกับผู้ขายทันที
3. **ตอบ** การตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ยังคงเป็นกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยม เนื่องจากผู้บริโภคเชื่อถือการรีวิวจากบุคคลที่มีอิทธิพลมากกว่าโฆษณาโดยตรง แนวโน้มใหม่คือการใช้ **Micro Influencers** ที่มีผู้ติดตามไม่มากแต่มีความน่าเชื่อถือเฉพาะกลุ่ม ทำให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้แม่นยำกว่า
4. **ตอบ** เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกในการซื้อของออนไลน์ แต่ก็ยังต้องการประสบการณ์จริงจากออฟไลน์ การเชื่อมโยง O2O เช่น การสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์แล้วมารับที่ร้าน หรือการใช้โปรโมชั่นออนไลน์ไปแลกสินค้าที่ร้านจริง จะช่วยสร้างความยืดหยุ่นและความพึงพอใจแก่ลูกค้า
5. **ตอบ** เพราะผู้บริโภครุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและเลือกสนับสนุนธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและโลกมากขึ้น เช่น ธุรกิจที่ใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล ลดการใช้พลาสติก หรือแสดงข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ดังนั้นธุรกิจที่ใส่ใจความยั่งยืนจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์การตลาด
2. ค. ดึงดูดความสนใจได้รวดเร็วและแพร่กระจายง่าย
3. ข. ใช้ Micro Influencers ที่มีผู้ติดตามไม่มากแต่เข้าถึงเฉพาะกลุ่ม
4. ข. เพิ่มความสะดวกและสร้างประสบการณ์ที่ครบถ้วนแก่ลูกค้า
5. ก. ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 3
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 4-5.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ แนวโน้มการตลาดออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน แนวโน้มการตลาดออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดออนไลน์เพื่อวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการขายได้ตามสถานการณ์

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการตลาดออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายรูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารกับธุรกิจขายออนไลน์ได้

4.2 วิเคราะห์แนวโน้มการตลาดออนไลน์ได้

4.3 เสนอปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาการทำตลาดออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีความปฏิกิริยาไหวพริบ และมีความละเอียด รอบคอบในการทำงาน

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)

7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 4
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ .6-.7.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อวางแผนการขายออนไลน์อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 เลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสาธิตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้

4.2 อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้

4.3 สืบค้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตได้

4.4 มีเจตคติและทัศนคติที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความคล่องตัวในการทำงาน

5. สารการเรียนรู้

5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วิดีโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีข้อปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตาม

สภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

10.3 การแก้ไข้ปัญหา

1) ผลการแก้ไข้ปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

2) แนวทางแก้ไข้ปัญหาในครั้งต่อไป



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 4
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 6-7.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
	ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อวางแผนการขายออนไลน์อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้
- 4.2 อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้
- 4.3 สืบค้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตได้
- 4.4 มีเจตคติและทัศนคติที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความคล่องตัวในการทำงาน

5. เนื้อหาสาระ

5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ทั้งที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้บริโภคเองและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา (Price)
2. ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า (Product Quality)
3. ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย (Convenience)
4. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า (Trust & Reliability)
5. ปัจจัยด้านสังคมและความคิดเห็นผู้อื่น (Social Influence)
6. ปัจจัยด้านการตลาดและโปรโมชั่น (Marketing & Promotion)
7. ปัจจัยด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค (Psychological & Personal Factors)

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายว่าปัจจัยด้าน ราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างไร
2. เพราะเหตุใด **คุณภาพสินค้า (Product Quality)** จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเมื่อซื้อสินค้าออนไลน์
3. ปัจจัยด้าน **ความสะดวกสบาย (Convenience)** ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ในแง่ใดบ้าง
4. อธิบายความสำคัญของ **ความน่าเชื่อถือของร้านค้า (Trust & Reliability)** ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์
5. เพราะเหตุใด **อิทธิพลจากสังคมและความคิดเห็นผู้อื่น (Social Influence)** จึงมีผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์

แบบทดสอบ

1. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด
 - ก. การมีรีวิวสินค้าจำนวนมาก
 - ข. การจัดโปรโมชั่นและส่วนลดพิเศษ
 - ค. การตอบแชทลูกค้าอย่างรวดเร็ว
 - ง. การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว
2. หากลูกค้าพิจารณา รีวิว ความถูกต้องของภาพสินค้า และการรับประกันสินค้า ลูกค้ากำลังใช้ปัจจัยใดในการตัดสินใจซื้อ
 - ก. ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย
 - ข. ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า
 - ค. ปัจจัยด้านราคา
 - ง. ปัจจัยด้านสังคม
3. ข้อใดเป็นตัวอย่างของ **ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย (Convenience)**
 - ก. ระบบการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย
 - ข. การรีวิวจากลูกค้าเก่า
 - ค. การใช้ Influencers โปรโมตสินค้า
 - ง. โปรโมชั่นลดราคา 50%
4. หากผู้ซื้อออนไลน์เลือกซื้อจากร้านค้าที่มีการรับรองความน่าเชื่อถือ ตอบคำถามรวดเร็ว และมีบริการหลังการขายดี ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
 - ก. ปัจจัยด้านสังคม
 - ข. ปัจจัยด้านราคา
 - ค. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า
 - ง. ปัจจัยด้านจิตวิทยา
5. เพราะเหตุใด **อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)** จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการซื้อสินค้าออนไลน์
 - ก. เพราะผู้บริโภคมักเชื่อรีวิว คำแนะนำจากผู้อื่น และ Influencers
 - ข. เพราะลูกค้าต้องการความสะดวกและรวดเร็ว

ค. เพราะผู้บริโภคสนใจเฉพาะราคาที่ถูกที่สุด

ง. เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** ราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบได้ง่ายในโลกออนไลน์ หากร้านค้าเสนอราคาที่ถูกกว่าหรือมีส่วนลด โปรโมชั่น และคูปอง ก็จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. **ตอบ** เนื่องจากผู้ซื้อไม่สามารถเห็นสินค้าจริงได้ จึงต้องพึ่งพาข้อมูลที่ผู้ขายให้ เช่น รายละเอียดสินค้า ภาพถ่าย รีวิว และการรับประกันสินค้า หากคุณภาพเชื่อถือได้และตรงตามที่โฆษณาไว้ จะสร้างความมั่นใจและเพิ่มโอกาสในการซื้อ

3. **ตอบ** 1. ขั้นตอนการค้นหาและสั่งซื้อง่าย ไม่ซับซ้อน

2. มีระบบการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย เช่น e-Wallet, Mobile Banking

3. การจัดส่งที่รวดเร็วและติดตามพัสดุได้

4. สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกสะดวกและมั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

4. **ตอบ** หากร้านค้ามีรีวิวจากลูกค้าจริง มีการรับรองจากแพลตฟอร์ม ตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็ว และมีบริการหลังการขายที่ดี จะสร้างความไว้วางใจ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อและอาจกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต

5. **ตอบ** เพราะผู้บริโภคมักเชื่อคำแนะนำจากผู้อื่น เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือรีวิวจากลูกค้าที่เคยซื้อ อีกทั้งการโปรโมตโดย Influencers หรือจำนวนการกดไลก์ แชร์ และคอมเมนต์ในโซเชียลมีเดีย ช่วยสร้างแรงจูงใจและความมั่นใจ ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. การจัดโปรโมชั่นและส่วนลดพิเศษ

2. ข. ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า

3. ก. ระบบการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย

4. ค. ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของร้านค้า

5. ก. เพราะผู้บริโภคมักเชื่อรีวิว คำแนะนำจากผู้อื่น และ Influencers

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 4
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 6-7
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อวางแผนการขายออนไลน์อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้

4.2 อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้

4.3 สืบค้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตได้

4.4 มีเจตคติและทัศนคติที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความคล่องตัวในการทำงาน

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)

2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)

3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)

4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)

5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 5
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ .8-9.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ ตลาดเป้าหมาย	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน ตลาดเป้าหมาย		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้ตามกระบวนการและสถานการณ์ทางการตลาดด้วย
ปฏิภาณไหวพริบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 เลือกใช้ความรู้ในการวิเคราะห์และเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายเพื่อค้นหากลุ่มตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของตลาดเป้าหมายได้

4.2 อธิบายเกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมายได้

4.3 จำแนกลักษณะของตลาดเป้าหมายได้

4.4 วิเคราะห์การเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้

4.5 สืบค้นเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้

4.6 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความละเอียด รอบคอบในการทำงาน

5. สารการเรียนรู้

5.1 การวิเคราะห์และเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย

5.2 เกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมาย

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วีดีโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีข้อปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%

7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตาม
สภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

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

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

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

10.3 การแก้ไข้ปัญหา

1) ผลการแก้ไข้ปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

.....
.....

2) แนวทางแก้้ปัญหาในครั้งต่อไป

.....
.....



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 5
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 8-9
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ ตลาดเป้าหมาย	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง ตลาดเป้าหมาย		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้ตามกระบวนการและสถานการณ์ทางการตลาดด้วย
ปฏิภาณไหวพริบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของตลาดเป้าหมายได้
- 4.2 อธิบายเกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมายได้
- 4.3 จำแนกลักษณะของตลาดเป้าหมายได้
- 4.4 วิเคราะห์การเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้
- 4.5 สืบค้นเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้
- 4.6 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความละเอียด รอบคอบในการทำงาน

5. เนื้อหาสาระ

5.1 การวิเคราะห์และเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย

1. ความหมายของกลุ่มตลาดเป้าหมาย

กลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Market) หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะ ความต้องการ หรือพฤติกรรมที่คล้ายกัน และเป็นกลุ่มที่ธุรกิจเลือกที่จะนำเสนอสินค้าและบริการโดยตรง เพื่อให้การสื่อสารทางการตลาดมีประสิทธิภาพและสร้างยอดขายได้มากที่สุด

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย

- 2.1 การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)
- 2.2 การประเมินความน่าสนใจของแต่ละกลุ่ม (Market Evaluation)
- 2.3 การเลือกตลาดเป้าหมาย (Targeting)

3. กลยุทธ์การเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย

1. การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication): เลือกใช้ช่องทางที่ลูกค้าใช้บ่อย เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ อีเมล หรือสื่อออนไลน์อื่น ๆ
2. การสร้างคุณค่า (Value Creation): เสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการจริง เช่น คุณภาพ ราคา บริการหลังการขาย
3. การใช้เครื่องมือดิจิทัล (Digital Tools): ใช้ Big Data, AI, หรือระบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแม่นยำ
4. การทำการตลาดเชิงสัมพันธ์ (Relationship Marketing): สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เช่น การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเก่า การมีระบบสะสมแต้ม
5. การใช้ Influencers หรือ KOLs: เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างแรงบันดาลใจในการตัดสินใจซื้อ

4. ความสำคัญของการวิเคราะห์และเข้าถึงตลาดเป้าหมาย

1. ช่วยให้ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
2. ลดความเสี่ยงจากการทำการตลาดที่กว้างเกินไป
3. ทำให้สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่ม ตรงใจ
4. เพิ่มยอดขายและสร้างความภักดีในระยะยาว

5.2 เกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมาย

1. ความหมาย

การเลือกตลาดเป้าหมาย หมายถึง การตัดสินใจเลือกกลุ่มผู้บริโภคที่ธุรกิจจะมุ่งเน้นการทำการตลาด โดยพิจารณาจากความน่าสนใจของตลาด และความสามารถของธุรกิจที่จะตอบสนองความต้องการของตลาดนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เกณฑ์สำคัญในการเลือกตลาดเป้าหมาย

2.1 ขนาดและศักยภาพของตลาด (Market Size & Potential)

1. กลุ่มตลาดต้องมีจำนวนผู้บริโภคมมากพอ
2. มีโอกาสเติบโตในอนาคต
3. สามารถสร้างรายได้และผลกำไรที่คุ้มค่า

2.2 การเติบโตของตลาด (Market Growth)

1. ตลาดมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง
2. สอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี
3. ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ยาวนาน

2.3 ความสามารถในการเข้าถึงตลาด (Accessibility)

1. กลุ่มเป้าหมายต้องเข้าถึงได้ง่าย
2. สามารถใช้ช่องทางการสื่อสาร การจัดจำหน่าย และการโฆษณาได้จริง เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์หรือเครือข่ายร้านค้าปลีก

2.4 ความแตกต่างที่ชัดเจน (Differentiability)

1. กลุ่มตลาดต้องมีลักษณะแตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่น พฤติกรรมการซื้อ รายได้ ความต้องการ

2. ทำให้สามารถออกแบบกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่มได้

2.5 ความสามารถในการทำกำไร (Profitability)

1. ตลาดเป้าหมายต้องมีศักยภาพในการสร้างผลกำไรเพียงพอ
2. ต้นทุนการตลาดและการจัดจำหน่ายต้องเหมาะสม ไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับรายได้

2.6 ความเหมาะสมกับทรัพยากรของธุรกิจ (Compatibility with Company Resources)

1. ธุรกิจต้องมีความสามารถด้านเงินทุน บุคลากร เทคโนโลยี และการจัดการที่เพียงพอ
2. เพื่อรองรับการทำตลาดในกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ

2.7 การแข่งขันในตลาด (Market Competition)

1. พิจารณาว่าตลาดมีคู่แข่งมากหรือน้อย
2. ธุรกิจสามารถหาจุดแข็งหรือความแตกต่าง (Competitive Advantage) เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งได้หรือไม่

3. ความสำคัญของการใช้เกณฑ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย

1. ช่วยให้ธุรกิจลดความเสี่ยงจากการเลือกตลาดที่ไม่เหมาะสม
2. ใช้ทรัพยากรการตลาดได้อย่างคุ้มค่า
3. ทำให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
4. เพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จและสร้างกำไรได้มากขึ้น

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายความหมายของตลาดเป้าหมาย และเหตุใดจึงสำคัญต่อการทำธุรกิจ
2. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) มีเกณฑ์ใดบ้างที่นิยมใช้ อธิบายอย่างน้อย 2 เกณฑ์
3. เพราะเหตุใดการเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมจึงช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ
4. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างตลาดแบบมวลรวม (Mass Marketing) และตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing)
5. สมมติว่าคุณต้องการขายเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ คุณจะเลือกตลาดเป้าหมายอย่างไร

แบบทดสอบ

1. ข้อใดเป็นความหมายที่ถูกต้องของตลาดเป้าหมาย
 - ก. กลุ่มผู้บริโภคทั้งหมดในตลาด
 - ข. กลุ่มผู้บริโภคที่ธุรกิจเลือกทำการตลาดโดยเฉพาะ
 - ค. กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเท่านั้น
 - ง. กลุ่มคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน
2. ข้อใด **ไม่ใช่** เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)
 - ก. ประชากรศาสตร์ (Demographic)
 - ข. ภูมิศาสตร์ (Geographic)
 - ค. พฤติกรรมผู้บริโภค (Behavioral)
 - ง. การลงทุนในหุ้น (Investment)

3. ตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing) มีลักษณะอย่างไร

- ก. เน้นขายสินค้าให้กับทุกคนโดยไม่แบ่งกลุ่ม
- ข. เน้นขายให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง
- ค. เน้นขายให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเท่านั้น
- ง. เน้นขายสินค้าให้กับทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

4. หากธุรกิจขายกาแฟแบบ “พร้อมดื่มสำหรับคนทำงานที่เร่งรีบในเมือง” การเลือกตลาดเป้าหมายนี้จัดอยู่ในเกณฑ์ใด

- ก. ประชากรศาสตร์ (Demographic)
- ข. ภูมิศาสตร์ (Geographic)
- ค. พฤติกรรม (Behavioral)
- ง. จิตวิทยา (Psychographic)

5. ข้อใดคือประโยชน์ของการเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสม

- ก. ทำให้ธุรกิจต้องลงทุนมากขึ้น
- ข. ทำให้สื่อสารการตลาดได้ตรงความต้องการของลูกค้า
- ค. ทำให้ธุรกิจขายสินค้าได้เพียงกลุ่มเล็ก
- ง. ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง (ชั้นหน้าใหม่)

- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** ตลาดเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะและความต้องการคล้ายกัน ซึ่งธุรกิจเลือกที่จะมุ่งเน้นการทำการตลาดโดยตรง ความสำเร็จคือช่วยให้ธุรกิจวางกลยุทธ์ได้ตรงจุด ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายและกำไร

2. **ตอบ**
- 1. ประชากรศาสตร์ (Demographic): อายุ เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ
 - 2. ภูมิศาสตร์ (Geographic): พื้นที่ ภูมิอากาศ ที่อยู่อาศัย
 - 3. จิตวิทยา (Psychographic): โลกทัศน์ ค่านิยม บุคลิกภาพ
 - 4. พฤติกรรม (Behavioral): พฤติกรรมการซื้อ ความภักดีต่อแบรนด์ ความถี่ในการใช้สินค้า

3. **ตอบ** เพราะธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงความต้องการ ลดต้นทุนการตลาด วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารได้ชัดเจน ตอบสนองลูกค้าได้ดีขึ้น และสร้างความพึงพอใจ ซึ่งนำไปสู่การซื้อซ้ำและความภักดีต่อแบรนด์

4. **ตอบ**

- 1. ตลาดแบบมวลรวม (Mass Marketing): เน้นขายสินค้าแบบเดียวกันให้กับผู้บริโภคทุกคน โดยไม่แยกกลุ่มลูกค้า เช่น สบู่ ยาสีฟัน

- 2. ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing): มุ่งเน้นตลาดที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง กลุ่มเล็ก แต่พร้อมจ่ายสูง เช่น อาหารออร์แกนิกสำหรับคนรักสุขภาพ

5. **ตอบ** อาจเลือกกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น (18-30 ปี) ที่สนใจแฟชั่นและการแต่งกาย มีรายได้ปานกลางถึงสูง อาศัยในเขตเมือง ชอบการช้อปปิ้งออนไลน์ และใช้สื่อโซเชียล เช่น TikTok, Instagram ซึ่งจะช่วยทำให้การทำการตลาดเข้าถึงลูกค้าได้ตรงจุด

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. กลุ่มผู้บริโภคที่ธุรกิจเลือกทำการตลาดโดยเฉพาะ
2. ง. การลงทุนในหุ้น (Investment)
3. ข. เน้นขายให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง
4. ค. พฤติกรรม (Behavioral)
5. ข. ทำให้สื่อสารการตลาดได้ตรงความต้องการของลูกค้า



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 5
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 8-9
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ ตลาดเป้าหมาย	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน ตลาดเป้าหมาย		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้ตามกระบวนการและสถานการณ์ทางการตลาดด้วย
ปฏิภาณไหวพริบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุรณาการกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของตลาดเป้าหมายได้

4.2 อธิบายเกณฑ์การเลือกตลาดเป้าหมายได้

4.3 จำแนกลักษณะของตลาดเป้าหมายได้

4.4 วิเคราะห์การเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้

4.5 สืบค้นเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้

4.6 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความละเอียด รอบคอบในการทำงาน

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)

2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)

3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)

4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 6
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ ..10-11.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน กระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ออกแบบร้านค้าออนไลน์ได้ตามกระบวนการขายออนไลน์อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 เลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขายและออกแบบร้านค้าออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายของกระบวนการขายได้

4.2 อธิบายความสำคัญของกระบวนการขายได้

4.3 อธิบายกระบวนการขายและกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.4 ออกแบบและสร้างร้านค้าตามกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.5 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการใช้กระบวนการขายกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียดรอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. สารการเรียนรู้

- 5.1 ความหมายของกระบวนการขาย
- 5.2 ความสำคัญของกระบวนการขาย
- 5.3 กระบวนการขาย
- 5.4 กระบวนการขายออนไลน์
- 5.5 การออกแบบร้านค้าออนไลน์
- 5.6 การสร้างร้านค้าออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วีดีโอตัวอย่าง

4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)

3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

10.3 การแก้ไขปัญหา

1) ผลการแก้ไขปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

2) แนวทางแก้ปัญหาในครั้งต่อไป

	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 6
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ ..10-11
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง กระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ออกแบบร้านค้าออนไลน์ได้ตามกระบวนการขายออนไลน์อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายของกระบวนการขายได้

4.2 อธิบายความสำคัญของกระบวนการขายได้

4.3 อธิบายกระบวนการขายและกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.4 ออกแบบและสร้างร้านค้าตามกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.5 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการใช้กระบวนการขายกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียดรอบคอบ

และมีความคิดสร้างสรรค์

5. เนื้อหาสาระ

5.1 ความหมายของกระบวนการขาย

5.2 ความสำคัญของกระบวนการขาย

5.3 กระบวนการขาย

5.4 กระบวนการขายออนไลน์

5.5 การออกแบบร้านค้าออนไลน์

5.6 การสร้างร้านค้าออนไลน์

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายขั้นตอนสำคัญของกระบวนการขายสินค้าออนไลน์ ตั้งแต่การนำเสนอสินค้าจนถึงการปิดการขาย
2. เพราะเหตุใดการสร้างร้านค้าออนไลน์จึงต้องมีการเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม อธิบายพร้อมยกตัวอย่าง

3. จงอธิบายความสำคัญของการนำเสนอสินค้า (Product Presentation) ในการขายออนไลน์
4. การบริการหลังการขายมีบทบาทอย่างไรต่อการสร้างความยั่งยืนของร้านค้าออนไลน์
5. สมมติว่าคุณจะสร้างร้านค้าออนไลน์ขาย “อุปกรณ์ออกกำลังกาย” คุณจะวางกลยุทธ์เบื้องต้นอย่างไร

แบบทดสอบ

1. ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ ขั้นตอนของกระบวนการขายออนไลน์
 - ก. การนำเสนอสินค้า
 - ข. การตอบข้อโต้แย้งของลูกค้า
 - ค. การปิดการขาย
 - ง. การผลิตสินค้าด้วยตนเองเสมอไป
2. การเลือกแพลตฟอร์มสำหรับสร้างร้านค้าออนไลน์ ควรพิจารณาจากปัจจัยใดมากที่สุด
 - ก. ความชอบส่วนตัวของผู้ขาย
 - ข. ความสะดวกของผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว
 - ค. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะสินค้า
 - ง. การที่แพลตฟอร์มนั้นมีชื่อเสียงเพียงอย่างเดียว
3. การนำเสนอสินค้าในร้านค้าออนไลน์ที่ดีควรเป็นอย่างไร
 - ก. ใช้ข้อความยาว ๆ โดยไม่มีภาพประกอบ
 - ข. มีภาพสินค้าและรายละเอียดชัดเจน พร้อมรีวิวหรือวิดีโอ
 - ค. ใช้เพียงการบอกปากต่อปาก
 - ง. ใช้แต่โปรโมชั่นโดยไม่อธิบายสินค้า
4. การบริการหลังการขายที่ดีส่งผลต่อธุรกิจออนไลน์อย่างไร
 - ก. ทำให้ต้นทุนสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น
 - ข. ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและเกิดการซื้อซ้ำ
 - ค. ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อความพึงพอใจของลูกค้า
 - ง. ช่วยให้ลูกค้าไม่ต้องตอบคำถามลูกค้า
5. หากผู้ขายเลือกขายสินค้า “เครื่องสำอาง” ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram เป็นหลัก การเลือกตั้งกล่าวแสดงถึงกลยุทธ์ด้านใด
 - ก. การบริการหลังการขาย
 - ข. การเลือกแพลตฟอร์มตามกลุ่มเป้าหมาย
 - ค. การสร้างความแตกต่างของสินค้า
 - ง. การปิดการขายอย่างมีประสิทธิภาพ
7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)
 - เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์
8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** กระบวนการขายสินค้าออนไลน์เริ่มจากการดึงดูดความสนใจ → การนำเสนอข้อมูลสินค้า → การตอบคำถามหรือข้อโต้แย้ง → การสร้างความมั่นใจ → การเสนอเงื่อนไข เช่น โปรโมชั่นหรือส่วนลด → การปิดการขายและตามด้วยบริการหลังการขายเพื่อสร้างความพึงพอใจ

2. **ตอบ** เพราะแต่ละแพลตฟอร์มมีจุดเด่นแตกต่างกัน เช่น Shopee และ Lazada เหมาะสำหรับการค้าปลีกทั่วไป, Facebook/Instagram เหมาะกับการขายแบบโซเชียลคอมเมิร์ซ, หรือการทำเว็บไซต์เองเหมาะสำหรับสร้างแบรนด์ระยะยาว การเลือกแพลตฟอร์มที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขาย

3. **ตอบ** การนำเสนอสินค้าที่ดี เช่น การใช้ภาพถ่ายชัดเจน วิดีโอรีวิว รายละเอียดสินค้าอย่างครบถ้วน และการใช้คำบรรยายที่น่าสนใจ ช่วยสร้างความเชื่อมั่น ลดความกังวลของลูกค้าที่ไม่เห็นสินค้าจริง และเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อ

4. **ตอบ** การบริการหลังการขาย เช่น การตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็ว การรับประกันสินค้า การแก้ปัญหาเรื่องการจัดส่ง หรือการดูแลลูกค้าหลังการซื้อ ช่วยสร้างความประทับใจ ความไว้วางใจ และทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ รวมถึงบอกต่อร้านค้าให้ผู้อื่น

5. **ตอบ** 1. เลือกแพลตฟอร์ม เช่น Shopee, Lazada และเพจ Facebook

2. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยทำงานและวัยรุ่นที่รักสุขภาพ

3. นำเสนอสินค้าด้วยภาพ/วิดีโอการใช้งานจริง พร้อมข้อมูลเชิงประโยชน์

4. ใช้โปรโมชั่น เช่น ส่งฟรี ลดราคา หรือสะสมแต้ม

5. ให้บริการหลังการขาย เช่น รับประกันสินค้า 7 วัน ตอบคำถามลูกค้า และให้คำแนะนำการใช้งาน

เฉลยแบบทดสอบ

1. ง. การผลิตสินค้าด้วยตนเองเสมอไป
2. ค. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะสินค้า
3. ข. มีภาพสินค้าและรายละเอียดชัดเจน พร้อมรีวิวหรือวิดีโอ
4. ข. ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและเกิดการซื้อซ้ำ
5. ข. การเลือกแพลตฟอร์มตามกลุ่มเป้าหมาย

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 6
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 10-11.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน กระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ออกแบบร้านค้าออนไลน์ได้ตามกระบวนการขายออนไลน์อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขายและการสร้างร้านค้าออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายของกระบวนการขายได้

4.2 อธิบายความสำคัญของกระบวนการขายได้

4.3 อธิบายกระบวนการขายและกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.4 ออกแบบและสร้างร้านค้าตามกระบวนการขายออนไลน์ได้

4.5 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการใช้กระบวนการขายกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียดรอบคอบ

และมีความคิดสร้างสรรค์

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)

2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)

3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)

4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 7
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 12-13
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ปฏิบัติการขายออนไลน์ตามหลักจรรยาบรรณด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 นำหลักจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ไปใช้ได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสาธิตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายองค์ประกอบของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ได้

4.3 ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการขายออนไลน์ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

5. สารการเรียนรู้

5.1 องค์ประกอบของจรรยาบรรณการขายออนไลน์

5.2 จรรยาบรรณการขายออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ชี้นำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วิดีโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจสอบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตาม

สภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

10.3 การแก้ไขปัญหา

1) ผลการแก้ไขปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

2) แนวทางแก้ปัญหาในครั้งต่อไป

	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 7
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 12-13
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
	ชื่อเรื่อง จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ปฏิบัติการขายออนไลน์ตามหลักจรรยาบรรณด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายองค์ประกอบของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ได้

4.3 ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการขายออนไลน์ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

5. เนื้อหาสาระ

5.1 องค์ประกอบของจรรยาบรรณการขายออนไลน์

1. ความซื่อสัตย์และความจริงใจ (Honesty & Integrity)
2. การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส (Transparency)
3. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Responsibility)
4. การบริการอย่างเป็นธรรม (Fairness in Service)
5. การเคารพต่อกฎหมายและข้อกำหนด (Compliance with Law & Regulation)
6. การสื่อสารและการตอบสนองที่เหมาะสม (Communication & Responsiveness)
7. การสร้างความเชื่อมั่นและความยั่งยืน (Trust & Sustainability)

5.2 จรรยาบรรณการขายออนไลน์

จรรยาบรรณการขายออนไลน์ หมายถึง แนวทางปฏิบัติที่ผู้ขายควรยึดถือ เพื่อสร้างความเป็นธรรม ความซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค รวมทั้งรักษามาตรฐานการค้าบนโลกออนไลน์ให้โปร่งใสและน่าเชื่อถือ

เนื้อหาสาระสำคัญ

1. ความซื่อสัตย์และความจริงใจ
2. ความโปร่งใสและการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน
3. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
4. การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด
5. การบริการและการสื่อสารที่เหมาะสม
6. การสร้างความเชื่อมั่นและความยั่งยืน

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายความหมายของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ และบอกว่ามีสำคัญอย่างไรต่อผู้บริโภค
2. ยกตัวอย่างการปฏิบัติที่แสดงถึง “ความซื่อสัตย์และความจริงใจ” ในการขายออนไลน์
3. เพราะเหตุใดผู้ขายออนไลน์จึงควรให้ข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วนและโปร่งใส
4. หากผู้ขายไม่ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ อาจเกิดผลเสียอย่างไรบ้าง
5. อธิบายว่าการยึดถือจรรยาบรรณการขายออนไลน์สามารถสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจได้อย่างไร

แบบทดสอบ

1. ข้อใด หมายถึงจรรยาบรรณการขายออนไลน์ ได้ถูกต้องที่สุด
 - ก. การตั้งราคาสินค้าสูงเพื่อกำไรสูงสุด
 - ข. การขายสินค้าโดยไม่สนใจความพึงพอใจของลูกค้า

- ค. แนวทางการปฏิบัติที่เน้นความซื่อสัตย์ โปร่งใส และรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- ง. การขายสินค้าให้มากที่สุดโดยใช้ทุกวิธีการ
2. การให้ข้อมูลสินค้าและบริการอย่างตรงไปตรงมา ไม่บิดเบือนหรือโอ้อวดเกินจริง สอดคล้องกับจรรยาบรรณข้อใด
- ก. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- ข. ความซื่อสัตย์และความจริงใจ
- ค. การเคารพกฎหมายและข้อกำหนด
- ง. การสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ
3. หากผู้ขายออนไลน์ ปกปิดเงื่อนไขการจัดส่งและค่าบริการเพิ่มเติม จะถือว่าละเมิดจรรยาบรรณข้อใด
- ก. ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล
- ข. การบริการที่เป็นธรรม
- ค. ความซื่อสัตย์และความจริงใจ
- ง. การเคารพสิทธิผู้บริโภค
4. ข้อใดเป็นผลเสียหากผู้ขายออนไลน์ ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย
- ก. ลูกค้าเพิ่มความไว้วางใจ
- ข. ธุรกิจเจริญเติบโตยั่งยืน
- ค. อาจถูกดำเนินคดี สูญเสียความน่าเชื่อถือ
- ง. ได้รับกำไรเพิ่มขึ้น
5. การยึดถือจรรยาบรรณการขายออนไลน์ช่วยให้เกิดผลดีอย่างไร
- ก. ได้กำไรสูงสุดในระยะสั้น
- ข. ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำและแนะนำต่อ
- ค. ลดการแข่งขันกับร้านค้าอื่น
- ง. สามารถขายสินค้าผิดกฎหมายได้โดยไม่มีปัญหา
7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)
- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์
8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** จรรยาบรรณการขายออนไลน์ คือ แนวทางปฏิบัติที่ผู้ขายควรยึดถือเพื่อสร้างความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และความโปร่งใสในการทำธุรกิจออนไลน์ มีความสำคัญต่อผู้บริโภคเพราะช่วยสร้างความมั่นใจ ความไว้วางใจ และป้องกันการถูกเอาเปรียบ ทำให้ผู้บริโภคกล้าตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น
2. **ตอบ** ตัวอย่างเช่น ผู้ขายบอกข้อมูลสินค้าอย่างตรงไปตรงมา เช่น สี วัสดุ ขนาด คุณภาพจริงของสินค้า ไม่ใช่ภาพโฆษณาที่แตกต่างจากสินค้าจริง และหากสินค้ามีตำหนิก็กแจ้งลูกค้าอย่างชัดเจน
3. **ตอบ** เพราะข้อมูลที่ครบถ้วนและโปร่งใสช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้อย่างถูกต้อง ลดปัญหาการเข้าใจผิด หรือการร้องเรียนภายหลัง และช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในระยะยาว

4. **ตอบ** อาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย ถูกปรับหรือจำคุก สูญเสียความน่าเชื่อถือจากผู้บริโภค ถูกแบนจากแพลตฟอร์มออนไลน์ และทำให้ธุรกิจเสียหายจนไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

5. **ตอบ** เพราะการยึดถือจรรยาบรรณช่วยสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในใจผู้บริโภค ลูกค้ามีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำ แนะนำต่อ และทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว ไม่ใช่เพียงผลประโยชน์ชั่วคราว

เฉลยแบบทดสอบ

1. ค. แนวทางการปฏิบัติที่เน้นความซื่อสัตย์ โปร่งใส และรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
2. ข. ความซื่อสัตย์และความจริงใจ
3. ก. ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล
4. ค. อาจถูกดำเนินคดี สูญเสียความน่าเชื่อถือ
5. ข. ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำและแนะนำต่อ



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 7
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 12-13
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน จรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ปฏิบัติการขายออนไลน์ตามหลักจรรยาบรรณด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุรณาการกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายองค์ประกอบของจรรยาบรรณการขายออนไลน์ได้

4.3 ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการขายออนไลน์ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)

2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)

3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)

4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)

5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)

6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)

7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 8
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ ..14-15.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ปฏิบัติการขายออนไลน์ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วยความละเอียดรอบคอบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 นำความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ไปใช้ได้อย่างถูกต้อง

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความสำคัญของกฎหมายการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้

4.3 ปฏิบัติตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้

4.4 เห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ด้วยความรับผิดชอบ

5. สารการเรียนรู้

5.1 ความสำคัญของกฎหมายการขายออนไลน์

5.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์

5.3 กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ชี้นำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วีดิโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจสอบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตาม

สภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

10.3 การแก้ไข้ปัญหา

1) ผลการแก้ไข้ปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

2) แนวทางแก้ไข้ปัญหาในครั้งต่อไป



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 8
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 14-15
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ปฏิบัติการขายออนไลน์ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วยความละเอียดรอบคอบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความสำคัญของกฎหมายการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้

4.3 ปฏิบัติตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้

4.4 เห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ด้วยความรับผิดชอบ

5. เนื้อหาสาระ

5.1 ความสำคัญของกฎหมายการขายออนไลน์

กฎหมายการขายออนไลน์ คือ กฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์ เช่น การขายสินค้า การให้บริการ การเก็บข้อมูลส่วนบุคคล และการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและปลอดภัยในการซื้อขาย

ความสำคัญ

1. คุ้มครองผู้บริโภค

1.1 ป้องกันการถูกเอาเปรียบ เช่น สินค้าผิดคุณภาพ การโฆษณาเกินจริง หรือการฉ้อโกงทางออนไลน์

1.2 รับประกันสิทธิของผู้บริโภค เช่น การคืนสินค้า การรับประกันสินค้า และการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

2. สร้างความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจ

2.1 ผู้บริโภคมั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

2.2 ธุรกิจสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี

2.3 ลดความเสี่ยงการฟ้องร้องหรือข้อพิพาท

3. ส่งเสริมการค้าขายที่เป็นธรรม

3.1 กฎหมายกำหนดมาตรฐานการขาย เช่น การตั้งราคาสินค้า การโฆษณา และการชำระเงิน

3.2 ป้องกันการกระทำที่เอาเปรียบคู่แข่งหรือผู้บริโภค

4. ป้องกันความเสียหายทางกฎหมาย

4.1 หากผู้ขายไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย อาจถูกปรับ จำคุก หรือถูกสั่งปิดร้าน

4.2 ลดความเสี่ยงทางธุรกิจและการเงิน

5. ส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจออนไลน์

5.1 ธุรกิจที่ปฏิบัติตามกฎหมายมีโอกาสเติบโตอย่างยั่งยืน

5.2 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคในระยะยาว

5.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์

1. พระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค

2. พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

3. พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

4. กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

5.3 กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์

กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ คือ กฎหมายที่กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจดทะเบียนกับหน่วยงานราชการ เพื่อให้ธุรกิจมีสถานะถูกต้องตามกฎหมาย สามารถดำเนินกิจการได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ

ความสำคัญของการจดทะเบียนพาณิชย์

1. การดำเนินธุรกิจอย่างถูกกฎหมาย

2. การสร้างความน่าเชื่อถือ

3. สิทธิและประโยชน์ทางธุรกิจ

4. การคุ้มครองทางกฎหมาย

ประเภทของการจดทะเบียนพาณิชย์

1. บุคคลธรรมดา (Sole Proprietorship)

2. นิติบุคคล (Juristic Person)

3. ร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce Registration)

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. อธิบายความสำคัญของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการขายสินค้าออนไลน์
2. ยกตัวอย่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และอธิบายความสำคัญ
3. เพราะเหตุใดร้านค้าออนไลน์จึงต้องปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
4. หากผู้ขายออนไลน์ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายการโฆษณา เช่น โฆษณาเกินจริง จะเกิดผลเสียอย่างไรบ้าง
5. อธิบายว่าการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์จะช่วยสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจได้อย่างไร

แบบทดสอบ

1. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีจุดมุ่งหมายสำคัญที่สุดคือข้อใด
 - ก. เพื่อควบคุมราคาสินค้า
 - ข. เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อให้ได้รับความเป็นธรรม
 - ค. เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้า
 - ง. เพื่อเก็บภาษีจากการขายสินค้าออนไลน์
2. ผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ใด
 - ก. เพื่อรับสิทธิพิเศษในการขนส่งสินค้า
 - ข. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความถูกต้องตามกฎหมาย
 - ค. เพื่อไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม
 - ง. เพื่อแข่งขันกับธุรกิจต่างประเทศ
3. พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ในเรื่องใดมากที่สุด
 - ก. การเก็บ รวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลของลูกค้า
 - ข. การกำหนดราคายellowสินค้า
 - ค. การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์
 - ง. การจัดส่งสินค้าไปต่างประเทศ
4. หากผู้ขายออนไลน์โฆษณาสินค้าเกินจริงโดยไม่เป็นความจริง ผู้ขายจะมีความผิดตามกฎหมายใด
 - ก. กฎหมายลิขสิทธิ์
 - ข. กฎหมายภาษีอากร
 - ค. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
 - ง. กฎหมายแรงงาน
5. ข้อใด **ไม่ใช่** ผลดีของการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์
 - ก. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ
 - ข. ลดความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้อง
 - ค. เพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค
 - ง. ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางธุรกิจ

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีความสำคัญเพราะช่วยปกป้องสิทธิของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ถูกโฆษณาเกินจริง และสามารถคืนหรือเปลี่ยนสินค้าได้หากไม่ได้คุณภาพ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและสร้างมาตรฐานการค้าขายที่เป็นธรรม

2. **ตอบ** กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กำหนดให้ผู้ขายออนไลน์ต้องแสดงข้อมูลการติดต่อ เงื่อนไขการซื้อขาย และนโยบายต่าง ๆ ชัดเจน เพื่อสร้างความโปร่งใส และกำหนดให้ธุรกิจออนไลน์ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายและสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค

3. **ตอบ** เพราะร้านค้าออนไลน์มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และข้อมูลการชำระเงิน หากไม่ปฏิบัติตาม PDPA อาจทำให้ข้อมูลรั่วไหล เสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิของลูกค้า และอาจถูกฟ้องร้องหรือถูกปรับตามกฎหมาย

4. **ตอบ** อาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ถูกปรับ เสียชื่อเสียง สูญเสียความน่าเชื่อถือจากลูกค้า และส่งผลกระทบต่อยอดขายและการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

5. **ตอบ** เพราะการปฏิบัติตามกฎหมายช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภค ลดความเสี่ยงในการถูกดำเนินคดีหรือถูกฟ้องร้อง ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง มีภาพลักษณ์ที่ดี และสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อให้ได้รับความเป็นธรรม
2. ข. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความถูกต้องตามกฎหมาย
3. ก. การเก็บ รวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลของลูกค้า
4. ค. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
5. ง. ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางธุรกิจ

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 8
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 14-15
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ปฏิบัติการขายออนไลน์ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วยความละเอียดรอบคอบ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุรณาการกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความสำคัญของกฎหมายการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้

4.3 ปฏิบัติตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ กฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้

4.4 เห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ด้วยความรับผิดชอบ

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)

5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet



	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ 9
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ ..16-17.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการขายออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ...อาชีพนักขาย ระดับ 3...

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสาธิตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

- ใบมอบหมายงาน

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- ใบความรู้

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ....การตลาด....

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์ได้

4.3 ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียด

รอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. สาระการเรียนรู้

5.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

5.2 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

5.3 เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

5.4 ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด
2. เล่าเรื่องหรือยกตัวอย่างสถานการณ์จริง
3. เชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้เรียนต้องการรู้
4. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้
5. ทำกิจกรรมเบื้องต้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ

6.2 การเรียนรู้

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)
2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)
3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)
4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)
5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก และตัวอย่างที่สำคัญ
2. เชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแชร์ประสบการณ์
4. ประเมินผลการเรียนรู้ ผ่านการทดสอบหรือการประเมิน
5. ตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ในอนาคต
6. สรุปและปิดบทเรียน พร้อมการมอบหมายกิจกรรมเสริม

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือเรียน รหัส 20202-2001 วิชาการขายออนไลน์
2. สื่อ PowerPoint
3. วีดิโอตัวอย่าง
4. เว็บไซต์เกี่ยวกับรายวิชาการขายออนไลน์
5. ภาพประกอบ
6. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
7. กรณีศึกษา

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน
3. แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. ใบงาน
3. การตรวจประเมินผลงาน

9. การวัดและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. สังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. ตรวจใบงาน
3. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
4. ประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
5. ประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
6. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
7. การสังเกตและประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. แบบสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล
2. แบบประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยครู)
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (โดยผู้เรียน)
4. แบบประเมินกิจกรรมใบงาน
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้
7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยครูและผู้เรียน ร่วมกันประเมิน

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมรายบุคคล ต้องไม่มีข้อปรับปรุง
2. เกณฑ์ผ่านการประเมินพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50 % ขึ้นไป)
3. เกณฑ์ผ่านการสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม คือ ปานกลาง (50% ขึ้นไป)
4. กิจกรรมใบงาน เกณฑ์ผ่าน คือ 50%
5. แบบประเมินผลการเรียนรู้มีเกณฑ์ผ่าน 50%
6. แบบประเมินกิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญและส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ผ่าน 50%

7. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการ ประเมินตาม
สภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ผลการจัดการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับผู้เรียน

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

10.2 ปัญหา อุปสรรคที่พบ

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

10.3 การแก้ไขปัญหา

1) ผลการแก้ไขปัญหาที่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้เรียน

.....
.....

2) แนวทางแก้ปัญหาในครั้งต่อไป

.....
.....



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ 9
	รหัสวิชา 20202- 2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 16-17.
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่อเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการขายออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์ได้

4.3 ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียดรอบคอบ และมีความคิดสร้างสรรค์

5. เนื้อหาสาระ

5.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ในการขายออนไลน์ หมายถึง การนำระบบคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน และเครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ มาช่วยสนับสนุนกระบวนการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด

5.2 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

1. เพิ่มประสิทธิภาพการขาย ลดเวลาและขั้นตอนในการจัดการสินค้าและคำสั่งซื้อ
2. เพิ่มความสะดวกและเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น สามารถขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านหลายช่องทางออนไลน์
3. ปรับกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำ วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและตลาดเพื่อวางแผนโปรโมชั่นและสินค้าที่เหมาะสม
4. สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ตอบสนองความต้องการรวดเร็ว มีระบบติดตามสินค้า และบริการหลังการขาย

5.3 ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์

1. เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ
2. ลดต้นทุนและเวลา
3. เพิ่มช่องทางการขายและการเข้าถึงลูกค้า
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนกลยุทธ์
5. การสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า
6. ส่งเสริมการแข่งขันทางธุรกิจ
6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. จงอธิบายความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการขายออนไลน์ พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
2. เพราะเหตุใดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีความสำคัญต่อการขายออนไลน์ในปัจจุบัน
3. จงอธิบายบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการสนับสนุนการขายสินค้าออนไลน์
4. การใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์มีข้อดีต่อผู้ขายและผู้ซื้ออย่างไร
5. จงอธิบายประโยชน์ของการใช้ระบบจัดการข้อมูล (Database) ในธุรกิจขายออนไลน์

แบบทดสอบ

1. ข้อใดคือความหมายที่ถูกต้องของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์
 - ก. การใช้เฉพาะโทรศัพท์มือถือในการขายสินค้า
 - ข. การใช้เทคโนโลยีและระบบสื่อสารเพื่อสนับสนุนการซื้อขายบนช่องทางดิจิทัล
 - ค. การขายสินค้าด้วยการบอกต่อแบบปากต่อปาก
 - ง. การขนส่งสินค้าโดยใช้ระบบโลจิสติกส์
2. ข้อใด **ไม่ใช่** บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการขายสินค้าออนไลน์
 - ก. การสร้างการรับรู้แบรนด์
 - ข. การเป็นช่องทางติดต่อกับลูกค้า
 - ค. การจัดเก็บสินค้าภายในคลัง
 - ง. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า
3. การใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์มีประโยชน์ต่อผู้ซื้อในด้านใดมากที่สุด
 - ก. ชำระเงินได้สะดวกและปลอดภัย
 - ข. ทำให้สินค้าราคาถูกลง
 - ค. ได้รับสินค้าทันทีโดยไม่ต้องรอส่ง
 - ง. ไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม
4. ระบบจัดการฐานข้อมูล (Database) ช่วยผู้ขายออนไลน์ในด้านใด
 - ก. ลดต้นทุนการผลิตสินค้า
 - ข. เก็บข้อมูลลูกค้าและประวัติการสั่งซื้ออย่างเป็นระบบ

ค. ทำให้สินค้าไม่ต้องโฆษณา

ง. ยกเลิกการขนส่งสินค้าได้

5. ข้อใดคือข้อดีของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายออนไลน์

ก. ทำให้ขายสินค้าได้เฉพาะในพื้นที่ท้องถิ่น

ข. ลดประสิทธิภาพการสื่อสารกับลูกค้า

ค. เพิ่มโอกาสการเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางและรวดเร็ว

ง. ทำให้ธุรกิจไม่ต้องแข่งขันในตลาด

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

- เอกสารประกอบการเรียนวิชาการขายออนไลน์

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. **ตอบ** เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์ หมายถึง การนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และสื่อดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน แพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย และระบบชำระเงินออนไลน์ ตัวอย่างเช่น การใช้ Facebook Page หรือ Line Official Account ในการนำเสนอสินค้าและติดต่อกับลูกค้า

2. **ตอบ** เพราะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้า ทำให้การซื้อขายสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดและเพิ่มยอดขายได้

3. **ตอบ** สื่อสังคมออนไลน์ทำหน้าที่เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างผู้ขายกับลูกค้า เช่น Facebook, Instagram, TikTok ซึ่งช่วยโปรโมทสินค้า สร้างแบรนด์ สื่อสารข้อมูลโปรโมชั่น ตอบคำถามลูกค้า และทำให้เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) ที่ส่งผลต่อยอดขายโดยตรง

4. **ตอบ** สำหรับผู้ขาย: ได้รับเงินสะดวก รวดเร็ว ลดความเสี่ยงเรื่องเงินปลอม และช่วยตรวจสอบรายการได้ง่าย สำหรับผู้ซื้อ: ชำระเงินได้สะดวก ปลอดภัย และมีหลายช่องทาง เช่น โอนผ่านมือถือ บัตรเครดิต/เดบิต หรือ e-Wallet

5. **ตอบ** ระบบจัดการข้อมูลช่วยให้ผู้ขายเก็บข้อมูลลูกค้า คำสั่งซื้อ ประวัติการชำระเงิน และข้อมูลสินค้าได้อย่างมีระเบียบ ทำให้ตรวจสอบได้ง่าย นำข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรม การซื้อ และใช้วางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้า

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. การใช้เทคโนโลยีและระบบสื่อสารเพื่อสนับสนุนการซื้อขายบนช่องทางดิจิทัล
2. ค. การจัดเก็บสินค้าภายในคลัง
3. ก. ชำระเงินได้สะดวกและปลอดภัย
4. ข. เก็บข้อมูลลูกค้าและประวัติการสั่งซื้ออย่างเป็นระบบ
5. ค. เพิ่มโอกาสการเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางและรวดเร็ว

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 9
	รหัสวิชา 20202-2001 ชื่อวิชา การขายออนไลน์	สอนครั้งที่ 16-17
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์	ทฤษฎี 4 ชม. ปฏิบัติ 4 ชม.
ชื่องาน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการขายออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ อาชีพนักขาย ระดับ 3

สมรรถนะย่อย 301111 กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

301112 จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ การตลาด

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการขายออนไลน์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้

4.2 อธิบายประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์ได้

4.3 ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์ได้

4.4 มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการขายออนไลน์ ด้วยความละเอียดรอบคอบ

และมีความคิดสร้างสรรค์

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

5.4 สื่อต่างๆ

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เตรียมความพร้อม (Warm-up, Setting Questions)

2. เรียนรู้เนื้อหาหลัก (Core Content Learning)

3. ศึกษาและทำความเข้าใจ (Study and Understanding)

4. ปฏิบัติและประยุกต์ใช้ (Practice and Application)

5. สะท้อนผลและอภิปราย (Reflection and Discussion)
6. ประเมินและสรุป (Assessment and Summary)
7. ติดตามผลการเรียนรู้ (Follow-up)

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง /เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

- แชท gpt
- Internet

