



แผนการเรียนรู้

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2567

สาขาวิชา เทคโนโลยีดิจิทัล
กลุ่มอาชีพ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ประเภทวิชา พาณิชยกรรม

รหัสวิชา 21910 – 1002 วิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้ วิชาวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ 21910-1002 ท-ป-น 1-2-2 นี้ มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาเพื่อพัฒนาผู้เรียนเป็นสำคัญ ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567 ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

การจัดทำได้มีการพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียน โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย

1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ
2. การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
3. การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก
4. การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ
5. การใช้เครื่องมือวิเคราะห์
6. กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้

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

ผู้จัดทำหวังว่าแผนการจัดการเรียนรู้เล่มนี้คงจะเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน และผู้สนใจทั่วไป หากมีข้อเสนอแนะประการใด ผู้จัดทำยินดีน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงในโอกาสต่อไป

วีณา ใจเพชร

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567

ประเภทวิชา พาณิชยกรรม กลุ่มอาชีพ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชา เทคโนโลยีดิจิทัล

รหัส 21910-1002 ชื่อวิชา การวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ

ทฤษฎี 1 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 2 หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

วิเคราะห์และเลือกเทคโนโลยีที่ตรงกับรูปแบบทางธุรกิจ นำเสนอความต้องการของเทคโนโลยีที่ตรงกับรูปแบบทางธุรกิจ และปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ และถูกต้อง

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. รู้และเข้าใจความต้องการทางธุรกิจ
2. มีทักษะในการใช้เครื่องมือในการสร้างและเก็บรวบรวมแบบสำรวจความต้องการทางธุรกิจ
3. มีความสามารถนำเสนอเทคโนโลยีตรงความต้องการกับรูปแบบทางธุรกิจ
4. มีเจตคติและกิริยาที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความต้องการทางธุรกิจตามหลักการ
2. วิเคราะห์โครงสร้างและความต้องการทางธุรกิจตามหลักการ
3. ใช้เครื่องมือในการสร้างและเก็บรวบรวมแบบสำรวจความต้องการทางธุรกิจ
4. นำเสนอเทคโนโลยีตรงความต้องการกับรูปแบบทางธุรกิจ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการความต้องการทางธุรกิจ การสร้างแบบสำรวจความต้องการทางธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ สรุปความต้องการทางธุรกิจ วิเคราะห์ รูปแบบเชิงธุรกิจ วิเคราะห์และเลือกเทคโนโลยีที่ตรงกับรูปแบบทางธุรกิจ สรุปความต้องการของเทคโนโลยี ที่ตรงกับรูปแบบทางธุรกิจ นำเสนอความต้องการของเทคโนโลยีที่ตรงกับรูปแบบทางธุรกิจ

มาตรฐานอาชีพ

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

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ....เทคโนโลยีดิจิทัล.....

อาชีพ.....นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ.....ระดับ.....3.....

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
10101	สำรวจความต้องการทางธุรกิจ	10101.01	สร้างแบบสำรวจความต้องการทางธุรกิจ	1.1 เขียนโครงสร้างและความต้องการทางธุรกิจ 1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมายของความ ต้องการทางธุรกิจ 1.3 ออกแบบ และสร้างแบบสำรวจให้ตรงกับความต้องการทางธุรกิจ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
		10101.02	เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ	2.1 รวบรวมข้อมูลแบบสำรวจตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด 2.2 เก็บข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับความต้องการทางธุรกิจที่กำหนด 2.3 จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
10101	สำรวจความต้องการทางธุรกิจ	10101.03	สรุปความต้องการทางธุรกิจ	3.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ 3.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ 3.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
10103	วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจเพื่อออกแบบระบบ	10103.01	วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจเพื่อออกแบบระบบ	1.1 วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ 1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ การสาธิตการปฏิบัติงาน
		10103.02	ออกแบบภาพรวมของระบบ SRS	2.1 ออกแบบภาพรวมของระบบ SRS 2.2 จัดทำเอกสาร SRS ตามผลการวิเคราะห์ โดยพิจารณา Migration	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ การสาธิตการปฏิบัติงาน

อ้างอิงมาตรฐานอาชีพ https://tpqi-net.tpqi.go.th/qualifications/standard/book?id=81&cer_level_id=2833

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ				
งานหลัก	งานย่อย	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
งานหลัก 1 แนวคิดพื้นฐาน เกี่ยวกับการ วิเคราะห์ความ ต้องการ	1.1 ความหมาย ของการวิเคราะห์ ความต้องการ (Needs Analysis) 1.2 ประเภทของ ความต้องการ 1.3 กระบวนการ การวิเคราะห์ความ ต้องการ 1.4 เครื่องมือและ เทคนิคในการ วิเคราะห์ความ ต้องการ 1.5 การ ประเมินผลการ วิเคราะห์ความ ต้องการ 1.6 การตอบสนอง ต่อความต้องการ 1.7 การติดตาม และประเมินผล	สรุปแนวคิดพื้นฐาน เกี่ยวกับการ วิเคราะห์ความ ต้องการ	1.1 แสดง ความหมายของการ วิเคราะห์ความ ต้องการ (Needs Analysis) 1.2 แสดงประเภท ของความต้องการ 1.3 แสดง กระบวนการการ วิเคราะห์ความ ต้องการ 1.4 แสดงเครื่องมือ และเทคนิคในการ วิเคราะห์ความ ต้องการ 1.5 แสดงการ ประเมินผลการ วิเคราะห์ความ ต้องการ 1.6 แสดงการ ตอบสนองต่อความ ต้องการ 1.7 แสดงการ ติดตามและ ประเมินผล	1.1 อธิบาย ความหมายของการ วิเคราะห์ความ ต้องการ (Needs Analysis) 1.2 บอกประเภทของ ความต้องการ 1.3 บอกกระบวนการ การวิเคราะห์ความ ต้องการ 1.4 บอกเครื่องมือและ เทคนิคในการวิเคราะห์ ความต้องการ 1.5 ประเมินผลการ วิเคราะห์ความ ต้องการ 1.6 บอกการ ตอบสนองต่อความ ต้องการ 1.7 ติดตามและ ประเมินผล
งานหลัก 2 การระบุและ วิเคราะห์ความ	2.1 ความหมาย ของความต้องการ ของลูกค้า	การระบุและ วิเคราะห์ความ ต้องการของลูกค้า	2.1 แสดง ความหมายของ	2.1 อธิบาย ความหมายของความ ต้องการของลูกค้า

ต้องการของ ลูกค้า	2.2 กระบวนการระบุความต้องการของลูกค้า 2.3 การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า 2.4 การแยกแยะความต้องการที่สำคัญและรอง 2.5 การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า 2.6 การประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ 2.7 การปรับปรุงและพัฒนาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง		ความต้องการของลูกค้า 2.2 แสดงกระบวนการระบุความต้องการของลูกค้า 2.3 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า 2.4 แสดงการแยกแยะความต้องการที่สำคัญและรอง 2.5 แสดงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า 2.6 แสดงการประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ 2.7 แสดงการปรับปรุงและพัฒนาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	2.2 อธิบายกระบวนการระบุความต้องการของลูกค้า 2.3 การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า 2.4 แยกแยะความต้องการที่สำคัญและรอง 2.5 อธิบายการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า 2.6 ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ 2.7 ปรับปรุงและพัฒนาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
งานหลัก 3 การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก	3.1 ความหมายและความสำคัญของการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก 3.2 การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors)	สรุปและวิเคราะห์การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก	3.1 ความหมายและความสำคัญของการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก 3.2 การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors)	3.1 ความหมายและความสำคัญของการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก 3.2 การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors)

	3.3 การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) 3.4 เครื่องมือและเทคนิคในการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก 3.5 การใช้ผลการประเมินในการวางแผนกลยุทธ์ 3.6 การใช้ข้อมูลจากการประเมินในการตัดสินใจ		3.3 การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) 3.4 เครื่องมือและเทคนิคในการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก 3.5 การใช้ผลการประเมินในการวางแผนกลยุทธ์ 3.6 การใช้ข้อมูลจากการประเมินในการตัดสินใจ	3.3 การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors) 3.4 เครื่องมือและเทคนิคในการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก 3.5 การใช้ผลการประเมินในการวางแผนกลยุทธ์ 3.6 การใช้ข้อมูลจากการประเมินในการตัดสินใจ
งานหลัก 4 การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ	4.1 ความหมายของการวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ 4.2 กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ 4.3 เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ 4.4 การจัดทำเอกสารความต้องการ 4.5 การตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ	สรุปการวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ	4.1 แสดงความหมายของการวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ 4.2 แสดงกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ 4.3 แสดงเครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ 4.4 แสดงการจัดทำเอกสารความต้องการ 4.5 แสดงการตรวจสอบและ	4.1 อธิบายความหมายของการวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ 4.2 บอกกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ 4.3 บอกเครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ 4.4 การจัดทำเอกสารความต้องการ 4.5 ตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ 4.6 จัดการข้อขัดแย้งและกรณีประนีประนอม

	4.6 การจัดการข้อขัดแย้งและการประนีประนอม 4.7 การนำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการ 4.8 การประเมินความสำเร็จของการวิเคราะห์ความต้องการ		ทบทวนเอกสารความต้องการ 4.6 แสดงการจัดการข้อขัดแย้งและการประนีประนอม 4.7 แสดงการนำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการ 4.8 แสดงการประเมินความสำเร็จของการวิเคราะห์ความต้องการ	4.7 นำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการ 4.8 ประเมินความสำเร็จของการวิเคราะห์ความต้องการ
งานหลัก 5 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์	5.1 ประเภทและประเภทของเครื่องมือวิเคราะห์ 5.2 การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม 5.3 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล 5.4 การตีความผลการวิเคราะห์ 5.5 การรายงานผลการวิเคราะห์ 5.6 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม 5.7 การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในสาขาต่างๆ	สรุปการใช้เครื่องมือวิเคราะห์	5.1 แสดงประเภทและประเภทของเครื่องมือวิเคราะห์ 5.2 แสดงการเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม 5.3 แสดงการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล 5.4 แสดงการตีความผลการวิเคราะห์ 5.5 แสดงการรายงานผลการวิเคราะห์ 5.6 แสดงการใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม 5.7 แสดงการประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในสาขาต่างๆ	5.1 บอกประเภทและประเภทของเครื่องมือวิเคราะห์ 5.2 เลือกเครื่องมือที่เหมาะสม 5.3 อธิบายการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล 5.4 อธิบายการตีความผลการวิเคราะห์ 5.5 รายงานผลการวิเคราะห์ 5.6 ใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม 5.7 ประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในสาขาต่างๆ

งานหลัก 6 กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้	6.1 การทำความเข้าใจกรณีศึกษา (Case Study) 6.2 การวิเคราะห์กรณีศึกษา 6.3 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิด 6.4 การพัฒนาและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์ 6.5 การสื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	แสดงความรู้เกี่ยวกับกรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้	6.1 แสดงการทำความเข้าใจกรณีศึกษา (Case Study) 6.2 แสดงการวิเคราะห์กรณีศึกษา 6.3 แสดงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิด 6.4 แสดงการพัฒนาและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์ 6.5 แสดงการสื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	6.1 ทำความเข้าใจกรณีศึกษา (Case Study) 6.2 วิเคราะห์กรณีศึกษา 6.3 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิด 6.4 พัฒนาและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์ 6.5 อธิบายการสื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ
---	---	---	---	---

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้ (แบบ 2)

[illegible]

หน่วยการเรียนรู้

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
1	แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ	3	6	9
2	การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	3	6	9
3	การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก	3	6	9
4	การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ	3	6	9
5	การใช้เครื่องมือวิเคราะห์	3	6	9
6	กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้ และสอบปลายภาค	3	6	9
	ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา	-		
	รวม	18	36	54

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ ... 1
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 1-3
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

1. สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ความต้องการ
ผู้เรียนสามารถอธิบายได้ว่า "การวิเคราะห์ความต้องการ" คือกระบวนการที่ใช้ในการตรวจสอบและประเมินความต้องการที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในด้านการพัฒนาองค์กร การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล รวมถึงสามารถระบุเหตุผลที่การวิเคราะห์ความต้องการมีความสำคัญในการพัฒนาและการตัดสินใจทางธุรกิจหรือการศึกษา

2. สามารถจำแนกประเภทของความต้องการที่เกิดขึ้นในแต่ละบริบท
ผู้เรียนสามารถระบุและจำแนกประเภทของความต้องการที่เกิดขึ้นได้ เช่น ความต้องการในด้านความรู้ (knowledge), ทักษะ (skills), พฤติกรรม (attitudes) หรือทรัพยากร (resources) ที่จำเป็นในการพัฒนา โดยพิจารณาจากบริบทที่แตกต่างกัน

3. สามารถใช้เครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ
ผู้เรียนสามารถเลือกและใช้งานเครื่องมือหรือวิธีการที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ความต้องการ เช่น การสำรวจ (surveys), การสัมภาษณ์ (interviews), การสังเกต (observations) หรือการใช้ข้อมูลเชิงสถิติ (statistical analysis) เพื่อเก็บข้อมูลและประเมินความต้องการในกลุ่มเป้าหมายหรือองค์กร

4. สามารถระบุช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันและสถานะที่ต้องการ
ผู้เรียนสามารถระบุและวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสถานะปัจจุบัน (current state) และสถานะที่ต้องการ (desired state) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการเพื่อให้เห็นช่องว่างที่ต้องการการพัฒนา หรือการปรับปรุง

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

สมรรถนะย่อย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ

1.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

-

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

4.1 ใบรายงานผลการศึกษาที่แสดงคุณวุฒิตามคุณสมบัติและข้อกำหนดของแต่ละชั้นที่เข้ารับการทดสอบ

การทดสอบ

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ

นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

3.1 การเข้าใจและอธิบายแนวคิดพื้นฐานในการวิเคราะห์ความต้องการ

3.2 การระบุและวิเคราะห์ประเภทของความต้องการ

3.3 การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ความต้องการ

3.4 การระบุความต้องการที่สำคัญและจำเป็น

3.5 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการ

3.6 การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการ

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 ระบุและจำแนกความต้องการของผู้เรียนหรือกลุ่มเป้าหมาย

4.2 ประเมินแหล่งที่มาของความต้องการ

4.3 วิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันและสถานะที่ต้องการ

4.4 กำหนดลำดับความสำคัญของความต้องการ

4.5 ออกแบบแผนการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการ

5. สารการเรียนรู้

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ" ครอบคลุมการทำความเข้าใจและการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการในบริบทต่าง ๆ เพื่อช่วยในการกำหนดสิ่งที่จำเป็นต้องพัฒนาและตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยสาระสำคัญที่ควรรู้ประกอบด้วย:

1. ความหมายของการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis)

การวิเคราะห์ความต้องการเป็นกระบวนการในการตรวจสอบและประเมินความต้องการในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม หรือทรัพยากรที่จำเป็นในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือกลุ่มเป้าหมาย จุดมุ่งหมายหลักคือ การทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบัน และการระบุสิ่งที่จำเป็นต้องปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อไปสู่สถานะที่ต้องการ

2. ประเภทของความต้องการ

ความต้องการในด้านความรู้ (Knowledge Needs): สิ่งที่คุณหรือองค์กรต้องรู้เพื่อปฏิบัติงานหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความต้องการในด้านทักษะ (Skills Needs): สิ่งที่คุณหรือองค์กรต้องสามารถทำได้ เช่น ทักษะการสื่อสาร การแก้ปัญหา หรือทักษะด้านเทคโนโลยี

ความต้องการในด้านพฤติกรรม (Attitudinal Needs): ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานหรือพฤติกรรมของคุณ

ความต้องการในด้านทรัพยากร (Resource Needs): ความต้องการในเรื่องของทรัพยากรที่จำเป็น เช่น เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ หรือบุคลากร

3. กระบวนการการวิเคราะห์ความต้องการ

การวิเคราะห์ความต้องการสามารถทำได้ตามขั้นตอนดังนี้:

การระบุปัญหาหรือโอกาส (Identifying the Problem or Opportunity): ระบุปัญหาหรือโอกาสที่องค์กรหรือบุคคลเผชิญอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อม การขาดทักษะ หรือการพัฒนาใหม่ที่ต้องการ

การเก็บข้อมูล (Data Collection): การใช้เครื่องมือและวิธีการต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์ การสำรวจ หรือการสังเกต เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis): การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเพื่อหาจุดที่ต้องการการปรับปรุงหรือการพัฒนา

การกำหนดลำดับความสำคัญ (Prioritizing Needs): การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่พบ เพื่อกำหนดลำดับการตอบสนองหรือการวางแผนการพัฒนา

4. เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ

การสำรวจ (Surveys/Questionnaires): การใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

การสัมภาษณ์ (Interviews): การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีประสบการณ์เพื่อรับข้อมูลเชิงลึก

การสังเกต (Observation): การสังเกตการทำงานหรือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์จริง

การใช้ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis): การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือรายงานที่มีอยู่

5. การประเมินผลการวิเคราะห์ความต้องการ

การประเมินผลการวิเคราะห์ความต้องการจะช่วยให้คุณทราบว่า ความต้องการที่พบมีความสำคัญต่อการพัฒนาหรือการปรับปรุงในด้านใดบ้าง และสามารถวัดผลกระทบได้หรือไม่ นอกจากนี้ การประเมินผลจะช่วยให้คุณสามารถกำหนดวิธีการที่เหมาะสมในการตอบสนองต่อความต้องการ

6. การตอบสนองต่อความต้องการ

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการแล้ว การตอบสนองจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือพัฒนาแผนการพัฒนาที่เหมาะสม เช่น การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา การพัฒนาโปรแกรมหรือการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร

การเลือกวิธีการหรือกลยุทธ์ในการตอบสนองจะต้องพิจารณาจากความสำคัญและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความต้องการที่ได้รับการวิเคราะห์

7. การติดตามและประเมินผล

การติดตามผลหลังจากการดำเนินการตามแผนการพัฒนาหรือการตอบสนองความต้องการนั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าการตอบสนองที่ดำเนินการไปสามารถแก้ไขปัญหาหรือเติมเต็มความต้องการได้จริง

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. Internet
2. ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
3. คอมพิวเตอร์
4. กิจกรรมการเรียนการสอน
5. ใบงาน
6. กิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. 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 ร่วมกัน

ประเมิน

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 ประเมิน

ตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

10.2 ปัญหาที่พบ

10.3 แนวทางแก้ปัญหา



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ ..1.
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 1–3
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

1. สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ความต้องการ
ผู้เรียนสามารถอธิบายได้ว่า "การวิเคราะห์ความต้องการ" คือกระบวนการที่ใช้ในการตรวจสอบและประเมินความต้องการที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในด้านการพัฒนาองค์กร การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล รวมถึงสามารถระบุเหตุผลที่การวิเคราะห์ความต้องการมีความสำคัญในการพัฒนาและการตัดสินใจทางธุรกิจหรือการศึกษา

2. สามารถจำแนกประเภทของความต้องการที่เกิดขึ้นในแต่ละบริบท
ผู้เรียนสามารถระบุและจำแนกประเภทของความต้องการที่เกิดขึ้นได้ เช่น ความต้องการในด้านความรู้ (knowledge), ทักษะ (skills), พฤติกรรม (attitudes) หรือทรัพยากร (resources) ที่จำเป็นในการพัฒนา โดยพิจารณาจากบริบทที่แตกต่างกัน

3. สามารถใช้เครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ
ผู้เรียนสามารถเลือกและใช้งานเครื่องมือหรือวิธีการที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ความต้องการ เช่น การสำรวจ (surveys), การสัมภาษณ์ (interviews), การสังเกต (observations) หรือการใช้ข้อมูลเชิงสถิติ (statistical analysis) เพื่อเก็บข้อมูลและประเมินความต้องการในกลุ่มเป้าหมายหรือองค์กร

4. สามารถระบุช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันและสถานะที่ต้องการ
ผู้เรียนสามารถระบุและวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสถานะปัจจุบัน (current state) และสถานะที่ต้องการ (desired state) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการเพื่อให้เห็นช่องว่างที่ต้องการการพัฒนา หรือการปรับปรุง

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

3.1 การเข้าใจและอธิบายแนวคิดพื้นฐานในการวิเคราะห์ความต้องการ

3.2 การระบุและวิเคราะห์ประเภทของความต้องการ

3.3 การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ความต้องการ

- 3.4 การระบุความต้องการที่สำคัญและจำเป็น
- 3.5 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการ
- 3.6 การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการ

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 ระบุและจำแนกความต้องการของผู้เรียนหรือกลุ่มเป้าหมาย
- 4.2 ประเมินแหล่งที่มาของความต้องการ
- 4.3 วิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันและสถานะที่ต้องการ
- 4.4 กำหนดลำดับความสำคัญของความต้องการ
- 4.5 ออกแบบแผนการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการ

5. เนื้อหาสาระ

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ ครอบคลุมการทำความเข้าใจและการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการในบริบทต่าง ๆ เพื่อช่วยในการกำหนดสิ่งที่จำเป็นต้องพัฒนาและตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยสาระสำคัญที่ควรรู้ประกอบด้วย:

1. ความหมายของการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis)

การวิเคราะห์ความต้องการเป็นกระบวนการในการตรวจสอบและประเมินความต้องการในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม หรือทรัพยากรที่จำเป็นในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรหรือกลุ่มเป้าหมาย จุดมุ่งหมายหลักคือ การทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบัน และการระบุสิ่งที่จำเป็นต้องปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อไปสู่สถานะที่ต้องการ

2. ประเภทของความต้องการ

ความต้องการในด้านความรู้ (Knowledge Needs): สิ่งที่คุณหรือองค์กรต้องรู้เพื่อปฏิบัติงานหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความต้องการในด้านทักษะ (Skills Needs): สิ่งที่คุณหรือองค์กรต้องสามารถทำได้ เช่น ทักษะการสื่อสาร การแก้ปัญหา หรือทักษะด้านเทคโนโลยี

ความต้องการในด้านพฤติกรรม (Attitudinal Needs): ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ หรือค่านิยมที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานหรือพฤติกรรมของคุณ

ความต้องการในด้านทรัพยากร (Resource Needs): ความต้องการในเรื่องของทรัพยากรที่จำเป็น เช่น เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ หรือบุคลากร

3. กระบวนการการวิเคราะห์ความต้องการ

การวิเคราะห์ความต้องการสามารถทำได้ตามขั้นตอนดังนี้:

การระบุปัญหาหรือโอกาส (Identifying the Problem or Opportunity): ระบุปัญหาหรือโอกาสที่องค์กรหรือบุคคลเผชิญอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อม การขาดทักษะ หรือการพัฒนาใหม่ที่ต้องการ

การเก็บข้อมูล (Data Collection): การใช้เครื่องมือและวิธีการต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์ การสำรวจ หรือการสังเกต เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis): การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเพื่อหาจุดที่ต้องการการปรับปรุงหรือการพัฒนา

การกำหนดลำดับความสำคัญ (Prioritizing Needs): การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่พบ เพื่อกำหนดลำดับการตอบสนองหรือการวางแผนการพัฒนา

4. เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ

การสำรวจ (Surveys/Questionnaires): การใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

การสัมภาษณ์ (Interviews): การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีประสบการณ์เพื่อรับข้อมูลเชิงลึก

การสังเกต (Observation): การสังเกตการทำงานหรือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์จริง

การใช้ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis): การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือรายงานที่มีอยู่

5. การประเมินผลการวิเคราะห์ความต้องการ

การประเมินผลการวิเคราะห์ความต้องการจะช่วยให้ทราบว่า ความต้องการที่พบมีความสำคัญต่อการพัฒนาหรือการปรับปรุงในด้านใดบ้าง และสามารถวัดผลกระทบได้หรือไม่ นอกจากนี้ การประเมินผลจะช่วยให้สามารถกำหนดวิธีการที่เหมาะสมในการตอบสนองต่อความต้องการ

6. การตอบสนองต่อความต้องการ

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการแล้ว การตอบสนองจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือพัฒนาแผนการที่เหมาะสม เช่น การฝึกอบรม การให้คำปรึกษา การพัฒนาโปรแกรมหรือการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร

การเลือกวิธีการหรือกลยุทธ์ในการตอบสนองจะต้องพิจารณาจากความสำคัญและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความต้องการที่ได้รับการวิเคราะห์

7. การติดตามและประเมินผล

การติดตามผลหลังจากการดำเนินการตามแผนการพัฒนาหรือการตอบสนองความต้องการนั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าการตอบสนองที่ดำเนินการไปสามารถแก้ไขปัญหาหรือเติมเต็มความต้องการได้จริง

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการเป็นเรื่องสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ความต้องการประกอบด้วยหลายขั้นตอน ซึ่งอาจรวมถึง

1. การระบุปัญหา: ทำความเข้าใจว่าผู้ใช้มีปัญหาอะไร และต้องการอะไร
2. การรวบรวมข้อมูล: ใช้เครื่องมือเช่น แบบสอบถาม สัมภาษณ์ หรือกลุ่มสนทนา เพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ใช้
3. การวิเคราะห์ข้อมูล: วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้เพื่อระบุแนวโน้มและความต้องการที่แท้จริง
4. การกำหนดความต้องการ: สรุปความต้องการในรูปแบบที่ชัดเจน เช่น ฟังก์ชันที่ต้องการ หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
5. การทดสอบและปรับปรุง: นำเสนอแนวทางที่ได้มาให้กับผู้ใช้เพื่อตรวจสอบว่าตรงตามความต้องการหรือไม่ และทำการปรับปรุงตามคำแนะนำ

แบบทดสอบ

1. การวิเคราะห์ความต้องการหมายถึงอะไร?
 - ก. การศึกษาข้อมูลการตลาด
 - ข. การระบุและเข้าใจความต้องการของลูกค้า
 - ค. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ง. การกำหนดราคาให้เหมาะสม
2. การสัมภาษณ์ลูกค้าเป็นเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการประเภทใด?
 - ก. การวิจัยเชิงคุณภาพ
 - ข. การวิจัยเชิงปริมาณ
 - ค. การสำรวจความคิดเห็น
 - ง. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ปัจจัยใดที่ไม่ควรละเลยในการวิเคราะห์ความต้องการ?
 - ก. ความพึงพอใจของลูกค้า
 - ข. ต้นทุนการผลิต
 - ค. การแข่งขันในตลาด
 - ง. ข้อมูลประวัติการขาย
4. เมื่อวิเคราะห์ความต้องการ มีวิธีใดที่ช่วยให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด?
 - ก. การสำรวจออนไลน์
 - ข. การสอบถามแบบปากต่อปาก
 - ค. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการขาย
 - ง. การใช้กลุ่มโฟกัส
5. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิเคราะห์ความต้องการจะช่วยให้เข้าใจอะไรได้บ้าง?
 - ก. รูปแบบการผลิต
 - ข. ความต้องการของตลาด
 - ค. ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - ง. การสร้างแบรนด์

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

- ค้นคว้าทาง Internet

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

เฉลย: ข้อ 1 การวิเคราะห์ความต้องการเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เนื่องจากช่วยให้ผู้พัฒนาสามารถเข้าใจสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ได้มากที่สุด การใช้เทคนิคที่หลากหลายในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จะทำให้ได้ข้อสรุปที่แม่นยำและสามารถนำไปใช้ได้จริง

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข
2. ก
3. ก
4. ง
5. ข



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ ..1.
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 1–3
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการ		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

1. สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ความต้องการ
ผู้เรียนสามารถอธิบายได้ว่า "การวิเคราะห์ความต้องการ" คือกระบวนการที่ใช้ในการตรวจสอบและประเมินความต้องการที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในด้านการพัฒนาองค์กร การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล รวมถึงสามารถระบุเหตุผลที่การวิเคราะห์ความต้องการมีความสำคัญในการพัฒนาและการตัดสินใจทางธุรกิจหรือการศึกษา
2. สามารถจำแนกประเภทของความต้องการที่เกิดขึ้นในแต่ละบริบท
ผู้เรียนสามารถระบุและจำแนกประเภทของความต้องการที่เกิดขึ้นได้ เช่น ความต้องการในด้านความรู้ (knowledge), ทักษะ (skills), พฤติกรรม (attitudes) หรือทรัพยากร (resources) ที่จำเป็นในการพัฒนา โดยพิจารณาจากบริบทที่แตกต่างกัน
3. สามารถใช้เครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ
ผู้เรียนสามารถเลือกและใช้งานเครื่องมือหรือวิธีการที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ความต้องการ เช่น การสำรวจ (surveys), การสัมภาษณ์ (interviews), การสังเกต (observations) หรือการใช้ข้อมูลเชิงสถิติ (statistical analysis) เพื่อเก็บข้อมูลและประเมินความต้องการในกลุ่มเป้าหมายหรือองค์กร
4. สามารถระบุช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันและสถานะที่ต้องการ
ผู้เรียนสามารถระบุและวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสถานะปัจจุบัน (current state) และสถานะที่ต้องการ (desired state) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการเพื่อให้เห็นช่องว่างที่ต้องการการพัฒนา หรือการปรับปรุง

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

- 3.1 การเข้าใจและอธิบายแนวคิดพื้นฐานในการวิเคราะห์ความต้องการ
- 3.2 การระบุและวิเคราะห์ประเภทของความต้องการ
- 3.3 การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ความต้องการ
- 3.4 การระบุความต้องการที่สำคัญและจำเป็น

- 3.5 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการ
- 3.6 การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการ

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 ระบุและจำแนกความต้องการของผู้เรียนหรือกลุ่มเป้าหมาย
- 4.2 ประเมินแหล่งที่มาของความต้องการ
- 4.3 วิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันและสถานะที่ต้องการ
- 4.4 กำหนดลำดับความสำคัญของความต้องการ
- 4.5 ออกแบบแผนการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการ

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

- 5.1 กระดาษร้อยปอนด์
- 5.2 สีไม้
- 5.3 สมาร์ทโฟน

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

Internet

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ .2
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 4-6
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

- 1.1 ระบุความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้องและครบถ้วน
- 1.2 ใช้เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.3 แยกแยะความต้องการที่สำคัญและรองได้
- 1.4 พัฒนากลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการลูกค้า
- 1.5 ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ
- 1.6 สื่อสารและรายงานผลการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.7 พัฒนาแผนปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

- 2.1 มาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

สมรรถนะย่อย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

- 1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ
- 1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ
- 1.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ

2) วิธีประเมิน

- 2.1 ข้อสอบข้อเขียน
- 2.2 การสัมภาษณ์
- 2.3 การสาธิตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

-

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- 4.1 ใบรายงานผลการศึกษาที่แสดงคุณวุฒิตามคุณสมบัติและข้อกำหนดของแต่ละชั้นที่เข้ารับ

การทดสอบ

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ

นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

1. ระบุและแยกแยะความต้องการของลูกค้า
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อระบุความต้องการลูกค้า
3. วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
4. พัฒนากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า
5. สื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ติดตามและประเมินผลการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. ระบุและแยกแยะความต้องการของลูกค้าได้
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้า
3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาสาเหตุและปัญหาหลักของความต้องการลูกค้า
4. เสนอแนะหรือพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
5. ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

5. สารการเรียนรู้

1. ความหมายของความต้องการของลูกค้า

ความหมายของ "ความต้องการของลูกค้า" (Customer Needs) คือ สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยแบ่งเป็นสองประเภทหลัก:

- Explicit Needs (ความต้องการที่ลูกค้าระบุออกมาได้): ความต้องการที่ลูกค้าสามารถบอกหรือระบุได้ชัดเจน เช่น "ต้องการโทรศัพท์ที่มีกล้องความละเอียดสูง"
- Latent Needs (ความต้องการที่ซ่อนอยู่): ความต้องการที่ลูกค้าไม่สามารถระบุได้ด้วยตัวเอง แต่จะเปิดเผยเมื่อได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการนี้

2. กระบวนการระบุความต้องการของลูกค้า

- การสัมภาษณ์ลูกค้า (Customer Interviews): การพูดคุยกับลูกค้าเพื่อเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของพวกเขา
- การสำรวจและแบบสอบถาม (Surveys and Questionnaires): การใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าหลายๆ คนในเวลาเดียวกัน
- การสังเกตพฤติกรรม (Observational Research): การสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อหาความต้องการที่ลูกค้าอาจไม่สามารถระบุได้ด้วยตัวเอง
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ (Secondary Research): การใช้ข้อมูลที่มีอยู่จากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น การวิจัยตลาดหรือการรวบรวมข้อมูลจากรีวิวสินค้าเพื่อช่วยในการระบุความต้องการ

3. การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า

การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์:

- SWOT Analysis (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค): การใช้เพื่อประเมินความต้องการของลูกค้าและจุดแข็ง/จุดอ่อนของธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้น
- Customer Journey Mapping (แผนที่การเดินทางของลูกค้า): การวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้าตลอดขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการ
- Persona Mapping (การสร้างเพอร์โซนา): การสร้างตัวแทนของลูกค้าเพื่อช่วยในการทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า
- Mind Mapping (การทำแผนภาพความคิด): การใช้เพื่อจัดระเบียบความคิดและระบุความต้องการหลักๆ ของลูกค้า

4. การแยกแยะความต้องการที่สำคัญและรอง

การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritizing Needs): การแยกแยะความต้องการของลูกค้าตามลำดับความสำคัญ เช่น:

- Basic Needs (ความต้องการพื้นฐาน): สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการอยู่แล้ว
- Expected Needs (ความต้องการที่คาดหวัง): สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- Excitement Needs (ความต้องการที่สร้างความตื่นเต้น): สิ่งที่ลูกค้าคาดไม่ถึงและทำให้พวกเขาตื่นเต้นหรือประทับใจ

5. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

- การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่ระบุได้
- การปรับ กลยุทธ์การตลาด เพื่อเน้นการให้คุณค่าแก่ลูกค้าตามความต้องการที่สำคัญ
- การออกแบบ ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience): การสร้างประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตั้งแต่การซื้อจนถึงการใช้บริการ

6. การประเมินผลกระหนาบจากการตอบสนองความต้องการ

- การใช้ KPIs (Key Performance Indicators) และ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) เพื่อประเมินผลว่าการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ผลดีหรือไม่
- การวัดผลกระหนาบจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า เช่น การเพิ่มยอดขาย การเพิ่มความภักดีของลูกค้า หรือการลดการร้องเรียน

7. การปรับปรุงและพัฒนาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

- การทำ Customer Feedback Loops เพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และนำมาปรับปรุงกระบวนการหรือผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการลูกค้ามากขึ้น
- การใช้ Data Analytics เพื่อประเมินแนวโน้มความต้องการที่เปลี่ยนแปลงในตลาด

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด (Warm-up Questions)
 2. ใช้กรณีศึกษาหรือเหตุการณ์จริง (Real-world Case Studies)
 3. เน้นย้ำความสำคัญของการระบุความต้องการของลูกค้า (Importance of Identifying Customer Needs)
 4. สาธิตเครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการระบุความต้องการของลูกค้า (Introduction to Tools and Techniques)
 5. แสดงความเชื่อมโยงกับเนื้อหาบทเรียน (Connecting to Lesson Content)
- การตั้งเป้าหมายและผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Setting Learning Objectives)

6.2 การเรียนรู้

1. การทำความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า
 - วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะได้เข้าใจความหมายของ "ความต้องการของลูกค้า" และประเภทของความต้องการ (Explicit Needs และ Latent Needs)
 - กิจกรรม:
 1. บรรยายความหมายของความต้องการของลูกค้าและตัวอย่างในชีวิตจริง
 2. สนทนาเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างความต้องการที่ลูกค้าระบุได้และที่ไม่สามารถระบุได้
 3. การแสดงตัวอย่างจากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง เช่น การตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดมือถือ
2. การใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
 - วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อระบุความต้องการของลูกค้า
 - กิจกรรม:
 1. แนะนำเครื่องมือเช่น การสัมภาษณ์ (Interviews), การสำรวจ (Surveys), การสังเกตการณ์ (Observational Research)
 2. การทำแบบฝึกหัดที่ใช้เครื่องมือเหล่านี้ เช่น การออกแบบแบบสอบถามหรือคำถามสำหรับสัมภาษณ์ลูกค้า
 3. ใช้เครื่องมือในสถานการณ์จำลองหรือกรณีศึกษาที่มีลูกค้าเป็นเป้าหมาย
3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้า
 - วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า
 - กิจกรรม:
 1. การสอนการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ เช่น SWOT Analysis, Customer Journey Mapping, Persona Mapping

2. การศึกษากรณีตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลและให้ผู้เรียนใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
 3. ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาความแตกต่างและการตัดสินใจที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มทำ
 4. การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการลูกค้า
- วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะสามารถแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้
- กิจกรรม:
1. สอนหลักการการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการลูกค้า เช่น การใช้โมเดล Maslow's Hierarchy of Needs หรือ Kano Model
 2. การทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าผ่านการศึกษากรณี
 3. ให้ผู้เรียนลองทำแบบฝึกหัดการแยกแยะความต้องการที่สำคัญและรองออกจากกัน
 5. การพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีการพัฒนากลยุทธ์หรือแผนการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- กิจกรรม:
1. แนะนำกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ หรือการพัฒนาโซลูชันใหม่
 2. ให้ผู้เรียนฝึกทำแผนกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในกรณีศึกษาที่ให้
 3. การอภิปรายกลยุทธ์และการประเมินว่าแผนที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างไร
 6. การนำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์
- วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์และกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
- กิจกรรม:
1. สอนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ให้กับทีมงานหรือผู้บริหารอย่างมืออาชีพ
 2. ให้ผู้เรียนฝึกการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เช่น การนำเสนอสไลด์, การพูดคุยในรูปแบบทีม
 3. ฝึกทักษะการสื่อสารเพื่อให้มั่นใจว่าแผนกลยุทธ์ที่เสนอสามารถเข้าใจได้ง่ายและนำไปใช้ได้จริง
 7. การประเมินผลการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะสามารถประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- กิจกรรม:
1. สอนการใช้ Key Performance Indicators (KPIs) และ Customer Satisfaction Surveys ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

2. การทำกิจกรรมการประเมินผลกระทบจากการดำเนินการตอบสนองความต้องการลูกค้าในกรณีศึกษาที่ให้
 3. ฝึกทักษะในการใช้ผลการประเมินเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
 8. การติดตามและปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง
- วัตถุประสงค์: ผู้เรียนจะสามารถปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
 - กิจกรรม:
 1. สอนวิธีการทำ Customer Feedback Loops และการปรับปรุงกระบวนการตามข้อมูลที่ได้รับ
 2. การศึกษากรณีศึกษาของธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
 3. ฝึกทำแผนการติดตามผลและการปรับกลยุทธ์หลังจากที่ดำเนินการไปแล้ว

6.3 การสรุป

1. ทบทวนเนื้อหาหลัก
- กิจกรรม:
 1. ทบทวนหัวข้อหลักของบทเรียน เช่น ความสำคัญของการระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า, เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ เช่น SWOT Analysis, Customer Journey Mapping
 2. สรุปการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการลูกค้า และกลยุทธ์ในการตอบสนอง
2. ประเมินผลการเรียนรู้
- กิจกรรม:
 1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบสั้น ๆ หรือทำกิจกรรมการประเมินความรู้ เช่น การจับคู่คำถามกับคำตอบที่ถูกต้อง
 2. อาจมีการให้ผู้เรียนทำกรณีศึกษาหรือสถานการณ์จำลองเพื่อทดสอบความสามารถในการระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
3. อภิปรายการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง
- กิจกรรม:
 1. ถามผู้เรียนว่าเรียนรู้วิธีการเหล่านี้แล้วสามารถนำไปใช้ในงานจริงได้อย่างไร เช่น การออกแบบแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ลูกค้า
 2. ให้ผู้เรียนแชร์ประสบการณ์หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการที่สามารถนำไปใช้ในธุรกิจที่พวกเขาสนใจ
4. ให้ข้อเสนอแนะและคำแนะนำในการพัฒนา
- กิจกรรม:

1. อาจให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกระบวนการระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในกรณีศึกษาหรือจากประสบการณ์ส่วนตัว

2. เสนอแนะวิธีการเพิ่มเติม เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทบทวนผลลัพธ์การเรียนรู้

- กิจกรรม:

1. ทบทวนจุดประสงค์การเรียนรู้ที่ได้ตั้งไว้ตอนต้นบทเรียน และประเมินว่าผู้เรียนสามารถบรรลุผลเหล่านั้นได้หรือไม่

2. สรุปผลว่า การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าช่วยให้ธุรกิจสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการที่ตรงตามความคาดหวัง และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

6. ตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ต่อเนื่อง

- กิจกรรม:

1. ตั้งคำถามกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดต่อไป เช่น "หากลูกค้าบอกคุณว่าเขาต้องการสิ่งนี้ แต่ไม่สามารถอธิบายให้ชัดเจนได้ คุณจะทำอย่างไรเพื่อเข้าใจความต้องการของเขา?"

2. กระตุ้นให้ผู้เรียนคิดถึงสำคัญของการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการเหล่านั้นในระยะยาว

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. Internet
2. ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
3. คอมพิวเตอร์
4. กิจกรรมการเรียนการสอน
5. ใบงาน
6. กิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. 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 ร่วมกัน

ประเมิน

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 การ ประเมิน

ตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

10.2 ปัญหาที่พบ

10.3 แนวทางแก้ปัญหา



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ ...2
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 4-6
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

- 1.1 ระบุความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้องและครบถ้วน
- 1.2 ใช้เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.3 แยกแยะความต้องการที่สำคัญและรองได้
- 1.4 พัฒนากลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการลูกค้า
- 1.5 ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ
- 1.6 สื่อสารและรายงานผลการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.7 พัฒนาแผนปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

1. ระบุและแยกแยะความต้องการของลูกค้า
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อระบุความต้องการลูกค้า
3. วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
4. พัฒนากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า
5. สื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ติดตามและประเมินผลการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. ระบุและแยกแยะความต้องการของลูกค้าได้
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้า
3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาสาเหตุและปัญหาหลักของความต้องการลูกค้า
4. เสนอแนะหรือพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
5. ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

5. เนื้อหาสาระ

1. ความหมายของความต้องการของลูกค้า

ความหมายของ "ความต้องการของลูกค้า" (Customer Needs) คือ สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยแบ่งเป็นสองประเภทหลัก:

- Explicit Needs (ความต้องการที่ลูกค้าระบุออกมาได้): ความต้องการที่ลูกค้าสามารถบอกหรือระบุได้ชัดเจน เช่น "ต้องการโทรศัพท์ที่มีกล้องความละเอียดสูง"
- Latent Needs (ความต้องการที่ซ่อนอยู่): ความต้องการที่ลูกค้าไม่สามารถระบุได้ด้วยตัวเอง แต่จะเปิดเผยเมื่อได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการนี้

2. กระบวนการระบุความต้องการของลูกค้า

- การสัมภาษณ์ลูกค้า (Customer Interviews): การพูดคุยกับลูกค้าเพื่อเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของพวกเขา
- การสำรวจและแบบสอบถาม (Surveys and Questionnaires): การใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าหลายๆ คนในเวลาเดียวกัน
- การสังเกตพฤติกรรม (Observational Research): การสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อหาความต้องการที่ลูกค้าอาจไม่สามารถระบุได้ด้วยตัวเอง
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ (Secondary Research): การใช้ข้อมูลที่มีอยู่จากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น การวิจัยตลาดหรือการรวบรวมข้อมูลจากรีวิวสินค้าเพื่อช่วยในการระบุความต้องการ

3. การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า

การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์:

- SWOT Analysis (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค): การใช้เพื่อประเมินความต้องการของลูกค้าและจุดแข็ง/จุดอ่อนของธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้น
- Customer Journey Mapping (แผนที่การเดินทางของลูกค้า): การวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้าตลอดขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการ
- Persona Mapping (การสร้างเพอร์โซนา): การสร้างตัวแทนของลูกค้าเพื่อช่วยในการทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า
- Mind Mapping (การทำแผนภาพความคิด): การใช้เพื่อจัดระเบียบความคิดและระบุความต้องการหลักๆ ของลูกค้า

4. การแยกแยะความต้องการที่สำคัญและรอง

การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritizing Needs): การแยกแยะความต้องการของลูกค้าตามลำดับความสำคัญ เช่น:

- Basic Needs (ความต้องการพื้นฐาน): สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการอยู่แล้ว

- Expected Needs (ความต้องการที่คาดหวัง): สิ่งที่ถูกคาดหวังว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- Excitement Needs (ความต้องการที่สร้างความตื่นเต้น): สิ่งที่ถูกคาดหวังไม่ถึงและทำให้พวกเขาตื่นเต้นหรือประทับใจ

5. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

- การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่ระบุได้
- การปรับ กลยุทธ์การตลาด เพื่อเน้นการให้คุณค่าแก่ลูกค้าตามความต้องการที่สำคัญ
- การออกแบบ ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience): การสร้างประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตั้งแต่การซื้อจนถึงการใช้บริการ

6. การประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ

- การใช้ KPIs (Key Performance Indicators) และ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) เพื่อประเมินผลว่าการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ผลดีหรือไม่
- การวัดผลกระทบจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า เช่น การเพิ่มยอดขาย การเพิ่มความภักดีของลูกค้า หรือการลดการร้องเรียน

7. การปรับปรุงและพัฒนาความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

- การทำ Customer Feedback Loops เพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และนำมาปรับปรุงกระบวนการหรือผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการลูกค้ามากขึ้น
- การใช้ Data Analytics เพื่อประเมินแนวโน้มความต้องการที่เปลี่ยนแปลงในตลาด

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

ข้อ 1: ระบุความต้องการ

อ่านกรณีตัวอย่างด้านล่างและระบุความต้องการของลูกค้า

กรณีตัวอย่าง: บริษัท A เป็นบริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า ลูกค้าของบริษัท A มักจะร้องเรียนว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ซื้อมีปัญหาบ่อยครั้ง และมีการบริการหลังการขายที่ช้า

1. ความต้องการหลักของลูกค้าในกรณีนี้คืออะไร
2. มีปัญหาอะไรบ้างที่ลูกค้าพบเจอ

ข้อ 2: วิเคราะห์ความต้องการ

วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในกรณีตัวอย่างด้านบน โดยตอบคำถามต่อไปนี้

1. ความต้องการที่ระบุได้มีอะไรบ้าง
2. ปัจจัยใดที่อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้า

แบบทดสอบ

1. การระบุความต้องการของลูกค้าคือการ:
 - ก. คาดการณ์แนวโน้มตลาด
 - ข. รวบรวมข้อมูลจากลูกค้า
 - ค. วิเคราะห์ข้อมูลการขายที่ผ่านมา
 - ง. สร้างแผนการตลาดใหม่
2. วิธีการที่ดีที่สุดในการเข้าใจความต้องการของลูกค้าคือ
 - ก. การทำแบบสอบถาม
 - ข. การสัมภาษณ์ลูกค้า
 - ค. การศึกษาคู่แข่ง
 - ง. ทั้ง ก และ ข
3. ข้อมูลประเภทใดที่ไม่ควรใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
 - ก. ข้อมูลประชากรศาสตร์
 - ข. ความคิดเห็นจากลูกค้า
 - ค. ข้อมูลทางการเงินของบริษัท
 - ง. พฤติกรรมการซื้อ
4. การใช้เทคนิคการฟังเชิงรุก (Active Listening) จะช่วยในการ
 - ก. ลดเวลาในการขาย
 - ข. ทำให้ลูกค้ารู้สึกถูกเข้าใจ
 - ค. เพิ่มการสื่อสารในทีมขาย
 - ง. วิเคราะห์ข้อมูลการตลาด
5. การวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) สามารถช่วยให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร
 - ก. ระบุจุดแข็งของผลิตภัณฑ์
 - ข. ทำความเข้าใจตลาดเป้าหมาย
 - ค. วิเคราะห์คู่แข่ง
 - ง. ทั้งหมดที่กล่าวมา

7. เอกสารอ้างอิง (ชั้นหน้าใหม่)

ค้นคว้าทาง Internet

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

ข้อ 1: ระบุความต้องการ

1. ความต้องการหลักของลูกค้า:

- คุณภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ดีและทนทาน
- การบริการหลังการขายที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. ปัญหาที่ลูกค้าพบเจอ:

- เครื่องใช้ไฟฟ้ามีปัญหาบ่อย
- บริการหลังการขายล่าช้า ไม่สามารถแก้ไขปัญหาค่าทันเวลา

ข้อ 2: วิเคราะห์ความต้องการ

1. ความต้องการที่ระบุได้มีอะไรบ้าง?

- คุณภาพสินค้า
- ความรวดเร็วในการบริการหลังการขาย
- ความน่าเชื่อถือของแบรนด์

2. ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้า:

- ความคิดเห็นจากผู้ใช้คนอื่น (รีวิว)
- ราคาสินค้าและบริการ
- การแข่งขันจากบริษัทอื่น
- ประสบการณ์ในการใช้สินค้าก่อนหน้า

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข
2. ง
3. ค
4. ข
5. ง

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ .2
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 4-6
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การระบุและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

1. ระบุและแยกแยะความต้องการของลูกค้า
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อระบุความต้องการลูกค้า
3. วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
4. พัฒนากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า
5. สื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ติดตามและประเมินผลการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. ระบุและแยกแยะความต้องการของลูกค้าได้
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้า
3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาสาเหตุและปัญหาหลักของความต้องการลูกค้า
4. เสนอแนะหรือพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
5. ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

- 5.1 กระดาษร้อยปอนด์
- 5.2 สีไม้
- 5.3 สมาร์ทโฟน

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
2. ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
3. วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้า
4. จัดลำดับความสำคัญของความต้องการ
5. พัฒนากลยุทธ์ตอบสนองความต้องการลูกค้า
6. นำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์
7. ประเมินผลกระทบจากการตอบสนองความต้องการ
8. ติดตามและปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

Internet

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ ...3
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 7-9
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก คือสิ่งที่ผู้เรียนคาดว่าจะสามารถทำได้หลังจากเรียนรู้ในหน่วยนี้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและประเมินสถานการณ์ต่างๆ ภายในองค์กร รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบจากภายนอก โดยใช้เครื่องมือและแนวคิดในการวิเคราะห์ที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจที่มีข้อมูลรองรับ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
สมรรถนะย่อย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

- 1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ
- 1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ
- 1.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ

2) วิธีประเมิน

- 2.1 ข้อสอบข้อเขียน
- 2.2 การสัมภาษณ์
- 2.3 การสาธิตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

-

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- 4.1 ใบรายงานผลการศึกษาที่แสดงคุณวุฒิตามคุณสมบัติและข้อกำหนดของแต่ละชั้นที่เข้ารับ

การทดสอบ

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ

นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

1. การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors Assessment)
2. การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors Assessment)
3. การใช้เครื่องมือในการประเมิน

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. การระบุและวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร
2. การปรับปรุงการใช้ทรัพยากรภายในอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
4. การรับรู้และวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร
5. การตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงในตลาดและสภาพแวดล้อมภายนอก
6. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อรับมือกับปัจจัยภายนอก

5. สารการเรียนรู้

1. ความหมายและความสำคัญของการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก
 - ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร
 - เรียนรู้วิธีการประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และประโยชน์จากการวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงองค์กร
2. การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors)
 - ทรัพยากรบุคคล: การวิเคราะห์ศักยภาพของบุคลากร ทักษะ ความรู้ และการพัฒนา
 - โครงสร้างองค์กร: ความเหมาะสมของการแบ่งหน้าที่ การจัดการภายในองค์กร
 - กระบวนการทำงาน: ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กร
 - วัฒนธรรมองค์กร: ผลกระทบจากค่านิยมและพฤติกรรมที่มีต่อการทำงานร่วมกันในองค์กร
 - ทรัพยากรทางการเงิน: การจัดการงบประมาณ สภาพคล่อง และการใช้จ่ายขององค์กร
3. การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors)
 - ปัจจัยเศรษฐกิจ: อิทธิพลของสถานะเศรษฐกิจ เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ
 - การเมืองและกฎหมาย: กฎหมายและนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น กฎหมายแรงงาน ภาษี หรือข้อบังคับ
 - เทคโนโลยี: การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการผลิต การบริการ หรือความสามารถในการแข่งขัน
 - สังคมและวัฒนธรรม: การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อตลาดหรือการทำธุรกิจ
 - การแข่งขัน: การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมหรือการเกิดขึ้นของคู่แข่งใหม่

4. เครื่องมือและเทคนิคในการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก

- SWOT Analysis (SWOT Matrix): การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities), และภัยคุกคาม (Threats) โดยใช้ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก
- PESTLE Analysis: การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกใน 6 ด้าน ได้แก่ การเมือง (Political), เศรษฐกิจ (Economic), สังคม (Social), เทคโนโลยี (Technological), กฎหมาย (Legal), และสิ่งแวดล้อม (Environmental)
- Value Chain Analysis: การวิเคราะห์กระบวนการต่าง ๆ ในองค์กรเพื่อค้นหาจุดที่สามารถเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพ

5. การใช้ผลการประเมินในการวางแผนกลยุทธ์

- วิธีการนำข้อมูลจากการประเมินปัจจัยภายในและภายนอกมาช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร เช่น การพัฒนานวัตกรรม การปรับปรุงการดำเนินงาน หรือการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง
- การจัดทำแผนกลยุทธ์ระยะยาวและระยะสั้นที่ตอบสนองต่อทั้งโอกาสและภัยคุกคามที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

6. การใช้ข้อมูลจากการประเมินในการตัดสินใจ

- การนำผลการประเมินมาใช้ในการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ เช่น การลงทุน การขยายธุรกิจ หรือการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานภายในองค์กร
- การตัดสินใจในการจัดการกับความเสี่ยงและการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ครูทักทายและตรวจสอบรายชื่อนักศึกษา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยฯ
2. ครูชี้แจงจุดประสงค์ของการเรียนรู้หน่วยที่ 3 และแนวทางการเรียนการสอน
3. ครูสำรวจความพร้อมของนักเรียน
4. ครูเขียนคำว่า ปัจจัยภายใน ภายนอก ไว้บนกระดาน
5. ครูสุ่มถามนักเรียนว่าเมื่อเห็นคำว่า วิเคราะห์ SWOT นักเรียนนึกถึงสิ่งใด จากนั้นให้นักเรียนยกตัวอย่าง ธุรกิจที่สนใจ 1 ธุรกิจ

6.2 การเรียนรู้

1. กิจกรรม “การทำแผนที่องค์กร” (Organizational Mapping)

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ นักเรียนเข้าใจและสามารถระบุปัจจัยภายในและภายนอกขององค์กรได้ ขั้นตอน:

- แบ่งนักเรียนเป็นกลุ่มๆ ละ 4-5 คน
- ให้แต่ละกลุ่มเลือกองค์กร (จริงหรือสมมุติ) แล้วทำแผนที่ขององค์กร โดยระบุองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น โครงสร้างองค์กร, ทรัพยากรที่มี, และเทคโนโลยีที่ใช้
- จากนั้นให้กลุ่มพิจารณาปัจจัยภายใน (เช่น ทรัพยากรมนุษย์, วัฒนธรรมองค์กร) และปัจจัยภายนอก (เช่น การแข่งขัน, แนวโน้มเศรษฐกิจ) ที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กร
- สรุปผลและอภิปรายผลในกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้เห็นภาพรวมขององค์กรในด้านต่าง ๆ

2. กิจกรรม “SWOT Analysis”

วัตถุประสงค์: เพื่อฝึกฝนการวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส, และภัยคุกคามขององค์กร ขั้นตอน

- แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม ๆ ละ 4-5 คน
- ให้แต่ละกลุ่มเลือกองค์กรที่สนใจ (สามารถเลือกได้ทั้งองค์กรที่มีชื่อเสียงหรือองค์กรสมมุติ)
- จากนั้นให้แต่ละกลุ่มทำการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กรนั้น โดยการระบุ
 - จุดแข็ง (Strengths) – สิ่งที่องค์กรทำได้ดี
 - จุดอ่อน (Weaknesses) – สิ่งที่องค์กรควรปรับปรุง
 - โอกาส (Opportunities) – โอกาสที่องค์กรสามารถใช้ประโยชน์
 - ภัยคุกคาม (Threats) – อุปสรรคหรือความเสี่ยงจากภายนอก
- ให้นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกัน

3. กิจกรรม “PESTEL Analysis”

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อองค์กร ขั้นตอน

- ให้ผู้เรียนทำงานเป็นกลุ่มและเลือกองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่ตนสนใจ
- อธิบายและให้ตัวอย่างการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกผ่าน PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal)
- ให้แต่ละกลุ่มแบ่งปัจจัยที่องค์กรต้องเผชิญตามหมวดหมู่ PESTEL และนำเสนอการวิเคราะห์ในแต่ละด้าน
 - ยกตัวอย่างเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันหรือในอดีต เช่น การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายที่มีผลต่อธุรกิจ, การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานขององค์กร เป็นต้น

4. กิจกรรม “การจำลองสถานการณ์” (Scenario Simulation)

วัตถุประสงค์: เพื่อช่วยให้ผู้เรียนฝึกฝนการประเมินและตัดสินใจจากปัจจัยภายในและภายนอกในสถานการณ์สมมุติ ขั้นตอน

- นักเรียนทำงานเป็นกลุ่มและเลือกองค์กรที่ต้องการ
- ผู้สอนจะให้สถานการณ์สมมุติที่มีปัจจัยภายในและภายนอกที่ต้องพิจารณา เช่น การเปลี่ยนแปลงในตลาด, การเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย, การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ หรือการประสบปัญหาภายในองค์กร
- ให้กลุ่มประเมินสถานการณ์และเสนอกลยุทธ์หรือแนวทางในการจัดการสถานการณ์นั้น โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก

- นำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายเพื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละกรณี

5. กิจกรรม “การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ”

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจการประเมินปัจจัยภายในและภายนอกจากประสบการณ์จริง ขั้นตอน:

- จัดการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ (เช่น ผู้บริหารองค์กร, นักวิเคราะห์ธุรกิจ, หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด)
- ให้นักเรียนเตรียมคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กร หรือการจัดการกับภัยคุกคามจากการแข่งขัน
- หลังจากสัมภาษณ์ นักเรียนจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาอภิปรายในชั้นเรียน และเชื่อมโยงกับแนวทางการวิเคราะห์ที่ได้เรียนในบทเรียน

6. กิจกรรม “การวิเคราะห์คู่แข่ง”

วัตถุประสงค์: เพื่อให้นักเรียนเข้าใจวิธีการประเมินปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ขั้นตอน

- แบ่งกลุ่มและให้แต่ละกลุ่มเลือกคู่แข่งในตลาดหรือในอุตสาหกรรมที่ตนสนใจ
- ให้กลุ่มทำการวิเคราะห์คู่แข่งโดยใช้เครื่องมือ SWOT หรือ PESTEL เพื่อประเมินทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของคู่แข่ง
- นักเรียนจะต้องเสนอแผนการจัดการกับการแข่งขันที่สามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งขององค์กร และหาวิธีรับมือกับจุดอ่อนหรือภัยคุกคามที่พบ

6.3 การสรุป

1. ครูให้นักเรียนอภิปรายกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ จากนั้นครูสุ่มถามให้นักเรียนแสดงความคิดเห็น
2. ครูให้นักเรียนทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 3
3. ครูให้นักเรียนจับคู่กันเปรียบเทียบคำตอบ
4. ครูเฉลยพร้อมนักเรียนทั้งชั้น

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. Internet
2. ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
3. คอมพิวเตอร์
4. กิจกรรมการเรียนการสอน
5. ใบงาน
6. กิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน

2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้

2. 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 ร่วมกัน

ประเมิน

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 ประเมิน

ตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

10.2 ปัญหาที่พบ

10.3 แนวทางแก้ปัญหา



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ ... 3
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 7-9
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก คือสิ่งที่ผู้เรียนคาดว่าจะสามารถทำได้หลังจากเรียนรู้ในหน่วยนี้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและประเมินสถานการณ์ต่างๆ ภายในองค์กร รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบจากภายนอก โดยใช้เครื่องมือและแนวคิดในการวิเคราะห์ที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจที่มีข้อมูลรองรับ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

1. การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors Assessment)
2. การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors Assessment)
3. การใช้เครื่องมือในการประเมิน

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. การระบุและวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร
2. การปรับปรุงการใช้ทรัพยากรภายในอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
4. การรับรู้และวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร
5. การตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงในตลาดและสภาพแวดล้อมภายนอก
6. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อรับมือกับปัจจัยภายนอก

5. เนื้อหาสาระ

1. ความหมายและความสำคัญของการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก
 - ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร

- เรียนรู้วิธีการประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และประโยชน์จากการวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงองค์กร

2. การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors)

- ทรัพยากรบุคคล: การวิเคราะห์ศักยภาพของบุคลากร ทักษะ ความรู้ และการพัฒนา
- โครงสร้างองค์กร: ความเหมาะสมของการแบ่งหน้าที่ การจัดการภายในองค์กร
- กระบวนการทำงาน: ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กร
- วัฒนธรรมองค์กร: ผลกระทบจากค่านิยมและพฤติกรรมที่มีต่อการทำงานร่วมกันในองค์กร
- ทรัพยากรทางการเงิน: การจัดการงบประมาณ สภาพคล่อง และการใช้จ่ายขององค์กร

3. การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors)

- ปัจจัยเศรษฐกิจ: อิทธิพลของสถานะเศรษฐกิจ เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- การเมืองและกฎหมาย: กฎหมายและนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น กฎหมายแรงงาน ภาษี หรือข้อบังคับ
- เทคโนโลยี: การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการผลิต การบริการ หรือความสามารถในการแข่งขัน
- สังคมและวัฒนธรรม: การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตลาดหรือการทำธุรกิจ
- การแข่งขัน: การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมหรือการเกิดขึ้นของคู่แข่งใหม่

4. เครื่องมือและเทคนิคในการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก

- SWOT Analysis (SWOT Matrix): การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities), และภัยคุกคาม (Threats) โดยใช้ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก
- PESTLE Analysis: การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกใน 6 ด้าน ได้แก่ การเมือง (Political), เศรษฐกิจ (Economic), สังคม (Social), เทคโนโลยี (Technological), กฎหมาย (Legal), และสิ่งแวดล้อม (Environmental)
- Value Chain Analysis: การวิเคราะห์กระบวนการต่าง ๆ ในองค์กรเพื่อค้นหาจุดที่สามารถเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพ

5. การใช้ผลการประเมินในการวางแผนกลยุทธ์

- วิธีการนำข้อมูลจากการประเมินปัจจัยภายในและภายนอกมาช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร เช่น การพัฒนานวัตกรรม การปรับปรุงการดำเนินงาน หรือการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

- การจัดทำแผนกลยุทธ์ระยะยาวและระยะสั้นที่ตอบสนองต่อทั้งโอกาสและภัยคุกคามที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

6. การใช้ข้อมูลจากการประเมินในการตัดสินใจ

- การนำผลการประเมินมาใช้ในการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ เช่น การลงทุน การขยายธุรกิจ หรือการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานภายในองค์กร
- การตัดสินใจในการจัดการกับความเสี่ยงและการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

คำถามที่ 1: ระบุปัจจัยภายใน 5 ประการที่มีผลกระทบต่อองค์กรของคุณ

คำถามที่ 2: ระบุปัจจัยภายนอก 5 ประการที่มีผลกระทบต่อองค์กรของคุณ

คำถามที่ 3: อธิบายความสำคัญของการประเมินปัจจัยภายในและภายนอกในการวางแผนกลยุทธ์

คำถามที่ 4: ให้ตัวอย่างการใช้ SWOT Analysis ในการประเมินปัจจัยภายในและภายนอก

แบบทดสอบ

1. ปัจจัยภายในขององค์กรประกอบด้วยอะไรบ้าง

- ก. ทรัพยากรบุคคล
- ข. สภาพแวดล้อมทางการตลาด
- ค. นโยบายรัฐบาล
- ง. คู่แข่งในอุตสาหกรรม

2. SWOT Analysis คือการวิเคราะห์อะไร?

- ก. ปัจจัยภายในและภายนอก
- ข. ทรัพยากรทางการเงิน
- ค. ผลิตภัณฑ์ใหม่
- ง. คู่แข่งในตลาด

3. ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ข้อใด?

- ก. วัฒนธรรมองค์กร
- ข. เทคโนโลยีใหม่
- ค. สภาพการเงินของบริษัท
- ง. โครงสร้างองค์กร

4. ข้อใดเป็นตัวอย่างของปัจจัยภายนอกใน PEST Analysis?

- ก. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- ข. กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ
- ค. ความสามารถของพนักงาน
- ง. ความพึงพอใจของลูกค้า

5. การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรใน SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยใด?

- ก. ปัจจัยภายนอก
- ข. ปัจจัยภายใน
- ค. ปัจจัยเฉพาะ
- ง. ปัจจัยเชิงกลยุทธ์

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

ค้นคว้าทาง Internet

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

ข้อ 1

1. ทรัพยากรมนุษย์ (ความสามารถของพนักงาน)
2. โครงสร้างองค์กร (รูปแบบการจัดการ)
3. วัฒนธรรมองค์กร (ค่านิยมและความเชื่อ)
4. เทคโนโลยี (เครื่องมือและระบบที่ใช้)
5. การเงิน (สถานะทางการเงินขององค์กร)

ข้อ 2

1. สภาพเศรษฐกิจ (การเติบโตทางเศรษฐกิจ)
2. การแข่งขันในตลาด (คู่แข่งหลัก)
3. กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (นโยบายของรัฐบาล)
4. แนวโน้มสังคม (ความต้องการของผู้บริโภค)
5. เทคโนโลยีใหม่ (การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี)

ข้อ 3

การประเมินปัจจัยภายในช่วยให้องค์กรรู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง ขณะที่การประเมินปัจจัยภายนอกช่วยให้องค์กรเข้าใจโอกาสและความท้าทายที่ต้องเผชิญ ซึ่งทั้งสองอย่างนี้มีความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

ข้อ 4

SWOT Analysis ประกอบด้วย:

- **Strengths (จุดแข็ง):** ระบุข้อดีขององค์กร เช่น ทีมงานที่มีทักษะสูง
- **Weaknesses (จุดอ่อน):** ระบุข้อเสีย เช่น ขาดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ
- **Opportunities (โอกาส):** ระบุโอกาสจากตลาด เช่น แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคออนไลน์
- **Threats (อุปสรรค):** ระบุความเสี่ยง เช่น การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากคู่แข่งใหม่

เฉลยแบบทดสอบ

1. ก
2. ก
3. ข
4. ข
5. ข



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ ...3
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 7-9
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

การประเมินปัจจัยภายในและภายนอก คือสิ่งที่ผู้เรียนคาดว่าจะสามารถทำได้หลังจากเรียนรู้ในหน่วยนี้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและประเมินสถานการณ์ต่างๆ ภายในองค์กร รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบจากภายนอก โดยใช้เครื่องมือและแนวคิดในการวิเคราะห์ที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจที่มีข้อมูลรองรับ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

1. การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factors Assessment)
2. การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factors Assessment)
3. การใช้เครื่องมือในการประเมิน

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. การระบุและวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร
2. การปรับปรุงการใช้ทรัพยากรภายในอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
4. การรับรู้และวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กร
5. การตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงในตลาดและสภาพแวดล้อมภายนอก
6. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อรับมือกับปัจจัยภายนอก

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

- 5.1 กระดาษร้อยปอนด์
- 5.2 สีไม้
- 5.3 สมาร์ทโฟน

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. กิจกรรม “การทำแผนที่องค์กร” (Organizational Mapping)

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ให้นักเรียนเข้าใจและสามารถระบุปัจจัยภายในและภายนอกขององค์กรได้ ขั้นตอน:

- แบ่งนักเรียนเป็นกลุ่มๆ ละ 4-5 คน
- ให้แต่ละกลุ่มเลือกองค์กร (จริงหรือสมมติ) แล้วทำแผนที่ขององค์กร โดยระบุองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น โครงสร้างองค์กร, ทรัพยากรที่มี, และเทคโนโลยีที่ใช้
- จากนั้นให้กลุ่มพิจารณาปัจจัยภายใน (เช่น ทรัพยากรมนุษย์, วัฒนธรรมองค์กร) และปัจจัยภายนอก (เช่น การแข่งขัน, แนวโน้มเศรษฐกิจ) ที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กร
- สรุปผลและอภิปรายผลในกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้เห็นภาพรวมขององค์กรในด้านต่าง ๆ

2. กิจกรรม “SWOT Analysis”

วัตถุประสงค์: เพื่อฝึกฝนการวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส, และภัยคุกคามขององค์กร ขั้นตอน

- แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม ๆ ละ 4-5 คน
- ให้แต่ละกลุ่มเลือกองค์กรที่สนใจ (สามารถเลือกได้ทั้งองค์กรที่มีชื่อเสียงหรือองค์กรสมมติ)
- จากนั้นให้แต่ละกลุ่มทำการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กรนั้น โดยการระบุ
 - จุดแข็ง (Strengths) – สิ่งที่องค์กรทำได้ดี
 - จุดอ่อน (Weaknesses) – สิ่งที่องค์กรควรปรับปรุง
 - โอกาส (Opportunities) – โอกาสที่องค์กรสามารถใช้ประโยชน์
 - ภัยคุกคาม (Threats) – อุปสรรคหรือความเสี่ยงจากภายนอก
- ให้นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกัน

3. กิจกรรม “PESTEL Analysis”

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อองค์กร ขั้นตอน

- ให้ผู้เรียนทำงานเป็นกลุ่มและเลือกองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่ตนสนใจ
- อธิบายและให้ตัวอย่างการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกผ่าน PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal)
- ให้แต่ละกลุ่มแบ่งปัจจัยที่องค์กรต้องเผชิญตามหมวดหมู่ PESTEL และนำเสนอการวิเคราะห์ในแต่ละ

ด้าน

- ยกตัวอย่างเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันหรือในอดีต เช่น การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายที่มีผลต่อธุรกิจ, การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานขององค์กร เป็นต้น

4. กิจกรรม “การจำลองสถานการณ์” (Scenario Simulation)

วัตถุประสงค์: เพื่อช่วยให้ผู้เรียนฝึกฝนการประเมินและตัดสินใจจากปัจจัยภายในและภายนอกในสถานการณ์สมมติ ขั้นตอน

- นักเรียนทำงานเป็นกลุ่มและเลือกองค์กรที่ต้องการ
- ผู้สอนจะให้สถานการณ์สมมุติที่มีปัจจัยภายในและภายนอกที่ต้องพิจารณา เช่น การเปลี่ยนแปลงในตลาด, การเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย, การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ หรือการประสบปัญหาภายในองค์กร
- ให้อกลุ่มประเมินสถานการณ์และเสนอกลยุทธ์หรือแนวทางในการจัดการสถานการณ์นั้น โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก
- นำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายเพื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละกรณี

5. กิจกรรม “การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ”

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจการประเมินปัจจัยภายในและภายนอกจากประสบการณ์จริง ขั้นตอน:

- จัดการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ (เช่น ผู้บริหารองค์กร, นักวิเคราะห์ธุรกิจ, หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด)
- ให้นักเรียนเตรียมคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กร หรือการจัดการกับภัยคุกคามจากการแข่งขัน
- หลังจากสัมภาษณ์ นักเรียนจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาอภิปรายในชั้นเรียน และเชื่อมโยงกับแนวทางการวิเคราะห์ที่ได้เรียนในบทเรียน

6. กิจกรรม “การวิเคราะห์คู่แข่ง”

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ให้นักเรียนเข้าใจวิธีการประเมินปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ขั้นตอน

- แบ่งกลุ่มและให้แต่ละกลุ่มเลือกคู่แข่งในตลาดหรือในอุตสาหกรรมที่ตนสนใจ
- ให้อกลุ่มทำการวิเคราะห์คู่แข่งโดยใช้เครื่องมือ SWOT หรือ PESTEL เพื่อประเมินทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของคู่แข่ง
- นักเรียนจะต้องเสนอแผนการจัดการกับการแข่งขันที่สามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งขององค์กร และหาวิธีรับมือกับจุดอ่อนหรือภัยคุกคามที่พบ

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

Internet

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ ...4
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 10-12
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ทักษะและความรู้ที่ผู้เรียนจะได้รับหลังจากการศึกษาผ่านหน่วยการเรียนรู้ โดยผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโครงการหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) รวมถึงสามารถจัดทำเอกสารความต้องการที่ชัดเจน ครบถ้วน และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

สมรรถนะย่อย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ

1.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

-

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

4.1 ใบรายงานผลการศึกษาที่แสดงคุณวุฒิตามคุณสมบัติและข้อกำหนดของแต่ละชั้นที่เข้ารับ

การทดสอบ

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ

นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

3.2 การระบุและจัดทำเอกสารความต้องการ (Requirements Elicitation and Documentation)

3.3 การจัดการกับข้อจำกัดและข้อขัดแย้ง (Conflict Resolution and Constraints Management)

3.4 การตรวจสอบและทบทวนความต้องการ (Requirements Review and Validation)

3.5 การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ (Reporting and Presentation)

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

4.2 ระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้อย่างชัดเจน

4.3 กำหนดและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามความสำคัญและความเร่งด่วน

4.4 จัดทำเอกสารความต้องการ

4.5 ระบุข้อจำกัดที่อาจมีผลกระทบต่อการพัฒนาความต้องการ

4.6 จัดการข้อขัดแย้งหรือความแตกต่างในความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความต้องการ โดยใช้เทคนิคการเจรจาและการประนีประนอม

4.7 ตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ

4.8 นำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

4.9 อธิบายและแสดงเหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจในการกำหนดความต้องการให้กับผู้บริหารหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. สารการเรียนรู้

1. ความหมายของการวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ

- การวิเคราะห์ความต้องการ (Requirements Analysis) คือ กระบวนการในการรวบรวม ข้อมูล และการตีความความต้องการจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (stakeholders) เพื่อนำไปสู่การกำหนดข้อกำหนดหรือความต้องการที่ชัดเจนของโครงการหรือองค์กร

- เอกสารความต้องการ (Requirements Documentation) คือ เอกสารที่บรรจุรายละเอียดของความต้องการที่ได้จากการวิเคราะห์ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการโครงการ เช่น ข้อกำหนดทางธุรกิจ, ข้อกำหนดทางเทคนิค หรือข้อกำหนดในการดำเนินงาน

2. กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ

- การระบุและรวบรวมข้อมูล: การใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์, การสำรวจ, การทำเวิร์กช็อป (workshops) เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การแยกแยะความต้องการ: การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการตามความสำคัญและความเร่งด่วน

- การประเมินข้อจำกัดและความเสี่ยง: การประเมินข้อจำกัดทางทรัพยากร, เวลา, และข้อจำกัดที่อาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ

- การวิเคราะห์สถานการณ์: การใช้เครื่องมือ เช่น SWOT, PESTEL เพื่อช่วยในการระบุปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อความต้องการ

3. เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ

- SWOT Analysis: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ในการดำเนินงานหรือการพัฒนาโครงการ
- PESTEL Analysis: การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อโครงการในด้านการเมือง (Political), เศรษฐกิจ (Economic), สังคม (Social), เทคโนโลยี (Technological), สิ่งแวดล้อม (Environmental) และกฎหมาย (Legal)
- Interviews and Surveys: การใช้สัมภาษณ์และการสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- Focus Groups: การจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและระบุความต้องการ

4. การจัดทำเอกสารความต้องการ

- รูปแบบและโครงสร้างของเอกสารความต้องการ: เอกสารความต้องการจะประกอบด้วย:
 1. บทนำ: อธิบายวัตถุประสงค์และขอบเขตของเอกสาร
 2. รายละเอียดความต้องการ: การบรรยายลักษณะของความต้องการที่ได้จากการวิเคราะห์ เช่น ข้อกำหนดทางธุรกิจ, ข้อกำหนดทางเทคนิค, ข้อกำหนดการใช้งาน
 3. ข้อจำกัด: ข้อกำหนดที่จำกัดการพัฒนาหรือการดำเนินการ เช่น ข้อจำกัดทางเวลา, งบประมาณ, ทรัพยากร
 4. การทบทวนและอนุมัติ: กระบวนการทบทวนเอกสารความต้องการและการได้รับอนุมัติจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การใช้เครื่องมือในการจัดทำเอกสาร: การใช้เครื่องมือเช่น Microsoft Word, Excel หรือเครื่องมือที่พัฒนาเฉพาะ เช่น เครื่องมือการจัดการโครงการ (Project Management Tools) ในการสร้างและจัดการเอกสารความต้องการ

5. การตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ

- การทบทวนภายใน: การตรวจสอบเอกสารความต้องการกับทีมพัฒนา, ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าเอกสารครบถ้วนและชัดเจน
- การตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: การขอความคิดเห็นหรืออนุมัติจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า, ผู้ใช้ เพื่อให้มั่นใจว่าเอกสารตรงกับความต้องการของพวกเขา
- การตรวจสอบความถูกต้อง: การตรวจสอบว่าเอกสารความต้องการมีความสมบูรณ์และไม่มีข้อผิดพลาด ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการพัฒนาโครงการ

6. การจัดการข้อขัดแย้งและการประนีประนอม

- การจัดการกับข้อขัดแย้ง: เมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นหรือความต้องการที่ขัดแย้งกัน จะต้องมีการใช้เทคนิคการเจรจาและการประนีประนอมเพื่อหาข้อตกลงที่เป็นมิตรและสามารถดำเนินการได้

- การปรับความต้องการ: การปรับหรือแก้ไขความต้องการเพื่อให้เหมาะสมกับข้อจำกัดหรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

7. การนำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการ

- การนำเสนอผลการวิเคราะห์: การใช้เครื่องมือและเทคนิคในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการ เช่น การใช้กราฟ, แผนภูมิ หรือสไลด์ เพื่อให้ผู้บริหารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจได้ง่าย
- การสื่อสารกับทีมพัฒนา: การถ่ายทอดความต้องการให้กับทีมพัฒนาโครงการ หรือทีมที่เกี่ยวข้องในลักษณะที่ชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติได้

8. การประเมินความสำเร็จของการวิเคราะห์ความต้องการ

- การตรวจสอบว่าความต้องการได้รับการตอบสนองหรือไม่: การตรวจสอบว่าโครงการหรือผลิตภัณฑ์สุดท้ายตรงตามความต้องการที่ได้วิเคราะห์และระบุไว้ในเอกสารความต้องการหรือไม่
- การประเมินกระบวนการวิเคราะห์: การประเมินกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการ เพื่อให้ได้ข้อกำหนดที่ดีที่สุดและมีประสิทธิภาพสูงสุด

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ครูทักทายและตรวจสอบรายชื่อนักศึกษา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยฯ
2. ครูชี้แจงจุดประสงค์ของการเรียนรู้หน่วยที่ 4 และแนวทางการเรียนการสอน
3. ครูสำรวจความพร้อมของนักเรียน

6.2 การเรียนรู้

1. ชั้นเรียนรู้เนื้อหาหลัก (Learning Stage)

- เป้าหมาย: ผู้เรียนสามารถเข้าใจวิธีการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการ และจัดทำเอกสารความต้องการได้
- กิจกรรม:
 1. การบรรยายเนื้อหาหลัก: อธิบายรายละเอียดของกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ เช่น การรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ เช่น SWOT Analysis, PESTEL, และวิธีการกำหนดลำดับความสำคัญของความต้องการ (เช่น MoSCoW method)
 2. การแสดงตัวอย่าง: ให้ผู้เรียนดูตัวอย่างเอกสารความต้องการที่มีรายละเอียดที่ครบถ้วน เช่น ข้อกำหนดทางธุรกิจ, ข้อกำหนดทางเทคนิค และข้อกำหนดการใช้งาน
 3. การอธิบายเครื่องมือและเทคนิค: แนะนำการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น Interviews, Surveys, Focus Groups เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. ชั้นปฏิบัติจริง (Practice Stage)

- เป้าหมาย: ให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการ และจัดทำเอกสาร
- กิจกรรม:

1. การทำกรณีศึกษา: จัดกรณีศึกษาหรือสถานการณ์จำลอง โดยให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มและดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการจากกรณีศึกษา (อาจใช้กรณีศึกษาจากองค์กรหรือโครงการจริง) เช่น การสัมภาษณ์หรือสำรวจข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกรณีศึกษา
2. การฝึกจัดทำเอกสารความต้องการ: ให้ผู้เรียนทดลองสร้างเอกสารความต้องการ โดยเขียนข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกรณีศึกษานั้น ๆ และจัดระเบียบตามรูปแบบที่เหมาะสม
3. การใช้เครื่องมือ: ฝึกใช้เครื่องมือในการจัดการข้อมูล เช่น การใช้ Excel หรือเครื่องมือออนไลน์ในการจัดทำเอกสารความต้องการ

3. ขั้นทบทวนและปรับปรุง (Review and Refine Stage)

- เป้าหมาย: ให้ผู้เรียนสามารถตรวจสอบและปรับปรุงเอกสารความต้องการให้ครบถ้วนและเหมาะสม
- กิจกรรม:

1. การทบทวนเอกสาร: ให้ผู้เรียนทบทวนเอกสารความต้องการที่จัดทำขึ้นในกลุ่ม หรือให้มีการตรวจสอบจากเพื่อนร่วมชั้นเรียน
2. การรับคำแนะนำ: ใช้การทำกิจกรรม peer review (การทบทวนและให้ข้อเสนอแนะจากเพื่อน) โดยให้ผู้เรียนทบทวนเอกสารของเพื่อนในกลุ่มเพื่อหาจุดที่สามารถปรับปรุงได้
3. การปรับปรุงเอกสาร: ให้นักเรียนปรับปรุงเอกสารตามข้อเสนอแนะจากเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอน รวมถึงการแก้ไขความผิดพลาดที่อาจพบ

6.3 การสรุป

1. ครูให้นักเรียนอภิปรายกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ จากนั้นครูสุ่มถามให้นักเรียนแสดงความคิดเห็น
2. ครูให้นักเรียนทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 4
3. ครูให้นักเรียนจับคู่กันเปรียบเทียบคำตอบ
4. ครูเฉลยพร้อมนักเรียนทั้งชั้น

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. Internet
2. ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
3. คอมพิวเตอร์
4. กิจกรรมการเรียนการสอน
5. ใบงาน
6. กิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. 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 ร่วมกัน

ประเมิน

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 คະແນນື້ນຢູ່ກັບການ ປະເມີນ
ตามสภาพจริง

10. ບັນທຶກຜົນຫຼັງການຈັດການຮຼຶນຮູ້

10.1 ຂໍ້ສຽປຫຼັງການຈັດການຮຼຶນຮູ້

.....

.....

10.2 ປັນຫາທີ່ພົບ

.....

.....

.....

10.3 ແນວທາງແກ້ປັນຫາ

.....

.....

.....



	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ ...4
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 10-12
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

ทักษะและความรู้ที่ผู้เรียนจะได้รับหลังจากการศึกษาผ่านหน่วยการเรียนรู้ โดยผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโครงการหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) รวมถึงสามารถจัดทำเอกสารความต้องการที่ชัดเจน ครบถ้วน และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

- 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
- 3.2 การระบุและจัดทำเอกสารความต้องการ (Requirements Elicitation and Documentation)
- 3.3 การจัดการกับข้อจำกัดและข้อขัดแย้ง (Conflict Resolution and Constraints Management)
- 3.4 การตรวจสอบและทบทวนความต้องการ (Requirements Review and Validation)
- 3.5 การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ (Reporting and Presentation)

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
- 4.2 ระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้อย่างชัดเจน
- 4.3 กำหนดและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามความสำคัญและความเร่งด่วน
- 4.4 จัดทำเอกสารความต้องการ
- 4.5 ระบุข้อจำกัดที่อาจมีผลกระทบต่อการพัฒนาความต้องการ
- 4.6 จัดการข้อขัดแย้งหรือความแตกต่างในความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความต้องการ โดยใช้เทคนิคการเจรจาและการประนีประนอม
- 4.7 ตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ

4.8 นำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

4.9 อธิบายและแสดงเหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจในการกำหนดความต้องการให้กับผู้บริหารหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. เนื้อหาสาระ

1. ความหมายของการวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ

- การวิเคราะห์ความต้องการ (Requirements Analysis) คือ กระบวนการในการรวบรวม ข้อมูล และการตีความความต้องการจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (stakeholders) เพื่อนำไปสู่การกำหนดข้อกำหนดหรือความต้องการที่ชัดเจนของโครงการหรือองค์กร
- เอกสารความต้องการ (Requirements Documentation) คือ เอกสารที่บรรจุรายละเอียดของความต้องการที่ได้จากการวิเคราะห์ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและดำเนินการโครงการ เช่น ข้อกำหนดทางธุรกิจ, ข้อกำหนดทางเทคนิค หรือข้อกำหนดในการดำเนินงาน

2. กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ

- การระบุและรวบรวมข้อมูล: การใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์, การสำรวจ, การทำเวิร์กช็อป (workshops) เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- การแยกแยะความต้องการ: การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการตามความสำคัญและความเร่งด่วน
- การประเมินข้อจำกัดและความเสี่ยง: การประเมินข้อจำกัดทางทรัพยากร, เวลา, และข้อกำหนดที่อาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ
- การวิเคราะห์สถานการณ์: การใช้เครื่องมือ เช่น SWOT, PESTEL เพื่อช่วยในการระบุปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อความต้องการ

3. เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์ความต้องการ

- SWOT Analysis: การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ในการดำเนินงานหรือการพัฒนาโครงการ
- PESTEL Analysis: การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อโครงการในด้านการเมือง (Political), เศรษฐกิจ (Economic), สังคม (Social), เทคโนโลยี (Technological), สิ่งแวดล้อม (Environmental) และกฎหมาย (Legal)
- Interviews and Surveys: การใช้สัมภาษณ์และการสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- Focus Groups: การจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและระบุความต้องการ

4. การจัดทำเอกสารความต้องการ

- รูปแบบและโครงสร้างของเอกสารความต้องการ: เอกสารความต้องการจะประกอบด้วย:

1. บทนำ: อธิบายวัตถุประสงค์และขอบเขตของเอกสาร

2. รายละเอียดความต้องการ: การบรรยายลักษณะของความต้องการที่ได้จากการวิเคราะห์ เช่น ข้อกำหนดทางธุรกิจ, ข้อกำหนดทางเทคนิค, ข้อกำหนดการใช้งาน
3. ข้อจำกัด: ข้อกำหนดที่จำกัดการพัฒนาหรือการดำเนินการ เช่น ข้อจำกัดทางเวลา, งบประมาณ, ทรัพยากร
4. การทบทวนและอนุมัติ: กระบวนการทบทวนเอกสารความต้องการและการได้รับอนุมัติจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- การใช้เครื่องมือในการจัดทำเอกสาร: การใช้เครื่องมือเช่น Microsoft Word, Excel หรือเครื่องมือที่พัฒนาเฉพาะ เช่น เครื่องมือการจัดการโครงการ (Project Management Tools) ในการสร้างและจัดการเอกสารความต้องการ

5. การตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ

- การทบทวนภายใน: การตรวจสอบเอกสารความต้องการกับทีมพัฒนา, ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าเอกสารครบถ้วนและชัดเจน
- การตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: การขอความคิดเห็นหรืออนุมัติจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า, ผู้ใช้ เพื่อให้มั่นใจว่าเอกสารตรงกับความต้องการของพวกเขา
- การตรวจสอบความถูกต้อง: การตรวจสอบว่าเอกสารความต้องการมีความสมบูรณ์และไม่มีข้อผิดพลาด ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการพัฒนาโครงการ

6. การจัดการข้อขัดแย้งและการประนีประนอม

- การจัดการกับข้อขัดแย้ง: เมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นหรือความต้องการที่ขัดแย้งกัน จะต้องมีการใช้เทคนิคการเจรจาและการประนีประนอมเพื่อหาข้อตกลงที่เป็นมิตรและสามารถดำเนินการได้
- การปรับความต้องการ: การปรับหรือแก้ไขความต้องการเพื่อให้เหมาะสมกับข้อจำกัดหรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

7. การนำเสนอและสื่อสารผลการวิเคราะห์ความต้องการ

- การนำเสนอผลการวิเคราะห์: การใช้เครื่องมือและเทคนิคในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการ เช่น การใช้กราฟ, แผนภูมิ หรือสไลด์ เพื่อให้ผู้บริหารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจได้ง่าย
- การสื่อสารกับทีมพัฒนา: การถ่ายทอดความต้องการให้กับทีมพัฒนาโครงการ หรือทีมที่เกี่ยวข้องในลักษณะที่ชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติได้

8. การประเมินความสำเร็จของการวิเคราะห์ความต้องการ

- การตรวจสอบว่าความต้องการได้รับการตอบสนองหรือไม่: การตรวจสอบว่าโครงการหรือผลิตภัณฑ์สุดท้ายตรงตามความต้องการที่ได้วิเคราะห์และระบุไว้ในเอกสารความต้องการหรือไม่
- การประเมินกระบวนการวิเคราะห์: การประเมินกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการ เพื่อให้ได้ข้อกำหนดที่ดีที่สุดและมีประสิทธิภาพสูงสุด

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

1. ให้กำหนดความต้องการของระบบสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันการจัดการงาน (Task Management App) โดยให้ระบุความต้องการฟังก์ชันหลัก 5 ประการ
2. วิเคราะห์และอธิบายความแตกต่างระหว่างความต้องการที่สามารถวัดผลได้ (measurable requirements) กับความต้องการที่ไม่สามารถวัดผลได้ (non-measurable requirements) พร้อมตัวอย่าง
3. ในเอกสารความต้องการ ควรมีส่วนใดบ้าง? ระบุและอธิบายหน้าที่ของแต่ละส่วน

แบบทดสอบ

1. การวิเคราะห์ความต้องการคืออะไร
 - ก. การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ข. การประเมินความต้องการของผู้ใช้และสภาพแวดล้อม
 - ค. การทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนการเปิดตัว
 - ง. การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์
1. เอกสารความต้องการ (Requirements Document) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่ออะไร
 - ก. เพื่อระบุคุณสมบัติของระบบ
 - ข. เพื่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - ค. เพื่อจัดทำแผนการพัฒนา
 - ง. ทั้งหมดที่กล่าวมา
2. ข้อใดคือเทคนิคการรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ความต้องการ
 - ก. การสัมภาษณ์
 - ข. การสำรวจ
 - ค. การประชุมกลุ่ม (Focus Group)
 - ง. ถูกทุกข้อ
3. ข้อใดเป็นส่วนประกอบสำคัญในเอกสารความต้องการ
 - ก. ขอบเขตของโปรเจกต์
 - ข. การกำหนดงบประมาณ
 - ค. แผนการตลาด
 - ง. การประเมินผลกระทบ
4. การทดสอบความต้องการ (Requirement Validation) คือการทำอะไร
 - ก. ตรวจสอบว่าความต้องการตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการ
 - ข. วิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ
 - ค. ปรับปรุงเอกสารความต้องการ

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

ค้นคว้าทาง Internet

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

ข้อ 1

1. การสร้างงานใหม่ - ผู้ใช้สามารถสร้างงานใหม่พร้อมกำหนดรายละเอียด เช่น ชื่อ, วันที่เริ่มต้น, และวันที่สิ้นสุด
2. การจัดกลุ่มงาน - ผู้ใช้สามารถจัดกลุ่มงานตามหมวดหมู่ เช่น งานที่สำคัญ, งานที่รอการอนุมัติ
3. การตั้งเตือน - ผู้ใช้สามารถตั้งการแจ้งเตือนสำหรับงานที่กำลังจะถึงกำหนด
4. การติดตามสถานะงาน - ผู้ใช้สามารถปรับสถานะงานได้ เช่น กำลังดำเนินการ, เสร็จสิ้น
5. การแชร์งานกับผู้ใช้คนอื่น - ผู้ใช้สามารถแชร์งานให้กับผู้ใช้คนอื่นเพื่อการทำงานร่วมกัน

ข้อ 2

- ความต้องการที่สามารถวัดผลได้: เป็นความต้องการที่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน เช่น "ระบบต้องรองรับผู้ใช้พร้อมกันได้ 1000 คน" (measurable requirement)
- ความต้องการที่ไม่สามารถวัดผลได้: เป็นความต้องการที่ไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน เช่น "ระบบต้องมีประสิทธิภาพสูง" (non-measurable requirement)

ข้อ 3

1. บทนำ (Introduction) - แนะนำวัตถุประสงค์ของเอกสารและระบบ
2. ขอบเขตของระบบ (System Scope) - อธิบายขอบเขตการทำงานของระบบ
3. ความต้องการทางธุรกิจ (Business Requirements) - อธิบายความต้องการที่เกิดจากความต้องการทางธุรกิจ
4. ความต้องการฟังก์ชัน (Functional Requirements) - ระบุฟังก์ชันหลักของระบบ
5. ความต้องการไม่ฟังก์ชัน (Non-functional Requirements) - เช่น ประสิทธิภาพ, ความปลอดภัย, ความสามารถในการขยาย
6. ข้อกำหนดและเงื่อนไข (Constraints) - ข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติตาม
7. บทสรุป (Conclusion) - สรุปเนื้อหาทั้งหมด

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข (การประเมินความต้องการของผู้ใช้และสภาพแวดล้อม)
2. ง (ทั้งหมดที่กล่าวมา)
3. ง (ถูกทุกข้อ)
4. ก (ขอบเขตของโปรเจกต์)
5. ก (ตรวจสอบว่าความต้องการตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการ)



	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 4
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 10-12
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การวิเคราะห์และเอกสารความต้องการ		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

ทักษะและความรู้ที่ผู้เรียนจะได้รับหลังจากการศึกษาผ่านหน่วยการเรียนรู้ โดยผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโครงการหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) รวมถึงสามารถจัดทำเอกสารความต้องการที่ชัดเจน ครบถ้วน และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

- 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
- 3.2 การระบุและจัดทำเอกสารความต้องการ (Requirements Elicitation and Documentation)
- 3.3 การจัดการกับข้อจำกัดและข้อขัดแย้ง (Conflict Resolution and Constraints Management)
- 3.4 การตรวจสอบและทบทวนความต้องการ (Requirements Review and Validation)
- 3.5 การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ (Reporting and Presentation)

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
- 4.2 ระบุความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้อย่างชัดเจน
- 4.3 กำหนดและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามความสำคัญและความเร่งด่วน
- 4.4 จัดทำเอกสารความต้องการ
- 4.5 ระบุข้อจำกัดที่อาจมีผลกระทบต่อการพัฒนาความต้องการ
- 4.6 จัดการข้อขัดแย้งหรือความแตกต่างในความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับความต้องการ โดยใช้เทคนิคการเจรจาและการประนีประนอม
- 4.7 ตรวจสอบและทบทวนเอกสารความต้องการ
- 4.8 นำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

4.9 อธิบายและแสดงเหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจในการกำหนดความต้องการให้กับผู้บริหารหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ขั้นปฏิบัติจริง (Practice Stage)

- เป้าหมาย: ให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนทักษะในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการ และจัดทำเอกสาร

- กิจกรรม:

1. การทำกรณีศึกษา: จัดกรณีศึกษาหรือสถานการณ์จำลอง โดยให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มและดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการจากกรณีศึกษา (อาจใช้กรณีศึกษาจากองค์กรหรือโครงการจริง) เช่น การสัมภาษณ์หรือสำรวจข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกรณีศึกษา
2. การฝึกจัดทำเอกสารความต้องการ: ให้ผู้เรียนทดลองสร้างเอกสารความต้องการ โดยเขียนข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกรณีศึกษานั้น ๆ และจัดระเบียบตามรูปแบบที่เหมาะสม
3. การใช้เครื่องมือ: ฝึกใช้เครื่องมือในการจัดการข้อมูล เช่น การใช้ Excel หรือเครื่องมือออนไลน์ในการจัดทำเอกสารความต้องการ

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

Internet

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ .5
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 13-15
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน การใช้เครื่องมือวิเคราะห์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

1. การเข้าใจเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ – ผู้เรียนจะสามารถเข้าใจและรู้จักเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ต่างๆ เช่น เครื่องมือสถิติ, โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Excel, SPSS, R, Python เป็นต้น
2. การเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม – ผู้เรียนสามารถเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ปัญหาหรือข้อมูลต่างๆ ได้ โดยพิจารณาจากลักษณะของข้อมูลหรือประเภทของการวิเคราะห์ที่ต้องการ
3. การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล – ผู้เรียนจะสามารถใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น การทำแผนภูมิ, การคำนวณสถิติเบื้องต้น, การทดสอบสมมติฐาน, การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เป็นต้น
4. การตีความผลการวิเคราะห์ – ผู้เรียนสามารถตีความผลที่ได้จากการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องและสามารถนำผลไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาได้
5. การรายงานผลการวิเคราะห์ – ผู้เรียนสามารถจัดทำรายงานหรือการนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสื่อสารผลการวิเคราะห์ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

สมรรถนะย่อย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ

1.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสาธิตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

-

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

4.1 ใบรายงานผลการศึกษาที่แสดงคุณวุฒิตามคุณสมบัติและข้อกำหนดของแต่ละชั้นที่เข้ารับการทดสอบ

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ

นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

- 3.1 การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม สำหรับการวิเคราะห์
- 3.2 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้อง
- 3.3 การตีความผลการวิเคราะห์ อย่างมีความเข้าใจ
- 3.4 การสื่อสารผลการวิเคราะห์ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้
- 3.5 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม
- 3.6 การประยุกต์ใช้เครื่องมือในการตัดสินใจ หรือการวางแผน

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 การเลือกเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสม
- 4.2 การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 การตีความผลการวิเคราะห์
- 4.4 การสร้างรายงานการวิเคราะห์
- 4.5 การประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์ในการตัดสินใจ
- 4.6 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม

5. สารการเรียนรู้

1 . ประเภทและประเภทของเครื่องมือวิเคราะห์

- เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ: การใช้เครื่องมือที่ใช้ในการคำนวณทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การทดสอบสมมติฐาน, การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ฯลฯ
- เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์: การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Microsoft Excel, SPSS, R, Python, MATLAB, Power BI เป็นต้น
- เครื่องมือในการวิเคราะห์เชิงธุรกิจและการตลาด: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากตลาด, การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางการเงิน (เช่น การใช้ Excel หรือ Power BI ในการสร้างแผนภูมิและกราฟ)
- เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมและมนุษยศาสตร์: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมและมนุษยศาสตร์ เช่น การใช้โปรแกรม NVivo สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2. การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม

- การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมกับลักษณะข้อมูล: ผู้เรียนจะต้องเรียนรู้วิธีการเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมตามลักษณะของข้อมูล (ข้อมูลเชิงปริมาณ, ข้อมูลเชิงคุณภาพ) และวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์
- เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น: เช่น การใช้ Excel สำหรับการคำนวณสถิติพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) หรือการใช้ Google Sheets สำหรับการจัดการข้อมูลเบื้องต้น
- เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง: เช่น SPSS หรือ R สำหรับการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (correlation analysis) หรือการวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis)

3. การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล

- การคำนวณสถิติเบื้องต้น: การใช้เครื่องมือในการคำนวณสถิติพื้นฐาน เช่น ค่าเฉลี่ย (mean), ค่ามัธยฐาน (median), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) หรือการทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing)
- การทำแผนภูมิและกราฟ: การใช้เครื่องมือในการสร้างกราฟต่างๆ เช่น กราฟแท่ง (bar chart), กราฟเส้น (line chart), กราฟพาย (pie chart), และการทำแผนภูมิทางสถิติอื่นๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล
- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เช่น การวิเคราะห์การทดสอบ t-test, ANOVA, regression analysis

4. การตีความผลการวิเคราะห์

- การตีความผลการวิเคราะห์เชิงสถิติ: ผู้เรียนต้องเรียนรู้การตีความผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การตีความค่า p-value, ค่า t-statistic, และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
- การใช้ผลการวิเคราะห์ในการตัดสินใจ: ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีการนำผลการวิเคราะห์มาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ เช่น การใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ในการวางแผนธุรกิจ หรือการปรับปรุงกลยุทธ์

5. การรายงานผลการวิเคราะห์

- การสร้างรายงานการวิเคราะห์: การจัดทำรายงานผลการวิเคราะห์ที่มีการแสดงผลอย่างเป็นระเบียบ โดยใช้แผนภูมิ, ตาราง, และกราฟเพื่อช่วยในการอธิบายข้อมูล
- การนำเสนอผลการวิเคราะห์: การสื่อสารผลการวิเคราะห์ให้เข้าใจง่าย โดยนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น รายงานเขียน, การนำเสนอแบบ PowerPoint หรือการสื่อสารผ่านการประชุม

6. การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม

- จริยธรรมในการใช้ข้อมูล: ผู้เรียนต้องเรียนรู้การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม เช่น การรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล และการหลีกเลี่ยงการบิดเบือนข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ
- การเคารพในความเป็นส่วนตัวและความโปร่งใส: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์จะต้องรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และการเปิดเผยผลการวิเคราะห์ต้องมีความโปร่งใสและยุติธรรม

7. การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในสาขาต่างๆ

- การใช้เครื่องมือในงานวิจัย: การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในการวิจัยเพื่อหาคำตอบจากสมมติฐาน เช่น การใช้ SPSS หรือ R ในการทดสอบสมมติฐาน
- การใช้เครื่องมือในธุรกิจ: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ เช่น การใช้ Power BI หรือ Excel ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด หรือการจัดการข้อมูลการเงิน
- การใช้เครื่องมือในงานการศึกษา: การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในการประเมินผลการเรียนรู้ การสำรวจความคิดเห็นของนักเรียน หรือการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษา

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ครูทักทายและตรวจสอบรายชื่อนักศึกษา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยฯ
2. ครูชี้แจงจุดประสงค์ของการเรียนรู้หน่วยที่ 5 และแนวทางการเรียนการสอน
3. ครูสำรวจความพร้อมของนักเรียน

6.2 การเรียนรู้

1. เข้าใจวัตถุประสงค์ของการใช้เครื่องมือวิเคราะห์

- ก่อนที่จะเริ่มเรียนรู้การใช้เครื่องมือใดๆ จำเป็นต้องเข้าใจวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการวิเคราะห์ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis), การวิเคราะห์เชิงสถิติ (Statistical Analysis), การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) หรือการวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analytics) เป็นต้น
- เข้าใจว่าคำถามที่เราต้องการหาคำตอบจากการวิเคราะห์นั้นคืออะไร เช่น ต้องการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร, คำนวณแนวโน้ม หรือการทำนายอนาคต เป็นต้น

2. เลือกเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสม

- เครื่องมือสถิติ: เช่น SPSS, R, Python (กับไลบรารีต่างๆ เช่น Pandas, NumPy, Matplotlib)
- เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ: เช่น Excel, Power BI, Tableau
- เครื่องมือการวิเคราะห์เชิงคำนวณ: เช่น MATLAB, Wolfram Mathematica
- เครื่องมือวิเคราะห์เชิงคุณภาพ: เช่น NVivo (สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์หรือการวิจัยเชิงคุณภาพ)
- เลือกเครื่องมือที่ตอบโจทย์งานของคุณมากที่สุด หรือที่คุณสะดวกในการใช้งาน

3. ศึกษาพื้นฐานและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- หากคุณใช้เครื่องมือเชิงสถิติหรือเชิงคำนวณ จำเป็นต้องศึกษาทฤษฎีพื้นฐาน เช่น การวิเคราะห์ทางสถิติ, การแปลงข้อมูล, การวิเคราะห์แบบเชิงเส้น, การวิเคราะห์แบบหลายตัวแปร
- หากใช้เครื่องมือทางธุรกิจ ต้องศึกษาการใช้เครื่องมือในเชิงการแสดงผลข้อมูล (Data Visualization) หรือการใช้ฟังก์ชันสำหรับการสรุปข้อมูล
- อ่านเอกสารหรือคู่มือพื้นฐานเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ รวมถึงบทเรียนออนไลน์หรือคอร์สต่างๆ ที่สามารถช่วยเพิ่มพูนความรู้

4. ฝึกการใช้เครื่องมือ

- เริ่มต้นด้วยการฝึกการใช้เครื่องมือในระดับพื้นฐาน เช่น การนำเข้าข้อมูล การทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) การแสดงผลข้อมูล (Data Visualization) หรือการใช้ฟังก์ชันพื้นฐานในการคำนวณ
- ทำโปรเจกต์เล็กๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ต้องการ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลจริง เช่น ข้อมูลจาก Google Analytics, ข้อมูลธุรกิจ หรือข้อมูลทางวิจัย
- ทดลองใช้ฟังก์ชันต่างๆ เช่น การสร้างกราฟ การทดสอบสมมติฐาน การสร้างโมเดลทางสถิติ การใช้สูตรทางคณิตศาสตร์ หรือการแสดงผลในรูปแบบต่างๆ

5. การตีความผลลัพธ์

- เมื่อคุณใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์เสร็จสิ้นแล้ว ต้องสามารถตีความผลลัพธ์ที่ได้อย่างถูกต้อง เช่น การวิเคราะห์กราฟ, การทดสอบสมมติฐาน หรือการแปลความหมายของตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
- นอกจากนี้ต้องเรียนรู้วิธีการสื่อสารผลการวิเคราะห์ให้ง่ายและเข้าใจได้ โดยการจัดทำรายงานหรือการนำเสนอผลในรูปแบบที่ชัดเจน

6. พัฒนาและปรับปรุงทักษะการใช้งานเครื่องมือ

- สะสมประสบการณ์และฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ เพราะเครื่องมือวิเคราะห์มักจะมีฟีเจอร์และการตั้งค่าที่ซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อมีประสบการณ์ในการใช้มากขึ้น
- ค้นคว้าหรือเข้าร่วมคอร์สเรียนเพื่อพัฒนาทักษะ เช่น การเรียนรู้ฟังก์ชันขั้นสูง, การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่, หรือการใช้งานเครื่องมือที่เหมาะสมกับงานเฉพาะ

7. การประเมินผลและปรับปรุงวิธีการ

- เมื่อได้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์แล้ว ควรประเมินผลการใช้เครื่องมือว่าได้ผลตามที่คาดหวังหรือไม่ และสามารถปรับปรุงวิธีการหรือเครื่องมือให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ในอนาคตได้อย่างไร
- การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการใช้เครื่องมือให้เหมาะสมกับปัญหาจะช่วยให้ผลการวิเคราะห์มีความแม่นยำและสามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุด

8. การเรียนรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ

- นอกจากการเรียนรู้จากคอร์สและการฝึกฝนเองแล้ว ยังสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่นในชุมชนต่างๆ เช่น ฟอรัมการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis forums), คอร์สออนไลน์จากแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Coursera, edX หรือ Udemy รวมถึงการอ่านบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.3 การสรุป

1. ครูให้นักเรียนอภิปรายกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ จากนั้นครูสุ่มถามให้นักเรียนแสดงความคิดเห็น
2. ครูให้นักเรียนทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 5
3. ครูให้นักเรียนจับคู่กันเปรียบเทียบคำตอบ
4. ครูเฉลยพร้อมนักเรียนทั้งชั้น

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. Internet
2. ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
3. คอมพิวเตอร์
4. กิจกรรมการเรียนการสอน
5. ใบงาน
6. กิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. 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 ร่วมกัน

ประเมิน

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 ประเมิน

ตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

10.2 ปัญหาที่พบ

10.3 แนวทางแก้ปัญหา

	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ .5
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 13-15
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การใช้เครื่องมือวิเคราะห์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

1. การเข้าใจเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ – ผู้เรียนจะสามารถเข้าใจและรู้จักเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ต่างๆ เช่น เครื่องมือสถิติ, โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Excel, SPSS, R, Python เป็นต้น
2. การเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม – ผู้เรียนสามารถเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ปัญหาหรือข้อมูลต่างๆ ได้ โดยพิจารณาจากลักษณะของข้อมูลหรือประเภทของการวิเคราะห์ที่ต้องการ
3. การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล – ผู้เรียนจะสามารถใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น การทำแผนภูมิ, การคำนวณสถิติเบื้องต้น, การทดสอบสมมติฐาน, การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เป็นต้น
4. การตีความผลการวิเคราะห์ – ผู้เรียนสามารถตีความผลที่ได้จากการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องและสามารถนำผลไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาได้
5. การรายงานผลการวิเคราะห์ – ผู้เรียนสามารถจัดทำรายงานหรือการนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสื่อสารผลการวิเคราะห์ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

- 3.1 การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม สำหรับการวิเคราะห์
- 3.2 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้อง
- 3.3 การตีความผลการวิเคราะห์ อย่างมีความเข้าใจ
- 3.4 การสื่อสารผลการวิเคราะห์ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้
- 3.5 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม
- 3.6 การประยุกต์ใช้เครื่องมือในการตัดสินใจ หรือการวางแผน

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 การเลือกเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสม
- 4.2 การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 การตีความผลการวิเคราะห์
- 4.4 การสร้างรายงานการวิเคราะห์
- 4.5 การประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์ในการตัดสินใจ
- 4.6 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีประสิทธิภาพ

5. เนื้อหาสาระ

1 . ประเภทและประเภทของเครื่องมือวิเคราะห์

- เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ: การใช้เครื่องมือที่ใช้ในการคำนวณทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การทดสอบสมมติฐาน, การวิเคราะห์การกระจายตัวของข้อมูล ฯลฯ
- เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์: การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Microsoft Excel, SPSS, R, Python, MATLAB, Power BI เป็นต้น
- เครื่องมือในการวิเคราะห์เชิงธุรกิจและการตลาด: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากตลาด, การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางการเงิน (เช่น การใช้ Excel หรือ Power BI ในการสร้างแผนภูมิและกราฟ)
- เครื่องมือการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมและมนุษยศาสตร์: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมและมนุษยศาสตร์ เช่น การใช้โปรแกรม NVivo สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2. การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม

- การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมกับลักษณะข้อมูล: ผู้เรียนจะต้องเรียนรู้วิธีการเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมตามลักษณะของข้อมูล (ข้อมูลเชิงปริมาณ, ข้อมูลเชิงคุณภาพ) และวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์
- เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น: เช่น การใช้ Excel สำหรับการคำนวณสถิติพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) หรือการใช้ Google Sheets สำหรับการจัดการข้อมูลเบื้องต้น
- เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง: เช่น SPSS หรือ R สำหรับการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (correlation analysis) หรือการวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis)

3. การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล

- การคำนวณสถิติเบื้องต้น: การใช้เครื่องมือในการคำนวณสถิติพื้นฐาน เช่น ค่าเฉลี่ย (mean), ค่ามัธยฐาน (median), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) หรือการทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing)

- การทำแผนภูมิและกราฟ: การใช้เครื่องมือในการสร้างกราฟต่างๆ เช่น กราฟแท่ง (bar chart), กราฟเส้น (line chart), กราฟพาย (pie chart), และการทำแผนภูมิทางสถิติอื่นๆ เพื่อนำเสนอข้อมูล
- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เช่น การวิเคราะห์การทดสอบ t-test, ANOVA, regression analysis

4. การตีความผลการวิเคราะห์

- การตีความผลการวิเคราะห์เชิงสถิติ: ผู้เรียนต้องเรียนรู้การตีความผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การตีความค่า p-value, ค่า t-statistic, และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
- การใช้ผลการวิเคราะห์ในการตัดสินใจ: ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีการนำผลการวิเคราะห์มาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ เช่น การใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ในการวางแผนธุรกิจ หรือการปรับปรุงกลยุทธ์

5. การรายงานผลการวิเคราะห์

- การสร้างรายงานการวิเคราะห์: การจัดทำรายงานผลการวิเคราะห์ที่มีการแสดงผลลัพธ์อย่างเป็นระเบียบ โดยใช้แผนภูมิ, ตาราง, และกราฟเพื่อช่วยในการอธิบายข้อมูล
- การนำเสนอผลการวิเคราะห์: การสื่อสารผลการวิเคราะห์ให้เข้าใจง่าย โดยนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น รายงานเขียน, การนำเสนอแบบ PowerPoint หรือการสื่อสารผ่านการประชุม

6. การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม

- จริยธรรมในการใช้ข้อมูล: ผู้เรียนต้องเรียนรู้การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม เช่น การรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล และการหลีกเลี่ยงการบิดเบือนข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ
- การเคารพในความเป็นส่วนตัวและความโปร่งใส: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์จะต้องรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และการเปิดเผยผลการวิเคราะห์ต้องมีความโปร่งใสและยุติธรรม

7. การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในสาขาต่างๆ

- การใช้เครื่องมือในงานวิจัย: การประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในการวิจัยเพื่อหาคำตอบจากสมมติฐาน เช่น การใช้ SPSS หรือ R ในการทดสอบสมมติฐาน
- การใช้เครื่องมือในธุรกิจ: การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ เช่น การใช้ Power BI หรือ Excel ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด หรือการจัดการข้อมูลการเงิน
- การใช้เครื่องมือในงานการศึกษา: การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ในการประเมินผลการเรียนรู้ การสำรวจความคิดเห็นของนักเรียน หรือการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษา

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

- ข้อ 1 ระบุเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และอธิบายเหตุผล
- ข้อ 2 คุณจะใช้กราฟใดในการแสดงข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่ม และทำไมถึงเลือกกราฟนั้น
- ข้อ 3 อธิบายวิธีการใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจ
- ข้อ 4 ในการวิจัยตลาด คุณควรใช้การสำรวจแบบใด (Quantitative vs Qualitative) และทำไม

แบบทดสอบ

- เครื่องมือวิเคราะห์ใดที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
 - Analysis
 - Statistical Software
 - Brainstorming
 - Focus Group
- การวิเคราะห์ SWOT มีส่วนประกอบหลักอะไรบ้าง
 - Strength, Weakness, Opportunity, Threat
 - Source, Weight, Output, Timing
 - Strategy, Work, Outcome, Target
 - Structure, Workflow, Order, Task
- เครื่องมือใดที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยง
 - PEST Analysis
 - Risk Matrix
 - Fishbone Diagram
 - Mind Mapping
- ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ, เครื่องมือใดที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย
 - Survey
 - Case Study
 - Interview
 - Both b and c
- เครื่องมือใดที่ใช้ในการเปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
 - Porter's Five Forces
 - BCG Matrix
 - Ansoff Matrix
 - Value Chain Analysis

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

ค้นคว้าทาง Internet

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. เครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคือ สถิติศาสตร์ เช่น การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพราะช่วยในการสรุปข้อมูลและทำการสรุปผลเชิงลึก
2. กราฟแท่ง (Bar Chart) เป็นกราฟที่เหมาะสมสำหรับการแสดงข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่ม เนื่องจากช่วยให้เห็นความแตกต่างระหว่างค่าของแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน
3. SWOT Analysis ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities), และอุปสรรค (Threats) ของธุรกิจ โดยจะช่วยให้เข้าใจสถานการณ์โดยรวมและสามารถวางแผนกลยุทธ์ได้ดียิ่งขึ้น
4. ในการวิจัยตลาด ควรใช้การสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative) เพราะสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใหญ่ๆ ได้ และสามารถวิเคราะห์ได้ด้วยวิธีทางสถิติ ทำให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือได้และมีความน่าเชื่อถือ

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. Statistical Software
2. ก. Strength, Weakness, Opportunity, Threat
3. ข. Risk Matrix
4. ง. Both b and c
5. ก. Porter's Five Forces

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ ...5
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 13-15
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง การใช้เครื่องมือวิเคราะห์		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

1. การเข้าใจเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ – ผู้เรียนจะสามารถเข้าใจและรู้จักเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ต่างๆ เช่น เครื่องมือสถิติ, โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Excel, SPSS, R, Python เป็นต้น
2. การเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม – ผู้เรียนสามารถเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ปัญหาหรือข้อมูลต่างๆ ได้ โดยพิจารณาจากลักษณะของข้อมูลหรือประเภทของการวิเคราะห์ที่ต้องการ
3. การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล – ผู้เรียนจะสามารถใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น การทำแผนภูมิ, การคำนวณสถิติเบื้องต้น, การทดสอบสมมติฐาน, การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เป็นต้น
4. การตีความผลการวิเคราะห์ – ผู้เรียนสามารถตีความผลที่ได้จากการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องและสามารถนำผลไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาได้
5. การรายงานผลการวิเคราะห์ – ผู้เรียนสามารถจัดทำรายงานหรือการนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสื่อสารผลการวิเคราะห์ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

- 3.1 การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสม สำหรับการวิเคราะห์
- 3.2 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้อง
- 3.3 การตีความผลการวิเคราะห์ อย่างมีความเข้าใจ
- 3.4 การสื่อสารผลการวิเคราะห์ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้
- 3.5 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม
- 3.6 การประยุกต์ใช้เครื่องมือในการตัดสินใจ หรือการวางแผน

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 การเลือกเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสม
- 4.2 การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 การตีความผลการวิเคราะห์
- 4.4 การสร้างรายงานการวิเคราะห์
- 4.5 การประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์ในการตัดสินใจ
- 4.6 การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างมีจริยธรรม

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

- 5.1 กระดาษร้อยปอนด์
- 5.2 สีไม้
- 5.3 สมาร์ทโฟน

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. เข้าใจวัตถุประสงค์ของการใช้เครื่องมือวิเคราะห์
2. เลือกเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสม
3. ศึกษาพื้นฐานและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
4. ฝึกการใช้เครื่องมือ
5. การตีความผลลัพธ์
6. พัฒนาและปรับปรุงทักษะการใช้งานเครื่องมือ
7. การประเมินผลและปรับปรุงวิธีการ
8. การเรียนรู้เพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

Internet

	แผนการจัดการเรียนรู้	หน่วยที่ ...6
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 16-18
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง/งาน กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

สามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทฤษฎีและเครื่องมือในการแก้ปัญหา สื่อสารผลการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการพัฒนาแนวทางการแก้ไข ตัดสินใจและวางแผนจากกรณีศึกษาที่ได้รับ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

2.1 มาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

สมรรถนะย่อย

1) เกณฑ์การปฏิบัติงาน

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากความต้องการทางธุรกิจ

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการทางธุรกิจ

1.3 แสดงผลลัพธ์ของข้อมูลทางธุรกิจในรูปแบบที่ต้องการ

2) วิธีประเมิน

2.1 ข้อสอบข้อเขียน

2.2 การสัมภาษณ์

2.3 การสังเกตการปฏิบัติงาน

3) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

-

4) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

4.1 ใบรายงานผลการศึกษาที่แสดงคุณวุฒิตามคุณสมบัติและข้อกำหนดของแต่ละชั้นที่เข้ารับ

การทดสอบ

2.2 บุคลากรกลุ่มอาชีพ

นักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

3.1 วิเคราะห์กรณีศึกษาจากข้อมูลที่มีและระบุปัญหาหลักได้

3.2 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สถานการณ์จริง

- 3.3 เลือกและใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาจากกรณีศึกษา
- 3.4 พัฒนาและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหหรือกลยุทธ์ที่มีเหตุผล
- 3.5 สื่อสารผลการวิเคราะห์และแนวทางการแก้ไขได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ
- 3.6 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการประมวลผลข้อมูลและตัดสินใจ
- 3.7 ตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมตามข้อจำกัดในกรณีศึกษา

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 ระบุและวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ในกรณีศึกษา
- 4.2 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดทางวิชาการในการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- 4.3 เลือกและใช้เครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.4 เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหหรือพัฒนาแผนกลยุทธ์
- 4.5 สื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจากกรณีศึกษาให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย
- 4.6 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและพัฒนาแนวทางการแก้ไขปัญหากลุ่ม
- 4.7 ตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์จากกรณีศึกษาที่ได้รับ

5. สารการเรียนรู้

1. การทำความเข้าใจกรณีศึกษา (Case Study)

- คำจำกัดความของกรณีศึกษา: กรณีศึกษาคือการศึกษาและการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง โดยมักจะเป็นสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาหรือความท้าทายที่องค์กรหรือบุคคลต้องเผชิญ และมักจะใช้เพื่อศึกษาว่าการตัดสินใจหรือกลยุทธ์ใดที่ถูกนำมาใช้ในสถานการณ์นั้นๆ เพื่อแก้ปัญหาหรือดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย
- ลักษณะของกรณีศึกษา: กรณีศึกษามักประกอบไปด้วยข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เป็นปัญหา, ข้อเท็จจริง, การตัดสินใจ, การดำเนินการ, และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
- ประเภทของกรณีศึกษา:
 1. กรณีศึกษาด้านธุรกิจ: การวิเคราะห์กลยุทธ์ธุรกิจ การพัฒนาองค์กร หรือการตัดสินใจในสถานการณ์เฉพาะ
 2. กรณีศึกษาด้านสังคม: การศึกษาเหตุการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ปัญหาความยากจน, การศึกษาผลกระทบของนโยบายสาธารณะ
 3. กรณีศึกษาด้านการศึกษา: การวิเคราะห์กรณีของการพัฒนาหลักสูตร, การจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย
 4. กรณีศึกษาด้านสาธารณสุข: การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสุขภาพ การจัดการโรคระบาด การวางแผนด้านสาธารณสุข

2. การวิเคราะห์กรณีศึกษา

- การประเมินสถานการณ์และปัญหา: การเริ่มต้นการวิเคราะห์กรณีศึกษาคือการทำความเข้าใจปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จากนั้นทำการแยกแยะตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยภายใน (เช่น การจัดการภายในองค์กร) และปัจจัยภายนอก (เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ, การแข่งขันในตลาด)
- การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์: การใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สถานการณ์ เช่น:
 1. SWOT Analysis (การวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส และภัยคุกคาม)
 2. PESTEL Analysis (การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทางการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, เทคโนโลยี, สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย)
 3. 5 Forces Analysis (การวิเคราะห์ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในตลาด)
- การระบุปัญหาหลัก: ผู้เรียนจะได้ฝึกการระบุปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษา เช่น ปัญหาการดำเนินงานที่ไม่ราบรื่น, การตัดสินใจที่ผิดพลาด, หรือปัญหภายในองค์กร

3. การประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิด

- การเชื่อมโยงทฤษฎีกับสถานการณ์จริง: ผู้เรียนจะได้ฝึกการนำทฤษฎีที่เรียนมาใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษา เช่น การใช้ทฤษฎีทางการจัดการ, การตลาด, หรือเศรษฐศาสตร์ในการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น
- การประยุกต์ใช้โมเดลและเครื่องมือทางวิชาการ: การใช้โมเดลทางธุรกิจ, การจัดการ, การตลาด, หรือสถิติในการหาคำตอบหรือทางเลือกที่ดีที่สุด
- การวิเคราะห์ทางเลือก: การประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการพัฒนาหรือเลือกทางเลือกในการแก้ปัญหา โดยอ้างอิงจากทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดที่ได้รับการศึกษา

4. การพัฒนาและเสนอแนะทางการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์

- การเสนอแผนการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์: ผู้เรียนจะได้ฝึกการพัฒนาแนวทางหรือแผนการแก้ปัญหาจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา โดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่และทฤษฎีที่ได้เรียนรู้อมาช่วยในการสร้างแผนการที่มีความเหมาะสม
- การพิจารณาผลกระทบในระยะยาว: การพัฒนาแผนหรือแนวทางที่ไม่เพียงแต่แก้ไขปัญหาปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

5. การสื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

- การเขียนรายงาน: การนำเสนอผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาในรูปแบบรายงาน โดยระบุข้อมูลที่สำคัญ

6. กิจกรรมการเรียนรู้

6.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ครูทักทายและตรวจสอบรายชื่อนักศึกษา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยฯ
2. ครูชี้แจงจุดประสงค์ของการเรียนรู้หน่วยที่ 6 และแนวทางการเรียนการสอน
3. ครูสำรวจความพร้อมของนักเรียน

6.2 การเรียนรู้

1. การทำความเข้าใจกรณีศึกษา

- การเลือกกรณีศึกษา: เลือกกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือปัญหาที่ต้องการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น กรณีศึกษาด้านการจัดการองค์กร การพัฒนาเทคโนโลยี หรือการตลาด
- การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน: ศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ของกรณีศึกษา เช่น สถานการณ์, ปัญหาที่เกิดขึ้น, ข้อมูลเบื้องต้น, และตัวแปรที่เกี่ยวข้อง
- การวิเคราะห์ข้อมูล: ตรวจสอบข้อมูลในกรณีศึกษา เช่น สาเหตุของปัญหา, ผลกระทบ, และการตัดสินใจที่ทำในแต่ละขั้นตอน

2. การวิเคราะห์เชิงลึก

- การประเมินปัญหาหรือสถานการณ์: วิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ในกรณีศึกษาที่เลือกว่ามีลักษณะอย่างไรและเกิดขึ้นจากอะไร
- การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์: เช่น การวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), การวิเคราะห์ PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) หรือเครื่องมืออื่น ๆ ที่ช่วยให้เข้าใจสภาพแวดล้อมของกรณีศึกษา
- การประเมินทางเลือก: คิดหาทางเลือกต่าง ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหาในกรณีศึกษาได้ เช่น การนำแนวทางการบริหารที่เหมาะสมมาใช้

3. การสร้างความเข้าใจในทฤษฎีและหลักการ

- การเชื่อมโยงทฤษฎี: นำทฤษฎีหรือแนวทางจากตำราเรียนหรือจากงานวิจัยมาเชื่อมโยงกับกรณีศึกษา เพื่อนำมาช่วยในการตีความและวิเคราะห์
- การศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้: ศึกษาวิธีการที่ผู้บังคับการหรือผู้เชี่ยวชาญนำกรณีศึกษามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริง

4. การหาทางออกและการนำไปใช้

- การเสนอแนะทางออก: สร้างข้อเสนอแนะที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสถานการณ์ในกรณีศึกษา โดยอ้างอิงจากข้อมูลและการวิเคราะห์ที่ทำ
- การประเมินผล: พิจารณาถึงผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ทางเลือกต่าง ๆ เช่น ความสำเร็จ ความล้มเหลว หรือผลกระทบในระยะยาว
- การนำไปประยุกต์ใช้: เรียนรู้จากกรณีศึกษาที่ได้รับและนำบทเรียนไปใช้ในสถานการณ์จริง เช่น ในการทำงาน การตัดสินใจ หรือการพัฒนาองค์กร

5. การสะท้อนผลการเรียนรู้และการพัฒนา

- การวิเคราะห์ผลการประยุกต์ใช้: หลังจากนำทางออกไปใช้แล้ว ควรมีการประเมินผลในระยะยาว เช่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กร หรือการเรียนรู้จากผลที่ได้

- การปรับปรุง: หากพบว่าไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ตามที่คาดหวัง ควรมีการปรับกลยุทธ์หรือทบทวนวิธีการใหม่ เพื่อหาทางออกที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

6.3 การสรุป

1. ครูให้นักเรียนอภิปรายกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้ จากนั้นครูสุ่มถามให้นักเรียนแสดงความคิดเห็น
2. ครูให้นักเรียนทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 6
3. ครูให้นักเรียนจับคู่กันเปรียบเทียบคำตอบ
4. ครูเฉลยพร้อมนักเรียนทั้งชั้น

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. Internet
2. ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
3. คอมพิวเตอร์
4. กิจกรรมการเรียนการสอน
5. ใบงาน
6. กิจกรรมเสนอแนะผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมคุณธรรมนำความรู้

8. หลักฐานการเรียนรู้

8.1 หลักฐานความรู้

1. บันทึกการสอน
2. ใบแสดงผลการปฏิบัติงาน

8.2 หลักฐานการปฏิบัติงาน

1. แผนจัดการเรียนรู้
2. 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 ร่วมกัน

ประเมิน

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 ประเมิน

ตามสภาพจริง

10. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

10.1 ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

10.2 ปัญหาที่พบ

10.3 แนวทางแก้ปัญหา

	ใบความรู้ ที่ 1	หน่วยที่ .6
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 16-18
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับหน่วยการเรียนรู้

สามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทฤษฎีและเครื่องมือในการแก้ปัญหา สื่อสารผลการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการพัฒนาแนวทางการแก้ไข ตัดสินใจและวางแผนจากกรณีศึกษาที่ได้รับ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะประจำหน่วย

- 3.1 วิเคราะห์กรณีศึกษาจากข้อมูลที่มีและระบุปัญหาหลักได้
- 3.2 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สถานการณ์จริง
- 3.3 เลือกและใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาจากกรณีศึกษา
- 3.4 พัฒนาและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์ที่มีเหตุผล
- 3.5 สื่อสารผลการวิเคราะห์และแนวทางการแก้ไขได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ
- 3.6 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการประมวลผลข้อมูลและตัดสินใจ
- 3.7 ตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมตามข้อจำกัดในกรณีศึกษา

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 ระบุและวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ในกรณีศึกษา
- 4.2 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดทางวิชาการในการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- 4.3 เลือกและใช้เครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.4 เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาแผนกลยุทธ์
- 4.5 สื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจากกรณีศึกษาให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย
- 4.6 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและพัฒนาแนวทางการแก้ไขปัญหา
- 4.7 ตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์จากกรณีศึกษาที่ได้รับ

5. เนื้อหาสาระ

1. การทำความเข้าใจกรณีศึกษา (Case Study)

- คำจำกัดความของกรณีศึกษา: กรณีศึกษาคือการศึกษาและการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง โดยมักจะเป็นสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาหรือความท้าทายที่องค์กรหรือบุคคลต้องเผชิญ และมักจะใช้เพื่อศึกษาว่าการตัดสินใจหรือกลยุทธ์ใดที่ถูกนำมาใช้ในสถานการณ์นั้นๆ เพื่อแก้ปัญหาหรือดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย
- ลักษณะของกรณีศึกษา: กรณีศึกษามักประกอบไปด้วยข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เป็นปัญหา, ข้อเท็จจริง, การตัดสินใจ, การดำเนินการ, และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
- ประเภทของกรณีศึกษา:
 1. กรณีศึกษาด้านธุรกิจ: การวิเคราะห์กลยุทธ์ธุรกิจ การพัฒนาองค์กร หรือการตัดสินใจในสถานการณ์เฉพาะ
 2. กรณีศึกษาด้านสังคม: การศึกษาเหตุการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ปัญหาความยากจน, การศึกษาผลกระทบของนโยบายสาธารณะ
 3. กรณีศึกษาด้านการศึกษา: การวิเคราะห์กรณีของการพัฒนาหลักสูตร, การจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย
 4. กรณีศึกษาด้านสาธารณสุข: การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสุขภาพ การจัดการโรคระบาด การวางแผนด้านสาธารณสุข

2. การวิเคราะห์กรณีศึกษา

- การประเมินสถานการณ์และปัญหา: การเริ่มต้นการวิเคราะห์กรณีศึกษาคือการศึกษาทำความเข้าใจปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จากนั้นทำการแยกแยะตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยภายใน (เช่น การจัดการภายในองค์กร) และปัจจัยภายนอก (เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ, การแข่งขันในตลาด)
- การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์: การใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สถานการณ์ เช่น:
 1. SWOT Analysis (การวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส และภัยคุกคาม)
 2. PESTEL Analysis (การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทางการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, เทคโนโลยี, สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย)
 3. 5 Forces Analysis (การวิเคราะห์ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในตลาด)
- การระบุปัญหาหลัก: ผู้เรียนจะได้ฝึกการระบุปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษา เช่น ปัญหาการดำเนินงานที่ไม่ราบรื่น, การตัดสินใจที่ผิดพลาด, หรือปัญหาภายในองค์กร

3. การประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิด

- การเชื่อมโยงทฤษฎีกับสถานการณ์จริง: ผู้เรียนจะได้ฝึกการนำทฤษฎีที่เรียนมาใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษา เช่น การใช้ทฤษฎีการจัดการ, การตลาด, หรือเศรษฐศาสตร์ในการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น

- การประยุกต์ใช้โมเดลและเครื่องมือทางวิชาการ: การใช้โมเดลทางธุรกิจ, การจัดการ, การตลาด, หรือสถิติในการหาคำตอบหรือทางเลือกที่ดีที่สุด
- การวิเคราะห์ทางเลือก: การประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการพัฒนาหรือเลือกทางเลือกในการแก้ปัญหา โดยอ้างอิงจากทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดที่ได้รับการศึกษา

4. การพัฒนาและเสนอแนะทางการแก้ไขปัญหหรือกลยุทธ์

- การเสนอแผนการแก้ไขปัญหหรือกลยุทธ์: ผู้เรียนจะได้ฝึกการพัฒนาแนวทางหรือแผนการแก้ปัญหาจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา โดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่และทฤษฎีที่ได้เรียนรู้มาช่วยในการสร้างแผนการที่มีความเหมาะสม
- การพิจารณาผลกระทบในระยะยาว: การพัฒนาแผนหรือแนวทางที่ไม่เพียงแต่แก้ไขปัญหปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

5. การสื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

- การเขียนรายงาน: การนำเสนอผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาในรูปแบบรายงาน โดยระบุข้อมูลที่สำคัญ

6. แบบฝึกหัด/แบบทดสอบ

แบบฝึกหัด

กรณีศึกษา: บริษัท XYZ

บริษัท XYZ เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากบริษัทใหม่ที่เข้ามาในตลาด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม การซื้อของลูกค้า บริษัทจึงต้องการพัฒนากลยุทธ์การตลาดใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า

คำถาม

1. วิเคราะห์ปัญหาหลักที่บริษัท XYZ เผชิญอยู่
2. เสนอแนะทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดใหม่ให้กับบริษัท
3. อธิบายวิธีการประเมินผลกลยุทธ์ที่เสนอ

แบบทดสอบ

1. กรณีศึกษาของบริษัท A ที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต มีการใช้เทคนิคการปรับปรุงกระบวนการ (Process Improvement) ควรเริ่มต้นจากการทำอะไรเป็นอันดับแรก?

- ก. วิเคราะห์ผลลัพธ์การผลิต
- ข. ระบุปัญหาที่เกิดขึ้น
- ค. ฝึกอบรมพนักงาน
- ง. ลงทุนในเครื่องจักรใหม่

2. ในการวิเคราะห์กรณีศึกษา ข้อมูลใดที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจแก้ไขปัญห?

- ก. ข้อมูลทางการเงิน
- ข. ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้า

ค. ข้อมูลการผลิต

ง. ข้อมูลการแข่งขัน

3. บริษัท B พบว่า การเปลี่ยนแปลงในนโยบายการตลาดทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงนี้แสดงถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดใด?

ก. การวางแผนยุทธศาสตร์

ข. การปรับตัวทางธุรกิจ

ค. การสร้างนวัตกรรม

ง. การจัดการความเสี่ยง

4. หากบริษัท C ต้องการใช้แนวทางการจัดการคุณภาพทั้งหมด (TQM) ควรให้ความสำคัญกับเรื่องใดที่สุด?

ก. การลดต้นทุน

ข. การมีส่วนร่วมของพนักงาน

ค. การขยายตลาด

ง. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

7. เอกสารอ้างอิง (ขึ้นหน้าใหม่)

ค้นคว้าทาง Internet

8. ภาคผนวก (เฉลยแบบฝึกหัด เฉลยแบบทดสอบ ฯ)

เฉลยแบบฝึกหัด

1. ปัญหาหลัก:

- การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากบริษัทใหม่
- การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม การซื้อของลูกค้า เช่น การเน้นคุณภาพและความยั่งยืน
- ขาดการเข้าถึงลูกค้าในช่องทางดิจิทัล

2. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์:

- เน้นการตลาดดิจิทัล เช่น การใช้โซเชียลมีเดียและการโฆษณาออนไลน์
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า
- สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านโปรแกรมสะสมคะแนนหรือบริการหลังการขาย

3. วิธีการประเมินผลกลยุทธ์

- การสำรวจความคิดเห็นลูกค้าเพื่อวัดความพึงพอใจ
- การวิเคราะห์ยอดขายก่อนและหลังการใช้กลยุทธ์
- การติดตามการเติบโตของฐานลูกค้าในช่องทางดิจิทัล

เฉลยแบบทดสอบ

1. ข. 2. ข.

3. ข. 4. ข.

	ใบงาน ที่ 1	หน่วยที่ 6
	รหัสวิชา 21910-1002 ชื่อวิชา วิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ	สอนครั้งที่ 16-18
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้	ทฤษฎี 3 ชม. ปฏิบัติ 6 ชม.
ชื่อเรื่อง กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้		

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน

สามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทฤษฎีและเครื่องมือในการแก้ปัญหา สื่อสารผลการวิเคราะห์และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการพัฒนาแนวทางการแก้ไข ตัดสินใจและวางแผนจากกรณีศึกษาที่ได้รับ

2. อ้างอิงมาตรฐาน/เชื่อมโยงกลุ่มอาชีพ

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

อาชีพนักวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ ระดับ 3

3. สมรรถนะการปฏิบัติงาน

- 3.1 วิเคราะห์กรณีศึกษาจากข้อมูลที่มีและระบุปัญหาหลักได้
- 3.2 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สถานการณ์จริง
- 3.3 เลือกและใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาจากกรณีศึกษา
- 3.4 พัฒนาและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือกลยุทธ์ที่มีเหตุผล
- 3.5 สื่อสารผลการวิเคราะห์และแนวทางการแก้ไขได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ
- 3.6 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการประมวลผลข้อมูลและตัดสินใจ
- 3.7 ตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมตามข้อจำกัดในกรณีศึกษา

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 4.1 ระบุและวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ในกรณีศึกษา
- 4.2 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดทางวิชาการในการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- 4.3 เลือกและใช้เครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.4 เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาแผนกลยุทธ์
- 4.5 สื่อสารผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจากกรณีศึกษาให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย
- 4.6 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการวิเคราะห์กรณีศึกษาและพัฒนาแนวทางการแก้ไขปัญหา
- 4.7 ตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์จากกรณีศึกษาที่ได้รับ

5. เครื่องมือ วัสดุ และอุปกรณ์

5.1 กระดาษร้อยปอนด์

5.2 สีไม้

5.3 สมาร์ทโฟน

6. คำแนะนำ/ข้อควรระวัง

-

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. การทำความเข้าใจกรณีศึกษา

- การเลือกกรณีศึกษา: เลือกกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือปัญหาที่ต้องการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น กรณีศึกษาด้านการจัดการองค์กร การพัฒนาเทคโนโลยี หรือการตลาด
- การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน: ศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ของกรณีศึกษา เช่น สถานการณ์, ปัญหาที่เกิดขึ้น, ข้อมูลเบื้องต้น, และตัวแปรที่เกี่ยวข้อง
- การวิเคราะห์ข้อมูล: ตรวจสอบข้อมูลในกรณีศึกษา เช่น สาเหตุของปัญหา, ผลกระทบ, และการตัดสินใจที่ทำในแต่ละขั้นตอน

2. การวิเคราะห์เชิงลึก

- การประเมินปัญหาหรือสถานการณ์: วิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ในกรณีศึกษาที่เลือกว่ามีลักษณะอย่างไรและเกิดขึ้นจากอะไร
- การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์: เช่น การวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), การวิเคราะห์ PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) หรือเครื่องมืออื่น ๆ ที่ช่วยให้เข้าใจสภาพแวดล้อมของกรณีศึกษา
- การประเมินทางเลือก: คิดหาทางเลือกต่าง ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหาในกรณีศึกษาได้ เช่น การนำแนวทางการบริหารที่เหมาะสมมาใช้

3. การสร้างความเข้าใจในทฤษฎีและหลักการ

- การเชื่อมโยงทฤษฎี: นำทฤษฎีหรือแนวทางจากตำราเรียนหรือจากงานวิจัยมาเชื่อมโยงกับกรณีศึกษา เพื่อนำมาช่วยในการตีความและวิเคราะห์
- การศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้: ศึกษาวิธีการที่ผู้นำองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญนำกรณีศึกษามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริง

4. การหาทางออกและการนำไปใช้

- การเสนอแนะทางออก: สร้างข้อเสนอแนะที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสถานการณ์ในกรณีศึกษา โดยอ้างอิงจากข้อมูลและการวิเคราะห์ที่ทำ
- การประเมินผล: พิจารณาถึงผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ทางเลือกต่าง ๆ เช่น ความสำเร็จ ความล้มเหลว หรือผลกระทบในระยะยาว

- การนำไปประยุกต์ใช้: เรียนรู้จากกรณีศึกษาที่ได้รับและนำบทเรียนไปใช้ในสถานการณ์จริง เช่น ในการทำงาน การตัดสินใจ หรือการพัฒนาองค์กร

5. การสะท้อนผลการเรียนรู้และการพัฒนา

- การวิเคราะห์ผลการประยุกต์ใช้: หลังจากนำทางออกไปใช้แล้ว ควรมีการประเมินผลในระยะยาว เช่น ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กร หรือการเรียนรู้จากผลที่ได้
- การปรับปรุง: หากพบว่าไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ตามที่คาดหวัง ควรมีการปรับกลยุทธ์หรือทบทวนวิธีการใหม่ เพื่อหาทางออกที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

8. สรุปและวิจารณ์ผล

1. นักเรียนออกนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ครูและนักเรียนสรุปร่วมกัน

9. การประเมินผล

1. การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. ใบงานที่มอบหมาย
3. แบบประเมินด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์

10. เอกสารอ้างอิง/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม

Internet

