



## หลักสูตรการฝึกยกระดับฝีมือ

สำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สาขา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด  
(Product development to meet the needs of the market)  
รหัสหลักสูตร : ๐๙๒๐๐๑๗๒๓๐๑๑๓

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก  
กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน

**หลักสูตรการฝึกยกระดับฝีมือ**  
**สำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)**  
**สาขา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด**  
**(Product development to meet the needs of the market)**

**รหัสหลักสูตร : ๐๙๒๐๐๑๗๒๓๐๑๑๓**  
**กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน**

.....

**๑. วัตถุประสงค์**

๑.๑ เพื่อให้ผู้รับการฝึกมีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขาย และมีรายได้เพิ่มขึ้น

๑.๒ เพื่อให้ผู้รับการฝึกมีความรู้ในการบริหารกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดทำบัญชีและการตลาด ได้ถูกต้อง

**๒. ระยะเวลาฝึก**

ผู้รับการฝึกจะได้รับการฝึกทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค หรือศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด หรือศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานกรุงเทพมหานคร หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในสังกัด กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมระยะเวลาการฝึก ๒๔ ชั่วโมง

**๓. คุณสมบัติของผู้รับการฝึก**

๓.๑ มีอายุไม่ต่ำกว่า ๑๘ ปี

๓.๒ เป็นแรงงานในสถานประกอบกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือบุคคลทั่วไป

๓.๓ มีสภาพร่างกายและจิตใจที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการฝึก และสามารถเข้าฝึกได้ตลอดหลักสูตร

**๔. วุฒิบัตร**

ชื่อเต็ม : วุฒิบัตรพัฒนาฝีมือแรงงาน สาขา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด

ชื่อย่อ วพร. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด

ผู้รับการฝึกต้องมีระยะเวลาการฝึกไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของระยะเวลาการฝึกทั้งหมด และต้องเข้ารับการประเมินผลการฝึกอบรม ได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ของคะแนนทั้งหมดจึงถือว่าเป็นผู้ผ่านการฝึกอบรม จะได้รับวุฒิบัตร

## ๕. หัวข้อวิชา

รหัส	หัวข้อวิชา	ชั่วโมง	
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๑	ปรัชญาและหลักการเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดทำบัญชี	๓	-
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๒	เทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด	๓	-
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๓	กรณีศึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด	๒	-
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๔	การสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้ตราสินค้า	๒	๓
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๕	การสร้างเครือข่ายและการบริการ	๒	-
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๖	การบริหารจัดการด้านการตลาด	๓	-
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๗	กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ	๓	-
๐๙๒๒๓๓๐๕๐๘	เทคนิคการเลือกสถานที่จำหน่ายและการจัดวางผลิตภัณฑ์	๓	-
๐๙๒๒๓๓๑๙๐๑	การวัดและประเมินผล	-	-
รวม		๒๑	๓
		๒๔	

## ๖. เนื้อหาวิชา

๐๙๒๒๓๓๐๕๐๑ ปรัชญาและหลักการเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดทำบัญชี (๓ : ๐)

### วัตถุประสงค์รายวิชา

เพื่อให้ผู้รับการฝึกมีความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในระดับต่างๆ และมีความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีได้ถูกต้อง

### คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความหมาย ความเป็นมาของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในระดับต่างๆ การประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและหลักการทำบัญชี

๐๙๒๒๓๓๐๕๐๒ เทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด (๓ : ๐)

### วัตถุประสงค์รายวิชา

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้ถูกต้อง

### คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาวัตถุดิบในการผลิต การพัฒนาทักษะในการผลิต การพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ความหมาย ความสำคัญและการสร้างตราสินค้า (Brand)

๐๙๒๒๓๓๐๕๐๓ **กรณีศึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด** (๒ : ๐)

**วัตถุประสงค์รายวิชา**

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดได้ถูกต้อง

**คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดในแต่ละกรณีศึกษา

๐๙๒๒๓๓๐๕๐๔ **การสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้ตราสินค้า** (๒ : ๓)

**วัตถุประสงค์รายวิชา**

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการและกลยุทธ์การสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้ตราสินค้าได้ถูกต้อง

**คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความหมายของตราสินค้า องค์ประกอบของตราสินค้า กระบวนการสร้างตราสินค้า อุปสรรคของธุรกิจต่อการสร้างตราสินค้า การสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือในสินค้า การสร้างมาตรฐานสินค้า การแจ้งแหล่งกำเนิดสินค้า การแสดงส่วนประกอบของสินค้า การสร้างแบรนด์ของสินค้า และการสร้างโลโก้อย่างไรให้น่าจดจำ

ฝึกปฏิบัติการสร้างแบรนด์ของสินค้าและการสร้างโลโก้ให้น่าจดจำ

๐๙๒๒๓๓๐๕๐๕ **การสร้างเครือข่ายและการบริการ** (๒ : ๐)

**วัตถุประสงค์รายวิชา**

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการบริการได้ถูกต้อง

**คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความหมายของเครือข่าย การเชื่อมโยงระหว่างบุคคล การเชื่อมโยงบุคคลกับกลุ่ม การเชื่อมโยงกลุ่มต่อกลุ่ม องค์ประกอบของเครือข่าย ลักษณะของเครือข่ายที่ดี ประเภทของเครือข่าย วิธีการสร้างเครือข่าย เทคนิคการสร้างเครือข่ายสร้างสายสัมพันธ์ การใช้เครื่องมือสร้างเครือข่าย ยุทธวิธีสร้างเครือข่าย ๔ ลักษณะ ได้แก่ การมีส่วนร่วม การให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือ การประสานงานให้ราบรื่น และการประสานความร่วมมือร่วมใจ ข้อควรคำนึงเมื่อทำงานเครือข่าย และวิธีการสร้างเครือข่ายให้ยั่งยืน

๐๙๒๒๓๓๐๕๐๖ **การบริหารจัดการด้านการตลาด** (๓ : ๐)

**วัตถุประสงค์รายวิชา**

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาดได้ถูกต้อง

**คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความหมายของคำว่าตลาด กระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้า มุมมองการตลาด การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ หลักการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคร่วมกับพฤติกรรมการใช้สินค้า วิธีการสร้างกลยุทธ์การตลาด วิธีการแบ่งตลาดกลุ่มย่อย การวิเคราะห์และประเมิน  
ลูกค้าในตลาดกลุ่มย่อยเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เครื่องมือทางการตลาด สินค้า ตราสินค้าและบริการ  
ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด

**๐๙๒๒๓๓๐๕๐๗ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ (๓ : ๐)**

**วัตถุประสงค์รายวิชา**

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารขององค์กรกับกลุ่มต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ  
ความสำเร็จขององค์กรได้ถูกต้อง

**คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความหมายของการประชาสัมพันธ์ ลักษณะของการประชาสัมพันธ์  
บทบาทของการประชาสัมพันธ์ ความจำเป็นในการใช้การประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจ เครื่องมือการประชาสัมพันธ์  
ซึ่งประกอบด้วย การให้ข่าว การสัมภาษณ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ การทำกิจกรรมสาธารณะและ  
โครงการสาธารณะ การจัดกิจกรรมพิเศษ การพัฒนาบุคลากร การบริหารข่าวเชิงกลยุทธ์ การบริหารภาวะวิกฤต  
การเป็นผู้สนับสนุนและการกุศล

**๐๙๒๒๓๓๐๕๐๘ เทคนิคการเลือกสถานที่จำหน่ายและการจัดวางผลิตภัณฑ์ (๓ : ๐)**

**วัตถุประสงค์รายวิชา**

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกที่ตั้งสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์  
และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การขายหรือบริการได้ถูกต้อง

**คำอธิบายรายวิชา**

ศึกษาความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์  
ความแตกต่างของการจัดแสดง การเลือกสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ วิธีการจัดแสดงวางสินค้าผลิตภัณฑ์  
ซึ่งแบ่งตามตำแหน่งเนื้อที่ในร้าน การจำแนกประเภทของตู้โชว์ การจำแนกประเภทตู้โชว์ตามวัตถุประสงค์ของการ  
จัดแสดง เช่น จำแนกตามลักษณะของสินค้าที่จัดแสดง จำแนกตามความต่อเนื่องของการจัดแสดงวางสินค้า  
และจำแนกตามลักษณะการก่อสร้าง เป็นต้น

**๐๙๒๒๓๓๐๕๐๑ การวัดและประเมินผล**

เป็นการประเมินความรู้และทักษะของผู้รับการฝึกระหว่างการฝึกอบรม

\*\*\*\*\*

**ผู้จัดทำหลักสูตร**

นายสมศักดิ์ สุขวัฑฒโก

ผู้อำนวยการกลุ่มงานพัฒนาหลักสูตรและเทคโนโลยีการฝึก

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

นางสมพร ชันดีโชติ

หัวหน้าฝ่ายพัฒนาหลักสูตร

กลุ่มงานพัฒนาหลักสูตรและเทคโนโลยีการฝึก

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

นางสาวนันทิมา สงสนันท์

นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานชำนาญการ

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

นายจักรวาล ทิพย์มาลัย

นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานชำนาญการ

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

นายนที ราชฉวาง

นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานชำนาญการ

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

นายวิระ ชิตชลธาร

นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานชำนาญการ

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

นายภัทร วรศักดิ์โยธิน

นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานชำนาญการ

สำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

ลงนาม.....ผู้เสนอหลักสูตร

(นายสุรพล พลอยสุข)

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ฝึกและเทคโนโลยีการฝึก

ลงนาม.....ผู้เห็นชอบหลักสูตร

(นายวิชัย คงรัตนชาติ)

รองอธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

ลงนาม.....ผู้อนุมัติหลักสูตร

(นายกรัฑา สฟโชค)

อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน