

# แผนการจัดการเรียนรู้

รหัส.....22001104.....วิชา.....การขายเบื้องต้น 1.....  
หลักสูตร.....ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556.....  
ประเภทวิชา.....บริหารธุรกิจ.....

จัดทำโดย

นางปรารธนา ดวงแก้ว

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ  
วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวนครราชสีมา

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นสมรรถนะ รายวิชาการขายเบื้องต้น 1 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นนักขายที่ดี โดยผู้เรียนสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ คนละ 1 ชิ้นงาน มุ่งให้ผู้เรียนพัฒนาบทบาทของตนเองในการเป็นผู้แสวงหาความรู้ สร้างองค์ความรู้ใหม่ และเปลี่ยนบทบาทจากผู้สอนมาเป็นผู้ให้ความรู้ ผู้ชี้แนะ และพร้อมกันนี้ก็ได้แทรกคุณธรรมจริยธรรมอันพึงประสงค์รวมทั้งการบูรณาการเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ

นางปรารถนา ดวงแก้ว

ครู

# สารบัญ

## หน้า

ลักษณะรายวิชา	4
ตารางวิเคราะห์หลักสูตร	5
กำหนดการสอน	6
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 1	7 - 13
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 2	14 - 19
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 3	20 - 26
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 4	27 - 33
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 5	34 - 40
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 6	41 - 45
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 7	46 - 51
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 8	52 - 57
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 9	58 - 64
แผนการจัดการเรียนรู้ หน่วยที่ 10	65 - 71

## ลักษณะรายวิชา

รหัสและชื่อวิชา.....22001104 การขายเบื้องต้น 1.....

หน่วยกิต(ชั่วโมง).....2 (2).....เวลาเรียนต่อภาค.....36....ชั่วโมง

รายวิชาตามหลักสูตร	ปรับคำอธิบายรายวิชาเป็นสมรรถนะ	ชั่วโมง
<p><b>จุดประสงค์รายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้าใจหลักการขาย และความรู้พื้นฐานของงานขาย</li> <li>2. เตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นนักขายที่ดี</li> <li>3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเชื่อมั่นในตนเองและความมีมนุษยสัมพันธ์</li> </ol> <p><b>สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการขาย และความรู้พื้นฐานของการขาย</li> <li>2. แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่การขาย ประเภทและลักษณะของงานขาย</li> <li>3. แสดงความรู้เกี่ยวกับตนเอง กิจการ ผลิตภัณฑ์ ลูกค้า คู่แข่งขัน โอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย</li> <li>4. เตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นนักขายที่ดีตามหลักการ</li> </ol> <p><b>คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับหลักการขาย แนวคิดทางการขาย วิวัฒนาการการขาย หน้าที่ทางการขาย ประเภทและลักษณะของงานขาย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง คุณสมบัติของนักขาย โอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย</p>	<p><b>สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถบอกความก้าวหน้าของพนักงานขายได้</li> <li>2. สามารถอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้</li> </ol>	
	<b>รวม</b>	36

## ตารางวิเคราะห์หลักสูตร

รหัส.....3202-2001.....วิชา.....การจัดการขาย.....หน่วยกิต.....3.....

ชั้น.....ปวส.1.....สาขาวิชา.....การตลาด.....

ชื่อหน่วย พฤติกรรม	พุทธิพิสัย						ทักษะพิสัย	จิตพิสัย	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวนคาบ
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1.ความหมายและความสำคัญของการขาย	10	10	5	5					25	7	2
2.ประเภทและลักษณะของงานขาย	10	10	5	4					29	5	2
3.โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย	10	8	5	5					28	6	2
4.คุณสมบัติและจรรยาบรรณของพนักงานขาย	10	8	8	5					31	4	4
5.ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	10	9	9	8					36	1	8
6.ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	10	8	6	5					29	6	2
7.ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	10	8	8	7					33	3	4
8.ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น	10	6	6	6					28	6	2
9.เทคนิคการขาย	10	8	8	8					34	2	8
10.ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	10	8	6	5					29	5	2
<b>รวม</b>	100	83	66	58					307		36
<b>ความสำคัญ</b>	1	2	3	4							

## กำหนดการสอน

หน่วยที่	ชื่อหน่วย / รายการสอน	สัปดาห์ที่	ชั่วโมงที่
1	ความหมายและความสำคัญของการขาย	1	1
2	ประเภทและลักษณะของงานขาย	2	1
3	โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย	3	1
4	คุณสมบัติและจรรยาบรรณของพนักงานขาย	4-5	1 - 2
5	ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	6 - 9	1 - 4
6	ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	10	1
7	ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	11 - 12	1 - 2
8	ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	13	1
9	เทคนิคการขาย	14 - 17	1 - 4
10	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	18	1

หน่วยที่.....1.....

จำนวน.....2.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ความหมายและความสำคัญของการขาย

เรื่อง ความหมายและความสำคัญของการขาย หน้าที่การขาย วิวัฒนาการของการขาย  
ความหมายและความสำคัญของการตลาด หน้าที่ทางการตลาด แนวคิดด้านการตลาด

### 1. สาระสำคัญ

การขายเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจทุกประเภท เนื่องจากการขายเป็นกิจกรรมหลัก เพราะการขายที่มีประสิทธิภาพย่อมนำมาซึ่งรายได้ให้แก่องค์กร และสามารถทำให้องค์กรได้รับผลตอบแทนสูงสุดจากการประกอบการในรูปของผลกำไร การขายเป็นอาชีพที่มีความเป็นอิสระ มีความท้าทาย เป็นวิชาชีพที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ทั้งนี้ผู้ที่จะเข้าสู่การเป็นพนักงานขายจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ พร้อมทั้งควรทำการศึกษาแนวความคิดทางการตลาดที่จำเป็น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้าซึ่งจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในที่สุด

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายและความสำคัญของการขายได้
- 2.บอกหน้าที่ของการขายได้
3. อธิบายวิวัฒนาการของการขายได้
4. บอกหน้าที่ทางการตลาดได้
- 5.อธิบายแนวความคิดทางการตลาดได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ความหมายและความสำคัญของการขาย

คณะกรรมการสมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการขายไว้ว่า การขาย คือกระบวนการขายทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อชักจูงให้ผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตซื้อสินค้าหรือบริการ หรือยินยอมให้กระทำตามในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะทำให้เกิดผลประโยชน์ทางการค้าแก่ผู้ขายและผู้ซื้อ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐและสุพจน์ กฤษณาธาร ได้ให้ความหมายไว้ว่า การขาย หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอย่างหนึ่งที่ลูกค้าหรือผู้ซื้อได้รับสินค้าหรือบริการ(ผลิตภัณฑ์) ส่วนผู้ขายได้รับเงินค่าสินค้าหรือบริการนั้น การขายจึงเป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กับค่าตอบแทน (เงิน) บนพื้นฐานของความพึงพอใจ

#### ความสำคัญของการขาย

การขายเป็นหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งในกิจกรรมการตลาด เพราะเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์จากผู้ขายหรือผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อหรือลูกค้า อีกทั้งยังทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ ตามมามากมาย

- 1.ความสำคัญของการขายที่มีต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์
- 2.ความสำคัญของการขายที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ
- 3.ความสำคัญของการขายที่มีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

#### หน้าที่ของการขาย

- 1.การขายคือการให้ความช่วยเหลือลูกค้า
- 2.การขายคือการชักจูงใจลูกค้า
- 3.การขายคือการติดต่อสื่อสาร
- 4.การขายคือการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า
- 5.การขายคือการให้ความรู้แก่ลูกค้า

#### วิวัฒนาการของการขาย

วิวัฒนาการ (Evolution) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงหรือคลี่คลายไปสู่ฐานะที่ดีขึ้นหรือเจริญขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงในทางชีววิทยาจากสิ่งง่ายไปสู่สิ่งที่ยากซับซ้อนมากขึ้น การขายก็เช่นเดียวกันมีวิวัฒนาการมาจากระบบการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือระบบแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อสิ่งของ ต่อมาเกิดปัญหาหลายประการในระบบแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อสิ่งของ เช่น ความต้องการไม่ตรงกัน สินค้าเป็นคนละชนิดกัน ไม่สามารถกำหนดปริมาณได้อย่างยุติธรรม เป็นต้น โดยวิวัฒนาการของการขายในประเทศไทย เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยโบราณเริ่มตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานีจนกระทั่งถึงปัจจุบัน มีความเจริญรุ่งเรืองตลอดมาเพราะผู้ปกครองประเทศและผู้ดำเนินการนโยบายในการบริหาร



ประเทศได้ให้อิสระเสรีทางการค้าผู้ประกอบการทั้งในประเทศและผู้ประกอบการค้าจากต่างประเทศ ระบบการค้าของไทยเราเป็นระบบการค้าแบบเสรี ตลาดสินค้าในประเทศจึงมีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกอย่างมากมาย

สมัยสุโขทัย ลักษณะการค้าเป็นระบบการค้าแบบเสรี การค้าในประเทศจัดตั้งร้านค้าติดต่อกันไปเป็นกลุ่มเดียวกันหรือแนวเดียวกัน เรียกว่า ตลาดปสาน

สมัยอยุธยา ลักษณะการค้าเป็นแบบระบบผูกขาด พระเจ้าแผ่นดินทรงกระทำเองเป็นส่วนใหญ่ การค้าในประเทศมีการเก็บภาษีเข้าพระคลังสินค้า โปรตุเกสเป็นชาวยุโรปชาติแรกที่เข้ามาค้าขายตรงกับรัชสมัยของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 สินค้าที่ซื้อขายกันส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นเมือง

สมัยธนบุรี มีระยะเวลาเพียง 15 ปี และอยู่ระหว่างการกอบกู้บ้านเมืองและฟื้นฟูประเทศหลังสงคราม ทำให้การค้าขายไม่เจริญรุ่งเรืองเท่าที่ควร

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ลักษณะการค้าสมัยรัชกาลที่ 1 – รัชกาลที่ 3 เป็นการค้าแบบผูกขาด โดยการค้าขายเป็นของหลวงจนถึงรัชกาลที่ 4 ได้ยกเลิกไป เพราะมีการทำสัญญากับต่างประเทศ มีระบบเก็บภาษี มีกรมพระคลัง

#### **ความหมายและความสำคัญของการตลาด**

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ว่า การตลาดหมายถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและขณะเดียวกัน ก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการด้วย

#### **ความสำคัญของการตลาด**

การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัย นอกจากนี้ การตลาดยังช่วยในการพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดการกระตุ้นการวิจัยเพื่อหาผลิตภัณฑ์ใหม่มาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

#### **หน้าที่ทางการตลาด**

หน้าที่ทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการของธุรกิจไปยังลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการ เมื่อใดก็ตามที่การตลาดเป็นระบบที่มีคุณภาพย่อมส่งผลให้ประชาชน สังคมและชุมชนมีคุณภาพไปด้วย

- 1.หน้าที่จัดการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- 2.หน้าที่เกี่ยวกับการแจกจ่ายสินค้าและบริการ
- 3.หน้าที่บริการให้ความสะดวก
- 4.หน้าที่การสื่อสารข้อมูลทางการตลาด
- 5.หน้าที่ในการทำให้สินค้าแตกต่างกัน
- 6.หน้าที่ในการตีราคาสินค้า

### แนวคิดทางการตลาด

แนวคิดด้านการตลาด หมายถึง การที่องค์กรใช้ความพยายามทั้งหมดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อมุ่งให้เกิดยอดขายและกำไรในที่สุด แนวความคิดด้านการตลาด ประกอบด้วย

- 1.แนวคิดด้านการผลิต
- 2.แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์
- 3.แนวคิดด้านการขาย
- 4.แนวคิดด้านการตลาด
- 5.แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม

### ส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่จะนำเสนอสู่ผู้บริโภค ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย

- 1.ผลิตภัณฑ์
- 2.ราคา
- 3.การจัดจำหน่าย
- 4.การส่งเสริมการตลาด

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูแนะนำรายวิชา วัตถุประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา การวัดและการประเมินผล</p> <p>1.2 ครูสอบถามความหมายของการขายในความคิดของนักศึกษา</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ในการเรียน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความหมายของการขาย ความสำคัญของการขาย หน้าที่การขาย วิวัฒนาการของการขาย หน้าที่ทางการตลาด แนวคิดด้านการตลาด</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 1</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 1</p>	<p>1.1 นักศึกษารับฟังคำแนะนำ เสนอแนะและสอบถามเมื่อสงสัย</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามตามความรู้เดิม</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม และร่วมแสดงความคิดเห็น</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 1</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 1</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. สื่ออินเทอร์เน็ต
5. ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์ภาพจากใบงานเพื่อจำแนกส่วนผสมทางการตลาด

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 1
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 1
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

1. นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....2.....

จำนวน.....2.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ประเภทและลักษณะของงานขาย

เรื่อง ประเภทและลักษณะของงานขาย

### 1. สาระสำคัญ

ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ทั้งในรูปของสินค้าและบริการในตลาดอยู่มากมายหลายชนิด ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะ คุณประโยชน์ คุณสมบัติและลักษณะของการใช้งาน ดังนั้น อาชีพการขาย จึงเป็นงานที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนนโยบายของกิจการนั้น ๆ ด้วย

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายและบอกประเภทของงานขายได้
- 2.บอกประเภทของช่องทางการขายได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ประเภทของงานขาย

งานขายเป็นหัวใจของการดำเนินกิจการด้านธุรกิจ ผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานขายจะต้องรู้จักใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินกิจกรรมด้านการขายให้ประสบผลสำเร็จ โดยการจูงใจให้ลูกค้า สนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า

การแบ่งประเภทของงานขาย ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการแบ่งว่าจะยึดสิ่งใดเป็นเกณฑ์ โดยทั่วไปจะแบ่งงานขายออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. แบ่งตามระบบการจัดจำหน่าย สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ระบบการขายตรง คืองานที่จัดจำหน่ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตส่งให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง นิยมใช้หลากหลายวิธี เช่น การขายทางไปรษณีย์ การโดยใช้โทรศัพท์ เป็นต้น

1.2 ระบบที่ผ่านคนกลาง คือการขายที่ผู้ผลิตไม่ได้ขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง แต่จะมีตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกเข้ามาเป็นคนที่รับสินค้าจากผู้ผลิตมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง โดยระบบการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางแยกเป็นรายละเอียดได้ ดังนี้

1.2.1 พ่อค้าคนกลาง เป็นพ่อค้าที่มีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า ซึ่งสามารถตั้งราคาขายได้ เช่น พ่อค้าส่ง เป็นต้น

1.2.2 ตัวแทนคนกลาง เป็นตัวแทนของผู้ผลิต ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า มีหน้าที่จัดส่งสินค้า ได้แก่ นายหน้า หรือตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

2. งานขายที่แบ่งตามลักษณะงานขาย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 งานขายที่ใช้พนักงานขาย เป็นงานขายที่พนักงานขายจะต้องไปเสนอขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้าโดยตรง งานขายประเภทนี้จัดเป็นงานขายที่สำคัญที่สุด โดยงานขายที่ต้องใช้พนักงานขาย แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ

2.1.1 งานขายปลีก

2.1.2 งานขายส่ง

2.1.3 งานขายด้านอุตสาหกรรม

2.2 งานขายที่ไม่ใช้พนักงานขาย เป็นงานขายที่ไม่ต้องใช้นุ้บุคคลไปติดต่อเพื่อเสนอขาย แต่จะใช้เทคนิควิธีการอื่น ๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าแทน

3. งานขายแบ่งตามสภาพทางการค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 งานขายภายในประเทศ

3.2 งานขายส่งออก

#### ประเภทของพนักงานขาย

การแบ่งประเภทของพนักงานขายมีหลายวิธี แต่ในที่นี้จะแบ่งตามลักษณะงานขายประเภทต่างๆ ดังนี้

1.พนักงานขายในอุตสาหกรรม งานขายประเภทนี้ พนักงานขายจะต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านเกี่ยวกับสินค้าที่เสนอขายเป็นพิเศษ พนักงานขายอุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1.1 พนักงานขายอุตสาหกรรมทั่วไป
- 1.2 วิศวกรฝ่ายขาย
- 1.3 พนักงานขายฝ่ายขายบริการ

2.พนักงานขายในงานขายส่ง คืองานที่ขายสินค้าในปริมาณมากและหลากหลายชนิด พนักงานขายประเภทนี้มีทั้งที่เป็นพ่อค้าคนกลางและตัวแทนคนกลางด้วย แบ่งออกเป็น

- 2.1 พนักงานขายบุกเบิก
- 2.2 พนักงานขายประจำรถส่งสินค้า
- 2.3 พนักงานขายส่ง
- 2.4 พนักงานแนะนำสินค้า

3.พนักงานขายปลีก สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท

- 3.1 พนักงานขายในร้าน หรือตามเคานเตอร์สินค้า
- 3.2 พนักงานขายสินค้าเฉพาะอย่าง
- 3.3 พนักงานขายสินค้าตามบ้าน

### ประเภทของช่องทางการขาย

ช่องทางการขายถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญยิ่งในการสร้างความสำเร็จในการขายเนื่องจากผู้ขายและลูกค้าสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าหรือใช้บริการ ประเภทของช่องทางการขายที่สำคัญสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ตามลักษณะการขาย ดังนี้

- 1.การขายผ่านหน้าร้าน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ
  - 1.1 การขายผ่านหน้าร้านที่ไม่เคลื่อนที่
  - 1.2 การขายผ่านหน้าร้านที่เคลื่อนที่
- 2.การขายผ่านพนักงานขาย
- 3.การขายผ่านสื่อการขายและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- 4.การขายผ่านตัวแทนจำหน่าย



## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูทบทวนบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 ครูสอบถามเกี่ยวกับงานที่มอบหมายไปในบทที่ 1</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ในการเรียน</p> <p>1.4 สอดแทรกธุรกิจและชี้ให้นักศึกษาเห็นลักษณะของเศรษฐกิจพอเพียงที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจ</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับประเภทของงานขาย ประเภทของพนักงานขาย ประเภทช่องทางการขาย</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 2</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 2</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามจากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามตามความรู้เดิม</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม และร่วมแสดงความคิดเห็น</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น1</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 2</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 2</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. สื่ออินเทอร์เน็ต
5. ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาสร้างตารางเพื่อจำแนกความแตกต่างของประเภทพนักงานขาย

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 2
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 2
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับความก้าวหน้าของพนักงานขายในแต่ละตำแหน่ง  
ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....3.....

จำนวน.....2.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย

เรื่อง โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย

### 1. สาระสำคัญ

ในบรรดาอาชีพทั้งหลาย อาชีพการขาย ไม่ว่าจะงานขายปลีก ขายส่ง จะมีโอกาสก้าวหน้าสูงกว่าอาชีพอื่น เนื่องจากงานขายนับว่าเป็นงานที่สนุกและท้าทายและได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า ดังนั้น พนักงานขายที่ดีจึงต้องเตรียมความพร้อมและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานขายปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้กิจการลดอัตราการเข้าออกหรือการถูกซื้อตัวจากกิจการอื่น

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายได้
- 2.อธิบายตำแหน่งงานของผู้ประกอบอาชีพการขายได้
- 3.บอกสิ่งจูงใจสำหรับอาชีพการขายได้
- 4.อธิบายลักษณะค่าตอบแทนของพนักงานขายได้
- 5.เลือกประกอบอาชีพงานขายที่เหมาะสมได้
- 6.อธิบายการจัดโครงสร้างการขายได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพการขาย

อาจกล่าวได้ว่าการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตของคนเรานั้นสิ่งหนึ่งที่สามารถเป็นตัวชี้วัดได้นั้นคือ การมีอาชีพที่มั่นคง ซึ่งแต่ละคนแต่ละอาชีพย่อมมีมุมมองที่แตกต่างกัน อาชีพการขายเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่เปิดโอกาสให้พนักงานขายได้แสดงความรู้ความสามารถ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาบุคลิกภาพในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นไป ตัวแปรสำคัญหลายประการที่มีผลต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานขาย สรุปได้ดังนี้

1. ความรักความพึงพอใจในอาชีพการขาย
2. บุคลิกภาพที่เหมาะสมในอาชีพการขาย
3. การพัฒนาตนเอง
4. ความอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค
5. องค์กรที่เหมาะสม
6. การวางแผนการทำงานที่ดี
7. มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ

#### ตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขาย

ตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพเป็นพนักงานขาย จะมีโอกาสและความก้าวหน้าในตำแหน่งการทำงานที่จะต้องเริ่มต้นจากระดับต่ำสุด โดยสามารถจัดระดับได้ดังนี้

1. ตำแหน่งพนักงานขายฝึกหัด
2. พนักงานขายระดับต้น
3. พนักงานขายอาวุโส
4. ผู้ควบคุมดูแลพนักงานขาย
5. ผู้จัดการแผนก
6. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
7. รองประธานบริษัทฝ่ายการตลาด
8. ประธานบริษัท

#### สิ่งจูงใจสำหรับอาชีพการขาย

อาชีพการขายมีสิ่งจูงใจมากมาย ทั้งด้านจิตใจและวัตถุ ได้แก่

1. มีงานทางด้านการขายให้เลือกทำมากมาย
2. เป็นงานที่ทำหายความสามารถ
3. มีอิสระในการปฏิบัติงาน

4. หากสามารถขายสินค้าได้มาก ค่าตอบแทนจากการขายก็จะสูงตามความสามารถในการขายสินค้า
5. งานขายไม่สามารถใช้เครื่องจักรกลปฏิบัติหน้าที่แทนได้
6. รายได้และผลตอบแทน

#### ลักษณะค่าตอบแทนของพนักงานขาย

โดยปกติทุกองค์กรจะมีระบบการให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขายคล้าย ๆ กัน ประเด็นแรกคือผลตอบแทนมาตรฐาน ต่อมาคือ สิ่งตอบแทนอื่น ๆ ที่มีใช่เป็นเงิน การเลื่อนตำแหน่ง ความก้าวหน้า และอนาคตที่สูงขึ้นในองค์กร

1. ผลตอบแทนมาตรฐาน เช่น เงินเดือน คอมมิชชั่น หรือเงินรางวัลการขาย โบนัส ค่าเบี้ยเลี้ยงเดินทาง ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าน้ำมัน เสื้อผ้า แบบฟอร์มพนักงาน
2. สิ่งตอบแทนอื่น ๆ ที่มีใช่ตัวเงิน เช่น รางวัลการทำงานดีเด่น ป้ายประกาศ ทีมทำงาน การศึกษาดูงาน เป็นต้น
3. การเลื่อนตำแหน่ง ความก้าวหน้า เช่น การขึ้นเงินเดือน ห้องทำงานใหม่ บรรยากาศใหม่ เป็นต้น
4. การแข่งขัน ประกวด และให้รางวัลเป็นกรณีพิเศษ
5. การประเมินผลงานประจำปีหรือครึ่งปี

#### การเลือกงานขายที่เหมาะสม

ถ้าหากตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพการขายแน่นอนแล้ว จะต้องตัดสินใจที่สำคัญอีกครั้งในการเลือกงานการขายที่เหมาะสมกับคุณสมบัติเบื้องต้น คือ การมีความรู้พื้นฐานและความชอบหรือความถนัด โดยความรู้ที่พนักงานขายจะต้องมี แบ่งออกเป็น

1. ความรู้เฉพาะทาง หรือความรู้พื้นฐาน
2. ความรู้พื้นฐานในสินค้าหรือบริการ

#### การจัดโครงสร้างการขาย

การจัดโครงสร้างการขาย หมายถึง การออกแบบโครงสร้างการทำงานภายในฝ่ายขายให้มีประสิทธิภาพ การจัดโครงสร้างการขายเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งที่ผู้บริหารงานขายจะต้องทำ เพื่อให้พนักงานขาย หัวหน้าพนักงานขาย ผู้จัดการขายและผู้บริหารงานขาย รวมทั้งฝ่ายงานอื่น ๆ ได้รับทราบถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบ สายงานการบังคับบัญชาและการติดต่อประสานงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างการขาย

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย
2. ลักษณะการกระจายของลูกค้า
3. ช่องทางการขาย
4. ตำแหน่งงานและจำนวนพนักงานทั้งหมดในฝ่ายขาย

## 5.ขนาดและนโยบายขององค์กร

### รูปแบบการจัดโครงสร้างการขาย

1.เกณฑ์ความเป็นเอกเทศ ในหลายองค์กร โดยเฉพาะองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลาง ฝ่ายขายมักสังกัดอยู่ภายใต้ฝ่ายการตลาด แต่ในองค์กรขนาดใหญ่ ฝ่ายขายมักแยกตัวเป็นอิสระ

2.เกณฑ์ตำแหน่งงาน

3.เกณฑ์ช่องทางการขาย

4.เกณฑ์พื้นที่การขาย

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงการรับสมัครพนักงานขายในตำแหน่งต่างๆ ที่นักศึกษาเคยพบเจอ</p> <p>1.2 ครูซักถามถึงข้อสังเกตของนักศึกษาที่มีต่อการรับสมัครพนักงานขายในท้องถิ่น</p> <p>1.3 อบรม ส่งเสริมคุณธรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนด้วยการให้ยกตัวอย่างธุรกิจสัมปทาน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 3</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 3</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับตำแหน่งการรับสมัครของพนักงานขาย</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับตำแหน่งการรับสมัครพนักงานขายในท้องถิ่น</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรมจริยธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 3</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 3</p>



## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. สื่ออินเทอร์เน็ต
5. ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาสร้างรายละเอียดการรับสมัครพนักงานขาย

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 3
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 3
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุดวิทยบริการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....4.....  
จำนวน.....12.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย คุณสมบัติและจรรยาบรรณของพนักงานขาย

เรื่อง คุณสมบัติและจรรยาบรรณของพนักงานขาย

### 1. สาระสำคัญ

เมื่อพูดถึงจรรยาบรรณ คนทั่วไปก็จะนึกถึงอาชีพบางอาชีพ เช่น แพทย์ พยาบาล ทนายความ ฯลฯ แต่ในความจริงแล้ว คำว่าจรรยาบรรณน่าจะต้องใช้กับคนทุกคน ถึงแม้จะมีอาชีพหรือไม่มีอาชีพก็ตาม อย่างน้อยที่สุดก็จะต้องมีจรรยาบรรณแห่งความเป็นมนุษย์ทุกคน

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.บอกคุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขายได้
- 2.อธิบายความรู้พื้นฐานของพนักงานขายได้
- 3.บอกจรรยาบรรณของพนักงานขายต่อตนเองได้
- 4.บอกจรรยาบรรณของพนักงานขายต่อกิจการได้
- 5.บอกจรรยาบรรณของพนักงานขายต่อลูกค้าได้
- 6.บอกจรรยาบรรณของพนักงานขายต่อสังคมได้
- 7.บอกจรรยาบรรณของพนักงานขายต่อคู่แข่งได้
- 8.มีความรู้เกี่ยวกับตนเองได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### คุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขาย

คุณลักษณะส่วนบุคคล สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนที่สำคัญ คือ คุณสมบัติประจำกายติดตัวมาก่อนมาเป็นพนักงานขาย ซึ่งสามารถปลูกฝังพัฒนาเพิ่มเติมขึ้นมาได้ พฤติกรรมการแสดงออก มีรายละเอียดดังนี้

##### 1. คุณสมบัติประจำกาย ที่ติดตัวของพนักงานขาย

- 1.1 ปัญญา
- 1.2 จิตใจ
- 1.3 กายหรือรูปลักษณ์
- 1.4 ความสามารถ
- 1.5 ความรู้

##### 2. พฤติกรรมแสดงออก

- 2.1 การสื่อสาร
- 2.2 มีความยืดหยุ่น
- 2.3 สามารถปรับตัว
- 2.4 ตรงต่อเวลา
- 2.5 มีกิริยามารยาทดี

#### ความรู้พื้นฐานของพนักงานขาย

การจะพิชิตใจลูกค้า ให้ได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ไม่ใช่ปัญหาที่แก้ไขไม่ได้ หากพนักงานขายคนใดมีความตั้งใจจริง มีความมานะพยายาม อดทนต่ออุปสรรคต่าง ๆ ความสำเร็จในการเอาชนะใจลูกค้าย่อมเกิดขึ้นได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องรอบรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตนเอง ดังนี้

1. ความรู้ในเรื่องสินค้าที่จะขาย
2. ความรู้เรื่องเกี่ยวกับกิจการ
3. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า
4. ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

#### จรรยาบรรณของพนักงานขายต่อตนเอง

งานขาย คือ งานอิสระขาดการควบคุมอย่างใกล้ชิดจากหัวหน้างาน ดังนั้น หากพนักงานขายต้องการความสำเร็จในหน้าที่การงาน พนักงานขายจะต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองอย่าง

สูง มีวินัยในตนเอง ปฏิบัติตนเองให้ถูกกาลเทศะ ไม่ต้องรอให้ใครมาบังคับ ควรเตือนตัวเองอยู่ตลอดเวลา ทั้งไม่โกหก หลอกลวงลูกค้า ให้ความเอื้อเฟื้อแก่เพื่อนพนักงานขายด้วยกัน

#### จรรยาบรรณของพนักงานขายต่อกิจการ

1. การไม่ขายสินค้าฟุ้ง พนักงานขายควรจะมีชีวิตที่ซื่อสัตย์และจริงจังต่อกิจการ ด้วยความตั้งใจขายสินค้าของกิจการอย่างเต็มที่ ไม่ควรขายคู่กับผลิตภัณฑ์อื่นที่มีใช้ผลิตภัณฑ์ของกิจการ
2. การไม่ขายสินค้าข้ามเขตการขายของตน
3. รักษาทรัพย์สินของกิจการ
4. ไม่เบียดค่าใช้จ่ายเกินจริง
5. ไม่ลาออกโดยไม่แจ้งล่วงหน้า

#### จรรยาบรรณของพนักงานขายต่อลูกค้า

จรรยาบรรณที่พนักงานขายควรพึงปฏิบัติต่อลูกค้า มีดังนี้

1. มีความซื่อสัตย์
2. มีความยุติธรรม
3. ไม่กล่าวอ้างสรรพคุณเกินจริง
4. การบริการหลังการขาย
5. การเก็บรักษาความลับของลูกค้า

#### จรรยาบรรณของพนักงานขายต่อสังคม

พนักงานขายควรจะเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เสียสละเพื่อชุมชน ถือเป็นการสร้างความรู้สึกรักและทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภค มีผลต่อการขายระยะยาว ทั้งยังมีผลต่อการขายสินค้าทางอ้อม ขณะเดียวกันพนักงานขายต้องไม่ขัดแย้งกับความพอใจและบรรทัดฐานของสังคม

#### จรรยาบรรณเกี่ยวกับคู่แข่ง

พนักงานขายจะประสบความสำเร็จในชีวิตการขาย นอกจากจะต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเอง กิจการและต่อลูกค้าแล้วจำเป็นจำเป็นต้องมีจรรยาบรรณต่อคู่แข่งด้วย ซึ่งถือว่าเป็นเพื่อนร่วมอาชีพที่อาศัยการขายสินค้าประเภทเดียวกันในการประกอบอาชีพ ซึ่งจรรยาบรรณเกี่ยวกับคู่แข่งประกอบด้วย

1. ละเว้นการวิพากษ์วิจารณ์และไม่กล่าวให้ร้ายสินค้าของคู่แข่ง
2. ไม่ทำลายทรัพย์สินหรือผลงานของคู่แข่ง
3. ละเว้นการกลั่นแกล้ง

#### ความรู้เกี่ยวกับตนเอง

การรู้จักตนเอง คือ การเข้าใจความรู้สึกตนเองและจุดมุ่งหมายของชีวิตทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตลอดจนการรู้จักจุดเด่นจุดด้อยของตนเองอย่าง ไม่ลำเอียงเข้าข้างตนเอง

การรู้จักตนเอง หมายถึง การพิจารณาเข้าใจตนเอง ได้แก่ การรู้จักฐานะที่ตนเองเป็นอยู่ การประพฤติตนให้เหมาะสมกับฐานะของตน การปฏิบัติหน้าที่ที่เหมาะสม กับตำแหน่งของตน ไม่ก้าวก่ายสิทธิ์และหน้าที่ของผู้อื่น

การรู้จักตนเอง สามารถรู้จักตนเองได้จากวิธีการดังต่อไปนี้

1. จากข้อมูลในประสบการณ์ของตนเอง
  2. จากการสังเกตและวิเคราะห์ตนเอง
  3. จากเสียงสะท้อนกลับจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรา
- การรู้จักและเข้าใจตนเอง เราควรรู้จักตนเองในเรื่อง ดังต่อไปนี้

1. รู้ว่าตัวเองเป็นใคร มีสิทธิ์ หน้าที่ความรับผิดชอบอย่างไร
2. รู้ภาพพจน์ของตนเอง
3. รู้ความสามารถของตนเอง

**ความรู้เกี่ยวกับตนเองของพนักงานขาย**

พนักงานขายควรศึกษาและสังเกตคุณสมบัติต่อไปนี้

1. มีทัศนคติที่ดีต่องานขาย สินค้าและลูกค้า
2. มีความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัท สินค้าที่ขายและคู่แข่ง
3. มีความรู้และความสามารถในการขายตามขั้นตอนการขาย
4. มีความตั้งใจจริงและทำงานอย่างทุ่มเท
5. มีความกระตือรือร้น
6. มีความคิดสร้างสรรค์
7. รู้จักควบคุมจิตใจและอารมณ์ให้ได้
8. มีบุคลิกภาพที่ดี

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีต่อพนักงานขาย</p> <p>1.2 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับคุณสมบัติและจรรยาบรรณของพนักงานขาย</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักศึกษาบางคนเกี่ยวกับจรรยาบรรณ</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 4</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 4</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่มีต่อพนักงานขาย</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 4</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 4</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
5. ใบมอบหมายงาน

5.1 ให้นักศึกษาเขียนประสบการณ์ที่พึงพอใจต่อพนักงานขายและไม่พึงพอใจต่อพนักงานขาย

5.2 ให้นักศึกษาเขียนวิเคราะห์เพื่อนร่วมชั้นเรียนมาคนละ 1 ราย โดยบอกข้อดีและข้อเสียของเพื่อน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 4
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 4
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณสมบัติและจรรยาบรรณของพนักงานขาย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต



## 9. บันทึกหลังการสอน

### 9.1 ข้อสรุปหลังการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.2 ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.3 แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....5.....

จำนวน.....8.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

### 1. สาระสำคัญ

การปฏิบัติงานขายของพนักงานขาย นอกจากพนักงานขายจำเป็นต้องมีคุณสมบัติส่วนตัวแล้ว ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้พนักงานขายปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพเพราะจะสร้างความเชื่อมั่น เชื่อถือของลูกค้า อาจกล่าวได้ว่า งานขายคือการไปให้ความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าเห็นความสำคัญ เห็นถึงประโยชน์และตัดสินใจซื้อ

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ได้
- 2.อธิบายความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
- 3.บอกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้
- 4.บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
- 5.บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ความหมายของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง อะไรก็ได้ที่สามารถนำเสนอขายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อศึกษาแนวความคิดทางการตลาด พบว่า การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หมายรวมทั้งความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านกายภาพ (ตัวผลิตภัณฑ์) จิตวิทยา (ความเชื่อมั่น, ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์) และสังคมวิทยา (การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม) ที่ผู้บริโภคได้รับ หลังการบริโภคผลิตภัณฑ์

#### ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในตลาดจำนวนมาก พนักงานขายจึงต้องมีความรู้รอบตัวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในทุก ๆ ด้านเพื่อประโยชน์ในการนำเสนอขาย ซึ่งประกอบด้วย

##### 1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีประวัติความเป็นมาที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและให้การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ก่อนที่พนักงานขายจะทำการวางแผนงานขาย ควรศึกษาเบื้องหลังความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เบื้องต้น ควรศึกษาถึงการพัฒนาหรือวิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์ จุดกำเนิดของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

##### 2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ความรู้เกี่ยวกับส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์จะมีผลดีต่อพนักงานขาย โดยเฉพาะการนำเสนอขายที่จำเป็นต้องให้ข้อมูล รายละเอียดแก่ลูกค้า พนักงานขายต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ความรู้ที่พนักงานขายควรศึกษา ได้แก่ จุดเด่น การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คุณภาพหรือระดับของผลิตภัณฑ์ สี สัน กลิ่น ภาพลักษณ์สินค้าในสายตาของผู้บริโภค

##### 3. กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตหรือวิธีการผลิตสินค้าเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับขั้นตอนของการแปรรูปวัตถุดิบด้วยมือหรือเครื่องจักร ซึ่งมีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พนักงานขายสามารถหาความรู้ได้จากฝ่ายผลิตหรือการเข้าชมโรงงาน

##### 4. วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

ความรู้ที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่พนักงานขายพึงมี คือวิธีการใช้งาน เพราะถือเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า นั่นหมายถึง ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะสามารถสนองความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่กำลังสนใจ พนักงานขายต้องสามารถอธิบายได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์

### 5.ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

ลูกค้าย่อมคาดหวังอรรถประโยชน์สูงสุดที่ได้รับจากการจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์ การได้รับประโยชน์จากตัวผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพราะลูกค้าย่อมตัดสินใจซื้อ เมื่อเห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป พนักงานขายต้องอธิบายหรือแสดงให้เห็นลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ พนักงานขายต้องอธิบายหรือแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน

### 6.การบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีอายุการใช้งานเป็นเวลานาน บางอย่างจำเป็นต้องมีการบำรุงรักษาเพื่อยืดอายุการใช้งาน บางอย่างจำเป็นต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษเพื่อประโยชน์สูงสุดในการใช้งานในบางครั้งพนักงานขายอาจพบว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อขึ้นอยู่กับ การบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์

### ประเภทของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะถูกผลิตขึ้นมาโดยมีตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปนักการตลาดแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกตามลักษณะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ดังนี้ คือ

1.สินค้าอุปโภคบริโภค คือสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่ออุปโภคบริโภคส่วนบุคคลหรือใช้ในครัวเรือน สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ชนิด

- 1.1 สินค้าสะดวกซื้อ
- 1.2 สินค้าเปรียบเทียบซื้อ
- 1.3 สินค้าเจาะจงซื้อ
- 1.4 สินค้าไม่เสาะแสวงหาซื้อ

2.สินค้าอุตสาหกรรม คือสินค้าที่หน่วยธุรกิจซื้อเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและการให้บริการแก่ลูกค้าของตนเอง สามารถแบ่งได้เป็น

- 2.1 วัตถุดิบ
- 2.2 วัสดุและชิ้นส่วนประกอบในการผลิต
- 2.3 สิ่งติดตั้ง
- 2.4 อุปกรณ์ประกอบ
- 2.5 วัสดุสิ้นเปลือง
- 2.6 บริการ

### ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- 1.พนักงานขายจะได้ นำความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นตอบคำถามลูกค้า
- 2.พนักงานขายจะมีความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานขายเพิ่มมากขึ้น
- 3.พนักงานขายจะมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- 4.กิจการจะได้รับคำชมเชยจากลูกค้า
- 5.พนักงานขายจะได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง

### แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การที่พนักงานขายจะสามารถเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในตัวผลิตภัณฑ์นั้น พนักงานขายสามารถหาความรู้ได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. จากตัวผลิตภัณฑ์เอง
2. จากการอบรมปฐมนิเทศ
3. จากฉลากของสินค้า คู่มือสินค้า
4. คู่มือการขาย
5. แฟ้มขาย
6. การฝึกอบรมเพิ่มเติม
7. ตัวแทนขายของผู้ผลิต

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามถึงประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างจากประสบการณ์ในการพูดคุยกับพนักงานขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกันและบูรณาการเศรษฐกิจพอเพียงเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักเรียนเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 สุ่มถามนักเรียนบางคนเกี่ยวกับการฝึกอบรม</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 5</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 5</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ตนเองเคยได้รับ</p> <p>1.2 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>2.2 นักศึกษาสอบถามข้อสงสัยในระหว่างบทเรียน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 5</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 5</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
3. ใบมอบหมายงาน จำนวน 2 ครั้ง เพื่อฝึกปฏิบัติ
  - 3.1 ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คนละ 1 ชนิด และนำเสนอหน้าชั้นเรียน
  - 3.2 ใบมอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์จุดขายหรือสิ่งที่ทำให้นักศึกษาซื้อผลิตภัณฑ์ตามใบงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 5
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 5
3. แบบประเมินผลรายงาน

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับแรงจูงใจ จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



หน่วยที่.....6.....

จำนวน.....2.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับกิจการ

เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ

### 1. สาระสำคัญ

พนักงานขายที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมงานกับองค์กรจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรหรือกิจการเป็นอย่างดี เพราะความรู้เกี่ยวกับกิจการจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานขายในฐานะที่เป็นตัวแทนของกิจการที่จะนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความรู้เกี่ยวกับกิจการได้
- 2.อธิบายประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการได้
- 3.อธิบายแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการได้

### 3. เนื้อหาสาระ

ความรู้เกี่ยวกับกิจการเป็นสิ่งสำคัญในการปฏิบัติงานขายของพนักงานขาย พนักงานขายที่มีความรู้ดีก็สามารถที่จะนำความรู้เหล่านี้มาถ่ายทอดให้ลูกค้ารับรู้ได้เป็นอย่างดี

#### ความรู้เกี่ยวกับกิจการ

##### 1. ประวัติความเป็นมา

กิจการส่วนใหญ่จะมีการสืบทอดปรัชญาและคุณค่าของผู้ก่อตั้ง การเข้าใจในปรัชญาของกิจการมีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เพื่อให้สามารถสอดคล้องกับปรัชญาของกิจการ สามารถให้ความรู้สึกจงรักภักดีต่อกิจการ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ

##### 2. นโยบายของกิจการ

นโยบายของกิจการจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของนโยบายการทำงานของกิจการ ซึ่งจะประกอบในการทำงานให้พนักงานทั้งองค์กรปฏิบัติ ปกติทุกกิจการจะมีการกำหนดนโยบายของกิจการเป็นข้อ ๆ อย่างชัดเจน ปรากฏอยู่ในคู่มือประจำตัวของพนักงาน นโยบายของกิจการที่พนักงานขายควรศึกษา มีดังนี้

2.1 นโยบายทั่วไป จะสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์หรือความเอาใจใส่ที่กิจการมีต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค

2.2 นโยบายเกี่ยวกับการขาย ซึ่งเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับการใช้ตราสินค้า การโฆษณา เป็นต้น

2.3 นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า

2.4 นโยบายเกี่ยวกับสินค้า

2.5 การจัดองค์กร

#### ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

1. ใช้ในการตอบปัญหาข้อโต้แย้งของลูกค้า

2. ทำให้พนักงานขายสามารถทำหน้าที่สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่กิจการ

3. พนักงานขายสามารถทำหน้าที่สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่กิจการ

#### แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ

1. บุคคล ประกอบไปด้วย ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า

2. เอกสารต่างๆ เช่น คู่มือขาย รายงานประจำปีของธุรกิจ เอกสารประกอบการฝึกอบรม

3. สื่อสารมวลชน

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูซักถามนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ของนักศึกษาที่มีต่อสถานศึกษา</p> <p>1.2 ครูยกตัวอย่างแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานศึกษา</p> <p>1.3 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายความรู้เกี่ยวกับกิจการ</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 นักศึกษาปฏิบัติใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 6</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 6</p>	<p>1.1 นักศึกษาบางคนตอบคำถาม</p> <p>1.2 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานศึกษา</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาทำใบงานตามที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 6</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 6</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
3. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
5. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน โดยให้นักศึกษาสืบค้นประวัติของธุรกิจที่สนใจมา 1 แห่ง

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 6
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 6
3. แบบประเมินผลการออกแบบสอบถาม

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....7.....

จำนวน.....4.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

### 1. สาระสำคัญ

ในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจจะอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมของการแข่งขันทางธุรกิจจำนวนมาก ปัจจัยที่กิจการต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญคือ การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นตลาดเป้าหมายที่จะช่วยให้กิจการได้รับรายได้จากการลงทุนกลับคืนมา

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายของลูกค้าได้
- 2.อธิบายการวิเคราะห์ของลูกค้าได้
- 3.บอกประเภทของลูกค้าได้
- 4.อธิบายแรงจูงใจของมาสโลว์ได้
- 5.อธิบายแรงจูงใจซื้อได้
- 6.อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อได้

### 3. เนื้อหาสาระ

ความหมายของลูกค้า

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของกิจการ หรืออาจจะเป็นในอนาคต รวมทั้งผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรง และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อจำหน่าย

ลูกค้าหรือผู้บริโภค คือเป้าหมายของธุรกิจทุกประเภท พนักงานขาย จึงมีหน้าที่และภารกิจที่ต้องดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอันจะนำไปสู่ความสำเร็จและรักษาลูกค้าเหล่านั้นไว้ได้

### การวิเคราะห์ลูกค้า

พนักงานขายต้องดำเนินการวิเคราะห์ลูกค้า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ลูกค้าเป็นใคร หรือใครเป็นลูกค้า เป็นการกำหนดหากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเราต้องการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ากลุ่มไหน ซึ่งการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อและการใช้ของลูกค้าเป้าหมายที่แท้จริง

2. ลูกค้าต้องการซื้ออะไร เป็นการวิเคราะห์ถึงสิ่งที่ลูกค้าซื้อ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงซึ่งลูกค้าต้องการจากผลิตภัณฑ์

3. ทำไมลูกค้าถึงซื้อ เป็นการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของการซื้อ จะช่วยทำให้ทราบว่าทำไมลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนนำเสนอและจงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4. ลูกค้าซื้อเมื่อไร เป็นการวิเคราะห์โอกาสที่จะซื้อของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะมีพฤติกรรมในการบริโภคหรือตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทแตกต่างกัน ดังนั้นการวิเคราะห์โอกาสในการซื้อของลูกค้าจะช่วยให้พนักงานขายสามารถวางแผนการนำเสนอในรูปแบบและในช่วงเวลาที่เหมาะสม

5. ลูกค้าซื้อที่ไหน เป็นการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าว่านิยมซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ ที่ไหน ซึ่งต้องเป็นการบริหารช่องทางการนำเสนอที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

6. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้มีบทบาทในการซื้อ ซึ่งการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอาจมีบุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

7. ลูกค้าซื้ออย่างไร เป็นการศึกษาและวิเคราะห์วิธีการซื้อ ซึ่งลูกค้าแต่ละคนอาจจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันออกไป พนักงานขายต้องทราบถึงขั้นตอนการซื้อของลูกค้าว่ามีการรับรู้ปัญหาอย่างไรเกี่ยวกับการตอบสนองผลิตภัณฑ์

### ประเภทของลูกค้า

1. ลูกค้าประเภทใจเร็ว
2. ลูกค้าประเภทช่างคิด
3. ลูกค้าประเภทลังเลใจ
4. ลูกค้าประเภทมั่นใจในตนเอง
5. ลูกค้าประเภทเฉียบ

## 7. ลูกค้าประเภทช่างคุย

### ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

ประเภทแรงจูงใจที่มาสโลว์พัฒนาขึ้นมาในรูปของลำดับความต้องการ สำหรับบุคคลแต่ละคนเพราะความต้องการดังกล่าวจะเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรมแนวคิดของมาสโลว์ ที่ได้อธิบายถึงลำดับความต้องการของมาสโลว์ โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางกาย
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย
3. ความต้องการความรักและการเป็นที่ยอมรับ
4. ความต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น
5. ความต้องการเข้าใจและรู้จักตนเอง

### แรงจูงใจในการซื้อ

ลูกค้าแต่ละคนมีความแตกต่างกันทั้งในด้านบุคลิกภาพ นิสัยใจคอและรสนิยม ซึ่งโดยทั่วไปแรงจูงใจในการซื้อจะมี 2 ลักษณะคือ

1. แรงจูงใจซื้อสินค้าด้วยเหตุผล
2. แรงจูงใจซื้อสินค้าด้วยอารมณ์

### กระบวนการตัดสินใจซื้อ

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา
2. การแสวงหาข้อมูล
3. การประเมินทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

### สัญญาณการซื้อ

สัญญาณการซื้อเป็นเรื่องละเอียดอ่อนในการขาย และสามารถแสดงออกได้ทุกลักษณะ โดยทั่วไปพนักงานขายต้องอาศัยการสังเกตจากพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การถามคำถามของลูกค้า
2. ถามความเห็นจากผู้อื่น
3. ความรู้สึกสบาย ๆ และเป็นมิตร
4. ดึงใบสั่งซื้อขึ้นมาวาง
5. ตรวจสอบสินค้าอย่างละเอียด



#### 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูทบทวนความรู้เดิมของบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 อบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการทำงานร่วมกัน</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักเรียนเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทำใบงานตามที่มอบหมาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 7</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 7</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรม ก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัยจากการฝึกออกแบบใบงาน</p> <p>4.1 นักศึกษาเก็บข้อมูลตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 7</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 7</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน โดยให้นักศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับลูกค้า โดยผู้สอนกำหนดผลิตภัณฑ์ให้คนละ 1 ชนิด

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 7
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 7
3. แบบประเมินผลการเก็บแบบสอบถาม

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทของลูกค้า จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....8.....

จำนวน.....2.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

### 1. สาระสำคัญ

ในโลกของการแข่งขันยุคปัจจุบัน ต่างยอมรับกันว่า ภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกธุรกิจ ทำให้เกิดกระแสของการต่อสู้ทางธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ใครสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ก็เป็นผู้ที่มีโอกาสได้ชัยชนะมากเท่านั้น ดังนั้นในองค์กรหรือบริษัทต่าง ๆ จึงต้องเร่งปรับศักยภาพในการขายแบบเชิงรุก

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งได้
- 2.อธิบายความจำเป็นที่จะต้องศึกษาความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งได้
- 3.อธิบายสิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง
- 4.บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้น

คู่แข่งชั้น หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหรือสถาบันที่ดำเนินกิจการด้านธุรกิจอย่างเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้ โดยไม่ต้องแข่งขันด้านการขาย การผลิต ทั้งปริมาณและคุณภาพ

การแข่งขันของกิจกรรมทางธุรกิจยังมีความสำคัญต่อประชาชนและระบบเศรษฐกิจ ดังนี้

1. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายมากขึ้น
2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น
3. ราคาผลิตภัณฑ์ถูกลง
4. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ขึ้นเรื่อย ๆ

#### ความจำเป็นที่ต้องศึกษาความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น

เมื่อมีคู่แข่งชั้นทางธุรกิจมาก ย่อมทำให้ยอดขายของกิจการมีปริมาณที่ลดลง เนื่องจากคู่แข่งชั้นส่วนครองตลาด รวมทั้งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีลักษณะหรือรูปแบบที่ล้าสมัย การที่พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นเป็นสิ่งจำเป็นต่อการขายผลิตภัณฑ์และความก้าวหน้าในอาชีพการขายของตนเอง ดังนี้

1. นำเสนอจุดเด่นผลิตภัณฑ์ของตนเอง
2. ได้เปรียบในการขายผลิตภัณฑ์
3. วางแผนการขายอย่างมีประสิทธิภาพ
4. พบข้อบกพร่องของตนเอง
5. เกิดแนวคิดที่จะพัฒนาการขาย
6. นำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตลาดต้องการ

#### สิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับการแข่งขัน

หากพนักงานขายมีข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นมากเท่าใด ความได้เปรียบในการขายผลิตภัณฑ์ก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นพนักงานขายควรมีข้อมูลของคู่แข่งชั้นในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ประวัติบริษัทคู่แข่งชั้น
2. สถานการณ์การผลิตของคู่แข่งชั้น
3. คุณลักษณะพิเศษผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้น
4. กลุ่มลูกค้า ผู้บริโภคสินค้าคู่แข่งชั้น

## แหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง เป็นสิ่งจำเป็นที่พนักงานขายตลอดจนผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องของกิจการ ต้องทราบตลอดเวลา ถึงแม้ข้อมูลบางอย่างจะหาได้ไม่ง่าย แต่โดยทั่วไปข้อมูลของคู่แข่งสามารถแสวงหาได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เอกสารสิ่งพิมพ์
2. พนักงานของกิจการคู่แข่ง
3. ลูกค้าของคู่แข่ง
4. ผลិតภัณฑ์ของคู่แข่ง
5. กิจการต่าง ๆ ของคู่แข่ง

## ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

การมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งมีประโยชน์ต่อผู้บริหารและพนักงานขาย คือ การปรับนโยบายหรือกลยุทธ์การบริหารงานของกิจการเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเอาชนะคู่แข่ง ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง
2. ด้านราคา ผู้บริหารงานขายควรพิจารณาและปรับปรุงนโยบายเกี่ยวกับการกำหนดราคาให้ใกล้เคียงคู่แข่ง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากคุณภาพของผลิตภัณฑ์
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างสิ่งที่คุณรู้จากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง</p> <p>1.2 อบรม คุณธรรมจริยธรรมในการประสานงานติดต่อกับบุคคลอื่น</p>	<p>1.1 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับการยกตัวอย่าง</p> <p>1.2 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรมก่อนการเรียนการสอน</p>
<p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง</p>	<p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น</p>
<p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p>	<p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัยจากการปฏิบัติตามใบงาน</p>
<p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกลองฝึกการวิเคราะห์คู่แข่งของสินค้าที่กำหนดให้</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 8</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 8</p>	<p>4.1 นักศึกษาปฏิบัติตามใบงานที่มอบหมาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 8</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 8</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 8
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 8
3. แบบประเมินผลตามใบงานที่มอบหมาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นคู่แข่งกัน จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต



**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หน่วยที่.....9.....

จำนวน.....8.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา                    การขายเบื้องต้น

ชื่อหน่วย            เทคนิคการขาย

เรื่อง                เทคนิคการขาย

### 1. สาระสำคัญ

การปฏิบัติงานใด ๆ ก็ตาม ผู้ปฏิบัติจะต้องมีวิธีการมีขั้นตอนในการปฏิบัติเพื่อให้งานนั้น ๆ สำเร็จตามเป้าหมาย เช่นเดียวกับการปฏิบัติงานของพนักงานขายจำเป็นต้องใช้ขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ พนักงานขายต้องมีความรู้ความสามารถที่เรียกกันทั่วไปว่า เทคนิคการขาย หรือ กระบวนการขาย

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความหมายของเทคนิคการขายได้
- 2.บอกความสำคัญของเทคนิคการขายได้
- 3.อธิบายกระบวนการขายได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### ความหมายของเทคนิคการขาย

เทคนิคการขาย คือ วิธีการขายที่พนักงานใช้ความสามารถส่วนตัวหรือใช้ศิลปะในการชนะใจลูกค้า โดยให้ความรู้สึกลูกค้านั้นมีความสำคัญต่อผู้ขายมาก

#### ความสำคัญของเทคนิคการขาย

ลูกค้ามีความไม่แน่นอนในการตัดสินใจซื้อ จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคการขายที่ยืดหยุ่น โดยเลือกใช้เทคนิคการขายให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละราย เทคนิคการขายไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ขึ้นอยู่กับแนวทางที่ใช้ว่าจะได้ผลกับลูกค้าเป้าหมายรายใด

#### กระบวนการขาย

เทคนิคการขายที่ดี ประกอบด้วยกระบวนการขาย 7 ขั้นตอน

1. การแสวงหาลูกค้า เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญของกระบวนการขาย ซึ่งอาจเป็นเอกชนหรือสถาบันใดก็ได้ที่จะได้รับประโยชน์จากสินค้าและมีความสามารถที่จะซื้อสินค้านั้นได้ ทุกคนล้วนเป็นผู้ที่น่าจะซื้อสินค้า แต่บุคคลหรือสถาบันใดที่พนักงานขายได้คัดเลือกแล้วว่ามีคุณสมบัติตามเกณฑ์ และมีความต้องการในสินค้า ซึ่งจะเรียกว่า ผู้มุ่งหวัง และหลังจากที่ผู้มุ่งหวังได้ซื้อแล้วจะเรียกว่าลูกค้า วิธีการแสวงหาผู้มุ่งหวังหรือลูกค้าในอนาคต มีดังนี้

- 1.1 วิธีการโซ่ไม่มีปลาย
- 1.2 วิธีศูนย์อิทธิพล
- 1.3 วิธีสังเกตส่วนตัว
- 1.4 วิธีการเพื่อนพนักงานขายหน้าใหม่
- 1.5 วิธีการตระเวนหาลูกค้า
- 1.6 วิธีการใช้จดหมายหรือโทรศัพท์ติดต่อโดยตรง

2. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ หมายถึง การเตรียมความพร้อมของพนักงานขายในด้านจิตใจที่มุ่งมั่น พร้อมรับสถานการณ์ทุกรูปแบบ อีกทั้งเตรียมตัวด้านร่างกาย ต้องแต่งตัวสุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม ควรมีการเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของลูกค้าในอนาคต ตลอดจนอุปกรณ์ที่จำเป็นในการสาธิต

#### 2.1 วัตถุประสงค์ของการเตรียมตัวก่อนเข้าพบ

- 2.1.1 เพื่อให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น
- 2.1.2 เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น
- 2.1.3 เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อสร้างหรือกำหนดแผนงานการเสนอขายที่ดี
- 2.1.4 เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม และตัดสินใจว่าผู้มุ่งหวังอยู่ในเกณฑ์ว่าควรเข้า

พบหรือไม่

3. การเข้าพบ ในขั้นนี้พนักงานขายกับผู้มุ่งหวังจะได้พบกัน หากพนักงานขายมีแบบแผนที่ดีในการเข้าพบ ย่อมสร้างความประทับใจและเป็นโอกาสที่จะช่วยให้การสนทนาหรือการสัมภาษณ์ดำเนินไปสู่ความเป็นมิตร วิธีการเข้าพบลูกค้ามีเทคนิคและวิธีการหลายรูปแบบ ดังนี้

- 3.1 การเข้าพบด้วยการแนะนำตนเอง
- 3.2 การเข้าพบโดยอ้างถึงบุคคล
- 3.3 การเข้าพบโดยการยกย่อง
- 3.4 การเข้าพบโดยใช้สินค้านำเสนอ
- 3.5 การเข้าพบโดยให้ของตอบแทน

4. การเสนอขาย ขั้นเสนอขายเป็นการกระตุ้นให้ผู้มุ่งหวังเกิดความต้องการที่จะได้สินค้า หรือบริการที่พนักงานขายเสนอ ซึ่งเมื่อผู้มุ่งหวังเกิดความต้องการซื้อแล้ว พนักงานขายจะต้องทำให้มั่นใจว่าข้อเสนอของพนักงานขายมีความเหมาะสมกับความต้องการและสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้มุ่งหวังได้

5. การเผชิญข้อโต้แย้ง ข้อโต้แย้งหรือข้อสงสัยเกิดขึ้นได้ในการขายทุกชนิดสำหรับพนักงานขายที่ไม่มีประสบการณ์มักเกิดความกลัวว่าจะไม่สามารถตอบข้อโต้แย้งของผู้มุ่งหวังได้ โดยเทคนิคเบื้องต้นที่พนักงานขายสามารถจัดการกับข้อโต้แย้งได้หลายวิธี แต่ที่นิยมใช้กันมี 6 วิธี

- 5.1 เทคนิคการปฏิเสธทางอ้อม
- 5.2 เทคนิคการใช้คำถาม
- 5.3 เทคนิคบวมเมอแรง
- 5.4 เทคนิคการชดเชยหรือยกจุดเด่น
- 5.5 เทคนิคการปฏิเสธโดยตรงหรือข้อโต้แย้ง
- 5.6 เทคนิคผ่านเลยไปหรือไม่ตอบ

6. การปิดการขาย เป็นเทคนิควิธีที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อเป็นสัญญาณที่ทำให้พนักงานขายทราบว่าลูกค้าตกลงใจอย่างไร เทคนิควิธีการขายมีหลายวิธีดังต่อไปนี้

- 6.1 การปิดการขายแบบใช้ของแถม การให้ของแถมหรือข้อเสนอพิเศษจะได้ผลมากและทำให้พนักงานขายสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว
- 6.2 การปิดการขายโดยการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์สองชนิด
- 6.3 การปิดการขายโดยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของสินค้าแล้ว
- 6.4 การปิดการขายโดยบอกลูกค้าว่าเป็นโอกาสสุดท้ายแล้ว
- 6.5 การปิดการขายแบบคนอื่นมาเป็นเจ้าของไม่หรือของดีมีน้อย
- 6.6 การปิดการขายด้วยการทบทวนจุดขาย

7.การติดตามผลและบริการหลังการขาย เป็นการติดตามผลหรือตรวจสอบผลจากผู้บริโภค หรือลูกค้าถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าสร้างความพึงพอใจเพียงใด

การบริการหลังการขาย คือความรับผิดชอบของผู้ขายผลิตภัณฑ์ที่จะดูแล ตรวจสอบ หรือแก้ไขหรือบำรุงรักษาตามเงื่อนไข เทคนิควิธีให้บริการหลังการขายมีหลายวิธี ดังต่อไปนี้

- 1.โทรศัพท์สอบถาม
- 2.เยี่ยมชมด้วยตนเอง
- 3.อวยพรในเทศกาลสำคัญ
- 4.เชิญร่วมกิจกรรมสำคัญ
- 5.บริการตรวจสอบสภาพสินค้า

## 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูสอบถามถึงความรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 ครูสุ่มสอบถามการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น</p> <p>1.3 อบรม คุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์</p> <p><b>2. ขั้นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับเทคนิคการขายในแบบต่าง ๆ</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาฝึกการสร้างคำพูดในการเสนอขายและปิดการขายในแบบต่าง ๆ</p> <p><b>3. ขั้นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ขั้นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนออกแบบสร้างคำพูดเสนอขายและปิดการขาย</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 9</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 9</p>	<p>1.1 นักศึกษาตอบคำถามความรู้จากบทเรียนที่ผ่านมา</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามการรายงานของนักศึกษา</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จริยธรรมก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกปฏิบัติสร้างคำพูดเสนอขายและปิดการขายในแบบต่าง ๆ</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาฝึกออกแบบสร้างคำพูดเสนอขายและปิดการขาย</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 9</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 9</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 9
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 9
3. แบบประเมินผลตามใบงานที่มอบหมาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการเสนอขายและปิดการขาย จากแหล่งเรียนรู้  
นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

**9. บันทึกหลังการสอน**

**9.1 ข้อสรุปหลังการสอน**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.2 ปัญหาที่พบ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**9.3 แนวทางแก้ปัญหา**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



หน่วยที่.....10.....

จำนวน.....2.....ชั่วโมง

## แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

### 1. สาระสำคัญ

ในปัจจุบันนี้เรื่องของธุรกิจกับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ ขึ้นมาในตลาด จึงทำให้จำเป็นที่พนักงานขายต้องหันมาสนใจ และเข้าถึงลักษณะของเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต การบริโภคและความสามารถในการใช้จ่ายของบุคคล ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

### 2. จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

- 1.อธิบายความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีกับธุรกิจได้
- 2.อธิบายบทบาทของเทคโนโลยีในธุรกิจของงานขายได้
- 3.บอกเครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขายได้
- 4.อธิบายเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้
- 5.บอกรูปแบบธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้
- 5.บอกอุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์ได้

### 3. เนื้อหาสาระ

#### เทคโนโลยีกับธุรกิจ

ผู้บริหารต้องคำนึงถึงความสอดคล้องระหว่างการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีและการตัดสินใจที่ต้องกระทำอย่างสอดคล้องกัน ปัจจุบันผู้บริหารต้องประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศและการตัดสินใจทางธุรกิจขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์และสร้างโอกาสในการประยุกต์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ผู้บริหารต้องสามารถจัดการกับเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ

1.ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ เป็นระบบสารสนเทศที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจให้ดำเนินการอย่างมีระบบ โดยเราสามารถจำแนกระบบสารสนเทศตามหน้าที่ทางธุรกิจได้ ดังต่อไปนี้

- 1.ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี
- 2.ระบบสารสนเทศด้านการเงิน
- 3.ระบบสารสนเทศด้านการตลาด
- 4.ระบบสารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงาน
- 5.ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล

#### 2.ระบบสารสนเทศด้านการตลาด

การตลาดเป็นหน้าที่สำคัญทางธุรกิจ เนื่องจากหน่วยงานด้านการตลาดจะรับผิดชอบในเรื่องการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภค โดยข้อมูลสารสนเทศด้านการตลาด ประกอบด้วย

- 1.การปฏิบัติงาน
- 2.การวิจัยตลาด
- 3.คู่แข่งชั้น
- 4.กลยุทธ์ขององค์กร
- 5.ข้อมูลภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ การเมือง สังคม

สารสนเทศด้านการตลาดอาจจะมี ความแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ ซึ่งเราสามารถจำแนกระบบย่อยของระบบสารสนเทศด้านการตลาดได้ดังนี้

#### 1.ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย สามารถแบ่งระบบย่อยได้ 3 ระบบ ดังนี้

- 1.1 ระบบสารสนเทศสำหรับสนับสนุนการขาย
- 1.2 ระบบสารสนเทศสำหรับวิเคราะห์การขาย
- 1.3 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้า

#### 2.ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด สามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อยตามหน้าที่

ได้ 2 ระบบ

- 2.1 ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยลูกค้า

## 2.2ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด

3.ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการตลาด เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับแผนงานทางด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย

4.ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นระบบสารสนเทศที่วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

5.ระบบสารสนเทศสำหรับพยากรณ์ยอดขาย เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการขาย แผนการทำกำไรของบริษัท

6.ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร เป็นระบบสารสนเทศที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนทำกำไรทั้งระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ

7.ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา

8.ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย

### บทบาทของเทคโนโลยีในการธุรกิจของงานขาย

เทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจ โดยทำธุรกรรมผ่านระบบเครือข่าย ทำให้ลูกค้ามีการแลกเปลี่ยนข้อมูลในระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยแนวทางการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการปฏิบัติการขาย ได้แก่

การวางแผนการขาย

การจัดทำงบประมาณการขาย

การพยากรณ์ยอดขาย

การวิเคราะห์ผลงานการขาย

การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรจากการขาย

### เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

1.เว็ลด์ไวด์เว็บ หรือ บริการข้อมูลข่าวสารในแบบสื่อประสมหรือแบบมัลติมีเดีย ซึ่งจะมีข้อมูลที่มีทั้งตัวอักษร ข้อความ ภาพและเสียงประกอบกัน

2.อีเมล จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์คือวิธีการเขียนส่งหรือรับข้อความผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์

3.เมลลิงลิสต์ คือกลุ่มของบุคคลที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันถือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.เว็บบอร์ด คือกระดานข่าวที่ให้ผู้คนเข้ามาเสนอความคิดเห็นหรือพูดคุย

### พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นในระบบครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2513 ซึ่งได้มีการเริ่มโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ EFT ต่อมาไม่นานเกิดระบบการส่งเอกสารอิเล็กทรอนิกส์หรืออีดีไอ ซึ่งสามารถช่วยขยายการส่งข้อมูลจากเดิมที่เป็นข้อมูลทางการเงินอย่างเดียวเป็นการส่งข้อมูลแบบอื่น ๆ ได้ด้วย

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น 6 ประเภท

- 1.ธุรกิจกับธุรกิจ
- 2.ธุรกิจกับลูกค้า
- 3.ธุรกิจกับรัฐบาล
- 4.ลูกค้ากับลูกค้า
- 5.รัฐบาลกับรัฐบาล
- 6/รัฐบาลกับประชาชน

#### รูปแบบของธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์

- 1\รายการสินค้าออนไลน์
- 2.ร้านค้าปลีกออนไลน์
- 3.การประมูลสินค้า
- 4.การประกาศขายสินค้า
- 5.ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์
- 6.การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

#### อุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์

- 1.ใช้สื่อออนไลน์ชนิดเดียวสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- 2.ไม่มีนโยบายชัดเจนในการสร้างเว็บไซต์เพื่อใช้งานของกิจการ
- 3.ขาดความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์
- 4.กลยุทธ์ทางการตลาดมีความล้าสมัย
- 5.ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากกว่าความสำคัญทางการตลาด

#### 4. กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมครู	กิจกรรมผู้เรียน
<p><b>1. ช้่นนำเข้าสู่บทเรียน</b></p> <p>1.1 ครูยกตัวอย่างเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขายซึ่งอยู่ในชีวิตประจำวัน</p> <p>1.2 ครูถามถึงเทคโนโลยีที่นักศึกษาใช้ในการซื้อขายสินค้า</p> <p>1.3 อบรม คุณธรรมจรรยาบรรณที่พึงประสงค์</p> <p><b>2. ช้่นการสอนและให้ความรู้</b></p> <p>2.1 ครูอธิบาย บรรยายเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย</p> <p>2.2 ครูให้นักศึกษาฝึกออกแบบหน้าเว็บไซต์ในใบงาน</p> <p><b>3. ช้่นการสรุป</b></p> <p>3.1 ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>3.2 ครูตอบคำถามนักศึกษาเพื่อให้ความกระจ่างในบทเรียน</p> <p><b>4. ช้่นการวัดและประเมินผล</b></p> <p>4.1 ให้นักศึกษาทุกคนฝึกออกแบบประเมินผลพนักงานขายตามใบงาน</p> <p>4.2 แบบฝึกหัดหน่วยที่ 10</p> <p>4.3 แบบทดสอบหน่วยที่ 10</p>	<p>1.1 นักศึกษาซักถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับขายในชีวิตประจำวัน</p> <p>1.2 นักศึกษาตอบคำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการซื้อขายสินค้า</p> <p>1.3 นักศึกษารับฟังการอบรมคุณธรรม จรรยาบรรณก่อนการเรียนการสอน</p> <p>2.1 นักศึกษาฟังบรรยายและศึกษาข้อมูลจากหนังสือประกอบการเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น 1</p> <p>2.2 นักศึกษาฝึกปฏิบัติออกแบบหน้าเว็บไซต์ในใบงาน</p> <p>3.1 นักศึกษาร่วมกับครูสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง</p> <p>3.2 นักศึกษาซักถามหัวข้อที่ยังสงสัย</p> <p>4.1 นักศึกษาฝึกออกแบบประเมินผลตามใบงาน</p> <p>4.2 นักศึกษาทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 10</p> <p>4.3 นักศึกษาทดสอบหน่วยที่ 10</p>

## 5. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือการขายเบื้องต้น 1
2. เว็บไซต์ของสมาคมการตลาด
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ
4. ใบมอบหมายงาน

## 6. หลักฐาน

1. แบบฝึกหัด
2. แบบทดสอบ
3. รายงานตามใบมอบหมายงาน

## 7. วัดผลและประเมินผล

### 7.1 เครื่องมือประเมิน

1. แบบทดสอบประจำบทที่ 10
2. แบบฝึกหัดประจำบทที่ 10
3. แบบประเมินผลการออกแบบประเมินผลพนักงานขาย

### 7.2 เกณฑ์การประเมิน

นักศึกษาต้องได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนประเมิน

## 8. กิจกรรมเสนอแนะ

นักศึกษาศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย จากแหล่งเรียนรู้นอกสถานศึกษาต่าง ๆ หอสมุดของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต

## 9. บันทึกหลังการสอน

### 9.1 ข้อสรุปหลังการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.2 ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 9.3 แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

ควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้

ควรปรับปรุง

เกี่ยวกับ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด / แผนกวิชา

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

เห็นควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้

ควรปรับปรุงดังเสนอ

อื่นๆ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

อนุญาตให้ใช้การสอนได้

อื่นๆ .....

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการ

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