แผนการจัดการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น 1

รหัสวิชา 2200-1004

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช. 2556)
ประเภทวิชาพาณิชยกรรม

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

จัดทำโดย

บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED

1.indd 1 2/17/2015 8:41:24 AM

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะอาชีพวิชา *การขายเบื้องต้น 1* ที่ทำขึ้นนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สอนวิชาการขายเบื้องต้น 1 ให้ได้รับความสะดวกในการสอน และผู้เรียนได้รับความรู้และเนื้อหาสาระตามจุดประสงค์

แผนการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะอาชีพวิชาการขายเบื้องต้น 1 นี้ ประกอบด้วยบทการสอนจำนวน 8 บท โดยได้จัดเตรียมหัวข้อเรื่อง สาระสำคัญ สมรรถนะที่พึงประสงค์ จุดประสงค์การเรียนการสอน เนื้อหาสาระ กิจกรรมการเรียนการสอน/การเรียนรู้ของครูและนักเรียน งานที่มอบหมายทั้งก่อนเรียน ขณะเรียน และหลังเรียน สื่อการเรียนการสอนที่ต้องใช้ในการสอนรวมทั้งแนะนำแหล่งการเรียนรู้เพิ่มเติม และสุดท้ายคือการวัดและประเมินผลการสอน/การเรียนรู้ ไว้ให้กับผู้สอน เพื่อสะดวกในการดำเนินการสอน

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะอาชีพวิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพที่ทำขึ้นนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้สอนวิชาการขายเบื้องต้น 1 เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับครูผู้สอนได้จัดการเรียนการสอนให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และขอขอบคุณผู้บริหารบริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) จึงทำให้สามารถจัดทำแผนการสอน/การเรียนรู้ฐานสมรรถนะอาชีพได้อย่างถูกต้อง

สมคิด มิมมา

สารบัญ

	หน้า
ลักษณะรายวิชา	4
ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา	5
ตารางวิเคราะห์หลักสูตร	6
กำหนดการสอน	7
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 1 สัปดาห์ที่ 1	9
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 1 สัปดาห์ที่ 2	15
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 2 สัปดาห์ที่ 3	20
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 2 สัปดาห์ที่ 4	26
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 3 สัปดาห์ที่ 5	32
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 3 สัปดาห์ที่ 6	37
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 4 สัปดาห์ที่ 7	44
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 4 สัปดาห์ที่ 8	50
สัปดาห์ที่ 9 สอบกลางภาค	55
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 5 สัปดาห์ที่ 10	66
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 5 สัปดาห์ที่ 11	72
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 6 สัปดาห์ที่ 12	78
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 6 สัปดาห์ที่ 13	84
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 7 สัปดาห์ที่ 14	90
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 7 สัปดาห์ที่ 15	95
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 8 สัปดาห์ที่ 16	100
แผนการจัดการเรียนรู้บทที่ 8 สัปดาห์ที่ 17	107
สัปดาห์ที่ 18 สอบปลายภาค	113

1.indd 3 2/17/2015 8:41:24 AM

ลักษณะรายวิชา

รหัสวิชา 2200-1004 **ชื่อรายวิชา** การขายเบื้องต้น 1

หน่วยกิต 2 หน่วยกิต **เวลาเรียนต่อภาคเรียน** 36 ชั่วโมง

รายวิชาตามหลักสูตร

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจหลักการขาย ความรู้พื้นฐานของงานขาย
2. พัฒนาตนเองเพื่อเป็นนักขายที่ดี
3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความเชื่อมั่นในตนเอง และความมีมนุษยสัมพันธ์

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการขายเบื้องต้น
2. แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ทางการตลาด ประเภทและลักษณะของงานขาย
3. แสดงความรู้เกี่ยวกับตนเอง กิจการ ผลิตภัณฑ์ ลูกค้า คู่แข่งขัน โอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย
4. พัฒนางานขาย โดยใช้หลักการขายเบื้องต้น

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับหลักการตลาดและการขายเบื้องต้น แนวคิดทางการตลาดและการขาย วิวัฒนาการตลาดและการขาย หน้าที่ทางการตลาด ประเภทและลักษณะของงานขาย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน คุณสมบัติของนักขาย โอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

บทการเรียนรู้ที่	ชื่อบทการเรียนรู้	สมรรถนะประจำบท
1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขาย
2	ประเภทและลักษณะของงานขาย	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย
3	ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง
4	ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจการ
5	ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
6	ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้า
7	ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคู่แข่งขัน
8	คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	แสดงความรู้และพัฒนาตนเองให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมตามโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย

ตารางวิเคราะห์หลักสูตร

รหัส.....2200–1004..... **วิชา**.....การขายเบื้องต้น 1.....**หน่วยกิต**.....2.....(...2–2...).....

ระดับชั้น.....ปวช..... **สาขาวิชา**..... **กลุ่มวิชา**.....

พฤติกรรม / บทการเรียนรู้/หัวข้อย่อย	พุทธิพิสัย						**ทักษะพิสัย**	**จิตพิสัย**	รวม	ลำดับความสำคัญ	น้ำหนักชั่วโมง
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย											
2. ประเภทและลักษณะของงานขาย											
3. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง											
4. ความรู้เกี่ยวกับกิจการ											
5. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์											
6. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า											
7. ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน											
8. คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย											
รวม											
ลำดับความสำคัญ											

กำหนดการสอน

บทที่	ชื่อบท/รายการสอน	สัปดาห์ที่	ชั่วโมงที่
1 แผนที่ 1	**ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย** 1. ความหมายของการตลาดและการขาย 2. แนวความคิดทางการตลาดและการขาย 3. วิวัฒนาการของการตลาดและการขาย	1	2
1 แผนที่ 2	4. หน้าที่ทางการตลาด 5. ความสำคัญของการขายและการตลาด 6. ส่วนผสมทางการตลาด	2	2
2 แผนที่ 3	**ประเภทและลักษณะของงานขาย** 1. ลักษณะของงานขาย 2. ประเภทของงานขาย	3	2
2 แผนที่ 4	3. ความหมายของพนักงานขาย 4. ประเภทของพนักงานขาย	4	2
3 แผนที่ 5	**ความรู้เกี่ยวกับตนเอง** 1. การวิเคราะห์ตนเอง 2. บุคลิกภาพนักขาย	5	2
3 แผนที่ 6	3. การพัฒนาบุคลิกภาพ 4. จรรยาบรรณของพนักงานขาย	6	2
4 แผนที่ 7	**ความรู้เกี่ยวกับกิจการ** 1. สาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 2. สิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ	7	2
4 แผนที่ 8	3. แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ 4. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ	8	2
แผนที่ 9	สอบกลางภาค	9	2

ต่อ

บทที่	ชื่อบท/รายการสอน	สัปดาห์ที่	ชั่วโมงที่
5 แผนที่ 10	**ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์** 1. ความหมายของผลิตภัณฑ์ 2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 3. ประเภทของผลิตภัณฑ์	10	2
5 แผนที่ 11	4. สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 5. แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 6. ประโยชน์ของการทมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	11	2
6 แผนที่ 12	**ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า** 1. ความหมายของลูกค้า 2. พฤติกรรมของลูกค้า 3. สาเหตุการตัดสินใจซื้อ 4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ	12	2
6 แผนที่ 13	5. ลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า 6. ลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า 7. ประเภทของลูกค้า	13	2
7 แผนที่ 14	**ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน** 1. ความหมายและความสำคัญของคู่แข่งขัน 2. สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	14	2
7 แผนที่ 15	3. แหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน 4. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	15	2
8 แผนที่ 16	**คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย** 1. ปรัชญาการขายสมัยใหม่ 2. ทักษะของพนักงานที่นายจ้างยุคใหม่ต้องการ 3. คุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ	16	2
8 แผนที่ 17	4. โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ 5. ค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูล	17	2
แผนที่ 18	สอบปลายภาค	18	2

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1	บทที่ 1
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย	**สัปดาห์ที่** 1
ชื่อเรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

การขายมีความสำคัญต่อธุรกิจเพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้และผลกำไร ในความสำคัญต่อประเทศนั้นเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบการค้าระหว่างประเทศ ความสำคัญของการขายที่มีต่อสังคมเป็นการกระตุ้นให้สังคมเจริญขึ้น เพราะมีการผลิต/จำหน่ายสินค้าที่ทันสมัย อำนวยความสะดวก ยกระดับมาตรฐานการครองชีพ จึงอาจกล่าวได้ว่า การขายมีความสำคัญต่อทุกหน่วยงานในสังคม

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขาย

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมายของการขายและการตลาด
2. บอกแนวความคิดทางการขายและการตลาดได้
3. บอกวิวัฒนาการของการขายและการตลาดได้

4. สาระการเรียนรู้

การขาย (Selling) หมายถึงศิลปะของการชักจูงใจให้คนอื่นคิดหรือกระทำตามความคิดของนักขาย หรือการขายหมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการของผู้มุ่งหวังและช่วยให้ค้นพบความจำเป็น ความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองด้วยความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการที่นักขายนำเสนอ

ลักษณะการขายพื้นฐานที่ดี ประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 5 ประการคือ

1. การขายคือการให้ความช่วยเหลือลูกค้า (Selling is Providing Service)
2. การขายคือการชักจูงใจลูกค้า(Selling is Using Persuasion)
3. การขายคือการติดต่อสื่อสาร (Selling is Communication)
4. การขายคือการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (Selling is Problem Solving)
5. การขายคือการให้ความรู้แก่ลูกค้า (Selling is Educating)

การตลาด หมายถึงการกระทำกิจกรรมต่างๆ ทางธุรกิจที่จะค้นหาความต้องการ และสร้างสรรค์สินค้า หรือบริการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

แนวความคิดทางการขาย (Selling Concept)

1. ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะไม่ซื้อสินค้าเต็มที่
2. ผู้บริโภคจะถูกชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องมือกระตุ้นการขายวิธีต่างๆ
3. งานหลักของบริษัทคือ การจัดให้มีแผนกขายที่มีความสามารถดีเด่น
4. ผู้บริโภคอาจซื้อซ้ำอีก เพราะมีความต้องการอยู่เรื่อยๆ

แนวความคิดทางการตลาด

1. แนวคิดเน้นการผลิต (Production Concept)
2. แนวคิดเน้นผลิตภัณฑ์ (Product Concept)
3. แนวคิดเน้นการขาย (Selling Concept)
4. แนวคิดเน้นการตลาด (Marketing Concept)
5. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing Concept)

วิวัฒนาการของการขาย การขายมีวิวัฒนาการมาจากการแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อกัน พัฒนามาเป็นการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และพัฒนามาเป็นการใช้ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิตมาเสริมในการแลกเปลี่ยน ซึ่งยังคงมีใช้อยู่จนปัจจุบันนี้

วิวัฒนาการของการตลาด

1. ยุคการผลิต (Product Era)
2. ยุคการขาย (Sales Era)
3. ยุคการตลาด (Marketing Era)
4. ยุคสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Marketing Era)
5. ยุคที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Marketing Era)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 1)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับการขายในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความสำคัญของการขาย แล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการขายจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการขาย แล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการที่น่าสนใจ 1 อย่างจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการขายแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับการขาย

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันเลือกความสำคัญของการขายมา 1 อย่าง พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความสำคัญของการขายแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการขายและสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการขาย
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับความสำคัญของการขาย

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การขายในชีวิตประจำวันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาชีพ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2	บทที่ 1
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย	**สัปดาห์ที่** 2
ชื่อเรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

การขายมีความสำคัญต่อธุรกิจเพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้และผลกำไร ในความสำคัญต่อประเทศนั้นเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบการค้าระหว่างประเทศ ความสำคัญของการขายที่มีต่อสังคมเป็นการกระตุ้นให้สังคมเจริญขึ้น เพราะมีการผลิต/จำหน่ายสินค้าที่ทันสมัย อำนวยความสะดวก ยกระดับมาตรฐานการครองชีพ จึงอาจกล่าวได้ว่า การขายมีความสำคัญต่อทุกหน่วยงานในสังคม

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขาย

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความสำคัญของการขายและการตลาดได้
2. จำแนกหน้าที่ทางการตลาดได้
3. อธิบายส่วนผสมทางการตลาดได้

4. สาระการเรียนรู้

ความสำคัญของการขาย (The Importance of Selling)

1. ความสำคัญของการขายต่อบุคคล
2. ความสำคัญของการขายต่อกิจการ
3. ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจ
4. ความสำคัญของการขายต่อประเทศชาติ

ความสำคัญของการตลาด

1. ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ
2. ความสำคัญต่อระบบตลาด
3. ความสำคัญต่อผู้บริโภค

หน้าที่ทางการตลาด

1. หน้าที่เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนคือ การซื้อ (Buying) และการขาย (Selling)
2. หน้าที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage)
3. หน้าที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก การจัดเกรดและมาตรฐานของสินค้า (Standardization and Grading) การเงิน (Financing) การเสี่ยงภัย (Risk Taking) การหาข้อมูลทางการตลาด (Market Information)

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย 8 ส่วนคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) พนักงาน (People) อำนาจ (Power) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เรียกส่วนประกอบทั้ง 8 ส่วนว่า 8'Ps

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 2)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับการขายในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความสำคัญของการขาย แล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการขายจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการขาย แล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการที่น่าสนใจ 1 อย่างจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการขายแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับการขาย

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันเลือกความสำคัญของการขายมา 1 อย่าง พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความสำคัญของการขายแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการขายและสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการขาย
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับความสำคัญของการขาย

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การขายในชีวิตประจำวันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาชีพ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3	บทที่ 2
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ประเภทและลักษณะของงานขาย	**สัปดาห์ที่** 3
ชื่อเรื่อง ประเภทและลักษณะของงานขาย	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

งานขายเป็นหัวใจของการดำเนินกิจการด้านธุรกิจ ผู้ที่ประกรอบอาชีพเป็นพนักงานขายจะต้องรู้จักใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ดำเนินกิจกรรมด้านการขายให้ประสบผลสำเร็จ โดยการจูงใจให้ลูกค้าสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า แต่เนื่องจากสินค้าและที่บริการอยู่ที่มีอยู่ในสังคมในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท ในสินค้าและบริการจึงมีวิธีแต่ต่างกันไปตามชนิดและประเภทของสินค้า

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. จำแนกลักษณะของงานขายได้
2. บอกประเภทของงานขายได้

4. สาระการเรียนรู้

ลักษณะของงานขายในฐานะอาชีพ

1. ความอิสระในงาน (Job Freedom)
2. ความหลากหลายและความท้าทาย (Variety and Challenge)
3. โอกาสก้าวหน้า (Opportunities for Advancement)
4. ค่าตอบแทนที่น่าสนใจและรางวัลที่ไม่เป็นตัวเงิน (Attractive Compensation and Non–financial Rewards)

ลักษณะของงานขายตามประเภทของสินค้า

1. งานขายที่ต้องใช้เวลาในการขายและการเตรียมการขายมาก
2. งานขายที่ขายได้ครั้งหนึ่งแล้วต้องใช้เวลาอีกนานกว่าจะขายได้อีก
3. งานขายที่ขายได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว
4. งานขายที่ต้องมีการบริการหลังการขาย
5. งานขายที่เตรียมการขายน้อยและไม่ต้องมีบริการหลังการขาย

ลักษณะของงานขายตามพื้นฐานของการปฏิบัติงาน

1. งานขายให้กับคนกลาง (Trade Selling)
2. งานขายปลีก (Retail Selling)
3. งานขายที่เกี่ยวกับเทคนิค (Technical Selling)
4. งานขายทางไกล (Tele Selling)

งานขายที่แบ่งตามระบบการจัดจำหน่าย แยกเป็น 2 ประเภทย่อยคือ

1. การขายตรง (Direct Selling)
2. การขายโดยผ่านคนกลาง (Indirect Selling)

งานขายที่แบ่งตามลักษณะงาน แบ่งงานขายประเภทนี้ออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. งานขายที่ใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
2. งานขายที่ไม่ใช้พนักงานขาย (Non-Personal Selling)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 3)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการขายจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น

3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายที่น่าสนใจ 1 อย่างจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันเลือกประเภทและลักษณะของงานขายมา 1 อย่าง พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การขายในชีวิตประจำวันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาชีพ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4	บทที่ 2
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ประเภทและลักษณะของงานขาย	**สัปดาห์ที่** 4
ชื่อเรื่อง ประเภทของพนักงานขาย	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

งานขายเป็นหัวใจของการดำเนินกิจการด้านธุรกิจ ผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานขายจะต้องรู้จักใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ดำเนินกิจกรรมด้านการขายให้ประสบผลสำเร็จ โดยการจูงใจให้ลูกค้าสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า แต่เนื่องจากสินค้าและที่บริการอยู่ที่มีอยู่ในสังคมในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท ในสินค้าและบริการจึงมีวิธีแต่ต่างกันไปตามชนิดและประเภทของสินค้า

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมายของพนักงานขายได้
2. บอกประเภทของพนักงานขายได้

4. สาระการเรียนรู้

พนักงานขายคือ ผู้ที่ให้คำแนะนำ หรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้ซื้อเห็นคุณค่า หรือประโยชน์ที่จะได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการแล้วตัดสินใจด้วยความพอใจ

บทบาทของพนักงานขาย โดยที่พนักงานขายสมัยใหม่จะมีบทบาทดังต่อไปนี้

1. สำรวจความต้องการของลูกค้า (Surveying)
2. วางแผนให้ลูกค้า (Mapmaking)
3. แนะนำและเสนอทางเลือกให้ลูกค้า (Guiding)
4. ชักจูงหว่านล้อมลูกค้า (Fire Starting)

หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานขาย

1. หน้าที่ในงานขายตรง (Direct Selling Duties)
2. หน้าที่ในการสนับสนุนการขาย (Auxiliary Selling Duties)
3. หน้าที่ในงานที่ไม่เกี่ยวกับการขาย (No Selling Activities)

ประเภทของพนักงานขาย

1. พนักงานขายอุตสาหกรรมทั่วไป (Industrial Salesman)
2. วิศวกรฝ่ายขาย (Sales Engineer)
3. พนักงานขายฝ่ายขายบริการ (Service Salesman)
4. พนักงานขายบุกเบิก (Pioneer)
5. พนักงานขายประจำรถส่งสินค้า (Dealer-Servicing Salesman)
6. พนักงานขายส่ง (Wholesalers)
7. พนักงานแนะนำสินค้า (Missionaries Salesman)
8. พนักงานขายในร้าน หรือตามเคาน์เตอร์สินค้า (Retail Clerk)
9. พนักงานขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Special Salesman)
10. พนักงานขายสินค้าตามบ้าน (Door to Door Salesman)
11. พนักงานขายตามเส้นทาง (Route Salesman)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 4)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของประเภทของพนักงานขายจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น

4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายที่น่าสนใจ 1 อย่างจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับประเภทของพนักงานขาย

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันเลือกประเภทของพนักงานขายมา 1 ประเภท พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทของพนักงานขาย
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ประเภทของพนักงานขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาชีพ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5	บทที่ 3
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	**สัปดาห์ที่** 5
ชื่อเรื่อง การวิเคราะห์ตนเอง	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

บุคคลจะต้องรู้จักตนเองอย่างน้อยใน 3 ลักษณะคือ ประการแรกได้แก่ อุปนิสัยของตนเอง เราต้องวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนว่าตนเองมีอุปนิสัยอย่างไร อุปนิสัยใดดีก็ควรส่งเสริมไว้ อุปนิสัยอะไรไม่ดีก็ควรแก้ไข อาจจะใช้เวลานานแต่ถ้าเรามีความตั้งใจจริงก็สามารถทำได้ ประการที่สองคือ ลักษณะส่วนรวมของตนลักษณะนี้คงต้องอาศัยจากผู้อื่นช่วยบอก บางครั้งเราไม่ต้องการฟังคำวิจารณ์เพราะอาจจะทำให้เรารู้สึกเจ็บปวดแต่เราจงอดทนฟังคำวิจารณ์ เพราะคำทวงติงจากมิตรดีและคนที่มีความจริงใจแล้วเรานำมาไตร่ตรอง บางครั้งคำวิจารณ์หรือคำทวงติงเหล่านั้นอาจมีข้อคิดที่ดีมากมาย และประการสุดท้ายคือ บทบาทของตน เราแต่ละคนมีสถานภาพ (Status) จึงต้องแสดงบทบาท (Role) เราจึงต้องแสดงตนตามบทบาทที่เราได้รับให้สมบูรณ์

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับตนเอง

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. การวิเคราะห์ตนเองได้
2. จำแนกบุคลิกภาพนักขายได้

4. สาระการเรียนรู้

หลักการวิเคราะห์ตนเอง มี 4 ประการคือ

1. การรู้จักตนเอง
2. รู้จักความต้องการของตนเอง
3. รู้จักที่จะยอมรับตนเอง
4. การพัฒนาตนเองไปให้เต็มศักยภาพของตน

องค์ประกอบที่ทำให้บุคลิกภาพทางกายสมบูรณ์

1. สุขภาพกาย
2. สุขภาพจิต
3. การรู้จักตนเอง
4. ขอบเขตการวิเคราะห์ตนเอง

บุคลิกภาพนักขายคือ ลักษณะพิเศษเฉพาะบุคคลที่เหมาะสมกับอาชีพขายโดยจะต้องมีคุณสมบัติและจรรยาบรรณของนักขายมีบุคลิกภาพดีและมีการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพอยู่เสมอ มีเทคนิคการแต่งกายที่เสริมสร้างบุคลิกภาพ เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ในการขาย รู้หลักจิตวิทยาการขาย และเทคนิคการพิชิตใจลูกค้า

ความสำคัญของบุคลิกภาพต่องานขาย

1. เก่งตน
2. เก่งคน
3. เก่งงาน

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 5)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการวิเคราะห์ตนเองจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเอง

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันเลือกวิธีการวิเคราะห์ตนเองมา 1 วิธี พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเองที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเอง
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเอง

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น บุคลิกภาพพนักงานขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาชีพ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6	บทที่ 3
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	**สัปดาห์ที่** 6
ชื่อเรื่อง การพัฒนาบุคลิกภาพ	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

บุคลิกภาพมักมีส่วนสำคัญในการเลือกอาชีพ เมื่อเรารู้และเข้าใจในรูปแบบใด หรืออุปนิสัยส่วนตัวต่างๆ เราก็จะสามารถเข้าใจได้มากขึ้น ว่าอาชีพที่เราต้องการจะเป็นที่เหมาะสมกับความเป็นตัวเรานั้นคืออะไร สามารถเลือกประกอบอาชีพต่างๆ เหล่านั้นได้ดี แต่ทั้งนี้ก็มิได้หมายความว่าบุคคลในกลุ่มต่างๆ จะต้องประกอบอาชีพดังที่กำหนดไว้เสมอไป ต้องดูองค์ประกอบแวดล้อม คนที่มีบุคลิกภาพในแต่ละประเภทอาจจะสามารถประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวไว้ ซึ่งอาจมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกับกลุ่มอาชีพนั้นๆ ขึ้นอยู่กับความพอใจ ความฝัน ความต้องการ และความจำเป็นในด้านต่างๆ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับตนเอง

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายการพัฒนาบุคลิกภาพได้
2. บอกจรรยาบรรณของพนักงานขายได้

4. สาระการเรียนรู้

การพัฒนาบุคลิกภาพ ประกอบด้วย

1. การพัฒนาลักษณะท่าทาง (Appearance)
2. การพัฒนาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Clothes)
3. การพัฒนาการแต่งตัว (Grooming)
4. การพัฒนาน้ำเสียงและนิสัยในการสนทนา (Conversations)

5. การพัฒนากิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ (Manners)
6. การพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสาร (Communications)
7. การพัฒนาทัศนคติของนักขาย (Attitude)

บุคลิกภาพโดยทั่วไปของพนักงานขาย

1. รูปร่าง
2. หน้าตาและเนื้อตัว
3. ร่างกาย แข็งแรง สง่าผ่าเผย แคล่วคล่องว่องไว
4. เสียง สำเนียงน่าฟัง พูดชัดเจนไพเราะ
5. มีใบหน้ายิ้มแย้มเสมอ
6. กิริยาและบุคลิกสง่าผ่าเผย
7. พนักงานขายไม่ควรสูบบุหรี่ ขณะเข้าพบลูกค้า
8. บริการให้ดีที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้
9. ไม่กล่าวคำปฏิเสธอย่างตรงไปตรงมากับผู้ที่มาติดต่อ

บุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี

1. ความเพียรพยายาม (Perseverance)
2. ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)
3. ความเชื่อถือไว้ใจได้ (Dependability)
4. ความซื่อสัตย์และจริงใจ (Honesty and Sincerity)
5. อุปนิสัยใจคอหรือคุณสมบัติ (Character)
6. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)
7. การยกย่องนับถือ (Respect)
8. ความร่าเริง (Cheerfulness)
9. ความเชื่อมั่นในตัวเอง (Self-confidence)
10. ความสามารถด้านสติปัญญา (Mental Ability)
11. จินตนาการ (Imaginational)

บุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของพนักงานขาย

1. การไม่ฟังผู้อื่น
2. ชอบวิพากษ์วิจารณ์
3. ชอบโต้แย้ง
4. กระทำการตามอารมณ์
5. มีความเกียจคร้าน
6. ขาดความอดทน

จรรยาบรรณของพนักงานขาย

1. จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อพนักงานขายเอง (Sell-Responsibility)
2. จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อบริษัท (Company Responsibility)
3. จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)
4. จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อลูกค้า (Customer Responsibility)
5. จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อกิจการ (Company Responsibility)
6. จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (Colleague Responsibility)
7. จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อคู่แข่งขัน (Competitor Responsibility)
8. จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อสังคม (Social Responsibility)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 6)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการพัฒนาบุคลิกภาพจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น

3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการการพัฒนาบุคลิกภาพจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันเลือกวิธีการพัฒนาบุคลิกภาพ 1 วิธี พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเอง

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น บุคลิกภาพพนักงานขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาชีพ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 7		บทที่ 4
รหัส 2200-1004	**ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับกิจการ		**สัปดาห์ที่** 7
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ		**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

ความรู้เกี่ยวกับกิจการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานของพนักงาน พนักงานขายที่มีความรู้ดีก็สามารถที่จะนำความรู้เหล่านั้นถ่ายทอดไปยังลูกค้าได้ดีอีกด้วย ดังนั้นความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายจะต้องทำการศึกษาต่อไปการสื่อสารอย่างมีคุณภาพของพนักงานช่วยผลักดันการดำเนินการขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความจริงที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้วว่ายิ่งพนักงานรู้จักองค์กรของตนมากเท่าใด พวกเขายิ่งจะทุ่มเททำงานเพื่อให้องค์กรได้รับความสำเร็จมากเท่านั้น พนักงานที่ดีจะไม่นั่งรอให้เจ้านายใส่ข้อมูลลงในหัวเขาแต่จะลุกขึ้นและตั้งคำถามที่เกี่ยวข้อง เขามีความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกับเจ้านาย เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาและทุกสิ่งที่เขาพูดนั้นน่าเชื่อถือ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการได้
2. จำแนกสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ

4. สาระการเรียนรู้

การที่พนักงานขายได้รู้จักกิจการของเราว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีสินค้าและบริการอะไรบ้าง ตลอดจนถึงเพื่อนร่วมงานทั้งบริษัทก็จะทำให้เรามั่นใจ และภาคภูมใจที่ได้ร่วมงานกัน สามารถที่ใช้ข้อมูลนี้แนะนำ หรือโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าและบริการของเราด้วย

สิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ

1. ประวัติความเป็นมาของกิจการ

1. ผู้ก่อตั้งกิจการคือใคร
2. กิจการก่อตั้งเมื่อใด
3. กิจการมีผลิตภัณฑ์ใดจำหน่ายบ้าง
4. กิจการดำเนินกิจกรรมใดบ้างที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
5. กิจการมีสาขาอยู่ที่ใดบ้าง

2. นโยบายขายของกิจการ

1. นโยบายการขายของกิจการ
2. นโยบายเกี่ยวกับสินค้า
3. นโยบายเกี่ยวกับลูกค้า
4. นโยบายเกี่ยวกับพนักงานขาย
5. นโยบายเกี่ยวกับสังคม

3. โครงสร้างการดำเนินงานของกิจการ

1. โครงสร้างการดำเนินงานตามหน้าที่ (Function Organization Structure)
2. โครงสร้างของการดำเนินงานตามสายงานหลัก (Line Organization Structure)
3. โครงสร้างของการดำเนินงานแบบคณะที่ปรึกษา (Staff Organization Structure)
4. โครงสร้างขององค์การแบบคณะกรรมการ (Board Organization Structure)

4. ลักษณะของกิจการ

1. กิจกรรมเจ้าของคนเดียว (Single or Sole Proprietorship)
2. ห้างหุ้นส่วน (Partnership)
3. บริษัทจำกัด (Limited Company)
4. บริษัทมหาชนจำกัด (Public Company Limited)

5 สหกรณ์ (Co Operative)

6. รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise)

7 ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 7)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับกิจการพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับกิจการจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 8	บทที่ 4
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	**สัปดาห์ที่** 8
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

ความรู้เกี่ยวกับกิจการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการทำงานของพนักงาน พนักงานขายที่มีความรู้ดีก็สามารถที่จะนำความรู้เหล่านั้นถ่ายทอดไปยังลูกค้าได้ดีอีกด้วย ดังนั้นความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายจะต้องทำการศึกษาต่อไปการสื่อสารอย่างมีคุณภาพของพนักงานช่วยผลักดันการดำเนินการขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความจริงที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้วว่ายิ่งพนักงานรู้จักองค์กรของตนมากเท่าใด พวกเขายิ่งจะทุ่มเททำงานเพื่อให้องค์กรได้รับความสำเร็จมากเท่านั้น พนักงานที่ดีจะไม่นั่งรอให้เจ้านายใส่ข้อมูลลงในหัวเขาแต่จะลุกขึ้นและตั้งคำถามที่เกี่ยวข้อง เขามีความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกับเจ้านาย เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาและทุกสิ่งที่เขาพูดนั้นน่าเชื่อถือ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. อธิบายประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

4. สาระการเรียนรู้

แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ

1. จากการปฐมนิเทศ
2. จากการฝึกอบรมสัมมนาพนักงาน
3. จากรายงานกิจการที่จัดทำเป็นเอกสาร
4. จากบุคคลต่างๆ
5. สื่อมวลชน

ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

1. เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับพนักงานขาย
2. เพิ่มขวัญกำลังใจในการทำงาน
3. สร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานขาย
4. สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
5. ช่วยให้การขายทำให้ง่ายขึ้น

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 8)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับกิจการพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับกิจการจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 9	บทที่ 1-4
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท บทที่ 1-4	**สัปดาห์ที่** 9
ชื่อเรื่อง สอบกลางภาค 20 คะแนน	**หน่วยกิต** 2 (2)

ข้อสอบกลางภาคเรียน วิชาการขายเบื้องต้น 1 รหัส 2200-1004 เวลาสอบ 2 ชั่วโมง คะแนนเต็ม 20 คะแนน

คำสั่ง ข้อสอบมี 2 ตอน จำนวน 45 ข้อ

ตอนที่ 1 ให้นักเรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดแล้วทำเครื่องหมาย (X) ทับตัวอักษรหน้าคำตอบ

1. ข้อใดให้ความหมายของคำว่า “การขาย (Selling)” ได้ดีที่สุด

ก. การนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไปถึงลูกค้าเพื่อให้เกิดการโอนกรรมสิทธิในสินค้า

ข. การวางแผน การบังคับบัญชา และการควบคุมงานการขายโดยใช้ตัวบุคคล

ค. การจูงใจให้คนต้องการสิ่งที่นักขายมีอยู่ เช่น สินค้า บริการ หรือความคิด

ง. กระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา

จ. ศิลปะในการชักจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความพึงพอใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย

2. ข้อใดเป็นเรื่องของการตลาดมากที่สุด

ก. การมุ่งการผลิตสินค้าให้มากที่สุด

ข. การมุ่งสนองความต้องการของลูกค้า

ค. การมุ่งประชาสัมพันธ์

ง. การมุ่งการโฆษณา

จ. การมุ่งวิจัยตลาดสินค้า

3. ข้อใดกล่าวถูกต้องที่สุดเกี่ยวกับแนวความคิดทางการขาย

ก. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพราะถูกกระตุ้นให้ซื้อ

ข. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าตามความจำเป็น

ค. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพราะดูโฆษณา

ง. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพราะมีการลดราคา

จ. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเพราะมีของแถม

4. ข้อใดเป็นแนวความคิดที่เน้นการตลาดเป็นสำคัญ

ก. เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ ข. เน้นปริมาณการผลิต

ค. เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ *ง. เน้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค*

จ. เน้นผลกำไรจากการดำเนินงานให้สูงที่สุด

5. เป็นยุคที่เน้นความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นวิวัฒนาการของการตลาดยุคใด

ก. ยุคการผลิต (Product Era)

ข. ยุคการขาย (Sales Era)

ค. ยุคที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Marketing Era)

ง. ยุคการตลาด (Marketing Era)

จ. ยุคสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Marketing Era)

6. ข้อใดเป็นลักษณะความสำคัญของงานขายต่อสังคม

ก. ทำให้สินค้าและบริการตอบสนองคนทั่วไปให้ได้รับความสะดวกสบาย

ข. ทำให้ธุรกิจอยู่ได้และมีกำไร

ค. ทำให้สินค้าเกิดการแข่งขันกันมากขึ้น

ง. ทำให้เกิดผลตอบแทนต่อองค์กร

จ. ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อสินค้าได้ตามที่ตนเองต้องการ

7. ข้อใดคือความสำคัญของการตลาดที่มีต่อผู้บริโภค

ก. ทำให้เศรษฐกิจขยายตัว ข. ทำให้ประชาชนมีงานทำ

ค. ทำให้เกิดการประหยัดเวลาในการซื้อ ง. ทำให้มีสินค้าใหม่ๆ เกิดขึ้น

จ. ทำให้รัฐเก็บภาษีได้มากขึ้น

8. หน้าที่ของการตลาดเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าคือข้อใด

ก. จัดหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ข. จัดเก็บรักษาสินค้าเพื่อเพิ่มคุณภาพ

ค. จัดระบบการขนส่งให้เหมาะสมและมีคุณภาพ

ง. จัดให้มีการวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงของตลาด

จ. ข้อ ข. และ ค. ถูก

จงใช้ตัวเลือกต่อไปนี้ตอบคำถามข้อที่ 9–10

ก. Product ข. Promotion

ค. Price ง. Package

จ. Place

9. การที่ห้างบิ๊กซีจัดรายการลด แลก แจก แถมตรงกับ.....*ข*.....

10. การกระจายสินค้าไปทั่วประเทศเกี่ยวข้องกับ.....จ.....

11. สินค้าประเภทใดที่ไม่ต้องมีบริการหลังขาย

ก. วิทยุ *ข. หนังสือพิมพ์*

ค. เครื่องถ่ายเอกสาร ง. กล้องถ่ายรูป

จ. รถยนต์

12. การขายสินค้าใดที่ขายได้ครั้งหนึ่งแล้วต้องใช้เวลาอีกนานกว่าจะขายได้อีก

ก. เครื่องซักผ้า ข. อาหาร

ค. น้ำยาล้างจาน ง. นิตยสาร

จ. เครื่องเขียน

13. บุคคลใดต่อไปนี้คือพนักงานขายปลีก

ก. พนักงานขายประจำร้าน ข. พนักงานขายตามบ้าน

ค. พนักงานขายประจำเคาน์เตอร์ ง. พนักงานขายในห้างบิ๊กซี

จ. ถูกทุกข้อ

14. พนักงานขายสินค้าอุตสาหกรรมประเภทใดต้องมีความรู้ด้านช่างเทคนิค

ก. พนักงานขายทั่วไป *ข. วิศวกรฝ่ายขาย*

ค. พนักงานฝ่ายบริการ ง. พนักงานขายเครื่องเขียน

จ. ถูกทุกข้อ

15. การรับตัดเสื้อผ้าเป็นงานขายประเภทใด

ก. งานขายตรง

ข. งานขายผ่านคนกลาง

ค. งานขายส่ง

ง. งานขายสินค้าอุตสาหกรรม

จ. งานขายปลีก

16. ข้อใดคือการขายตามเส้นทาง

ก. อภิสิทธิ์ชี่จักรยานขายยาคูลท์

ข. สุเทพขายน้ำยาซักผ้าตามบ้าน

ค. ดารุนีย์ตระเวนขายยาให้กับโรงพยาบาล

ง. สุดารัตน์ขายเครื่องสำอางที่เคาน์เตอร์

จ. ณเดชขายผักในตลาดสดขอนแก่น

17. การลงโฆษณาในนิตยสาร ให้ลูกค้าสั่งซื้อตามแบบฟอร์มที่กำหนดเป็นการขายแบบใด

ก. ทางไปรษณีย์

ข. ทางโทรศัพท์

ค. ทางบุคคล

ง. ทางโทรทัศน์

จ. ทางอินเทอร์เน็ต

18. ร้านค้าในข้อใด ใช้ระบบ Self Service

ก. ร้านสุกี้โคคา

ข. ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ค. ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า

ง. ร้านขายรถยนต์

จ. ร้านขายเครื่องสำอาง

ใช้คำตอบต่อไปนี้ตอบคำถามข้อที่ 19-20

ก. Wholesales Selling
ข. Retail Selling
ค. Telephone Selling
ง. Non-Personal Selling
จ. Industrial Selling

19. จตุพรซื้อน้ำอัดลมกระป๋องจากตู้หยอดเหรียญ.....ง.....

20. ณัฐวุฒิซื้อยาสระผมสมุนไพรจากสหกรณ์แม่บ้านตำบลหัวรอ.....ข.....

21. บุคคลจะต้องรู้จักตนเองในเรื่องใดเป็นสำคัญ

ก. รู้จักอุปนิสัยของตนเอง
ข. รู้จักลักษณะส่วนรวมของคนในชุมชน
ค. รู้จักบทบาทของคนในสังคม
ง. รู้จักความต้องการของตน
จ. รู้จักบทบาทของคนในครอบครัว

22. การพัฒนาศักยภาพของตนเองทำได้อย่างไร

ก. การอ่านหนังสือ
ข. การเข้าอบรมดีๆ
ค. ฝึกจดบันทึกส่วนตัว
ง. การหาเวลาว่างให้กับตนเอง
จ. ถูกทุกข้อ

23. ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็นความรู้สึกและท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หมายถึงข้อใด

ก. ความเชื่อ
ข. ค่านิยม
ค. ทัศนคติ
ง. พฤติกรรม
จ. ความศรัธทา

24. ข้อใดเป็นความหมายของ “บุคลิกภาพ”

ก. เอกลักษณ์ของบุคคล

ข. คุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของบุคคล

ค. พฤติกรรมเฉพาะบุคคล

ง. กิริยาอาการที่แสดงออกของบุคคล

จ. ทัศนคติของบุคคล

25. สิ่งที่เปรียบเสมือนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเป็นความสำคัญของบุคลิกภาพในข้อใด

ก. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

ข. การแต่งตัว

ค. น้ำเสียงและนิสัยในการสนทนา

ง. กิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ

จ. ทัศนคติของนักขาย

26. บุคลิกภาพโดยทั่วไปของพนักงานขายคือข้อใด

ก. พนักงานขายไม่ควรสูบบุหรี่

ข. บริการให้ดีที่สุด

ค. สำเนียงน่าฟัง พูดชัดเจนไพเราะ

ง. ร่างกาย แข็งแรง สง่าผ่าเผย

จ. ถูกทุกข้อ

27. ข้อใดหมายถึงจรรยาบรรณ

ก. ข้อกำหนดให้เป็นแนวทางปฏิบัติในแต่ละอาชีพ

ข. ข้อตกลงในการเจรจาเพื่อการซื้อขายของผู้ซื้อและผู้ขาย

ค. ระเบียบปฏิบัติที่ทางราชการกำหนดให้แต่ละกิจการปฏิบัติ

ง. กฎหมายควบคุมความประพฤติของพนักงานขาย

จ. ระเบียบปฏิบัติที่ทุกคนต้องปฏิบัติหากขัดขืนจะถูกลงโทษ

28. สิ่งใด ***ไม่เป็นการทำผิด*** ต่อจรรยาบรรณพนักงานขาย

ก. ติเตียนสินค้าคู่แข่งขันให้ประชาชนเห็นข้อเสีย

ข. เสนอลดราคาสินค้าเพื่อจูงใจลูกค้า

ค. ให้ความสนิทสนมกับลูกค้าให้มากเพื่อให้เกิดความเกรงใจ

ง. รักษาผลประโยชน์ของลูกค้า

จ. ให้ของแถมแก่ลูกค้าที่รู้จักมากกว่าลูกค้าทั่วไป

29. อะไรคือประโยชน์ที่จะทำให้พนักงานขายขาดจรรยาบรรณมากที่สุด

ก. รายได้เพิ่ม ข. มีคนเชื่อถือจำนวนมาก

ค. มีอำนาจ ง. ผู้บริหารรักใคร่

จ. ชื่อเสียงของกิจการ

30. ลักษณะใดที่ถือว่าพนักงานขายมีจรรยาบรรณต่อลูกค้า

ก. หมั่นพัฒนาความรู้ตนเอง ข. ให้ความร่วมมือกับกิจการ

ค. พูดจาไพเราะ *ง. รักษาความลับของลูกค้า*

จ. ไม่ติเตียนพนักงานขายคนก่อนๆ

31. บอกสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

ก. ทำให้พนักงานขายมีความมั่นใจในการทำงานขาย

ข. ทำให้พนักงานขายมีความภาคภูมใจที่ได้ร่วมงานกัน

ค. ทำให้พนักงานขายสามารถใช้ข้อมูลนี้แนะนำลูกค้า

ง. ทำให้พนักงานขายโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าและบริการของเรา

จ. ถูกทุกข้อ

32. เรื่องใดพนักงานขายควรรู้เกี่ยวกับกิจการ

ก. ประวัติ ข. ประเภทกิจการ

ค. ลักษณะการบริหาร ง. นโยบายของกิจการ

จ. ทุกอย่างที่เกี่ยวกับกิจการ

33. สิ่งแรกที่พนักงานขายควรรู้เกี่ยวกับกิจการคือข้อใด

ก. ชื่อผู้ก่อตั้งกิจการ ข. เงินทุนของกิจการ

ค. นโยบายของกิจการ ง. สถานที่ตั้งของกิจการ

จ. นโยบายเกี่ยวกับสังคม

34. กิจการใดที่ต้องจดทะเบียนและเรียกเก็บค่าหุ้นจากผู้ถือหุ้น

ก. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ข. รัฐวิสาหกิจ
ค. บริษัทจำกัด
ง. บริษัทข้ามชาติ
จ. ห้างหุ้นส่วนสามัญ

35. ร้านขายของชำ จัดเป็นกิจการประเภทใด

ก. กิจการเจ้าของคนเดียว
ข. ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ค. บริษัทจำกัด
ง. สหกรณ์
จ. รัฐวิสาหกิจ

36. ข้อใดคือลักษณะของรัฐวิสาหกิจ

ก. รัฐเป็นเจ้าของ
ข. รัฐจ้างเอกชนดำเนินการ
ค. เอกชนขอสัมปทานจากรัฐ
ง. รัฐและเอกชนเป็นเจ้าของร่วม
จ. เอกชนเป็นเจ้าของแต่รัฐเป็นผู้ดำเนินการ

37. การรับซ่อมฟรี 1 ปีของบริษัทผู้ขายรถยนต์หลังการขาย เป็นนโยบายในข้อใด

ก. นโยบายหลัก
ข. นโยบายการตลาด
ค. นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งขัน
ง. นโยบายลูกค้า
จ. นโยบายเกี่ยวกับสังคม

38. แหล่งความรู้ประเภทใดที่ศึกษาด้วยตัวเองได้ดีที่สุด

ก. เพื่อนร่วมงาน
ข. ลูกค้า
ค. ผู้บังคับบัญชา
ง. สื่อสารมวลชน
จ. เอกสารเผยแพร่ของกิจการ

39. โดยทั่วไปพนักงานขายจะอยู่ในสายงานใด

ก. ฝ่ายการตลาด
ข. ฝ่ายการเงิน
ค. ฝ่ายผลิต
ง ฝ่ายบุคลากร
จ. ฝ่ายบัญชี

40. ข้อใดคือผลดีของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

ก. ปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามนโยบายกิจการ ข. ทำให้คู่แข่งขันลดดีกรีการแข่งขันลง

ค. ชนะเพื่อนร่วมงานในงานขายได้ ง. นำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อกิจการได้

จ. ทำให้กิจการมีความมั่นใจมากขึ้น

ตอนที่ 2 จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงบอกคุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการมา 5 ข้อ

.....

.....

.....

.....

.....

2. จรรยาบรรณของพนักงานขายต่อลูกค้ามีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

3. ประเภทของงานขายที่แบ่งตามระบบการจัดจำหน่ายมีกี่ประเภทอะไรบ้าง

.....

.....

.....

4. จงบอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับตนเอง

.....

.....

.....

5. พนักงานขายต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการเรื่องใดบ้าง

.....

.....

.....

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 10	บทที่ 5
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	**สัปดาห์ที่** 10
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ของกิจการใดๆ เป็นที่มาของรายได้ให้กับกิจการนั้นๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจ/กิจการจะไม่สามารถอยู่รอดได้ ถ้าผลิตภัณฑ์ที่ขาย/นำเสนอสู่ตลาดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่ตลาดธุรกิจ/กิจการควรที่จะได้สำรวจให้ทราบถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการให้ได้เสียก่อน ถ้าหากธุรกิจ/กิจการใดนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นเจ้าแรก ธุรกิจ/กิจการนั้นๆ ก็มีโอกาสที่จะเป็นผู้นำตลาดได้ นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดียังทำให้ธุรกิจ/กิจการนั้นๆ มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภคอีกด้วย

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ได้
2. บอกองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้
3. จำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้

4. สาระการเรียนรู้

ผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งใดๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ ดังนั้นจากความหมายนี้ “ผลิตภัณฑ์” จึงมีความหมายที่กว้างครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคได้

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) หากจะมองผลิตภัณฑ์โดยแยกออกเป็นส่วนๆ เราสามารถแยกส่วนได้ 3 ส่วนด้วยกัน

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)
2. ตัวตนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ (Actual Product)
3. ผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented Product)

ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค (Consumer Product) แบ่งออกเป็น

1. สินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Goods)
2. สินค้าเปรียบเทียบซื้อ (Shopping Goods)
3. สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty Goods)
4. สินค้าไม่แสวงซื้อ (Unsought Goods)

2. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Product) แบ่งออกเป็น

1. ถาวรวัตถุติดตั้ง (Installations)
2. อุปกรณ์ประกอบ (Accessory Equipment)
3. วัสดุชิ้นส่วนประกอบ (Component Part and Material)
4. วัตถุดิบ (Raw Material)
5. วัสดุสิ้นเปลือง (Operating Supplies)
6. บริการในทางอุตสาหกรรม (Services)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 10)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 11	บทที่ 5
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	**สัปดาห์ที่** 11
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ของกิจการใดๆ เป็นที่มาของรายได้ให้กับกิจการนั้นๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจ/กิจการจะไม่สามารถอยู่รอดได้ ถ้าผลิตภัณฑ์ที่ขาย/นำเสนอสู่ตลาดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่ตลาดธุรกิจ/กิจการควรที่จะได้สำรวจให้ทราบถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการให้ได้เสียก่อน ถ้าหากธุรกิจ/กิจการใดนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นเจ้าแรก ธุรกิจ/กิจการนั้นๆ ก็มีโอกาสที่จะเป็นผู้นำตลาดได้ นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดียังทำให้ธุรกิจ/กิจการนั้นๆ มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภคอีกด้วย

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
2. บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
3. บอกประโยชน์ของการที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

4. สาระการเรียนรู้

สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. รายละเอียดของสินค้าทางกายภาพ
2. ประโยชน์ของสินค้า และผลที่ได้รับจากสินค้า
3. การบริการหลังการขาย
4. การเก็บรักษา
5. สินค้าของคู่แข่งขัน
6. สินค้าที่เกี่ยวข้อง

แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. ฉลากที่ติดมากับสินค้า
2. คู่มือขาย
3. แฟ้มขาย
4. การฝึกอบรมพนักงานขาย
5. หนังสือพิมพ์และนิตยสารธุรกิจ
6. คู่มือสินค้า
7. อินเทอร์เน็ต
8. ทัศนวัสดุช่วยศึกษา
9. ประโยชน์ของสินค้าและการเก็บดูแลรักษา
10. คู่แข่งขัน
11. แหล่งอื่นๆ

ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. ประโยชน์ต่อลูกค้า

1. ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้เหมาะสมตรงกับความต้องการ
2. ช่วยให้ลูกค้าได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายนำเสนอได้ชัดเจนขึ้น
3. ช่วยให้ลูกค้าสามารถดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น

2. ประโยชน์ต่อพนักงานขาย

1. ทำให้พนักงานขายสามารถอธิบายและสาธิตวิธีการใช้สินค้าให้ลูกค้าทราบ
2. ทำให้พนักงานขายเลือกจุดขายที่น่าสนใจและโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้
3. ทำให้พนักงานขายมีความเชื่อมั่นในตนเองพร้อมที่จะออกไปพบและนำเสนอขาย
4. ทำให้พนักงานขายตอบข้อซักถามปัญหาเกี่ยวกับสินค้า

3. ประโยชน์ต่อกิจการ

1. กิจการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น
2. กิจการมีภาพพจน์ที่ดีขึ้น
3. กิจการสามารถขยายกิจการได้มากขึ้น

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 11)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 12	บทที่ 6
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	**สัปดาห์ที่** 12
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

ลูกค้าคือ บุคคลที่สำคัญที่สุดของพนักงานขาย การจะพิชิตใจลูกค้าได้ พนักงานขายจะต้องรู้จักลูกค้าว่าเป็นคนอย่างไร รู้สึกนึกคิดอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด เพื่อจะได้หาวิธีการตอบสนองความต้องการได้ถูกต้อง เพราะลูกค้าแต่ละรายจะแตกต่างกันวิธีการที่จะเสนอขายพิชิตใจลูกค้าแต่ละรายก็จะแตกต่างกันไปด้วย หากรู้จักลูกค้าในทุกๆ ด้าน พนักงานขายก็จะสามารถใช้วิธีการต่างๆ ได้หลากหลาย รวมทั้งแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมายของลูกค้าได้
2. บอกพฤติกรรมของลูกค้าได้
3. อธิบายสาเหตุการตัดสินใจซื้อได้
4. อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อได้

4. สาระการเรียนรู้

ลูกค้าคือ บุคคล (หรือนิติบุคคล) ที่ซื้อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อที่ซื้อ (หรือใช้บริการ) กับสถานที่หรือองค์กรใดเป็นการประจำหรือโดยสม่ำเสมอ

พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าหรือผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อกินเองใช้เอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อตอบคำถามต่อไปนี้

1. ใครคือผู้ซื้อ (Who buys?)

2. เขาซื้ออะไร (What do they buys?)

3. เขาซื้อเมื่อไร (When do they buys?)

4. เขาซื้อที่ไหน (Where do they buys?)

5. ทำไมเขาซื้อ (Why do they buys?)

6. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates they buys?)

7. เขาซื้ออย่างไร (How do they buys?)

รูปแบบพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์การซื้อ และตัวกระตุ้น ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

สิ่งกระตุ้น		กล่องดำ		การตอบสนองของผู้ซื้อ
การตลาด	*อื่นๆ*	ลักษณะของผู้ซื้อ	กระบวนการตัดสินใจ	• ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ
• ผลิตภัณฑ์	• เศรษฐกิจ			• ตรายี่ห้อที่ซื้อ
• ราคา	• เทคโนโลยี			• ร้านค้าที่ซื้อ
• การจัดจำหน่าย	• การเมือง			• เวลาที่ซื้อ
• การส่งเสริม	• วัฒนธรรม			• ปริมาณที่ซื้อ
• การตลาด				

สาเหตุการตัดสินใจซื้อ

ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะต้องมีแรงจูงใจ เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อดังต่อไปนี้คือ

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์

2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล

3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์

4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 12)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้ามีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับลูกค้าพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้าที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 13	บทที่ 6
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	**สัปดาห์ที่** 13
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

ลูกค้าคือ บุคคลที่สำคัญที่สุดของพนักงานขาย การจะพิชิตใจลูกค้าได้ พนักงานขายจะต้องรู้จักลูกค้าว่าเป็นคนอย่างไร รู้สึกนึกคิดอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด เพื่อจะได้หาวิธีการตอบสนองความต้องการได้ถูกต้อง เพราะลูกค้าแต่ละรายจะแตกต่างกันวิธีการที่จะเสนอขายพิชิตใจลูกค้าแต่ละรายก็จะแตกต่างกันไปด้วย หากรู้จักลูกค้าในทุกๆ ด้าน พนักงานขายก็จะสามารถใช้วิธีการต่างๆ ได้หลากหลาย รวมทั้งแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

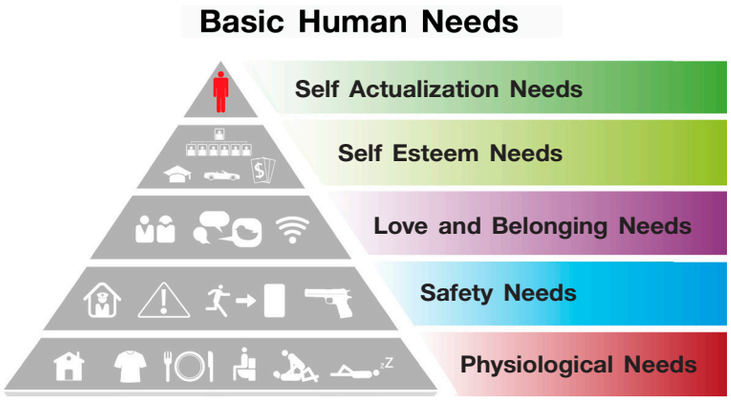
1. บอกลำดับขั้นความต้องการของลูกค้าได้
2. อธิบายลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้าได้
3. จำแนกประเภทของลูกค้าได้

4. สาระการเรียนรู้

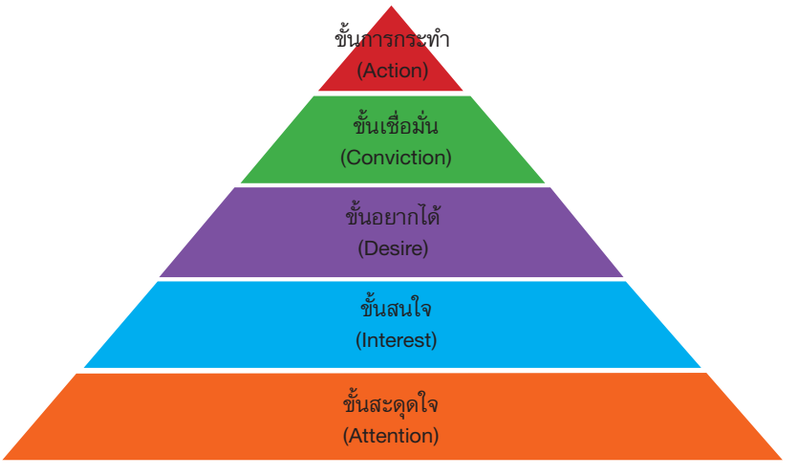
ลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า

1. ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow)

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belonging and Love Needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem Needs)
5. ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Self Actualization Needs)



ลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า เป็นทฤษฎีที่เน้นหนักด้านผู้ขายว่าต้องปฏิบัติการต่างๆ ตามลำดับขั้นให้ถูกต้องตามกาลเทศะ เพื่อผลสำเร็จในการเสนอขาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคแบ่งออกได้ 7 ประเภทคือ

1. ลูกค้าประเภทสงบเฉย
2. ลูกค้าประเภทใจร้อน
3. ลูกค้าประเภทลังเลไม่แน่ใจ
4. ลูกค้าประเภทพูดมากและชอบเถียง
5. ลูกค้าประเภทชอบซักถาม
6. ลูกค้าประเภทสุขุมรอบคอบและคิดช้า
7. ลูกค้าประเภทเชื่อมั่นในตนเองสูง

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 13)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้ามีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับลูกค้าพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้าแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้าที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 14	บทที่ 7
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	**สัปดาห์ที่** 14
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

การมีคู่แข่งขันทางธุรกิจเปรียบเสมือนมียาชูกำลังที่จะทำให้กิจการและพนักงานขายต่างๆ มีความเข้มแข็งและอดทนที่จะดำเนินการต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความกระตือรือร้น สร้างสรรค์และพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องถึงจะแข่งขันกับคู่แข่งขั้นในตลาดธุรกิจได้อย่างแท้จริง

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมายและความสำคัญของคู่แข่งขันได้
2. บอกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันได้

4. สาระการเรียนรู้

คู่แข่งขัน (Competitor) หมายถึงบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถานบันที่ดำเนินกิจการด้านธุรกิจอย่างเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้ โดยต้องแข่งขันกันด้านการขายและการผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ เพื่อเป็นกิจการที่ยึดครองตลาดให้มากที่สุด

สิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

1. ขนาดของตลาด (Market Size)
2. การจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution)
3. วิธีการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
4. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Character of Products)

5. ประเภทของลูกค้า (Type of Customer)
6. ขนาดของกิจการ (Size of Business)
7. ยุทธวิธีการขายของพนักงานขาย (Sale Tactics)
8. แนวโน้มของตลาดในอนาคต (Tendency in Market)
9. โอกาส และอุปสรรค (Opportunity and Treated)
10. สภาพการแข่งขัน (Competition State)
11. แนวปฏิบัติในตลาด (Regulation in Market)
12. จุดอ่อนจุดแข็งของสินค้าคู่แข่งขัน (Strength and Weakness)
13. นโยบายของคู่แข่งขัน (Policy)
14. ฐานะการเงินของคู่แข่งขัน

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 14)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 15	บทที่ 7
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	**สัปดาห์ที่** 15
ชื่อเรื่อง ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

การมีคู่แข่งขันทางธุรกิจเปรียบเสมือนมียาชูกำลังที่จะทำให้กิจการและพนักงานขายต่างๆ มีความเข้มแข็งและอดทนที่จะดำเนินการต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความกระตือรือร้น สร้างสรรค์และพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ถึงจะแข่งขันกับคู่แข่งขั้นในตลาดธุรกิจได้อย่างแท้จริง

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันได้
2. บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันได้

4. สาระการเรียนรู้

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งขัน

1. เอกสารสิ่งพิมพ์
2. พนักงานของกิจการคู่แข่งขัน
3. ลูกค้าของคู่แข่งขัน
4. ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขัน
5. กิจการต่างๆ ของคู่แข่งขัน
6. ติดตามจากสื่อมวลชน
7. งานแสดงสินค้า

ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

1. สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทัดเทียมหรือดีกว่าของคู่แข่งขัน
2. ศึกษาความเป็นไปได้เรื่องราคาที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้เท่าหรือราคาต่ำกว่าคู่แข่งขัน
3. การปรับปรุงรายได้และสวัสดิการของกิจการเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานขาย
4. การปรับนโยบายเรื่องช่องทางการขาย
5. เพื่อรักษาสถานะของกิจการ
6. สามารถประเมินสภาพคู่แข่งขัน โดยพิจารณาข้อมูลของคู่แข่งขัน
7. เพื่อเปรียบเทียบหาจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 15)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 16	บทที่ 8
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	**สัปดาห์ที่** 16
ชื่อเรื่อง คุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

พนักงานที่ดีที่มีคุณภาพก็ต้องรู้จักสร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวเอง ใส่ใจในผลลัพธ์ของงานที่จะออกมา แล้วยังคิดวางเป้าหมายและเข้าใจว่าเขาจะต้องทำอะไรอย่างไร มีอิสระทางความคิด และไม่ใช่สักแต่คิดว่าทำงานเพราะมันคืองาน แต่รู้จักเรียนรู้จากงานเพื่อที่จะเติบโตขึ้นด้วย พนักงานที่ดีคือผู้ที่มีความคิดริเริ่ม สร้างแรงบันดาลใจให้ทั้งตนเองและเพื่อนร่วมงานเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตขององค์กร เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ ตรงต่อเวลาและยินดีที่จะพัฒนาตนเองและองค์การเสมอ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายปรัชญาการขายสมัยใหม่ได้
2. บอกทักษะของพนักงานที่นายจ้างยุคใหม่ต้องการได้
3. อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการได้

4. สาระการเรียนรู้

ปรัชญาการขายสมัยใหม่เรียกว่า การขายที่มุ่งการเป็นหุ้นส่วน (Partner-oriented) จะอยู่บนพื้นฐานของหลักการ 6 ประการ ได้แก่

1. กระบวนการขายอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจและข้อตกลงทั้ง 2 ฝ่าย
2. บรรยากาศการขายที่มุ่งลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเจริญเติบโตในระยะยาว
3. พนักงานขายควรทำงานเสมือนหนึ่งรับเงินเดือนจากลูกค้า
4. การได้มาซึ่งคำสั่งซื้อเป็นเพียงขั้นตอนแรก บริการหลังการขายเป็นสิ่งที่สำคัญ
5. ไม่มีคำตอบใดเพียงคำตอบเดียวที่จะเหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกคน

ทักษะของพนักงานที่นายจ้างยุคใหม่ต้องการ

1. ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
2. ทักษะการดูแลแก้ไขอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานที่เราใช้อยู่เป็นประจำ
3. ทักษะทางด้านทรัพยากรมนุษย์
4. ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์
5. ทักษะที่ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นพิเศษ
6. ทักษะทางวิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์
7. ทักษะการจัดการด้านการเงิน
8. ทักษะในเรื่องของการจัดการข้อมูล
9. ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ
10. ทักษะในการบริหารธุรกิจ

คุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขาย

1. มีบุคลิกภาพดี (Personality)
2. มีมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation)
3. มีความซื่อสัตย์ (Honesty)
4. มีความร่าเริงแจ่มใส (Cheerfulness)
5. มีความเสียสละ (Donation)
6. มีความรับผิดชอบ (Responsibility)
7. มีความยับยั้งชั่งใจ (Inhibition)
8. มีความคิดริเริ่ม (Creative)
9. มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm)

คุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบอาชีพขายที่นายจ้างพึงปรารถนา

1. ไว้วางใจได้ (Reliability)
2. มีความจำดี (Good Memory)
3. มีความซื่อสัตย์ (Honesty)
4. มีความตื่นตัว (Alertness)
5. มีการตัดสินใจที่ดี (Good Judgments)
6. มีความสามารถทางคณิตศาสตร์ (Arithmetic Ability)
7. มีจิตนาการ (Imagination)

คุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบอาชีพขายที่ลูกค้าพึงปรารถนา

1. ซื่อสัตย์สุจริต (Honesty)
2. มีความจริงใจ (Sincerity)
3. การบริการด้วยใจ (Service Mind)
4. การตรงต่อเวลา
5. มีความรู้สึกที่ดีต่องาน
6. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
7. มีบุคลิกภาพที่ดี
8. มีความสามารถในการใช้คำถามและคำตอบ
9. มีความสามารถในการสนทนา
10. มีความมั่นใจในตนเอง
11. มีการยิ้มแย้มแจ่มใส
12. มีความเป็นผู้นำ
13. มีจรรยาบรรณที่ดีต่อลูกค้า

ลักษณะของผู้ประกอบอาชีพขายที่จะชนะใจลูกค้า

1. บุคลิกภาพ
2. ไม่โจมตีผู้อื่นหรือผู้แข่งขัน
3. สร้างความเป็นมิตรให้กับทุกคน
4. กล้ารับผิดชอบในสิ่งที่กระทำลงไป

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 16)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้คุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น คุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 17	บทที่ 8
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	**สัปดาห์ที่** 17
ชื่อเรื่อง โอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	**หน่วยกิต** 2 (2)

1. สาระสำคัญ

พนักงานที่ดีที่มีคุณภาพก็ต้องรู้จักสร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวเอง ใส่ใจในผลลัพธ์ของงานที่จะออกมา แล้วยังคิดวางเป้าหมายและเข้าใจว่าเขาจะต้องทำอะไรอย่างไร มีอิสระทางความคิดและไม่ใช่สักแต่คิดว่าทำงานเพราะมันคืองาน แต่รู้จักเรียนรู้จากงานเพื่อที่จะเติบโตขึ้นด้วย พนักงานที่ดีคือผู้ที่มีความคิดริเริ่ม สร้างแรงบันดาลใจให้ทั้งตนเองและเพื่อนร่วมงานเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตขององค์กร เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ ตรงต่อเวลาและยินดีที่จะพัฒนาตนเองและองค์การเสมอ

2. สมรรถนะประจำบท

แสดงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ได้
2. อธิบายค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูลได้

4. สาระการเรียนรู้

โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย (Opportunities and Motivations of Salesman)

1. ตำแหน่งพนักงานขายฝึกหัด (Sales Trainee)
2. พนักงานขายชั้นผู้น้อย (Junior Salesman)
3. พนักงานขายอาวุโส (Senior Salesman)
4. ผู้ควบคุมดูแลพนักงานขาย (Sale Supervisor)

5. ผู้จัดการแผนก (Division Sale Manager)
6. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด (Marketing Manager)
7. รองประธานบริษัทฝ่ายการตลาด (Vice-president in Charge of Marketing)
8. ประธานบริษัท (President)

ค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูล

1. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน (Salary)
2. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า (Commissions)
3. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบผสม (Combination)
4. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่าใช้จ่ายในการขาย (Cash Sales)
5. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของรางวัลพิเศษ (Incentive)
6. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินโบนัส (Bonus)
7. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของสวัสดิการ (Welfare)

5. กิจกรรมการเรียนรู้ (สัปดาห์ที่ 18)

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับโอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายมีความสำคัญอย่างไร

ขั้นสอน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับโอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายแล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
2. นักเรียนศึกษาเรื่องความสำคัญของการรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายจากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียนรายวิชาการขายเบื้องต้น
3. นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับการรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายแล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น
4. นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับการรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ห้องสมุด หรืออินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้
5. ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย

ขั้นสรุป

นักเรียนร่วมกันอภิปรายสรุปความรู้เกี่ยวกับการรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย

ขั้นการฝึกฝนนักเรียน

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4–5 คน ร่วมกันค้นหาความรู้เกี่ยวกับรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายพร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ
2. นักเรียนสัมภาษณ์ผู้รู้เรื่องโอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายแล้วบันทึกผลการสัมภาษณ์

ขั้นนำไปใช้

นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับโอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

กิจกรรมเสนอแนะ

1. กิจกรรมสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ นักเรียนศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับโอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย
2. กิจกรรมสำหรับฝึกทักษะเพิ่มเติม นักเรียนจับคู่กับเพื่อนทำรายงานเรื่องความสำคัญของการรู้โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย

6. สื่อ/แหล่งการเรียนรู้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขายจากรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ
2. สถานที่ เช่น ห้องสมุด กระทรวงแรงงาน หรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บุคคล เช่น ผู้รู้ หรืออาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย
4. สื่อการเรียนรู้ความรู้เกี่ยวกับการขายเบื้องต้น

7. หลักฐานการเรียนรู้ที่ต้องการ

1. หลักฐานความรู้ที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. หลักฐานการปฏิบัติงานที่ต้องการ
   - รายงานการสำรวจของนักเรียน
   - สื่อประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

8. การวัดและประเมินผล

1. วิธีการประเมิน
   - ประเมินผลจากเล่มรายงาน
   - ประเมินผลจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. เครื่องมือประเมิน
   - แบบตรวจสอบรายงาน
   - แบบตรวจสอบการนำเสนอ
3. เกณฑ์การประเมิน
   - การทำส่งแบบฝึกหัดถูกต้องเกิน 80 เปอร์เซ็นต์
   - การทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้เฉลี่ย 80 เปอร์เซ็นต์

9. บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

1. ข้อสรุปหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

☐ ควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

☐ อนุญาตให้ใช้ในการสอนได้

☐ อื่นๆ .....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย

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

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 18	บทที่ 5-8
รหัส 2200-1004 **ชื่อวิชา** การขายเบื้องต้น 1	**จำนวน** 2 ชั่วโมง
ชื่อบท บทที่ 5-8	**สัปดาห์ที่** 18
ชื่อเรื่อง สอบปลายภาค 30 คะแนน	**หน่วยกิต** 2 (2)

ข้อสอบปลายภาคเรียน วิชาการขายเบื้องต้น 1 รหัส 2200-1004 เวลาสอบ 2 ชั่วโมง คะแนนเต็ม 30 คะแนน

คำสั่ง ข้อสอบมี 2 ตอน จำนวน 45 ข้อ

ตอนที่ 1 ให้นักเรียนเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดแล้วทำเครื่องหมาย (X) ทับตัวอักษรหน้าคำตอบ

1. ข้อใดคือความหมายของ “ผลิตภัณฑ์”

ก. มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน

ข. สิ่งที่เสนอแก่ตลาดและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

ค. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ง. คุณสมบัติของสินค้าและบริการ

จ. สิ่งที่มีมูลค่าที่สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนได้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

2. “.....และเราก็ค้นพบว่า เราไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์ แต่เราขายความสุขที่บันทึกได้....” ข้อความโฆษณาดังกล่าวของบริษัทโซนี่ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ข้อใด

ก. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)

ข. ผลิตภัณฑ์จริง (Actual Product)

ค. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product)

ง. ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)

จ. ภาพพจน์ผลิตภัณฑ์ (Image Product)

3. การซื้อประกันชีวิตเป็นสินค้าตามข้อใด

ก. Convenience Goods
ข. Shopping Goods
ค. Specialty Goods
ง. Unsought Goods
จ. Impulse Goods

4. สินค้าสะดวกซื้อคือข้อใด

ก. ยาสีฟัน
ข. เสื้อผ้า
ค. วิทยุ
ง. รถยนต์
จ. เครื่องซักผ้า

5. ข้อใดเป็นวัสดุสิ้นเปลือง

ก. ผักสด ผลไม้
ข. เครื่องคอมพิวเตอร์
ค. เครื่องจักร
ง. อะไหล่รถยนต์
จ. น้ำมันหล่อลื่น

6. ข้อใดคือการซื้อในตลาดอุตสาหกรรม

ก. นายสมหมายซื้อปากกาไว้ใช้ส่วนตัว
ข. นายสมปองซื้อรถยนต์ไว้ใช้ส่วนตัว
ค. นายสมชายซื้อวัตถุดิบไปผลิตสินค้า
ง. นายสมนึกซื้อกระดาษมาพิมพ์รายงาน
จ. นายสมบัติซื้อสมุดมาขาย

7. การรู้รายละเอียดของสินค้าทางกายภาพเพื่อนำมาใช้ในการขายเรื่องใด

ก. เพื่อหาจุดเด่นจุดด้อยของสินค้ามาใช้เป็นจุดขาย
ข. เพื่อรู้รายละเอียดกระบวนการผลิต
ค. เพื่อรู้ส่วนประกอบต่างๆ ของตัวสินค้าที่ผลิต
ง. เพื่อนำมากำหนดราคาสินค้า
จ. เพื่อนำมากำหนดวิธีการส่งเสริมการขาย

8. ข้อใด ***ไม่ใช่สิ่งจำเป็น*** ที่พนักงานขายต้องรู้

ก. ความต้องการของลูกค้า
ข. ลักษณะผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน
ค. ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า
ง. สินค้าส่วนตัวอื่นของลูกค้า
จ. กระบวนการผลิต

9. แหล่งข้อมูลในข้อใดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ดีที่สุด

ก. ตัวผลิตภัณฑ์
ข. คู่มือขาย
ค. ฝ่ายออกแบบ
ง. สื่อมวลชน
จ. หน่วยราชการ

10. การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อพนักงานขายอย่างไร

ก. ประสบความสำเร็จในอาชีพ
ข. ผู้บังคับบัญชาสนับสนุน
ค. สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง
ง. กิจการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น
จ. ถูกทุกข้อ

11. ลูกค้ามีความหมายตรงกับข้อใด

ก. ลูกค้าคือพระราชา
ข. ลูกค้าคือพระเจ้า
ค. ลูกค้าคือผู้ถูกต้องเสมอ
ง. ลูกค้าคือผู้มีพระคุณ
จ. ถูกทุกข้อ

12. ดารา นักร้อง เป็นศิลปินที่วัยรุ่นชอบเลียนแบบเป็นปัจจัยด้านใด

ก. ปัจจัยทางวัฒนธรรม
ข. ปัจจัยทางสังคม
ค. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
ง. ปัจจัยส่วนบุคคล
จ. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

13. คุณธิดาซื้อสร้อยเพชรมาใส่เพื่อให้สังคมยกย่อง ถือเป็นการซื้อด้วยแรงจูงใจข้อใด

ก. ซื้อด้วยเหตุผล
ข. ซื้อด้วยคำแนะนำ
ค. ซื้อด้วยความเกรงใจ
ง. ซื้อด้วยอารมณ์
จ. ซื้อด้วยความเคยชิน

14. ขั้นใดของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องเปรียบเทียบข้อมูลก่อนซื้อ

ก. การค้นหาข้อมูล
ข. การตระหนักถึงความต้องการ
ค. การซื้อ
ง. การประเมินผลทางเลือก
จ. การประเมินผลหลังการซื้อ

15. หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าขั้นต่อไปคือข้อใด

ก. การค้นหาข้อมูล
ข. การประเมินผลทางเลือก
ค. การซื้อ
ง. การประเมินผลหลังการซื้อ
จ. เก็บรวบรวมข้อมูล

16. ปัจจัยสี่เป็นความต้องการระดับใดของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์

ก. ด้านกายภาพ
ข. ด้านสังคม
ค. ด้านการยกย่อง
ง. ด้านจิตใจ
จ. ด้านการยอมรับ

17. ความต้องการในข้อใดเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์

ก. ด้านภายภาพ
ข. ด้านความปลอดภัย
ค. การยอมรับ
ง. ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต
จ. การยกย่อง

18. การให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้า หรือได้สาธิตด้วยตนเองเป็นการตัดสินใจของลูกค้าขั้นใด

ก. ขั้นสะดุดใจ
ข. ขั้นสนใจ
ค. ขั้นอยากได้
ง. ขั้นเชื่อมั่น
จ. ขั้นตัดสินใจซื้อ

19. ลูกค้าประเภทใดที่ตัดสินใจซื้อสินค้ายากที่สุด

ก. ลูกค้าประเภทสงบเฉย
ข. ลูกค้าประเภทใจร้อน
ค. ลูกค้าประเภทลังเลไม่แน่ใจ
ง. ลูกค้าประเภทพูดมากและชอบเถียง
จ. ลูกค้าประเภทชอบซักถาม

20. ลูกค้าประเภทใดที่ไม่มีความเชื่อมั่นในตนเอง ใครพูดอะไรก็เอนเอียงตาม

ก. ลูกค้าประเภทสงบเฉย
ข. ลูกค้าประเภทใจร้อน
ค. ลูกค้าประเภทลังเลไม่แน่ใจ
ง. ลูกค้าประเภทพูดมากและชอบเถียง
จ. ลูกค้าประเภทชอบซักถาม

21. สินค้าต่อไปนี้ ข้อใดเป็นคู่แข่งขันทางการค้า

ก. โค้ก-เป๊ปซี่
ข. เนสกาแฟ-บัดดี้ดีน
ค. เปปโซเดนท์-รีจอยซ์
ง. ไฮยีน-แคร์ ฮายขมิ้น
จ. ลักส์-แฟ้บ

22. ข้อใดคือลักษณะที่เรียกว่า สงครามการค้า

ก. การรวมกลุ่ม
ข. การร่วมมือ
ค. การแข่งขัน
ง. การขัดแย้ง
จ. การข่มขู่

23. การมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันจะทำให้พนักงานขายรู้อะไร

ก. ขนาดของกิจการ
ข. ข้อบกพร่องของตนเอง
ค. ราคาของสินค้า
ง. โอกาสความก้าวหน้าของตนเอง
จ. นโยบายของกิจการ

24. ข้อใดคือข้อมูลที่ควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

ก. ลูกค้า
ข. วิธีส่งเสริมการขาย
ค. ลักษณะของผลิตภัณฑ์
ง. ราคาสินค้า
จ. ถูกทุกข้อ

25. ข้อใด ***ไม่ใช่*** นโยบายคู่แข่งขัน

ก. บริการซ่อมฟรี 1 ปีหลังการขาย

ข. กำหนดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่งขัน

ค. รับคืนสินค้าภายใน 15 วันถ้าใช้ไม่ถูกใจลูกค้า

ง. พัฒนาระบบสินค้าคงคลังให้ทันสมัย

จ. ซื้อครบ 500 บาท ได้รับคูปองมูลค่า 20 บาท

26. ข้อใดเป็นแหล่งข้อมูลที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน

ก. ผลิตภัณฑ์ ข. กิจการ

ค. ลูกค้า ง. สื่อมวลชน

จ. ถูกทุกข้อ

27. แหล่งความรู้ของคู่แข่งขันสามารถหาได้จากข้อใด

ก. ฐานเศรษฐกิจ ข. ประชาชาติธุรกิจ

ค. โพสต์ทูเดย์ ง. คู่แข่ง

จ. ถูกทุกข้อ

28. สื่อสิ่งพิมพ์ใดที่มีข้อมูลเกี่ยวกับด้านธุรกิจโดยตรง

ก. ไทยรัฐ ข. มติชนรายสัปดาห์

ค. สกุลไทย *ง. กรุงเทพธุรกิจ*

จ. ข่าวสด

29. ข้อใด ***ไม่ใช่ประโยชน์*** จากการเรียนรู้คู่แข่งขัน

ก. เพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้เหนือคู่แข่งขัน

ข. เพื่อนำมาใช้วางนโยบายด้านราคา

ค. เพื่อทำการส่งเสริมการขาย

ง. เพื่อลอกเลียนแบบสินค้าให้เหมือนคู่แข่งขัน

จ. เพื่อรักษาสถานะของคู่แข่งขัน

30. การแข่งขันทางการค้ามีผลดีโดยตรงต่อลูกค้าอย่างไร

ก. ทำให้มีงานทำ มีรายได้

ข. เศรษฐกิจขยายตัวเพราะผลิตมากขึ้น

ค. มีสินค้าดีและราคาถูกใช้

ง. มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น

จ. มีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์

31. ปรัชญาการขายสมัยใหม่ข้อใดสำคัญที่สุด

ก. พนักงานขายควรทำงานเสมือนหนึ่งรับเงินเดือนจากลูกค้า

ข. กระบวนการขายอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจและข้อตกลงทั้งสองฝ่าย

ค. ปัญหาของลูกค้าต้องได้รับการวิเคราะห์โดยพนักงานขายสมัยใหม่

ง. ไม่มีคำตอบใดเพียงคำตอบเดียวที่จะเหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกคน

จ. พนักงานขายมืออาชีพและซื่อสัตย์เป็นสิ่งจำเป็น

32. ข้อใดคือลักษณะของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการมากที่สุด

ก. ใช้ดุลยพินิจได้ดี

ข. มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

ค. พูดคล่อง

ง. ขจัดคู่แข่งได้ดีที่สุด

จ. มีความซื่อสัตย์สุจริต

33. ลักษณะในข้อใดแสดงถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ก. ร่าเริง ยิ้มแย้ม ชอบช่วยเหลือและเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย

ข. มีรูปร่างหน้าตาดีและสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง

ค. มีความกระตือรือร้น กล้าคิด กล้าทำ

ง. ตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด

จ. สุภาพอ่อนน้อมกล้าตัดสินใจ

34. ข้อใดตรงกับความหมาย “การแต่งกายดี”

ก. แต่งกายตามกาลเทศะ ข. เข้าชุดกับเครื่องประดับ

ค. แต่งกายตามสมัยนิยม ง. ไม่เลียนแบบใคร

จ. เสื้อผ้าราคาแพง

35. พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จต้องมีลักษณะเช่นข้อใด

ก. พูดเก่ง แต่งตัวดี ข. มีเพื่อนมาก หมั่นหาประสบการณ์ด้วยตนเอง

ค. มีเงินทุน ทำงานหลายที่ *ง. ขยัน อดทน เชื่อมั่นตนเอง*

จ. พูดสนุกสนานชวนหัวเราะ

36. ลักษณะในข้อใดเป็น “นักพูดที่ดี”

ก. พูดชัดเจน ข. ใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวล

ค. ใช้คำพูดถูกต้อง ง. รู้จังหวะในการพูด

จ. ถูกทุกข้อ

37. การกระทำในข้อใดที่พนักงานขาย ***ไม่ควรปฏิบัติ***

ก. ให้ลูกค้าพูดให้จบก่อน

ข. แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญของตนเหนือคู่แข่งขัน

ค. แต่งกายสุภาพเมื่อจะไปพบลูกค้า

ง. รู้กาลเทศะในการสนทนา

จ. เปิดโอกาสให้ลูกค้าซักถาม

38. ตำแหน่งเริ่มต้นของพนักงานขายคือข้อใด

ก. พนักงานขาย *ข. พนักงานขายฝึกหัด*

ค. ผู้จัดซื้อ ง. แล้วแต่กิจการนั้นๆ

จ. ผู้ควบคุมการขาย

39. ตำแหน่งสูงสุดของพนักงานขาย กิจกรรมใดที่เป็นได้เร็วที่สุด

ก. งานด้านอุตสาหกรรม

ข. ร้านขายปลีกขนาดใหญ่

ค. ร้านขายปลีกขนาดเล็ก

ง. กิจการด้านการขายส่ง

จ. การขายปลีกตามบ้าน

40. ค่าตอบแทนประเภทใดที่สำคัญและเป็นที่ต้องการของพนักงานขายมากที่สุด

ก. ค่านายหน้าจากการขาย

ข. เงินเดือน

ค. โบนัส

ง. สวัสดิการ

จ. ค่ารับรองลูกค้า

ตอนที่ 2 จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง

.....

.....

2. จงอธิบายลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า

.....

.....

3. ลูกค้าแบ่งออกเป็นกี่ประเภท

.....

.....

4. สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขันมีอะไรบ้าง

.....

.....

5. คุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....