

แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ

ชื่อวิชา การขายเบื้องต้น

รหัสวิชา 202001-1003

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ

กลุ่มทักษะวิชาชีพพื้นฐาน

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

จัดทำโดย

บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

หลักสูตรรายวิชา

หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ

กลุ่มทักษะวิชาชีพพื้นฐาน

วิชา การขายเบื้องต้น รหัส 202001-1003 ทฤษฎี 1 ปฏิบัติ 2 หน่วยกิต 2

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจความรู้พื้นฐานของงานขายและกระบวนการขาย
2. มีทักษะในการวางแผนการขายและการเสนอขายสินค้าและบริการ
3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเชื่อมั่นในตนเองและความมีมนุษยสัมพันธ์

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานของงานขายและกระบวนการขายตามหลักการ
2. วางแผนการขายและการเสนอขายสินค้าและบริการ
3. ปฏิบัติงานขายตามกระบวนการขาย

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการขาย แนวคิดทางการขาย วิวัฒนาการการขาย หน้าที่ทางการขาย ประเภทและลักษณะของงานขาย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น คุณสมบัติของนักขาย โอกาสและความก้าวหน้าของนักขายและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย

หน่วยการเรียนรู้

หน่วยการเรียนรู้	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	จำนวน ชั่วโมง	สัปดาห์ ที่
1	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	6	1-2
2	ประเภทและลักษณะของงานขาย	6	3-4
3	ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	6	5-6
4	ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	6	7-8
5	ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	6	9-10
6	ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	6	11-12
7	ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	6	13-14
8	คุณสมบัติโอกาสและความก้าวหน้าของนักศึกษา	6	15-16
9	เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย	6	17-18
	รวม	54	18

ตารางวิเคราะห์หลักสูตร

รหัสวิชา 202001-1003 ชื่อวิชาการขายเบื้องต้น ทฤษฎี 1 ปฏิบัติ 2 หน่วยกิต 2
ชั้น ปวช.

พฤติกรรม หน่วยการเรียนรู้ที่/หัวข้อย่อย	พุทธิพิสัย						ทักษะพิสัย	จิตพิสัย	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวนชั่วโมง
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1.ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	5	2	1	-	-	-	-	-	8	5	6
2.ประเภทและลักษณะของงานขาย	4	2	1	1	-	-	1	-	9	4	6
3.ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	6	3	2	1	-	-	1	1	14	1	6
4.ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	4	3	2	1	-	-	1	1	12	2	6
5.ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	6	3	2	1	-	-	1	1	14	1	6
6.ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	5	3	2	-			1	1	12	2	6
7.ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	4	3	2	-			1	1	11	3	6
8.คุณสมบัติโอกาสและความก้าวหน้าของ นักขาย	5	2	2	1			1	1	12	2	6
9.เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย	2	2	2	1			1	-	8	5	6
รวม	41	23	16	6			8	6	100		54
ลำดับความสำคัญ	1	2	3	5			4	5			

หน่วยการเรียนรู้และสมรรถนะประจำหน่วย

ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะ		
	ความรู้	ทักษะ	คุณลักษณะที่พึงประสงค์
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ความรู้พื้นฐาน เกี่ยวกับการขาย	- อธิบายความหมายและความสำคัญของการขายได้ถูกต้อง - บอกแนวความคิดและวิวัฒนาการของการขายได้ถูกต้อง - บอกหน้าที่ทางการขายได้ถูกต้อง	- วิเคราะห์แนวความคิดทางการขายได้ - จำแนกหน้าที่ทางการขายได้ถูกต้อง	- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความรอบรู้และความมีเหตุผล ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง - กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล และยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ประเภทและลักษณะ ของงานขาย	- บอกลักษณะและประเภทของงานขายได้ถูกต้อง - อธิบายความหมายของพนักงานขายได้ - บอกประเภทของพนักงานขายได้	จำแนกประเภทและลักษณะของงานขาย	- มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง - ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความรู้และคุณธรรม
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	- การวิเคราะห์ตนเองและจำแนกบุคลิกภาพของนักขายได้ถูกต้อง - อธิบายการพัฒนาบุคลิกภาพได้ - บอกบุคลิกภาพของพนักงานขายได้ - บอกบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของพนักงานขายได้	การวิเคราะห์ตนเองและจำแนกบุคลิกภาพนักขายได้	- มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง - ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	- บอกสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ - จำแนกสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ - บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ - อธิบายประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ	วิเคราะห์สิ่งที่ต้องรู้และแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ถูกต้อง	- มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผล อย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง - ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความพอประมาณและมีภูมิคุ้มกัน

ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะ		
	ความรู้	ทักษะ	คุณลักษณะที่พึงประสงค์
หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์	1. อธิบายความหมายและบอกองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ 2. อธิบายสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 3. บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 4. บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้	จำแนกประเภทและสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง	1. มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2. ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความมีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกัน
หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	1. อธิบายความหมายและบอกพฤติกรรมของลูกค้าได้ 2. อธิบายสาเหตุการตัดสินใจซื้อได้ 3. อธิบายลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้าได้	1. วิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง 2. จำแนกประเภทของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	1. มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2. ปฏิบัติงานขายโดยยึดหลักลูกค้าคือบุคคลสำคัญ
หน่วยการเรียนรู้ที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	1. อธิบายความหมายและความสำคัญของคู่แข่งได้ 2. บอกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งและบอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งได้ 3. บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งได้	วิเคราะห์คู่แข่งได้อย่างถูกต้อง	1. มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2. ปฏิบัติงานโดยไม่โจมตีคู่แข่ง
หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 คุณสมบัติโอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย	1. อธิบายปรัชญาการขายสมัยใหม่ได้อย่างถูกต้อง 2. อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการได้ 3. บอกโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่และค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่เกื้อกูลได้อย่างถูกต้อง	มีทักษะขายและมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ	1. มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2. มีคุณสมบัติของพนักงานขายและมีทักษะขายที่นายจ้างต้องการ
หน่วยการเรียนรู้ที่ 9 เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย	1. อธิบายความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศได้ 2. อธิบายความหมายและการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการขายได้	1. มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2. ปฏิบัติงานขายโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการขายได้

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
1	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	1.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการขาย 1.2 แสดงความเข้าใจถึงแนวความคิดและวิวัฒนาการของการขาย 1.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ทางการขาย
2	ประเภทและลักษณะของงานขาย	2.1 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและประเภทของพนักงานขาย
3	ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	3.1 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเอง 3.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพนักขายและการพัฒนาบุคลิกภาพ 3.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขายด้านต่าง ๆ
4	ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	4.1 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 4.2 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการและแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ 4.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ
5	ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	5.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายองค์ประกอบและประเภทของผลิตภัณฑ์ 5.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องรู้และแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 5.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
6	ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	6.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของลูกค้า 6.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมสาเหตุการตัดสินใจซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า 6.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับลำดับขั้นความต้องการและลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า 6.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของลูกค้า
7	ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	7.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของคู่แข่ง 7.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องรู้และแหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 7.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง
8	คุณสมบัติโอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย	8.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับปรัชญาการขายสมัยใหม่ 8.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับทักษะของพนักงานขายและคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ 8.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่และค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่พนักงานขายจะได้รับ
9	เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขาย	9.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ 9.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เกณฑ์การตัดสินผลการเรียนรู้

การวัดและประเมินผลแต่ละครั้งต้องผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 60 ของคะแนนเต็ม แล้วนำคะแนนรวมมาตัดสินผลการเรียนตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป	ระดับผลการเรียน 4
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 75-79	ระดับผลการเรียน 3.5
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 70-74	ระดับผลการเรียน 3
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 65-69	ระดับผลการเรียน 2.5
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 60-64	ระดับผลการเรียน 2
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 55-59	ระดับผลการเรียน 1.5
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 50-54	ระดับผลการเรียน 1
คะแนนผลการประเมินตั้งแต่ร้อยละ 49 ลงไป	ระดับผลการเรียน 0

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 1
	ชื่อหน่วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	สอนครั้งที่ 1-2 ชั่วโมงรวม 6
	เรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	จำนวนชั่วโมง 6
1. สาระสำคัญ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน การขายเป็นกิจกรรมที่ทุกคนต้องเกี่ยวข้องด้วย การขายเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเหลือ ชักจูงใจให้ผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้าหรือบริการ การสร้างความพึงพอใจ การขายมีวิวัฒนาการมาจากการแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อกัน พัฒนามาเป็นการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และพัฒนามาเป็นการใช้ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิตมาเสริมในการแลกเปลี่ยน ซึ่งยังคงมีใช้อยู่จนปัจจุบันนี้ 2. สมรรถนะประจำหน่วย 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการขาย 2.2 แสดงความเข้าใจถึงแนวความคิดและวิวัฒนาการของการขาย 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ทางการขาย 3. จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.1 ด้านความรู้ 3.1.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการขายได้ถูกต้อง 3.1.2 บอกแนวความคิดและวิวัฒนาการของการขายได้ถูกต้อง 3.1.3 บอกหน้าที่ทางการขายได้ถูกต้อง 3.2 ด้านทักษะ 3.2.1 วิเคราะห์แนวความคิดทางการขายได้ 3.2.2 จำแนกหน้าที่ทางการขายได้ถูกต้อง 3.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 3.3.1 ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความรอบรู้ และความมีเหตุผล ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3.3.2 กล้าแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล และยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น 4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ 4.1 ความหมายของการขาย การขาย (Selling) หมายถึง ศิลปะของการชักจูงใจให้คนอื่นคิดหรือกระทำตามความคิดของนักขาย หรือ การขาย หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการของผู้มุ่งหวัง และช่วยให้ค้นพบความจำเป็น ความต้องการ ที่จะได้รับการตอบสนองด้วยความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการที่นักขายนำเสนอ		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 1
	ชื่อหน่วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	สอนครั้งที่ 1-2 ชั่วโมงรวม 6
	เรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	จำนวนชั่วโมง 6
4.2 ความสำคัญของการขาย 1) ความสำคัญของการขายต่อบุคคล 2) ความสำคัญของการขายต่อกิจการ 3) ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจ 4) ความสำคัญของการขายต่อประเทศชาติ 4.3 แนวความคิดทางการขาย 1) ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะไม่ซื้อสินค้าเต็มที่ 2) ผู้บริโภคจะถูกชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องมือกระตุ้นการขายวิธีต่าง ๆ 3) งานหลักของบริษัท คือ การจัดให้มีแผนขายที่มีความสามารถดีเด่น 4) ผู้บริโภคอาจซื้อซ้ำอีก เพราะมีความต้องการอยู่เรื่อย ๆ 4.4 วิวัฒนาการของการขาย การขายมีวิวัฒนาการมาจากการแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อกัน พัฒนามาเป็นการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และพัฒนามาเป็นการใช้ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิตมาเสริมในการแลกเปลี่ยน ซึ่งยังคงมีใช้อยู่จนปัจจุบันนี้ 4.5 หน้าที่ทางการขาย 1) การขายทำให้มีสินค้าและบริการออกสู่ตลาด 2) การขายทำให้กิจการมีกำไร 3) การขายทำให้เกิดการขยายการลงทุนทางธุรกิจ 4) การขายทำให้เกิดระบบการบริการด้านการขาย 5) การขายทำให้เกิดธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ 6) การขายทำให้เกิดการแก้ปัญหาและสร้างความพึงพอใจ 7) การขายก่อให้เกิดความรู้หรือการให้การศึกษา 5. กิจกรรมการเรียนรู้การสอน 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขายในปัจจุบันว่ามีอะไรบ้าง 5.1.2 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.3 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.4 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายการขายในชีวิตประจำวัน		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 1
	ชื่อหน่วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	สอนครั้งที่ 1-2 ชั่วโมงรวม 6
	เรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	จำนวนชั่วโมง 6
5.1.5 ครูยกตัวอย่างสถานการณ์ทางการเงินในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน แล้วส่งตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน 5.2.2 นักเรียนศึกษาเรื่องในปัจจุบัน จากสื่อการเรียนรู้ หนังสือเรียน รายวิชาการขายเบื้องต้น 5.2.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มพิจารณาเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน แล้วให้นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็น 5.2.4 นักเรียนหาข้อมูลเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน นำเสนอ 1 เรื่องจากแหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด อินเทอร์เน็ต แล้วบันทึกความรู้ 5.2.5 ครูอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขายที่พบเห็นในชีวิตประจำวันแล้วเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามข้อสงสัย 5.3 ขั้นสรุป 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเรื่องความรู้พื้นฐานทางการขาย 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้ 5.4 การวัดและประเมินผล (P) 5.4.1 ผู้สอนพิจารณาให้คะแนนการนำเสนอหน้าชั้นเรียนของผู้เรียนแต่ละกลุ่ม 5.4.2 ผู้สอนพิจารณาให้คะแนนการปฏิบัติงานของแต่ละกลุ่ม 5.4.3 ผู้สอนพิจารณาให้คะแนนคุณลักษณะอันพึงประสงค์เป็นรายบุคคล 6. สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้ 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ 6.1.2 ใบงาน 1 เรื่องการวิเคราะห์ความสำคัญของการขาย 6.1.3 กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่ 1.1 และ 1.2 6.1.4 แบบทดสอบ		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 1
	ชื่อหน่วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	สอนครั้งที่ 1-2 ชั่วโมงรวม 6
	เรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	จำนวนชั่วโมง 6
6.1.5 แบบประเมินผลงาน 6.1.6 แบบประเมินพฤติกรรมการเรียน 6.1.7 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 6.1.8 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เรื่องที่มีอยู่ในปัจจุบัน รายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการขายที่ประสบความสำเร็จ 6.1.9 สถานที่ เช่น บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างสมุด มหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน 6.1.10 บุคคล เช่น ผู้รู้ อาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับการขาย 6.2 สื่อโสตทัศน 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 12 แผ่น 1.-2. ความหมายของการขาย 3.-8. หลักพื้นฐานของการขายที่ดี 9. ความสำคัญของการขาย 10. วิวัฒนาการของการขาย 11. แนวความคิดทางการขาย 12. หน้าที่ทางการขาย 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 6.4.3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 1
	ชื่อหน่วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	สอนครั้งที่ 1-2 ชั่วโมงรวม 6
	เรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย	จำนวนชั่วโมง 6

8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน

8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น

8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

9. การวัดและประเมินผล

9.1 ก่อนเรียน

9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ

9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 1

9.2 ขณะเรียน

9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องการวิเคราะห์ความสำคัญของการขาย

9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน

9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานในการขาย

9.3 หลังเรียน

9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ

9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานในการขาย

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 2
	ชื่อหน่วย ประเภทและลักษณะของงานขาย	สอนครั้งที่ 3-4 ชั่วโมงรวม 12
	เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
1. สาระสำคัญ การขาย (Selling) เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เราต้องค้นหาให้พบว่าลูกค้าต้องการอะไร และสามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ ทั้งนี้เพราะสินค้าและบริการที่มีอยู่ในตลาดมีอยู่มากมายหลายชนิด แตกต่างกันไปตามลักษณะ คุณประโยชน์ คุณสมบัติ และลักษณะของการใช้งาน ดังนั้นการขายสินค้าจึงเป็นงานที่แตกต่างไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนนโยบายของกิจการนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้พนักงานขายต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวสูงมากจึงจะประสบความสำเร็จได้ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ต้องศึกษาว่าการขายมีประเภทใดบ้าง และลักษณะของการขายนั้นเป็นอย่างไร เพื่อจะได้นำไปใช้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม 2. สมรรถนะประจำหน่วย 2.1 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและประเภทของงานขาย 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและประเภทของพนักงานขาย 3. จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.1 ด้านความรู้ 3.1.1 บอกลักษณะและประเภทของงานขายได้ถูกต้อง 3.1.2 อธิบายความหมายของพนักงานขายได้ 3.1.3 บอกประเภทของพนักงานขายได้ 3.2 ด้านทักษะ 3.2.1 จำแนกประเภทและลักษณะของงานขาย 3.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3.3.2 ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความรู้และคุณธรรม		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 2
	ชื่อหน่วย ประเภทและลักษณะของงานขาย	สอนครั้งที่ 3-4 ชั่วโมงรวม 12
	เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ 4.1 ลักษณะของงานขาย ลักษณะของงานขายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้ 1) ลักษณะของงานขายในฐานะอาชีพ 2) ลักษณะของงานขายตามประเภทของสินค้า 3) ลักษณะของงานขายตามพื้นฐานของการปฏิบัติงาน 4.2 ประเภทของงานขาย 4.2.1 งานขายที่แบ่งตามระบบการจัดจำหน่าย แยกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ 1) การขายตรง (Direct Selling) 2) การขายโดยผ่านคนกลาง (Indirect Selling) 4.2.2 งานขายที่แบ่งตามลักษณะงาน แบ่งงานขายประเภทนี้ออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) งานขายที่ใช้พนักงานขาย (Personal Selling) 2) งานขายที่ไม่ใช้พนักงานขาย (Non-Personal Selling) 4.3 พนักงานขาย พนักงานขาย คือ ผู้ที่ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้ซื้อเห็นคุณค่าหรือประโยชน์ ที่จะได้รับการซื้อสินค้าหรือบริการแล้วตัดสินใจด้วยความพอใจ 4.4 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)		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 2
	ชื่อหน่วย ประเภทและลักษณะของงานขาย	สอนครั้งที่ 3-4 ชั่วโมงรวม 12
	เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
5. กิจกรรมการเรียนการสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายประเภทและลักษณะของงานขาย 5.1.4 ครูซักถามนักเรียนเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขายตามความเข้าใจของนักเรียน 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3 - 4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 2 เรื่องประเภทของพนักงานขาย โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 5.2.2 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลการนำผลงานของเพื่อน 5.2.3 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.4 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย 5.3 ขั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้ 6. สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้ 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงาน 2 เรื่องประเภทของพนักงานขาย 6.1.3 กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่ 2.1 และ 2.2 6.1.4 แบบทดสอบ		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 2
	ชื่อหน่วย ประเภทและลักษณะของงานขาย	สอนครั้งที่ 3-4 ชั่วโมงรวม 12
	เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
6.1.5 แบบประเมินผลงาน 6.1.6 แบบประเมินพฤติกรรมการเรียน 6.1.7 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 6.2 สื่อโสตทัศน 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 22 แผ่น 1. เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย 2.-12. เรื่องลักษณะของงานขาย 13.-16. เรื่องประเภทของงานขาย 17. เรื่องความหมายของพนักงานขาย 18. เรื่องบทบาทของพนักงานขาย 19. เรื่องหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานขาย 20.-22. เรื่องประเภทของพนักงานขาย 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 6.4.3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น 8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 2
	ชื่อหน่วย ประเภทและลักษณะของงานขาย	สอนครั้งที่ 3-4 ชั่วโมงรวม 12
	เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6

9. การวัดและประเมินผล

9.1 ก่อนเรียน

9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ

9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 2

9.2 ขณะเรียน

9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องประเภทของพนักงานขาย

9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน

9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของงานขาย

9.3 หลังเรียน

9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ

9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	สอนครั้งที่ 5-6 ชั่วโมงรวม 18
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง	จำนวนชั่วโมง 6

1. สาระสำคัญ

บุคคลจะต้องรู้จักตนเองอย่างน้อยใน 3 ลักษณะคือ อันดับแรกได้แก่ อุปนิสัยของตนเอง เราต้องวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนว่าตนเองมีอุปนิสัยอย่างไร อุปนิสัยใดดีก็ควรส่งเสริมไว้ อุปนิสัยอะไรไม่ดีก็ควรแก้ไข อาจจะใช้เวลานานแต่ถ้าเรามีความตั้งใจจริงก็สามารถทำได้ ประการที่สอง คือ ลักษณะส่วนรวมของตนลักษณะนี้คงต้องอาศัยจากผู้อื่นช่วยบอกบางครั้งเราไม่ต้องการฟังคำวิจารณ์เพราะอาจทำให้เรารู้สึกเจ็บปวดแต่เราจงอดทนฟังคำวิจารณ์ เพราะคำท้วงติงจากมิตรดีและคนที่มีความจริงใจแล้วเรานำมาไตร่ตรองบางครั้งคำวิจารณ์ คำท้วงติงเหล่านั้นอาจมีข้อคิดที่ดีมากมาย และประการสุดท้าย คือ บทบาทของตน เราแต่ละคนมีสถานะภาพ (Status) จึงต้องแสดงบทบาท (Role) เราจึงต้องแสดงตนตามบทบาทที่เราได้รับให้สมบูรณ์

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตนเอง
- 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพนักศึกษาและการพัฒนาบุคลิกภาพ
- 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขายด้านต่าง ๆ

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

3.1 ด้านความรู้

- 3.1.1 การวิเคราะห์ตนเองและจำแนกบุคลิกภาพของนักศึกษาได้ถูกต้อง
- 3.1.2 อธิบายการพัฒนาบุคลิกภาพได้
- 3.1.3 บอกบุคลิกภาพของพนักงานขายได้
- 3.1.4 บอกบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของพนักงานขายได้

3.2 ด้านทักษะ

- 3.2.1 การวิเคราะห์ตนเองและจำแนกบุคลิกภาพนักศึกษาได้

3.3 คุณลักษณะอันพึงประสงค์

- 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผล อย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 3.3.2 ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	สอนครั้งที่ 5-6 ชั่วโมงรวม 18
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง	จำนวนชั่วโมง 6
4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ 4.1 การวิเคราะห์ตนเอง หลักการวิเคราะห์ตนเอง มี 4 ประการคือ 1) การรู้จักตนเอง 2) รู้จักความต้องการของตนเอง 3) รู้จักที่จะยอมรับตนเอง 4) การพัฒนาตนเองไปให้เต็มศักยภาพของตน 4.2 บุคลิกภาพนักขาย บุคลิกภาพนักขาย คือลักษณะพิเศษเฉพาะบุคคลที่เหมาะสมกับอาชีพขายโดยจะต้องมีคุณสมบัติและจรรยาบรรณของนักขาย มีบุคลิกภาพดีและมีการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพอยู่เสมอ มีเทคนิคการแต่งกายที่เสริมสร้างบุคลิกภาพ เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ในการขาย รู้หลักจิตวิทยาการขาย และเทคนิคการพิชิตใจลูกค้า 4.3 การพัฒนาบุคลิกภาพ 4.3.1 การพัฒนาลักษณะท่าทาง (Appearance) 4.3.2 การพัฒนาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Clothes) 4.3.3 การพัฒนาการแต่งตัว (Grooming) 4.3.4 การพัฒนาน้ำเสียงและนิสัยในการสนทนา (Conversations) 4.3.5 การพัฒนากิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ (Manners) 4.3.6 การพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสาร (Communications) 4.3.7 การพัฒนาทัศนคติของนักขาย (Attitude) 4.4 บุคลิกภาพโดยทั่วไปของพนักงานขาย 4.4.1 รูปร่าง รูปร่างสามารถสร้างพินิจแรก (Good Impression) แก่ลูกค้า 4.4.2 หน้าตาและเนื้อตัว ใบหน้าสะอาดหมดจด มีสุขภาพฟันดี ผมไม่เหม็นและจัดทรงดี เล็บสะอาด ไม่มีกลิ่นตัว กลิ่นปาก เนื้อตัวอาบน้ำและสะอาด 4.4.3 ลักษณะร่างกาย แข็งแรง สง่าผ่าเผย แคล่วคล่องว่องไว 4.4.4 เสียง สำเนียงน่าฟัง พูดชัดเจนไพเราะ มีหางเสียง ใช้คำพูดให้ถูกต้อง ทันสมัยและเรียบร้อย หัดพูดภาษาท้องถิ่น 4.4.5 การยิ้ม เป็นการลงทุนที่น้อยที่สุดแต่ได้กำไรงาม มีใบหน้ายิ้มแย้มเสมอ 4.4.6 กิริยา และกิริยาซ้ำซาก การแสดงกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งซ้ำ ๆ ซาก ๆ เป็นคนดีน่ารัก สุภาพ และบุคลิกสง่าผ่าเผย 4.4.7 พนักงานขายไม่ควรสูบบุหรี่ ขณะเข้าพบลูกค้า		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	สอนครั้งที่ 5-6 ชั่วโมงรวม 18
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง	จำนวนชั่วโมง 6
4.4.8 บริการให้ดีที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้ ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ 4.4.9 ไม่กล่าวคำปฏิเสธอย่างตรงไปตรงมากับผู้ที่มาติดต่อ อย่าได้ทะเลาะโต้เถียง พุดย้อนหรือขึ้นเสียงกับลูกค้า จงรักษาอารมณ์ไว้ เพื่อรักษาตำแหน่ง 4.5 บุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี 1) ความเพียรพยายาม (Perseverance) 2) ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) 3) ความเชื่อถือไวใจได้ (Dependability) 4) ความซื่อสัตย์และจริงใจ (Honesty and Sincerity) 5) อุปนิสัยใจคอหรือคุณสมบัติ (Character) 6) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) 7) การยกย่องนับถือ (Respect) 8) ความร่าเริง (Cheerfulness) 9) ความเชื่อมั่นในตัวเอง (Self-confidence) 10) ความสามารถด้านสติ ปัญญา (Mental ability) 11) มีจินตนาการ (Imaginational) 4.6 บุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของพนักงานขาย 1) การไม่ฟังผู้อื่น 2) ชอบวิพากษ์วิจารณ์ 3) ชอบโต้แย้ง 4) กระทำการตามอารมณ์ 5) มีความเกียจคร้าน 6) ขาดความอดทน 5. กิจกรรมการเรียนการสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1.4 ครูยกตัวอย่างการเป็นผู้ประกอบการที่ดีที่พบเห็นในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3-4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 3 เรื่องบุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	สอนครั้งที่ 5-6 ชั่วโมงรวม 18
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง	จำนวนชั่วโมง 6
5.2.3 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลการนำผลงานของเพื่อน 5.2.4 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.5 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.3 ขั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปทบทวนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปทบทวนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้ 6. สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้ 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงานที่ 3 เรื่องบุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี 6.1.3 กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่ 3.1 และ 3.2 6.1.4 แบบทดสอบ 6.1.5 แบบประเมินผลงาน 6.1.6 แบบประเมินพฤติกรรมการเรียน 6.1.7 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 6.2 สื่อโสตทัศน์ 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 19 แผ่น 1. เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง 2. เรื่องการวิเคราะห์ตนเอง 3. เรื่องหลักการวิเคราะห์ตนเอง 4.-7. เรื่ององค์ประกอบที่ทำให้บุคลิกภาพทางกายสมบูรณ์ 8. เรื่องขอบเขตการวิเคราะห์ตนเอง 9. เรื่องบุคลิกภาพนักขาย 10.-16. เรื่องการพัฒนาบุคลิกภาพ		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	สอนครั้งที่ 5-6 ชั่วโมงรวม 18
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง	จำนวนชั่วโมง 6
17. เรื่องบุคลิกภาพโดยทั่วไปของพนักงานขาย 18. เรื่องบุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี 19. เรื่องจรรยาบรรณของพนักงานขาย 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 6.4.3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น 8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 9. การวัดและประเมินผล 9.1 ก่อนเรียน 9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ 9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 3 9.2 ขณะเรียน 9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องบุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี 9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน 9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับตนเอง 9.3 หลังเรียน 9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ 9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	สอนครั้งที่ 5-6 ชั่วโมงรวม 18
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง	จำนวนชั่วโมง 6

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 4
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	สอนครั้งที่ 7-8 ชั่วโมงรวม 24
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ	จำนวนชั่วโมง 6
1. สาระสำคัญ พนักงานขายต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการที่ตนเป็นตัวแทนขาย นอกเหนือจากความรู้ที่มีเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งจะช่วยให้สามารถปฏิบัติงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จ สาเหตุที่พนักงานควรมีความรู้เกี่ยวกับกิจการของตนเป็นอย่างดี เนื่องจากลูกค้ามองว่าพนักงานขายคือตัวแทนกิจการ 2. สมรรถนะประจำหน่วย 2.1 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 2.2 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการและแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 3. จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.1 ด้านความรู้ 3.1.1 บอกสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ 3.1.2 จำแนกสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ 3.1.3 บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ 3.1.4 อธิบายประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 3.2 ด้านทักษะ วิเคราะห์สิ่งที่ต้องรู้และแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ถูกต้อง 3.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3.3.2 ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความพอประมาณและมีภูมิคุ้มกัน 4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ 4.1 สาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ การที่พนักงานขายได้รู้จักกิจการของเรว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีสินค้าและบริการอะไรบ้าง ตลอดจนถึงเพื่อนร่วมงานทั้งบริษัทก็จะทำให้เรานั้นใจ และภาคภูมิใจที่ได้ร่วมงานกัน สามารถที่ใช้ข้อมูลนี้แนะนำ หรือโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าและบริการของเราด้วย		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 4
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	สอนครั้งที่ 7-8 ชั่วโมงรวม 24
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ	จำนวนชั่วโมง 6
4.2 สิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ 4.2.1 สิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกิจการมีอะไรบ้าง 4.2.2 นโยบายขายของกิจการที่ต้องรู้มีอะไรบ้าง 4.2.3 โครงสร้างการดำเนินงานของกิจการมีอะไรบ้าง 4.2.4 ลักษณะการดำเนินงานของกิจการมีลักษณะอะไรบ้าง 4.3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ 1) จากการปฐมนิเทศ 2) จากการฝึกอบรมสัมมนาพนักงาน 3) จากรายงานกิจการที่จัดทำเป็นเอกสาร 4) จากบุคคลต่าง ๆ 5) สื่อมวลชน 4.4 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 1) เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับพนักงานขาย 2) เพิ่มขวัญกำลังใจในการทำงาน 3) สร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานขาย 4) สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า 5) ช่วยให้การขายทำให้ง่ายขึ้น 5.กิจกรรมการเรียนการสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายความรู้เกี่ยวกับกิจกรรม 5.1.4 ครูยกตัวอย่างสถานการณ์การค้าขายที่พบในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3 - 4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 4 เรื่องสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 4
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	สอนครั้งที่ 7-8 ชั่วโมงรวม 24
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ	จำนวนชั่วโมง 6
5.2.2 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน 5.2.3 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.4 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ 5.3 ชั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้ 6. สื่อการเรียนการสอน 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงานที่ 4 เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.1.3 กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่ 4.1 และ 4.2 6.1.4 แบบทดสอบ 6.1.5 แบบประเมินผลงาน 6.1.6 แบบประเมินพฤติกรรมการเรียน 6.1.7 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 6.2 สื่อโสตทัศน เอกสารการนำเสนอ จำนวน 18 แผ่น 1. เรื่องการความรู้เกี่ยวกับกิจการ 2. เรื่องสาเหตุที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 3.-11. เรื่องสิ่งที่ต้องทราบเกี่ยวกับกิจการ 12.-17. เรื่องแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ 18. เรื่องประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 4
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	สอนครั้งที่ 7-8 ชั่วโมงรวม 24
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ	จำนวนชั่วโมง 6
6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 6.4.3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น 8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 9. การวัดและประเมินผล 9.1 ก่อนเรียน 9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ 9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 4 9.2 ขณะเรียน 9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ 9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน 9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับกิจการ 9.3 หลังเรียน 9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ 9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 4
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	สอนครั้งที่ 7-8 ชั่วโมงรวม 24
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ	จำนวนชั่วโมง 6

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 5
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 9-10 ชั่วโมงรวม 30
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวนชั่วโมง 6
1. สาระสำคัญ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Knowledge) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือวัตถุดิบ (Raw Material) ที่ได้จากธรรมชาติ จากพืชและสัตว์ อาทิ ผักใบเขียว ผลไม้ เนื้อสัตว์ทุกประเภท เช่น เนื้อหมู ไก่ ปลา และเมื่อได้วัตถุดิบมาแล้วจะนำมาผ่านกรรมวิธีการผลิตด้วยมือ (Hand Made) หรือเครื่องจักรจึงจะออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งเราเรียกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกรรมวิธีและพร้อมที่จะขายต่อไปว่าสินค้า ซึ่งสินค้าจะมีการจำหน่ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคต่อไป โดยจะใช้วิธีการจำหน่ายในรูปแบบต่าง ๆ แต่ก่อนที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายพนักงานขายต้องรู้จักสินค้าที่ตนเองจะขาย เนื่องจากพนักงานขายเป็นตัวแทนของผู้ผลิต ดังนั้นพนักงานขายจึงควรมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้พนักงานขายเองปฏิบัติงานขายอย่างได้ผล ทราบข้อเท็จจริงของสินค้า จนสามารถบอกลูกค้าถึงประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการซื้อสินค้า อีกทั้งช่วยในการตอบคำถามของผู้ซื้อ เพื่อสร้างความมั่นใจในการขายแก่ตัวพนักงานขายเอง 2. สมรรถนะประจำหน่วย 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายองค์ประกอบและประเภทของผลิตภัณฑ์ 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องรู้และแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 3. จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.1 ด้านความรู้ 3.1.1 อธิบายความหมายและบอกองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ 3.1.2 อธิบายสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 3.1.3 บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 3.1.4 บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 3.2 ด้านทักษะ จำแนกประเภทและสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง 3.3 คุณลักษณะอันพึงประสงค์ 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3.3.2 ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยยึดหลักความมีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกัน		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 5
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 9-10 ชั่วโมงรวม 30
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวนชั่วโมง 6
4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ : 4.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอ และสนองความต้องการของลูกค้า โดยการนำ ผลิตผล (Produce) หรือวัตถุดิบ (Raw Material) ที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อ ปลา แร่ธาตุ ฯลฯ มาผ่านกรรมวิธีในการผลิต อาจจะใช้เครื่องจักร ออกมาเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ 4.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ แยกส่วนได้ 3 ส่วนด้วยกัน 4.2.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) 4.2.2 ตัวตนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ (Actual Product) 4.2.3 ผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented Product) 4.3 ประเภทของผลิตภัณฑ์ 4.3.1 ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค (Consumer Product) แบ่งออกเป็นกี่ประเภท จำแนกออกได้ 4 ประเภท ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Products) 2) ผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบซื้อ (Shopping Products) 3) ผลิตภัณฑ์สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty Products) 4) ผลิตภัณฑ์สินค้าไม่แสวงซื้อ (Unsought Products) 4.3.2 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Product) แบ่งออกเป็นกี่ประเภท แบ่งออกได้ 6 ประเภท ดังนี้ 1) การติดตั้ง (Installations) 2) อุปกรณ์ประกอบ (Accessory Equipment) 3) วัสดุชิ้นส่วนประกอบ (Component Part and Material) หรืออะไหล่ 4) วัตถุดิบ (Raw Material) 5) วัสดุสิ้นเปลือง (Operating Supplies) 6) บริการในทางอุตสาหกรรม (Services) 4.4 สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 1. รายละเอียดของสินค้าทางกายภาพ 2. ประโยชน์ของสินค้า และผลที่ได้รับจากสินค้า 3. การบริการหลังการขาย 4. การเก็บรักษา		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 5
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 9-10 ชั่วโมงรวม 30
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวนชั่วโมง 6
5. สินค้าของคู่แข่ง 6. สินค้าที่เกี่ยวข้อง 4.5 แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 1. ตลาดที่ติดมากับสินค้า 2. คู่มือขาย 3. แฟ้มขาย 4. การฝึกอบรมพนักงานขาย 5. หนังสือพิมพ์และนิตยสารธุรกิจ 6. คู่มือสินค้า 7. อินเทอร์เน็ต 8. วัสดุช่วยศึกษา 9. ประโยชน์ของสินค้าและการเก็บดูแลรักษา 10. คู่แข่งขัน 4.6 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 1. ประโยชน์ต่อลูกค้า 1.1 ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้เหมาะสมตรงกับความต้องการ 1.2 ช่วยให้ลูกค้าได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายนำเสนอได้ชัดเจนขึ้น 1.3 ช่วยให้ลูกค้าสามารถดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น 2. ประโยชน์ต่อพนักงานขาย 2.1 ทำให้พนักงานขายสามารถอธิบายและสาธิตวิธีการใช้สินค้าให้ลูกค้าทราบ 2.2 ทำให้พนักงานขายเลือกจุดขายที่น่าสนใจและโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ 2.3 ทำให้พนักงานขายมีความเชื่อมั่นในตนเองพร้อมที่จะออกไปพบและนำเสนอขาย 2.4 ทำให้พนักงานขายตอบข้อซักถามปัญหาเกี่ยวกับสินค้า 3. ประโยชน์ต่อกิจการ 3.1 กิจการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น 3.2 กิจการมีภาพพจน์ที่ดีขึ้น 3.3 กิจการสามารถขยายกิจการได้มากขึ้น		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 5
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 9-10 ชั่วโมงรวม 30
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวนชั่วโมง 6

5. กิจกรรมการเรียนรู้การสอน :

5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

- 5.1.1. ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้
- 5.1.2. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน
- 5.1.3. ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 5.1.4. ครูยกตัวอย่างการก่อกำหนดระยะสั้นในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น

5.2 ขั้นสอน

5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3 - 4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 5 เรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า

5.2.3 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลการนำผลงานของเพื่อน

5.2.4 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน

5.2.5 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

5.3 ขั้นสรุปการสอน

5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม

5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้

6. สื่อการเรียนรู้การสอน

6.1 สื่อสิ่งพิมพ์

- 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น
- 6.1.2 ใบงานที่ 5 เรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- 6.1.3 กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่ 5.1 และ 5.2
- 6.1.4 แบบทดสอบ
- 6.1.5 แบบประเมินผลงาน
- 6.1.6 แบบประเมินพฤติกรรมการเรียน

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 5
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 9-10 ชั่วโมงรวม 30
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวนชั่วโมง 6
6.2 สื่อโสตทัศน 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 19 แผ่น 1. เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 2. เรื่องความหมายของผลิตภัณฑ์ 3. เรื่ององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 4. เรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ 5.-9. เรื่องผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค 10.-16. เรื่องผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 17. เรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 18. เรื่องแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 19. เรื่องประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 6.4.3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น 8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 5
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 9-10 ชั่วโมงรวม 30
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวนชั่วโมง 6

9. การวัดและประเมินผล

9.1 ก่อนเรียน

9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ

9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 5

9.2 ขณะเรียน

9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน

9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

9.3 หลังเรียน

9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ

9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	จำนวนชั่วโมง 6

1. สาระสำคัญ

พนักงานขายที่มีความสามารถและประสบความสำเร็จได้ จะต้องเป็นผู้ชอบสังเกตพฤติกรรมของผู้ซื้อ แล้วจดจำไว้เป็นอย่างดี และพยายามสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้น โดยพูดในเรื่องที่ผู้ซื้อชอบ เรื่องที่มีแต่จะสร้างประโยชน์ สนองความต้องการให้กับผู้ซื้อ ความปรารถนาต้องการอยากได้มีอยู่ทุกคน ผู้ขายจึงต้องกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความอยากได้และตัดสินใจซื้อด้วยความพึงพอใจในสินค้า และผู้ขายมีความพึงพอใจที่ได้ขายสินค้านั้น

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของลูกค้า
- 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมสาเหตุการตัดสินใจซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับลำดับขั้นความต้องการและลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า
- 2.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของลูกค้า

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

3.1 ด้านความรู้

- 3.1.1 อธิบายความหมายและบอกพฤติกรรมของลูกค้าได้
- 3.1.2 อธิบายสาเหตุการตัดสินใจซื้อได้
- 3.1.3 อธิบายลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้าได้

3.2 ด้านทักษะ

- 3.2.1 วิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ถูกต้อง
- 3.2.2 จำแนกประเภทของลูกค้าได้ถูกต้อง

3.3 คุณลักษณะอันพึงประสงค์

- 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 3.3.2 ปฏิบัติงานขายโดยยึดหลักลูกค้าคือบุคคลสำคัญ

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	จำนวนชั่วโมง 6
4. เนื้อสาระการเรียนรู้ : 4.1 ความหมายของลูกค้า ลูกค้า คือ บุคคล (หรือนิติบุคคล) ที่ซื้อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ซื้อที่ซื้อ (หรือใช้บริการ) กับสถานที่หรือองค์กรใดเป็นการประจำหรือโดยสม่ำเสมอ 4.2 พฤติกรรมของลูกค้า พฤติกรรม การซื้อของลูกค้าหรือผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อกินเองใช้เอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อตอบคำถามต่อไปนี้ 1. ใครคือผู้ซื้อ (Who buys?) 2. เขาซื้ออะไร (What do they buy?) 3. เขาซื้อเมื่อไร (When do they buy?) 4. เขาซื้อที่ไหน (Where do they buy?) 5. ทำไมเขาซื้อ (Why do they buy?) 6. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in their buying?) 7. เขาซื้ออย่างไร (How do they buy?) รูปแบบพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ การซื้อและตัวกระตุ้นได้แก่ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1. เริ่มต้นจากการมีสิ่งกระตุ้น 2. กล้องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ 3. การตอบสนองของผู้ซื้อ 4.3 สาเหตุการตัดสินใจซื้อ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะต้องมีความแรงใจ เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อดังต่อไปนี้ 1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ 2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล 3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ 4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า 4.4 ลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ 1. การยอมรับปัญหา (Problem Recognition) 2. การเสาะแสวงหาสารสนเทศ (Information Search)		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	จำนวนชั่วโมง 6
3. การประเมินทางเลือก (Alternatives Evaluation) 4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) 5. การประเมินหลังซื้อ (Post Purchase Behavior) ลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า 1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) 2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) 3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belonging and Love Needs) 4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem Needs) 5. ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต (Self Actualization Needs) ลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า เป็นทฤษฎีที่เน้นหนักด้านผู้ขายว่าต้องปฏิบัติการต่าง ๆ ตามลำดับขั้นให้ถูกต้องตามกาลเทศะ เพื่อผลสำเร็จในการเสนอขาย 1. ขั้นสะดุดใจ (Attention) 2. ขั้นสนใจ (Interest) 3. ขั้นอยากได้ (Desire) 4. ขั้นเชื่อมั่น (Conviction) 5. ขั้นการกระทำหรือตัดสินใจซื้อ (Action) 4.5 ประเภทของลูกค้า 1. ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค 1.1 ลูกค้าประเภทสงบเฉย 1.2 ลูกค้าประเภทใจร้อน 1.3 ลูกค้าประเภทลั้งเลไม่แน่ใจ 1.4 ลูกค้าประเภทพูดมากและชอบเถียง 1.5 ลูกค้าประเภทชอบซักถาม 1.6 ลูกค้าประเภทสุขุมรอบคอบและคิดช้า 1.7 ลูกค้าประเภทเชื่อมั่นในตนเองสูง 2. ลูกค้าประเภทผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการหรือการดำเนินงานของธุรกิจสำหรับสินค้าอุตสาหกรรม		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	จำนวนชั่วโมง 6
5. กิจกรรมการเรียนการสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 5.1.4 ครูยกตัวอย่างสถานการณ์พฤติกรรมของผู้บริโภคในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3 - 4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่มเพื่อทำ 5.2.2 ใบงานที่ 6 เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า 5.2.3 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลการนำผลงานของเพื่อน 5.2.4 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.5 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 5.3 ขั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเรื่องแนวทางการสร้างวินัยการออมเงิน 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	จำนวนชั่วโมง 6
6. สื่อการเรียนการสอน 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงานที่ 6 เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ 6.2 สื่อโสตทัศน์ 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 22 แผ่น 1. เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 2. เรื่องความหมายของลูกค้า 3. เรื่องพฤติกรรมของลูกค้า 4. เรื่องรูปแบบพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค 5. เรื่องสาเหตุการตัดสินใจ 6.-11. เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ 12. เรื่องลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า 13.-18. เรื่องทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของ Maslow 19. เรื่องลำดับขั้นการตัดสินใจของลูกค้า 20.-22. เรื่องประเภทของลูกค้า 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 6.4.3 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	จำนวนชั่วโมง 6

8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน

8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น

8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

9. การวัดและประเมินผล

9.1 ก่อนเรียน

9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ

9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 6

9.2 ขณะเรียน

9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ

9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน

9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

9.3 หลังเรียน

9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ

9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 7
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	สอนครั้งที่ 11-12 ชั่วโมงรวม 36
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	จำนวนชั่วโมง 6
1. สาระสำคัญ ในสภาพการณ์ปัจจุบัน ตลาดสินค้าไม่ใช่ตลาดผูกขาด การแข่งขันจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เพราะผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้มากมาย ทั้งที่เป็นสินค้าชนิดเดียวกันหรือทดแทนกันได้ ดังนั้น พนักงานขายจึงจำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของตลาดโดยส่วนรวมและคู่แข่งแต่ละรายให้มากที่สุด เพื่อจะได้นำมาใช้ในการเสนอขาย 2. สมรรถนะประจำหน่วย 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของคู่แข่ง 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องรู้และแหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 3. จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.1 ด้านความรู้ 3.1.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของคู่แข่งได้ 3.1.2 บอกสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งและบอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งได้ 3.1.3 บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งได้ 3.2 ด้านทักษะ 3.2.1 วิเคราะห์คู่แข่งได้อย่างถูกต้อง 3.3 คุณลักษณะอันพึงประสงค์ 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3.3.2 ปฏิบัติงานโดยไม่โจมตีคู่แข่ง 4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ : 4.1 ความหมายและความสำคัญของคู่แข่ง คู่แข่ง (Competitor) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถาบันที่ดำเนินกิจการด้านธุรกิจอย่างเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้ โดยต้องแข่งขันกันด้านการขาย การผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ เพื่อเป็นกิจการที่ยึดครองตลาดให้มากที่สุด		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 7
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น	สอนครั้งที่ 13-14 ชั่วโมงรวม 42
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น	จำนวนชั่วโมง 6
ความสำคัญของคู่แข่งชั้น 1) มีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากขึ้น 2) สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น 3) ราคาสินค้าถูกลง 4) มีการพัฒนาสินค้าแปลกใหม่ขึ้นเรื่อย ๆ 4.2 สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 1. ขนาดของตลาด 2. การจัดจำหน่ายสินค้า 3. วิธีการส่งเสริมการขาย 4. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ 5. ประเภทของลูกค้า 6. ขนาดของกิจการ 7. ยุทธวิธีการขายของพนักงานขาย 8. แนวโน้มของตลาดในอนาคต 9. โอกาส และอุปสรรค 10. สภาพการแข่งขัน 11. แนวปฏิบัติในตลาด 12. จุดอ่อนจุดแข็งของสินค้าคู่แข่ง 13. นโยบายของคู่แข่ง 14. ฐานะการเงินของคู่แข่ง 4.3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 1. เอกสารสิ่งพิมพ์ 2. พนักงานของกิจการคู่แข่ง 3. ลูกค้าของคู่แข่ง 4. ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง 5. กิจการต่าง ๆ ของคู่แข่ง 6. ติดตามจากสื่อมวลชน 7. งานแสดงสินค้า		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 7
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	สอนครั้งที่ 13-14 ชั่วโมงรวม 42
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	จำนวนชั่วโมง 6
4.4 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 1. สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทัดเทียมหรือดีกว่าของคู่แข่ง 2. ศึกษาความเป็นไปได้เรื่องราคาที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้เท่าหรือราคาต่ำกว่าคู่แข่ง 3. การปรับปรุงรายได้และสวัสดิการของกิจการเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานขาย 4. การปรับนโยบายเรื่องช่องทางการขาย 5. เพื่อรักษาสถานะของกิจการ 6. สามารถประเมินสภาพคู่แข่ง โดยพิจารณาข้อมูลของคู่แข่ง 7. เพื่อเปรียบเทียบหาจุด 5. กิจกรรมการเรียนการสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายการบริหารงานคุณภาพและเพิ่มผลผลิต 5.1.4 ครูยกตัวอย่างสถานการณ์การบริหารงานคุณภาพและเพิ่มผลผลิตในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3-4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 7 เรื่องการกำหนดความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้า/บริการ โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า 5.2.2 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลการนำผลงานของเพื่อน 5.2.3 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.4 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวนหน่วยการเรียนรู้ที่ 7 เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 5.3 ขั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 7
	ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	สอนครั้งที่ 13-14 ชั่วโมงรวม 42
	เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	จำนวนชั่วโมง 6
5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียน และให้ผู้เรียนบันทึกไว้ 6. สื่อการเรียนการสอน 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงานที่ 7 เรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 7 แผ่น 1. เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 2. เรื่องความหมายของคู่แข่ง 3. เรื่องความสำคัญของคู่แข่ง 4.-5. เรื่องสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 6. เรื่องแหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 7. เรื่องประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 8
	ชื่อหน่วย คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	สอนครั้งที่ 15-16 ชั่วโมงรวม 48
	เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6

1. สารสำคัญ

พนักงานที่ดีคือผู้ที่มีความคิดริเริ่ม สร้างแรงบันดาลใจให้ทั้งตนเองและเพื่อนร่วมงานเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตขององค์กร เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ ตรงต่อเวลาและยินดีที่จะพัฒนาตนเองและองค์กรเสมอ แม้ปัจจัยภายนอกจะถูกมองว่าเป็นส่วนที่สำคัญที่มาก ๆ แต่พนักงานที่ดีนั้นทั้งภายนอกและภายในต้องดีเท่า ๆ กัน พวกเขาจะเข้าใจว่าเวลาไหนจะต้องทำอะไรอย่างไร และพวกเขาก็แต่งกายได้เหมาะสมกับสถานการณ์และสถานที่ด้วย พนักงานคุณภาพนั้นไม่ได้หมายถึงแค่ตัวเองเท่านั้นแต่หมายถึงการทำงานเป็นทีมด้วย ความสำเร็จของคนทั้งองค์กรคือเป้าหมายหลัก เพราะฉะนั้นไม่ว่าเป้าหมายส่วนตัวของเขาคืออะไรมันก็จะนำไปสู่การทำให้องค์กรประสบความสำเร็จสูงสุดนั่นเอง

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับปรัชญาการขายสมัยใหม่
 - 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับทักษะของพนักงานขายและคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ
 - 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่และค่าตอบแทนและผลประโยชน์
- เกื้อกูลที่พนักงานขายจะได้รับ

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

3.1 ด้านความรู้

- 3.1.1 อธิบายปรัชญาการขายสมัยใหม่ได้ถูกต้อง
- 3.1.2 อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการได้
- 3.1.3 บอกโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่และค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูลได้ถูกต้อง

3.2 ด้านทักษะ

- 3.2.1 มีทักษะขายและมีคุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ

3.3 คุณลักษณะอันพึงประสงค์

- 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 3.3.2 มีคุณสมบัติของพนักงานขายและมีทักษะขายที่นายจ้างต้องการ

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 8
	ชื่อหน่วย คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	สอนครั้งที่ 15-16 ชั่วโมงรวม 48
	เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6

4. สาระการเรียนรู้ :

4.1 ปรัชญาการขายสมัยใหม่

ปรัชญาการขายสมัยใหม่เรียกว่า การขายที่มุ่งการเป็นหุ้นส่วน (Partner-oriented) จะอยู่บนพื้นฐานของหลักการ 6 ประการ ได้แก่

- 1) กระบวนการขายอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจและข้อตกลงทั้งสองฝ่าย
- 2) บรรยากาศการขายที่มุ่งลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเจริญเติบโตในระยะยาว
- 3) พนักงานขายควรทำงานเสมือนหนึ่งรับเงินเดือนจากลูกค้า
- 4) การได้มาซึ่งคำสั่งซื้อเป็นเพียงขั้นตอนแรก บริการหลังการขายเป็นสิ่งที่สำคัญ
- 5) ไม่มีคำตอบใดเพียงคำตอบเดียวที่จะเหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกคน
- 6) พนักงานขายมีอาชีพและชื่อเสียงเป็นสิ่งจำเป็น

4.2 ทักษะของพนักงานที่นายจ้างยุคใหม่ต้องการ

1. ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
2. ทักษะการดูแลแก้ไขอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน
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)

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 8
	ชื่อหน่วย คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	สอนครั้งที่ 15-16 ชั่วโมงรวม 48
	เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
4.4 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ธุรกิจต้องการ 1. ไว้วางใจได้ (Reliability) 2. มีความจำดี (Good Memory) 3. มีความซื่อสัตย์ (Honesty) 4. มีความตื่นตัว (Alertness) 5. มีการตัดสินใจที่ดี (Good Judgments) 6. มีจินตนาการ (Imagination) 7. มีความสามารถทางคณิตศาสตร์ (Arithmetic Ability) 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		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 8
	ชื่อหน่วย คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	สอนครั้งที่ 15-16 ชั่วโมงรวม 48
	เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ 1. ตำแหน่งพนักงานขายฝึกหัด 2. พนักงานขายชั้นผู้น้อย 3. พนักงานขายอาวุโส 4. ผู้ควบคุมดูแลพนักงานขาย 5. ผู้จัดการแผนก 6. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 7. รองประธานบริษัทฝ่ายการตลาด 8. ประธานบริษัท 4.1 ค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูล 1. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน (Salary) 2. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า (Commissions) 3. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบผสม (Combination) 4. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่าใช้จ่ายในการขาย (Cash Sales) 5. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของรางวัลพิเศษ (Incentive) 6. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินโบนัส (Bonus) 7. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของสวัสดิการ (Welfare) 5. กิจกรรมการเรียนรู้การสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายการจัดทำแผนธุรกิจ 5.1.4 ครูยกตัวอย่างการจัดทำแผนธุรกิจในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความ คิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3-4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 8 เรื่องคุณสมบัติของนักขายที่ประสบผลสำเร็จ โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า 5.2.2 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลกรนำเสนอผลงานของเพื่อน		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 8
	ชื่อหน่วย คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	สอนครั้งที่ 15-16 ชั่วโมงรวม 48
	เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
5.2.3 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.4 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 เรื่อง คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย 5.3 ขั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้ 6. สื่อการเรียนการสอน 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงานที่ 8 เรื่องคุณสมบัติของนักขายที่ประสบผลสำเร็จ 6.2 สื่อโสตทัศน 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 10 แผ่น 1. เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย 2. เรื่องปรัชญาการขายสมัยใหม่ 3. เรื่องทักษะของพนักงานที่นายจ้างยุคใหม่ต้องการ 4. เรื่องคุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขาย 5. เรื่องคุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบอาชีพขายที่นายจ้างพึงปรารถนา 6.-7. เรื่องคุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบอาชีพขายที่ลูกค้าพึงปรารถนา 8. เรื่องลักษณะของผู้ประกอบอาชีพขายที่จะชนะใจลูกค้า 9. เรื่องโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ 10. เรื่องค่าตอบแทนและผลประโยชน์เกื้อกูล		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 8
	ชื่อหน่วย คุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	สอนครั้งที่ 15-16 ชั่วโมงรวม 48
	เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet) 7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น 8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 9. การวัดและประเมินผล 9.1 ก่อนเรียน 9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ 9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 8 9.2 ขณะเรียน 9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องคุณสมบัติของนักขายที่ประสบผลสำเร็จ 9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน 9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย 9.3 หลังเรียน 9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ 9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของพนักงานขาย		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
1. สาระสำคัญ ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้มนุษย์สามารถมองเห็นโลกที่อยู่รอบตัวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล และทำให้มนุษย์เข้าใจในข้อมูลเหล่านั้น จึงช่วยส่งผลให้มนุษย์สามารถสร้างสรรค์วิธีในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ รวมถึงสามารถจัดการและควบคุมชีวิตสภาพแวดล้อมและงานของตนเอง หรือแม้แต่สังคมและเศรษฐกิจของโลกได้ 2. สมรรถนะประจำหน่วย 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ 2.2. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. จุดประสงค์การเรียนรู้ 3.1 ด้านความรู้ 3.1.1 อธิบายความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศได้ 3.1.2 อธิบายความหมายและการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ 3.2 ด้านทักษะ 3.2.1 นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการงานขายได้ 3.3 คุณลักษณะอันพึงประสงค์ 3.3.1 มีการคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาด้วยความรอบรู้และมีเหตุผลอย่างเป็นระบบตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3.3.2 ปฏิบัติงานขายโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการงานขายได้ 4. สาระการเรียนรู้ : 4.1 เทคโนโลยีสารสนเทศ 4.2 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
4.1 เทคโนโลยีสารสนเทศ 4.1.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) หมายถึงการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสารสนเทศ ทำให้สารสนเทศมีประโยชน์ และใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศรวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ที่จะรวบรวม จัดเก็บ ใช้งาน ส่งต่อ หรือสื่อสารระหว่างกัน เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องโดยตรงกับเครื่องมือเครื่องใช้ในการจัดการสารสนเทศ ซึ่งได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์รอบข้าง ขั้นตอน วิธีการดำเนินการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ เกี่ยวข้องกับตัวข้อมูล เกี่ยวข้องกับบุคลากร เกี่ยวข้องกับกรรมวิธีการดำเนินงานเพื่อให้ข้อมูลเกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้แล้วยังรวมไปถึง โทรศัพท์ วิทยุ โทรศัพท์ โทรสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ ฯลฯ 4.1.2 ลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ 1) เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มผลผลิต 2) เทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนรูปแบบการบริการเป็นแบบกระจาย 3) เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่จำเป็น สำหรับการดำเนินการในหน่วยงานต่าง ๆ 4) เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับคนทุกระดับ 4.1.3 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถอธิบายความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของผู้คนไว้ 6 ประการ ดังต่อไปนี้ 1) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้สังคมเปลี่ยนจากสังคมอุตสาหกรรมมาเป็นสังคมสารสนเทศ 2) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนจากระบบแห่งชาติไปเป็นเศรษฐกิจโลก 3) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้องค์กรมีลักษณะผูกพัน มีการบังคับบัญชาแบบแนวราบมากขึ้น 4) เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีแบบสุนทรีย์สัมผัส และสามารถตอบสนองตามความต้องการการใช้เทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ที่เลือกได้เอง 5) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดสภาพทางการทำงานแบบทุกสถานที่และทุกเวลา 6) เทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดการวางแผนการดำเนินการระยะยาวขึ้น อีกทั้งยังทำให้วิถีการตัดสินใจ หรือเลือกทางเลือกได้ละเอียดขึ้น		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6

4.2 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4.2.1 ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง รูปแบบการทำธุรกรรมซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบหน้ากันโดยตรงก็สามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าหรือบริการนั้นได้

4.2.2 ความสำคัญของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 1) ลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร รวมทั้งค่าเช่าพื้นที่ขายหรือการลงทุนในการสร้างร้าน ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนของธุรกิจต่ำลง
- 2) ประหยัดเวลาและขั้นตอนทางการตลาด
- 3) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และให้บริการได้ทั่วโลก
- 4) มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 5) สามารถทำกำไรได้มากกว่าระบบการขายแบบเดิม เนื่องจากต้นทุนการผลิตและการจำหน่ายต่ำกว่า ทำให้ได้กำไรจากการขายต่อหน่วยเพิ่มขึ้น
- 6) สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นจำนวนมาก และสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ในลักษณะ Interactive Market
- 7) ปรับปรุงหรือ Update ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา
- 8) สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อหรือลูกค้า อาทิ ชื่อ ที่อยู่ พฤติกรรม การบริโภค สินค้าที่ต้องการ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการทำวิจัยและวางแผนการตลาด เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น
- 9) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจหรือองค์กร ในเรื่องของความทันสมัยและเป็นโอกาสที่จะทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก
- 10) สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้เร็วและเสียเวลาน้อย

4.2.3 ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยประโยชน์ต่อผู้บริโภค ต่อผู้ผลิตและประโยชน์ต่อผู้จัดจำหน่าย คือ

1. ประโยชน์ต่อผู้บริโภค

- 1) ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้า
- 2) มีช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น
- 3) มีสินค้าและบริการให้เลือกซื้อเพิ่มขึ้น
- 4) ทำให้ราคาสินค้าและบริการถูกลงเพราะไม่ต้องผ่านคนกลาง

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
	5) ได้รับสินค้าเร็วขึ้น 6) มีข้อมูลเพื่อใช้เปรียบเทียบราคา คุณภาพก่อนการตัดสินใจซื้อ 2. ประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจ มีดังนี้ 1) ขยายตลาดในระดับประเทศและระดับโลก 2) ทำให้บริการลูกค้าได้จำนวนมากทั่วโลกด้วยต้นทุนที่ต่ำ 3) ลดปริมาณเอกสารเกี่ยวกับการสร้าง การประมวล ได้ถึงร้อยละ 90 4) ลดต้นทุนการสื่อสารคมนาคม เพราะอินเทอร์เน็ตราคาถูกกว่าโทรศัพท์ 5) ช่วยให้บริษัทขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับบริษัทขนาดใหญ่ได้ 3. ประโยชน์ต่อสังคม มีดังนี้ 1) สามารถทำงานที่บ้านได้ ทำให้มีการเดินทางน้อยลง การจราจรไม่ติดขัด 2) การซื้อสินค้าราคาถูกลง คนที่มีฐานะไม่รวยก็สามารถยกระดับมาตรฐานการขายนสินค้าและบริการได้ 4. ประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ มีดังนี้ 1) กิจการ SME ในประเทศกำลังพัฒนาอาจได้ประโยชน์จากการเข้าถึงตลาดที่กว้างขวางในระดับโลก 2) ทำให้กิจการประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ 3) บทบาทของพ่อค้าคนกลางลดลง 4.2.4 รูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจค้าปลีก สามารถแบ่งตามความสัมพันธ์ทางการตลาดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าหรือบริการแบ่งออกได้ 6 รูปแบบ ดังนี้ 1) แบบธุรกิจกับธุรกิจ (B to B : Business-to-Business) 2) แบบธุรกิจกับผู้บริโภค (B to C : Business-to-Commerce) 3) แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C to C : Consumer-to-Consumer) 4) แบบผู้บริโภคกับธุรกิจ (C to B : Consumer-to-Business) 5) แบบธุรกิจกับรัฐบาล (B to G : Business-to-Government) 6) แบบโมบายคอมเมิร์ซ (Mobile Commerce) 4.2.5 การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดจำหน่ายสามารถเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายได้หลายช่องทาง ดังนี้ 1) รายการสินค้าออนไลน์ (Online Catalogue) 2) ร้านค้าปลีก (E-Trailer)	

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
3) การประมูลสินค้า (Auction) 4) การประกาศขายสินค้า (Web board) 5) ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) 6) การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) 7) รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) 5. กิจกรรมการเรียนรู้การสอน : 5.1 ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน 5.1.1 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ 5.1.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน 5.1.3 ให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายเรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย 5.1.4 ครูยกตัวอย่างเรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขายในชีวิตประจำวันให้ผู้เรียนร่วมแสดงความคิดเห็น 5.2 ขั้นสอน 5.2.1 ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 3-4 คน เลือกประธานกลุ่มและเลขานุการกลุ่ม เพื่อทำใบงานที่ 9 เรื่องความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า 5.2.2 แต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเมื่อประเมินผลกรรนำเสนอผลงานของเพื่อน 5.2.3 ครูแจกแบบประเมินผลการนำเสนอผลงานกลุ่มให้แต่ละกลุ่มเพื่อประเมินผลการนำเสนอผลงานของเพื่อน ครูและผู้เรียนแสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5.2.4 ครูมอบหมายให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทบทวน หน่วยการเรียนรู้ที่ 9 เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย 5.3 ขั้นสรุปการสอน 5.3.1 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนเพิ่มเติม 5.3.2 ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน 5.3.3 ให้ผู้เรียนเปลี่ยนกันตรวจสอบความถูกต้องตามเอกสารการนำเสนอ ครูสรุปบทเรียนและให้ผู้เรียนบันทึกไว้		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
6. สื่อการเรียนการสอน 6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ 6.1.1 หนังสือเรียนวิชาการขายเบื้องต้น 6.1.2 ใบงานที่ 9 เรื่องความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ 6.2 สื่อโสตทัศน์ 6.2.1 เอกสารการนำเสนอ จำนวน 19 แผ่น 1. เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย 2. เรื่องความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ 3. เรื่องลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ 4. เรื่องความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ 5. เรื่องความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 6. เรื่องความสำคัญของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 7.-9. เรื่องประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 10.-14. เรื่องข้อจำกัดของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 15. เรื่องโครงสร้างพื้นฐานของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 16. เรื่องประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 17. เรื่องรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 18. เรื่องขั้นตอนการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 19. เรื่องแนวโน้มของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 6.3 หุ่นจำลองหรือของจริง (ถ้ามี) - 6.4 อื่น ๆ (ถ้ามี) 6.4.1 ห้องสมุดวิทยาลัยและห้องสมุดแผนกวิชา 6.4.2 ห้องเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Access Learning) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (Internet)		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6
7. เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ) 7.1 แบบสังเกตพฤติกรรมการเรียน 7.2 แบบประเมินผลงาน 7.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่ม 8. การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น 8.1 บูรณาการกับวิชาภาษาไทยเพื่ออาชีพ ด้านการพูด การเขียน 8.2 บูรณาการกับวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพ เกี่ยวกับบุคลิกภาพในการนำเสนอหน้าชั้นเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น 8.3 บูรณาการกับวิชาวิถีธรรมวิถีไทย เกี่ยวกับการวางแผนการทำงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 9. การวัดและประเมินผล 9.1 ก่อนเรียน 9.1.1 เตรียมเอกสารที่ใช้ในการเรียน วัสดุอุปกรณ์ในการทำสื่อประกอบการนำเสนอ 9.1.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของหน่วยที่ 9 9.2 ขณะเรียน 9.2.1 ปฏิบัติงานตามใบงาน เรื่องความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ 9.2.2 จัดทำสื่อประกอบการนำเสนอตามใบงาน 9.2.3 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย 9.3 หลังเรียน 9.3.1 ทำกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ 9.3.2 ทดสอบย่อยเรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย		

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	สอนครั้งที่ 17-18 ชั่วโมงรวม 54
	เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย	จำนวนชั่วโมง 6

10. บันทึกหลังสอน

10.1 ผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

10.2 ผลการเรียนรู้ของนักเรียน นักศึกษา

.....

.....

.....

10.3 แนวทางการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)
...../...../.....

รายการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้

- ☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้
- ☐ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

หัวหน้าหมวด/แผนกวิชา

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

- ☐ เห็นควรอนุญาตให้ใช้การสอนได้
- ☐ ควรปรับปรุงดังเสนอ
- ☐ อื่นๆ

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

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

- ☐ อนุญาตให้ใช้การสอนได้
- ☐ อื่นๆ

.....

.....

.....

ลงชื่อ (.....)

ผู้อำนวยการวิทยาลัย.....

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

เฉลย

กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้
และแบบทดสอบ
เพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

วิชา การขายเบื้องต้น
(Basic Selling)

โดย อ. สมคิด มีมมา



หน่วยที่ 1 เรื่องความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการขาย

1. ให้อธิบายความหมายของการขาย

การขาย (Selling) หมายถึง ศิลปะของการชักจูงใจให้คนอื่นคิดหรือกระทำตามความคิดของนักขาย หรือ การขาย หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการของผู้มุ่งหวัง และช่วยให้ค้นพบความจำเป็น ความต้องการ ที่จะได้รับการตอบสนองด้วยความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการที่นักขายนำเสนอ

2. ให้อธิบายความสำคัญของการขาย

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

3. ให้อธิบายวิวัฒนาการของการขาย

1. ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะไม่ซื้อสินค้าเต็มที่
2. ผู้บริโภคจะถูกชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องมือกระตุ้นการขายวิธีต่าง ๆ
3. งานหลักของบริษัท คือ การจัดให้มีแผนการขายที่มีความสามารถดีเด่น
4. ผู้บริโภคอาจซื้อซ้ำอีก เพราะมีความต้องการอยู่เรื่อย ๆ

4. ให้อธิบายแนวความคิดทางการขาย

สภาพการค้าในปัจจุบัน ส่งเสริมเศรษฐกิจแบบเสรี ให้ความสำคัญกับการลงทุนและเทคโนโลยี ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพิ่มบทบาทของรัฐบาลในการส่งเสริมการลงทุนของเอกชน เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลักโดยเฉพาะอุตสาหกรรมส่งออก

5. หน้าที่ทางการขายมีอะไรบ้าง

1. การขายทำให้มีสินค้าและบริการออกสู่ตลาด
2. การขายทำให้กิจการมีกำไร
3. การขายทำให้เกิดการขยายการลงทุนทางธุรกิจ
4. การขายทำให้เกิดระบบการบริการด้านการขาย
5. การขายทำให้เกิดธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
6. การขายทำให้เกิดการแก้ปัญหาและสร้างความพึงพอใจ
7. การขายก่อให้เกิดความรู้หรือการให้การศึกษา

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ข้อใดให้ความหมายของคำว่า “การขาย” ได้ดีที่สุด

- ก. กระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา
- ข. การจูงใจให้คนต้องการสิ่งที่มีอยู่ เช่น สินค้า บริการ หรือความคิด
- ค. การนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไปถึงลูกค้าเพื่อให้เกิดการโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้า
- ง. การวางแผน การบังคับบัญชา และการควบคุมงานการขายโดยใช้ตัวบุคคล
- Ⓐ. ศิลปะในการชักจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความพึงพอใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย

2. ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกับการขาย

- ก. ตัวสินค้า
- ข. ผู้ซื้อสินค้า
- ค. ราคาสินค้า
- Ⓐ. ผู้รับบริจาค
- ง. ผู้ขายสินค้า

3. ข้อใดคือหลักพื้นฐานของการขายเพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้า

- ก. การช่วยลูกค้าตัดสินใจซื้อ
- ข. การสาธิตสินค้าอย่างชัดเจน
- ค. การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า
- Ⓐ. การเสนอขายสินค้าที่มีประโยชน์ต่อลูกค้า
- ง. การเร่งเร้าให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อด้วยความประทับใจ

4. ข้อใดเป็นลักษณะความสำคัญของงานขายต่อสังคม

- ก. ทำให้ธุรกิจอยู่ได้และมีกำไร
- ข. ทำให้เกิดผลตอบแทนต่อองค์กร
- ค. ทำให้สินค้าเกิดการแข่งขันกันมากขึ้น
- ง. ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อสินค้าได้ตามที่ตนเองต้องการ
- Ⓐ. ทำให้สินค้าและบริการตอบสนองคนทั่วไปให้ได้รับความสะดวกสบาย

5. แดงโมเสนอขายเครื่องซักผ้า ทำให้แม่บ้านที่ซื้อเครื่องซักผ้า ซักผ้าได้สะดวก รวดเร็ว สัมพันธ์กับหลักพื้นฐานการขายในข้อใด

- ก. การขายคือการติดต่อสื่อสาร
- ☒ ข. การขายคือการชักจูงใจลูกค้า
- ค. การขายคือการให้ความรู้แก่ลูกค้า
- ง. การขายคือการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า
- จ. การขายคือการให้ความช่วยเหลือลูกค้า

6. เศรษฐกิจของประเทศจะเจริญขึ้นอยู่กับข้อใดมากที่สุด

- ก. การซื้อสินค้าราคาถูก
- ข. การซื้อสินค้าราคาแพง
- ☒ ค. การซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศ
- ง. การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ
- จ. การส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศ

7. วิธีการใดที่จะดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้ามากขึ้น

- ก. แจกของแถมที่มีราคาสูง
- ข. ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย
- ค. หาวิธีการแข่งขันกับคู่แข่งที่แปลกใหม่อยู่เสมอ
- ง. ตั้งราคาสินค้าให้แพงเพื่อเพิ่มคุณภาพของสินค้า
- ☒ จ. ผลิตสินค้าแปลกใหม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

8. เพราะเหตุใดจึงต้องมีการทำให้สินค้าแตกต่างกัน

- ก. เพื่อเพิ่มราคาสินค้า
- ข. เพื่อประหยัดต้นทุนการผลิต
- ค. เพื่อเสนอวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
- ง. เพื่อลดความต้องการของตลาด
- ☒ จ. เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

9. ข้อใดกล่าวถูกต้องที่สุดเกี่ยวกับแนวความคิดทางการขาย

- ก. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพราะดูโฆษณา
- ข. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าตามความจำเป็น
- ค. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพราะถูกกระตุ้นให้ซื้อ
- ง. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพราะมีการลดราคา
- จ. ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเพราะมีของแถม

10. สิ่งที่เจ้าของสินค้าต้องการมากที่สุดในการขายสินค้าคือข้อใด

- ก. กำไร
- ข. ช่วยเหลือสังคม
- ค. ชื่อเสียงของธุรกิจ
- ง. บริการประชาชน
- จ. ช่วยเหลือพนักงาน

11. ในยุคแรกก่อนเกิดการซื้อขาย มนุษย์ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนด้วยวิธีใด

- ก. ใช้เงิน
- ข. ใช้สื่อกลาง
- ค. ใช้บัตรเครดิต
- ง. ของต่อของ
- จ. ใช้บัตรเดบิต

12. ข้อใดคือปัญหาที่เกิดขึ้นในการแลกเปลี่ยนระหว่างของต่อของ

- ก. ปัญหาเกี่ยวกับการเก็บรักษา
- ข. ปัญหาเกี่ยวกับการขนส่ง
- ค. ปัญหาความต้องการของคนไม่ตรงกัน
- ง. ปัญหาเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา
- จ. เป็นปัญหาทั้ง 4 ข้อ

13. ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเอง สัมพันธ์กับหน้าที่ทางการขายข้อใด

- ก. การขายทำให้กิจการมีกำไร
- ข. ☒ การขายทำให้มีสินค้าและบริการออกสู่ตลาด
- ค. การขายทำให้เกิดการขยายการลงทุนทางธุรกิจ
- ง. การขายทำให้เกิดระบบการบริการด้านการขาย
- จ. การขายทำให้เกิดธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

14. การขายสินค้าในข้อใดที่พนักงานขายต้องให้ความรู้แก่ผู้ซื้อเป็นสำคัญ

- ก. เครื่องสำอาง
- ข. น้ำยาล้างจาน
- ค. โทรศัพท์มือถือ
- ง. อาหารทะเลแช่แข็ง
- จ. ☒ เครื่องจักรที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์

15. โรงงานผลิตเหล็กซื้อเครื่องจักรใหม่เพื่อขยายกิจการ พนักงานขายต้องทำหน้าที่ในข้อใด

- ก. การขายทำให้กิจการมีกำไร
- ข. การขายทำให้มีสินค้าและบริการออกสู่ตลาด
- ค. การขายก่อให้เกิดความรู้หรือการให้การศึกษา
- จ. ☒ การขายทำให้เกิดการขยายการลงทุนทางธุรกิจ
- ง. การขายทำให้เกิดการแก้ปัญหาและสร้างความพึงพอใจ

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| ช..... 1. Salesmanship | ก. การให้ความช่วยเหลือ |
| จ..... 2. Selling | ข. การให้ความรู้ |
| ญ..... 3. Exchange | ค. การติดต่อสื่อสาร |
| ก..... 4. Providing service | ง. ระบบการแลกเปลี่ยนของต่อของ |
| ช..... 5. Persuasion | จ. การขาย |
| ง..... 6. Barter system | ฉ. แนวความคิดทางการขาย |
| ณ..... 7. Problem solving | ช. การชักจูงใจ |
| ช..... 8. Educating | ซ. ศิลปะการขาย |
| ณ..... 9. Selling concept | ณ. การแก้ปัญหา |
| ค..... 10. Communication | ญ. การแลกเปลี่ยน |

หน่วยที่ 2 เรื่องประเภทและลักษณะของงานขาย

1. จงบอกลักษณะของงานขายแบ่งออกเป็นกี่ลักษณะ อะไรบ้าง

ลักษณะของงานขายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. ลักษณะของงานขายในฐานะอาชีพ
2. ลักษณะของงานขายตามประเภทของสินค้า
3. ลักษณะของงานขายตามพื้นฐานของการปฏิบัติงาน

2. งานขายที่แบ่งตามระบบการจัดจำหน่าย มีกี่ประเภทย่อย อะไรบ้าง

งานขายที่แบ่งตามระบบการจัดจำหน่าย แยกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

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

3. งานขายที่แบ่งตามลักษณะงาน แบ่งงานขายประเภทนี้ออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง

งานขายที่แบ่งตามลักษณะงาน แบ่งงานขายประเภทนี้ออกเป็น 2 ประเภท คือ

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

4. ให้อธิบายความหมายของพนักงานขาย

พนักงานขาย คือ ผู้ที่ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้ซื้อเห็นคุณค่าหรือประโยชน์ ที่จะได้รับการซื้อสินค้าหรือบริการแล้วตัดสินใจ ด้วยความพอใจ

5. พนักงานขายมีกี่ประเภทอะไรบ้าง

พนักงานขายแบ่งออกเป็น 11 ประเภท คือ

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)

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. สินค้าประเภทใดที่ไม่ต้องมีบริการหลังขาย

- ก. วิทย์
- ข. รถยนต์
- ☒ ค. หนังสือพิมพ์
- ง. กล้องถ่ายรูป
- จ. เครื่องถ่ายเอกสาร

2. การขายสินค้าใดที่ขายได้ครั้งหนึ่งแล้วต้องใช้เวลาอีกนานกว่าจะขายได้อีก

- ก. อาหาร
- ข. นิตยสาร
- ค. เครื่องเขียน
- ☒ ง. เครื่องซักผ้า
- จ. น้ำยาล้างจาน

3. การรับตัดเสื้อผ้าเป็นงานขายประเภทใด

- ☒ ก. งานขายตรง
- ข. งานขายส่ง
- ค. งานขายปลีก
- ง. งานขายผ่านคนกลาง
- จ. งานขายสินค้าอุตสาหกรรม

4. ข้อใดคือการขายตามเส้นทาง

- ☒ ก. อภิลิธีจีจียานขายยาคุลท์
- ข. สุเทพขายน้ำยาซักผ้าตามบ้าน
- ค. ณเดชขายผักในตลาดสดขอนแก่น
- ง. สุรัตน์ขายเครื่องสำอางที่เคาน์เตอร์
- จ. ดารุณยัตระเวนขายยาให้กับโรงพยาบาล

5. ร้านค้าในข้อใด ใช้ระบบ Self Service

- ก. ร้านสุกี้โคคา
- ข. ร้านขายรถยนต์
- ค. ☒ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น
- ง. ร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า
- จ. ร้านขายเครื่องสำอาง

6. เป้าหมายของการจัดแสดงสินค้าคืออะไร

- ก. เร่งให้ลูกค้าตัดสินใจ
- ข. เพื่อพบปะลูกค้า
- ค. เพื่อเสนอขายสินค้า
- ง. แก้ไขปัญหาที่เกิดกับลูกค้า
- จ. ☒ แนะนำข้อมูลและลักษณะสินค้า

7. กิจกรรมการขายของห้างแม็คโคร ถือเป็นกิจกรรมประเภทใด

- ก. ☒ คำส่ง
- ข. คำย่อ
- ค. คำปลุก
- ง. คำร่วม
- จ. คำปลุกและคำส่ง

8. พนักงานของบริษัทเปิดใหม่นำสินค้าไปเสนอแก่ลูกค้าเป็นพนักงานขายประเภทใด

- ก. พนักงานขายส่ง
- ข. พนักงานแนะนำสินค้า
- ค. ☒ พนักงานขายบุกเบิก
- ง. พนักงานประจำรถสินค้า
- จ. เป็นตัวกลางในระบบซื้อขายทั้ง 4 ข้อ

9. ข้อใดคือสิ่งที่ช่วยให้พนักงานขายทำงานน้อยลง

- ก. การขายส่ง
- ข. ☒ การโฆษณา
- ค. ใช้ตัวแทนคนกลาง
- ง. การขายหน้าร้าน
- จ. ใช้การติดต่อทางโทรศัพท์

10. ข้อใดคือการส่งเสริมการขาย

- ก. ส่งฉลากชิงโชค
- ข. แจกของแถม
- ค. ลดราคาสินค้า
- ง. แจกของตัวอย่าง
- จ. ☒ เป็นการส่งเสริมการขายทุกข้อ

11. ใครมีหน้าที่เสนอผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

- ก. พนักงานบุกเบิก
- ข. พนักงานขายส่ง
- ค. ☒ พนักงานแนะนำสินค้า
- ง. พนักงานประจำรถส่งสินค้า
- จ. พนักงานขายประจำร้าน

12. จตุพรซื้อน้ำอัดลมกระป๋องจากตู้หยอดเหรียญ

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

13. ญาติซื้อยาสมุนไพรจากสหกรณ์แม่บ้านตำบลหัวรอ

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

14. วีระซื้อสินค้าจากห้างแม็คโครไปวางขายที่ร้านตัวเอง

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

15. เณิมสั่งซื้อเครื่องออกกำลังกายจากทีวีมีเดีย

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

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| 1. Job freedom | ก. งานขายปลีก |
| 2. Route Salesman | ข. งานขายด้านอุตสาหกรรม |
| 3. Trade Selling | ค. งานขายทางไกล |
| 4. Display | ง. งานขายให้กับคนกลาง |
| 5. Creative Selling | จ. พนักงานแนะนำสินค้า |
| 6. Retail Selling | ฉ. ความอิสระในงาน |
| 7. Tele Selling | ช. วิศวกรฝ่ายขาย |
| 8. Industrial Selling | ซ. การขายแบบสร้างสรรค์ |
| 9. Sales Engineer | ณ. พนักงานขายตามเส้นทาง |
| 10. Missionaries Salesman | ญ. การจัดแสดงสินค้า |

หน่วยที่ 3 เรื่องความรู้เกี่ยวกับตนเอง

1. หลักการวิเคราะห์ตนเอง มีกี่ประการ

หลักการวิเคราะห์ตนเอง มี 4 ประการคือ

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

2. ให้อธิบายความหมายของบุคลิกภาพนักศึกษา

บุคลิกภาพนักศึกษา คือลักษณะพิเศษเฉพาะบุคคลที่เหมาะสมกับอาชีพขายโดยจะต้องมีคุณสมบัติและจรรยาบรรณของนักขายมีบุคลิกภาพดีและมีการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพอยู่เสมอ มีเทคนิคการแต่งกายที่เสริมสร้างบุคลิกภาพ เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ในการขาย รู้หลักจิตวิทยาการขาย และเทคนิคการพิชิตใจลูกค้า

3. จงบอกความสำคัญของบุคลิกภาพต่องานขาย

ความสำคัญของบุคลิกภาพต่องานขาย คือ 3 ก.

1. เก่งตน หมายถึง เป็นผู้ที่ชอบศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันโลก ทันคน โดยเริ่มจากพัฒนาตนเองก่อน
2. เก่งคน หมายถึง มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
3. เก่งงาน หมายถึง ผู้ที่รักงาน ขยันทำงาน และรู้วิธีทำงาน

4. บุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมีประกอบด้วยอะไรบ้าง

- 1) ความเพียรพยายาม (Perseverance)
- 2) ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)
- 3) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (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) มีจินตนาการ (Imaginational)

5. บุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของพนักงานขายมีอะไรบ้าง

- 1) การไม่ฟังผู้อื่น
- 2) ขอบวิพากษ์วิจารณ์
- 3) ชอบโต้แย้ง
- 4) กระทำการตามอารมณ์
- 5) มีความเกียจคร้าน
- 6) ขาดความอดทน

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. บุคคลจะต้องรู้จักตนเองในเรื่องใดเป็นสำคัญ
 - ก. รู้จักอุปนิสัยของตนเอง
 - ข. รู้จักความต้องการของตน
 - ค. รู้จักบทบาทของคนในสังคม
 - ง. รู้จักบทบาทของคนในครอบครัว
 - จ. รู้จักลักษณะส่วนรวมของคนในชุมชน

2. การพัฒนาศักยภาพของตนเองทำได้อย่างไร
 - ก. การอ่านหนังสือ
 - ข. การเข้าอบรมดี ๆ
 - ค. ฝึกจดบันทึกส่วนตัว
 - ง. การหาเวลาว่างให้กับตนเอง
 - จ. ต้องพัฒนาทั้ง 4 ข้อ

3. ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็นความรู้สึกละท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หมายถึงข้อใด
 - ก. ค่านิยม
 - ข. ทัศนคติ
 - ค. ความเชื่อ
 - ง. พฤติกรรม
 - จ. ความศรัทธา

4. ข้อใดเป็นความหมายของ “บุคลิกภาพ”

- ก. ทักษะคติของบุคคล
- ข. เอกลักษณ์ของบุคคล
- ค. พฤติกรรมเฉพาะบุคคล
- ง. กิริยาอาการที่แสดงออกของบุคคล
- ☒ จ. คุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของบุคคล

5. ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของมนุษย์คือข้อใด

- ก. ความรู้
- ข. สถิติปัญญา
- ☒ ค. บุคลิกภาพ
- ง. ประสบการณ์
- จ. ความสามารถ

6. สิ่งที่เปรียบเสมือนบรรจุกัณฑ์ของสินค้า เป็นความสำคัญของบุคลิกภาพในข้อใด

- ก. การแต่งตัว
- ข. ทักษะคติของนักขาย
- ☒ ค. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
- ง. น้ำเสียงและนิสัยในการสนทนา
- จ. กิริยามารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ

7. บุคลิกภาพของ “คนเก่ง” ต้อง ประกอบด้วยสิ่งใดบ้าง

- ก. กายดี วาจาดี ใจดี
- ☒ ข. เก่งตน เก่งคน เก่งงาน
- ข. ยืนหยัด ยึดหยุ่น ยินยอม
- ง. เก่งตน เก่งคน เก่งเพื่อน
- จ. กล้าพูด กล้าทำ กล้าแสดงออก

8. บุคลิกภาพโดยทั่วไปของพนักงานขายคือข้อใด

- ก. บริการให้ดีที่สุด
- ข. พนักงานขายไม่ควรสับสนหรือ
- ค. ลำเอียงน่าฟัง พูดชัดเจนไพเราะ
- ง. ร่างกาย แข็งแรง สง่าผ่าเผย
- ☒ จ. เป็นบุคลิกภาพทั่วไปทั้ง 4 ข้อ

9. ก่อนออกไปพบลูกค้า กุลสุดา พยายามหาข้อมูลต่าง ๆ ของลูกค้า จัดเตรียมเอกสาร พร้อมทั้งจะเสนอขายสินค้าแก่ลูกค้า เป็นบุคลิกภาพข้อใด

- ก. ความเพียรพยายาม
- ☒ ข. ความกระตือรือร้น
- ค. ความเชื่อถือไว้วางใจได้
- ง. ความซื่อสัตย์และจริงใจ
- จ. ความเชื่อมั่นในตัวเอง

10. การดูแลให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างละเอียดรอบคอบ และคิดอยู่เสมอว่าทำอย่างไรจะให้ลูกค้าพอใจ เป็นบุคลิกภาพข้อใด

- ก. ความเพียรพยายาม
- ข. ความกระตือรือร้น
- ค. ความเชื่อถือไว้วางใจได้
- ☒ ง. ความซื่อสัตย์และจริงใจ
- จ. ความเชื่อมั่นในตัวเอง

11. ข้อใดเป็นบุคลิกภาพเฉพาะที่พนักงานขายพึงมี

- ก. ชอบโต้แย้ง
- ข. การไม่ฟังผู้อื่น
- ค. ชอบวิพากษ์วิจารณ์
- ☒ ง. ความกระตือรือร้น
- จ. กระทำการตามอารมณ์

12. นักขายที่ออกเยี่ยมลูกค้าที่ขึ้น ปิดการขายบ่อยขึ้น หมายถึงข้อใด

- ☒ ก. ความเพียรพยายาม
- ข. ความกระตือรือร้น
- ค. ความเชื่อถือไว้วางใจได้
- ง. ความซื่อสัตย์และจริงใจ
- จ. ความเชื่อมั่นในตัวเอง

13. ก่อนออกไปเยี่ยมลูกค้าแต่ละครั้งนักขายบอกตัวเองว่าเราจะปิดการขายให้ได้ หมายถึงข้อใด

- ก. ความเพียรพยายาม
- ข. ความกระตือรือร้น
- ค. ความเชื่อถือไว้วางใจได้
- ง. ความซื่อสัตย์และจริงใจ
- ☒ จ. ความเชื่อมั่นในตัวเอง

14. ข้อใดเป็นบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของพนักงานขาย

- ☒ ก. ขอบโต้แย้ง
- ข. ความอดทน
- ค. มีความกระตือรือร้น
- ง. ไม่ชอบวิพากษ์วิจารณ์
- จ. ไม่กระทำการตามอารมณ์

15. การค้นหาลูกค้าเป็นบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของนักขาย ข้อใด

- ก. ขอบโต้แย้ง
- ข. ความอดทน
- ค. มีความกระตือรือร้น
- ☒ ง. ชอบวิพากษ์วิจารณ์
- จ. กระทำการตามอารมณ์

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| จ..... 1. Attitude | ก. ความกระตือรือร้น |
| ญ..... 2. Emotion | ข. ความซื่อสัตย์สุจริต |
| ช..... 3. Perseverance | ค. การยกย่องนับถือ |
| ก..... 4. Enthusiasm | ง. จินตนาการ |
| ณ..... 5. Dependability | จ. ทศนคติ |
| ค..... 6. Respect | ฉ. ความร่าเริง |
| ณ..... 7. Cheerfulness | ช. ความรับผิดชอบ |
| ง..... 8. Imaginational | ซ. ความเพียรพยายาม |
| ช..... 9. Integrity | ณ. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ |
| ช..... 10. Responsibility | ญ. อารมณ์ |

หน่วยที่ 4 เรื่องความรู้เกี่ยวกับกิจการ

1. ทำไมต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

การที่พนักงานขายได้รู้จักกิจการของเรว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีสินค้าและบริการอะไรบ้าง ตลอดจนถึงเพื่อนร่วมงานทั้งบริษัทก็จะทำให้เรามั่นใจ และภาคภูมิใจที่ได้ร่วมงานกัน สามารถที่ใช้ข้อมูลนี้แนะนำ หรือโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าและบริการของเราด้วย

2. นโยบายขายของกิจการที่ต้องรู้มีอะไรบ้าง

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

3. โครงสร้างการดำเนินงานของกิจการมีอะไรบ้าง

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

4. ลักษณะการดำเนินงานของกิจการมีลักษณะอะไรบ้าง

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (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. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการมีอะไรบ้าง

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

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ใครเป็นผู้ต้องรับผิดชอบต่อชื่อเสียงของกิจการ

- ก. เจ้าของกิจการ
- ข. ผู้จัดการฝ่ายขาย
- ค. พนักงานขาย
- ง. ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

จ. ทุกคนในองค์กร

2. เรื่องใดพนักงานขายควรรู้เกี่ยวกับกิจการ

- ก. ประวัติ
- ข. ประเภทกิจการ
- ค. ลักษณะการบริหาร
- ง. นโยบายของกิจการ

จ. ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับกิจการ

3. ร้านขายของชำ จัดเป็นกิจการประเภทใด

- ก. สหกรณ์
- ข. รัฐวิสาหกิจ
- ค. บริษัทจำกัด
- ง. ห้างหุ้นส่วนจำกัด

จ. กิจการเจ้าของคนเดียว

4. ข้อใดคือลักษณะของรัฐวิสาหกิจ

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

5. กิจกรรมข้อใดมีวัตถุประสงค์จัดปัญหาพ่อค้าคนกลาง

- ก. สหกรณ์
- ข. ร้านค้าปลีก
- ค. บริษัทจำกัด
- ง. รัฐวิสาหกิจ
- จ. ห้างหุ้นส่วนจำกัด

6. การรับซ่อมฟรี 1 ปีของบริษัทผู้ขายรถยนต์หลังการขาย เป็นนโยบายในข้อใด

- ก. นโยบายหลัก
- ข. นโยบายลูกค้า
- ค. นโยบายการตลาด
- ง. นโยบายเกี่ยวกับสังคม
- จ. นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่ง

7. โดยทั่วไปพนักงานขายจะอยู่ในสายงานใด

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

8. ข้อใดคือตัวกำหนดการแบ่งสายงานภายในกิจการต่าง ๆ

- ก. ความเห็นของพนักงาน
- ข. แผนการปฏิบัติงานในแต่ละครั้ง
- ค. ความเห็นของเจ้าของกิจการ
- ง. การสนับสนุนของพนักงานทุกคน
- จ. ตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ

9. การมีที่ปรึกษากฎหมายประจำบริษัท เป็นโครงสร้างการบริหารแบบใด

- ก. แบบสายงานหลัก
- ข. แบบสายงานพิเศษ
- ค. แบบสายงานตามหน้าที่
- ง. แบบแบ่งส่วนงานเฉพาะด้าน
- จ. ☒ แบบงานหลักและงานที่ปรึกษา

10. การทุ่มโฆษณาอีกเท่าตัว เพื่อให้สินค้าติดตลาดเป็นนโยบายด้านใด

- ก. นโยบายหลัก
- ข. นโยบายลูกค้า
- ค. นโยบายการตลาด
- ง. นโยบายเกี่ยวกับสังคม
- จ. ☒ นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่ง

11. กฎระเบียบในข้อใดที่พนักงานขายทุกคนของกิจการจะต้องปฏิบัติร่วมกัน

- ก. รับรองลูกค้า
- ข. เวลาปฏิบัติงาน
- ค. ☒ ออกเสนอขายสินค้า
- ง. รับค่าจ้างอัตราเดียวกัน
- จ. รับค่านายหน้าเท่ากัน

12. แหล่งความรู้ประเภทใดที่ศึกษาด้วยตัวเองได้ดีที่สุด

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

13. การลด แลก แจก แถม เป็นนโยบายของบริษัทตามข้อใด

- ก. นโยบายหลัก
- ข. นโยบายการตลาด
- ค. ☒ นโยบายส่งเสริมการขาย
- ง. นโยบายเกี่ยวกับคู่แข่งชั้น
- จ. นโยบายเกี่ยวกับสังคม

14. สิ่งที่จะช่วยสร้างความภาคภูมิใจในกิจการที่พนักงานทำงานอยู่คือความรู้ในข้อใด

- ก. ผลกำไรประจำปีสูง
- ข. การออกสินค้าใหม่ในอนาคต
- ค. ☒ ความเก่าแก่ของกิจการ
- ง. ความสามารถเอาชนะคู่แข่งชั้น
- จ. การให้สวัสดิการแก่พนักงานขาย

15. ข้อใดคือผลดีของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ

- ก. ชนะเพื่อนร่วมงานในงานขายได้
- ข. ทำให้กิจการมีความมั่นใจมากขึ้น
- ค. ทำให้คู่แข่งลดดีกรีการแข่งขันลง
- ง. นำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อกิจการได้
- จ. ☒ ปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามนโยบายกิจการ

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

.....ณ..... 1. Certified Mail	ก. นโยบาย
.....ง..... 2. Sole Proprietorship	ข. ที่ปรึกษา
.....ฉ..... 3. Good will	ค. รัฐวิสาหกิจ
.....ก..... 4. Policy	ง. กิจการเจ้าของคนเดียว
.....ญ..... 5. Partnership	จ. บริษัทจำกัด
.....ช..... 6. Staff	ฉ. ค่านิยมดี
.....จ..... 7. Limited Company	ช. คณะกรรมการ
.....ค..... 8. State Enterprise	ซ. สหกรณ์
.....ซ..... 9. Board	ณ. ไปรษณีย์รับรอง
.....ซ..... 10. CoOperative	ญ. ห้างหุ้นส่วน

หน่วยที่ 5 เรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. ให้อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอ และสนองความต้องการของลูกค้า โดย การนำผลิตผล (Produce) หรือวัตถุดิบ (Raw Material) ที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อ ปลา แร่ธาตุ ฯลฯ มาผ่านกรรมวิธีในการผลิต อาจจะใช้เครื่องจักร ออกมา เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

2. ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค (Consumer Product) แบ่งออกเป็นกี่ประเภท

จำแนกออกได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Products)
2. ผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบซื้อ (Shopping Products)
3. ผลิตภัณฑ์สินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty Products)
4. ผลิตภัณฑ์สินค้าไม่แสวงซื้อ (Unsought Products)

3. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Product) แบ่งออกเป็นกี่ประเภท

แบ่งออกได้ 6 ประเภท ดังนี้

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

4. สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง

รายละเอียดของสินค้าทางกายภาพ

1. ประโยชน์ของสินค้า และผลที่ได้รับจากสินค้า
2. การบริการหลังการขาย
3. การเก็บรักษา
4. สินค้าของคู่แข่ง
5. สินค้าที่เกี่ยวข้อง

5. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง

1. ประโยชน์ต่อลูกค้า
 - 1.1 ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้เหมาะสมตรงกับความต้องการ
 - 1.2 ช่วยให้ลูกค้าได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายนำเสนอได้ชัดเจนขึ้น
 - 1.3 ช่วยให้ลูกค้าสามารถดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น
2. ประโยชน์ต่อพนักงานขาย
 - 2.1 ทำให้พนักงานขายสามารถอธิบายและสาธิตวิธีการใช้สินค้าให้ลูกค้าทราบ
 - 2.2 ทำให้พนักงานขายเลือกจุดขายที่น่าสนใจและโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้
 - 2.3 ทำให้พนักงานขายมีความเชื่อมั่นในตนเองพร้อมที่จะออกไปพบและนำเสนอขาย
 - 2.4 ทำให้พนักงานขายตอบข้อซักถามปัญหาเกี่ยวกับสินค้า
3. ประโยชน์ต่อกิจการ
 - 3.1 กิจการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น
 - 3.2 กิจการมีภาพพจน์ที่ดีขึ้น
 - 3.3 กิจการสามารถขยายกิจการได้มากขึ้น

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ข้อใดคือความหมายของ “ผลิตภัณฑ์”
 - ก. คุณสมบัติของสินค้าและบริการ
 - ข. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ
 - ค. มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน
 - ง. สิ่งที่เสนอแก่ตลาดและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้
 - จ. สิ่งที่มีมูลค่าที่สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนได้ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

2. “...และเราก็ค้นพบว่า เราไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์ แต่เราขายความสุขที่บันทึกได้...”
ข้อความโฆษณาดังกล่าวของบริษัทโซนี่ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ข้อใด
 - ก. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)
 - ข. ผลิตภัณฑ์จริง (Actual Product)
 - ค. ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)
 - ง. ภาพพจน์ผลิตภัณฑ์ (Image Product)
 - จ. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product)

3. ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่เราซื้อมา เรียกองค์ประกอบส่วนนี้ว่าอะไร
 - ก. ผลิตภัณฑ์หลัก
 - ข. ผลิตภัณฑ์เสริม
 - ค. ผลิตภัณฑ์คาดหวัง
 - ง. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง
 - จ. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์

4. ข้อใด เป็นรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Formal Product)

- ก. สมชายซื้อรถยนต์เพราะขับที่สบาย
- ข. สุเทพเอาวุ้นไปให้ทหารไปยิงประชาชน
- ค. จำลองซื้อรถยนต์เพราะมีประกันชั้น 1 ฟรี
- ง. สนธิซื้อบ้านเพื่อเป็นสำนักงานให้กลุ่มพันธมิตร
- ☒ จ. สุริยใสซื้อทีวีเพราะจอใหญ่ขึ้น ชัดขึ้น และเป็นยี่ห้อดัง

5. การซื้อประกันชีวิต เป็นสินค้าตามข้อใด

- ก. Impulse goods
- ข. Shopping goods
- ค. Specialty goods
- ☒ ง. Unsought goods
- จ. Convenience goods

6. น้ำยาล้างจาน แชมพูสระผม ยาสีฟัน จัดเป็นสินค้าประเภทใด

- ☒ ก. สะดวกซื้อ
- ข. เจาะจงซื้อ
- ค. ไม่แสวงซื้อ
- ง. เลือกซื้อ
- จ. สินค้าเปรียบเทียบซื้อ

7. รถยนต์จัดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด

- ก. เปรียบเทียบก่อนซื้อ
- ข. สิ่งอำนวยความสะดวก
- ค. ผู้ซื้อไม่ใส่ใจที่จะซื้อ
- ☒ ง. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ
- จ. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ

8. ข้อใดคือการซื้อในตลาดอุตสาหกรรม

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

9. ข้อใดถือว่าเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการก่อสร้างที่ได้มาจากธรรมชาติ

- ก. เหล็ก
- ข. พืชสวนครัว
- ค. ผักสวนครัว
- ง. ☒ หิน ทราย กรวด
- จ. ผลไม้จากชาวสวน

10. การรู้รายละเอียดของสินค้าทางกายภาพเพื่อนำมาใช้ในการขายเรื่องใด

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

11. ข้อใดไม่ใช่สิ่งจำเป็นที่พนักงานขายต้องรู้

- ก. กระบวนการผลิต
- ข. ความต้องการของลูกค้า
- ค. ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า
- ง. ☒ สินค้าส่วนตัวอื่นของลูกค้า
- จ. ลักษณะผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

12. แหล่งข้อมูลในข้อใดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ดีที่สุด

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

13. ผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่มีพนักงานขาย ผู้บริโภคจะทราบข้อมูลสินค้าต่างๆ ได้อย่างไร

- ก. ใบปลิว
- ข. ใบแทรก
- ค. คู่มือขาย
- ง. ☒ จากฉลาก
- จ. คู่มือสินค้า

14. สิ่งใดที่พนักงานขายไม่ควรรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- ก. ข้อเสีย
- ข. วิธีผลิต
- ค. การจัดส่ง
- ง. ☒ สูตรในการผลิต
- จ. การกำหนดราคา

15. คู่มือขายหมายถึงอะไร

- ก. เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเสนอผู้ซื้อ
- ข. เอกสารเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าให้กับผู้ซื้อ
- ค. เอกสารเกี่ยวกับราคาสินค้าที่จัดทำให้ผู้ซื้อ
- ง. ☒ เอกสารที่เป็นข้อมูลการขายแก่พนักงานขาย
- จ. เอกสารเกี่ยวกับข้อมูลการขายแก่ผู้ผลิต

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| ช..... 1. Product | ก. สินค้าสะดวกซื้อ |
| จ..... 2. Goods | ข. อุปกรณ์ประกอบ |
| ณ..... 3. Service | ค. สินค้าเปรียบเทียบซื้อ |
| ก..... 4. Convenience Goods | ง. ป้ายตราสินค้า |
| ค..... 5. Shopping Goods | จ. สินค้า |
| ญ..... 6. Specialty Goods | ฉ. วัตถุดิบ |
| ซ..... 7. selling point | ช. ผลิตภัณฑ์ |
| ง..... 8. Brand label | ซ. จุดขาย |
| ณ..... 9. Raw Material | ณ. บริการ |
| ข..... 10. Accessory Equipment | ญ. สินค้าเจาะจงซื้อ |

หน่วยที่ 6 เรื่องความรู้เกี่ยวกับลูกค้า

1. ให้อธิบายความหมายของลูกค้า

ลูกค้า (Customer) คือ บุคคล (หรือนิติบุคคล) ที่ซื้อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ซื้อที่ซื้อ (หรือใช้บริการ) กับสถานที่หรือองค์กรใดเป็นการประจำหรือโดยสม่ำเสมอ

2. พฤติกรรมของลูกค้าหมายถึงอะไร

พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าหรือผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคชั้นสุดท้ายที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อกินเองใช้เอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน

3. พนักงานขายต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไปทำไม

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?)

4. สาเหตุการตัดสินใจซื้อเกิดจากอะไร

ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะต้องมีความแรงใจ เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์
2. แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล
3. แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์
4. แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า

5. จงอธิบายลำดับขั้นความต้องการของลูกค้า

เป็นทฤษฎีที่เน้นหนักด้านผู้ขายว่าต้องปฏิบัติการต่าง ๆ ตามลำดับขั้นให้ถูกต้องตามกาลเทศะ เพื่อผลสำเร็จในการเสนอขาย

1. ขั้นสะดุดใจ (Attention)
2. ขั้นสนใจ (Interest)
3. ขั้นอยากได้ (Desire)
4. ขั้นเชื่อมั่น (Conviction)
5. ขั้นการกระทำหรือตัดสินใจซื้อ (Action)

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ลูกคำมีความหมายตรงกับข้อใด
 - ก. ลูกคำคือพระเจ้า
 - ข. ลูกคำคือพระราชา
 - ค. ลูกคำคือผู้มีพระคุณ
 - ง. ลูกคำคือผู้ถูกต้องเสมอ
 - ☒ จ. เป็นความหมายของลูกคำทั้ง 4 ข้อ
2. ดารา นักร้อง เป็นศิลปินที่วัยรุ่นชอบเลียนแบบเป็นปัจจัยด้านใด
 - ☒ ก. ปัจจัยทางสังคม
 - ข. ปัจจัยส่วนบุคคล
 - ค. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
 - ง. ปัจจัยทางวัฒนธรรม
 - จ. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา
3. คุณคิดซื้อสร้อยเพชรมาใส่เพื่อให้สังคมยกย่อง ถือเป็นการซื้อด้วยแรงจูงใจข้อใด
 - ก. ซื้อด้วยเหตุผล
 - ☒ ข. ซื้อด้วยอารมณ์
 - ค. ซื้อด้วยคำแนะนำ
 - ง. ซื้อด้วยความเกรงใจ
 - จ. ซื้อด้วยความเคยชิน
4. ข้อใดเป็นปัจจัยภายในของผู้บริโภค
 - ก. วัฒนธรรม
 - ข. การเรียนรู้
 - ค. กลุ่มอ้างอิง
 - ☒ ง. ครอบครัว
 - จ. ชั้นทางสังคม

5. ข้อใดให้ความหมาย “กลุ่มอ้างอิง” ถูกต้องที่สุด

- ก. การจัดลำดับชั้นสมาชิกภายในสังคม
- ข. กลุ่มของสัญลักษณ์และสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม
- ค. กลุ่มของบุคคลที่สามารถชี้นำสังคมประเทศชาติได้
- ☒ ง. กลุ่มของคนที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม
- จ. กลุ่มของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด

6. ข้อใดเป็นปัจจัยที่เล็กที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

- ก. กลุ่มอ้างอิง
- ☒ ข. ครอบครัว
- ค. วัฒนธรรม
- ง. ชั้นทางสังคม
- จ. การเรียนรู้

7. สัญญาณกันขโมย เป็นสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านใด

- ก. ความสุข
- ข. ความสมหวัง
- ☒ ค. ความปลอดภัย
- ง. ต้องการการยกย่อง
- จ. ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

8. ข้อใดเป็นความต้องการทางสังคมตามทฤษฎีของมาสโลว์

- ☒ ก. ต้องการมีเพื่อน
- ข. ต้องการความสุข
- ค. ต้องการเกียรติยศ
- ง. ต้องการความปลอดภัย
- จ. ความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

9. นายเนวินเป็นเจ้าของโรงงานน้ำตาล ซึ่งอ้อยจากเกษตรกรกรเข้าโรงงานผลิตน้ำตาล แสดงว่านายเนวินเป็นผู้ซื้อระดับใด

- ก. ผู้บริโภค
- ข. คนกลาง
- ค. ผู้ขายปัจจัยการผลิต
- ง. ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม
- จ. ผู้ส่งออกไปกัมพูชา

10. การให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้า หรือได้สาริตด้วยตนเองเป็นการตัดสินใจของลูกค้าชั้นใด

- ก. ขั้นสนใจ
- ข. ขั้นเชื่อมั่น
- ค. ขั้นอยากได้
- ง. ขั้นสะดวกใจ
- จ. ขั้นตัดสินใจซื้อ

11. ข้อใดมีผลต่อการซื้อของลูกค้า

- ก. การสนับสนุนของบุคคล
- ข. ความต้องการการยอมรับ
- ค. หน้าที่และความรับผิดชอบ
- ง. แรงจูงใจเพื่อให้เกิดความพอใจ
- จ. ความต้องการความแปลกใหม่

12. สินค้าใดเพิ่มความสามารถในการดำเนินชีวิต

- ก. เสื้อผ้า
- ข. รองเท้า
- ค. แวนตา
- ง. ยาสีฟัน
- จ. เครื่องซักผ้า

13. การเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าใจร้อน พนักงานขายควรใช้ยุทธวิธีแบบใด

- ก. เสนอขายให้มากที่สุด
- ข. เป็นผู้ฟังที่ดี ยกย่องชมเชย
- ค. เสนอเฉพาะประเด็นสำคัญ
- ง. มีข้อมูลหลักฐานพร้อมสรรพ
- จ. อัดทนฟังลูกค้าออกความเห็น

14. ลูกค้าประเภทใดที่ตัดสินใจซื้อสินค้ายากที่สุด

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

15. ลูกค้าประเภทใดที่ขายง่ายที่สุด

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

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

.....จ..... 1. Customer	ก. การยอมรับปัญหา
.....ณ..... 2. Culture	ข. การตัดสินใจซื้อ
.....ง..... 3. Psychological	ค. อยากได้
.....ก..... 4. Problem recognition	ง. จิตวิทยา
.....ญ..... 5. Information search	จ. สะดุดใจ
.....ช..... 6. Alternatives Evaluation	ฉ. ลูกค้ำ
.....ซ..... 7. Purchase Decision	ช. ความเชื่อมั่น
.....ค..... 8. Attention	ซ. การประเมินทางเลือก
.....ค..... 9. Desire	ณ. วัฒนธรรม
.....ช..... 10. Conviction	ญ. การเสาะแสวงหาสารสนเทศ

หน่วยที่ 7 เรื่องความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น

1. ให้อธิบายความหมายของคู่แข่งชั้น

คู่แข่งชั้น (Competitor) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถาบันที่ดำเนินกิจการด้านธุรกิจอย่างเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้ โดยต้องแข่งขันกันด้านการขาย การผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพ เพื่อเป็นกิจการที่ยึดครองตลาดให้มากที่สุด

2. ความสำคัญของคู่แข่งชั้นมีอะไรบ้าง

1. มีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากขึ้น
2. สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น
3. ราคาสินค้าถูกลง
4. มีการพัฒนาสินค้าแปลกใหม่ขึ้นเรื่อย ๆ

3. สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นมีอะไรบ้าง

1. ขนาดของตลาด
2. การจัดจำหน่ายสินค้า
3. วิธีการส่งเสริมการขาย
4. ลักษณะของผลิตภัณฑ์
5. ประเภทของลูกค้า
6. ขนาดของกิจการ
7. ยุทธวิธีการขายของพนักงานขาย
8. แนวโน้มของตลาดในอนาคต
9. โอกาสและอุปสรรค
10. สภาพการแข่งขัน
11. แนวปฏิบัติในตลาด
12. จุดอ่อนจุดแข็งของสินค้าคู่แข่งชั้น
13. นโยบายของคู่แข่งชั้น
14. สถานะการเงินของคู่แข่งชั้น

4. แหล่งความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งค้นหาได้จากที่ใด

1. เอกสารสิ่งพิมพ์
2. พนักงานของกิจการคู่แข่ง
3. ลูกค้าของคู่แข่ง
4. ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
5. กิจการต่าง ๆ ของคู่แข่ง
6. ติดตามจากสื่อมวลชน
7. งานแสดงสินค้า

5. ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งมีอะไรบ้าง

1. สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทัดเทียมหรือดีกว่าของคู่แข่ง
2. ศึกษาความเป็นไปได้เรื่องราคาที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้เท่าหรือราคาต่ำกว่าคู่แข่ง
3. การปรับปรุงรายได้และสวัสดิการของกิจการเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานขาย
4. การปรับนโยบายเรื่องช่องทางการขาย
5. เพื่อรักษาสถานะของกิจการ
6. สามารถประเมินสภาพคู่แข่ง โดยพิจารณาข้อมูลของคู่แข่ง
7. เพื่อเปรียบเทียบหาจุด

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. สินค้าต่อไปนี้ ข้อใดเป็นคู่แข่งชั้นทางการค้า

- ก. โค้ก-เป๊ปซี่
- ข. ลักซ์-แฟ็บ
- ค. เนสกาแฟ-บัดดี้ดิน
- ง. ไฮยีน-แคร์ ฮายซมึน
- จ. เป๊ปซิเดนซ์-รียอยซ์

2. ข้อใดไม่ใช่คู่แข่งทางการค้า

- ก. เบียร์ช้าง-เบียร์สิงห์
- ข. นมหนองโพ-นมเมจิ
- ค. สบู่ลักซ์-สบู่โพรเทกส์
- ง. แป้งจอห์นสัน-แป้งมอญเอยะ
- จ. ไอศกรีมวอลล์-ไอศกรีมเนสเล่

3. ข้อใดเป็นคู่แข่งชั้นทางการค้า

- ก. แชมพูกับสบู่
- ข. เหล้ากับโซดา
- ค. น้ำดื่มกับน้ำแร่
- ง. แปรงสีฟันกับยาสีฟัน
- จ. กาแฟกับคอฟฟี่เมต

4. ข้อใดคือลักษณะที่เรียกว่า สงครามการค้า

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

5. วิธีการใดที่พนักงานควรปฏิบัติเพื่อชนะคู่แข่ง

- ก. โจมตีสินค้าของคู่แข่ง
- ข. วางแผนการขายทุกครั้ง
- ค. เอาอย่างการเสนอขายของคู่แข่ง
- ง. ตั้งราคาขายให้สูงกว่าคู่แข่ง
- ☒ จ. เสนอผลตอบแทนที่ดีกว่าให้กับลูกค้าของคู่แข่ง

6. วิธีการใดที่จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักของประชาชนได้ดีที่สุด

- ก. โฆษณาบนสื่อทุกประเภท
- ☒ ข. นำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง
- ค. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน
- ง. จัดงานแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ
- จ. สาธิตการใช้สินค้าให้กับหน่วยงานต่าง ๆ

7. การมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งจะทำให้พนักงานขายรู้อะไร

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

8. ข้อใดไม่ใช่นโยบายคู่แข่ง

- ก. บริการซ่อมฟรี 1 ปีหลังการขาย
- ☒ ข. พัฒนาระบบสินค้าคงคลังให้ทันสมัย
- ค. กำหนดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง
- ง. ซื้อครบ 500 บาท ได้รับคูปองมูลค่า 20 บาท
- จ. รับคืนสินค้าภายใน 15 วันถ้าใช้ไม่ถูกใจลูกค้า

9. สื่อสิ่งพิมพ์ใดที่มีข้อมูลเกี่ยวกับด้านธุรกิจโดยตรง

- ก. ข่าวสด
- ข. ไทยรัฐ
- ค. สกุลไทย
- ☒ ง. กรุงเทพธุรกิจ
- จ. มติชนรายสัปดาห์

10. การแข่งขันทางการค้าทำให้เกิดเหตุการณ์ใด

- ☒ ก. เศรษฐกิจขยายตัว
- ข. ลื่นเป็ลื่องทรัพยากร
- ค. ระบบเศรษฐกิจปั่นป่วน
- ง. เกิดอุปสรรคต่อการลงทุน
- จ. มีการเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติ

11. วิธีการใดที่พนักงานขายควรนำเสนอลูกค้าเพื่อเป็นการแข่งขันทางการขาย

- ก. ตัดราคาคู่แข่ง
- ข. ตั้งราคาให้สูงกว่าคู่แข่ง
- ค. ยื่นข้อเสนอดีกว่าคู่แข่ง
- ☒ ง. นำเสนอจุดเด่นสินค้าของตนเองแก่ลูกค้า
- จ. บอกข้อเสียของสินค้าแข่งขันเพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าตนเอง

12. หากสินค้าที่มีคู่แข่งมากอาจเกิดปัญหาในข้อใด

- ก. ราคาสินค้าสูงขึ้น
- ข. ราคาสินค้าตายตัว
- ☒ ค. ราคาสินค้าตกต่ำ
- ง. ราคาสินค้าไม่มั่นคง
- จ. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลง

13. ลูกค้าประเภทใดที่ควรติดต่อเสนอขายสินค้ามากที่สุด

- ก. มีเพื่อนมาก
- ข. มีปริมาณเงินมาก
- ค. ☒ มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
- ง. มีความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้นมาก
- จ. มีความเป็นกันเองกับพนักงานขาย

14. กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่ธุรกิจคู่แข่งชั้นนิยมใช้มากที่สุดคือข้อใด

- ก. โฆษณาทางวิทยุ
- ข. ☒ โฆษณาทางโทรทัศน์
- ค. โฆษณาทางนิตยสาร
- ง. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์
- จ. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

15. การแข่งขันทางการค้ามีผลดีโดยตรงต่อลูกค้าอย่างไร

- ก. ทำให้มีงานทำ มีรายได้
- ข. ☒ มีสินค้าดีและราคาถูกใช้
- ค. เศรษฐกิจขยายตัวเพราะผลิตมากขึ้น
- ง. มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- จ. มีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|--------------------------------------|----------------------|
| จ..... 1. Competitor | ก. ขนาดของตลาด |
| ญ..... 2. Market Share | ข. ยุทธวิธีการขาย |
| ช..... 3. Economies of scale | ค. จุดแข็ง |
| ค..... 4. Strength | ง. โอกาส |
| ณ..... 5. Weakness | จ. คู่แข่งขัน |
| ก..... 6. Market Size | ฉ. แนวปฏิบัติในตลาด |
| ง..... 7. Opportunity | ช. อุปสรรค |
| ซ..... 8. Threat | ซ. การประหยัดต่อขนาด |
| ข..... 9. Sales Tactics | ณ. จุดอ่อน |
| ฉ..... 10. Regulation in Market | ญ. ส่วนแบ่งการตลาด |

หน่วยที่ 8 เรื่องคุณสมบัติและโอกาสความก้าวหน้าของนักขาย

1. ปรัชญาการขายสมัยใหม่ประกอบด้วยอะไรบ้าง

ปรัชญาการขายสมัยใหม่เรียกว่า การขายที่มุ่งการเป็นหุ้นส่วน (Partner-oriented) จะอยู่บนพื้นฐานของหลักการ 6 ประการ ได้แก่

1. กระบวนการขายอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจและข้อตกลงทั้งสองฝ่าย
2. บรรยากาศการขายที่มุ่งลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเจริญเติบโตในระยะยาว
3. พนักงานขายควรทำงานเสมือนหนึ่งรับเงินเดือนจากลูกค้า
4. การได้มาซึ่งคำสั่งซื้อเป็นเพียงขั้นตอนแรก บริการหลังการขายเป็นสิ่งที่สำคัญ
5. ไม่มีคำตอบใดเพียงคำตอบเดียวที่จะเหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกคน
6. พนักงานขายมืออาชีพและชื่อเสียงเป็นสิ่งจำเป็น

2. ทักษะของพนักงานที่นายจ้างยุคใหม่ต้องการมีอะไรบ้าง

1. ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
2. ทักษะการดูแลแก้ไขอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน
3. ทักษะทางด้านทรัพยากรมนุษย์
4. ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์
5. ทักษะที่ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นพิเศษ
6. ทักษะทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์
7. ทักษะการจัดการด้านการเงิน
8. ทักษะในเรื่องของการจัดการข้อมูล
9. ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ
10. ทักษะในการบริหารธุรกิจ

3. คุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขาย มีอะไรบ้าง

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)

4. คุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบอาชีพขายที่นายจ้างพึงปรารถนา มีอะไรบ้าง

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

5. โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย มีอะไรบ้าง

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

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ประสิทธิภาพการขายสมัยใหม่ข้อใดสำคัญที่สุด

- ก. พนักงานขายมีอาชีพและชื่อเสียงเป็นสิ่งจำเป็น
- ข. ☒ พนักงานขายควรทำงานเสมือนหนึ่งรับเงินเดือนจากลูกค้า
- ค. ปัญหาของลูกค้าต้องได้รับการวิเคราะห์โดยพนักงานขายสมัยใหม่
- ง. ไม่มีคำตอบใดเพียงคำตอบเดียวที่จะเหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกคน
- จ. กระบวนการขายอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจและข้อตกลงทั้งสองฝ่าย

2. ข้อใดคือลักษณะของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการมากที่สุด

- ก. พูดคล่อง
- ข. ใช้ดุลยพินิจได้ดี
- ค. ขจัดคู่แข่งได้ดีที่สุด
- ง. มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน
- จ. ☒ มีความซื่อสัตย์สุจริต

3. ลักษณะในข้อใดแสดงถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

- ก. สุภาพอ่อนน้อมกล้าตัดสินใจ
- ข. มีความกระตือรือร้น กล้าคิด กล้าทำ
- ค. ตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด
- ง. มีรูปร่างหน้าตาดีและสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง
- จ. ☒ ร่าเริง ยิ้มแย้ม ชอบช่วยเหลือและเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย

4. ข้อใดตรงกับความหมาย “การแต่งกายดี”

- ก. เสื้อผ้าราคาแพง
- ข. ไม่เลียนแบบใคร
- ค. แต่งกายตามสมัยนิยม
- จ. ☒ แต่งกายตามกาลเทศะ
- ง. เข้าชุดกับเครื่องประดับ

5. พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จ ต้องมีลักษณะเช่นข้อใด

- ก. พุดเก่ง แต่งตัวดี
- ข. มีเงินทุน ทำงานหลายที่
- ค. ☒ ขยัน อดทน เชื่อมั่นตนเอง
- ง. พุดสนุกสนานชวนหัวเราะ
- จ. มีเพื่อนมาก หมั่นหาประสบการณ์ด้วยตนเอง

6. การกระทำในข้อใดที่พนักงานขายไม่ควรปฏิบัติ

- ก. ให้ลูกค้าพูดให้จบก่อน
- ข. รู้กาลเทศะในการสนทนา
- ค. เปิดโอกาสให้ลูกค้าซักถาม
- ง. แต่งกายสุภาพเมื่อจะไปพบลูกค้า
- จ. ☒ แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญของตนเหนือคู่แข่งชั้น

7. คุณสมบัติของพนักงานขายข้อใดที่จงใจลูกค้าตั้งแต่ครั้งแรก

- ก. รอยยิ้ม
- ข. การพูด
- ค. ☒ รูปร่าง
- ง. ความมั่นใจ
- จ. กิริยามารยาท

8. คุณสมบัติของพนักงานขายแบบใด ที่บุคคลทั่วไปต้องการ

- ก. ช่วยเหลือทุกคนที่เป็นลูกค้า
- ข. ☒ สุภาพ ควบคุมอารมณ์ได้ดี
- ค. เห็นแก่ตนเองและเพื่อนพ้อง
- ง. ทำทุกอย่างเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง
- จ. ทำทุกอย่างเพื่อผลประโยชน์ของกิจการ

9. คำกล่าวในข้อใดเป็นความจริง

- ก. พนักงานขายที่ดีต้องไม่เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้พูด
- ข. บุคลิกไม่เกี่ยวกับการขายแต่ขึ้นอยู่กับความสามารถ
- ค. พนักงานขายที่ดีต้องรู้จักเฉพาะสินค้าของตนเองดีที่สุด
- ง. พนักงานขายที่ดีต้องรู้จักเฉพาะสินค้าของลูกค้าแข่งขันดีที่สุด
- จ. ☒ รูปร่างหน้าตาเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของอาชีพพนักงานขาย

10. ลูกค้าจะต้องการซื้อสินค้ากับพนักงานขายที่มีลักษณะเช่นใด

- ก. เครื่องขริม จริงจิง น่าศรัทธา
- ข. เพิ่มผลประโยชน์ให้สม่ำเสมอ
- ค. ☒ ชื่อสัตย์ สุภาพ ร่าเริงแจ่มใส
- ง. เฮฮา ร่วมสังสรรค์กับลูกค้าได้ทุกโอกาส
- จ. แสวงหาผลประโยชน์จากลูกค้า

11. ข้อใดคือหน้าที่ของพนักงานขาย

- ก. เป็นผู้แสวงหากำไร
- ข. ออกแบบและจัดส่งสินค้า
- ค. กำหนดนโยบายราคาสินค้า
- ง. สรุปรายได้รายเดือนแก่เจ้าของกิจการ
- จ. ☒ เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า

12. ตำแหน่งเริ่มต้นของพนักงานขายคือข้อใด

- ก. ผู้จัดการซื้อ
- ข. พนักงานขาย
- ค. ผู้ควบคุมการขาย
- ง. ☒ พนักงานขายฝึกหัด
- จ. แล้วแต่กิจการนั้น ๆ

13. ตำแหน่งสูงสุดของพนักงานขาย กิจกรรมใดที่เป็นได้เร็วที่สุด

- ก. งานด้านอุตสาหกรรม
- ข. ☒ ร้านขายปลีกขนาดใหญ่
- ค. ร้านขายปลีกขนาดเล็ก
- ง. กิจกรรมด้านการขายส่ง
- จ. การขายปลีกตามบ้าน

14. ค่าตอบแทนชนิดใดที่ไม่ใช่ตัวเงิน

- ก. โบนัส
- ข. เงินเดือน
- ค. ☒ สวัสดิการ
- ง. ค่าพาหนะ
- จ. เปอร์เซ็นต์ยอดขาย

15. ค่าตอบแทนประเภทใดที่สำคัญและเป็นที่ต้องการของพนักงานขายมากที่สุด

- ก. โบนัส
- ข. เงินเดือน
- ค. สวัสดิการ
- ง. ค่ารับรองลูกค้า
- จ. ☒ ค่านายหน้าจากการขาย

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| ช..... 1. Tactic | ก. การแต่งกาย |
| จ..... 2. Personality | ข. ไว้วางใจได้ |
| ญ..... 3. Appearance | ค. การตัดสินใจที่ดี |
| ก..... 4. Clothing | ง. ความจำดี |
| ณ..... 5. Manner | จ. บุคลิกภาพ |
| ช..... 6. Reliability | ฉ. ความตื่นตัว |
| จ..... 7. Good Memory | ช. จินตนาการ |
| ณ..... 8. Alertness | ซ. ยุทธวิธี |
| ค..... 9. Good Judgments | ณ. กิริยาท่าทาง |
| ช..... 10. Imagination | ญ. รูปร่างหน้าตา |

หน่วยที่ 9 เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

1. จงอธิบายความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง แนวความคิด ระบบ วิธี เครื่องมือเครื่องใช้ในการจัดเก็บประมวลผล ค้นคืน และเผยแพร่สารสนเทศ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสารข้อมูล และโทรคมนาคม รวมทั้ง การประยุกต์ใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์สารสนเทศเหล่านั้นในงานสารสนเทศ หรืองานบริการด้านอื่น ๆ

2. ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศมีอะไรบ้าง

1. เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้สังคมเปลี่ยนจากสังคมอุตสาหกรรมมาเป็นสังคมสารสนเทศ
2. เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนจากระบบแห่งชาติไปเป็นเศรษฐกิจโลก
3. เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้องค์กรมีลักษณะผูกพัน มีการบังคับบัญชาแบบแนวราบมากขึ้น
4. เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีแบบสุนทรียสัมผัส และสามารถตอบสนองตามความต้องการการใช้เทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ที่เลือกได้เอง
5. เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดสภาพการทำงานแบบทุกสถานที่และทุกเวลา
6. เทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดการวางแผนการดำเนินการระยะยาว

3. จงอธิบายความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง รูปแบบการทำธุรกรรมซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบหน้ากันโดยตรงก็สามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าหรือบริการนั้นได้

4. ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอะไรบ้าง

1. ประโยชน์ต่อผู้จัดจำหน่าย
2. ประโยชน์ต่อผู้บริโภค
3. ประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจ
4. ประโยชน์ต่อสังคม
5. ประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ

5. ข้อจำกัดของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอะไรบ้าง

1. ข้อจำกัดด้านเทคนิค
2. ข้อจำกัดด้านกฎหมาย
3. ข้อจำกัดด้านธุรกิจ
4. ข้อจำกัดด้านอื่น ๆ

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. ข้อใดเป็นความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ถูกต้องมากที่สุด
 - ก. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์
 - ข. การนำความรู้มาประยุกต์ใช้จัดการกับสารสนเทศอย่างเป็นระบบ
 - ค. การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เป็นระบบและรวดเร็ว
 - ง. การนำวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างหรือจัดการกับสารสนเทศอย่างเป็นระบบ
 - จ. ☒ การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างหรือจัดการกับสารสนเทศอย่างเป็นระบบ

2. ข้อใด ไม่ใช่ ลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - ก. ☒ เกี่ยวข้องกับผู้มีอำนาจ
 - ข. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
 - ค. ช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน
 - ง. เปลี่ยนรูปแบบการบริการให้เป็นแบบกระจาย
 - จ. เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของหน่วยงาน

3. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงอะไร
 - ก. การพาณิชย์ที่ใช้สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์
 - ข. ธุรกิจในยุคปัจจุบันได้นำเอาเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นกลยุทธ์
 - ค. การค้าที่มีบทบาทในการกระจายสินค้าในตลาดสินค้าอุตสาหกรรม และตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค
 - ง. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงกระบวนการขาย ที่นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการขายสินค้า
 - จ. ☒ รูปแบบการทำธุรกรรมซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์

4. พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หมายถึง

- ก. การทำธุรกิจระหว่างกัน
- ข. การทำธุรกิจระหว่างประเทศ
- ค. ☒ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- ง. การทำธุรกรรมผ่านทางจดหมาย
- จ. การทำธุรกรรมผ่านธนาคาร

5. พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ราคาสินค้าและบริการถูกลงเป็นประโยชน์ด้านใด

- ก. ด้านผู้ผลิต
- ข. ☒ ด้านผู้บริโภค
- ค. ด้านผู้จำหน่าย
- ง. ด้านการสื่อสาร
- จ. ด้านการให้บริการ

6. ความสำคัญของพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะเป็นอย่างไร

- ก. ผู้ขายทุกรายอยู่ห่างจากผู้บริโภคเพียงคลิกเดียวเท่านั้น
- ข. ผู้ขายจะส่งมอบสินค้าตามขั้นตอนภายในระยะเวลาที่กำหนด
- ค. ระบบอินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร และทำธุรกิจรวดเร็วขึ้น
- ง. เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไปหรือให้คำแนะนำบุคคลใกล้ชิดในการซื้อสินค้าเท่านั้น
- จ. ☒ เป็นลักษณะความสำคัญทั้ง 4 ข้อ

7. พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์เป็นธุรกิจไม่มีพรมแดน หมายความว่าอย่างไร

- ก. ☒ การขายสินค้าตลอดเวลา 24 ชั่วโมง
- ข. การขายสินค้าจำนวนมาก และหลากหลาย
- ค. การขายสินค้าโดยมีข้อจำกัดทางเวลา
- ง. การขายสินค้าโดยมีการรับประกัน
- จ. การซื้อขายสินค้าทั่วประเทศ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

8. ข้อใดไม่ใช่วัตถุประสงค์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ก. ภาพพจน์ของสินค้า
- ข. การประชาสัมพันธ์สินค้า
- ค. การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย
- ง. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง
- จ. การลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

9. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบต่อธุรกิจอย่างไร

- ก. ลดจำนวนรายการสินค้าลง
- ข. ผู้ซื้อไม่มีโอกาสเลือกผู้ขาย
- ค. ลดประสิทธิภาพในการทำงาน
- ง. ลดจำนวนการติดต่อผ่านคนกลาง
- จ. ภาษีและค่าธรรมเนียมจัดเก็บง่าย

10. ข้อใดกล่าวถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์ของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ก. เป็นการลดช่องว่างในการแข่งขัน
- ข. ทำการประชาสัมพันธ์ได้อย่างต่อเนื่อง
- ค. มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ
- ง. เป็นการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
- จ. ประหยัดต้นทุน และลดขั้นตอนทางการตลาด

11. การค้าระหว่างรัฐบาลต่อรัฐบาล ตรงกับข้อใด

- ก. Business to Business
- ข. Business to Consumer
- ค. Business to Government
- ง. Government to Consumer
- จ. Government to Government

12. การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะส่งผลกระทบในข้อใด

- ก. กระทบต่อการคุ้มครองผู้บริโภค
- ข. กระทบต่อระบบภาษีอากรของประเทศ
- ค. กระทบต่อความมั่นคงทางการเมือง
- ง. กระทบต่อการเปิดเสรีการค้าและบริการ

☒ จ. ส่งผลกระทบทั้ง 4 ข้อ

13. การจัดจำหน่ายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีหลายทางยกเว้น ข้อใด

- ก. ช่องทางขายตรงไปสู่ผู้ผลิต
- ข. ช่องทางขายตรงไปสู่ผู้บริโภค
- ค. ช่องทางขายตรงไปสู่รัฐบาล
- ง. ช่องทางขายตรงไปสู่ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

☒ จ. ช่องทางขายระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค

14. ระบบอินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดการค้าปลีกรูปแบบใหม่เป็นอย่างไร

- ก. สามารถขายสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด
- ข. สามารถเก็บเงินและนำฝากเข้าบัญชีได้โดยตนเองเท่านั้น
- ค. สามารถทำงานแทนพนักงานขายได้สามารถทำการค้าได้โดยอัตโนมัติ

☒ ง. สามารถเปิดหน้าร้านขายสินค้าและบริการให้ทุกคนทั่วโลกได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

จ. ไม่ก่อให้เกิดการค้าใด ๆ

15. ธุรกิจที่ทำบนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจใด

☒ ก. บริการ

ข. เครื่องใช้ไฟฟ้า

ค. อุปกรณ์คอมพิวเตอร์

ง. ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

จ. เครื่องจักรในโรงงานอุตสาหกรรม

ตอนที่ 2 จงจับคู่ข้อความที่มีความสัมพันธ์กัน

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| ฉ..... 1. Auction | ก. การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ |
| ง..... 2. Web board | ข. การชำระเงินทางออนไลน์ |
| ช..... 3. E-Marketplace | ค. ตลาดแรงงานอิเล็กทรอนิกส์ |
| ก..... 4. E-Service | ง. การประกาศขายสินค้า |
| ญ..... 5. Electronic Banking | จ. รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ |
| ข..... 6. Online Bill-Payment | ฉ. การประมูลสินค้า |
| ค..... 7. Electronic Job Market | ช. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ |
| จ..... 8. E-Government | ซ. ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ |
| ช..... 9. E-Commerce | ณ. เครือข่ายเอกชน |
| ณ..... 10. Private Network | ญ. ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ |