



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

Sales management in organization

โดย

นางสาว ปณิตดา เจตณรงค์ 5904520008

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชา ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ

คณะ ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร
Sales management in organization
โดย นางสาว ปณิดา เจตณรงค์ รหัส 5904520008
สาขาวิชา การค้าปลีกธุรกิจสื่อสาร
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ชนิษฐา สังขรัตน์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาสาขาภาษาอังกฤษ
สื่อสารธุรกิจ ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2562



คณะกรรมการการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ชนิษฐา สังขรัตน์)

.....พนักงานที่ปรึกษา
(คุณ นันทพร เจิงสมหวัง)

.....กรรมการกลาง
(ดร. ชลิศา รัตตสาร)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผศ.ดร.นาฏจ ติมาปะวัฒนะ)

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวความคิดการขาย.....	3
2.2 ความสำคัญของงานขาย.....	5
2.3 ความหมายของพนักงานขาย.....	6
2.4 กระบวนการการทำงานของพนักงานขาย.....	8
2.5 กิจกรรมของพนักงานขาย.....	11
2.6 ประเภทของงานขาย.....	12
2.7 แนวความคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน.....	16
2.8 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน.....	17
2.9 สรุป.....	21

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ.....	22
3.2 ลักษณะการประกอบการ.....	23
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	25
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	25
3.4.1 ชื่อ-นามสกุล.....	25
3.4.2 ตำแหน่งงาน.....	25
3.4.3 หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย.....	25
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	26
3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน.....	27
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	27
3.8 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์และเครื่องมือที่ใช้.....	28

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

4.1 วิธีการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร.....	30
--	----

บทที่ 5 สรุปผลโครงการ

5.1 สรุปผลโครงการ.....	37
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	38

สารบัญ(ต่อ)

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ประวัติผู้จัดทำ



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน โครงการ.....	28
--	----



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 3.1 แผนที่บริษัท เอเชียชแปซิฟิคเคาน์ จำกัด.....	22
รูปภาพที่ 3.2 รายการสินค้าของบริษัท เอเชียชแปซิฟิคเคาน์ จำกัด.....	23
รูปภาพที่ 3.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร.....	25
รูปภาพที่ 3.4 ผู้จัดทำ.....	26
รูปภาพที่ 3.5 พนักงานที่ปรึกษา.....	26
รูปภาพที่ 4.1 ใบสเปกสินค้า.....	30
รูปภาพที่ 4.2 ใบเสนอราคา.....	31
รูปภาพที่ 4.3 ใบสั่งซื้อสินค้า.....	32
รูปภาพที่ 4.4 ใบยืนยันยอดเงิน.....	32
รูปภาพที่ 4.5 ใบกำกับภาษี.....	33
รูปภาพที่ 4.6 ใบเสร็จรับเงิน.....	34
รูปภาพที่ 4.7 ใบส่งสินค้าทางทะเล.....	35
รูปภาพที่ 4.8 ใบยืนยันทางเรือ.....	35
รูปภาพที่ 4.9 แบบทดสอบความพึงพอใจ.....	36

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 30 เดือน ตุลาคม พ.ศ 2562

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภาควิชา ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ

อาจารย์ ขนิษฐา สังขรัตน์

ตามที่ได้จัดทำนางสาว ปณิดา เจตณรงค์ นักศึกษาภาควิชา ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ 2562 ในตำแหน่ง พนักงานขายในองค์กร ณ บริษัท เอเชียเนแปซิฟิคแคน จำกัด และได้รับมอบหมายจากอาจารย์ที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำโครงการหัวข้อเรื่อง “ การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร ”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้วผู้ จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่มเพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นางสาว ปณิดา เจตณรงค์

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาควิชา ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ

คณะ ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท เอเชียเนเปซฟิคแคน จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ 2652 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น สำหรับโครงการสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. อาจารย์ ขนิษฐา สังขรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา
2. คุณ Constante Manzano ผู้จัดการฝ่ายขาย
3. คุณ นันทพร เชิงสมหวัง พนักงานขายในองค์กร

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำโครงการ ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำโครงการจนบัดนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว ปณิดา เจตณรงค์

31 สิงหาคม 2562

หัวข้อโครงการ : การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

ชื่อนักศึกษา : นางสาว ปนัดดา เจตณรงค์ รหัสนักศึกษา 5904520008

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ขนิษฐา สังขรัตน์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2562

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการ “การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร” ในส่วนของลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรค ณ บริษัท เอเซียแปซิฟิค แคน จำกัด ในตำแหน่ง พนักงานขายในองค์กร ได้มีการสอบถามและรวบรวมข้อมูลของบริษัท บางส่วนจากพนักงานที่ปรึกษาจากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล แล้วจึงนำเสนอทางอาจารย์ที่ปรึกษา

ในการดำเนินโครงการนี้ผู้จัดทำโครงการพบว่า พนักงานขายในองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีขั้นตอนการขายสินค้าที่เหมือนกัน คือ การส่งตัวอย่างสินค้าและใบสเปคสินค้า การรับคำสั่งซื้อกับลูกค้าทางโทรศัพท์และทางอีเมล การยืนยันเอกสารสั่งซื้อสินค้า การทำระบบส่งสินค้า การจองรถและเรือส่งสินค้า การติดตามลูกค้าและการติดตามสินค้า เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรคของการขายสินค้าของพนักงานขายในองค์กร คือ 1.การต่อรองราคา 2. การผลิตสินค้าไม่ทันตามออเดอร์ 3.ลูกค้าไม่ชำระเงินค่าสินค้าตรงตามนัด วิธีการแก้ไขปัญหาคืออธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงต้นทุนของสินค้าในการผลิตและราคาที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท และการให้ส่วนลดเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าในจำนวนมาก การขอเลื่อนส่งสินค้าและให้ส่วนลดแทนค่าขอโทษเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าในครั้งต่อไป การให้ลูกค้าวางเงินมัดจำจำนวนครึ่งหนึ่งของราคาเต็มก่อนส่งสินค้า

คำสำคัญ : การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร ลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ

ผู้ตรวจ

.....

Project Title : Process of Managing Sales at Asian Pacific Can Company Ltd.

By : Panadda Jetnarong

Advisor : Ajarn Kanidtha Sungkarat

Degree : Bachelor of Arts

Major : Business Communication

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 3/2018

Abstracts

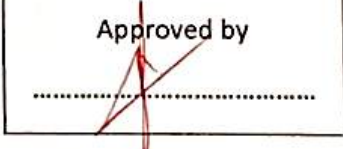
- This project aimed to study "Process of Managing Sales at Asian Pacific Can Company Ltd." in the part of domestic and foreign customers, as well as investigate the problems and obstacles of Asian Pacific Can Company Limited. As a trainee assigned to work as a sales representative position, there was a lot of querying and gathering information from the company's employees, consultants, analyzing data and proposing it to the advisor.

Through work as a trainee and a project organizer, it was found that salespeople in the organization, both in the country and abroad, use the same management procedures, which are: sending samples and the product specification, taking orders by phone and e-mail, confirming of a purchase order, transporting system, booking the shipment, customer tracking and product tracking, etc.

The problems and obstacles of each salesperson selling products in the organization are negotiation, being late for production and late payment. So, in order to solve the problem, they have to explain to the customers about the cost of production, the price under the control of the company, giving the discount for bulk order, postponing to deliver goods, giving discount instead of apologies for the next order and giving a half price deposit before sending the goods.

Keyword: Managing sales, Asian Pacific Can Company, Salespeople

Approved by



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการศึกษารายภาษาอังกฤษมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องของการประกอบวิชาชีพ การติดต่อซื้อขาย การดำรงชีวิตและยังรวมถึงการเข้าร่วม AEC ซึ่งจะทำให้ภาษาอังกฤษมีผลต่อการดำรงชีวิตมากขึ้นในทุกๆวัน ทุกวันนี้การทำงานในองค์กรต่างก็มีการใช้ภาษาอังกฤษในแผนกต่างๆ อาทิเช่นฝ่ายขาย ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต ดังนั้นผู้จัดทำจึงเล็งเห็นปัญหาการสื่อสารติดต่อซื้อขายทางธุรกิจในประเทศไทยและเกิดความคิดว่าการสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นเรื่องที่ไม่ได้ไกลตัวและควรฝึกฝนเป็นประจำเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เนื่องจากผู้จัดทำได้มาฝึกสหกิจศึกษาที่ บริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด เป็นบริษัทที่ส่งออกผลไม้และกระป๋องใช้ในการบรรจุปลาทูน่า อาหารทะเลสำเร็จรูปและอาหารสัตว์สำเร็จรูป โดยมีหน้าที่หลักในการประสานงานขายให้กับลูกค้าในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ จึงได้มีความสนใจในการทำโครงการเกี่ยวกับ “ การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร ” เนื่องจากการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร มีลำดับขั้นตอนอยู่มาก อาทิเช่น การส่งตัวอย่างสินค้าและใบสเปกสินค้า การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าทางโทรศัพท์และทางอีเมล การยืนยันเอกสารสั่งซื้อสินค้า การทำระบบส่งสินค้า การจองรถและเรือส่งสินค้า การติดตามลูกค้า การติดตามสินค้า เป็นต้น ทางผู้จัดทำจึงอยากนำเสนอโครงการชื่อ “ การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร ” เพื่อนำเสนอสินค้าให้แก่ลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อให้ผู้จัดทำโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ ในการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

1.2.2 เพื่อส่งเสริมความรู้ที่ได้ศึกษามาออกมาใช้ในชีวิตทำงาน

1.2.3 เพื่อศึกษาการบริหารงานและกระบวนการทำงานของฝ่ายขายในองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.2.4 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

1.2.5 เพื่อเปรียบเทียบการบริหารงานและกระบวนการทำงานของฝ่ายขายในองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ผู้จัดทำได้จัดวางการดำเนินงานและวางขอบเขตของโครงการดังต่อไปนี้

1.3.1 ขอบเขตในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเป็นประโยชน์แก่พนักงานขายในองค์กร

1.3.2 ขอบเขตของการนำเสนอข้อมูลในด้านที่ลูกค้าได้รับข้อมูลและสินค้าที่ถูกต้อง

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา ผู้จัดทำใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ 2562 ถึง วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กรที่ถูกต้อง

1.4.2 ทำให้ลูกค้าได้ข้อมูลและสินค้าที่ถูกต้อง จากการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

1.4.3 ทำให้องค์กรมีบุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ

1.4.4 เพื่อทราบความเหมือนและความแตกต่าง ในการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.4.5 เพื่อทราบรูปแบบการบริหารงานและกระบวนการทำงานของฝ่ายขายในองค์กร ลักษณะสินค้าและประเภทสินค้าที่ลูกค้านิยมสั่งซื้อ

1.4.6 เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานขายในองค์กรหรือวิชาชีพอื่นๆ ที่ใช้เทคนิคการขายผ่านทางโทรศัพท์ได้นำเทคนิคไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้การขายประสบความสำเร็จ

1.4.7 เพื่อเป็นการฝึกพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขายในองค์กร

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาโครงงานเรื่อง “การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร” ของบริษัท เอเชียนแปซิฟิคแคน จำกัด มีแนวความคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้องที่นำมาเป็นกรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวความคิดการขาย
- 2.2 ความสำคัญของงานขาย
- 2.3 ความหมายของพนักงานขาย
- 2.4 กระบวนการการทำงานของพนักงานขาย
- 2.5 กิจกรรมของพนักงานขาย
- 2.6 ประเภทของงานขาย
- 2.7 แนวความคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- 2.8 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน
- 2.9 สรุป

2.1 แนวความคิดด้านการขาย

ในแนวความคิดด้านการขายนี้ จะกล่าวถึง ความหมายและความสำคัญของการขาย ประเภทของงานขาย หลักการและกฎเกณฑ์ในการขาย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

พจนานุกรมตีความหมายของการขายว่า "การ โอนทรัพย์สินจากบุคคลหนึ่ง โดยได้รับค่าตอบแทน" หรือการขายคือ "การให้สิ่งของ โดยได้รับค่าตอบแทน" แต่ความหมายทั้งหมดนั้นไม่ถูกต้องเสียทีเดียว เพราะได้ระบุไว้ว่า หากไม่ได้สิ่งตอบแทนเป็นเงิน ย่อมไม่เกิดการขาย การขาย เกิดขึ้นเมื่อบุคคลถูกรบเร้าให้ซื้อไม่ว่าจะซื้อหรือไม่ก็ตาม ถ้าพนักงานขายได้ใช้เวลาเป็นชั่วโมงในการบรรยายสรรพคุณของสินค้าและจากไปโดยไม่ได้รับใบสั่งซื้อเลย การขายก็ได้เกิดขึ้นแล้ว ถึงแม้ว่าจะไม่มีการแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งของหรือเงิน ผู้คนถูกชักจูงให้ดูแผนป้ายโฆษณาหรือฟังการ โฆษณาต่าง ๆ แต่เขาก็มิได้ซื้อสินค้าที่โฆษณาเหล่านั้น แต่นั่นก็หมายความว่า การขายได้เกิดขึ้นแล้ว

คณะกรรมการสมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association-AMA.) ได้กำหนดคำนิยามการขายว่า "คือกระบวนการขายทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อชักจูงใจให้ผู้ที่คาดหวังว่าจะ เป็นลูกค้าในอนาคตซื้อสินค้าหรือบริการ หรือยินยอมกระทำตาม ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะทำให้เกิดผลประโยชน์ทางการค้าแก่ผู้ขาย"

การขาย คือ "ศิลปะในการชักจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความพึงพอใจ ด้วยกันทั้งสองฝ่าย คือฝ่ายลูกค้าและฝ่ายนักขาย ความพึงพอใจนี้จะมีตลอดไป ไม่เพียงชั่วขณะใด ขณะหนึ่ง และเป็นสาเหตุทำให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุนอยู่เป็นประจำ"

การขายแบบสร้างสรรค์ คือ ศิลปะในการชักจูงใจผู้มุ่งหวังลูกค้า โดยใช้เทคนิคการ วางแผน กระตุ้นให้ลูกค้าเห็นถึงความจำเป็นและความต้องการถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ สินค้าหรือบริการและตัดสินใจซื้อด้วยความพึงพอใจ

แนวความคิดด้านการขาย (Selling Concept) เป็นการศึกษาด้านการจัดการตลาด โดยเน้น ถึงความพยายามของผู้ขายมากกว่าผู้ซื้อ ยึดหลักว่าผู้บริโภคโดยทั่วไปมักจะ ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ถ้าไม่ถูกกระตุ้นด้วยความพยายามทางการขายและการส่งเสริมการตลาดอย่างเพียงพอ ตัวอย่างเช่น การขายบริการประกันภัย ประกันชีวิต การขายเอนไซโคพีเดีย การขายผลผลิตทาง การเกษตรล่วงหน้า ผู้บริโภคไม่คิดซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้น จนกว่าจะได้รับการกระตุ้นการ ขายจากพนักงานขายของบริษัทแนวความคิดด้านการขาย มีลักษณะดังนี้

- ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะไม่ซื้อสินค้าเต็มที่ ผู้ขายจึงสามารถกระตุ้นให้ซื้อเพิ่มขึ้นได้เรื่อย ๆ
- ผู้บริโภคจะถูกชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องมือกระตุ้นการขายวิธีต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขายที่มีความสามารถ ตลอดจนการจัดรายการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น
- งานหลักของบริษัท คือ การจัดให้มีแผนกขายที่มีความสามารถดีเด่นเพื่อดึงดูดและชัก จูงผู้บริโภค
- ผู้บริโภคอาจซื้อซ้ำอีก เพราะมีความต้องการอยู่เรื่อย ๆ หรือถ้าไม่ซื้อซ้ำอีก ก็ยังมีผู้บริโภคอื่นที่ต้องการซื้อสินค้า

ดังนั้นแนวความคิดด้านการขาย (Selling Concept) หมายถึง "การเสนอผลิตภัณฑ์ แล้วใช้วิธีการขายแบบต่าง ๆ เพื่อดึงใจให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์" แนวความคิดนี้ บริษัทเสนอผลิตภัณฑ์แล้ว จึงหาทางจูงใจลูกค้าด้วยวิธีการขายให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์

2.2 ความสำคัญของการขาย (The Importance of Selling)

การขายมีความสำคัญต่อบุคคลและทุกวงการธุรกิจ โดยมีความสำคัญในด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1 ความสำคัญของการขายต่อบุคคล

วิชาการศึกษาวิชาใดก็ตามมีจุดมุ่งหมายให้นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาเล่าเรียนไปใช้ในการประกอบอาชีพเช่นเดียวกับวิชาการขายเสนอให้ทราบว่าจะสามารถแสวงหาผู้ซื้อได้อย่างไร ควรใช้วิธีการเสนอขายสินค้าอย่างไรจึงจะเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า และนั่นหมายถึงโอกาสที่จะสามารถขายสินค้าได้ และหากขายสินค้าได้มาก รายได้ของผู้ขาย หรือพนักงานขายจะมากเหมือนเงาตามตัว ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของพนักงานขายมีความเป็นอยู่ดีขึ้น รวมทั้งมีผลให้หน้าที่การงานของพนักงานขายเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

2.2.2 ความสำคัญของการขายต่อกิจการ

กิจการใด ๆ ก็ตาม จัดตั้งขึ้นมาเพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาผลประโยชน์ เพื่อเป็นรายได้แก่กิจกรรมนั้น ๆ ดังนั้นกิจการใด ๆ ที่ต้องการความสำเร็จ และความเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็ว ก็ต้องมีพนักงานขายที่มีความสามารถสูงเนื่องจากพนักงานขายที่มีความสามารถสูง จะสามารถหารายได้หรือผลประโยชน์ให้แก่กิจการนั้นได้บรรลุเป้าหมาย

2.2.3 ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจ

ประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีสามารถดูได้จากคนในประเทศนั้น ๆ ว่ามีงานทำ มีรายได้จากการประกอบอาชีพสูงมีความเป็นอยู่ที่ดี และหากประเทศใด มีคนว่างงานมาก ทำให้ขาดรายได้เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินชีวิต แสดงว่าประเทศนั้นมีฐานะทางเศรษฐกิจตกต่ำ สำหรับความสำคัญในด้านการขาย เริ่มจากเมื่อโรงงานที่ผลิตสินค้าขึ้นมา เพื่อขายแต่หากขายสินค้าไม่ได้ โรงงานก็ไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าต่อไปได้ โรงงานก็ต้องปลด คนงานทำให้เกิดปัญหาคนว่างงานขาดรายได้ ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศตกต่ำเวลานี้ทำให้การขายสินค้ามีความสำคัญขึ้นมาก โดยโรงงานจะใช้พนักงานขายให้ทำหน้าที่แนะนำ จูงใจให้ผู้ซื้อสินค้า ยังผลให้สินค้าเปลี่ยนมือจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภค ทำให้โรงงานสามารถขายสินค้าได้ ทำให้คนมีงานทำมีรายได้ เกิดผลการพัฒนาเศรษฐกิจรวมของประเทศ

2.2.4 ความสำคัญของการขายต่อประเทศชาติ

ประเทศใด ก็ตามที่มีการผลิตสินค้าเพื่อขายไปยังต่างประเทศได้เป็นจำนวนมากโดยคนในประเทศนั้น ก็ใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศและไม่นิยม สินค้าจากต่างประเทศ จะทำให้ประเทศนั้นได้เปรียบดุลการค้าประเทศอื่น ทำให้เศรษฐกิจการเงิน ของประเทศอยู่ในระดับที่ดี ประชาชนมีความกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่ที่สุขสบาย ดังนั้นการขายจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศชาติ

2.3 ความหมายของพนักงานขาย (salesperson)

บุคคลที่รับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า เสนอขาย กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจ และตัดสินใจซื้อ ให้บริการก่อนและหลังการขาย รวมถึงการให้คำแนะนำลูกค้า ในองค์กรซึ่งประกอบด้วยพนักงานขายมากกว่าหนึ่งคน จึงจัดตั้ง หน่วยงานขาย(Sales department) ซึ่งหมายถึง กลุ่มของพนักงานขายตั้งแต่หนึ่งคนขึ้นไป ที่รับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า เสนอขาย ตลอดจนให้บริการก่อนและหลังการขายแก่ลูกค้า

2.3.1 ความสำคัญของพนักงานขาย

การขายโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายเป็นสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การขายโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยผลักดันให้ลูกค้าใช้สินค้าใหม่ เพิ่มยอดขายและให้ลูกค้าได้รู้ถึงตราสินค้าของบริษัท ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การขายโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย (Person department) คือรูปแบบของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Person-to-person communication) ที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย(Salesperson) ให้ความสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อสินค้าทำการซื้อสินค้าบริษัทหรือบริการของบริษัท จะเห็นได้ว่าการขายโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way communication process) ที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและลูกค้าคาดหวังสามารถตอบสนองซึ่งกันและกันอย่างทันที

2.3.2 ลักษณะการขายพื้นฐานที่ดีของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย

- การให้ความช่วยเหลือลูกค้า (Providing Service)
- การชักจูงใจลูกค้า (Persuasion)
- การติดต่อสื่อสาร (Communicating)
- การแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า (Problem solving)
- การให้ความรู้แก่ลูกค้า (Educating)

2.3.3 ลักษณะงานและหน้าที่รับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย

นำเสนอขายสินค้าและบริการของบริษัทให้กับทั้งลูกค้าใหม่ๆและลูกค้าปัจจุบัน

- จัดเตรียมและวางแผนปฏิบัติการในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะไปเสนอขายสินค้าและบริการของบริษัท
- ติดต่อกับลูกค้าที่ได้แสดงความสนใจในสินค้าและบริการของบริษัทจากการไปออกงานแสดงสินค้าหรือจากที่มีผู้แนะนำมา
- คัดเลือกหาข้อมูลลูกค้าและติดต่อกลับผู้ที่มีโอกาสจะสั่งซื้อสินค้าหรือบริการจากรวมถึงลูกค้ารายอื่นๆตามที่ได้รับมอบหมายด้วย
- จัดเตรียมสื่อสำหรับนำเสนอสินค้าและบริการ ใบเสนอราคาและสัญญาในการซื้อขาย
- พัฒนาและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยในการขายสินค้าและบริการและสื่อที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าปัจจุบัน
- ดูแลรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าปัจจุบันและผู้ที่จะเป็นลูกค้ากับเราในอนาคตด้วย
- จัดเตรียมเอกสารสำหรับเปิดการขายหรือรักษาการขาย
- ดูแลให้บริการลูกค้าตลอดการซื้อขายตั้งแต่การช่วยตรวจสอบคุณภาพที่ลูกค้าต้องการและการติดตามผลหลังการขาย
- ช่วยลูกค้าระบปัญหาและช่วยหาทางแก้ไขให้ลูกค้าพึงพอใจ
- จัดเตรียมรายงานสถานะต่างๆให้ผู้บริหารทราบ อาทิเช่น รายงานกิจกรรมด้านการขายที่ทำ การปิดขาย การติดตามผลหลังติดต่อลูกค้า และสถานะของแผนงานต่อเป้าหมาย
- ช่วยนำเสนอหรือแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของสินค้าหรือบริการใหม่ๆ การพัฒนาสินค้าเฉพาะข้อมูลหรือข้อเสนอแนะอื่นที่ได้รับจากลูกค้าหรือที่ไปออกงานแสดงสินค้าต่างๆให้กับเจ้าหน้าที่คนอื่นที่น่าจะเกี่ยวข้องได้รับทราบ
- ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในส่วนอื่นๆของบริษัทเพื่อให้สามารถปิดการขายได้ด้วยดี

- วางแผนพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการขายพิเศษและนำไปลงมือทำจริงเพื่อช่วยระบายสต็อกสินค้าทุกชนิด
- ต้องจัดทำรายงานการขายแบบไตรมาสและรายปีให้กับฝ่ายบริหารทราบ
- ต้องเข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นในการประชุมประจำปีของบริษัทเพื่อจัดทำแผนเป้าหมายการขายและกลยุทธ์สำหรับปีต่อไป

2.4 กระบวนการการทำงานของพนักงานขายมี 6 ขั้นตอนดังนี้ (6 Step of Selling Process)

เพื่อให้การขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายต้องเข้าใจในกระบวนการขายซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

2.4.1 แสวงหาลูกค้า (Prospect for customers)

- ขั้นตอนการแสวงหาลูกค้าเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการขาย เป็นขั้นตอนในการพิจารณาโอกาสหรือช่องทางสำหรับการขายสินค้า มีวิธีการหลากหลายวิธีในการที่พนักงานขายจะสามารถตรวจสอบหาช่องทางหรือโอกาส อาทิเช่น หาข้อมูลลูกค้าใหม่จากลูกค้าปัจจุบันของบริษัท โดยการที่พนักงานขายอาจถามจากลูกค้าเก่าหรือลูกค้าปัจจุบันให้แนะนำชื่อและที่อยู่ของลูกค้ารายอื่นที่มีความสนใจหรืออาจเหมาะสมกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- ข้อมูลจากการสารในอุตสาหกรรมต่างๆ สิ่งพิมพ์ทางการค้า การอ้างอิงต่างๆ เช่น สมุดโทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ทางธุรกิจ เป็นต้น
- รายชื่อของสมาชิกสมาคมทางธุรกิจต่างๆ เช่น สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าขอเป็นต้น
- ข้อมูลของลูกค้าที่ส่งมาเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการของบริษัทหรือลูกค้าที่เข้ามาเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2.4.2 วางแผนวิธีการเข้าหาลูกค้า (Plan the approach)

ขั้นตอนต่อไปคือการเข้าหาลูกค้าที่คาดหวังซึ่ง ปัญหาสำคัญสำหรับขั้นตอนนี้คือการหาผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นไปได้ด้วยยากที่จะรู้ พนักงานขายอาจหาข้อมูลของลูกค้าในเบื้องต้นก่อน ศึกษาว่าลูกค้าที่คาดหวังต้องการอะไรบ้าง โดยที่จะต้องทำการศึกษาทั้งตัวบริษัทและตัวลูกค้าที่จะติดต่อ และตั้งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการเข้าลูกค้า จากนั้นต้องทำการนัดหมายกับลูกค้าโดยต้องกำหนดเวลาและสถานที่ให้ชัดเจน ในการเตรียมตัวก่อนเข้าหาลูกค้า

พนักงานขายควรแต่งกายให้สุภาพเหมาะสมกับสถานที่ที่เข้าพบและเตรียมเอกสารและข้อมูลให้ครบถ้วน

ประโยชน์ของการที่พนักงานขายได้วางแผนการก่อนเข้าหาลูกค้าได้แก่

- ได้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่คาดหวังเพื่อเป็นการตรวจสอบความเป็นไปได้ของการเป็นลูกค้าที่แท้จริง เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
- ลูกค้าคาดหวังเกิดความประทับใจต่อพนักงานขายที่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและความสำเร็จในอดีตที่ลูกค้าคาดหวัง
- พนักงานขายสามารถเตรียมการแก้ไขปัญหาที่อาจจะต้องเผชิญไว้ได้ล่วงหน้า

2.4.3 เสนอการขายและการสาธิต (Make the presentation and demonstration)

หลังจากพนักงานขายสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปของกระบวนการขายคือการเสนอการขาย และสาธิต วัตถุประสงค์ของขั้นตอนนี้คือการบอกหรือแสดงให้ลูกค้าคาดหวังทราบว่าผลิตภัณฑ์ของผู้ขายสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร นั่นคือพนักงานขายต้องแสดงให้เห็นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย เช่น ต้นทุนที่ลดลง การทำงานที่ง่ายขึ้นหรือผลกำไรที่จะเพิ่มขึ้น เป็นต้น และพนักงานขายจะบอกให้ลูกค้าทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์เหล่านั้น ดังนั้นเพื่อให้สามารถประสบความสำเร็จในการเสนอขายพนักงานต้องรู้ ความต้องการของลูกค้าและวิธีการนำเสนอที่ทำให้ลูกค้ามีความสนใจ ตั้งใจ และสนใจพอที่จะชักจูงให้ลูกค้าตกลงใจซื้อ

การเสนอขายอาจเป็นไปได้ 3 รูปแบบ คือ

- การเสนอขายที่มีลักษณะแน่นอน (The canned presentation)

คือ การที่พนักงานขายจะพูดหรือแสดงภาพประกอบตามลำดับที่เตรียมมาเพื่อให้มั่นใจว่าครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการเสนอให้ลูกค้าทราบ รูปแบบการนำเสนอแบบนี้เหมาะสำหรับพนักงานขายมือใหม่หรือไม่มีประสบการณ์และมักจะใช้รูปแบบการนำเสนอแบบนี้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูงหรือสินค้าที่ขายตามบ้านหรือสินค้าที่ขายทางโทรศัพท์ รูปแบบการเสนอขายแบบนี้มีข้อเสียที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้าได้และเป็นการเสนอขายที่น่าเบื่อและไม่น่าสนใจ

- การเสนอขายอย่างมีแบบแผน (The methodical presentation)

การเสนอขายรูปแบบนี้ลูกค้าจะได้รับการกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการนำเสนอ โดยมีรูปแบบที่มีแผน รูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่พนักงานขายมีความยืดหยุ่นในการนำเสนอการขายแต่ยังคงหลักการที่ตั้งไว้ พนักงานขายต้องมีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาและมีการตอบสนองลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายต้องรู้ว่าเมื่อใดที่จะนำเสนอขั้นตอนต่อไปหรือย้อนกลับขั้นตอนก่อนหน้านี้โดยพิจารณาจากการตอบสนองของลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายที่เสนอขายรูปแบบนี้จึงจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมและมีประสบการณ์พอสมควร

- การเสนอขายแบบอิสระ (The free-from presentation)

รูปแบบนี้จะไม่มีการกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการไว้ชัดเจน พนักงานขายจะปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการตามเหมาะสมกับลูกค้า โดยพนักงานจะพยายามค้นหาให้ทราบถึงความชอบในผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และต้องหาให้ได้ว่าคุณลักษณะใดของผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญกับลูกค้า จะเห็นได้ว่าการเสนอขายรูปแบบนี้ต้องอาศัยพนักงานขายที่มีประสบการณ์สูง ที่จะสามารถควบคุมการเสนอขายรูปแบบนี้ได้ การฝึกอบรมพนักงานขายให้สามารถนำเสนอขายรูปแบบนี้จึงทำได้ยากเพราะต้องอาศัยศิลปะการขายมากกว่าศาสตร์ในการขายเพราะไม่มีรูปแบบที่ตายตัวสำหรับรูปแบบนี้

2.4.4 แก้ไขข้อโต้แย้ง (Handle objections)

โดยปกติเป็นไปได้ยากที่ลูกค้าจะตกลงใจซื้อทันทีที่การนำเสนอขายเสร็จสิ้น ซึ่งมักจะมีข้อสงสัยหรือโต้แย้งเกี่ยวกับการนำเสนอและผลิตภัณฑ์ที่ขาย ดังนั้นพนักงานขายต้องเตรียมการอย่างดีในการตอบสนองข้อแย้งต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้น ข้อโต้แย้งอาจจะเกิดขึ้นได้จากเหตุผลต่างๆดังนี้

- ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ
- ขาดข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ
- มีลักษณะข้อโต้แย้งตามธรรมชาติ
- ไม่ใช่ลูกค้าคาดหวังที่แท้จริง
- มีสัญญาติดใจในการต่อรอง
- มีความเป็นปรีชาญาณส่วนตัว
- มีความผูกพันกับคู่แข่งของบริษัทอยู่

2.4.5 ปิดการขาย (Close the sales)

หลังจากที่พนักงานขายได้ตอบโต้แย้งต่างๆของลูกค้าจนครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการปิดการขาย ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ลูกค้าคาดหวังได้ตกลงใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทแล้ว ลูกค้าคาดหวังบางรายอาจไม่ได้บอกโดยตรงว่าตกลงใจซื้อ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่จะถามลูกค้าเมื่อเห็นว่าลูกค้าพร้อมที่จะซื้อแล้ว ในการปิดการขายอาจทำได้หลายวิธี ได้แก่

- ถามโดยตรง
 - โดยการสอบถามความต้องการจากลูกค้าคาดหวังว่าตกลงใจจะซื้อสินค้าหรือไม่ โดยใช้คำพูดที่เหมาะสม
- ถามทางอ้อม
 - โดยที่ไม่ถามโดยตรงว่าลูกค้าจะซื้อหรือไม่ เช่น ถามลูกค้าว่าต้องการจะให้ส่งสินค้าเมื่อไร

2.4.6 ติดตามผลการขาย (Follow-up)

หลังจากปิดการขายลงก็มีใช้ว่าความรับผิดชอบของพนักงานขายจะสิ้นสุดลง สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งคือการติดตามผล พนักงานขายต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับสินค้าตามกำหนดหรือไม่และลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้ตามต้องการหรือไม่ ธุรกิจไม่ได้คาดหวังจะขายสินค้าเพียงครั้งเดียว ดังนั้นการติดตามผลจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ ดังนั้นหากลูกค้ามีความพอใจในการบริการของพนักงานขายก็จะเต็มใจที่จะซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทอีกต่อไป

2.5 กิจกรรมของพนักงานขาย

กิจกรรมของพนักงานขายมีหลากหลายกิจกรรม กิจกรรมการขายขึ้นอยู่กับตำแหน่งงานด้านการขาย โดยปกติกิจกรรมการขายประกอบด้วยดังนี้

- หน้าที่การขาย (Selling function) เช่น วางแผนการนำเสนองานด้านการขาย นำเสนอการขาย ทำยอดขายให้ได้ตามเป้า ปิดการขาย เป็นต้น
- งานด้านคำสั่งซื้อ (Working with order) ได้แก่ การออกคำสั่งซื้อ จัดการคำสั่งซื้อที่สูญหาย แก้ไขปัญหา การจัดส่งล่าช้า เป็นต้น
- ให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Servicing the product) โดยเฉพาะพนักงานขายสินค้าทางเทคนิค เช่น เครื่องจักรอุตสาหกรรม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องคือการทดสอบผลิตภัณฑ์

ใหม่เพื่อให้มั่นใจว่าใช้งานได้ดี ฝึกอบรมลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์และสอนขั้นตอนการใช้อย่างปลอดภัย

- จัดการด้านข้อมูล (Managing information) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องคือ การรับข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูล แล้วรายงานผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง
- ให้บริการลูกค้า (Servicing the account) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องได้แก่ การควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดวางสินค้าบนชั้นวาง จัดการด้านการแสดงสินค้า ณ จุดขาย เป็นต้น หน้าที่เหล่านี้มักจะทำโดยพนักงานขายที่มีลูกค้าเป็นร้านค้าปลีก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านยา
- เข้าร่วมอภิปรายและชุมนุม (Attending conference and meeting) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องคือการร่วมประชุมสัมมนา นิทรรศการงานแสดงสินค้าต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- การฝึกอบรมและการสรรหา (Training and Recruiting) พนักงานขายที่มีความก้าวหน้าในระดับที่สูงขึ้นในสายอาชีพการขาย อาจต้องเกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมพนักงานใหม่ อาจจำเป็นต้องเดินทางไปกับพนักงานใหม่เพื่อสอนงานขาย
- การให้ความบันเทิง (Entertaining) ในงานการขาย พนักงานขายอาจจำเป็นต้องพาลูกค้าไปเลี้ยงอาหารหรือทำกิจกรรมบันเทิงต่างๆซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของงานการขาย
- การเดินทาง (Travelling) ระยะทางและความถี่ในการเดินทางของพนักงานขายขึ้นอยู่กับลักษณะงานขายแต่ก็จะไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเดินทางได้

2.6 ประเภทของงานขาย (Types of Selling)

การปฏิบัติการขายย่อมประกอบด้วยกิจกรรมหลายๆกิจกรรม รวมเป็นระบบการจัดจำหน่าย (Distribution System) อันได้แก่ กิจกรรมต่างๆ วิธีการต่างๆ ที่จะนำสินค้าและบริการจากแหล่งผลิตไปสู่ยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ผู้ผลิตอาจปฏิบัติกิจกรรมทุกขั้นตอนเองทั้งหมด หรืออาจใช้คนกลาง (Middleman) ปฏิบัติการแทน ดังนั้นจึงทำให้ระบบการขายแบ่งได้ 2 ประเภท ตามลักษณะการจัดจำหน่ายคือ

- การขายตรง (Direct Selling)

คือการขายโดยมีผู้ผลิตนำสินค้าต่างๆไปจำหน่ายเองโดยตรงต่อผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) หรือผู้ซื้อจะนำสินค้าไปใช้ในการผลิตอื่นๆต่อไป

- การขายโดยผ่านคนกลาง (Indirect Selling)

คือการที่ผู้ผลิตสินค้า ขายสินค้าโดยผ่านบุคคลอื่น ก่อนที่จะถึงผู้บริโภคและบุคคลอื่นหรือคนกลางที่จะนำสินค้าไปสู่ผู้ใช้สินค้าหรือผู้บริโภคอีกทอดหนึ่งการขายโดยผ่านคนกลางจะทำให้ในกรณีที่กลุ่มผู้ซื้อจำนวนมากและอยู่กระจัดกระจายจากผู้บริโภคและอยู่ห่างไกลจากผู้ผลิตทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าตนเองได้ทั่วถึงและเพื่อการบริการลูกค้าที่ดีมีประสิทธิภาพจึงต้องมีการมอบหมายคนกลาง(Middleman) ช่วยในการให้บริการดูแลลูกค้าให้เป็นอย่างดีทั่วถึงมีประสิทธิภาพ

ดร. โรมัส เจ.ปีเตอร์ส(หรือที่คนส่วนใหญ่มักเรียกเขาว่า ทอม ปีเตอร์ส) ผู้มีชื่อเสียงด้าน การบริหาร การจัดการ การตลาดและการขาย ได้กล่าวถึงหลักการและกฎหมายการขายไว้ 25 ข้อ ที่เขาใช้ในการบรรยายให้กับบรรดานักขายและผู้บริหารงานขายในบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลกมาแล้วมากมายหลายแห่ง

หลักการและกฎเกณฑ์การขายทั้ง 25 ประการของทอม ปีเตอร์ส มีดังนี้

- จงรู้สินค้าของคุณ : คนที่มีความรู้เชิงลึกมากที่สุดคือผู้ชนะ
- จงรู้จักบริษัทของคุณ : คุณขายบริษัทมากกว่าขายสินค้าหรือบริการ
- จงรู้จักลูกค้า : รู้ไปถึงบริษัทลูกค้า นโยบายและวัฒนธรรมหรือทุกอย่างที่เกี่ยวกับลูกค้า
- จงรักการเมือง : จงรักแก่นแท้ของการต่อสู้ การต่อสู้ทุกเรื่องในบริษัทของเราและของลูกค้า
- จงเคารพคู่แข่ง : อย่าคำคู่แข่ง อย่านิทาคู่แข่ง ไม่จำเป็นต้องเกลียดคู่แข่ง
- จงวางเครือข่ายองค์กรลูกค้าของคุณ : ผูกมิตรกับทุกคนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ความช่วยเหลือ
- จงวางเครือข่ายในองค์กรของลูกค้า : ผูกมิตรกับทุกคนที่เกี่ยวข้อง
- จงอย่ารับปากมากเกินไป : อย่ารับปากในสิ่งที่ไม่ได้
- จงขายวิธีแก้ไขปัญหา : ลูกค้าซื้อวิธีแก้ไขปัญหา ไม่ได้ซื้อแค่สินค้า
- จงรู้จักขอความช่วยเหลือ : อย่ายะโสโอหัง มีคนพร้อมจะช่วย ถ้าเรากล้าออกปาก
- จงทำให้ตราสินค้าดูมีชีวิตชีวา : เสน่ห์ของสินค้าอยู่ที่เสน่ห์ของคนขาย

- จงชื่นชมกับความพ่ายแพ้ขั้นดี : รู้จักเอาประโยชน์จากความล้มเหลวแปรวิกฤตเป็นโอกาส
- จงทำให้ปัญหาเป็นปัญหาของคุณ : ถือปัญหาของลูกค้าเป็นปัญหาของเราเสมอ
- จงรับผิดชอบอย่างเต็มที่ : อย่าโทษ อย่าโทษ หรือโยนความผิดไปให้คนอื่น
- จงอย่าปกปิดข้อมูล : แบ่งปันข้อมูลกับคนอื่นๆ เพื่อช่วยกันสร้างและรักษาลูกค้า
- จงเดินหนีธุรกิจที่เลว : ลูกค้าบางคนหรือบางบริษัทที่น่ารังเกียจเกินกว่าจะทำธุรกิจด้วย
- จงอย่าคร่ำครวญเรื่องราคา : ถ้าคิดว่าราคาถูกจึงขายได้ ก็อย่ามาเป็นนักขาย
- จงอย่าแพร่พรายความลับขององค์กรเพียงเพื่อให้ขายได้ : ชัดเจนอยู่ในตัวเองแล้ว
- จงเคารพพวกที่โตกว่า (คู่แข่งตัวจริง) : อย่าประมาท แม้คู่แข่งที่เล็กกว่าเรามาก
- จงแสวงหาลูกค้าชั้นเยี่ยม : ทำให้ได้ว่าใครคือลูกค้าจำนวน 20 % ที่ซื้อเราอยู่ 80 %
- พุดแบบ"หุ้นส่วน" : ถือลูกค้าเป็นหุ้นส่วนเป็นลูกค้าตลอดชีพ
- จงกล่าวขอบคุณ : หาวิธีแปลกๆ ที่สร้างสรรค์ ทำให้ลูกค้ารู้ว่าเราซาบซึ้งเขา
- จงทำให้ลูกค้าของคุณเป็นวีรบุรุษ : ทำให้ลูกค้ารู้สึกดีๆ กับตัวเอง ชื่นชมเขา
- จงตั้งเป้าหมายที่จะเปลี่ยนโลก : ตั้งเป้าหมายใหญ่เข้าไว้ อย่าพอใจกับยอดขายพื้นๆ
- จำทำให้มันง่ายๆเขาไว้ : สั้น กระชับ และเรียบง่าย คือการนำเสนอขายที่ดีที่สุด

ทุกวันนี้การเสนอขายสินค้าผ่านโทรศัพท์ หรือเทเลมาร์เก็ตติ้ง ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญในการทำตลาดสินค้าหลากหลายประเภท โดยเฉพาะประกันภัยที่ใช้ช่องทางนี้ค่อนข้างมาก แม้ด้านหนึ่งการขายผ่านช่องทางนี้จะทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มรำคาญ และรู้สึก "ไม่ชอบ" จนมองว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล แต่อีกด้านหนึ่งก็มีคนจำนวนไม่น้อยที่เลือกซื้อผ่านเทเลมาร์เก็ตติ้ง เพราะ "ชอบ" ที่ตอบใจด้วยความ

ดังนั้น ทางออกที่ดีที่สุดสำหรับการบริหารความ "ชอบ" และ "ไม่ชอบ" ของคนสองกลุ่ม นี้ ก็คือ การมีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนเพื่อควบคุมการขายผ่านเทเลมาร์เก็ตติ้ง และไม่เป็นการรบกวน ผู้บริโภค จนก่อให้เกิดความรำคาญ ซึ่งธุรกิจประกันภัยถือเป็นธุรกิจแรกที่ได้กำหนดหลักเกณฑ์การขายทั้งในเชิงของการเป็นมาตรฐานจริยธรรมทางวิชาชีพ และการเป็นกฎหมาย

หลักปฏิบัติที่สำคัญของการขายประกันภัยผ่านทางโทรศัพท์นั้น ประการแรก ตัวแทน หรือนายหน้าที่จะโทรศัพท์ไปเสนอขายแบบประกันนั้นจะต้องสอบใบอนุญาตการเป็นตัวแทน ทั้ง ยังต้องขึ้นทะเบียนการเป็นผู้คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ด้วย

ขณะเดียวกันบริษัทก็ต้องวิเคราะห์ฐาน ลูกค้าเพื่อมาออกแบบกรรมวิธีที่เหมาะสม รวมถึงแบบ ประกันที่จะเสนอขาย ต้องได้รับอนุมัติจาก คปภ.ก่อนเช่นกัน

ในการโทรศัพท์ไปเสนอขายแบบประกันจะต้องอยู่ในช่วงวันจันทร์-เสาร์ ระหว่างเวลา 08.00-19.00 น. โดยขั้นตอนการเสนอขาย ตัวแทนต้องแจ้งชื่อ-สกุล เลขที่ใบอนุญาต และชื่อบริษัท ประกัน ซึ่งต้องชี้แจงว่าจะเป็นการเสนอขายกรรมวิธีประกันภัย หากผู้บริโภคไม่สนใจและปฏิเสธ ที่ จะสนทนาต่อตัวแทนก็ต้องยุติการเสนอขายทันที พร้อมกับบันทึกชื่อลูกค้ารายดังกล่าวไว้ในอีก บัญชี หนึ่งและต้องไม่ติดต่อไปเสนอขายกรรมวิธีแก่ลูกค้ารายนั้นอีกไม่น้อยกว่า 6 เดือน

ในกรณีที่ลูกค้าสนใจและอนุญาตให้เสนอขายกรรมวิธีได้ ตัวแทนต้องขออนุญาต บันทึกเสียงการสนทนาก่อนจะเสนอขายและอธิบายรายละเอียดของแบบประกันทั้งความคุ้มครอง ผลประโยชน์ ข้อยกเว้น เบี้ยประกัน ระยะเวลาเอาประกัน ไปจนถึงช่องทางการชำระเบี้ย

หลังจากตกลงซื้อกรรมวิธีภายใน 7 วันหลังจากส่งกรรมวิธีไปให้ผู้เอาประกันแล้ว บริษัท จะต้องโทรศัพท์ไปขอคำยืนยันจากผู้เอาประกันอีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้เอาประกันยังมี ระยะเวลา ในการขอยกเลิกกรรมวิธีประกันภัย (Free Look Period) ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ ได้รับกรรมวิธี จากบริษัท ในกรณีนี้ผู้เอาประกันจะได้รับเบี้ยคืนเต็มจำนวนโดยไม่หักค่าใช้จ่าย ใด ๆ ทั้งสิ้น นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการทราบว่าผู้เสนอขายได้ข้อมูลของตนเองมาได้อย่างไร ตัวแทนก็ ต้องแจ้งถึงแหล่งที่มาของข้อมูลของผู้บริโภคด้วย เสนอขายแบบประกันผ่านทางโทรศัพท์กับทาง สำนักงาน

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจก็คือ ผู้บริโภคแต่ละรายอาจถูกโทรศัพท์ไปเสนอ ขาย กรรมวิธีหลายครั้งจากหลายบริษัท เนื่องจากแต่ละบริษัทก็จะมีฐานข้อมูลของตนเองและไม่ได้ เชื่อมโยงเข้าเป็นเครือข่ายเดียวกัน ลูกค้ารายหนึ่งอาจปฏิเสธไปแล้วแต่กลับมีบริษัทอื่น โทร.เข้ามา เสนอขายอีกก็เป็นได้ ซึ่งเป็นโจทย์ที่สมาคมประกันชีวิตไทย และภาคธุรกิจ รวมถึง คปภ.จะช่วยกัน หาทางแก้ไขในอนาคตเพื่อรักษาสิทธิส่วนบุคคลของผู้บริโภค ทั้งยังต้องไม่ขัดกฎหมายเกี่ยวกับการ รักษาความลับลูกค้าของสถาบันการเงินอีกด้วย ในอนาคตอันใกล้ น่าจะได้เห็นระบบนี้อย่างแน่นอน

สรุปนิยามของคำว่า การขาย (Selling) ได้ว่า เป็นกระบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือ กระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้า บริการ หรือความคิด ของ ตน โดยจะดำเนินการโดยบุคคลหรือไม่ก็ตาม แล้วส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ หรือ ยอมรับ ในความคิดนั้น ๆ ผู้ขายก็จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้า

2.7 แนวความคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ปีเตอร์สันและพลาวแมน (Peterson & Plowman อ้างถึงในคทาวัธ พรหมายน, 2545, หน้า 9) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพในการบริหารงานด้านทางธุรกิจ ในความหมายอย่างแคบ หมายถึง การลดต้นทุนในการผลิตและความหมายอย่างกว้าง หมายถึงคุณภาพของการมีประสิทธิผล (Quality of Effective) สามารถในการผลิต (Competence and Capability) และในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจที่จะถือว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและต้นทุนน้อยที่สุดเพื่อกำเนียงถึงสถานการณ์และข้อผูกพันด้านการเงินที่มีอยู่ ดังนั้นแนวความคิดของคำว่าประสิทธิภาพในด้านธุรกิจมีองค์ประกอบ 5 ประการคือ

- ต้นทุน (Cost)
- คุณภาพ (Quality)
- ราคา (Price)
- ปริมาณ (Quantity)
- วิธีการในการผลิต (Method)

มิลเล็ท (Millet อ้างถึงใน สถิต คำลาเลียง, 2544 หน้า 13) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพ Efficiency) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ มวลมนุษย์และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน (Human Satisfaction and Benefit Produced) ซึ่งความพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับประชาชน โดย พิจารณาจาก

- การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service)
- การให้บริการอย่างรวมเร็วและทันเวลา (Timely Service)
- การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service)
- การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression Service)

ไซมอน (Simon อ้างถึงใน สถิต คำลาเลียง, 2544, หน้า 13) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพไว้ว่า กล่าวคือ ถ้าจะพิจารณาว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงที่สุดนั้น ให้ดู ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับ เพราะฉะนั้นตาม ทฤษฎีนี้จึงหมายถึง ผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้าและถ้าเป็นการบริหารราชการ องค์การ ของรัฐก็วัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) เข้าไปด้วยซึ่งอาจเขียนเป็น สูตรได้ดังนี้

$$E = (O-I) + S$$

E = Efficiency คือ ประสิทธิภาพของงาน

O = Output คือ ผลผลิตหรืองานที่ได้รับออกมา

I = Input คือ ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร

S = Satisfaction คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ระพี แก้วเจริญ และจิตยา สุวรรณะชญ (2510, หน้า 5) ได้อธิบายความหมายของ คำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงานให้สำเร็จซึ่งไม่ได้กล่าว ถึงปัจจัยนำเข้าหรือ ความพึงพอใจ

2.8 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทักษะการทำงาน

2.8.1 ทักษะในการจัดการ (Management Skills)

ผู้จัดการจำเป็นจะต้องมีทักษะและความสามารถ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542, หน้า 24)

- ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) เป็นความสามารถที่จะประยุกต์ใช้ความรู้ และ ความชำนาญเฉพาะด้าน เป็นทักษะของกลุ่มวิชาชีพ เช่น วิศวกร นักการบัญชี หรือศัลยแพทย์ที่จะ มุ่งทักษะด้านเทคนิค โดยอาศัยการศึกษาที่เป็นทางการ ทักษะ ที่มีรูปแบบอย่างแพร่หลายจะต้องมี การเรียนรู้เฉพาะด้านทั้งในทางทฤษฎีและการ ปฏิบัติในสาขากลุ่มวิชาชีพ ทักษะด้านเทคนิคจะ ไม่มี การกำหนดที่ตายตัวเพราะ ทักษะเหล่านี้อาจจะเริ่มต้นเรียนรู้ใน โรงเรียนหรือที่ทำงานหรืออาจศึกษา จาก โปรแกรมการฝึกอบรมที่เป็นทางการได้ งานด้านวิชาชีพหรือเทคนิคเหล่านี้ ต้องการผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้านจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่จะต้องพัฒนา ทักษะด้านเทคนิคในการทำงาน
- ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Skills) เป็นความสามารถในการทำงานร่วมกับ บุคคลอื่นโดยมีความเข้าใจ และมีความสามารถในการจูงใจผู้อื่นทั้งเป็นรายบุคคล และรายกลุ่ม บุคคลจำนวนมากมีความชำนาญในทักษะด้านเทคนิค แต่ไม่มีความ ชำนาญด้านมนุษยสัมพันธ์จึงทำ ให้มีลักษณะความเป็นผู้นำที่บกพร่อง เช่น เป็น ผู้ฟังที่ไม่ดีไม่สามารถเข้าใจความต้องการของบุคคล อื่น หรือมีความลำบากที่จะ

แก้ปัญหาข้อขัดแย้ง เนื่องจากผู้จัดการจะต้องช่วยให้งานต่าง ๆ ลุล่วงไปด้วยดีจึงต้องมีทักษะความเป็นมนุษย์สัมพันธ์เพื่อจูงใจ (Motivate) เพื่อสื่อสาร (Communicate) และ มอบหมายงาน (Delegate)

- ทักษะด้านแนวความคิด (Conceptual Skills) เป็นความสามารถด้านความคิดที่จะวิเคราะห์และแยกแยะสถานการณ์ที่ซับซ้อน ตัวอย่าง หากต้องการให้ระบุปัญหาผู้จัดการก็ จำเป็นต้องใช้ทักษะด้านการตัดสินใจในการกำหนดทางเลือก ประเมินทางเลือก หรือตัดสินใจเลือก ทางที่ดีที่สุด
- ทักษะด้านการบริหารธุรกิจ (Business Management Skills) ประกอบด้วย
 - ทักษะด้านการ ตัดสินใจ (Planning) และการกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting)
 - ทักษะด้านการตัดสินใจ (Decision Making)
 - ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations)
 - ทักษะด้านการตลาด (Marketing)
 - ทักษะด้านการเงิน (Finance)
 - ทักษะด้านการบัญชี (Accounting)
 - ทักษะด้าน การบริหาร (Management)
 - ทักษะด้านการควบคุม (Control)

ทักษะด้านการเจรจาซื้อด้านการบริหารที่สร้างความเจริญเติบโตให้แก่กิจการ (Managing Growth) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542, หน้า 36)

2.8.2 ความสามารถในการทำงาน

ความสามารถ (Ability) หมายถึง การมีความรู้ หรือทักษะในการทำงานบางอย่าง หรือสมรรถภาพของบุคคลที่จะทำงานต่าง ๆ ได้ตามที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งโดยทั่วไปความสามารถของบุคคลในองค์กรแบ่งออกเป็น 2 ประการดังนี้

- ความสามารถทางสติปัญญา (Intellectual Ability) ความสามารถของบุคคลจะแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม สติปัญญาดังกล่าวจะแสดงออกซึ่ง ความสามารถที่เด่นชัด หรือความสามารถที่ด้อย ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของงาน ความสามารถทางสติปัญญาสามารถทดสอบ หรือวัดได้จากแบบทดสอบ IQ (Intellectual Quotient Test) ซึ่งประกอบด้วยความสามารถด้านความถนัด (Aptitude Test) ความเข้าใจภาษา

(Verbal Comprehension) ความไวในการรับรู้ (Perceptual Speed) การให้เหตุผลเชิงอนุมานและอุปมาน (Inductive and Deductive Reasoning) ความเข้าใจในการมองภาพและรูปทรงต่าง ๆ (Spatial Visualization) และความจำ (Memory)

- ความสามารถทางกายภาพ (Physical Ability) ประกอบด้วยความแข็งแรงของร่างกาย ความอดทนในการทำงาน มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กร กล่าวคือ บุคคลที่มี สุขภาพดีจะมีร่างกายแข็งแรงอดทนที่จะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ

2.8.3 การจัดการด้านพนักงานขายทางโทรศัพท์และพนักงานขายโดยบุคคล

อรรถ มณีสงฆ์ (2546, หน้า 176-181) กล่าวว่า ในกระบวนการคัดสรรบุคลากรมาทำงาน ในการขายทางโทรศัพท์และการขายโดยบุคคล นับว่าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากการใช้การขายทางโทรศัพท์และการขายโดยบุคคลนั้น พนักงานขายถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดประการหนึ่ง เพราะต้องมีการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า หรือผู้ที่สนใจของกิจการ ดังนั้น คุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์และพนักงานขายโดยบุคคลควรมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- น้ำเสียงที่ชัดเจน อ่อนนุ่ม และมีความมั่นใจ
- ความสามารถในการเรียนรู้แนวคิดใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว
- ความสามารถในการฟัง และทำความเข้าใจ
- มีความมั่นใจในตนเองและต้องการประสบความสำเร็จ
- ชอบติดต่อกับผู้คน และชอบการแนะนำบุคคลอื่น
- มีความผ่อนคลาย ไม่เครียด
- เป็นคนตั้งใจจริง มีความมุ่งมั่น

นอกจากนี้ หากเป็นพนักงานขายทางโทรศัพท์แบบโทรเข้า (Inbound) ควรจะมี คุณลักษณะเพิ่มเติม ได้แก่ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าลูกค้าจะโทรเข้ามาต่อว่าเรื่องใด ๆ ตอบสนองได้รวดเร็ว และถูกต้อง

ส่วนพนักงานทางโทรศัพท์แบบโทรออก (Outbound) ควรมีคุณลักษณะเพิ่มเติม ได้แก่ มีความสามารถในการขาย เข้าใจขั้นตอนต่าง ๆ ของการเสนอขาย และสามารถ ตอบสนองข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ โดยก่อให้เกิดความรู้สึกแบบชนะ - ชนะ (Win - Win)

- มีข้อมูลที่ต้องการ

- สามารถแสดงความเปิดเผยทางโทรศัพท์ได้
- มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายที่ได้รับ
- ความสำเร็จของการขายโดยใช้โทรศัพท์

การดำเนินงานการขายโดยใช้โทรศัพท์และการขายโดยบุคคลที่ประสบผลสำเร็จนั้น จะขึ้นอยู่กับ การเลือก พนักงานขายทางโทรศัพท์และพนักงานขายโดยบุคคลที่เหมาะสม บุคคลเหล่านั้น จะต้องได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี พร้อมทั้ง จัดหาสิ่งจูงใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกำลังใจในการทำงานที่ท้าทาย ควรจะเป็นบุคคลที่มีน้ำเสียงที่ นุ่มนวล พบว่าการใช้ผู้หญิงจะได้ผลดีกว่าผู้ชายในการขายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ ควรจะให้เริ่มจาก การเสนอขายตามบทคำพูด (Script) ก่อน จนกว่าจะชำนาญและพูดเองได้ การกล่าวเปิดประโยคแรก กับลูกค้ามีความสำคัญมาก ควรจะสั้น กระชับ เชิญชวนให้เกิดคำถามและทำให้ผู้ฟังเกิดความ สนใจ ควรรู้วิธีการสนทนากับลูกค้าที่มีโอกาสซื้อน้อย ควรรู้จักเลือก เวลาในการโทรศัพท์และพบปะลูกค้าในเวลาที่เหมาะสม

การคัดเลือกพนักงานควรมีคุณสมบัติดังนี้

- มีทักษะการสื่อสาร เป็นผู้ฟังที่ดีและใช้คำถามเป็น
- น้ำเสียงน่าฟัง
- มีความสม่ำเสมอในการโทรหาและติดตามลูกค้า
- มีสำนึกของการให้บริการ
- มีทักษะในการพิมพ์ดีด
- มีระเบียบวินัยและการบริหารเวลา
- ชอบการเรียนรู้
- ชอบการติดต่อสื่อสาร
- มีการตัดสินใจแก้ปัญหาได้ดี
- มีทัศนคติที่ดี เป็นต้น

นอกจากในเรื่องของบุคลากรแล้ว ความสำเร็จของการขายทางโทรศัพท์และและการขายโดยบุคคลจะเกี่ยวข้องกับความพร้อมทางด้านอื่น ๆ อีก การขายทางโทรศัพท์ ได้แก่ ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีคู่สายโทรศัพท์ที่เพียงพอ มีอุปกรณ์ การโทรศัพท์ (Headset) พร้อม มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โปรแกรม ที่ทันสมัย มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี เช่น มีฉากกั้นเป็นสัดส่วน (Partition) รวมไปถึงต้องมีหัวหน้า (Tele-supervisor) อยู่ด้วย การขายโดยบุคคล ได้แก่ ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและราคา

ที่คาดว่าลูกค้าจะซื้อ สินค้าตัวอย่าง อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา รวมไปถึงต้องมีหัวหน้า (Tele-supervisor) อยู่ด้วย

2.9 สรุป

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีพบว่า การขาย (Selling) เป็นกระบวนการในการจูงใจ หรือ กระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้า บริการ หรือ ความคิดของตน แล้วส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ หรือยอมรับในความคิดนั้น ๆ ผู้ขายก็จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้า โดยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลนั้นเกิดจาก สภาพภูมิหลังของแต่ละคนที่ไม่เหมือนกันรวมถึงแรงจูงใจที่ Herzberg ได้ให้ความเข้าใจว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากแต่ละคนและจะมีขึ้นขึ้นอยู่กับผู้บริหารโดยตรง และปัจจัยที่ใช้ใน การบำรุงจิตใจนั้นอย่างดีที่สุดก็คือ จะสามารถช่วยขจัดความไม่พอใจต่าง ๆ ได้แต่จะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้



บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

การศึกษาโครงการเรื่อง“การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร” ของบริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด มีรายละเอียดการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

ชื่อ : บริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด (ชื่อย่อ APC)

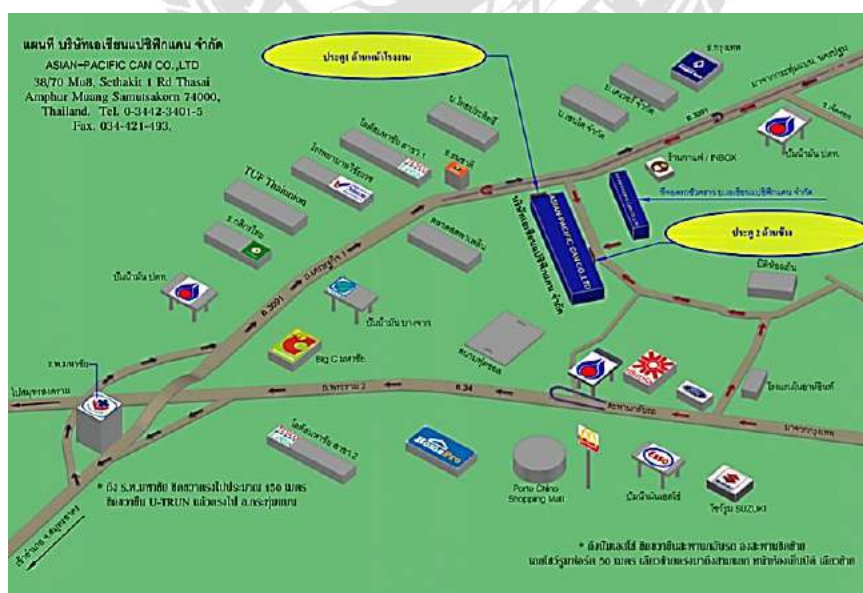
ที่ตั้ง : 38/70 หมู่ 8 ถนนเศรษฐกิจ ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
รหัสไปรษณีย์ 74000

โทร : 034-423401-6

แฟกซ์ : 034-421-493

อีเมลล์ : APC_thaiunion@hotmail.com

เว็บไซต์ : www.thaiunion.com



รูปภาพที่ 3.1 แผนที่บริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคนจำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการ

3.2.1 ประเภทธุรกิจ

เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระป๋องเปล่าสำหรับบรรจุอาหาร 2 แบบคือ

- กระป๋อง 2 ชั้น
- กระป๋อง 3 ชั้น

3.2.2 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตของบริษัทเอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด แบ่งออกเป็นด้วยกันทั้งหมด

6 ส่วน

- ส่วนที่ 1 กระบวนการผลิตแผ่นเหล็กเคลือบแลคเกอร์
- ส่วนที่ 2 กระบวนการผลิตแผ่นเหล็กพิมพ์สี
- ส่วนที่ 3 กระบวนการผลิตกระป๋อง 2 ชั้น
- ส่วนที่ 4 กระบวนการผลิตกระป๋อง 3 ชั้น
- ส่วนที่ 5 กระบวนการผลิตฝา
- ส่วนที่ 6 กระบวนการผลิตฝา EOE และ Non round

3.2.3 รายการสินค้า



รูปภาพที่ 3.2 รายการสินค้าของบริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด

(กระป๋องเปล่าและฝา โดยวัตถุดิบที่ใช้คือ เหล็กและอลูมิเนียม)

3.2.4 รายการกระป๋องเปล่า

- 2Pcs.Can
- 3Pcs.Can
- Aluminium Can

3.2.5 รายการฝา

- Steel Lid
- Aluminium Lid

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำการผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนใส่ใจดูแลทรัพยากรต่างๆ เพื่อรักษาให้คงไว้แก่คนรุ่นหลัง

พันธกิจ

ผลิตสินค้าได้คุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน สอดคล้องตามข้อกำหนดและกฎหมาย ปลอดภัย ต่อผู้บริโภค มีความซื่อสัตย์ ส่งมอบตรงเวลา ลูกค้าพึงพอใจ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นโยบายคุณภาพ

- ขยายการตลาดทั้งในและนอกกลุ่มรวมถึงเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย
- ปรับปรุงและเพิ่มเครื่องจักรให้ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต
- ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก
- ทำการพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและทันต่อการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง
- สร้างความพึงพอใจในสินค้า โดยปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดของลูกค้าอย่างเคร่งครัด
- ไม่มีข้อเรียกร้องเรื่องการปนเปื้อน ทางด้านกายภาพ ชีวภาพและเคมี ที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- ไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องผลิตสินค้าไม่ตรงตามมาตรฐาน

- แยกเอกสารของลูกค้าในประเทศและต่างประเทศเข้าแฟ้ม
- บรรจุสินค้าตัวอย่างใส่กล่องก่อนที่จะส่งไปยังฝ่ายนำเข้าและส่งออก
- รับโทรศัพท์ประสานงานภายในองค์กร
- ทำเอกสารภายในองค์กร
- แยกเอกสารภายในองค์กร
- การส่งอีเมลล์ภายในองค์กร เป็นต้น



รูปภาพที่ 3.4 ผู้จัดทำ

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ-นามสกุล : นางสาวนันท์พร เจริญสมหวัง

3.5.2 ตำแหน่งงาน : พนักงานขายในองค์กร



รูปภาพที่ 3.5 พนักงานที่ปรึกษา

3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

ผู้จัดทำโครงการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ณ บริษัท เอเชียเนปยีฟิคแคน จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ 2562 ถึง วันศุกร์ที่ 30 สิงหาคม พ.ศ 2562 โดยปฏิบัติงานใน วันจันทร์ ถึง วันเสาร์

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 วางแผน

เริ่มจากการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร จากพี่พนักงานที่ปรึกษา และเรียนรู้งานจากพี่พนักงานที่ปรึกษาโดยการจำและสังเกต

3.7.2 กำหนดขอบเขตของโครงการ

กำหนดระยะเวลาในการทำโครงการสังเกตและเรียนรู้การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กรที่เป็นประโยชน์

3.7.3 คัดเลือกข้อมูลและเรื่องที่จะทำโครงการ

ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

3.7.4 กำหนดหัวข้อโครงการ

ตั้งชื่อหัวข้อโครงการ “การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร”

3.7.5 ปรึกษาอาจารย์และพนักงานที่ปรึกษา

สอบถามความคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับโครงการ

3.7.6 รวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลโครงการที่เป็นประโยชน์ทั้งหมด

3.7.7 คัดกรองข้อมูล

นำข้อมูลที่มีมาคัดเลือกให้เหมาะสมกับโครงการมากที่สุด

3.7.8 ตรวจสอบความถูกต้อง

นำข้อมูลโครงการทั้งหมดมาตรวจสอบความเรียบร้อย

3.7.9 เรียบเรียงเป็นรูปเล่ม

นำข้อมูลโครงการทำเป็นรูปเล่มที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว

3.7.10 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไข

นำรูปเล่มโครงการที่เสร็จสมบูรณ์แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเรียบร้อย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย
1. วางแผน	↔				
2. กำหนดขอบเขตโรงงาน	↔	↔			
3. คัดเลือกข้อมูลและโครงการ	↔	↔			
4. กำหนดหัวข้อโครงการ		↔			
5. ปรึกษาอาจารย์ และพนักงานที่ปรึกษา		↔	↔		
6. รวบรวมข้อมูล		↔	↔		
7. คัดกรองข้อมูล			↔	↔	
8. ตรวจสอบความถูกต้อง			↔	↔	
9. เรียบเรียงเป็นรูปเล่ม				↔	↔
10. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและแก้ไข					↔

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการ

3.8 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 ฮาร์ดแวร์

- คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก
- โทรศัพท์ไร้สายสำหรับใช้ภายในบริษัท
- โทรศัพท์มือถือพกพาสำหรับใช้ติดต่อกับลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ
- เครื่องคิดเลข

- เครื่องส่งแฟกซ์
- เครื่องถ่ายเอกสารและสแกนเอกสาร

3.8.2 ซอฟต์แวร์

- Microsoft word 2018
- Excel 2018
- Outlook
- Infor LN UI



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

การศึกษาโครงการเรื่อง “การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร” ของบริษัท

เอเชียแปซิฟิกแคน จำกัด มีผลการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

4.1 วิธีการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

4.1.1 ส่งตัวอย่างสินค้าและใบสเปกสินค้า

สำหรับลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยซื้อสินค้าจากทางบริษัท เมื่อลูกค้าติดต่อมาทางฝ่ายขาย พนักงานขายในองค์กรจะทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศ

- สอบถามตัวอย่างรายการสินค้าแก่ลูกค้ารายใหม่ที่ต้องการนำไปทดลองใช้ก่อนทำการตัดสินใจซื้อ
- บรรจุตัวอย่างสินค้าและใบสเปกสินค้า ลงในกล่อง DHL
- จัดส่งตัวอย่างสินค้าทางรถยนต์ไปยังบริษัทลูกค้า

ลูกค้าต่างประเทศ

- สอบถามตัวอย่างรายการสินค้าแก่ลูกค้ารายใหม่ที่ต้องการนำไปทดลองใช้ก่อนทำการตัดสินใจซื้อ
- บรรจุตัวอย่างสินค้าและใบสเปกสินค้า ลงในกล่อง DHL
- จัดส่งตัวอย่างสินค้าทางเครื่องบินไปยังบริษัทลูกค้า

ใบสเปกสินค้า (Specification of can)

คือ เอกสารที่บอกข้อมูลรายละเอียดของสินค้าตัวนั้นๆอย่างเจาะจงและละเอียดชัดเจน เช่น ชนิดของสินค้า วัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้า ขนาดสินค้า น้ำหนักสินค้า ความหนา กว้าง ยาว บาง ตื้น ลึก ของสินค้า เป็นต้น



AMIAN PACIFIC CAN COMPANY LIMITED

101 Westport, Victoria, British Columbia, Canada V8V 2P6 Tel: 250-606-2222 Fax: 250-606-2222

Price: 2000 0000 0000 0000

Specification of Can

Size: 300/21x407

Approved: _____

Drawn: _____

Check: _____

Description	TFC 30 B/C (Baked), Three Piece Can, 8.23mm			
	1. BOPV (C41.1), TEC 100 (P9444) (14 P9444) (41) 410 (C41.1) (P9444) (41) 410			
Material	1. BOPV, Two Piece, T-1			
	2. Two Piece, T-1			
	3. Two Piece, T-1			
	4. Two Piece, T-1			
	5. Two Piece, T-1			
	6. Two Piece, T-1			
	7. Two Piece, T-1			
	8. Two Piece, T-1			
	9. Two Piece, T-1			
	10. Two Piece, T-1			
	11. Two Piece, T-1			
	12. Two Piece, T-1			
	13. Two Piece, T-1			
	14. Two Piece, T-1			
	15. Two Piece, T-1			
	16. Two Piece, T-1			
	17. Two Piece, T-1			
	18. Two Piece, T-1			
	19. Two Piece, T-1			
	20. Two Piece, T-1			
	21. Two Piece, T-1			
	22. Two Piece, T-1			
	23. Two Piece, T-1			
	24. Two Piece, T-1			
	25. Two Piece, T-1			
	26. Two Piece, T-1			
	27. Two Piece, T-1			
	28. Two Piece, T-1			
	29. Two Piece, T-1			
	30. Two Piece, T-1			
	31. Two Piece, T-1			
	32. Two Piece, T-1			
	33. Two Piece, T-1			
	34. Two Piece, T-1			
	35. Two Piece, T-1			
	36. Two Piece, T-1			
	37. Two Piece, T-1			
	38. Two Piece, T-1			
	39. Two Piece, T-1			
	40. Two Piece, T-1			
	41. Two Piece, T-1			
	42. Two Piece, T-1			
	43. Two Piece, T-1			
	44. Two Piece, T-1			
	45. Two Piece, T-1			
	46. Two Piece, T-1			
	47. Two Piece, T-1			
	48. Two Piece, T-1			
	49. Two Piece, T-1			
	50. Two Piece, T-1			
	51. Two Piece, T-1			
	52. Two Piece, T-1			
	53. Two Piece, T-1			
	54. Two Piece, T-1			
	55. Two Piece, T-1			
	56. Two Piece, T-1			
	57. Two Piece, T-1			
	58. Two Piece, T-1			
	59. Two Piece, T-1			
	60. Two Piece, T-1			
	61. Two Piece, T-1			
	62. Two Piece, T-1			
	63. Two Piece, T-1			
	64. Two Piece, T-1			
	65. Two Piece, T-1			
	66. Two Piece, T-1			
	67. Two Piece, T-1			
	68. Two Piece, T-1			
	69. Two Piece, T-1			
	70. Two Piece, T-1			
	71. Two Piece, T-1			
	72. Two Piece, T-1			
	73. Two Piece, T-1			
	74. Two Piece, T-1			
	75. Two Piece, T-1			
	76. Two Piece, T-1			
	77. Two Piece, T-1			
	78. Two Piece, T-1			
	79. Two Piece, T-1			
	80. Two Piece, T-1			
	81. Two Piece, T-1			
	82. Two Piece, T-1			
	83. Two Piece, T-1			
	84. Two Piece, T-1			
	85. Two Piece, T-1			
	86. Two Piece, T-1			
	87. Two Piece, T-1			
	88. Two Piece, T-1			
	89. Two Piece, T-1			
	90. Two Piece, T-1			
	91. Two Piece, T-1			
	92. Two Piece, T-1			
	93. Two Piece, T-1			
	94. Two Piece, T-1			
	95. Two Piece, T-1			
	96. Two Piece, T-1			
	97. Two Piece, T-1			
	98. Two Piece, T-1			
	99. Two Piece, T-1			
	100. Two Piece, T-1			

Table Drawing Type: Potomac

Title	Potomac		Potomac		Drawing
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	Upper Type
	Upper Type	Outer	Upper Type	Outer	
BOPV	Upper Type				

รูปภาพที่ 4.1 ใบสเปกสินค้า

4.1.2 การรับคำสั่งซื้อลูกค้าทางโทรศัพท์และทางอีเมลล์

เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจหลังจากใช้ตัวอย่างสินค้าที่ทางพนักงานขายส่งไปให้แล้วนั้น และต้องการทำการสั่งซื้อสินค้า ลูกค้าจะติดต่อมายังฝ่ายขาย พนักงานขายในองค์กรจะทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศ

- ส่งใบเสนอราคาสินค้าให้ลูกค้าทางอีเมลล์
- รอลูกค้าส่งใบสั่งซื้อสินค้ากลับมาทางอีเมลล์
- รอการชำระเงินจากลูกค้า

ลูกค้าต่างประเทศ

- ส่งใบเสนอราคาสินค้าให้ลูกค้าทางอีเมลล์
- รอลูกค้าส่งใบสั่งซื้อสินค้ากลับมาทางอีเมลล์
- เมื่อได้รับใบสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าแล้ว พนักงานขายในองค์กรก็จะส่งใบยืนยันยอดเงินไปให้ลูกค้าทางอีเมลล์ เพื่อเป็นการคอนเฟิร์มจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระ
- รอการชำระเงินจากลูกค้า

ใบเสนอราคา (Quotation)

คือ เอกสารที่ผู้ประกอบการออกให้กับฝ่ายลูกค้า(ผู้ซื้อ) เพื่อให้ลูกค้าพิจารณา ราคา รายละเอียดของงาน สินค้า/บริการ เงื่อนไขการจัดส่ง ระยะเวลาเครดิต และหมายเหตุสำคัญประการต่างๆเกี่ยวกับการขาย

Thai Union
Quotation No.19-030
Date: Feb. 03, 2019

To: MR. JOY M. PORTACION
PO JUNE CORP. LTD.
P.O. Box 2116, Marikina City, Marikina, Philippines
Tel. No. (876) 423-3070, Fax. No. (876) 423-3044, Mobile: (876) 7287 6157
Email: joyportacion@junecorp.com

We are pleased to quote you these selling prices:

Item	Quantity	Price	Product Description	Selling Price US\$ 1000/box	FOB Bangkok or Landed Chiang Mai	CFR Port Makassar New Guinea
1	173.361	1027112	TP 0.0 10mm can body (1mm) Unimol double layered BPAE, External "TUSA" print	\$99.83	\$114.27	

Standard pack: 45 Liters per pallet, 8.281 tons per pallet, 21 pallets per 140-HQ

Lead time of production line : 30 days after metal proof approval
Validity of this quotation : June 30, 2019
Allowed Last Date of Delivery : July 31, 2019
Payment Term : 100% TT against presentation of complete shipping documents
Partial Shipment : Allowed
Delivery Advance : 4 / 5% in quantity and amount

Looking forward to serving you.

Proposed by: Sales Manager
Approved by: Managing Director

NOTICE: If there is a delay in payment, there will be an interest charge of 7.2% per annum (360 days) calculated from due date to value date (or paid date). This amount should be paid at the same time as payment of goods sold.

Copy sent to: Accounting APC, Logistics APC.

รูปภาพที่ 4.2 ใบเสนอราคา

ใบสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order)

คือ เอกสารที่ผู้ซื้อจะเป็นฝ่ายออกให้กับผู้ขาย เพื่อให้ทราบถึงรายการสินค้าหรือบริการที่

Supplier code: 302003
Buyer: Yueh Chyang Canned Food Co., Ltd.
Address: 187/9 Moo 9, Subway 1 Road, Tambon Thung, Amphur Bang, Samutprakarn 10160, Thailand
Tel: 02-34423401
Hand phone: 08 (0) 90 187 2836
Email: cancan@yuehchyang.com

PO No: 0083

PO Date: 19/01/19
Time request delivery of PO: 04/03/19
COP required PO date: 19/01/19
Insured PO date: 19/01/19
Import required: ETA HCM (VICT PORT): 04/03/19

Item	Code	Description of Goods	Quantity (unit/pcs)	Price	Amount
1	401 x 301.5 - SPAN	CHICKEN OF THE SEA BRAND TIN PLATE STEEL	30,000 pcs	\$221.23	\$6,636.90
2	401 x 301.5 Printed LME steel	Product "PPJ" Jumbo Lump	35,000 pcs	\$62.62	\$2,891.70
TOTAL FOB BANGKOK THAILAND					\$9,528.60

Remarks:
1. The contract directly with YANG MING shipping line
2. Shipping Document request
3. The supplier must deliver the exact quantity on PO. YCC don't accept any difference in quantity compared with our request
4. Supplier must be take responsibility for the bank account details if any message, we don't take responsibility on this.

Approved By Yueh Chyang Canned Food Co., Ltd.

BUYER NAME:  PRESENT NAME:  APPROVE NAME: 

รูปภาพที่ 4.3 ใบสั่งซื้อสินค้า

ใบยืนยันยอดเงิน (Proforma Invoice)

คือ เอกสารที่ใช้ในการเสนอราคาและเงื่อนไขในการจ่ายเงิน ผู้ขายสินค้ามักจะทำเป็น Proforma Invoice ส่งไปให้ผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อพอใจจะเปิดเครดิต สั่งซื้อสินค้าโดยการอ้างเลขที่และวันที่ของ Proforma Invoice นั้นๆ ดังนั้น Proforma Invoice จึงใช้ได้ทั้งเป็นการเสนอขายและข้อตกลงแทนสัญญาซื้อขายไปในตัว

Proforma Invoice No. 19/001
Date: Jan. 3, 2019
Our Ref. Quotation No. 19-142
Your Ref. CCF/1901019

To: Mr. Aswat Thong
HORIZON FISHMERE PRIVATE LIMITED
1st & 2nd Floor, 30 Main, Prachinburi, Mae, 20223 Republic of Thailand
Tel: +966 3388081 3327788 Fax: +966 3324541 Mobile: +966 9600 760200
Email: aswatthong@proformainvoice.com

We are pleased to quote you the selling price as follows:

No.	QTY	Product	UPP FOB Bangkok per 100kgs	Total Amount
1	100,000	SPAN 401 x 301.5 mm can body	\$62.62	\$6,262,000
2	100,000	SPAN 401 x 301.5 mm can body	\$62.62	\$6,262,000
3	100,000	SPAN 401 x 301.5 mm can body	\$62.62	\$6,262,000
4	100,000	SPAN 401 x 301.5 mm can body	\$62.62	\$6,262,000
5	100,000	SPAN 401 x 301.5 mm can body	\$62.62	\$6,262,000
TOTAL AMOUNT C.I.F. BANGKOK THAILAND				\$31,308,000
TOTAL AMOUNT C.I.F. BANGKOK THAILAND				\$31,308,000

For 2019 FCL ETD 19 Jan. 2019 (ETA made later 5 Feb. 2019)

Shipment: 1. For 2019 FCL ETD 19 Jan. 2019 (ETA made later 5 Feb. 2019)
2. For 2019 FCL ETD 19 Jan. 2019 (ETA made later 5 Feb. 2019)
3. For 2019 FCL ETD 19 Jan. 2019 (ETA made later 5 Feb. 2019)
4. For 2019 FCL ETD 19 Jan. 2019 (ETA made later 5 Feb. 2019)
5. For 2019 FCL ETD 19 Jan. 2019 (ETA made later 5 Feb. 2019)

Payment Terms: 100% TT against presentation of complete shipping documents

To: 1. To T. Sathak & Son, Bangkok
2. To T. Sathak & Son, Bangkok
3. To T. Sathak & Son, Bangkok
4. To T. Sathak & Son, Bangkok
5. To T. Sathak & Son, Bangkok

In favour of: 1. To T. Sathak & Son, Bangkok
2. To T. Sathak & Son, Bangkok
3. To T. Sathak & Son, Bangkok
4. To T. Sathak & Son, Bangkok
5. To T. Sathak & Son, Bangkok

Delivery Address: 1. To T. Sathak & Son, Bangkok
2. To T. Sathak & Son, Bangkok
3. To T. Sathak & Son, Bangkok
4. To T. Sathak & Son, Bangkok
5. To T. Sathak & Son, Bangkok

For and on behalf of:
ASIAN PACIFIC CAN CO., LTD.
Sales Manager

NOTICE: If there is a delay in payment, there will be an interest charge of 7.2% per annum (360 days) calculated from due date to value date (if paid later). This amount should be paid at the same time as payment of goods cost.

รูปภาพที่ 4.4 ใบยืนยันยอดเงิน

4.1.3 การทำระบบส่งสินค้า

เมื่อลูกค้าได้ทำการชำระเงินค่าสินค้าแล้ว พนักงานขายในองค์กรจะทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ

- คีย์ข้อมูลรายละเอียดต่างๆลงระบบ Sales Order ในโปรแกรม Infor LN UI เช่น บริษัทลูกค้า รายการสินค้า จำนวนและราคาสินค้า วันเวลาจัดส่งสินค้า
- ทำแผนการจัดส่งสินค้า (Delivery plan) ลงในโปรแกรม Excel และส่งให้ฝ่ายคลังสินค้าและฝ่ายจัดซื้อจัดเตรียมสินค้าต่อไป

4.1.4 การยืนยันเอกสารสั่งซื้อสินค้า

เมื่อพนักงานขายในองค์กรตรวจสอบความถูกต้องของจำนวนเงินที่ลูกค้าชำระเข้ามาแล้ว พนักงานขายในองค์กรและทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ

- แจ้งฝ่ายบัญชีให้ออกใบกำกับภาษี
- แจ้งฝ่ายการเงินให้ออกใบเสร็จรับเงิน
- ส่งใบกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงิน ไปให้ลูกค้าทางอีเมลล์ เพื่อเป็นการยืนยันการส่งของ
- นำต้นฉบับใบกำกับภาษีและต้นฉบับใบเสร็จรับเงิน ไปให้ฝ่ายคลังสินค้าและฝ่ายจัดซื้อเพื่อจัดเตรียมสินค้าและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อย ก่อนนำสินค้าโหลดขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ (ต้นฉบับใบกำกับภาษีและต้นฉบับใบเสร็จรับเงินจะถูกใส่ลงไปในตู้คอนเทนเนอร์กับสินค้า

ใบกำกับภาษี (Tax Invoice)

คือ เอกสารหลักฐานสำคัญ ซึ่งผู้ขายจะต้องจัดการและออกให้กับผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการทุกครั้งที่มีการขายสินค้าเพื่อแสดงมูลค่าของสินค้าหรือบริการและจำนวนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ผู้ขายเรียกเก็บหรือพึงเรียกเก็บจากผู้ซื้อสินค้าหรือรับบริการในแต่ละครั้ง

Item No.	Quantity (PCS)	Product Description	Unit Price (USD)	Total Amount (USD)
1	532,330	307 x 113 TEN FREE STEEL PRINTED CAN BODY	8.8532	55,188.87
One Item Only				
Total FOB Bangkok, Thailand				55,188.87
Freight Charge				3,750.00
Insurance				29.78
Total CIF General Santos City, Philippines				58,968.65
U.S. Dollars Fifty Eight Thousand Eight Hundred Eighty Eight and Cents Sixty Five				

Country of Origin : Thailand
 Manufacturer : Asian-Pacific Can Co., Ltd.
 Shipping Marks : ASIAN PACIFIC

Grand Total Packages : 532
 Grand Total Net Weight : 11,454.91 Kgs.
 Grand Total Gross Weight : 12,793.63 Kgs.

ASIAN-PACIFIC CAN CO., LTD.
 (Thailand)
 (Newest Thompsons)
 Exporter/Shipper

รูปภาพที่ 4.5 ใบกำกับภาษี

ใบเสร็จรับเงิน (Receipt)

คือ เอกสารที่ผู้รับเงินออกให้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่าได้รับเงินเป็นการถูกต้องแล้ว ในใบเสร็จรับเงินทั่วไปมักกระบุนรายการสินค้าหรือบริการที่ซื้อขายกันและราคาที่ตกลงชำระ

เลขที่ใบเสร็จรับเงิน/ใบคดหนี้ No. Receipt/Debit Note No.	วันที่ Invoice Date	จำนวนเงิน Amount
1. SLL19072019	30/07/2019	815,723.59
2. SLL19072019	30/07/2019	493,318.10
3. SLL19072019	30/07/2019	335,352.58
4. SLL19072019	30/07/2019	829,394.82
5. SLL19072019	30/07/2019	4,651.00
6. SLL19072019	30/07/2019	4,651.00

รูปภาพที่ 4.6 ใบเสร็จรับเงิน

4.1.5 การจองรถและเรือส่งสินค้า

เมื่อสินค้าถูกจัดเตรียมพร้อมโหลดขึ้นตู้คอนเทนเนอร์แล้ว พนักงานขายในองค์กรจะทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศ

- โทรแจ้งหัวหน้าฝ่ายคุมรถ เพื่อทำการขอคนขับและจองรถเพื่อไปส่งสินค้าตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าว

ลูกค้าต่างประเทศ

- จองสายเรือในการขนส่งสินค้า
- รอใบยืนยันทางเรือจากพนักงานของสายเรือ
- โทรแจ้งหัวหน้าฝ่ายคุมรถ เพื่อทำการขอคนขับรถและจองรถเพื่อไปส่งสินค้าที่ท่าเรือ
- พนักงานของสายเรือส่งใบส่งสินค้าทางทะเลมาให้พนักงานขายในองค์กรทางอีเมลล์ ในวันที่สายเรือมีการออกส่งสินค้า
- พนักงานขายในองค์กรจะส่งใบส่งสินค้าทางทะเลไปให้ลูกค้าทางอีเมลล์ เพื่อให้ลูกค้าจะได้นำไปเป็นหลักฐานในการรับสินค้า เมื่อสินค้ามาถึง

คือ ใบตราส่งสินค้าทางเรือ ใช้เพื่อแจ้งให้ทราบว่าใครคือผู้
ส่งและผู้รับสินค้า รายละเอียดของสินค้า จำนวนสินค้า

[illegible]

รูปภาพที่ 4.7 ใบส่งสินค้าทางทะเล

คือ เอกสารที่บอกรายละเอียดต่างๆเช่น ชื่อสายเรือ วอยซ์เรือ วันที่เรือออก วันที่เรือถึง ท่าปลายทาง ท่าต้นทาง ขนาดและจำนวนตู้คอนเทนเนอร์ วันลากตู้ วันโหลดตู้ วันปิดรับการคืนตู้ เป็นต้น

 Booking Confirmation - Sea			
DANCO LOGISTICS THAILAND CO.LTD 1 KEMPHU TOWER 40TH FL. 30/31 SOUTH BORDOM ROAD VAMNAKORN SATHORN BANGKOK THAILAND		Name: <u>Owanee Ngogeele</u> Tel: <u>+6627325645</u> Fax: <u></u> Email: <u>Owanee.Ngogeele@danco.com</u>	
Driver: ASIAN-PACIFIC CAN CO. LTD. 3070 MOO 8, BETHAKET 1 ROAD THAMOL THASAI KAMRUANG KONGKUMSANTISAMORN, 70000, THAILAND ON BEHALF OF DESIGNS LTD. 1950-1801, BETHA FL, NONGCHANG BLEND?		OT & RT ON 16-MAY CY AT SAANG BANGKOK DEPOT KLEK T: 02-3713333-7 RETURN AT T/CIA LANE GATE 16-MAY T: 02-372999545 F: 02 CUT OFF OF 2 PM? @ 2:30 FIRST RETURN 12 15 MAY SECONDLY SRIWACHA 2ND CUTSTOM 2801 16-MAY CUT OFF 9 PMAY @ 17:00	
Company: PACIFIC FISHING COMPANY LTD. P.O BOX 41, LEVUVA (SUVA, FIJI)		Shipping: Vessel: Carrier: <u>BE LINE/GENEALIS THAILIN (THAI) (SIAM)</u> Carrier Ref: <u>THB003476</u> S/V: <u>SHINOH</u> Vyrage: <u>19105</u> Port of Origin: Vyrage	
Notify Party: PACIFIC FISHING COMPANY LTD. P.O BOX 41, LEVUVA (SUVA, FIJI)		Place of Origin: <u>BANGKOK, THAILAND, TH</u> Quail: Port of Loading: <u>19-05-2019</u> FID: <u>SUVA, FIJI, FJ</u> FID: <u>10-06-2019</u> Port of Delivery: <u>SUVA, FIJI, FJ</u> FID:	
Net: Contact: Driver To:		FID/Terms: Incoterms: Incoterms To: <u>Free Buyer</u> Incoterms From: <u>DD</u> Movement Terms: <u>CY/CY</u> Document Term: <u>Original B/L</u> No. Of Documents: <u>3 (THREE)</u>	LAEN CHABANG FREE FREIGHT COLLECT
Net: Contact: Driver To:			
(Customer Name, No. of Packages, Description of Goods) 20 X 20GRY		Weight:	Measurement: Date: Time: Reference:
Use above information: Additional Information:			
Unless otherwise agreed in writing, all business is subject to the Danco standard trading conditions available at www.danco.com and on file			
Page: 1 of 2 Printed: 02-05-2019 11:07 AM			

รูปภาพที่ 4.8 ไบอินยันทางเรือ

4.1.6 การติดตามสินค้า

เมื่อสินค้าถูกส่งออกไปยังบริษัทลูกค้าแล้ว พนักงานขายในองค์กรจะทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศ

- ติดตามสินค้าโดยการโทรศัพท์กับคนขับรถว่าสินค้าถึงจุดหมายแล้วหรือไม่ หรือลูกค้าได้รับสินค้าแล้วหรือไม่

ลูกค้าต่างประเทศ

- ติดตามสินค้าจากเว็บไซต์ตรวจสอบสถานะสินค้าทางเรือ ว่าสินค้าถึงจุดหมายแล้วหรือไม่

4.1.7 ขั้นตอนการติดตามลูกค้า

เมื่อลูกค้าได้รับสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พนักงานขายในองค์กรจะทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

ลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ

- ตรวจสอบจากลูกค้าว่าได้รับสินค้าถูกต้องครบถ้วนหรือไม่
- ส่งแบบทดสอบความพึงพอใจในการซื้อสินค้าไปให้ลูกค้าทางอีเมลล์ เพื่อให้ลูกค้าทำการประเมิน และส่งกลับมาภายในวันที่กำหนด

แบบทดสอบความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Survey)

คือ เอกสารที่ใช้หลังการขายเพื่อให้ผู้ซื้อได้ทำการประเมินเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัท เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงสินค้าและการบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บริษัท แอสแปซิฟิค จำกัด
ASIAN-PACIFIC CAN CO., LTD.
บริษัทมหาชนจำกัด (มหาชน)
(CUSTOMER SATISFACTION SURVEY)

วันที่ (Date) 04/05/2019

บริษัท แอสแปซิฟิค จำกัด ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามนี้ - เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการของเรา
Asian-Pacific Can Co., Ltd. (APC) highly appreciates your participation and feedback in this survey. This survey is a very important step in our dedication to continued improvement in product quality and strong commitment to total customer satisfaction.

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (General Information)

1. บริษัท (Company Name)

2. ที่อยู่ (Address)

3. โทรศัพท์ (Telephone)

4. ประเภทธุรกิจ (Business Type)

ส่วนที่ 2 การประเมินคุณภาพสินค้าและบริการ (Quality of products and services)

สินค้า (Product) :	ยอดเยี่ยม Excellent	ดี Good	พอใช้ Average	พอใช้ Fair	ไม่พอใช้ Poor	ไม่ทราบ N/A
1. ความหลากหลายของสินค้า (Variety of product)	☒	☐	☐	☐	☐	☐
2. ความพึงพอใจในสินค้า (Product satisfaction)	☐	☒	☐	☐	☐	☐
3. ความพอใจในสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (Quality of product and packaging in general)	☐	☒	☐	☐	☐	☐
4. ความพอใจในสินค้า เช่น ความสะอาด, บรรจุภัณฑ์ (Quality of goods e.g. hygiene, seal)	☒	☐	☐	☐	☐	☐
5. ความปลอดภัยของกระบวนการผลิต (Food Safety - Follow food safety regulation and law)	☒	☐	☐	☐	☐	☐

รูปภาพที่ 4.9 แบบทดสอบความพึงพอใจ

บทที่ 5

การศึกษาโครงการเรื่อง“การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร” ของบริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด มีผลสรุปโครงการ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลโครงการ

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการโดยเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์

จากการที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานที่บริษัท เอเชียนแปซิฟิกแคน จำกัด ทำให้ผู้จัดทำมีความสนใจในการศึกษาถึงการบริหารงานและการจัดการทำงานฝ่ายขายในองค์กร จึงได้จัดทำโครงการ เรื่อง “การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร” ซึ่งโครงการนี้จะเป็นประโยชน์แก่ตัวผู้จัดทำและบุคคลที่ต้องการทำงานฝ่ายขายในองค์กรเป็นอย่างยิ่ง ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

- ได้รับความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กรมากขึ้น
- เมื่อได้ปฏิบัติงานจริงแล้วจะสามารถปฏิบัติงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตจริงและเป็นประโยชน์สูงสุด
- เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการทำโครงการ

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

- เนื่องจากการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กรมีลำดับขั้นตอนที่มากมาย ดังนั้นผู้จัดทำต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษาและต้องลงมือปฏิบัติงานจริงหลายครั้งจนกว่าจะเข้าใจ
- ข้อมูลบางส่วนมีเนื้อหาที่ไม่ครบตามที่ต้องการ ผู้จัดทำจึงได้แก้ไขโดยการเอาเนื้อหาจากหลายเว็บไซต์

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

- ผู้จัดทำจะต้องลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้ได้รับข้อเท็จจริงผ่านประสบการณ์การทำงาน

- เพื่อให้ได้โครงการมีความถูกต้อง ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้จัดทำควรปรึกษาอาจารย์และพนักงานที่ปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้
- หวังว่าโครงการนี้จะเป็นที่เผยแพร่และเป็นที่รู้จักเพื่อให้คนได้เรียนรู้การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การที่ผู้จัดทำได้ไปปฏิบัติงาน ณ บริษัท เอเชียนแปซิฟิกฟิคแคน จำกัด ในตำแหน่ง พนักงานขายในองค์กรทำให้ได้รับประสบการณ์จริงในการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อีกทั้งยังได้รับความช่วยเหลือจากพนักงานเจ้าหน้าที่ทุกท่านและเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี รวมทั้งได้รับคำปรึกษาและคำแนะนำมากมายในส่วนของการจัดทำโครงการรายงานการปฏิบัติงานสหกิจ ซึ่งการปฏิบัติการในครั้งนี้ถือเป็นประสบการณ์ที่ดีและให้ความรู้อย่างมากในการนำไปใช้ในชีวิตจริงของการไปปฏิบัติงานในองค์กรอื่นๆในอนาคต

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ได้รับประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริงและได้เรียนรู้การปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นโดยการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม
- พัฒนาทักษะในด้านภาษาอังกฤษ เช่น การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษ
 - ด้านภาษาอังกฤษ เช่น การสื่อสารกับลูกค้า การตอบกลับอีเมลล์ของลูกค้า การเขียนจดหมายทางอีเมลล์ส่งไปยังลูกค้า การเขียนMemoของลูกค้า การจัดทำเอกสาร การแปลเอกสารลูกค้า เป็นต้น ล้วนเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดเนื่องจากทางบริษัทมีทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศและภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางทำให้เอกสารภายในบริษัทเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด
- พัฒนาทักษะในด้านการทำงานของฝ่ายขายในองค์กร
- พัฒนาทักษะในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี
- ฝึกความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- ฝึกความรอบคอบและอดทนต่อปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น

- ความรอบคอบ เช่น เนื่องจากการทำงานของฝ่ายขายในบริษัทเป็นการทำงานแบบลูกโซ่และใยแมงมุม ถ้าการบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กรมีความผิดพลาดเกิดขึ้น จะต้องกลับมาแก้ตั้งแต่ขั้นตอนแรก
- ความอดทน เช่น ฝ่ายขายเป็นฝ่ายที่ต้องรับความกดดันค่อนข้างสูงเนื่องจากต้องทำยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่บริษัทตั้งเอาไว้และความกดดันจากลูกค้าเมื่อถูกดำเนินในเรื่องต่างๆ
- ฝึกทักษะด้านการคำนวณ เช่น ด้านการคำนวณ จำนวนอัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์ จำนวนราคาสินค้า จำนวนจำนวนสินค้า จำนวนจำนวนสินค้า
- ฝึกความมีระเบียบวินัยและการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆขององค์กร
- ฝึกให้มีความตรงต่อเวลามากขึ้น
- ฝึกความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน อาทิเช่น การจัดทำเอกสาร การศึกษาระบบสินค้าหาข้อมูลการซื้อขายสินค้าของลูกค้าจากแฟ้มต่างๆ
- ฝึกทักษะในด้านความจำ อาทิเช่น จำซื้อสินค้าและจำข้อมูลการซื้อขายสินค้าของลูกค้า

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ในช่วงแรกของการปฏิบัติงานเกิดปัญหาทางด้านระบบการทำงาน เนื่องจากยังไม่เคยปฏิบัติมาก่อน ยังไม่สามารถปรับตัวกับชีวิตในการทำงาน อาทิเช่น การตรงต่อเวลา การรับผิดชอบในการทำงาน
- ต้องศึกษาและเรียนรู้งานเป็นเวลานานกว่าจะเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าถามและต้องการ
- ใช้เวลาในการศึกษาและสังเกตการทำงานจากพนักงานที่ปรึกษาเป็นเวลานาน เนื่องจากการทำงานมีความซับซ้อนและต้องใช้ความรู้เฉพาะด้าน

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

- ผู้ฝึกปฏิบัติงานควรเรียนรู้กฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อลดปัญหาการถูกต่อว่า ซึ่งจะเป็นการสร้างความเสียหายและเสียชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัยได้
- ควรศึกษาและเรียนรู้การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กรมาก่อนเพื่อมาปฏิบัติจริงเพื่อลดปัญหาในการเกิดข้อผิดพลาดต่างๆที่จะตามมา ซึ่งจะเป็นการสร้างความเสียหายและเสียชื่อเสียงให้กับองค์กรได้

- ผู้ฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่ง พนักงานขายในองค์กร ควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี
- ผู้ฝึกปฏิบัติงานควรมีความรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี



บรรณานุกรม

ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2557). กระบวนการขาย. เข้าถึงได้จาก

<https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit9/SUBM1/U913-1.htm>

ธนเสกฐ์ อาษา. (2560). ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด. เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/basicseling/hnwy-thi-1>

ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2553). ความสำคัญและความหมายของการขายโดยพนักงานขาย.

เข้าถึงได้จาก [https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit9/SUBM1/U911-](https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit9/SUBM1/U911-1.htm)

1.htm

มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะการตลาด. (2560). แนวคิดและทฤษฎีทักษะการทำงาน. เข้าถึงได้จาก

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/53920775/chapter2.pdf

มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะการตลาด. (2560). แนวความคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน. เข้าถึงได้จาก

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/53920775/chapter2.pdf

พรปนิช ศรีสว่าง. (2559). ลักษณะของการขาย. เข้าถึงได้จาก

<https://prezi.com/jovcbtsmqvc1/presentation/>

พนักงานฝ่ายขาย. (2559). เข้าถึงได้จาก

https://www.thaingo.org/jobs/?p=jobs&act=detail&id_job=6600&page=25

ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2559). ลักษณะของการขายโดยพนักงานขาย. เข้าถึงได้จาก

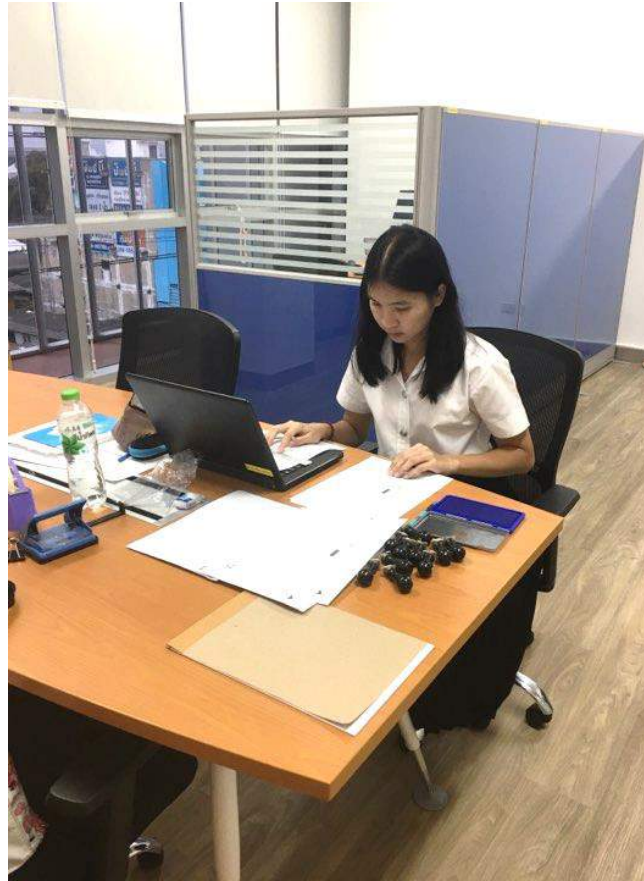
<https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit9/SUBM1/U912-1.htm>

มหาวิทยาลัยบูรพา คณะการตลาด. (2560). การขายในองค์กร. เข้าถึงได้จาก

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/53920775/chapter2.pdf

ภาคผนวก





รูปภาพขณะจัดทำเอกสาร



รูปภาพขณะเขียนรหัสสินค้าที่ถูกค้าสั่งซื้อ ลงในใบรายการสั่งซื้อสินค้า



รูปภาพขณะแพ็คตัวอย่างสินค้าลงในกล่อง DHL



รูปภาพผู้จัดทำ พนักงานที่ปรึกษาและพนักงานแผนกอื่นๆ

ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5904520008

ชื่อ-นามสกุล : นางสาว ปันดดา เจตณรงค์

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขาวิชา : ภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ

ที่อยู่ : 33/438 การเคหะทำจิน ตำบล ทำจิน อำเภอเมือง ถนนพระรามที่2

จังหวัดสมุทรสาคร

ผลงานปัจจุบัน : โครงการชื่อ “ การบริหารจัดการงานฝ่ายขายในองค์กร ”