

	ใบความรู้	
	วิชา : การขายเบื้องต้น	
	หน่วยที่ 1 : ความรู้เกี่ยวกับการขาย	

หัวข้อเรื่อง

1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขาย
2. ความหมายของการขาย
3. บทบาทของการขาย
4. ความสำคัญของการขาย

สาระสำคัญ

การขายเป็นกิจกรรมที่ทุกคนต้องเกี่ยวข้องด้วยในชีวิตประจำวัน เช่น ในการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสร้างความเข้าใจในหมู่เพื่อนฝูง การอยู่ในสังคมให้ผู้อื่นยอมรับ จึงถือได้ว่าเป็นวิถีแห่งชีวิต

ในธุรกิจ การขายเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเหลือ ชักจูงใจให้ผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้า/บริการที่ธุรกิจนำเสนอ

บทบาทของการขาย เช่น การให้บริการ การชักจูงใจ การให้ความช่วยเหลือร่วมมือ การสร้างความพึงพอใจ การขายมีวิวัฒนาการมาจากการแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อกัน พัฒนามาเป็นการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และพัฒนามาเป็นการใช้ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิตมาเสริมในการแลกเปลี่ยน ซึ่งยังคงมีใช้อยู่จนปัจจุบันนี้

การขายมีความสำคัญต่อธุรกิจเพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้และผลกำไร ในความสำคัญต่อประเทศนั้น การขายเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบการค้าระหว่างประเทศ ความสำคัญของการขายที่มีต่อสังคม เป็นการกระตุ้นให้สังคมเจริญขึ้น เพราะมีการผลิต/จำหน่ายสินค้าที่ทันสมัย อำนวยความสะดวก ยกกระดับมาตรฐานการครองชีพ จึงอาจกล่าวได้ว่า การขายมีความสำคัญต่อทุกหน่วยงานในสังคม

จุดประสงค์การเรียนรู้

๑. อธิบายความหมายของการขายได้
๒. อธิบายบทบาทของการขายได้
๓. อธิบายความสำคัญของการขายได้

๑. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขาย

-**การขายมีความสำคัญต่อบุคคล** เพราะคนทุกคนได้มีโอกาสใช้การขายในชีวิตประจำวันอยู่เสมอ แม้จะไม่ได้ประกอบอาชีพการขาย เช่น การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน การสร้างความเข้าใจกัน การทำให้ผู้อื่นยอมรับ เป็นต้น เพราะนั่นคือ การขายความคิดเห็น ความเป็นตัวตนของเรานั้นเอง

-**การขายเป็นศิลปะของการชักจูงใจ** เป็นการชักจูงใจให้ผู้อื่นเห็นด้วยหรือทำตามความคิดของเรา หรือฟังในสิ่งที่เรากำลังนำเสนอ แม้ว่าในการขายนั้น ลูกค้าอาจจะไม่ตกลงใจซื้อสินค้าก็ตาม แต่เมื่อมีการชักจูงใจ อธิบายเสนอความคิดเห็นให้ลูกค้ารับฟัง ก็ถือว่าการขายได้เกิดขึ้นแล้ว เพราะลูกค้ายอมรับฟังรายละเอียด และได้รับความรู้ในสินค้านั้นแล้ว

ในปัจจุบันการให้ความรู้แก่ลูกค้าได้พัฒนาเปลี่ยนรูปแบบวิธีการขาย จากบุคคลมาเป็นการใช้สื่อโฆษณามากขึ้น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โฆษณากลางแจ้ง เป็นต้น

วิวัฒนาการของการขาย



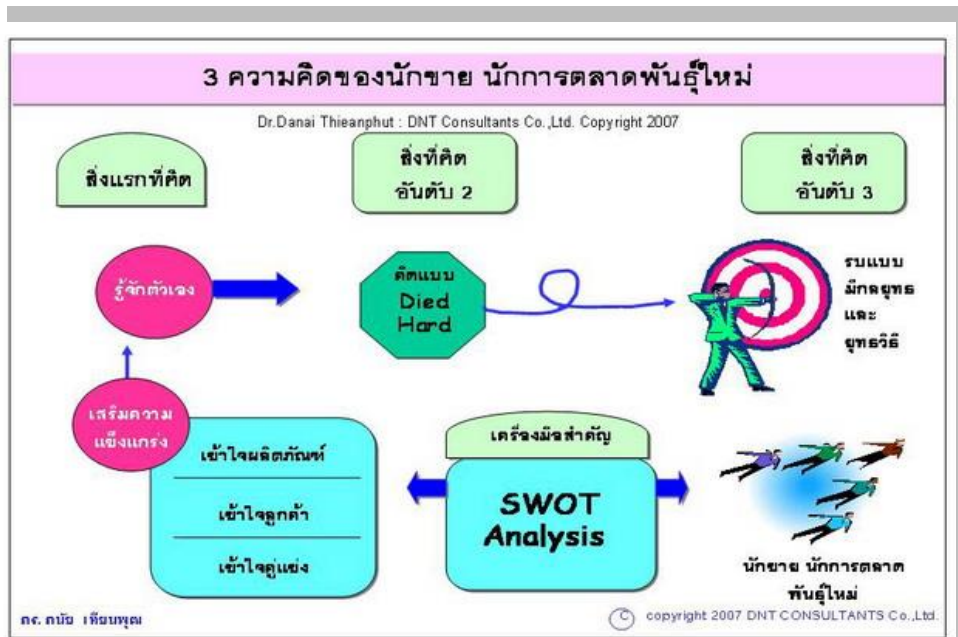
ที่มา : <http://www.tat8.com/>

การขายในระบบธุรกิจแบ่งออกได้เป็น 3 ยุค คือ

๑. **ยุคการแลกเปลี่ยนสินค้า** เป็นยุคแรกเริ่มของการขาย เป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งของต่อกัน เรียกว่า ระบบการแลกเปลี่ยน Barter System
๒. **ยุคเงินตรา** เป็นยุคที่เกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาของการแลกเปลี่ยนสิ่งของ เช่น ความต้องการที่ไม่ตรงกัน สินค้าต่างชนิดกัน ไม่สามารถกำหนดปริมาณได้อย่างยุติธรรม จึงมีการนำสิ่งของมาตีเป็นมูลค่า แล้วใช้สื่อกลาง คือ เงินตราเป็นการแลกเปลี่ยนแทน เรียกว่า ระบบการซื้อขายด้วยเงินตรา Money System
๓. **ยุคความน่าเชื่อถือ** เป็นยุคที่พัฒนามาจาก ระบบเงินตรา สืบเนื่องจากการที่ผู้ขายยินยอมให้ผู้ซื้อนำสินค้าไปใช้ หรือรับบริการก่อนและชำระเงินภายหลังตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน เรียกว่า ระบบเครดิต Credit System

ระบบเครดิตมีบทบาทมากสำหรับการค้าขาย ส่งผลให้ธุรกิจมีความคล่องตัว และในปัจจุบัน ระบบการขายทั้ง 3 ระบบก็ยังคงใช้กันอยู่

๒. ความหมายของการขาย



ที่มา : http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/

คำจำกัดความของการขาย Selling

- ๑.) การขาย คือ การแลกเปลี่ยนสิ่งของกับเงิน
- ๒.) การขาย คือ การโอนย้ายสินค้าจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยคำนึงถึงคุณค่าของสินค้านั้น
- ๓.) การขาย คือ กิจกรรมการให้ความช่วยเหลือและชักจูงให้ลูกค้าอนาคตให้ซื้อสินค้า/บริการ อันก่อให้เกิดความพึงพอใจร่วมกันทั้งฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขาย
- ๔.) การขาย คือ กระบวนการชักจูงใจผู้มุ่งหวังแบบเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มให้ซื้อสินค้า/บริการ โดยมีผลประโยชน์ ส่วนผู้ขายก็ได้รับผลประโยชน์ทางการค้า

กล่าวโดยสรุป การขายเป็นกิจกรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมีผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่ายเป็นเหตุจูงใจ ผลประโยชน์ของผู้ขาย คือ ผลกำไรจากการขาย ผลประโยชน์ของผู้ซื้อ คือความพึงพอใจจากการซื้อและการได้รับประโยชน์จากสินค้า/บริการนั้น

๓. บทบาทของการขาย

๑. การขายเป็นการบริการ

คนเราซื้อสินค้ามาเพื่อบำบัดความต้องการของตนเองเสมอ และมักจะซื้อสินค้าเพราะมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดรวมอยู่ในตัวสินค้านั้นด้วย และจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนกลับมาซื้อที่ร้านค้าเดิมซ้ำแล้วซ้ำเล่าถ้าเขาพึงพอใจ นั่นคือบริการ ซึ่งมีทั้งก่อนและหลังการขาย เช่น การอธิบายรายละเอียดของสินค้า การสาธิตให้ลูกค้าชม การตอบคำถามลูกค้าอย่างสุภาพ เป็นต้น ซึ่งจัดว่าเป็นบริการก่อนและในขณะขาย ส่วนการหีบห่ออย่างสวยงาม การส่งของให้ลูกค้า การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า นั้นจัดว่าเป็นการบริการหลังการขาย ซึ่งมีหลากหลายอย่าง

๒. การขายเป็นการชักจูงใจ

การขายไม่อาจสำเร็จได้ด้วยการบังคับให้ลูกค้าซื้อ แต่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อด้วยความพึงพอใจ พนักงานขายจึงต้องหาวิธีการจูงใจลูกค้าด้วยการเสนอรายละเอียดสินค้าที่น่าสนใจ โดยใช้หลักจิตวิทยา และศิลปะการพูดให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน โดยยึดถือหลักการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดจนตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ

๓. การขายเป็นการช่วยเหลือร่วมมือ

ความช่วยเหลือในที่นี้หมายถึงการช่วยเหลือของพนักงานขายที่ให้แก่ลูกค้า โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แม้จะยังไม่สามารถขายได้ในครั้งแรก แต่อาจซื้อในโอกาสต่อไป เช่น การให้ข้อมูลและรายละเอียดกับสินค้าที่ลูกค้าสนใจ เสนอแนะวิธีการซื้อให้ลูกค้า เลือกสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

๔. การขายเป็นการให้ความรู้

ลูกค้าส่วนใหญ่จะไม่มีความรู้ในตัวสินค้ามาก่อน หรือถ้ารู้ก็ไม่ละเอียดมากนัก พนักงานขายจึงต้องให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้า โดยวิธีการต่างๆ เช่น อธิบาย สาธิต เปรียบเทียบ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้ในเรื่องของ การใช้งาน ประโยชน์จากสินค้า การดูแลรักษา การเลือกสรรสินค้าให้เหมาะกับการใช้งานและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เป็นต้น และลูกค้ามีโอกาสถามในสิ่งที่ตนเองอยากรู้ และเข้าใจในสินค้ามากขึ้น

๕. การขายคือการแก้ปัญหา

ในระหว่างการขายย่อมเกิดปัญหาขึ้นได้เสมอ เช่น ราคาสินค้า เงื่อนไขการชำระเงิน การรับประกันสินค้า บริการหลังการขาย เป็นต้น ซึ่งพนักงานขายต้องแก้ปัญหา คลี่คลายปัญหา และอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ ซึ่งการแก้ปัญหาของพนักงานขายนั้นต้องกระทำภายใต้เงื่อนไขและนโยบายของกิจการที่วางไว้ เพื่อลดปัญหาระหว่างพนักงานขายกับกิจการ หรือเพื่อไม่ให้ผิดจรรยาบรรณของพนักงานขาย

พนักงานขายต้องปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับบทบาท หน้าที่ของตน เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุด จนตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการไปในที่สุด ถือได้ว่า พนักงานขายได้ทำงานเต็มประสิทธิภาพ และธุรกิจก็ประสบความสำเร็จ

๔. ความสำคัญของการขาย

การขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน ต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

๑. ความสำคัญของการขายต่อชีวิตประจำวัน

“เราทุกคนล้วนเป็นพนักงานขายตลอดชีวิต เราขายความคิด แผนงาน ความกระตือรือร้นของเรา แก่ผู้ที่เราดูติดต่อสัมพันธ์ด้วย” เป็นคำกล่าวของ Charles M. Schwab แสดงให้เห็นว่า การขายเป็นวิถีชีวิตที่เราทุกคนได้กระทำอยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน และการขายนั้นเกิดจากการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น โดยมีจุดมุ่งหมายอยู่ที่ความสำเร็จที่เรามุ่งหวังไว้

๒. ความสำคัญของการขายต่อการดำเนินธุรกิจ

การขายถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ เพราะเป็นงานที่ทำให้เกิดรายได้แก่กิจการ และยังเป็นงานหลักที่จะทำให้งานด้านอื่นๆ ของธุรกิจ อันประกอบด้วยด้าน บัญชี การเงิน บุคลากร ขนส่ง เป็นต้น ดำเนินต่อไปได้ ดังเช่น ถ้าธุรกิจขายสินค้าได้ดี ก็ต้องผลิตเพิ่ม หรือซื้อสินค้าเพิ่ม งานด้านอื่นๆ ก็เพิ่มขึ้นตาม แต่ถ้าธุรกิจไม่สามารถขายสินค้า/บริการได้ งานทุกด้านของธุรกิจ ก็จะสะดุดหยุดลง หรืออาจต้องปิดกิจการลง

๓. ความสำคัญของการขายต่อสังคม

การขายมีส่วนทำให้สังคมมีสินค้า/บริการที่ทันสมัย มีความสะดวกสบาย มีการผลิตสินค้า/บริการ เพื่อสนองความต้องการของบุคคล โดยพนักงานขายจะช่วยชี้แนะ หรือนำเสนอให้บุคคลตระหนักถึงคุณประโยชน์ของสินค้า เพราะการขายมีบทบาทในการสร้างสรรค์ บริการ ให้ความรู้ และสร้างความพึงพอใจ การขายจึงมีส่วนช่วยให้สังคมมีสินค้า/บริการใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายของสมาชิกในสังคม

๔. ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจ

การขายช่วยให้เศรษฐกิจทั้งในครัวเรือน และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดีขึ้น เพราะการขายช่วยให้เกิดการผลิตและขยายไปถึงกิจการด้านต่างๆ เช่น การขนส่ง โฆษณา การเก็บรักษาสินค้า การหีบห่อ การประกันภัย เป็นต้น ทำให้บุคคลผู้เกี่ยวข้องมีรายได้ ในส่วนเศรษฐกิจโดยรวม การขายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้

ประเทศได้เปรียบ หรือเสียเปรียบดุลการค้า ถ้าเป็นผู้ขายได้มากกว่าเป็นผู้ซื้อ ก็ทำให้ประเทศนั้นได้เปรียบดุลการค้า เศรษฐกิจก็ดีขึ้นและมั่นคง

๕. ความสำคัญของการขายต่อกิจกรรมที่มีใช้ธุรกิจงานขาย

-**งานด้านสังคม** ในสังคมมีโครงการที่ถือถูกจัดขึ้นเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมากมาย เช่น โครงการตาวิเศษ โครงการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งต้องอาศัยศิลปะการขายเพื่อจูงใจบุคคลต่างๆ มาให้ความสนับสนุนทั้งด้านเงินทุน และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามโครงการนั้น

-**งานด้านวัฒนธรรม** ในกลุ่มสังคมหนึ่งๆ จะมีการส่งเสริมศิลปะ และวัฒนธรรมอันเป็นสัญลักษณ์ประจำกลุ่มสังคมนั้น ซึ่งต้องอาศัยศิลปะการขายเพื่อจูงใจบุคคลต่างๆ เช่นเดียวกับงานด้านสังคม

-**งานขายกับงานการเมือง** ในงานการเมืองต้องมีการจูงใจให้ผู้คนสนใจ รับทราบแนวนโยบายการทำงานของพรรค จึงต้องใช้ศิลปะการขายสร้างใจ สร้างความเชื่อถือ โดยใช้การโฆษณาหาเสียง ซึ่งถือได้ว่าเป็นการนำงานของการขายเข้ามาเกี่ยวข้อง

-**งานขายกับงานองค์กรอื่นๆ** ซึ่งองค์กรอื่นๆ ที่ทำงานโดยไม่หวังกำไร จะอยู่ได้โดยอาศัยความเชื่อถือ ศรัทธาจากบุคคลในสังคม บริจาคเงิน หรือสิ่งของอื่นอันเป็นประโยชน์ จึงต้องนำกระบวนการขายเข้ามาช่วย คือ การขายความเชื่อถือศรัทธาให้เกิดขึ้น

สรุป

ในชีวิตจริงบุคคลทุกคนล้วนเป็นนักขายตลอดชีวิต เราขายความคิด แผนการ ความกระตือรือร้นของผู้ที่เราติดต่อสัมพันธ์ด้วย การขายในระบบธุรกิจ คือการนำสินค้า หรือบริการจากคนหนึ่ง (ผู้ขาย) ไปสู่อีกคนหนึ่ง (ผู้ซื้อ) โดยมีข้อตกลงแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน การขายเป็นกระบวนการที่มีขั้นตอน มีหลักเกณฑ์ เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ คือ เป็นหลักวิชาการ หรือทฤษฎี และเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความชำนาญ ความสามารถ ควบคู่กันไป

