ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญประเมินแผนการจัดการเรียนรู้

รายนามผู้เชี่ยวชาญประเมินแผนการจัดการเรียนรู้ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนแบบสังเกตพฤติกรรม และแบบสอบถามความพึงพอใจ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ดร.สิทธิกร สุมาลี
   ศษ.ด. หลักสูตรและการสอน
   ศษ.ม. การวัดและการประเมินผลการศึกษา
   ศศ.บ. สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
   ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน
   สถานที่ทำงาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ดร.ปรีดา เบ็ญคาร
   วท.ด. การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์
   ค.ม. วิจัยศึกษา
   คบ. การประถมศึกษา
   ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาการวัดและการประเมินผล
   สถานที่ทำงาน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์วิมล วังแก้วหิรัญ
   ศศ.ด. หลักสูตรและการสอน
   ศษ.ม. จิตวิทยาการศึกษา
   ค.บ. ภาษาอังกฤษ
   ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน
   สถานที่ทำงาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา
4. ดร.ชวนพิศ ชุมคง
   ศษ.ด. หลักสูตรและการสอน
   ศษ.ม. การประถมศึกษา
   ศศ.บ. การประถมศึกษา
   ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน
   สถานที่ทำงาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

5. รศ.ลำดวน เกษตรสุนทร

กศ.ม. การอุดมศึกษา

กศ.บ. สังคมศึกษา

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน

สถานที่ทำงาน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี กระโหมวงศ์

กศ.ด. การทดสอบและการวัดผลการศึกษา

กศ.ม. การวัดผลการศึกษา

กศ.บ. คณิตศาสตร์

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน

สถานที่ทำงาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย **โทร.** 246

ที่ บวล. 430 / 2553 **วันที่** 22 พฤษภาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ **เรื่อง "การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ซูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่า **ดร.ปรีดา เบ็ญคาร** บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี **จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย** ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

ที่ ศธ 0560.06 / ๑๖๔

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

22 พฤษภาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่า **ดร.สิทธิกร สุมาลี** บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี **จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย** ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0 74-33 6933 ต่อ 246
โทรสาร. 0 74-33 6948

ที่ ศธ 0560.06 / 208

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

12 กรกฎาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ **เรื่อง "การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่า **ดร.ชวนพิศ ชุมคง** บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี **จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย** ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0 74-33 6933 ต่อ 246

ที่ ศธ 0560.06 / ๑๓๖

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

22 พฤษภาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่า **ดร.ทิพย์วิมล วังแก้วหิรัญ** บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี **จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย** ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 0 74-33 6933 ต่อ 246
โทรสาร. 0 74-33 6948

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย **โทร.** 246

ที่ บวล. ๔๓๑ / 2553 **วันที่** 22 พฤษภาคม 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ **เรื่อง "การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่า **รศ.ลำดวน เกษตรสุนทร** บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี **จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย** ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

ที่ ศธ 0560.06 / ว 031

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

27 มิถุนายน 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ทดสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนหาดใหญ่อำนวยวิทย์พณิชยการ

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ **เรื่อง "การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขันกับเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย ตามกระบวนการวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา **เข้าทดสอบใช้เครื่องมือการวิจัย** ส่วนวันและเวลาในการทดสอบใช้เครื่องมือวิจัยนักศึกษาจะประสานงานด้วยตนเองอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 074-336933 ต่อ 246
โทรสาร 074-336948

ที่ ศธ 0560.06 / ว 031

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

27 มิถุนายน 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ทดสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการวิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

ด้วย นางสาวจรรจิรา สมานเดชา นักศึกษาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ **เรื่อง "การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขันกับเทคนิคร่วมกันคิดของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1"**

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.จุไรศิริ ชูรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
2. ดร.นพเก้า ณ พัทลุง กรรมการที่ปรึกษา

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย ตามกระบวนการวิจัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา **เข้าทดสอบใช้เครื่องมือการวิจัย** ส่วนวันและเวลาในการทดสอบใช้เครื่องมือวิจัยนักศึกษาจะประสานงานด้วยตนเองอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพร)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 074-336933 ต่อ 246
โทรสาร 074-336948

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 1 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจความหมายของผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และในอนาคตนักเรียนเป็นพนักงานขายต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้

1. นักเรียนรู้และเข้าใจความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนรู้และเข้าใจความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์
5. ความสนใจใฝ่รู้
6. ความมีจิตสาธารณะ

เนื้อหาสาระ

1. ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคทีมเกมแข่งขัน (TGT)

1. ขั้นนำ

1.1 ครูให้นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยสังเกตจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่รอบ ๆ ตัวนักเรียน

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ว่าในชีวิตประจำวันของนักเรียนมีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนรู้และเข้าใจความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา เรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 1

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 4 โต๊ะ แต่ละโต๊ะมีผู้แข่งขันจำนวน 4 คน โดยโต๊ะที่ 1 เป็นเด็กเก่ง โต๊ะที่ 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และโต๊ะที่ 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูอธิบายรายละเอียดถึงการแข่งขันแต่ละโต๊ะ ซึ่งในแต่ละโต๊ะจะมีแบบทดสอบจำนวน 10 ข้อ ให้นักเรียนพิจารณาร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่มกันเองว่า โต๊ะใดสมควรส่งใครเข้าร่วมแข่งขัน

4.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนไปแข่งขันตามโต๊ะต่าง ๆ

4.4 ให้นักเรียนแต่ละโต๊ะตรวจสอบผลการแข่งขันกับเฉลย และจัดลำดับผลการแข่งขันเป็นคะแนน แล้วนำคะแนนกลับสู่กลุ่มเดิม

4.5 เลขานุการกลุ่มรวมคะแนนของสมาชิกในกลุ่ม ประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้น

4.6 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน โดยให้ตัวแทนออกไปแข่งขันนำเสนอต่อสมาชิก และนักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 1 เรื่อง ความหมายของผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. ใบงานที่ 1 เรื่อง ผลิตภัณฑ์นั้นสำคัญไฉน
4. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
5. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์
6. แบบทดสอบประจำโต๊ะแข่งขัน จำนวน 4 โต๊ะ

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ เรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 1 (รายบุคคล)

3.2 แบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน จำนวน 10 ข้อ (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 1 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนทำแบบทดสอบได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาด เพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภค และสามารถสนองความพึงพอใจ ความจำเป็นและความต้องการตลาดได้ (Kolter and Armstrong 1999: 238) จากข้อความนี้จะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงถือว่าธุรกิจจะขายผลประโยชน์ตัวผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นั้นมีความสัมพันธ์ต่อพนักงานขายเป็นอย่างมาก เพราะทำให้การขายผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น หากพนักงานขายมีความรู้ในตัวของผลิตภัณฑ์ที่ดีพอในการถ่ายทอดไปยังผู้บริโภค

ความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานจำเป็นต้องศึกษาเนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมสามารถนำเสนองานขายที่ดีได้ และสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้อีกด้วยหากลูกค้ามีข้อสงสัยจะซักถาม ดังนั้น พนักงานขายที่ดีจึงต้องจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองจะนำไปเสนอให้กับลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวพนักงานขายเอง

2. เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความกระตือรือร้น พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากเท่าใดก็ย่อมสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเองและลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการที่จะเสนองานขายให้กับลูกค้าอีกด้วย

3. ช่วยให้การขายมีชีวิตชีวามากขึ้น พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมเป็นการเตรียมความพร้อมเสมอในการเสนอขายสินค้า ทำให้เกิดความลังเล และการดำเนินงานขายก็เป็นไปอย่างมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น พนักงานขายที่มีประสบการณ์และมีความสามารถสูงจะทำให้การขายประสบผลสำเร็จและทำให้ขายสินค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว

4. ทำให้การเสนองานขายเกิดความสมบูรณ์ เนื่องจากพนักงานขายสามารถเรียบเรียงคำพูดในการขายและตอบคำถามให้ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสิ่งจูงใจทำให้ลูกค้าต้องการสนทนาด้วย ดังนั้นการเสนองานขายจะเกิดความสมบูรณ์ได้ เมื่อพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

5. ทำให้การทำงานสนุกสนาน เมื่อพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีจะทำให้สนุกกับการทำงาน เพราะการสนทนากับลูกค้า

6. ได้รับการสนับสนุนในการทำงาน เนื่องจากพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี ย่อมทำให้การทำงานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายของกิจการ ผลที่พนักงานขายได้รับก็คือ การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งในการทำงานให้สูงขึ้น ผู้บริหารเกิดความพึงพอใจที่พนักงานมีความรู้ความสามารถ ทำให้การเสนองานขายมีประสิทธิภาพและมีผลดีต่อองค์กรธุรกิจด้วย

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 2 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจ สามารถอธิบาย วิเคราะห์ และเห็นความสำคัญของรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความพร้อมที่จะขาย คือ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอย่างละเอียด เพราะผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาดมีมากมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง ซึ่งมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น พนักงานขายจึงควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ

1. นักเรียนรู้และเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนรู้และเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์
3. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
4. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ประเภทของผลิตภัณฑ์ได้
5. นักเรียนเห็นความสำคัญของรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์

4. ความมีมนุษยสัมพันธ์
5. ความสนใจใฝ่รู้
6. ความมีจิตสาธารณะ

เนื้อหาสาระ

1. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคทีมเกมแข่งขัน

1. ขั้นนำ

1.1 ครูและนักเรียนร่วมกันทบทวนเนื้อหาเรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในคาบที่แล้ว

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยอภิปรายจากภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ครูและนักเรียนเตรียมไว้

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ และพนักงานขายที่มีความพร้อมในการขายจะต้องทราบรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์ อย่างไรบ้าง

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนรู้และเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์

1.5.3 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

1.5.4 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ประเภทของผลิตภัณฑ์ได้

1.5.5 นักเรียนเห็นความสำคัญของรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 2

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 4 โต๊ะ แต่ละโต๊ะมีผู้แข่งขันจำนวน 4 คน โดยโต๊ะที่ 1 เป็นเด็กเก่ง โต๊ะที่ 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และโต๊ะที่ 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูอธิบายรายละเอียดถึงการแข่งขันแต่ละโต๊ะ ซึ่งในแต่ละโต๊ะจะมีแบบทดสอบจำนวน 10 ข้อ ให้นักเรียนพิจารณาร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่มกันเองว่า โต๊ะใดสมควรส่งใครเข้าร่วมแข่งขัน

4.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนไปแข่งขันตามโต๊ะต่าง ๆ

4.4 ให้นักเรียนแต่ละโต๊ะตรวจสอบผลการแข่งขันกับเฉลย และจัดลำดับผลการแข่งขันเป็นคะแนน แล้วนำคะแนนกลับสู่กลุ่มเดิม

4.5 เลขานุการกลุ่มรวมคะแนนของสมาชิกในกลุ่ม ประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้น

4.6 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน โดยให้ตัวแทนออกไปแข่งขันนำเสนอต่อสมาชิก และนักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 2 เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ ใบงานที่ 2 เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์
3. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
4. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์

5. แบบทดสอบประจำโต๊ะแข่งขัน จำนวน 4 โต๊ะ

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติ รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 2 (รายบุคคล)

3.2 แบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน จำนวน 10 ข้อ (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 2 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนทำแบบทดสอบได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องมีความพร้อมที่จะขาย คือ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอย่างละเอียด เพราะผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาดมีมากมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง ซึ่งมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น พนักงานจึงควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องทำการศึกษาประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง เนื่องจากพนักงานขายต้องนำรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประวัติของผลิตภัณฑ์ไปเสนอขายหรือช่วยเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความภาคภูมิใจที่จะได้ครอบครองตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางชนิดมีลักษณะที่น่าสนใจและมีประวัติความเป็นมาเป็นที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ที่ประวัติความเป็นมาเคยใช้มาตั้งแต่สมัยโบราณจนกระทั่งในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับชีวิตและความเป็นอยู่ในสังคมสมัยใหม่ เป็นต้น (สารสกัด ฝักส้มแขก ชาลดไขมัน ฯลฯ)

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตซึ่งจะบอกรายละเอียดของคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์นั้น เช่น บอก

ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคุณภาพ ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติไม่เกิดโทษต่อผู้ใช้ ผู้บริโภค เป็นต้น

3. กรรมวิธีการผลิตหรือกระบวนการผลิต

เนื่องจากพนักงานขายควรศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนรับผิดชอบอยู่อย่างละเอียด เพราะกรรมวิธีการผลิตจะทำให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น รายละเอียดที่พนักงานขายต้องศึกษาเช่นกรรมวิธีพิเศษที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนต่าง ๆ ในการผลิต ซึ่งความรู้เหล่านี้พนักงานขายได้มาจากการศึกษาและเยี่ยมชมกรรมวิธีการผลิตในโรงงาน หรือจากการซักถามจากบุคคลที่รับผิดชอบโดยตรงกับการผลิตและศึกษาจากคู่มือสินค้าเป็นต้น เมื่อพนักงานขายได้รับความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้แล้วควรทำความเข้าใจและจดจำเฉพาะที่สำคัญ เพื่อนำไปเป็นจุดขาย

4. รูปร่างของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันจะซื้อผลิตภัณฑ์อะไร ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจไปที่รูปร่างลักษณะ ขนาด สีสันของตัวผลิตภัณฑ์นั้น ต้องมีจุดเด่นที่สำคัญสมารถดึงดูดความสนใจไปยังผู้ซื้อในตลาดได้ พนักงานขายจึงต้องมีความรู้ด้านศิลปะบ้าง เพื่อเสนองานขายไปยังลูกค้าได้อย่างแนบเนียนและมั่นใจ ทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมักจะให้ความสำคัญที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องไปศึกษาความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น อาจจะศึกษาจากเอกสารคู่มือหรือสอบถามจากผู้รู้ในด้านฝ่ายผลิตเพื่อนำมาถ่ายทอดให้กับลูกค้าได้ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ คุณภาพด้านการใช้งาน การรับรองคุณภาพมาตรฐานหรือรับรองคุณภาพ เป็นต้น

6. วิธีการใช้และการระวังรักษาผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องทราบวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะถ่ายทอดไปยังลูกค้า ลูกค้าจะได้เกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่พนักงานขายต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้และพร้อมที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นอีกประการหนึ่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ส่วนประกอบกรรมวิธีและการดูแลรักษา เพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าโดยตรง พนักงานขายจึงต้องศึกษาสิ่งเหล่านี้ให้ดี เพื่อถ่ายทอดไปยังลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

7. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายควรต้องแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้างที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพราะสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ คือ ประโยชน์ที่

จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น เช่น โทรศัพท์มือถือ ใช้สื่อสารได้อย่างสะดวกสบายทุกสถานที่ทุกเวลา ติดต่องานได้ในช่วงที่สำคัญช่วยเหลือคุณได้ในยามฉุกเฉิน เป็นต้น

8. บริการที่ลูกค้าจะได้รับ

เนื่องจากการบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่พนักงานขายจะต้องศึกษาเรียนรู้ว่านโยบายการให้บริการหลังการขายมีอะไรบ้าง ใช้ระยะเวลาเท่าใด เช่นการรับประกันซ่อมฟรีนานกี่เดือน ขนส่ง หลังจากตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว การประกันคืนเงิน ฯลฯ ดังนั้น พนักงานขายต้องทราบบริการเหล่านี้เพื่อนำไปเสนอให้กับลูกค้าได้ทราบ

ประเภทของผลิตภัณฑ์

การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์

การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์จะจัดตามเกณฑ์ของวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้ของลูกค้า โดยจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ ผลิตภัณฑ์บริโภค แลผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

1. ผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย (End User) มีวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้เพื่อบริโภคโดยส่วนตัวหรือซื้อมาเพื่อบริโภคในหน่วยของครัวเรือน เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่บุคคลหรือองค์กรธุรกิจซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต แปรรูป หรือใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User)

ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค (Consumer Product)

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อบ่อยครั้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงไม่มากนัก ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น ผงซักฟอก สบู่ น้ำยาล้างจาน ยาสีฟัน แชมพูสระผม เป็นต้น

2 ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ฉพาะตัว เน้นชื่อเสียงตรายี่ห้อ ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อสินค้าโดยส่วนมากสินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคจะมีความจงรักภักดีในตัวสินค้าสูงมาก เช่น เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ที่เน้นตรายี่ห้อ อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องบันทึกเสียงที่เน้นตรายี่ห้อ เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์ที่ไม่แสวงซื้อ (Unsought Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคอาจจะรู้หรือไม่รู้จักก็ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคไม่เห็นความจำเป็นหรือยังไม่ต้องการใช้ (ประกันชีวิต เครื่องทำน้ำแร่ สารุนุกรม ฯลฯ)

ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม (Industrial Product)

1. วัตถุดิบ (Raw Materials) หมายถึง สินค้าที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเกิดจากการทำเกษตรกรรม เช่น ป่าไม้ แร่ธาตุ ดิน ทราย ผัก ผลไม้ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

2. วัสดุชิ้นส่วน (Fabricating Materials and Part) หมายถึง ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นชิ้นส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป วัสดุประกอบจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เช่น แผ่นยางพารา ด้าย แป้ง ชิ้นส่วนประกอบ ซึ่งจะนำไปทำเป็นยางรถยนต์ และอะไหล่รถยนต์ จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสู่กระบวนการผลิต

3. สิ่งติดตั้ง (Installations) หมายถึง สินค้าประเภททุน (Capital Item) มีความสำคัญในกระบวนการผลบิต มีอายุการใช้งานนาน มูลค่าสูง เช่น เครื่องจักร อาคาร ฯลฯ

4. อุปกรณ์ประกอบ (Accessory Equipment) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการประกอบการดำเนินการผลิต โดยไม่เกี่ยวกับกระบวนการผลิต เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ดีด โทรสาร โต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ

5. วัสดุสิ้นเปลือง (Operating Supplies) หมายถึง สินค้าที่ใช้ในการดำเนินงานซึ่งมีอายุการใช้งานสั้น มูลค่าต่ำ ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อน้อย เช่น กระดาษ แฟ้ม วัสดุสำนักงาน วัสดุบำรุงรักษา ฯลฯ

6. บริการ (Service) หมายถึง ธุรกิจที่สร้างความสะดวกสบาย ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น บริการขนส่งสินค้า บริการโฆษณา สำนักงานกฎหมาย เป็นต้น

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์

Product Mix หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ในส่วนประสมผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ โดยมีลักษณะดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หมายถึง การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีการใช้งานคล้ายกัน ขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกันมีช่องทางในการกระจายสินค้าคล้ายกัน เช่น ร้านขายรองเท้า มีสายผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรองเท้าเด็ก รองเท้าสุภาพสตรี และรองเท้าสุภาพบุรุษ เป็นต้น

2. รายการผลิตภัณฑ์ (Product Item) หมายถึง ลักษณะหน่วยที่แตกต่างกันภายในสายผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดปลีกย่อยในสายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด ราคา รูปร่าง เป็นต้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 3 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจ สามารถอธิบาย วิเคราะห์ และเห็นความสำคัญของส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้และเห็นความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า อีกทั้งพนักงานขายต้องมีความรู้ที่จะพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ

1. นักเรียนรู้และเข้าใจส่วนประสมของผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนรู้และเข้าใจองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ได้
4. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์

5. ความสนใจใฝ่รู้

6. ความมีจิตสาธารณะ

เนื้อหาสาระ

1. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์

2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคทีมเกมแข่งขัน

1. ขั้นนำ

1.1 ครูและนักเรียนร่วมกันทบทวนเนื้อหาเรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ ในคาบที่แล้ว

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอภิปรายจากภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และแผ่นพับโฆษณาสินค้าที่ครูและนักเรียนเตรียมไว้

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้และเห็นความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า อีกทั้งพนักงานขายต้องมีความรู้ที่จะพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจส่วนประสมของผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนรู้และเข้าใจองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1.5.3 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ได้

1.5.4 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point / ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 3

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า ในเรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 4 โต๊ะ แต่ละโต๊ะมีผู้แข่งขันจำนวน 4 คน โดยโต๊ะที่ 1 เป็นเด็กเก่ง โต๊ะที่ 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และโต๊ะที่ 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูอธิบายรายละเอียดถึงการแข่งขันแต่ละโต๊ะ ซึ่งในแต่ละโต๊ะจะมีแบบทดสอบจำนวน 10 ข้อ ให้นักเรียนพิจารณาร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่มกันเองว่า โต๊ะใดสมควรส่งใครเข้าร่วมแข่งขัน

4.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนไปแข่งขันตามโต๊ะต่าง ๆ

4.4 ให้นักเรียนแต่ละโต๊ะตรวจสอบผลการแข่งขันกับเฉลย และจัดลำดับผลการแข่งขันเป็นคะแนน แล้วนำคะแนนกลับสู่กลุ่มเดิม

4.5 เลขานุการกลุ่มรวมคะแนนของสมาชิกในกลุ่ม ประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้น

4.6 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน โดยให้ตัวแทนออกไปแข่งขันนำเสนอต่อสมาชิก และนักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 3 เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
   ใบงานที่ 3 เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
4. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า

5. แบบทดสอบประจำโต๊ะแข่งขัน จำนวน 4 โต๊ะ

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 3 (รายบุคคล)

3.2 แบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน จำนวน 10 ข้อ (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 3 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนทำแบบทดสอบได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์

Product Mix หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ในส่วนประสมผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ โดยมีลักษณะดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หมายถึง การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีการใช้งานคล้ายกัน ขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกันมีช่องทางในการกระจายสินค้าคล้ายกัน เช่น ร้านขายรองเท้า มีสายผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรองเท้าเด็ก รองเท้าสุภาพสตรี และรองเท้าสุภาพบุรุษ เป็นต้น

2. รายการผลิตภัณฑ์ (Product Item) หมายถึง ลักษณะหน่วยที่แตกต่างกันภายในสายผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดปลีกย่อยในสายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด ราคา รูปร่าง เป็นต้น

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

การพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้โดยแบ่งคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้า เช่น ซื้อบ้านมีประโยชน์พื้นฐานเป็นที่พักอาศัย เป็นต้น

2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Tangible Product or Formal Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น คุณภาพ (Quality) รูปร่างลักษณะ (Feature) เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง คุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อการซื้อสินค้า ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะต้องคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า เช่น บริการก่อนและหลังการขาย การติดตั้ง การขนส่ง การรับประกัน การให้สินเชื่อ เป็นต้น

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์ควบทั้งหมดที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต เช่น การพัฒนารูปแบบใหม่ๆ บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นต้น

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 4 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจ สามารถอธิบาย แสวงหา และเห็นประโยชน์ของแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการแสวงหาค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ

1. นักเรียนรู้และเข้าใจแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. นักเรียนสามารถอธิบายและแสวงหาแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
4. นักเรียนเห็นประโยชน์ของแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์
5. ความสนใจใฝ่รู้
6. ความมีจิตสาธารณะ

เนื้อหาสาระ

แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคทีมเกมแข่งขัน

1. ขั้นนำ

1.1 ครูและนักเรียนร่วมกันทบทวนเนื้อหาเรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ในคาบที่แล้ว

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยอภิปรายจากผลิตภัณฑ์ แฟ้มขาย คู่มือขาย คู่มือสินค้า เอกสารสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ ที่ครูและนักเรียนเตรียมไว้

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการแสวงหาค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนสามารถอธิบายและแสวงหาแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

1.5.3 นักเรียนเห็นประโยชน์ของแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point / แฟ้มขาย / คู่มือขาย / คู่มือสินค้า / เอกสารสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 4

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า ในเรื่องแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 4 โต๊ะ แต่ละโต๊ะมีผู้แข่งขันจำนวน 4 คน โดยโต๊ะที่ 1 เป็นเด็กเก่ง โต๊ะที่ 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และโต๊ะที่ 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูอธิบายรายละเอียดถึงการแข่งขันแต่ละโต๊ะ ซึ่งในแต่ละโต๊ะจะมีแบบทดสอบจำนวน 10 ข้อ ให้นักเรียนพิจารณาร่วมกับสมาชิกภายในกลุ่มกันเองว่า โต๊ะใดสมควรส่งใครเข้าร่วมแข่งขัน

4.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนไปแข่งขันตามโต๊ะต่าง ๆ

4.4 ให้นักเรียนแต่ละโต๊ะตรวจสอบผลการแข่งขันกับเฉลย และจัดลำดับผลการแข่งขันเป็นคะแนน แล้วนำคะแนนกลับสู่กลุ่มเดิม

4.5 เลขานุการกลุ่มรวมคะแนนของสมาชิกในกลุ่ม ประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้น

4.6 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน โดยให้ตัวแทนออกไปแข่งขันนำเสนอต่อสมาชิก และนักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 4 เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใบงานที่ 4 เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
4. แฟ้มขาย / คู่มือขาย / คู่มือสินค้า / เอกสารสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ
5. แบบทดสอบประจำโต๊ะแข่งขัน จำนวน 4 โต๊ะ

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติ แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

2.2 ทดสอบความรู้ หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ฉบับเดิม

2.3 สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

2.4 ศึกษาความพึงพอใจหลังได้รับการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคนิคทีมเกมแข่งขัน

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 4 (รายบุคคล)

3.2 แบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน จำนวน 10 ข้อ (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

3.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3.4 แบบสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

3.5 แบบสอบถามความพึงพอใจ

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 4 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนทำแบบทดสอบได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

4.3 นักเรียนทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.4 นักเรียนมีคะแนนพฤติกรรมกลุ่มได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

4.5 นักเรียนมีความพึงพอใจหลังได้รับการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคนิคทีมเกมแข่งขัน อยู่ในระดับมาก

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ข้อมูลเบื้องต้นที่ดีที่สุดก็คือ ข้อมูลที่ได้จากตัวสินค้านั้น ๆ เพราะจะเรียนรู้ได้จากของจริง ทั้งจากฉลากหรือรายละเอียดทั้งบนกล่องและใบแทรกในกล่อง

2. แฟ้มขาย (Sales Portfolio) สถานประกอบการต่าง ๆ จะจัดแฟ้มข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไว้ให้ผู้ซื้อดู ซึ่งจะมีข้อมูลต่าง ๆ เช่น รูปภาพสินค้า ข้อมูลทางด้านสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. คู่มือขาย (Sales Manual) คือ เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและวิธีดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น วิธีการจัดทำใบสั่งซื้อ รายงานการทำงานบัญชีค่าใช้จ่าย ฯลฯ รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ในงานขายแก่พนักงานขาย

4. ข้อมูลสินค้า (Product Manual) คือ เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแต่ละประเภท เช่น คู่มือกล้องถ่ายรูป คู่มือวิทยุ ซึ่งในคู่มือจะมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นส่วนประกอบ วิธีการใช้ การดูแลรักษา ฯลฯ พนักงานขายควรได้ศึกษาข้อมูลนี้ก่อนที่จะเสนอขาย เพื่อที่จะได้เสนอแนะแก่ผู้ซื้อได้ถูกต้องแม่นยำ

5. การอบรมและรับคำแนะนำจากองค์กร(Training) บริษัท ห้างร้านหรือสถานประกอบการต่างๆ ควรจัดหรือสนับสนุนการฝึกอบรมด้านการขาย รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่พนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างผู้ที่ประกอบอาชีพเดียวกัน

6. สถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ (Business Institutions) พนักงานขายสามารถค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์ได้จากสถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคาร สมาคมของกลุ่มพ่อค้าต่าง ๆ และธุรกิจการประกันภัยเป็นต้น

7. เอกสารสิ่งพิมพ์ทางด้านธุรกิจ (Trade Journals) ปัจจุบันสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจของไทยเจริญก้าวหน้าและทันสมัย มีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจอยู่มาก ส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจโดยเฉพาะ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน วารสารขององค์กรหรือสถาบันธุรกิจแต่ละประเภท เช่น วารสารธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ วารสารกระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับความสนใจแของแต่ละบุคคล

8. สถาบันการศึกษา (Educational Institutions) เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถศึกษาค้นคว้าได้ด้วยตัวเองตลอดเวลา เช่น ห้องสมุด หรือการขอเข้ารับคำแนะนำและปรึกษาจากผู้สอนในสถาบัน ในบางครั้งสถาบันต่าง ๆ จะมีการจัดอบรมหรือประชุมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแก่นักธุรกิจและประชาชนทั่วไปอยู่เสมอ

9. การสอบถามจากผู้ซื้อ (Ask to Customer) ผู้ซื้อเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีอย่างหนึ่งของพนักงานขาย เพราะแต่ละคนจะมีแนวคิด ข้อเสนอแนะ และบอกข้อมูลต่าง ๆ ได้มากมายแตกต่างกัน พนักงานขายสามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ และเป็นประสบการณ์เพื่อใช้ในการทำงานของตนเองไปได้เป็นอย่างดี

10. สื่อมวลชนอื่น ๆ (Mass Media) ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีมาก วงการธุรกิจได้นำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้กับกิจการธุรกิจต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ทางธุรกิจจึงเป็นไปได้รวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะนี้สามารถศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินเตอร์เน็ตได้ พนักงานขายทุกคนจึงสามารถใช้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ได้ทั่วโลก

แหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าต่าง ๆ นั้นมีอยู่อีกมากมาย อย่างไรก็ตาม แหล่งข้อมูลจะมีมากเพียงใดก็ไม่เกิดประโยชน์ หากพนักงานขายทุกคนไม่ให้ความสนใจที่จะค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นต่อการรู้จักผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์อย่างไรต่ออาชีพของตน เพราะการที่จะมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ที่ความสนใจและรับผิดชอบของพนักงานขายแต่ละคน

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 1 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจความหมายของผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และในอนาคตนักเรียนเป็นพนักงานขายต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้

1. นักเรียนรู้และเข้าใจความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนรู้และเข้าใจความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์
5. ความสนใจใฝ่รู้
6. ความมีน้ำใจ

เนื้อหาสาระ

1. ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคร่วมกันคิด (Numbered Heads Together)

1. ขั้นนำ

1.1 ครูให้นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนหน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อวิธีการเรียนแบบร่วมมือก่อนเรียน

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยสังเกตจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่รอบ ๆ ตัวนักเรียน

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ว่าในชีวิตประจำวันของนักเรียนมีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนรู้และเข้าใจความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา เรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 1

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความหมายเกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 7 โต๊ะ โดยเป็นโต๊ะที่นักเรียนนั่งประจำกลุ่มอยู่แล้ว ครูกำหนดหมายเลขสมาชิกให้แต่ละกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะมีหมายเลขสมาชิกที่ 1 – 4 หมายเลข 1 เป็นเด็กเก่ง หมายเลข 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และหมายเลข 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูมีซองคำถาม โดยครูสุ่มให้นักเรียนคนใดคนหนึ่งเป็นผู้หยิบซองคำถาม

4.3 ครูอ่านคำถาม จากนั้นครูเรียกหมายเลขใดหมายเลขหนึ่ง ให้หมายเลขนั้นเป็นผู้แข่งขันกันยกมือตอบ กลุ่มไหนยกมือก่อนตอบก่อน

4.4 แข่งขันกันจนครบคำถามที่ครูเตรียมไว้ ให้เลขานุการกลุ่มเป็นผู้รวบรวมคะแนนประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้นเรียน

4.5 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน และให้นักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 1 เรื่อง ความหมายของผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. ใบงานที่ 1 เรื่อง ผลิตภัณฑ์นั้นสำคัญไฉน
4. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
5. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์
6. ซองคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติ เรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

2.2 สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 1 (รายบุคคล)

3.2 ซองคำถาม (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

3.3 แบบสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 1 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มสามารถตอบคำถามได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

4.3 นักเรียนมีคะแนนพฤติกรรมกลุ่มได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาด เพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภค และสามารถสนองความพึงพอใจ ความจำเป็นและความต้องการตลาดได้ (Kolter and Armstrong 1999: 238) จากข้อความนี้จะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงถือว่าธุรกิจจะขายผลประโยชน์ตัวผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นั้นมีความสัมพันธ์ต่อพนักงานขายเป็นอย่างมาก เพราะทำให้การขายผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น หากพนักงานขายมีความรู้ในตัวของผลิตภัณฑ์ที่ดีพอในการถ่ายทอดไปยังผู้บริโภค

ความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานจำเป็นต้องศึกษาเนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมสามารถนำเสนองานขายที่ดีได้ และสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้อีกด้วยหากลูกค้ามีข้อสงสัยจะซักถาม ดังนั้น พนักงานขายที่ดีจึงต้องจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองจะนำไปเสนอให้กับลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวพนักงานขายเอง

2. เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความกระตือรือร้น พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากเท่าใดก็ย่อมสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเองและลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการที่จะเสนองานขายให้กับลูกค้าอีกด้วย

3. ช่วยให้การขายมีชีวิตชีวามากขึ้น พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมเป็นการเตรียมความพร้อมเสมอในการเสนอขายสินค้า ทำให้เกิดความลังเล และการดำเนินงานขายก็เป็นไปอย่างมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น พนักงานขายที่มีประสบการณ์และมีความสามารถสูงจะทำให้การขายประสบผลสำเร็จและทำให้ขายสินค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว

4. ทำให้การเสนองานขายเกิดความสมบูรณ์ เนื่องจากพนักงานขายสามารถเรียบเรียงคำพูดในการขายและตอบคำถามให้ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสิ่งจูงใจทำให้ลูกค้าต้องการสนทนาด้วย ดังนั้นการเสนองานขายจะเกิดความสมบูรณ์ได้ เมื่อพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

5. ทำให้การทำงานสนุกสนาน เมื่อพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีจะทำให้สนุกกับการทำงาน เพราะการสนทนากับลูกค้า

6. ได้รับการสนับสนุนในการทำงาน เนื่องจากพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี ย่อมทำให้การทำงานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายของกิจการ ผลที่พนักงานขายได้รับก็คือ การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งในการทำงานให้สูงขึ้น ผู้บริหารเกิดความพึงพอใจที่พนักงานมีความรู้ความสามารถ ทำให้การเสนองานขายมีประสิทธิภาพและมีผลดีต่อองค์กรธุรกิจด้วย

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 2 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจ สามารถอธิบาย วิเคราะห์ และเห็นความสำคัญของรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความพร้อมที่จะขาย คือ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอย่างละเอียด เพราะผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาดมีมากมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง ซึ่งมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น พนักงานขายจึงควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ

1. นักเรียนรู้และเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนรู้และเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์
3. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
4. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ประเภทของผลิตภัณฑ์ได้

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์

5. ความสนใจใฝ่รู้

6. ความมีน้ำใจ

เนื้อหาสาระ

1. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ประเภทของผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคร่วมกันคิด

1. ขั้นนำ

1.1 ครูและนักเรียนร่วมกันทบทวนเนื้อหาเรื่องความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในคาบที่แล้ว

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยอภิปรายจากภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ครูและนักเรียนเตรียมไว้

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ และพนักงานขายที่มีความพร้อมในการขายจะต้องทราบรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประเภทของผลิตภัณฑ์ อย่างไรบ้าง

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนรู้และเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์

1.5.3 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

1.5.4 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ประเภทของผลิตภัณฑ์ได้

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 2

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 7 โต๊ะ โดยเป็นโต๊ะที่นักเรียนนั่งประจำกลุ่มอยู่แล้ว ครูกำหนดหมายเลขสมาชิกให้แต่ละกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะมีหมายเลขสมาชิกที่ 1 – 4 หมายเลข 1 เป็นเด็กเก่ง หมายเลข 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และหมายเลข 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูมีซองคำถาม โดยครูสุ่มให้นักเรียนคนใดคนหนึ่งเป็นผู้หยิบซองคำถาม

4.3 ครูอ่านคำถาม จากนั้นครูเรียกหมายเลขใดหมายเลขหนึ่ง ให้หมายเลขนั้นเป็นผู้แข่งขันกันยกมือตอบ กลุ่มไหนยกมือก่อนตอบก่อน

4.4 แข่งขันกันจนครบคำถามที่ครูเตรียมไว้ ให้เลขานุการกลุ่มเป็นผู้รวบรวมคะแนนประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้นเรียน

4.5 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน และให้นักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 2 เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์
   ใบงานที่ 2 เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์
3. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
4. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์
5. ซองคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 2 (รายบุคคล)

3.2 ซองคำถาม (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 2 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มสามารถตอบคำถามได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องมีความพร้อมที่จะขาย คือ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอย่างละเอียด เพราะผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาดมีมากมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง ซึ่งมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น พนักงานจึงควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องทำการศึกษาประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง เนื่องจากพนักงานขายต้องนำรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประวัติของผลิตภัณฑ์ไปเสนอขายหรือช่วยเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความภาคภูมิใจที่จะได้ครอบครองตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางชนิดมีลักษณะที่น่าสนใจและมีประวัติความเป็นมาเป็นที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ที่ประวัติความเป็นมาเคยใช้มาตั้งแต่สมัยโบราณจนกระทั่งในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับชีวิตและความเป็นอยู่ในสังคมสมัยใหม่ เป็นต้น (สารสกัด ฝักส้มแขก ชาลดไขมัน ฯลฯ)

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตซึ่งจะบอกรายละเอียดของคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์นั้น เช่น บอกส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคุณภาพ ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติไม่เกิดโทษต่อผู้ใช้ผู้บริโภค เป็นต้น

3. กรรมวิธีการผลิตหรือกระบวนการผลิต

เนื่องจากพนักงานขายควรศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนรับผิดชอบอยู่อย่างละเอียด เพราะกรรมวิธีการผลิตจะทำให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น รายละเอียดที่พนักงานขายต้องศึกษาเช่นกรรมวิธีพิเศษที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนต่าง ๆ ในการผลิต ซึ่งความรู้เหล่านี้พนักงานขายได้มาจากการศึกษาและเยี่ยมชมกรรมวิธีการผลิตในโรงงานหรือจากการซักถามจากบุคคลที่รับผิดชอบโดยตรงกับการผลิตและศึกษาจากคู่มือสินค้าเป็นต้น เมื่อพนักงานขายได้รับความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้แล้วควรทำความเข้าใจและจดจำเฉพาะที่สำคัญ เพื่อนำไปเป็นจุดขาย

4. รูปร่างของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันจะซื้อผลิตภัณฑ์อะไร ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจไปที่รูปร่างลักษณะ ขนาด สีสันของตัวผลิตภัณฑ์นั้น ต้องมีจุดเด่นที่สำคัญสมารถดึงดูดความสนใจไปยังผู้ซื้อ

ในตลาดได้ พนักงานขายจึงต้องมีความรู้ด้านศิลปะบ้าง เพื่อเสนองานขายไปยังลูกค้าได้อย่างแนบเนียนและมั่นใจ ทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมักจะให้ความสำคัญที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องไปศึกษาความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น อาจจะศึกษาจากเอกสารคู่มือหรือสอบถามจากผู้รู้ในด้านฝ่ายผลิตเพื่อนำมาถ่ายทอดให้กับลูกค้าได้ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ คุณภาพด้านการใช้งาน การรับรองคุณภาพมาตรฐานหรือรับรองคุณภาพ เป็นต้น

6. วิธีการใช้และการระวังรักษาผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องทราบวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะถ่ายทอดไปยังลูกค้า ลูกค้าจะได้เกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่พนักงานขายต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้และพร้อมที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นอีกประการหนึ่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ส่วนประกอบกรรมวิธีและการดูแลรักษา เพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าโดยตรง พนักงานขายจึงต้องศึกษาสิ่งเหล่านี้ให้ดี เพื่อถ่ายทอดไปยังลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

7. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายควรต้องแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้างที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพราะสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ คือ ประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น เช่น โทรศัพท์มือถือ ใช้สื่อสารได้อย่างสะดวกสบายทุกสถานที่ทุกเวลา ติดต่องานได้ในช่วงที่สำคัญช่วยเหลือคุณได้ในยามฉุกเฉิน เป็นต้น

8. บริการที่ลูกค้าจะได้รับ

เนื่องจากการบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่พนักงานขายจะต้องศึกษาเรียนรู้ว่านโยบายการให้บริการหลังการขายมีอะไรบ้าง ใช้ระยะเวลาเท่าใด เช่นการรับประกันซ่อมฟรีนานกี่เดือน ขนส่ง หลังจากตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว การประกันคืนเงิน ฯลฯ ดังนั้น พนักงานขายต้องทราบบริการเหล่านี้เพื่อนำไปเสนอให้กับลูกค้าได้ทราบ

ประเภทของผลิตภัณฑ์

การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์

การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์จะจัดตามเกณฑ์ของวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้ของลูกค้า โดยจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ ผลิตภัณฑ์บริโภค และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

1. ผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย (End User) มีวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้เพื่อบริโภคโดยส่วนตัว หรือซื้อมาเพื่อบริโภคในหน่วยของครัวเรือน เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่บุคคลหรือองค์กรธุรกิจซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต แปรรูป หรือใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User)

ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค (Consumer Product)

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อบ่อยครั้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงไม่มากนัก ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น ผงซักฟอก สบู่ น้ำยาล้างจาน ยาสีฟัน แชมพูสระผม เป็นต้น

2 ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ฉพาะตัว เน้นชื่อเสียงตรายี่ห้อ ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อสินค้าโดยส่วนมากสินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคจะมีความจงรักภักดีในตัวสินค้าสูงมาก เช่น เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ที่เน้นตรายี่ห้อ อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องบันทึกเสียงที่เน้นตรายี่ห้อ เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์ที่ไม่แสวงซื้อ (Unsought Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคอาจจะรู้หรือไม่รู้จักก็ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคไม่เห็นความจำเป็นหรือยังไม่ต้องการใช้ (ประกันชีวิต เครื่องทำน้ำแร่ สารานุกรม ฯลฯ)

ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม (Industrial Product)

1. วัตถุดิบ (Raw Materials) หมายถึง สินค้าที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเกิดจากการทำเกษตรกรรม เช่น ป่าไม้ แร่ธาตุ ดิน ทราย ผัก ผลไม้ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

2. วัสดุชิ้นส่วน (Fabricating Materials and Part) หมายถึง ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นชิ้นส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป วัสดุประกอบจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เช่น แผ่นยางพารา ด้าย แป้ง ชิ้นส่วนประกอบ ซึ่งจะนำไปทำเป็นยางรถยนต์ และอะไหล่รถยนต์ จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสู่กระบวนการผลิต

3. สิ่งติดตั้ง (Installations) หมายถึง สินค้าประเภททุน (Capital Item) มีความสำคัญในกระบวนการผลบิต มีอายุการใช้งานนาน มูลค่าสูง เช่น เครื่องจักร อาคาร ฯลฯ

4. อุปกรณ์ประกอบ (Accessory Equipment) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการประกอบการดำเนินการผลิต โดยไม่เกี่ยวกับกระบวนการผลิต เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ดีด โทรสาร โต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ

5. วัสดุสิ้นเปลือง (Operating Supplies) หมายถึง สินค้าที่ใช้ในการดำเนินงานซึ่งมีอายุการใช้งานสั้น มูลค่าต่ำ ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อน้อย เช่น กระดาษ แฟ้ม วัสดุสำนักงาน วัสดุบำรุงรักษา ฯลฯ

6. บริการ (Service) หมายถึง ธุรกิจที่สร้างความสะดวกสบาย ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น บริการขนส่งสินค้า บริการโฆษณา สำนักงานกฎหมาย เป็นต้น

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์

Product Mix หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ในส่วนประสมผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ โดยมีลักษณะดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หมายถึง การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีการใช้งานคล้ายกัน ขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกันมีช่องทางในการกระจายสินค้าคล้ายกัน เช่น ร้านขายรองเท้า มีสายผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรองเท้าเด็ก รองเท้าสุภาพสตรี และรองเท้าสุภาพบุรุษ เป็นต้น

2. รายการผลิตภัณฑ์ (Product Item) หมายถึง ลักษณะหน่วยที่แตกต่างกันภายในสายผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดปลีกย่อยในสายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด ราคา รูปร่าง เป็นต้น

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 3 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจ สามารถอธิบาย วิเคราะห์ และเห็นความสำคัญของส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้และเห็นความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า อีกทั้งพนักงานขายต้องมีความรู้ที่จะพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ

1. นักเรียนรู้และเข้าใจส่วนประสมของผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนรู้และเข้าใจองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ได้
4. นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์

5. ความสนใจใฝ่รู้

6. ความมีน้ำใจ

เนื้อหาสาระ

1. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์

2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคร่วมกันคิด

1. ขั้นนำ

1.1 ครูและนักเรียนร่วมกันทบทวนเนื้อหาเรื่องรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ ในคาบที่แล้ว

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอภิปรายจากภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และแผ่นพับโฆษณาสินค้าที่ครูและนักเรียนเตรียมไว้

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้และเห็นความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า อีกทั้งพนักงานขายต้องมีความรู้ที่จะพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจส่วนประสมของผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนรู้และเข้าใจองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1.5.3 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ได้

1.5.4 นักเรียนสามารถอธิบายและวิเคราะห์องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point / ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 3

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า ในเรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 7 โต๊ะ โดยเป็นโต๊ะที่นักเรียนนั่งประจำกลุ่มอยู่แล้ว ครูกำหนดหมายเลขสมาชิกให้แต่ละกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะมีหมายเลขสมาชิกที่ 1 – 4 หมายเลข 1 เป็นเด็กเก่ง หมายเลข 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และหมายเลข 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูมีซองคำถาม โดยครูสุ่มให้นักเรียนคนใดคนหนึ่งเป็นผู้หยิบซองคำถาม

4.3 ครูอ่านคำถาม จากนั้นครูเรียกหมายเลขใดหมายเลขหนึ่ง ให้หมายเลขนั้นเป็นผู้แข่งขันกันยกมือตอบ กลุ่มไหนยกมือก่อนตอบก่อน

4.4 แข่งขันกันจนครบคำถามที่ครูเตรียมไว้ ให้เลขานุการกลุ่มเป็นผู้รวบรวมคะแนน ประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้นเรียน

4.5 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน และให้นักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 3 เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
   ใบงานที่ 3 เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
4. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า
5. ซองคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 3 (รายบุคคล)

3.2 ซองคำถาม (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 3 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มสามารถตอบคำถามได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์

Product Mix หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ในส่วนประสมผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ โดยมีลักษณะดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หมายถึง การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีการใช้งานคล้ายกัน ขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกันมีช่องทางในการกระจายสินค้าคล้ายกัน เช่น ร้านขายรองเท้า มีสายผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรองเท้าเด็ก รองเท้าสุภาพสตรี และรองเท้าสุภาพบุรุษ เป็นต้น

2. รายการผลิตภัณฑ์ (Product Item) หมายถึง ลักษณะหน่วยที่แตกต่างกันภายในสายผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดปลีกย่อยในสายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด ราคา รูปร่าง เป็นต้น

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

การพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้โดยแบ่งคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้า เช่น ซื้อบ้านมีประโยชน์พื้นฐานเป็นที่พักอาศัย เป็นต้น

2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Tangible Product or Formal Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น คุณภาพ (Quality) รูปร่างลักษณะ (Feature) เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง คุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อการซื้อสินค้า ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะต้องคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า เช่น บริการก่อนและหลังการขาย การติดตั้ง การขนส่ง การรับประกัน การให้สินเชื่อ เป็นต้น

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์ควบทั้งหมดที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต เช่น การพัฒนารูปแบบใหม่ๆ บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นต้น

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4

ชื่อวิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201 – 1004 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย
หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สัปดาห์ที่ 3 จำนวน 3 ชั่วโมง

ชื่องาน/งานที่ปฏิบัติ

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวคิด

การนำเสนองานขายสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาถึงรายละเอียดในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดีเสียก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในคุณสมบัติของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ดังนั้น ในหน่วยนี้จึงนำเสนอประเด็นที่สำคัญ ๆ เกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในงานขาย

สาระสำคัญ

นักเรียนรู้และเข้าใจ สามารถอธิบาย แสวงหา และเห็นประโยชน์ของแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการแสวงหาค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

สมรรถนะที่พึงประสงค์ (ความรู้ ทักษะ จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ)

ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ

1. นักเรียนรู้และเข้าใจแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. นักเรียนสามารถอธิบายและแสวงหาแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้
3. นักเรียนเห็นประโยชน์ของแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ด้านจริยธรรม

1. ความมีวินัย
2. ความรับผิดชอบ
3. ความซื่อสัตย์
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์
5. ความสนใจใฝ่รู้
6. ความมีน้ำใจ

เนื้อหาสาระ

1.แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการเรียนการสอน เทคนิคร่วมกันคิด

1. ขั้นนำ

1.1 ครูและนักเรียนร่วมกันทบทวนเนื้อหาเรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ในคาบที่แล้ว

1.2 ครูและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยอภิปรายจากผลิตภัณฑ์ แฟ้มขาย คู่มือขาย คู่มือสินค้า เอกสารสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ ที่ครูและนักเรียนเตรียมไว้

1.3 ครูและนักเรียนร่วมกันสนทนาถึง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการแสวงหาค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

1.4 ครูทบทวนกระบวนการกลุ่มขณะปฏิบัติกิจกรรม

1.5 ครูแจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้พร้อมเงื่อนไขต่าง ๆ และเกณฑ์การประเมินผลในการเรียนการสอน เรื่องส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักเรียนต้องบรรลุวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.5.1 นักเรียนรู้และเข้าใจแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.5.2 นักเรียนสามารถอธิบายและแสวงหาแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

1.5.3 นักเรียนเห็นประโยชน์ของแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2. ขั้นสอน

2.1 ครูให้นักเรียนแต่ละคนศึกษาเนื้อหา ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point / แฟ้มขาย / คู่มือขาย / คู่มือสินค้า / เอกสารสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ

2.2 ให้นักเรียนแต่ละคนทำกิจกรรมการเรียนรู้จากใบงานที่ 4

2.3 นักเรียนแต่ละคนตรวจสอบผลการทำกิจกรรมการเรียนรู้ โดยดูจากเฉลยที่ครูเตรียมไว้

3. ขั้นจัดทีม

3.1 ครูแบ่งกลุ่มนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยคละนักเรียนออกเป็นเด็กเก่ง ปานกลาง และอ่อน โดยใช้สัดส่วน 1:2:1 แล้วให้นักเรียนเลือกประธานและเลขานุการกลุ่ม

3.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มประเมินความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา จากหนังสือตำรา /ใบความรู้/ การสอนโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point /ตัวอย่างผลิตภัณฑ์/แผ่นพับโฆษณาสินค้า ในเรื่องแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยให้เด็กเก่งอธิบายเพิ่มเติมและตั้งคำถามกับสมาชิก

3.3 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันพัฒนาองค์กรความรู้ของสมาชิก ที่ได้รับจากการศึกษาเพื่อเตรียมการแข่งขัน

4. ขั้นการแข่งขัน

4.1 ครูจัดโต๊ะแข่งขันจำนวน 7 โต๊ะ โดยเป็นโต๊ะที่นักเรียนนั่งประจำกลุ่มอยู่แล้ว ครูกำหนดหมายเลขสมาชิกให้แต่ละกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะมีหมายเลขสมาชิกที่ 1 – 4 หมายเลข 1 เป็นเด็กเก่ง หมายเลข 2 และ 3 เป็นเด็กปานกลาง และหมายเลข 4 เป็นเด็กอ่อน

4.2 ครูมีซองคำถาม โดยครูสุ่มให้นักเรียนคนใดคนหนึ่งเป็นผู้หยิบซองคำถาม

4.3 ครูอ่านคำถาม จากนั้นครูเรียกหมายเลขใดหมายเลขหนึ่ง ให้หมายเลขนั้นเป็นผู้แข่งขันกันยกมือตอบ กลุ่มไหนยกมือก่อนตอบก่อน

4.4 แข่งขันกันจนครบคำถามที่ครูเตรียมไว้ ให้เลขานุการกลุ่มเป็นผู้รวบรวมคะแนนประธานนำเสนอคะแนนหน้าชั้นเรียน

4.5 ครูให้รางวัลกลุ่มที่ได้คะแนนรวมสูงสุดเป็นกลุ่มชนะเลิศ

5. ขั้นสรุป

นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันสรุปผลการทำแบบทดสอบที่ใช้ในการแข่งขัน และให้นักเรียนแต่ละคนสรุปเนื้อหาลงในสมุด

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือตำรา
2. ใบความรู้ที่ 4 เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ใบงานที่ 4 เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. การสอนเนื้อหาโดยใช้โปรแกรม Microsoft Power Point
4. แฟ้มขาย / คู่มือขาย / คู่มือสินค้า / เอกสารสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ
5. ซองคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

การประเมินผล

1. สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล

1.1 ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านเจตคติ แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการกลุ่ม

2. วิธีการประเมิน

2.1 ทดสอบความรู้เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้ใบงาน และคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน

2.2 ทดสอบความรู้ หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 ฉบับเดิม

2.3 สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

2.4 ศึกษาความพึงพอใจหลังได้รับการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคนิคร่วมกันคิด

3. เครื่องมือที่ใช้ประเมิน

3.1 ใบงานที่ 4 (รายบุคคล)

3.2 ซองคำถาม (แข่งขันเป็นกลุ่ม)

3.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3.4 แบบสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

3.5 แบบสอบถามความพึงพอใจ

4. เกณฑ์การประเมิน

4.1 นักเรียนทำใบงานที่ 4 ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มสามารถตอบคำถามได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

4.3 นักเรียนทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนรายบุคคล)

4.4 นักเรียนมีคะแนนพฤติกรรมกลุ่มได้คะแนนร้อยละ 60 ผ่านเกณฑ์ (คะแนนกลุ่ม)

4.5 นักเรียนมีความพึงพอใจหลังได้รับการเรียนวิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคนิคทีมร่วมกันคิด อยู่ในระดับมาก

บันทึกผลหลังการจัดการเรียนรู้

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาข้อเสนอแนะ

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรรจิรา สมานเดชา)

ครูผู้สอน

วันที่.....

เนื้อหา

พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ข้อมูลเบื้องต้นที่ดีที่สุดก็คือ ข้อมูลที่ได้จากตัวสินค้านั้น ๆ เพราะจะเรียนรู้ได้จากของจริง ทั้งจากฉลากหรือรายละเอียดทั้งบนกล่องและใบแทรกในกล่อง

2. แฟ้มขาย (Sales Portfolio) สถานประกอบการต่าง ๆ จะจัดแฟ้มข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไว้ให้ผู้ซื้อดู ซึ่งจะมีข้อมูลต่าง ๆ เช่น รูปภาพสินค้า ข้อมูลทางด้านสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. คู่มือขาย (Sales Manual) คือ เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและวิธีดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น วิธีการจัดทำใบสั่งซื้อ รายงานการทำงานบัญชีค่าใช้จ่าย ฯลฯ รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ในงานขายแก่พนักงานขาย

4. ข้อมูลสินค้า (Product Manual) คือ เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแต่ละประเภท เช่น คู่มือกล้องถ่ายรูป คู่มือวิทยุ ซึ่งในคู่มือจะมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นส่วนประกอบ วิธีการใช้ การดูแลรักษา ฯลฯ พนักงานขายควรได้ศึกษาข้อมูลนี้ก่อนที่จะเสนอขาย เพื่อที่จะได้เสนอแนะแก่ผู้ซื้อได้ถูกต้องแม่นยำ

5. การอบรมและรับคำแนะนำจากองค์กร (Training) บริษัท ห้างร้านหรือสถานประกอบการต่างๆ ควรจัดหรือสนับสนุนการฝึกอบรมด้านการขาย รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่พนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างผู้ที่ประกอบอาชีพเดียวกัน

6. สถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ (Business Institutions) พนักงานขายสามารถค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์ได้จากสถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคาร สมาคมของกลุ่มพ่อค้าต่าง ๆ และธุรกิจการประกันภัยเป็นต้น

7. เอกสารสิ่งพิมพ์ทางด้านธุรกิจ (Trade Journals) ปัจจุบันสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจของไทยเจริญก้าวหน้าและทันสมัย มีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจอยู่มาก ส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจโดยเฉพาะ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน วารสารขององค์กรหรือสถาบันธุรกิจแต่ละประเภท เช่น วารสารธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ วารสารกระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับความสนใจแของแต่ละบุคคล

8. สถาบันการศึกษา (Educational Institutions) เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถศึกษาค้นคว้าได้ด้วยตัวเองตลอดเวลา เช่น ห้องสมุด หรือการขอเข้ารับคำแนะนำและปรึกษาจากผู้สอนในสถาบัน ในบางครั้งสถาบันต่าง ๆ จะมีการจัดอบรมหรือประชุมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแก่นักธุรกิจและประชาชนทั่วไปอยู่เสมอ

9. การสอบถามจากผู้ซื้อ (Ask to Customer) ผู้ซื้อเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีอย่างหนึ่งของพนักงานขาย เพราะแต่ละคนจะมีแนวคิด ข้อเสนอแนะ และบอกข้อมูลต่าง ๆ ได้มากมายแตกต่างกัน พนักงานขายสามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ และเป็นประสบการณ์เพื่อใช้ในการทำงานของตนเองไปได้เป็นอย่างดี

10. สื่อมวลชนอื่น ๆ (Mass Media) ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีมาก วงการธุรกิจได้นำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้กับกิจการธุรกิจต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ทางธุรกิจจึงเป็นไปได้รวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะนี้สามารถศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินเตอร์เน็ตได้ พนักงานขายทุกคนจึงสามารถใช้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ได้ทั่วโลก

แหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าต่าง ๆ นั้นมีอยู่อีกมากมาย อย่างไรก็ตาม แหล่งข้อมูลจะมีมากเพียงใดก็ไม่เกิดประโยชน์ หากพนักงานขายทุกคนไม่ให้ความสนใจที่จะค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นต่อการรู้จักผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์อย่างไรต่ออาชีพของตน เพราะการที่จะมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ที่ความสนใจและรับผิดชอบของพนักงานขายแต่ละคน

ใบความรู้ที่ 1

หน่วยที่ 5

เรื่อง ความหมายของผลิตภัณฑ์ และความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาด เพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภค และสามารถสนองความพึงพอใจ ความจำเป็นและความต้องการตลาดได้ (Kolter and Armstrong, 1999: 238) จากข้อความนี้จะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงถือว่าธุรกิจจะขายผลประโยชน์ตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

** นักธุรกิจหรือนักขายที่มีจรรยาบรรณ จะต้องไม่ขายผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ต้องคำนึงถึงความมั่นคงและยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจ มากกว่าการแสวงหาผลประโยชน์ระยะสั้น ฉะนั้นจะต้องมีความรอบรู้ในธุรกิจที่ตนดำเนินการอยู่ และมีการศึกษาข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ มีความรอบคอบในการตัดสินใจในแต่ละครั้ง เพื่อป้องกันข้อบกพร่องเสียหายต่าง ๆ ไม่ให้เกิดขึ้น และต้องมีคุณธรรม คือ มีความซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบอาชีพ ไม่ผลิตหรือขายสินค้าที่ก่อโทษหรือสร้างปัญหาให้กับคนในสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความขยันหมั่นเพียร อดทนในการพัฒนาธุรกิจไม่ให้มีความบกพร่อง และก้าวหน้าไปอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตการปรับปรุงสินค้าและคุณภาพให้ทันกับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและในขณะเดียวกัน ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม และระบบนิเวศวิทยา ในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ โดยการรักษาสมดุล ในการแบ่งปันผลประโยชน์ของธุรกิจในระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ อย่างสมเหตุสมผล ตั้งแต่ผู้บริโภค พนักงาน บริษัทคู่ค้า ผู้ถือหุ้น และสังคมวงกว้างรวมถึงสิ่งแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, 2551: 200)

ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นั้นมีความสัมพันธ์ต่อพนักงานขายเป็นอย่างมาก เพราะทำให้การขายผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น หากพนักงานขายมีความรู้ในตัวของผลิตภัณฑ์ที่ดีพอในการถ่ายทอดไปยังผู้บริโภค

ความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานจำเป็นต้องศึกษาเนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมสามารถนำเสนองานขายที่ดีได้ และสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้อีกด้วยหากลูกค้ามีข้อสงสัยจะซักถาม ดังนั้น พนักงานขายที่ดีจึงต้องจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองจะนำไปเสนอให้กับลูกค้า เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตัวพนักงานขายเอง

2. เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความกระตือรือร้น พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากเท่าใดก็ย่อมสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเองและลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการที่จะเสนองานขายให้กับลูกค้าอีกด้วย

3. ช่วยให้การขายมีชีวิตชีวามากขึ้น พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย่อมเป็นการเตรียมความพร้อมเสมอในการเสนอขายสินค้า ทำให้เกิดความลังเล และการดำเนินงานขายก็เป็นไปอย่างมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น พนักงานขายที่มีประสบการณ์และมีความสามารถสูงจะทำให้การขายประสบผลสำเร็จและทำให้ขายสินค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว

4. ทำให้การเสนองานขายเกิดความสมบูรณ์ เนื่องจากพนักงานขายสามารถเรียบเรียงคำพูดในการขายและตอบคำถามให้ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นสิ่งจูงใจทำให้ลูกค้าต้องการสนทนาด้วย ดังนั้นการเสนองานขายจะเกิดความสมบูรณ์ได้ เมื่อพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

5. ทำให้การทำงานสนุกสนาน เมื่อพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีจะทำให้สนุกกับการทำงาน เพราะการสนทนากับลูกค้า

6. ได้รับการสนับสนุนในการทำงาน เนื่องจากพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี ย่อมทำให้การทำงานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายของกิจการ ผลที่พนักงานขายได้รับก็คือ การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งในการทำงานให้สูงขึ้น ผู้บริหารเกิดความพึงพอใจที่พนักงานมีความรู้ความสามารถ ทำให้การเสนองานขายมีประสิทธิภาพและมีผลดีต่อองค์กรธุรกิจด้วย

**นอกจากนักธุรกิจ/นักขายจะให้ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้วจะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบขององค์กรต่อสิ่งแวดล้อมหรือCESR (Corporate Environmental and Social Responsibility) ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทควรมี หลายองค์กรธุรกิจได้ทำ CESR

โดยบอกว่า กำไรก่อนแล้วจะคืนกำไรสู่สังคม แต่ถ้ามีการบริหารจัดการธุรกิจตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในระหว่างการจัดซื้อ การผลิต การทำงาน การหากำไร ต้องเป็นไปอย่างสมดุล คือไม่เบียดเบียนสังคม ไม่ส่งผลกระทบทางลบต่อผู้อื่นในสังคม ถ้าแบ่งปัน ช่วยเหลือสังคมด้วยก็ยิ่งดี และที่สำคัญต้องคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ทำอย่างไรจะแสวงหากำไรทางเศรษฐกิจโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ยกตัวอย่างเช่น มีข่าวออกมาแล้วว่า มีสารโลหะตกค้างในเครื่องสำอางที่มีชื่อเสียง ที่พิสูจน์ได้แล้วประมาณ 5 ยี่ห้อ ระหว่างการผลิต ถ้าไม่มีความรอบคอบ ทิ้งสารตะกอนตกค้างเอาไว้ ก็ถือว่าไม่ดำเนินธุรกิจอย่างพอเพียง เพราะไม่ก้าวหน้าไปอย่างสมดุล แต่เอาเปรียบผู้บริโภค ไม่มีความรอบคอบ ระหว่างการผลิต ทิ้งสารตกตะกอนเอาไว้ ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ก็ถือว่าไม่เพียงพอ(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, 2551: 183)

ใบความรู้ที่ 2

หน่วยที่ 5
เรื่อง รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องมีความพร้อมที่จะขาย คือ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอย่างละเอียด เพราะผลิตภัณฑ์ที่วางขายในท้องตลาดมีมากมาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง ซึ่งมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น พนักงานจึงควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องทำการศึกษาประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง เนื่องจากพนักงานขายต้องนำรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประวัติของผลิตภัณฑ์ไปเสนอขายหรือช่วยเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความภาคภูมิใจที่จะได้ครอบครองตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางชนิดมีลักษณะที่น่าสนใจและมีประวัติความเป็นมาเป็นที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ที่ประวัติความเป็นมาเคยใช้มาตั้งแต่สมัยโบราณจนกระทั่งในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับชีวิตและความเป็นอยู่ในสังคมสมัยใหม่ เป็นต้น (สารสกัด ฝักส้มแขก ชาลดไขมัน ฯลฯ)

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตซึ่งจะบอกรายละเอียดของคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์นั้น เช่น บอกส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคุณภาพ ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติไม่เกิดโทษต่อผู้ใช้ผู้บริโภค เป็นต้น

3. กรรมวิธีการผลิตหรือกระบวนการผลิต

เนื่องจากพนักงานขายควรศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนรับผิดชอบอยู่อย่างละเอียด เพราะกรรมวิธีการผลิตจะทำให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น รายละเอียดที่พนักงานขายต้องศึกษาเช่นกรรมวิธีพิเศษที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนต่าง ๆ ในการผลิต ซึ่งความรู้เหล่านี้พนักงานขายได้มาจากการศึกษาและเยี่ยมชมกรรมวิธีการผลิตในโรงงาน

หรือจากการซักถามจากบุคคลที่รับผิดชอบโดยตรงกับการผลิตและศึกษาจากคู่มือสินค้าเป็นต้น เมื่อพนักงานขายได้รับความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้แล้วควรทำความเข้าใจและจดจำเฉพาะที่สำคัญ เพื่อนำไปเป็นจุดขาย

4. รูปร่างของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันจะซื้อผลิตภัณฑ์อะไร ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจไปที่รูปร่างลักษณะ ขนาด สีสันของตัวผลิตภัณฑ์นั้น ต้องมีจุดเด่นที่สำคัญสมารถดึงดูดความสนใจไปยังผู้ซื้อในตลาดได้ พนักงานขายจึงต้องมีความรู้ด้านศิลปะบ้าง เพื่อเสนองานขายไปยังลูกค้าได้อย่างแนบเนียนและมั่นใจ ทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมักจะให้ความสำคัญที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องไปศึกษาความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น อาจจะศึกษาจากเอกสารคู่มือหรือสอบถามจากผู้รู้ในด้านฝ่ายผลิตเพื่อนำมาถ่ายทอดให้กับลูกค้าได้ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ คุณภาพด้านการใช้งาน การรับรองคุณภาพมาตรฐานหรือรับรองคุณภาพ เป็นต้น

6. วิธีการใช้และการระวังรักษาผลิตภัณฑ์

พนักงานขายต้องทราบวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะถ่ายทอดไปยังลูกค้า ลูกค้าจะได้เกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่พนักงานขายต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้และพร้อมที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นอีกประการหนึ่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ส่วนประกอบกรรมวิธีและการดูแลรักษา เพื่อผลประโยชน์ของลูกค้าโดยตรง พนักงานขายจึงต้องศึกษาสิ่งเหล่านี้ให้ดี เพื่อถ่ายทอดไปยังลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

7. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

พนักงานขายควรต้องแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์อย่างไรบ้างที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพราะสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ คือ ประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น เช่น โทรศัพท์มือถือ ใช้สื่อสารได้อย่างสะดวกสบายทุกสถานที่ทุกเวลา ติดต่องานได้ในช่วงที่สำคัญช่วยเหลือคุณได้ในยามฉุกเฉิน เป็นต้น

8. บริการที่ลูกค้าจะได้รับ

เนื่องจากการบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่พนักงานขายจะต้องศึกษาเรียนรู้ว่านโยบายการให้บริการหลังการขายมีอะไรบ้าง ใช้ระยะเวลาเท่าใด เช่นการรับประกันซ่อมฟรีนานกี่เดือน ขนส่ง หลังจากตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว การประกันคืนเงิน ฯลฯ ดังนั้น พนักงานขายต้องทราบบริการเหล่านี้เพื่อนำไปเสนอให้กับลูกค้าได้ทราบ

ประเภทของผลิตภัณฑ์

การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์

การจัดประเภทของผลิตภัณฑ์จะจัดตามเกณฑ์ของวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้ของลูกค้า โดยจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ ผลิตภัณฑ์บริโภค แลผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

1. ผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย (End User) มีวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้เพื่อบริโภคโดยส่วนตัวหรือซื้อมาเพื่อบริโภคในหน่วยของครัวเรือน เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่บุคคลหรือองค์กรธุรกิจซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต แปรรูป หรือใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User)

ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค (Consumer Product)

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อบ่อยครั้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงไม่มากนัก ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น ผงซักฟอก สบู่ น้ำยาล้างจาน ยาสีฟัน แชมพูสระผม เป็นต้น

2 ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ฉพาะตัว เน้นชื่อเสียงตรายี่ห้อ ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อสินค้าโดยส่วนมากสินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคจะมีความจงรักภักดีในตัวสินค้าสูงมาก เช่น เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ที่เน้นตรายี่ห้อ อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องบันทึกเสียงที่เน้นตรายี่ห้อ เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์ที่ไม่แสวงซื้อ (Unsought Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคอาจจะรู้หรือไม่รู้จักก็ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคไม่เห็นความจำเป็นหรือยังไม่ต้องการใช้ (ประกันชีวิต เครื่องทำน้ำแร่ สารุนุกรม ฯลฯ)

ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม (Industrial Product)

1. วัตถุดิบ (Raw Materials) หมายถึง สินค้าที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเกิดจากการทำเกษตรกรรม เช่น ป่าไม้ แร่ธาตุ ดิน ทราย ผัก ผลไม้ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น

2. วัสดุชิ้นส่วน (Fabricating Materials and Part) หมายถึง ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นชิ้นส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป วัสดุประกอบจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เช่น

แผ่นยางพารา ด้าย แป้ง ชิ้นส่วนประกอบ ซึ่งจะนำไปทำเป็นยางรถยนต์ และอะไหล่รถยนต์ จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างสู่กระบวนการผลิต

3. สิ่งติดตั้ง (Installations) หมายถึง สินค้าประเภททุน (Capital Item) มีความสำคัญในกระบวนการผลบิต มีอายุการใช้งานนาน มูลค่าสูง เช่น เครื่องจักร อาคาร ฯลฯ

4. อุปกรณ์ประกอบ (Accessory Equipment) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการประกอบการดำเนินการผลิต โดยไม่เกี่ยวกับกระบวนการผลิต เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ดีด โทรสาร โต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ

5. วัสดุสิ้นเปลือง (Operating Supplies) หมายถึง สินค้าที่ใช้ในการดำเนินงานซึ่งมีอายุการใช้งานสั้น มูลค่าต่ำ ผู้ซื้อใช้ความพยายามในการซื้อน้อย เช่น กระดาษ แฟ้ม วัสดุสำนักงาน วัสดุบำรุงรักษา ฯลฯ

6. บริการ (Service) หมายถึง ธุรกิจที่สร้างความสะดวกสบาย ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น บริการขนส่งสินค้า บริการโฆษณา สำนักงานกฎหมาย เป็นต้น

ตัวอย่างรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

หมวดหมู่สินค้าของ Columbia

บริษัท Columbia มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายครอบคลุมกิจกรรมกลางแจ้งเกือบทุกประเภท

Titanium สินค้าที่เน้นการใช้งานที่มีสมรรถนะสูงอย่างเช่น การเล่นสกี, ไต่ภูเขา, ปีนหน้าผา, การเดินป่า และกิจกรรมอื่นๆที่ต้องเน้นคุณสมบัติพิเศษของตัวผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่ม ความมั่นใจแก่ผู้สวมใส่ในการทำกิจกรรมในลักษณะนี้

Convert เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อผู้สวมใส่ที่ต้องทำกิจกรรมในสภาพอากาศที่หนาวเย็นจัดโดย Columbia จะเน้นทั้งความอบอุ่นเวลาสวมใส่และดีไซน์ที่สวยงาม

Core เป็นสินค้าที่เน้นกิจกรรมกลางแจ้งที่ไม่ต้องการคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สูงเหมือน Titanium โดยจะเน้นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่ราคาไม่สูงมากแต่ก็ยังคงต้องการ สมรรถนะที่ดีของสินค้าเพื่อใช้ทำกิจกรรมกลางแจ้งที่ไม่สมบุกสมบันมากนัก

PFG เป็นอุปกรณ์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อกิจกรรมการตกปลาเป็นหลัก โดยสินค้าของ Columbia จะเน้นที่ความรู้สึกสบายในการสวมใส่และการใช้สอยที่ง่ายในระหว่างทำกิจกรรม ในปี

2008 ทาง Columbia ได้ทำการเปิดตัวสามเทคโนโลยีล่าสุดที่ได้รับการพัฒนาและเป็นสามเทคโนโลยีหลักที่ถูกนำเข้ามาใช้ในการผลิตสินค้าของ Columbia

ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์ต่างๆของ Columbia [Apparel]

Omni-Shade Technology

เป็นเทคโนโลยีที่ถูกนำมาผลิตสินค้าประเภทเสื้อผ้าของ Columbia ซึ่งเทคโนโลยีตัวนี้สามารถทำให้เสื้อผ้าของ Columbia ป้องกันผลกระทบจากการทำกิจกรรมกลางแจ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสูงกว่าประสิทธิภาพของครีมกันแดดที่ใช้เทคโนโลยี SPF เป็นอย่างมากเพราะเทคโนโลยี UPF [Ultraviolet Protection Factor] ของ Omni-Shade นั้นไม่เพียงแต่ป้องกันแสงแดดจากดวงอาทิตย์อย่างเช่นครีมกันแดดหรือเสื้อผ้าทั่วไปเท่านั้น แต่ UPF ยังสามารถป้องกันรังสี UV ที่เป็นต้นเหตุของโรคมะเร็งผิวหนังที่มาพร้อมกับแสงแดดได้ด้วย เทคโนโลยี นี้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นทางออกสำหรับผู้ที่ต้องการลดความเสี่ยงของโรค มะเร็งผิวหนังที่เกิดจากการทำกิจกรรมกลางแจ้งโดยไม่ต้องพึ่งพาครีมกันแดด Omni-Shade เทคโนโลยีจึงสามารถช่วยให้ผู้สวมใส่สามารถทำกิจกรรมกลางแจ้งได้นานมากขึ้น โดยได้รับผลกระทบจากแสงแดดในปริมาณที่ต่ำมาก นอกจากการปกป้องสุขภาพของผู้สวมใส่จากแสงแดดแล้วทาง Columbia ยังคงให้ความสำคัญกับรูปทรงของเสื้อผ้าที่เน้นความสบายในการสวมใส่และการดีไซด์ที่ทันสมัยควบคู่กันไปด้วย

UPF Protection

มีหลายปัจจัยที่ทำให้สินค้าของ Columbia มีความสามารถในการป้องกันรังสีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1. ความแน่นจากรูปแบบการทอของวัสดุหรือเนื้อผ้าที่ใช้ผลิตสินค้าของ Columbia
2. ความเหนียวจากตัวเนื้อวัสดุหรือเนื้อผ้าที่ใช้ผลิตสินค้าของ Columbia
3. เทคโนโลยีของตัวเนื้อผ้าหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต
4. การเลือกใช้สีในแต่ละผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความเหมาะสมต่อกิจกรรมกลางแจ้งอย่างเช่นสีโทนเข้มจะมีคุณสมบัติในการดูดซับแสง UV ได้ดีจึงทำให้อัตราการป้องกันแสงUV ได้ดีกว่าสีโทนอ่อน

Waterproof rating

ระบบกันน้ำของเนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ Columbia นั้นสามารถป้องกันน้ำได้นานมากกว่า 24 ชั่วโมงซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำที่อยู่บนตัวเนื้อผ้าด้วย โดยผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี Omni-Tech นั้นมีมาตรฐานการรองรับน้ำสูงถึง 3000 มิลลิเมตร - 20000 มิลลิเมตรซึ่งสินค้าทุกตัวของ Columbia ที่ใช้เทคโนโลยี Omni-Tech นั้นมีระบบป้องกันน้ำทั้งหมดแต่ประสิทธิภาพจะแตกต่างไปตามรุ่นของสินค้า

Durable Water Repellent

Columbia ได้นำเทคโนโลยีการกำจัดน้ำบนพื้นผิวของเนื้อผ้าเพื่อช่วยเสริมประสิทธิภาพการทำงานของระบบการป้องกันน้ำเข้าไปสู่ตัวเสื้อผ้าได้ดีขึ้น โดยเทคโนโลยี Durable Water Repellent นั้นจะถูกนำมาเคลือบบนเนื้อผ้าเพื่อทำให้น้ำหรือละอองน้ำไม่สามารถเกาะอยู่บนเนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ Columbia ได้ ซึ่งเทคโนโลยี Durable Water Repellent นั้นจะทำงานแบบเดียวกับระบบรูขุมขนของมนุษย์ซึ่งเล็กมากๆทำให้น้ำที่มีความหนาแน่นสูงไม่สามารถซึมผ่านไปได้ ซึ่งเมื่อหยดน้ำไม่สามารถซึมผ่านพื้นผิวชั้นแรกที่ใช้เทคโนโลยีนี้นั้นก็จะทำให้ หยดน้ำถูกกำจัดลงพื้นโดยแรงดึงดูดของโลกเนื่องจากน้ำเป็นสสารที่มีน้ำหนัก

ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค (Consumer Products)

ความหมาย ผลิตภัณฑ์บริโภค (Consumer Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย (End User) มีวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้เพื่อบริโภคโดยส่วนตัวหรือซื้อมาเพื่อบริโภคในหน่วยของครัวเรือน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคจำแนกได้ 4 ประเภท ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience products) หมายถึงสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้อย่างสะดวก มีวางจำหน่ายตา,ร้านค้าโดยทั่วไปเป็นสินค้าที่ใช้อุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามอาจจะแบ่งผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อเป็นผลิตภัณฑ์ซื้อประจำ ได้แก่อาหาร สบู่ ผงซักฟอก สบู่ น้ำยาล้างจาน ยาสีฟัน แชมพูสระผม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ซื้อเมื่อถูกกระตุ้น เช่น การซื้อข้าวสารบรรจุถุงชนิดที่มีของแถม การซื้อสบู่นกแก้วเพราะมีการลดราคา และผลิตภัณฑ์ซื้อฉุกเฉิน ได้แก่ ยารักษาแผลสด บริการรถพยาบาล เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (เปรียบเทียบซื้อ) (Shopping Products) หมายถึงสินค้าประเภทที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบด้านคุณภาพ ราคา หรือรูปแบบ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้เพราะสินค้าเหล่านั้นมีคุณภาพ ระดับราคา หรือรูปแบบที่ต่างกัน ผู้ซื้อจะใช้ความพยายามในการแสวงหาซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของตนมากที่สุด ดังนั้นการซื้อผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบซื้อจะใช้เวลาในการซื้อนานกว่าผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ ผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบซื้อมีทั้งชนิดที่เป็นสินค้าแบบเดียวกัน และสินค้าต่างแบบ หากเป็นสินค้าแบบเดียวกัน ผู้ซื้อจะเน้นคุณภาพ และราคาเป็นสำคัญ แต่ถ้าเป็นสินค้าที่ต่างแบบกัน ผู้ซื้อจะเลือกรูปแบบก่อน แล้วค่อยพิจารณาคุณภาพ และราคาในลำดับต่อมา ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบซื้อได้แก่รถยนต์ เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า บ้าน

3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty Products) หมายถึงสินค้าที่คุณสมบัติหรือลักษณะเฉพาะพิเศษตรงใจของผู้ซื้อเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจล่วงหน้าเกี่ยวกับการซื้อสินค้า การใช้ความพยายามในการซื้อจะสูงมาก ดังนั้นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อไม่จำเป็นต้องวางจำหน่ายอย่างกว้างขวางและทั่วถึง ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อมักจะเป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานนาน ราคาต่อหน่วยสูง เช่น เครื่องดนตรี ของใช้หรูหรา ที่เน้นตรายี่ห้อ เครื่องแต่งกายที่เน้นตรายีห้อ อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องบันทึกเสียงที่เน้นตรายี่ห้อเป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ (Unsought Products) หมายถึงสินค้าที่ผู้ซื้อไม่มีความต้องการซื้ออันเนื่องมาจากเห็นว่าไม่มีความจำเป็น หรือไม่รู้มาก่อนว่ามีผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นวางจำหน่าย อย่างไรก็ตามหากผู้ขายใช้ความพยายามในการขายให้มากก็สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้ ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อสำหรับบ้านเราได้แก่ ประกันชีวิต อุปกรณ์ชูชีพ เครื่องทำน้ำแร่ หนังสือสารานุกรม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

ใบความรู้ที่ 3

หน่วยที่ 5
เรื่อง ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมผลิตภัณฑ์

Product Mix หมายถึง กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย ในส่วนประสมผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ โดยมีลักษณะดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ (Product Line) หมายถึง การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีการใช้งานคล้ายกัน ขายให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกันมีช่องทางในการกระจายสินค้าคล้ายกัน เช่น ร้านขายรองเท้า มีสายผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยรองเท้าเด็ก รองเท้าสุภาพสตรี และรองเท้าสุภาพบุรุษ เป็นต้น

2. รายการผลิตภัณฑ์ (Product Item) หมายถึง ลักษณะหน่วยที่แตกต่างกันภายในสายผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดปลีกย่อยในสายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด ราคา รูปร่าง เป็นต้น

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

การพิจารณาถึงคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้โดยแบ่งคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้า เช่น ซื้อบ้านมีประโยชน์พื้นฐานเป็นที่พักอาศัย เป็นต้น

2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Tangible Product or Formal Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น คุณภาพ (Quality) รูปร่างลักษณะ (Feature) เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง คุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อการซื้อสินค้า ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะต้องคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า เช่น บริการก่อนและหลังการขาย การติดตั้ง การขนส่ง การรับประกัน การให้สินเชื่อ เป็นต้น

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์ควบทั้งหมดที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต เช่น การพัฒนารูปแบบใหม่ๆ บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นต้น

แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ใบความรู้ที่ 4

หน่วยที่ 5
เรื่อง แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นว่า พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างความเชื่อถือจากผู้ซื้อได้ ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนขยันในการค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ข้อมูลเบื้องต้นที่ดีที่สุดก็คือ ข้อมูลที่ได้จากตัวสินค้านั้น ๆ เพราะจะเรียนรู้ได้จากของจริง ทั้งจากฉลากหรือรายละเอียดทั้งบนกล่องและใบแทรกในกล่อง

2. แฟ้มขาย (Sales Portfolio) สถานประกอบการต่าง ๆ จะจัดแฟ้มข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไว้ให้ผู้ซื้อดู ซึ่งจะมีข้อมูลต่าง ๆ เช่น รูปภาพสินค้า ข้อมูลทางด้านสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. คู่มือขาย (Sales Manual) คือ เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและวิธีดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น วิธีการจัดทำใบสั่งซื้อ รายงานการทำงานบัญชีค่าใช้จ่าย ฯลฯ รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ในงานขายแก่พนักงานขาย

4. ข้อมูลสินค้า (Product Manual) คือ เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแต่ละประเภท เช่น คู่มือกล้องถ่ายรูป คู่มือวิทยุ ซึ่งในคู่มือจะมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นส่วนประกอบ วิธีการใช้ การดูแลรักษา ฯลฯ พนักงานขายควรได้ศึกษาข้อมูลนี้ก่อนที่จะเสนอขาย เพื่อที่จะได้เสนอแนะแก่ผู้ซื้อได้ถูกต้องแม่นยำ

5. การอบรมและรับคำแนะนำจากองค์กร (Training) บริษัท ห้างร้านหรือสถานประกอบการต่างๆ ควรจัดหรือสนับสนุนการฝึกอบรมด้านการขาย รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่พนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างผู้ที่ประกอบอาชีพเดียวกัน

6. สถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ (Business Institutions) พนักงานขายสามารถค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์ได้จากสถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธนาคาร สมาคมของกลุ่มพ่อค้าต่าง ๆ และธุรกิจการประกันภัยเป็นต้น

7. เอกสารสิ่งพิมพ์ทางด้านธุรกิจ (Trade Journals) ปัจจุบันสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจของไทยเจริญก้าวหน้าและทันสมัย มีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจอยู่มาก ส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจโดยเฉพาะ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน วารสารขององค์กรหรือสถาบันธุรกิจแต่ละประเภท เช่น วารสารธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ วารสารกระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับความสนใจแของแต่ละบุคคล

8. สถาบันการศึกษา (Educational Institutions) เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถศึกษาค้นคว้าได้ด้วยตัวเองตลอดเวลา เช่น ห้องสมุด หรือการขอเข้ารับคำแนะนำและปรึกษาจากผู้สอนในสถาบัน ในบางครั้งสถาบันต่าง ๆ จะมีการจัดอบรมหรือประชุมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแก่นักธุรกิจและประชาชนทั่วไปอยู่เสมอ

9. การสอบถามจากผู้ซื้อ (Ask to Customer) ผู้ซื้อเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีอย่างหนึ่งของพนักงานขาย เพราะแต่ละคนจะมีแนวคิด ข้อเสนอแนะ และบอกข้อมูลต่าง ๆ ได้มากมายแตกต่างกัน พนักงานขายสามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ และเป็นประสบการณ์เพื่อใช้ในการทำงานของตนเองไปได้เป็นอย่างดี

10. สื่อมวลชนอื่น ๆ (Mass Media) ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีมาก วงการธุรกิจได้นำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้กับกิจการธุรกิจต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ทางธุรกิจจึงเป็นไปได้รวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะนี้สามารถศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินเตอร์เน็ตได้ พนักงานขายทุกคนจึงสามารถใช้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ได้ทั่วโลก

แหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าต่าง ๆ นั้นมีอยู่อีกมากมาย อย่างไรก็ตาม แหล่งข้อมูลจะมีมากเพียงใดก็ไม่เกิดประโยชน์ หากพนักงานขายทุกคนไม่ให้ความสนใจที่จะค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นต่อการรู้จักผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์อย่างไรต่ออาชีพของตน เพราะการที่จะมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ที่ความสนใจและรับผิดชอบของพนักงานขายแต่ละคน

ผลิตภัณฑ์นั้นสำคัญไฉน

ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ห้องที่.....

กลุ่มที่.....

ชื่อ.....เลขที่.....

คำชี้แจง
ใบงานที่ 1

1. ศึกษาเนื้อหาสาระและหาคำตอบตามเวลาที่กำหนด
2. เขียนคำตอบลงในช่องว่างที่กำหนดไว้
3. ทำใบงานที่ 1 เป็นรายบุคคล

ใบงานที่ 1

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง อะไร และในชีวิตประจำวันของนักเรียน นักเรียนมีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง (2 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. สาเหตุใดที่พนักงานขายจำเป็นต้องศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (3 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ให้นักเรียนทำแผนผังความคิด (Mind Mapping) เรื่อง ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พร้อมตกแต่งให้สวยงาม (5 คะแนน)

.....

.....

.....

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์

ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ห้องที่.....

กลุ่มที่.....

ชื่อ.....เลขที่.....

คำชี้แจง
ใบงานที่ 2

1. ศึกษาเนื้อหาสาระและหาคำตอบตามเวลาที่กำหนด
2. เขียนคำตอบลงในช่องว่างที่กำหนดไว้
3. ทำใบงานที่ 2 เป็นรายบุคคล

ใบงานที่ 2

1. พนักงานขายควรต้องศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในด้านใดบ้าง (1 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคซื้อมาใช้ในหน่วยของครัวเรือนและเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์มาเพื่อใช้โดยส่วนตัวไม่ได้นำมาขายต่อ เราเรียกผลิตภัณฑ์นี้ว่าอย่างไร (1คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ให้นักเรียนรุบุรายละเอียดของเครื่องซักผ้ายี่ห้อใดก็ได้ ตามช่องว่างที่กำหนด (2คะแนน)

1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

……

……

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

……

……

3. รูปร่างของผลิตภัณฑ์

……

……

4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

……

……

5. วิธีการใช้

……

……

6. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

……

……

4. ให้นักเรียนระบุรายละเอียดของตู้เย็นตรายี่ห้อใดก็ได้ ตามช่องว่างที่กำหนดให้(2คะแนน)

1. ประวัติของผลิตภัณฑ์

.....

.....

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

.....

.....

3. รูปร่างของผลิตภัณฑ์

.....

.....

4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

.....

.....

5. วิธีการใช้

.....

.....

6. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

.....

.....

5. ให้นักเรียนยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค เป็นรูปภาพประกอบ ดังนี้(2คะแนน)

ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค	รูปภาพผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง
1. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ	
2. ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ	
3. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ	
4. ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ	

6. ให้นักเรียนยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม เป็นรูปภาพประกอบดังนี้(2คะแนน)

ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม	รูปภาพผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง
1. วัตถุดิบ	
2. วัสดุและชิ้นส่วน	
3. สิ่งติดตั้ง	
4. อุปกรณ์ประกอบ	
5. วัสดุสิ้นเปลือง	
6. บริการ	

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์
องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ห้องที่.....

กลุ่มที่.....

ชื่อ.....เลขที่.....

คำชี้แจง

ใบงานที่ 3

1. ศึกษาเนื้อหาสาระและหาคำตอบตามเวลาที่กำหนด
2. เขียนคำตอบลงในช่องว่างที่กำหนดไว้
3. ทำใบงานที่ 3 เป็นรายบุคคล

ใบงานที่ 3

1.

เสื้อผ้าบุรุษ	เสื้อผ้าสตรี
เสื้อ 10 แบบ	เสื้อ 50 แบบ
กางเกง 5 แบบ	กระโปรง 30 แบบ

อยากทราบว่าจากโจทย์ข้อนี้มีสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) เท่ากับเท่าใดและอะไรบ้าง(1คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. โทรศัพท์โนเกียใช้ในการสื่อสารพูดคุย มีให้เลือกหลายรุ่น หลายแบบ มีสีสันให้เลือกอีกมาก ตามความพอใจที่ลูกค้าต้องการ อยากทราบว่าจากโจทย์ข้อนี้ อะไรเป็นผลิตภัณฑ์หลักอะไรเป็นรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (1 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ให้นักเรียนพิจารณารูปภาพผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคต่อไปนี้ แล้วตอบคำถามเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์(4 คะแนน)

	ผลิตภัณฑ์ประเภท..... ผลิตภัณฑ์หลัก คือ..... รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ..... ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง คือ..... ผลิตภัณฑ์ควบ คือ..... ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ.....
	ผลิตภัณฑ์ประเภท..... ผลิตภัณฑ์หลัก คือ..... รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ..... ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง คือ..... ผลิตภัณฑ์ควบ คือ..... ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ.....
	ผลิตภัณฑ์ประเภท..... ผลิตภัณฑ์หลัก คือ..... รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ..... ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง คือ..... ผลิตภัณฑ์ควบ คือ..... ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ.....
	ผลิตภัณฑ์ประเภท..... ผลิตภัณฑ์หลัก คือ..... รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ..... ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง คือ..... ผลิตภัณฑ์ควบ คือ..... ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ.....

4. ให้นักเรียนนำรูปภาพของส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง มาใส่ในตารางที่กำหนด(4 คะแนน)

สายผลิตภัณฑ์ของสินค้า..... รูปภาพ
รายการผลิตภัณฑ์..... รูปภาพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ห้องที่.....

กลุ่มที่.....

ชื่อ.....เลขที่.....

คำชี้แจง
ใบงานที่ 4

1. ศึกษาเนื้อหาสาระและหาคำตอบตามเวลาที่กำหนด
2. เขียนคำตอบลงในช่องว่างที่กำหนดไว้
3. ทำใบงานที่ 4 เป็นรายบุคคล

ใบงานที่ 4

1. พนักงานขายสามารถหาความรู้เกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งใดได้บ้าง จงอธิบายอย่างละเอียด (10 คะแนน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

วิทยาลัยการอาชีพบางแก้ว

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

วิชาการขาย 1 รหัสวิชา 2201-1004

หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง

1. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์มีทั้งหมด 30 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก
2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว โดยทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องว่างให้ตรงกับตัวเลือก ก ข ค และ ง ในกระดาษคำตอบที่แจกให้
3. ถ้าต้องการเปลี่ยนคำตอบใหม่ ให้ขีดเส้นขนานทับ (X) แล้วจึงทำเครื่องหมาย (X) ใหม่ลงในช่องที่ต้องการ
4. กำหนดให้คะแนนข้อที่ตอบถูกเป็น 1 คะแนน และข้อที่ตอบผิด ไม่ตอบ หรือตอบมากกว่าหนึ่งคำตอบในข้อเดียวกันให้ 0 คะแนน

1. ข้อใดให้ความหมายของคำว่า “ผลิตภัณฑ์” (Product) ได้ดีที่สุด (ความรู้ความจำ)

   ก. มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน

   ข. สิ่งที่เสนอแก่ตลาดและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

   ค. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

   ง. คุณสมบัติของสินค้าและบริการ

2. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึงข้อใด (ความรู้ความจำ)

   ก. ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสัมผัสได้

   ข. กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นที่บริษัททำการเสนอขาย

   ค. การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

   ง. ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้า

3. สาเหตุที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้อใดมากที่สุด (ความเข้าใจ)

   ก. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

   ข. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

   ค. ประวัติของผลิตภัณฑ์

   ง. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

4. ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์และพนักงานขายต้องการดึงดูดใจลูกค้า พนักงานขายควรเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านใดมากที่สุด (การนำไปใช้)

   ก.คุณภาพของผลิตภัณฑ์

   ข.บริการที่ลูกค้าจะได้รับ

   ค.รูปร่างของผลิตภัณฑ์

ง.ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

5. ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคหมายถึงข้อใด (ความรู้ความจำ)

ก. สินค้าหรือบริการที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย

ข. สินค้าหรือบริการที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคที่เป็นพ่อค้าคนกลาง

ค. สินค้าหรือบริการที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคที่เป็นพ่อค้าปลีก

ง. สินค้าหรือบริการที่ซื้อมาโดยผู้บริโภคที่เป็นพ่อค้าส่ง

6. ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง (ความเข้าใจ)

ก. 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค และผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ

ข. 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ

ค. 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค และผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม

ง. 2 ประเภท คือผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ และผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค

7. น้ำยาล้างจาน แชมพูสระผม ยาสีฟัน จัดเป็นสินค้าประเภทใด (ความเข้าใจ)

ก. สะดวกซื้อ

ข. เจาะจงซื้อ

ค. ไม่แสวงหาซื้อ

ง. เลือกซื้อ

8. ข้อใดต่อไปนี้จัดเป็นผลิตภัณฑ์บริโภค (ความเข้าใจ)

ก. สมศักดิ์ซื้อผักจากตลาดเพื่อนำมาประกอบอาหารในร้านค้า

ข. มานีซื้อกล้วยแล้วนำมาแปรรูปเป็นกล้วยทอดจำหน่ายต่อไป

ค. จันทรซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนำมาจำหน่ายให้ลูกค้าในหมู่บ้าน

ง. ชูใจซื้อไก่ 1 ตัวเพื่อนำมาปรุงเป็นแกงจืดสำหรับอาหารมื้อเย็น

9. วัตถุดิบในข้อใด เมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้วจัดเป็นสินค้าอุตสาหกรรม (การนำไปใช้)

ก. กล้วย

ข. มะพร้าว

ค. มันสำปะหลัง

ง. ยางพารา

10. รถยนต์จัดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด (การวิเคราะห์)

ก. เปรียบเทียบก่อนซื้อ

ข. สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ชีวิตประจำวัน

ค. ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อไม่ใส่ใจซื้อ

ง. ผลิตภัณฑ์พิเศษ

ใช้ตัวเลือกต่อไปนี้ตอบคำถามในข้อ 11 - 14

ก. ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Product)

ข. ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping Product)

ค. ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (Specialty Product)

ง. ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ (Unsought Product)

11. สินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ มีมูลค่าไม่สูงมากนัก (การวิเคราะห์)

12. สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นตรายี่ห้อ (การวิเคราะห์)

13. สินค้าที่ต้องเปรียบเทียบราคา แบบ คุณภาพ ก่อนการตัดสินใจซื้อ (การวิเคราะห์)

14. สินค้าที่ผู้บริโภคมองไม่เห็นความจำเป็น (การวิเคราะห์)

15. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง (ความเข้าใจ)

ก. สายผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ข. สายผลิตภัณฑ์ ชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์

ค. สายผลิตภัณฑ์ รายการผลิตภัณฑ์

ง. สายผลิตภัณฑ์ ความกว้างขวางของผลิตภัณฑ์

16. หากนักเรียนต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจร้านขายรองเท้า ควรพิจารณาว่าร้านขายรองเท้าควรมีสายผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยอะไรบ้าง (การนำไปใช้)

ก. รองเท้าเด็ก

ข. ขนาด

ค. ราคา

ง. รูปร่าง

17. ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นควรมีรายการผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยอะไรบ้าง (การวิเคราะห์)

ก. ราคา

ข. เสื้อยืด

ค. เสื้อเชิ้ต

ง. กระโปรง

18. แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมายถึงข้อใด (ความรู้ความจำ)

ก. แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตัวพนักงานขาย

ข.แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ค.แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้า

ง.แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า

19. การแสดงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อพนักงานขายอย่างไร (ความเข้าใจ)

ก. ประสบความสำเร็จในการขาย

ข. ผู้บังคับบัญชาสนับสนุน

ค. สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง

ง. สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

20. หน่วยงานใดที่เป็นแหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์ (ความเข้าใจ)

ก. ธนาคาร

ข. สถานศึกษา

ค. ห้างสรรพสินค้า

ง. องค์กรสื่อมวลชน

21. หากนักเรียนเป็นพนักงานขาย การแสดงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อพนักงานขายได้อย่างไร (การนำไปใช้)

ก. ประสบความสำเร็จในการขาย

ข. ผู้บังคับบัญชาสนับสนุน

ค. สร้างความมั่นใจให้กับตนเอง

ง. สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

22. ข้อใดแสดงถึงความรับผิดชอบของรัฐบาลที่มีต่อผู้ซื้อสินค้า (การนำไปใช้)

ก. ส่งเสริมการลงทุน

ข. พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค

ค. ขยายการลงทุนไปสู่ภูมิภาค

ง. ออกบทลงโทษผู้ขายสินค้า

23. ผลิตภัณฑ์บางอย่าง ไม่มี พนักงานขาย ผู้บริโภคจะทราบข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างไร (การนำไปใช้)

ก. แหล่งผลิต

ข. คู่แข่งขัน

ค. ลูกค้าแข่งขัน

ง. คู่มือสินค้า

24. หากนักเรียนเป็นพนักงานขาย แหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดควรสอบถามจากแหล่งใด (การนำไปใช้)

ก. การสอบถามจากผู้ซื้อ

ข. คู่มือสินค้า

ค. สถาบันการศึกษา

ง. แหล่งผลิต

ใช้ตัวเลือกต่อไปนี้ตอบคำถามในข้อ 25 – 30

ก. เอกสารสิ่งพิมพ์ทางด้านธุรกิจ

ข. สถาบันการศึกษา

ค. คู่มือสินค้า

ง. การอบรมและรับคำแนะนำจากองค์กร

25. แหล่งข้อมูลในข้อใดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ดีที่สุด (การวิเคราะห์)

26. หนังสือพิมพ์รายวัน (การวิเคราะห์)

27. เอกสารที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแต่ละประเภท (การวิเคราะห์)

28. การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่พนักงานขาย (การวิเคราะห์)

29. มหาวิทยาลัยจัดอบรมพร้อมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ (การวิเคราะห์)

30. วารสารจากกระทรวงพาณิชย์ (การวิเคราะห์)

ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ข้อสอบในแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมและระดับการวัดพฤติกรรมด้านพุทธพิสัย (Cognitive)

หน่วยการเรียนรู้ (หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์)	**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม**	**ระดับการวัด**				**จำนวนข้อ**	**น้ำหนัก (ร้อยละ)**
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์		
1. ความหมายและความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	1.บอกความหมายของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	1				1	3.33
2.ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	2.บอกความหมายของส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	1				1	3.33

ตาราง 14 (ต่อ)

หน่วยการเรียนรู้ (หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์)	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ระดับการวัด				จำนวนข้อ	น้ำหนัก (ร้อยละ)
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์		
3.รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.เข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 4.สามารถเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์		1	1		1 1	3.33 3.33
4.ประเภทของผลิตภัณฑ์	5.บอกความหมายของประเภทของผลิตภัณฑ์ 6.เข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์	1	3			1 3	3.33 10

ตาราง 14 (ต่อ)

หน่วยการเรียนรู้ (หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์)	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ระดับการวัด				จำนวนข้อ	น้ำหนัก (ร้อยละ)
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์		
4.ประเภทของผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	7.สามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ 8.สามารถวิเคราะห์ประเภทของผลิตภัณฑ์			1	5	1 5	3.33 16.67
5.ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์	9.เข้าใจส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ 10. สามารถแยกสายผลิตภัณฑ์		1	1		1 1	3.33 3.33

ตาราง 14 (ต่อ)

หน่วยการเรียนรู้ (หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์)	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ระดับการวัด				จำนวนข้อ	น้ำหนัก (ร้อยละ)
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์		
5.ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	11.สามารถวิเคราะห์ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์				1	1	3.33
6.แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	12.บอกความหมายแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	1				1	3.33

ตาราง 14 (ต่อ)

หน่วยการเรียนรู้ (หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์)	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	ระดับการวัด				จำนวนข้อ	น้ำหนัก (ร้อยละ)
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์		
6.แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	13.เข้าใจแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์		2			2	6.67
	14.สามารถแยกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์			4		4	13.33
	15.สามารถวิเคราะห์แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์				6	6	20
รวม		**4**	**7**	**7**	**12**	**30**	**100**

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือในวิชาการขาย 1 ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

รายการความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประเด็นที่ 1 ความพึงพอใจต่อวิธีการเรียนแบบร่วมมือ					
1. การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีการเรียนที่มีกระบวนการและขั้นตอนเหมาะสม					
2. การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีการเรียนที่เปิดโอกาสให้นักเรียนเป็นทั้งผู้เรียนและผู้สอนในเวลาเดียวกัน					
3. การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีการเรียนที่รู้สึกว่าเพื่อนยอมรับตนเอง					
4. การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีการเรียนที่รู้สึกว่านักเรียนเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และของกลุ่ม					
5. การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีการเรียนที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความสามารถ					
6. การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีการเรียนที่ได้กระบวนการทำงาน					

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือในวิชาการขาย 1 ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

รายการความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือ	**ระดับความพึงพอใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
ประเด็นที่ 2 ความพึงพอใจต่อทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น					
7. มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบทุกคน					
8. เป็นการทำงานแบบเพื่อนช่วยเพื่อน					
9. มีความกล้าในการพูดและมั่นใจในตนเอง					
10. มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน					
11. ร่วมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้					
12. มีความสามัคคีภายในกลุ่ม					
13. มีการตรวจสอบความรู้ความเข้าใจและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้เกิดร่วมคิดร่วมทำงาน					
14. ทำงานแบบมีส่วนร่วมและทำให้เพื่อนยอมรับ					
15. กระบวนการกลุ่ม ทำให้เกิดการเรียนรู้และช่วยเหลือกัน					

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือในวิชาการขาย 1 ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 สาขาการขาย

รายการความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือ	**ระดับความพึงพอใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
ประเด็นที่ 3 ความพึงพอใจต่อคุณค่าของงานและความสำเร็จของกลุ่ม					
16. เป็นวิธีเรียนที่สมาชิกกลุ่มได้ช่วยกันทำงานให้งานเสร็จ					
17. สมาชิกกลุ่มได้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหาทำให้งานสำเร็จ					
18. สมาชิกกลุ่มสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายส่งผลให้งานสำเร็จทันเวลา					
19. รู้สึกพอใจต่อผลงานกลุ่มที่ได้จากการเรียนแบบร่วมมือ					
20. รู้สึกว่าเป็นวิธีเรียนที่ได้รับประโยชน์ทั้งความรู้และการทำงานร่วมกับผู้อื่น					

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

แบบสังเกตพฤติกรรมการทำงานร่วมกับผู้อื่น

กลุ่มที่..... ห้องที่.....

คำชี้แจง

1. ขณะที่นักเรียนทำงานภายในกลุ่มย่อย นักเรียนได้ปฏิบัติตามพฤติกรรมต่อไปนี้หรือไม่ ครูผู้สอนโปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องปฏิบัติให้ตรงกับสภาพจริง

2. คะแนนที่ได้เป็นคะแนนของกลุ่มย่อย ถ้าปฏิบัติ = 1 คะแนน ไม่ปฏิบัติ = 0 คะแนน

3. คะแนนที่ได้ในกลุ่มย่อยนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดคือ นักเรียนมีพฤติกรรมที่แสดงออกด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่นมากกว่าร้อยละ 70 ถือว่าผ่านเกณฑ์

รายการสังเกต	พฤติกรรม		บันทึก
	ปฏิบัติ	ไม่ปฏิบัติ	
1. สมาชิกมีความพร้อมในการเข้ากลุ่มทำงาน			
2. นั่งทำงานภายในกลุ่มของตนเองและไม่เดินออกจากกลุ่ม			
3. มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบเป็นรายบุคคลและทำงานตามหน้าที่			
4. ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม			
5. มีมารยาทในการฟังและร่วมแสดงความคิดเห็น			
6. มีการยอมรับในการเป็นผู้นำและผู้ตาม			
7. ร่วมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีต่อกัน			
8. มีน้ำใจและปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน			
9. มีการตรวจสอบความรู้ความเข้าใจของสมาชิกในกลุ่ม			
10. มีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่มให้สำเร็จ			

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก

ภาคผนวก ค

ผลการประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และผลการวิจัย

ตาราง 15 แสดงผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์การเรียนรู้กับข้อสอบสำหรับผู้เชี่ยวชาญ วิชาการขาย 1 หน่วยที่ 5 เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

จุดประสงค์ข้อที่	ข้อสอบ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
		คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
1. บอกความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	1	-1	+1	+1	+1	0	0.40	ไม่สอดคล้อง
	2	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	3	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
2. วิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	4	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	5	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	6	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
	7	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
	8	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	9	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	10	+1	+1	0	0	+1	0.60	สอดคล้อง
	11	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
	12	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
3. รู้และเข้าใจส่วนประสมของผลิตภัณฑ์	13	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	14	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	15	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	16	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	17	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
4. รู้และเข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	18	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	19	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	20	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	21	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	22	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	23	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
5. รู้และเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์	24	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	25	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
	26	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

ตาราง 15 (ต่อ)

จุดประสงค์ข้อที่	ข้อสอบ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
		คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
5. รู้และเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	27	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	28	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	29	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
6. วิเคราะห์ประเภทของผลิตภัณฑ์	30	+1	+1	0	0	+1	0.60	สอดคล้อง
	31	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	32	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	33	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	34	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	35	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
7. เข้าใจแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	36	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
	37	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
	38	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	39	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	40	+1	+1	0	0	+1	0.60	สอดคล้อง
	41	+1	+1	0	+1	+1	0.60	สอดคล้อง
8. อธิบายแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	42	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	43	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	44	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	45	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	46	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	47	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
9. วิเคราะห์แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	48	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	49	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	50	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	51	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	52	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

ตาราง 15 (ต่อ)

จุดประสงค์ข้อที่	ข้อสอบ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
		คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
	53	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
9. วิเคราะห์แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์(ต่อ)	54	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	55	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
10. แสวงหาแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	56	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	57	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	58	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	59	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
	60	+1	+1	0	0	+1	0.60	สอดคล้อง

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 60 ข้อ

ข้อ	P (ค่าความยากง่าย)		r (ค่าอำนาจจำแนก)	
1	0.90	ง่ายมาก ควรตัดทิ้ง	0.00	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
2	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
3	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
4	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
5	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	-0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
6	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
7	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
8	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
9	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
10	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
11	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
12	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.07	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
13	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
14	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ	P (ค่าความยากง่าย)		r (ค่าอำนาจจำแนก)	
15	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
16	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
17	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
18	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
19	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
20	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
21	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
22	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
23	0.80	ง่ายมาก ควรตัดทิ้ง	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
24	0.80	ง่ายมาก ควรตัดทิ้ง	0.36	ดี ใช้ได้ดี
25	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
26	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.00	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
27	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
28	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
29	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
30	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
31	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
32	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
33	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.07	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
34	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
35	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
36	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.00	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
37	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
38	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
39	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
40	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
41	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
42	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
43	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
44	0.90	ง่ายมาก ควรตัดทิ้ง	-0.07	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ	P (ค่าความยากง่าย)		r (ค่าอำนาจจำแนก)	
45	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
46	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
47	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.00	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
48	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.07	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
49	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
50	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
51	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
52	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
53	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	-0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
54	0.80	ง่ายมาก ควรตัดทิ้ง	0.36	ดี ใช้ได้ดี
55	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
56	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
57	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
58	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.14	ใช้ไม่ได้ ควรปรับปรุง
59	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
60	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบวัดผล สัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 30 ข้อ

ข้อ	P (ค่าความยากง่าย)		r (ค่าอำนาจจำแนก)	
1	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
2	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
3	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
4	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
5	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
6	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
7	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
8	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
9	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	P (ค่าความยากง่าย)		r (ค่าอำนาจจำแนก)	
10	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
11	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
12	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
13	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
14	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
15	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
16	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
17	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
18	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
19	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
20	0.80	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
21	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
22	0.60	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
23	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
24	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.36	ดี ใช้ได้ดี
25	0.60	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.43	ดีมาก ใช้ได้ดี
26	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
27	0.50	ความยากง่ายพอเหมาะ ดีมาก เก็บไว้ใช้	0.50	ดีมาก ใช้ได้ดี
28	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
29	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.21	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง
30	0.70	ค่อนข้างง่าย ดีพอใช้ เก็บไว้ใช้	0.29	พอใช้ ใช้ได้แต่อาจปรับปรุง

ค่าความแปรปรวน = 49.68

ค่าความเชื่อมั่น KR 20 = 0.9

ตาราง 18 แสดงผลการประเมินความสอดคล้องแบบสังเกตพฤติกรรมทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น

คำถามที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
1	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	สอดคล้อง
2	+1	+1	+1	+1	0	0.80	สอดคล้อง
3	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
4	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
5	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
6	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	สอดคล้อง
7	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	สอดคล้อง
8	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	สอดคล้อง
9	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
10	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง

ตาราง 19 แสดงผลการประเมินความสอดคล้องแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือ

คำถามที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
1	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
2	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
3	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
4	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
5	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
6	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
7	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
8	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
9	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง

ตาราง 19 (ต่อ)

คำถามที่	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
10	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
11	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
12	+1	+1	0	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
13	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
14	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
15	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
16	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
17	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
18	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง
19	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
20	+1	0	+1	+1	+1	0.80	สอดคล้อง

ค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient - α) ของครอนบัค (Cronbach) = 0.84

ตาราง 20 แสดงตัวอย่างแบบประเมินแผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขันและเทคนิคร่วมกันคิด

แผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน	แผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคร่วมกันคิด
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 **1. เนื้อหา** - ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1** **1. เนื้อหา** - ความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....
2. สมรรถนะที่พึงประสงค์ - ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ - ด้านจริยธรรม ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**2. สมรรถนะที่พึงประสงค์** - ด้านความรู้ ทักษะ เจตคติ - ด้านจริยธรรม ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....

ตาราง 20 (ต่อ)

แผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน	แผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคร่วมกันคิด
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1(ต่อ) **3. กิจกรรมการเรียนการสอน** - ขั้นนำ - ขั้นสอน - ขั้นจัดทีม - ขั้นการแข่งขัน - ขั้นสรุป ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1(ต่อ)** **3. กิจกรรมการเรียนการสอน** - ขั้นนำ - ขั้นสอน - ขั้นจัดทีม - ขั้นการแข่งขัน - ขั้นสรุป ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....
4. สื่อการเรียนการสอน ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**4. สื่อการเรียนการสอน** ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....

ตาราง 20 (ต่อ)

แผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน	แผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคร่วมกันคิด
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1(ต่อ) **5. การประเมินผล** - สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล - วิธีการประเมิน - เครื่องมือที่ใช้ประเมิน - เกณฑ์การประเมิน ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1(ต่อ)** **5. การประเมินผล** - สิ่งที่ต้องวัดและประเมินผล - วิธีการประเมิน - เครื่องมือที่ใช้ประเมิน - เกณฑ์การประเมิน ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....
6. ใบความรู้ที่ 1 ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**6. ใบความรู้ที่ 1** ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....
7. ใบงานที่ 1 ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้	**7. ใบงานที่ 1** ☑ เหมาะสม ☐ ควรปรับปรุงโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ....

ตาราง 21 แสดงผลการประเมินแผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน

รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 1	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 1	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 2	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 2	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 3	เหมาะสม	ควรปรับปรุง	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 3	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม

ตาราง 21 (ต่อ)

รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	**คนที่ 2**	**คนที่ 3**	**คนที่ 4**	**คนที่ 5**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 4	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 4	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม

ตาราง 22 แสดงผลการประเมินแผนการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคร่วมกันคิด

รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	**คนที่ 2**	**คนที่ 3**	**คนที่ 4**	**คนที่ 5**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 1	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 1	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม

ตาราง 22 (ต่อ)

รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ				
	คนที่ 1	**คนที่ 2**	**คนที่ 3**	**คนที่ 4**	**คนที่ 5**
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 2	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 2	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 3	เหมาะสม	ควรปรับปรุง	ควรปรับปรุง	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 3	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4					
เนื้อหา	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สมรรถนะที่พึงประสงค์	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
กิจกรรมการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
สื่อการเรียนการสอน	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
การประเมินผล	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบความรู้ที่ 4	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ใบงานที่ 4	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม

ตาราง 23 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขันและเทคนิคร่วมกันคิด

คนที่	ห้องที่เรียนด้วยเทคนิค ทีมเกมแข่งขัน 30 คะแนน	ห้องที่เรียนด้วย เทคนิคร่วมกันคิด 30 คะแนน	ผลต่าง D	ผลต่าง D^2
1	21	20	1	1
2	20	20	0	0
3	17	19	2	4
4	17	18	1	1
5	16	16	0	0
6	16	15	1	1
7	15	14	1	1
8	15	15	0	0
9	15	15	0	0
10	14	14	0	0
11	14	14	0	0
12	14	14	0	0
13	14	14	0	0
14	14	14	0	0
15	14	14	0	0
16	14	13	1	1
17	13	14	1	1
18	13	12	1	1
19	13	12	1	1
20	13	13	0	0
21	12	12	0	0
22	12	11	1	1
23	11	10	1	1
24	10	10	0	0

ตาราง 23 (ต่อ)

คนที่	ห้องที่เรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน 30 คะแนน	ห้องที่เรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิด 30 คะแนน	ผลต่าง D	ผลต่าง D^2
25	10	10	0	0
26	9	9	0	0
27	9	8	1	1
28	9	8	1	1
	$\sum$=378	**$\sum$=384**	**$\sum$=D14**	**$\sum D^2$=16**

ตาราง 24 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน

คนที่	คะแนนก่อนเรียน (X) 30 คะแนน	คะแนนหลังเรียน (y) 30 คะแนน	ผลต่าง P (y – x) = D	ผลต่าง D^2
1	21	25	4	16
2	20	25	5	25
3	17	25	8	64
4	17	25	8	64
5	16	23	7	49
6	16	23	7	49
7	15	23	8	64
8	15	23	8	64
9	15	24	9	81
10	14	23	9	81
11	14	23	9	81
12	14	24	10	100
13	14	23	9	81

ตาราง 24 (ต่อ)

คนที่	คะแนนก่อนเรียน (X) 30 คะแนน	คะแนนหลังเรียน (y) 30 คะแนน	ผลต่าง P (y – x) = D	ผลต่าง D^2
14	14	23	9	81
15	14	23	9	81
16	14	23	9	81
17	13	23	10	100
18	13	24	11	121
19	13	24	11	121
20	13	23	10	100
21	12	23	11	121
22	12	23	11	121
23	11	20	9	81
24	10	21	11	121
25	10	21	11	121
26	9	22	13	169
27	9	22	13	169
28	9	21	12	144
	$\sum x=384$	$\sum y=645$	$\sum D=261$	$\sum D^2=2551$

ตาราง 25 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคร่วมกันคิด

คนที่	คะแนนก่อนเรียน (X) 30 คะแนน	คะแนนหลังเรียน (y) 30 คะแนน	ผลต่าง P (y – x) = D	ผลต่าง D^2
1	20	28	8	64
2	20	28	8	64
3	19	28	9	81
4	18	28	10	100

ตาราง 25 (ต่อ)

คนที่	คะแนนก่อนเรียน (X) 30 คะแนน	คะแนนหลังเรียน (y) 30 คะแนน	ผลต่าง P (y – x) = D	ผลต่าง D^2
5	16	27	11	121
6	15	27	12	144
7	14	28	14	196
8	15	27	12	144
9	15	27	12	144
10	14	27	13	169
11	14	27	13	169
12	14	27	13	169
13	14	26	12	144
14	14	26	12	144
15	14	26	12	144
16	13	26	13	169
17	14	25	11	121
18	12	26	14	196
19	12	26	14	196
20	13	25	12	144
21	12	25	13	169
22	11	23	12	144
23	10	23	13	169
24	10	23	13	169
25	10	23	13	169
26	9	23	14	196
27	8	23	15	225
28	8	23	15	225
	$\sum x=378$	**$\sum y=721$**	**$\sum D=343$**	**$\sum D^2=4289$**

ตาราง 26 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยเทคนิคทีมเกมแข่งขันและเทคนิคร่วมกันคิด

คนที่	กลุ่มทดลองห้องที่ 1	กลุ่มทดลองห้องที่ 2	D
1	25	28	3
2	25	28	3
3	25	28	3
4	25	28	3
5	23	27	4
6	23	27	4
7	23	28	5
8	23	27	4
9	24	27	3
10	23	27	4
11	23	27	4
12	24	27	3
13	23	26	3
14	23	26	3
15	23	26	3
16	23	26	3
17	23	25	2
18	24	26	2
19	24	26	2
20	23	25	2
21	23	25	2
22	23	23	0
23	20	23	3
24	21	23	2

ตาราง 26 (ต่อ)

คนที่	กลุ่มทดลองห้องที่ 1	กลุ่มทดลองห้องที่ 2	D
25	21	23	2
26	22	23	1
27	22	23	1
28	21	23	2
			$\sum$D=**76**

ตาราง 27 แสดงผลการประเมินทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นหลังเรียนในวิชาการขาย 1 ระหว่างการเรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขันกับเทคนิคร่วมกันคิด

รายการสังเกต	นักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน		นักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิด	
	N จำนวนกลุ่ม	ร้อยละ	N จำนวนกลุ่ม	ร้อยละ
1.สมาชิกมีความพร้อมในการเข้ากลุ่มทำงาน	6	85.71	7	100
2. นั่งทำงานภายในกลุ่มของตนเองและไม่เดินออกจากกลุ่ม	6	85.71	7	100
3. มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบเป็นรายบุคคลและทำงานตามหน้าที่	6	85.71	7	100
4. ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม	5	71.00	7	100
5. มีมารยาทในการฟังและร่วมแสดงความคิดเห็น	6	85.71	6	85.71
6. มีการยอมรับในการเป็นผู้นำและผู้ตาม	7	100	6	85.71

ตาราง 27 (ต่อ)

รายการสังเกต	นักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน		นักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิด	
	N จำนวนกลุ่ม	ร้อยละ	N จำนวนกลุ่ม	ร้อยละ
7. ร่วมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีต่อกัน	7	100	7	100
8. มีน้ำใจและปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	5	71.00	7	100
9. มีการตรวจสอบความรู้ความเข้าใจของสมาชิกในกลุ่ม	5	71.00	7	100
10. มีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่มให้สำเร็จ	6	85.71	6	85.71
รวมเฉลี่ย		**84.16**		**95.71**

ตาราง 28 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือหลังหลังเรียนด้วยเทคนิคทีมเกมแข่งขัน

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 1	28	3	5	4.46	.637
ข้อ 2	28	3	5	4.46	.637
ข้อ 3	28	3	5	4.39	.685
ข้อ 4	28	3	5	4.43	.742
ข้อ 5	28	3	5	4.54	.693
ข้อ 6	28	3	5	4.46	.693
ข้อ 7	28	3	5	4.50	.694
ข้อ 8	28	3	5	4.54	.693
ข้อ 9	28	3	5	4.46	.693
ข้อ 10	28	3	5	4.43	.690
ข้อ 11	28	3	5	4.39	.629
ข้อ 12	28	3	5	4.39	.629
ข้อ 13	28	3	5	4.36	.621
ข้อ 14	28	3	5	4.25	.701
ข้อ 15	28	3	5	4.32	.670
ข้อ 16	28	3	5	4.32	.670
ข้อ 17	28	3	5	4.39	.629
ข้อ 18	28	3	5	4.46	.576
ข้อ 19	28	3	5	4.43	.634
ข้อ 20	28	3	5	4.39	.629
SUM1	28	3.33	5.00	4.4583	.56223
SUM2	28	3.56	5.00	4.4048	.47161
SUM3	28	3.00	5.00	4.4000	.59129
TOTAL	28	3.75	5.00	4.4196	.32980
Valid N (listwise)	28				

ตาราง 29 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนแบบร่วมมือหลังหลังเรียนด้วยเทคนิคร่วมกันคิด

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 1	28	4	5	4.21	.418
ข้อ 2	28	4	5	4.18	.390
ข้อ 3	28	3	5	4.11	.416
ข้อ 4	28	3	5	4.14	.448
ข้อ 5	28	3	5	4.18	.476
ข้อ 6	28	3	5	4.21	.499
ข้อ 7	28	3	5	4.25	.518
ข้อ 8	28	3	5	4.21	.499
ข้อ 9	28	3	5	4.18	.476
ข้อ 10	28	3	5	4.14	.448
ข้อ 11	28	3	5	4.18	.548
ข้อ 12	28	3	5	4.04	.576
ข้อ 13	28	3	5	4.04	.576
ข้อ 14	28	3	5	4.00	.544
ข้อ 15	28	3	5	4.00	.544
ข้อ 16	28	3	5	4.00	.544
ข้อ 17	28	3	5	4.00	.544
ข้อ 18	28	3	5	4.00	.544
ข้อ 19	28	3	5	4.00	.544
ข้อ 20	28	3	5	3.93	.539
SUMA	28	3.67	5.00	4.1726	.34689
SUMB	28	3.00	5.00	4.1151	.45106
SUMC	28	3.00	5.00	3.9857	.53313
TOTAL	28	3.20	5.00	4.1000	.39745
Valid N (listwise)	28				

Page 1

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY

ภาคผนวก ง

ภาพการทดลองกลุ่มตัวอย่าง