



บทนำ

การขายเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการนำเสนอสิ่งที่จำเป็นหรือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดยยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ประกอบการต้องเข้าใจแนวคิดทางการขายที่มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไป ต้องตระหนักเสมอว่ากิจการจะเจริญเติบโตหรือมั่นคงอยู่ได้นั้น ส่วนที่เป็นปัจจัยสำคัญคืองานการขายซึ่งผู้ที่คือนักขายต้องเข้าใจในหน้าที่ทางการขายเป็นอย่างดีจึงจะประสบความสำเร็จ และสร้างผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



1. ความหมายของการขาย

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ.) มาตรา 453 บัญญัติไว้ว่า อันว่าซื้อขายนั้นคือสัญญาซึ่งบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์แห่งทรัพย์สินให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ราคาทรัพย์สินนั้นให้แก่ผู้ขาย

คณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association : AMA) กล่าวว่า การขาย คือ กระบวนการขายทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อชักจูงให้ผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคตซื้อสินค้าหรือบริการ หรือยินยอมให้กระทำตามในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะทำให้เกิดผลประโยชน์ทางด้านการค้าแก่ผู้ขายและผู้ซื้อ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ และสุพจน์ กฤษณาธาร (2551 : 12) กล่าวว่า การขาย หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอย่างหนึ่งที่ลูกค้าหรือผู้ซื้อได้รับสินค้าหรือบริการ (ผลิตภัณฑ์) ส่วนผู้ขายได้รับเงินค่าสินค้าหรือบริการนั้น การขายจึงเป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กับค่าตอบแทน (เงิน) บนพื้นฐานของความพึงพอใจ

วิชิต กิ่งนอก (2557 : 45) กล่าวว่า การขาย คือ กระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า และช่วยให้ค้นพบความจำเป็น ความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองด้วยความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการที่นักขายนำเสนอ

จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล และคณะ (2555 : 5) กล่าวว่า การขาย คือ กระบวนการในการจูงใจให้ลูกค้าหรือลูกค้ามุ่งหวังซื้อสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ กำไร และยอดขายของผู้ขาย

ดังนั้น จึงสรุปความหมายของการขาย (Selling) ได้ว่า หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นกระบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือกระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้าและบริการด้วยความพึงพอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

2. ความสำคัญของการขาย

การทำกิจการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้นเป็นสิ่งที่ท้าทาย ซึ่งผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับทุกฝ่าย ทั้งนี้ การขายถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการทำผลกำไรให้กับกิจการให้เจริญรุ่งเรือง ขยายกิจการได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การขายจะมีความสำคัญต่อธุรกิจโดยตรงแล้ว ยังส่งผลต่อด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ความสำคัญของการขายต่อบุคคล

การขายเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่บุคคลทั่วไป เช่น การหาแหล่งจำหน่ายที่สะดวก การบริหารการขนส่งสินค้า การให้บริการแก่ลูกค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า

2.2 ความสำคัญของการขายต่อองค์การ

การขายที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตัวสินค้าและองค์การ เพื่อให้ผู้ซื้อมีความเชื่อมั่นในตราสินค้าและองค์การ ซึ่งทำให้การขายนั้นมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้มากขึ้น

2.3 ความสำคัญของการขายต่อสังคม

การขายเป็นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน เพราะทุกองค์กรนั้นต้องพยายามสร้างจุดขายของตนเอง และต้องพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีเพิ่มมากขึ้น เช่น ด้านเทคโนโลยี ประโยชน์การใช้งาน

2.4 ความสำคัญของการขายต่อเศรษฐกิจของประเทศ

การขายเป็นการสร้างอาชีพให้กับบุคคลหลายระดับในกระบวนการขาย ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้จากการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจระดับประเทศ

2.5 ความสำคัญของการขายต่อการสร้างอรรถประโยชน์

การขายก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านต่าง ๆ คือ อรรถประโยชน์ด้านเวลา อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ และอรรถประโยชน์ในการเป็นเจ้าของ ซึ่งพนักงานขายเป็นผู้ตอบสนองความต้องการโดยการจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ผู้ซื้อ

2.6 ความสำคัญของการขายต่อการเพิ่มอุปสงค์

การขายที่ประสบความสำเร็จนั้น จะช่วยให้ผู้ซื้อมีความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่องทำให้จำนวนการผลิตในแต่ละครั้งเพิ่มขึ้น เป็นการลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้มาก



3. บทบาทของการขาย

3.1 การขายเป็นการให้บริการ

โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคทุกคนมีความต้องการขั้นพื้นฐานคล้ายคลึงกัน ดังนั้น สิ่งที่พนักงานขายจะต้องทำ คือ การค้นหาค้นพบว่าผู้มุ่งหวังมีความจำเป็น มีความต้องการอย่างไร แล้วพิจารณาตัดสินใจสนองตอบความจำเป็นหรือความต้องการนั้นด้วยสินค้าหรือบริการที่ตรงกัน เพื่อให้ผู้มุ่งหวังได้รับความพึงพอใจจากการบริโภคอย่างแท้จริง

3.2 การขายเป็นการชักจูงใจ

นักขายมืออาชีพต่างยอมรับว่า ไม่อาจบังคับให้คนซื้อสินค้าได้ แต่การขายที่ประสบความสำเร็จอยู่ที่ความสามารถในการกระตุ้น ชักจูง โน้มน้าวผู้มุ่งหวังให้เกิดความต้องการในสินค้า ด้วยการนำเสนอคุณค่าในตัวสินค้าหรือบริการกับผู้มุ่งหวัง ให้ผู้มุ่งหวังมีส่วนร่วมในกระบวนการขายดำเนินลำดับขั้นของการตัดสินใจซื้อ แล้วให้โอกาสผู้มุ่งหวังตัดสินใจเลือกอย่างเสรี

3.3 การขายเป็นการแลกเปลี่ยน

เมื่อมีการขายเกิดขึ้น ย่อมหมายถึงมีการซื้อเกิดขึ้นเช่นกัน การซื้อ การขาย เป็นกิจกรรมต่างตอบแทนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งมีการแลกเปลี่ยนกัน โดยฝ่ายผู้ซื้อได้รับความพึงพอใจจากสินค้าหรือบริการที่ตนใช้เงินแลกมา ส่วนฝ่ายผู้ขายก็ได้รับเงินมาเป็นสิ่งแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ ระดับราคาที่ตกลงซื้อขายกัน การซื้อขายแลกเปลี่ยนในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่กระทำกันอย่างแพร่หลายทั่วโลก

3.4 การขายเป็นการติดต่อสื่อสาร

การขายเป็นการสื่อความอย่างหนึ่ง มีส่วนสำคัญที่สุด คือ พนักงานขาย จะเป็นแหล่งของการสื่อความ และที่ซึ่งจะมีการแปลงความหมายเพื่อเสนอหรือแสดงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่ ทั้งนี้ โดยจะใช้วิธีการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ที่ซื้อสินค้าด้วยการใช้คำพูดหรือการบอกกล่าวออกไป ซึ่งในทางปฏิบัติพนักงานขายจะมีการใช้เครื่องช่วยต่าง ๆ เช่น แผ่นปลิว ภาพโฆษณาสินค้า หรือนำผลิตภัณฑ์ไปแสดงให้เห็น ทั้งนี้ รวมถึงการแสดงออกของพนักงานขายในลักษณะท่าทางต่าง ๆ ด้วยการติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการ 2 ทาง (Two-way Communication) พนักงานขายต้องมีประสิทธิภาพทั้งการส่งและรับข่าวสาร ต้องเป็นผู้ฟังคำถาม ข้อเสนอ คำตำหนิของผู้มุ่งหวังได้เข้าใจเพื่อตอบให้ผู้มุ่งหวังได้รับความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้พนักงานขายต้องเป็นผู้เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับตลาด (ลูกค้า) กล่าวคือ เมื่ออยู่ในตลาดพนักงานขายก็เปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัท และเมื่อกลับมายังบริษัทพนักงานขายก็ต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนของลูกค้า เพื่อบริษัทจะได้รับทราบความต้องการที่แท้จริงของตลาด

3.5 การขายเป็นการแก้ปัญหา

ปัญหาของผู้ซื้อในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมีอยู่ตลอดเวลา เช่น จะซื้อสินค้าใด ซื้อที่ไหน ราคาสินค้าใด ฯลฯ หน้าที่ของพนักงานขาย คือ การตั้งข้อสังเกต วิเคราะห์ลูกค้าให้ถูกต้อง เมื่อทราบปัญหาที่แท้จริงของลูกค้าแล้ว พนักงานขายต้องเสนอแนะสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ช่วยขจัดปัญหาที่มีอยู่ก่อนตัดสินใจซื้อของลูกค้าให้หมดไป ดังนั้น งานของพนักงานขายก็คือ การช่วยลูกค้าแก้ปัญหา ต้องอธิบายได้ว่าสินค้าที่กำลังเสนอขายนั้นสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างไร

3.6 การขายเป็นการให้ความรู้

สินค้าหลายชนิดในท้องตลาดมีเทคนิคและความซับซ้อนยุ่งยากเกินกว่าที่ลูกค้าทั่ว ๆ ไปจะเข้าใจหรือทราบถึงวิธีการใช้ ดังนั้น ลูกค้าจึงต้องการคนที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ช่วยอธิบาย สาธิต เปรียบเทียบให้ความกระจ่าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งในเรื่องสินค้า ถ้าพนักงานขายได้ใช้เวลานับชั่วโมงในการอธิบาย แสดงถึงประโยชน์ของสินค้า ถึงแม้ลูกค้าจะไม่ตัดสินใจซื้อแต่ถือว่าได้ทำการขายแล้ว เพราะทำให้ลูกค้าได้รับความรู้เกี่ยวกับสินค้าอย่างสมบูรณ์แล้ว การขายจึงเป็นการให้ความรู้ซึ่งไม่จำเป็นว่าทุกครั้ง พนักงานขายได้อธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าแก่ลูกค้าจะต้องซื้อเสมอไป



สาระน่ารู้

Marketing 4.0 นั้นจริง ๆ แล้วคืออะไร เราสามารถกล่าวได้ว่า ยุค 4.0 นี้ คือ ยุค “Marketing Evolution for People” หรือที่เรียกว่า “ยุคแห่งวิวัฒนาการตลาดเพื่อปวงชน” มี 3 ด้าน ด้วยกัน คือ (1) ด้านผู้บริโภค (2) ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล (3) ด้านการสื่อสาร หลังจากปี 2560 เป็นต้นไป ช่องทางหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค คือ Mobile Devices และโซเชียลมีเดีย เป็นการสื่อสารแบบเรียลไทม์เป็นหลัก ดังนั้น รูปแบบจะเปลี่ยนไปจากแคมเปญที่ถูกสร้างสรรค์โดยนักการตลาดล้วน ๆ มาเป็นการสื่อสารที่เป็น Consumer Curated Content เป็นหลัก เหมือนกระแสคลื่นข้อมูลที่ถูกสร้างสรรค์โดยผู้บริโภค

4. วิวัฒนาการของการขาย

คำว่า “วิวัฒนาการ” หมายความว่า การคลี่คลายไปในทางที่เจริญ การขายมีวิวัฒนาการมาจากระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือระบบแลกเปลี่ยนของต่อของ (Barter System) ต่อมาเกิดปัญหาหลายประการในระบบแลกเปลี่ยนของต่อของ เช่น ความต้องการไม่ตรงกัน สินค้าเป็นคนละชนิดกัน ไม่สามารถกำหนดปริมาณได้อย่างยุติธรรม หรือความไม่สะดวกในการนำสินค้าไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น เพราะถ้าไม่มีคนต้องการก็ต้องนำกลับมาอีก ระบบการแลกเปลี่ยนของต่อของจึงพัฒนามาเป็นระบบการใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน (Medium of Exchanges) เป็นระบบการซื้อขายด้วยเงิน (Money System) การซื้อขายในปัจจุบันใช้ระบบการให้ความเชื่อถือกัน โดยผู้ขายยอมให้ผู้ซื้อนำสินค้าไปขายก่อนแล้วชำระเงินที่หลังตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน ระบบนี้เรียกว่า ระบบการแลกเปลี่ยนโดยใช้เครดิต (Credit System) ซึ่งมีบทบาทมากสำหรับการค้าขาย ทำให้การค้าคล่องตัวและผู้บริโภคยังปลอดภัย ไม่ต้องพกเงินสดติดตัว