

บทที่ ๑

บทนำ



ก่อนสงครามโลกครั้งที่ ๒ การบริหารงานขายโดยใช้พนักงานขายของอุตสาหกรรมยา อยู่ในขอบเขตจำกัด ส่วนใหญ่เป็นพนักงานขายยาเร็ว หรือยาแผนโบราณจากบริษัทยาใหญ่ ๆ เช่น บริษัทเท็กเซงหยู บริษัทยานัดด์พมอริค ฯลฯ โดยใช้พนักงานขายเพียง ๒ - ๓ คน เคนรับใบสั่งและเก็บบัญชีทั่วประเทศ บริษัทอื่นที่มีชื่อเสียงในระยะนั้นไม่ใช้พนักงานขาย แต่ใช้การติดต่อส่งซื้อสินค้าโดยตรง ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาการคมนาคมไม่สะดวก เส้นทางจำหน่ายสินค้าที่สำคัญในขณะนั้นใช้ทางน้ำและทางรถไฟเป็นหลัก

หลังจากสงครามโลกครั้งที่สองได้ยุติลง ความสัมพันธ์ทางคานพาณิชย์กรรมระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศได้ขยายตัวอย่างชานานใหญ่ บริษัทยาต่างประเทศที่ผลิตยาแผนปัจจุบันต่างก็หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทย โดยเฉพาะบริษัทยาอเมริกันหลายบริษัทที่นำผลิตภัณฑ์ของตนเข้ามาจำหน่าย พร้อมทั้งนำเอาระบบการจัดการขายและระบบการขายโดยใช้ผู้เสนอขาย (Detailman) มาใช้ในประเทศไทย จากขอเขียนของ Henry R. Koczyk ซึ่งเป็นกรรมการผู้จัดการและเจ้าของบริษัท International Pharmaceutical Corp. ไคกลาวา

"หลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ บริษัทยาอเมริกัน เป็นผู้ริเริ่มนำระบบการจัดการธุรกิจทางคานยาสมัยใหม่มาใช้ในประเทศไทย ซึ่งต่อมาบริษัทยายุโรปอื่น ๆ ก็ดำเนินตาม ในระยนั้นมีบริษัท ๒ - ๓ บริษัทที่นำระบบการจัดการพนักงานขายสมัยใหม่มาใช้ บริษัทอเมริกันเหล่านี้มีสิทธิที่จะภาคภูมิใจที่ เป็นผู้ริเริ่มระบบการจัดการพนักงานขายให้รู้จักใช้ความรู้ในสินค้าและความรู้ในการขาย การคัดเลือก

พนักงานขาย การฝึกอบรมให้คนไทยให้มีประสบการณ์ทางคำนี้และหวังว่าวันหนึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมยาของชาติต่อไปในอนาคต" °

บทความเดียวกันนี้ ซึ่งเขียนไว้ในปี ค.ศ. ๑๙๗๐ แสดงให้เห็นแนวโน้มถึงการให้ครูสอนขาย แทนพนักงานขายว่า "เมื่อ ๑๕ ปีก่อน บริษัทยาได้เริ่มใช้พนักงานขายที่ทำหน้าที่เป็นผู้สอนขาย มาใช้ เป็นทางการ โดยให้เยี่ยมแพทย์ แจกตัวอย่าง และเอกสาร เกี่ยวกับตัวยาพร้อมทั้งคำอธิบายใหม่ ๆ เกี่ยวกับยาแก่แพทย์ แต่กรแพทย์จะตัดสินใจใช้ก็กินเวลานาน สำหรับทางคำกรณขายยา คนใช้ไม่เชื่อยาแผนปัจจุบันจากประเทศทางตะวันตก ดังนั้นการจำหน่ายจึงอยู่ในขอบเขตจำกัด ในระยะนั้นพนักงานขายส่วนใหญ่ดูแลเพียงขนาดบรรจุและราคาเป็นหลัก °

คณาจารย์ยาจึงได้เริ่มเปลี่ยนวิธีการฝึกอบรมพนักงานเสียใหม่ โดยใช้วิธี Coaching in the field กล่าวคือผู้บริหารชาวอเมริกันที่มีประสบการณ์ทางคำกรณขายจะออกเยี่ยมหมอ และร้านคาพร้อมกับผู้สอนขายคนไทย เพื่ออธิบายวิธีใช้และข้อดีของยา ทำให้แพทย์และร้านขายยาเริ่มยอมรับผู้สอนขายคนไทย

คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เห็นความสำคัญของงานอาชีพผู้สอนขาย โดยได้บรรจุหลักสูตรวิชาการตลาดยาและการสอนขาย (Drug Marketing and Detailing ) เป็นวิชาเลือก เภสัชกรที่จบการศึกษาส่วนหนึ่งนิยมประกอบอาชีพนี้

เมื่อแนวความคิดในการให้ครูสอนขาย ในอุตสาหกรรมยาเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานขายสมัยใหม่ จึงเห็นสมควรที่จะทำความเข้าใจกันในเบื้องต้น คำว่าผู้สอนขายนั้น The Dictionary of Occupational Titles ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า "หมายถึงพนักงานขายที่ทำหน้าที่แนะนำการใช้และจำหน่ายยา รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทางยาอื่น ๆ แก่แพทย์ ทันตแพทย์ โรงพยาบาล ร้านขายยา โดยให้ความรู้ทางเวชปฏิบัติและทางยา เป็นผู้ไปแนะนำยาใหม่ ๆ โดยอธิบายถึงลักษณะของยา ผลการศึกษาคุณค่าทางคลินิกจากการใช้ยานั้น ๆ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับ

ขนาดยา วิธีช้ยา ผลของยา รวมทั้งประโยชน์ และข้อควรระวังเกี่ยวกับยานั้น ๆ" ๒

ผู้เสนอขายในประเทศไทย มีลักษณะแตกต่างจากแนวความคิดของต่างประเทศในแง่ที่จะต้องให้ความสำคัญของงานขายด้วย ในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ผู้เสนอขายทำหน้าที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับยาแก่แพทย์หรือผู้ประกอบการโรคติดต่ออื่น ๆ เท่านั้น โดยไม่เกี่ยวข้องกับงานขาย แต่ในประเทศไทย จะมีเป้าหมายเป็นยอดขาย ทั้งนี้ เนื่องจากแพทย์ส่วนใหญ่สั่งซื้อยาโดยตรง เพราะทำหน้าที่จ่ายยาให้คนไข้และไม่นิยมเขียนใบสั่งยามาที่ร้านขายยา เช่นในต่างประเทศ ยิ่งกว่านั้นในต่างจังหวัด ผู้เสนอขายต้องทำหน้าที่เก็บเงินด้วย ดังนั้นผู้เสนอขายในเมืองไทยจึงทำหน้าที่เหมือนกับพนักงานขายโดยทั่วไป.

โดยสรุปแล้ววิวัฒนาการการบริหารงานขายของบริษัทยาในประเทศไทย เริ่มจากบทบาทการบริหารงานขายของบริษัทยาต่างประเทศใหญ่ ๆ ที่มาตั้งกิจการในประเทศไทยเป็นเวลานาน เช่น คีทแฮล์ม อีสเอเซียติก แองโกสไทย เบอรัลยูคเกอร์ ฯลฯ โดยทำหน้าที่เป็นผู้แทนจำหน่ายเวชภัณฑ์ของบริษัทที่มีชื่อเสียงจากอเมริกาและยุโรป บริษัทเหล่านี้เป็นผู้ริเริ่มนำระบบการตลาดและการบริหารงานขายสมัยใหม่มาใช้ในตลาดยาของประเทศไทย

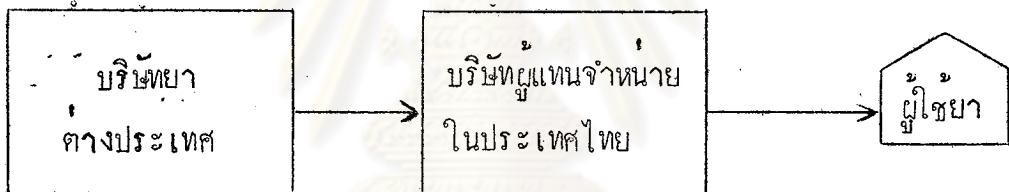
ปัจจุบันบริษัทยาในประเทศไทยใช้การบริหารงานขายโดยใช้พนักงานขายเป็นหลัก ต่างก็นำเอาระบบการบริหารพนักงานขายมาใช้ โดยมีการเลือกสรร การฝึกอบรม การควบคุมพนักงานขาย การจ่ายเงินทดแทน และระบบการจูงใจต่าง ๆ รวมทั้งการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ตามหลักการจัดการสมัยใหม่มาใช้มากขึ้น ๓

โดยที่บริษัทยาต่างประเทศเหล่านี้เป็นบริษัทวิจัยยาใหม่ ๆ ( Research Based Factory ) และมีธุรกิจระหว่างประเทศทั่วโลก นอกจากจะมีวิวัฒนาการทางด้านผลิตภัณฑ์แล้ว วิวัฒนาการทางด้านการจัดการตลาดเพื่อที่จะ

นำสินค้าเขาส่งตลาดต่างประเทศให้สัมฤทธิ์ผลนั้น จึงเป็นเรื่องอันควรแก่ความสนใจ โดยเฉพาะการบริหารงานขายที่นำมาใช้ในสำนักงานสาขา หรือเอเยนต์ต่าง ๆ ในประเทศไทย

บริษัทเหล่านี้เข้ามามีบทบาททางตลาดในประเทศไทยแตกต่างกัน สุดแต่นโยบายของสำนักงานใหญ่ บทบาทของบริษัทเหล่านี้ได้ศึกษาโดยพิจารณากิจกรรมในช่องทางการจำหน่าย พอสรุปได้เป็น ๕ แบบ

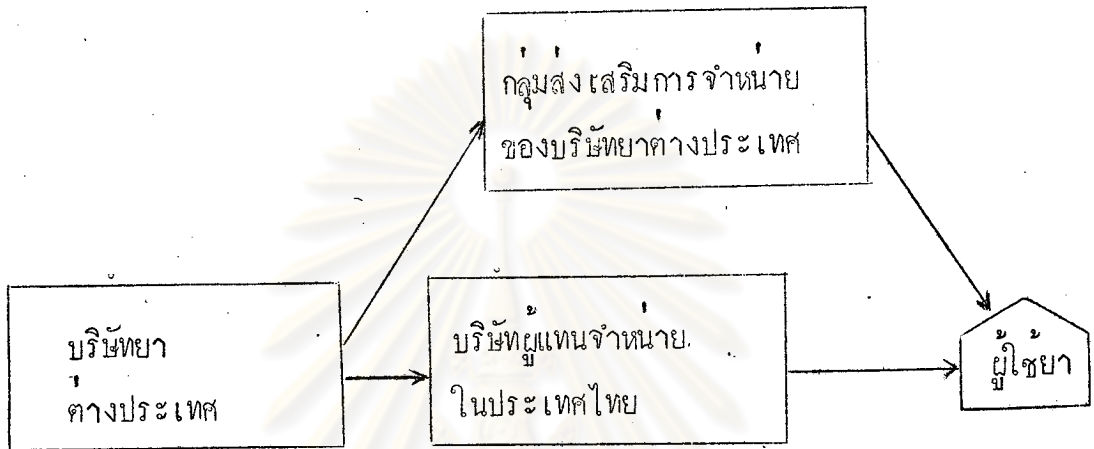
แบบที่ ๑



บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย คือบริษัทที่ส่งยาจากบริษัทต่างประเศเข้ามาจำหน่าย ทำหน้าที่กำหนดโครงการทางตลาด และจำหน่ายยาโดยตรง

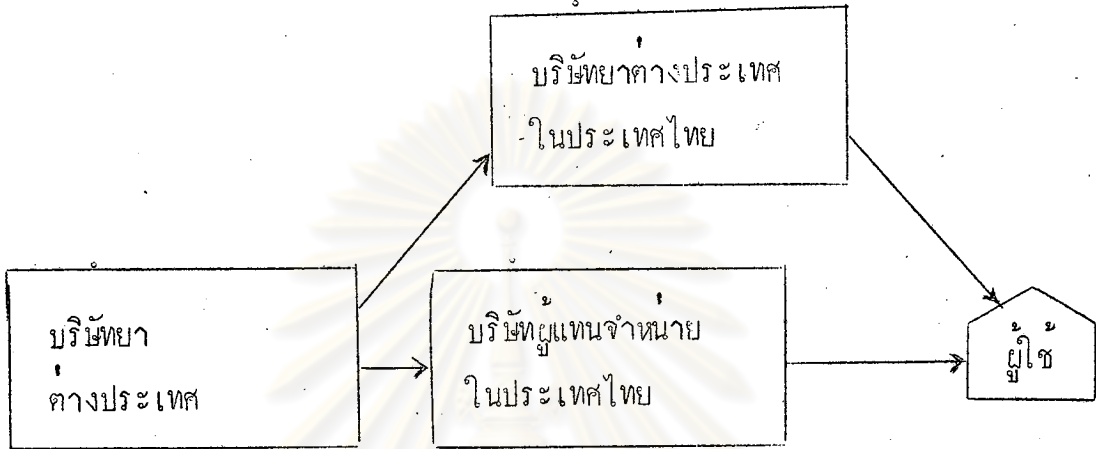
ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบที่ ๒

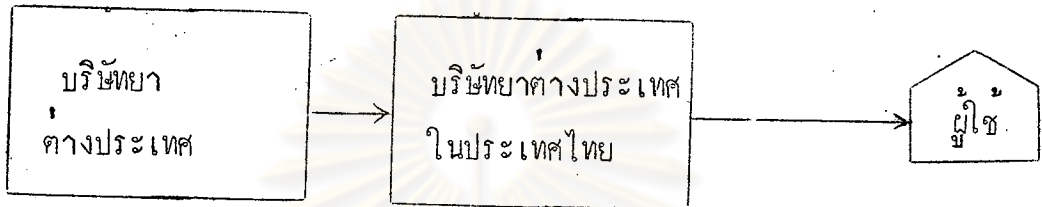


บริษัทค้าต่างประเทศส่งมาจำหน่ายในประเทศไทย โดยผ่าน  
 ทางบริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย แต่เนื่องจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย  
 ไทย มักส่งมาจากบริษัทค้าต่างประเทศหลายบริษัทด้วยกัน ดังนั้น เมื่อบริษัทค้า  
 ประเทศมีนโยบายที่จะเพิ่มยอดขาย จึงตั้งกลุ่มส่งเสริมการขายเข้ามาช่วยส่งเสริม  
 การจำหน่ายต่อผู้แทนจำหน่าย แต่การนำส่งการจัดจำหน่ายทั้งหมด รวมทั้งการ  
 เปิดบัญชีลูกหนี้ การรับใบสั่งซื้อ การขาย เป็นเรื่องของบริษัทผู้แทนจำหน่ายใน  
 ประเทศไทย บริษัทประเภทนี้อาจพิจารณาเห็นว่าตลาดบางส่วนจำเป็นต้องช่วย  
 เสริมทางวิชาการ หรือเห็นว่าผู้แทนจำหน่ายไม่เข้มแข็งในตลาดใดตลาดหนึ่ง  
 จึงต้องตั้งกลุ่มเสริมขึ้น เช่น ตั้งกลุ่มส่งเสริมการจำหน่ายสำหรับตลาดแพทย์ และ  
 โรงพยาบาล ผู้เสนอขายรับใบสั่งแล้วจะส่งให้ผู้แทนจำหน่าย

แบบที่ ๓.๑



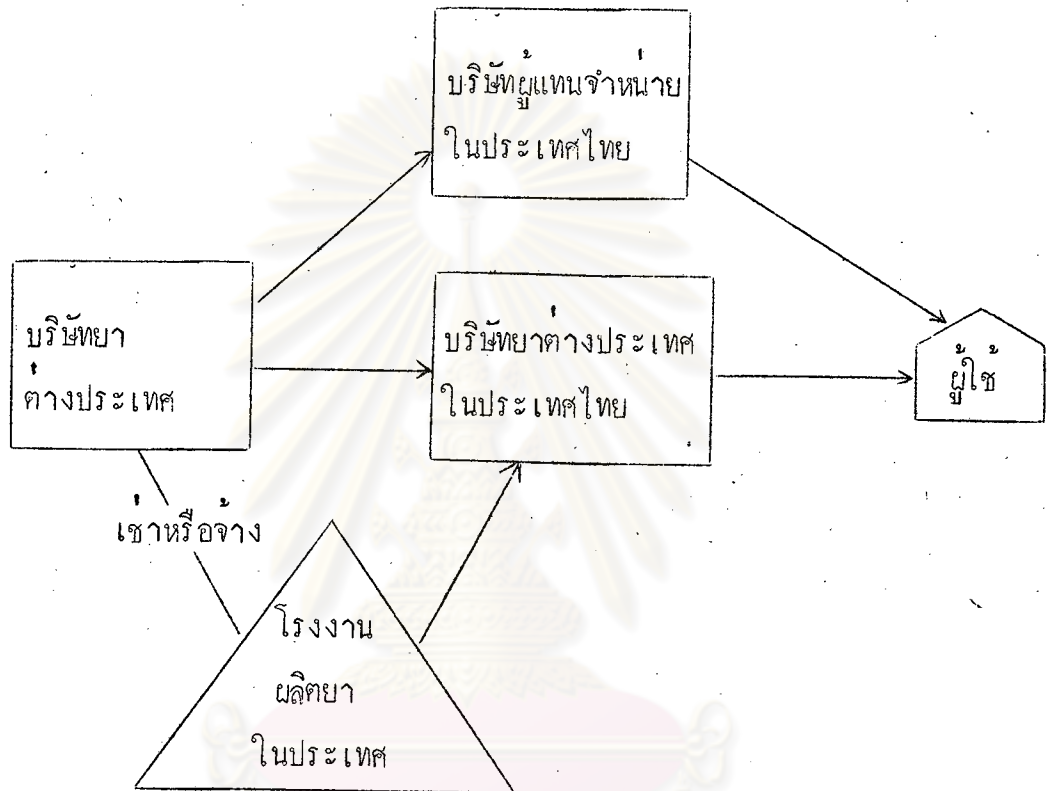
บริษัทต่างประเทศมาลงทุนตั้งกิจการบริษัทสาขาในประเทศไทย สร้าง  
 ทีมขายของตนเองขึ้นเพื่อทำการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น และดำเนินกิจการ  
 อื่น ๆ เช่น การขึ้นทะเบียนยา การโฆษณา ส่วนการดูแลคำสั่งสินค้าการนำส่งบาง  
 บริษัทอาจมอบให้ผู้จัดการจำหน่ายทำ แต่บางบริษัทอาจใช้วิธีพิจารณาร่วมกันแล้วแต่  
 นโยบายของบริษัท แต่ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายและเก็บเงินยังคงมอบให้เป็น  
 หน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ในกรณีเช่นนี้ตัวแทนจำหน่ายมีบทบาททางตลาดค่อนข้าง  
 ทำหน้าที่เพียงจัดส่งสินค้า ควบคุมเครดิต เก็บเงินเท่านั้น ผู้แทนจำหน่ายได้ผล  
 ประโยชน์เป็นค่านายหน้าจากการขายเท่านั้น

แบบที่ ๓.๒

บริษัทต่างประเทศลงทุนตั้งกิจการบริษัทสาขาในประเทศไทย ดำเนินการทุกอย่างในประเทศไทยเอง ตั้งแต่การนำส่ง การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การขึ้นทะเบียน การควบคุมคลังสินค้า ฯลฯ โดยไม่มีบริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

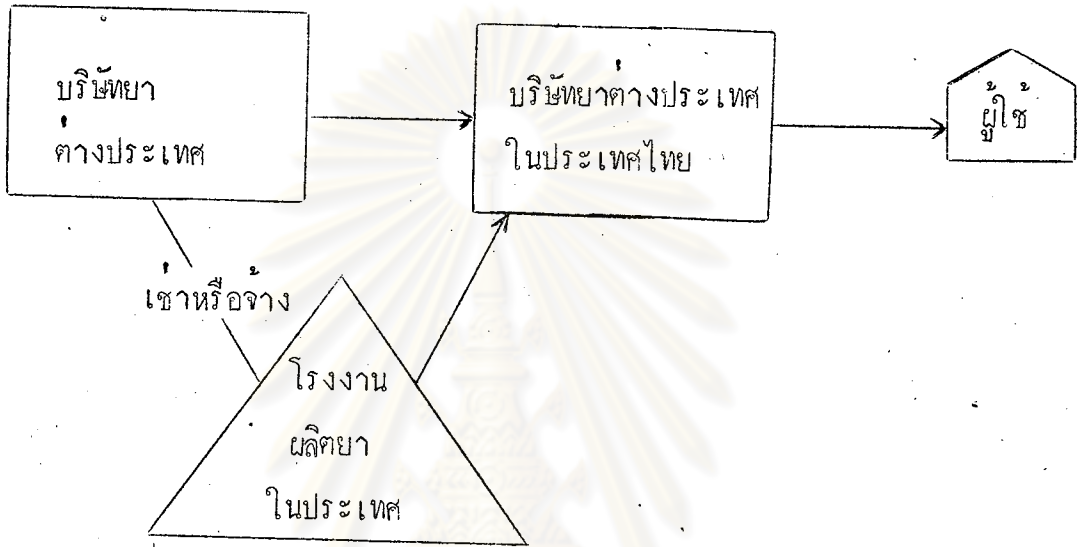
แบบที่ ๔.๑



บริษัทต่างประเทศส่งยาจากต่างประเทศในขนาดบรรจุใหญ่ ๆ หรือส่งเข้ามาในรูปวัตถุดิบ และให้บริษัทต่างประเทศในประเทศไทยจ้างหรือเช่าสถานที่โรงงานผลิตยาในประเทศไทย ทำการแบ่งบรรจุตามขนาดที่ต้องการ หรือผลิตยาตามต้องการ เพื่อลดต้นทุนเนื่องจากภาษีนำเข้า และค่าจ้างแรงงานในประเทศถูกกว่าต่างประเทศ อีกทั้งในขนาดบรรจุตามที่ต้องการจำหน่ายในประเทศไทยได้ ส่วนยาสำเร็จรูปบางชนิดก็ส่งเข้ามาจำหน่ายรวมด้วย อาจให้บริษัทผู้แทนจำหน่ายร่วมรับผิดชอบ หรือบริษัทต่างประเทศในประเทศไทยรับผิดชอบเองหมด แต่การจัดจำหน่ายยังคงอยู่ในความรับผิดชอบของบริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย



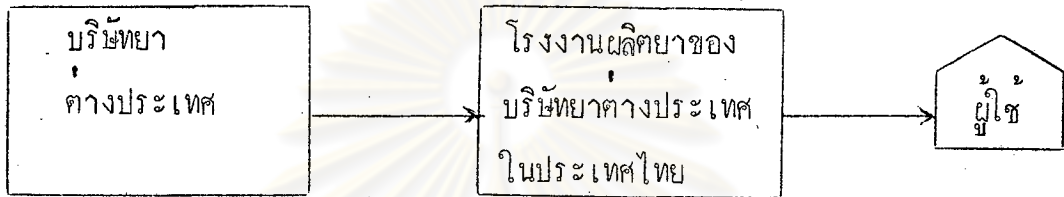
แบบที่ ๔.๒



บริษัทต่างประเทศส่งทั้งยาสำเร็จรูปขนาดบรรจุใหญ่ และวัตถุดิบ  
เข้ามาให้บริษัทต่างประเทศในประเทศไทยจ้างหรือเช่าโรงงานผลิตยาในประเทศ  
แบ่งขนาดหรือผลิตยาตามต้องการ และทำการจัดจำหน่ายเอง โดยไม่มีบริษัทผู้แทน  
จำหน่ายในประเทศไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบที่ ๕



บริษัทต่างประเทศลงทุนตั้ง โรงงานผลิตยาของบริษัทต่างประเทศขึ้น  
ในประเทศไทย ทำการผลิตยาจำหน่ายในประเทศไทย และส่งไปจำหน่ายยังประเทศ  
ใกล้เคียง ซึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่ผ่านมารัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการลงทุน  
ขึ้นในประเทศ เพื่อให้ประชาชนภายในประเทศมีงานทำ โดยอนุญาตให้บริษัท  
ต่างประเทศที่มาลงทุนเปิดโรงงานในประเทศไทยได้รับการยกเว้นภาษีขาเข้าสำหรับ  
เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างโรงงานในประเทศ มีบริษัทต่างประเทศ ๕ บริษัท  
ที่ได้รับสิทธิตามนโยบายนี้ ๕

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่ง กำหนดขอบ เขตศึกษา เฉพาะบริษัทต่างประเทศใน ประเทศไทย เพราะบริษัทประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิจัย เป็นพื้นฐาน มีการ จัดองค์การ และการบริหารงานที่เป็นระบบอันทันสมัย มีโครงสร้างการจัดจำหน่าย กระจายไปทั่วโลก และเป็นแนวทางของการบริหารงานขายของบริษัทฯในประเทศไทย เพราะบริษัทต่างประเทศ เหล่านี้จะเป็นผู้ริเริ่มนำระบบบริหารงานขายใหม่ ๆ เข้ามา ใช้ในธุรกิจค้านี้ก่อน

### ก. ความมุ่งหมายในการศึกษา

การศึกษาระบบการบริหารงานขายของบริษัทต่างประเทศในประเทศไทยนี้ ผู้เขียนมีความมุ่งหมาย เพื่อ

๑. ทราบถึงหลักการ และวิธีจักร ระบบการบริหารงานขายของบริษัทฯ ต่างประเทศ
๒. เพื่อทราบปัญหา และอุปสรรคทางการบริหารงานขายที่บริษัทต่าง ๆ ประสบอยู่
๓. เพื่อหามาตรการและข้อเสนอแนะตามหลักวิชาการ ในอันที่จะแก้ไข และปรับปรุงการบริหารงานขายของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
๔. เพื่อทราบถึงวิธีการและขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจฯในประเทศไทย

### ข. ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องนี้จะศึกษาเฉพาะ เรื่องราวและกระบวนการที่เกี่ยวข้อง และ เกี่ยวกับการบริหารงานขายของบริษัทต่างประเทศในประเทศไทยเท่านั้น เพราะบริษัทเหล่านี้เป็นบริษัทที่จัดว่ามีระบบการบริหารงานอันเป็นที่ยอมรับทั่วไป โดย รับนโยบายการดำเนินงานจากสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้า ในกิจการค้านี้คืออยู่แล้ว เพื่อจะได้นำมาเปรียบเทียบเป็นแนวทางการบริหารงานขาย

ของบริษัทอื่น ๆ ต่อไป และเลือกเอาแต่วิธีการทางทฤษฎีที่ใช้ได้เท่านั้นมาปฏิบัติ เพราะทฤษฎีบางอย่างนำมาใช้ทางปฏิบัติไม่ได้ผล

ค. เอกสารและวิธีการศึกษา

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการในการศึกษา วิเคราะห์การบริหารงานขายของบริษัทฯ ต่างประเทศในประเทศไทยดังนี้

๑. ศึกษาจากหนังสือต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ ซึ่งจัดอยู่ในประเภทของความรู้ ตลอดจนวิชาการต่าง ๆ ทางด้านการบริหารงานขาย
๒. การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และรับผิดชอบต่อการบริหารงานขายของบริษัทฯ ต่างประเทศในประเทศไทย ๑๐ บริษัท
๓. การสังเกตการปฏิบัติงานและกระบวนการวิธีการบริหารงานขายของบริษัทฯ ต่างประเทศในประเทศไทย

ง. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

ผลวิจัยและวิเคราะห์การบริหารงานขายของบริษัทฯ ต่างประเทศในประเทศไทยจะช่วยให้อ่านวยประโยชน์ต่าง ๆ แก่ เกสัชกร นิสิต นักศึกษา ที่สนใจกิจการทางค่านนี้ดังนี้

๑. ช่วยอธิบายให้ทราบถึงระบบการบริหารงานขายของบริษัทฯ ต่างประเทศในประเทศไทยโดยสังเขป
๒. เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาและวิเคราะห์กรรมวิธีการดำเนินงานของบริษัทฯ ต่างประเทศในประเทศไทย ที่ใช้ในการดำเนินกิจการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารพนักงานขาย ตลอดจนการประเมินผลการขาย
๓. ทราบปัญหาและอุปสรรคที่บริษัทฯ เหล่านั้นประสบอยู่

นอกจากนี้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะช่วยเป็นคู่มือสำหรับการบริหารงานชายของ  
 บริษัทต่าง ๆ ในประเทศไทย ใค้อาศัยเป็นแนวทางปฏิบัติอื่นจะเป็นการยกระดับ  
 ฐานะการบริหารงานชายของบริษัทยาในประเทศไทยให้พัฒนามากขึ้น อีกทั้งยังเป็น  
 การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี แต่ขาดความรู้และ  
 ประสบการณ์ทางด้านการบริหารงานชายได้มีความรู้ และเกิดความสนใจที่จะมา  
 ดำเนินธุรกิจทางด้านนี้มากขึ้น

### จ. การเสนอเรื่อง

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ อาศัยหลักการพรรณนาเป็นพื้นฐาน และกรวิเคราะห์  
 ควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้โดยอาศัยหนังสือ วารสาร จุลสาร และเอกสารต่าง ๆ รวมทั้ง  
 รายงานสถิติประจำปีที่กระทรวงสาธารณสุขได้รวบรวมไว้เป็นเครื่องมือในการศึกษา  
 ค้นคว้า อ้างอิง สิ่งที่สำคัญในเนื้อหา อีกทั้งใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการ  
 กรอกแบบสอบถามรายบุคคลของผู้บริหารงานชายของบริษัทยาตัวอย่าง เป็นเรื่อง  
 สนับสนุนการวิจัย เนื่องจากเรื่องที่ศึกษาเป็นเรื่องใหญ่ มีขอบเขตกว้างขวางคลุม  
 การบริหารงานชายทั้งหมด จึงได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัญหาทางด้านพื้นฐาน  
 เท่านั้น โดยมีได้วิเคราะห์ลงไปให้พิศดารมากนัก

ในการเสนอเรื่องผู้เขียนได้แบ่งไว้เป็น ๕ บทดังนี้

บทที่ ๑ บทนำ เป็นบทที่กล่าวถึงความสำคัญของเรื่องที่ทำการศึกษาและ  
 วิจัยนี้ ประเภทของบริษัทต่างประเทศไทยในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยมุ่งหมายถึง ความ  
 มุ่งหมายในการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา เอกสาร และวิธีการศึกษา ตลอดจน  
 ประโยชน์อันพึงจะได้รับจากการศึกษาและวิจัยนี้

บทที่ ๒ กล่าวถึง ลักษณะของตลาดยาในประเทศไทยกับการกำหนดนโยบาย  
 การขาย ซึ่งจะกล่าวถึงตลาดยาในประเทศ ช่องทางการจำหน่ายยา และลักษณะ  
 เฉพาะของตลาดยาในประเทศไทย

บทที่ ๓ เน้นถึงการบริหารงานขายตามทฤษฎี เริ่มตั้งแต่วัตถุประสงค์ของการบริหารงานขาย การบริหารงานขายอันเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารการตลาด การจัดองค์การขาย การวางแผนการขาย การบริหารพนักงานขาย จนถึงการประเมินผลพนักงานขาย

บทที่ ๔ อธิบายถึงการดำเนินการวิจัย รวมถึงผลการวิจัยที่ได้รับจากบริษัทตัวอย่าง

บทที่ ๕ ขอสรุปและขอเสนอแนะตามความคิดเห็นของผู้วิจัยเท่าที่ได้รับ ความรู้จากการหาข้อมูล การสัมภาษณ์ผู้บริหารงานขาย และการค้นคว้าจากตำรา หรือเอกสารต่าง ๆ ตลอดจนความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมการอบรม การบริหารงานขายที่ทางสมาคมการตลาดจัดขึ้น ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๒๒.

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย