

การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

APPLYING APPRECIATIVE INQUIRY FOR THE MARKETING STRATEGIC PLANNING : THE CASE STUDY OF NEWTONTRACTOR AUTHORIZE DEALER IN YASOTHON PROVINCE

จ้ารงศ์ศักดิ์ แท้ศิริ¹
ภิญโญ รัตนพานธุ์²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกจากผู้มีส่วนร่วม ได้แก่ ลูกค้าของทางตัวแทนจำหน่าย เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป พนักงานขายและผู้ประกอบการ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถแทรกเตอร์ เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยนำจุดร่วมและจุดโดดเด่นไปวิเคราะห์ร่วมกับเครื่องมือทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง จึงพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งหมด 4 โครงการ ได้แก่ ประกาศร้าวเราคือตำนาน คนเดียวหัวหายสองคนเพื่อนตาย พันธมิตรนิวตัน และดูแลเหมือนเดิมเพิ่มเติมคือถามไถ่ ซึ่งหลังจากนำไปปฏิบัติจริงพบว่า การจำหน่ายแทรกเตอร์นิวตันมีแนวโน้มที่ดีขึ้น และลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้นพร้อมทั้งจดจำตัวแทนจำหน่ายได้มากขึ้น

คำสำคัญ: รถแทรกเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง

Abstract

The objective of applying appreciative inquiry for the marketing strategic planning Newton tractor authorized dealer in Yasothon province is to discover positive experience from participants include customers, regular agricultural tractor users, salesmen and entrepreneurs. This information will be analyzed to find convergence and divergence that affect buying decision. The result is then combined with marketing tools to develop marketing strategy. The conclusion establishes 4 marketing projects: Announce That We Are Legend, The Best Friend, Newton Alliance, and Care and Follow. After the projects have been implementing, selling numbers have been improving 16.67% and customers developing growing trust in the dealers.

Keywords: Tractor, Tractor equipment

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาดูการจ้การ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 4000
Email: thamrongsak.taesiri@gmail.com

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาดูการจ้การ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

จังหวัดยโสธร เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่ขนาด 2,600,902 ไร่ โดยพื้นที่ส่วนมากในจังหวัดยโสธรเป็นพื้นที่ถือครองเพื่อการเกษตรถึงร้อยละ 62 ของพื้นที่ [1] ดังนั้นอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพหนึ่งที่มีความสำคัญกับจังหวัดอย่างมาก รถแทรกเตอร์เป็นเครื่องจักรกลทางการเกษตรที่มีความต้องการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปีพ.ศ.2558 ความต้องการรถแทรกเตอร์ในจังหวัดยโสธรลดลงถึงร้อยละ 20 [2] และมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองและภัยแล้งที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จึงส่งผลต่อการทำเกษตรกรรมอย่างมาก

นอกจากนี้การแข่งขันระหว่างตัวแทนจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อในจังหวัดยโสธรมีความรุนแรงที่มากขึ้น โดยการทำตลาดที่เน้นการขายเป็นหลัก เช่น การให้เงื่อนไขค่างวดต่ำ การออกรถแทรกเตอร์ทันทีไม่ต้องมีเงินดาวน์ และการส่งสินค้าก่อนการอนุมัติสินเชื่อ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวตันในจังหวัดยโสธรมีลำบากในการจำหน่ายรถแทรกเตอร์มากขึ้น เนื่องจากทางบริษัทแม่ของรถแทรกเตอร์นิวตันไม่มีนโยบายการค่างวดต่ำ และมีความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อ แต่ในการแข่งขันที่รุนแรงด้านการตลาดส่งผลให้ตัวแทนจำหน่ายต่างๆขาดการดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึงและจริงจัง เนื่องจากการผูกสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมอย่างต่อเนื่องเป็นการลดต้นทุนในการแสวงหาลูกค้าใหม่ ดังนั้นการรักษาฐานลูกค้าจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ[3] และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นการทำการตลาดอย่างหนึ่งด้วย

ดังนั้นผู้ศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวตันจังหวัดยโสธรโดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพทางการขาย การบริการ และการดูแลลูกค้าที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้ในอนาคต ทางผู้ศึกษาจึงนำแนวทางของสุนทรียสาธกมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดในครั้งนี้ เนื่องจากแนวคิดสุนทรียสาธกเป็นการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นกับองค์กรและมาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแนวคิดแนวคิดอื่นๆได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นแนวคิดสุนทรียสาธกจึงมีส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงานขาย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ในจังหวัดยโสธร
2. นำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

วิธีดำเนินงาน

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงานขาย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ ในจังหวัดยโสธร

1.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางสุนทรียสาธก ผ่านกระบวนการค้นพบ (Discovery) โดยการสัมภาษณ์และสังเกตผู้มีส่วนร่วมกับคำถามเชิงบวก ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนรวมเป็นผู้ที่สะดวกและเต็มใจให้สัมภาษณ์ผู้ศึกษาแบ่งผู้มีส่วนรวมออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ลูกค้าของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ 14 คน
2. เกษตรกรที่ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร 4 คน
3. ผู้ประกอบการและพนักงาน 4 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview)

1.2.2 การสังเกต (Observation)

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เป็นประโยชน์ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปเรียบเรียง เพื่อวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญและนำไปจัดรูปแบบ โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่เป็นจุดรวม (Convergences) วิเคราะห์จากการหาจุดรวมจากการสัมภาษณ์
2. กลุ่มปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) พิจารณาจากสิ่งที่โดดเด่นจากจุดรวมและอ้างอิง

บทสัมภาษณ์

2. นำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล มีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.1.1 การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)

เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยการใช้จุดแข็งขององค์กรจากสิ่งที่ค้นพบและการวิเคราะห์ห้วงศรัทธากับโอกาสที่พบ เพื่อเชื่อมโยงกับการวาดฝัน (Dream) โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) จุดแข็ง (Strength)

การวิเคราะห์จุดแข็งของทางตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร จะวิเคราะห์จากปัจจัยที่เป็นจุดรวม จุดโดดเด่น และผลจากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

(2) โอกาส (Opportunity)

ค้นหาโอกาสต่างๆที่มีของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารออนไลน์ และข่าวสารจากสื่อต่างๆ

(3) สิ่งที่เราอยากจะเป็น (Aspiration)

นำจุดแข็งและโอกาสที่ค้นพบมาสร้างเป็นเป้าหมายหรือแรงบันดาลใจของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

(4) ผลลัพธ์ (Result)

กำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการโดยให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายหรือแรงบันดาลใจที่กำหนดไว้

2.1.2 การสร้างฝัน (Dream)

นำข้อมูลที่ได้จากการค้นพบประสบการณ์ที่ดีที่สุดจากการสัมภาษณ์และผ่านการวิเคราะห์และรวบรวมในขั้นตอนค้นพบแล้ว นำมาวาดฝันถึงองค์กรและงานขององค์กรเราว่าอยากให้เป็นไปในแบบใดมากที่สุด โดยเฉพาะมุมมองที่อยากให้ลูกค้ามีต่อเรามากที่สุด

2.1.3 การออกแบบ (Design)

การศึกษาขั้นตอนนี้ นำข้อมูลปัจจัยจุดรวมและจุดโดดเด่น มาวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์สออาร์[4] ทฤษฎีจุดพลิกผันทฤษฎี การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของตัวแทนจำหน่ายนิวตัน โดยเน้นการออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2.1.4 การทำให้เป็นจริง (Destiny)

ดำเนินการตามแผนการตลาดที่ออกแบบไว้ในขั้นตอนการออกแบบ (Design) พร้อมการประเมินผลจากยอดขายและการสังเกตปฏิกิริยาของลูกค้าและพนักงาน หลังจากดำเนินการตามแผนที่วางไว้แล้ว

ผลการวิจัย

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงานขาย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ ในจังหวัดยโสธร

1.1 การค้นพบ (Discovery)

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมแล้ว พบว่ามีจุดร่วมและจุดโดดเด่น คือ 1.การอำนวยความสะดวกในการช่วยลูกค้ายื่นเรื่องขออนุมัติสินเชื่อ 2.อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด 3.การแนะนำและให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนของพนักงานขาย 4.การเอาใจใส่และติดตามลูกค้า 5.คุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงในอดีต ซึ่งเป็นประสบการณ์เชิงบวกที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อรถแทรกเตอร์เกษตรกรในจังหวัดยโสธร

2. นำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด

2.1 การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)

2.1.1 จุดแข็ง (Strengths) คือ สิ่งที่ดีที่สุดที่องค์กรมีในขณะนี้ ได้แก่

- (1) ทางตัวแทนจำหน่ายอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
- (2) รถแทรกเตอร์นิวตันคือรถแทรกเตอร์คอร์คที่มีชื่อเสียงด้านความแรงของเครื่องยนต์

และความทนทาน

- (3) ตัวแทนจำหน่ายมีการติดตามลูกค้าเมื่อลูกค้าสนใจและใจใส่ลูกค้าในการให้บริการ
- (4) พนักงานขายสามารถแนะนำสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าด้วยความ

ซื่อสัตย์

- (5) มีความเป็นกันเองในการติดต่อกับลูกค้า

2.1.2 โอกาส (Opportunities) คือ โอกาสที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ได้แก่

- (1) รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง
- (2) สถาบันการเงินหลายแห่งรับเรื่องการขออนุมัติสินเชื่อรถแทรกเตอร์มากขึ้น
- (3) ชาวบ้านจะแนะนำแก่เพื่อนบ้าน เมื่อได้รับการบริการที่ประทับใจหรือสินค้ามี

คุณภาพ

- (4) ตัวแทนจำหน่ายต่างๆในจังหวัดยโสธรขาดการดูแลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและ

ทั่วถึง

- (5) พื้นที่ส่วนมากในจังหวัดยโสธรเป็นพื้นที่ถือครองทางการเกษตร และมีการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรที่อาจจะเพิ่มขึ้น

2.1.3 สิ่งที่เราอยากจะเป็น (Aspirations) คือ สิ่งดีๆที่ต้องการให้เกิดกับองค์กร ในอนาคตโดย

สร้างจากการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรซึ่งสิ่งที่ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต คือ การดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ที่ลูกค้านี้ถึงเป็นแห่งแรก โดยการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและการบริการที่เป็นเลิศ จนเป็นที่กล่าวถึงของเกษตรกรในจังหวัดยโสธร

ผลลัพธ์ที่อยากให้เห็น (Results) คือ ผลลัพธ์ที่อยากให้เห็นและวัดผลได้

(1) ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2559

2.2 การวาดฝัน (Dream)

เป็นการกำหนดทิศทางและเป้าหมายที่ตัวแทนจำหน่ายต้องการจะเป็นตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์ที่ถูกค่านึกถึงเป็นแห่งแรก โดยการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศ จนเป็นที่กล่าวถึงของเกษตรกรในจังหวัดยโสธรและมีเป้าหมาย

2.3 การออกแบบ (Design)

จากการนำจุดร่วมและจุดโดดเด่น มาวิเคราะห์ร่วมกับส่วนผสมทางการตลาดและการวิเคราะห์ SOAR สามารถสร้างกลยุทธ์การตลาดให้กับตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์จังหวัดยโสธร ดังนี้

2.3.1 โครงการ “ประกาศกร้าวเราคือตำนาน” โครงการนี้พัฒนาจากการค้นพบเรื่องคุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงในอดีต ดังนั้นเพื่อพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดให้รถแทรกเตอร์นิวัตน์เป็นที่รู้จัก โดยการจัดทำป้ายโฆษณาแล้วนำไปติดตั้งตามเส้นทางที่เป็นทางเข้าตัวเมืองและปรับปรุงสถานที่จัดจำหน่ายด้วยป้ายโฆษณาเพื่อปรับปรุงลักษณะทางการภาพให้เป็นที่สังเกตได้ง่ายยิ่งขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของเกษตรกรว่าทางร้านเป็นตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวัตน์และรถแทรกเตอร์นิวัตน์คือรถแทรกเตอร์คอร์ดในตำนาน โดยหลังจากดำเนินโครงการแล้วพบ มีเกษตรกรเริ่มมาสอบถามและตัดสินใจซื้อ เพราะ ชื่นชอบในความทนทานของรถแทรกเตอร์คอร์ด

2.3.2 โครงการ “คนเดียวหัวหาย สองคนเพื่อนตาย” โครงการนี้พัฒนาจากการค้นพบกระบวนการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ทางบริษัทจึงจัดให้พนักงานเสนอความช่วยเหลือในการยื่นขออนุมัติสินเชื่อและติดตามผลจากสถาบันการเงินต่างๆแก่เกษตรกรผู้ที่สนใจรถแทรกเตอร์นิวัตน์ โดยหลังจากดำเนินโครงการพบว่า เกษตรกรตัดสินใจซื้อสินค้าได้รวดเร็วขึ้น โดยเมื่อเสนอความช่วยเหลือด้านการขออนุมัติสินเชื่อ ลูกค้าก็ตัดสินใจของสินค้าทันที

2.3.3 โครงการ “พันธมิตรนิวัตน์” เป็นโครงการนี้พัฒนาจากการค้นพบเรื่องอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด โดยจะสร้างแนวร่วมกับ ลูกค้าเก่า ช่างซ่อมรถแทรกเตอร์ในหมู่บ้าน และผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งทางตัวแทนจำหน่ายจะให้พนักงานชายและช่าง เข้าไปพูดคุยพยายามตีสนิทกับและเสนอคำตอบแทนให้กับบุคคลเหล่านั้น เมื่อมีการแจ้งข้อมูลผู้ที่สนใจสินค้าให้แก่ทางร้านจนนำไปสู่การซื้อขาย นอกจากนี้ในการออกไปขายสินค้าของพนักงานชายในแต่ละครั้ง พนักงานชาย ต้องพยายามแวะเยี่ยมบุคคลดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและทราบข่าวความเคลื่อนไหวของตลาดในแต่ละท้องถิ่น จากการดำเนินโครงการพบว่า มีลูกค้าเก่าบอกต่อและพาลูกค้าใหม่มาซื้อสินค้า นอกจากนี้ลูกค้าที่มีบุคคลดังกล่าวมาด้วยสามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

2.3.4 โครงการ “ดูแลเหมือนเดิม เพิ่มเติมคือถามไถ่” เป็นโครงการติดตามผล ให้คำปรึกษาและช่วยแก้ปัญหาในการให้บริการลูกค้าของพนักงานทั้งการส่งสินค้าและงานบริการซ่อมบำรุง โดยการโทรสอบถามการไปให้บริการของลูกค้าว่าการให้บริการของทางร้านเป็นอย่างไร เพื่อนำมาปรับปรุงหรือขยายผลจากคำแนะนำของลูกค้า โดยหลังดำเนินโครงการพบว่า ลูกค้ามีความมั่นใจและประทับใจในการให้บริการมากขึ้นโดยสังเกตจากการชมและการนึกถึงการซื้อซ้ำ

2.4 การดำเนินการ

หลังจากนำโครงการ ประกาศกร้าวเราคือตำนานคนเดียวหัวหายสองคนเพื่อนตาย และพันธมิตรนิวัตน์ไปปฏิบัติแล้ว พบว่า มีลูกค้าสนใจและเข้ามาสอบถามรถแทรกเตอร์นิวัตน์กับทางตัวแทนจำหน่ายมากขึ้น พร้อมทั้งลูกค้ายังสามารถตัดสินใจของได้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.67 หลังจากปฏิบัติโครงการ

ซึ่งในระยะยาวจะต้องมีการวัดผลต่อไปเพื่อความมั่นใจในประสิทธิภาพของโครงการ และหลังจากนำโครงการ ดูแลเหมือนเดิม เพิ่มเติมคือถามไถ่ พบว่า ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการให้บริการมากขึ้น นอกจากนั้นยังลูกค้าประทับใจในการติดตามและให้คำปรึกษา พร้อมทั้งนึกถึงการซื้อซ้ำ

สรุป

ในปี 2558 แนวโน้มการซื้อรถแทรกเตอร์ในจังหวัดยโสธรมีแนวโน้มลดลงอย่างมาก เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองและภัยแล้งที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกปี นอกจากนั้นการแข่งขันระหว่างตัวแทนจำหน่ายยี่ห้อต่างๆ ที่มีความรุนแรง เช่น การดาวนต้าหรือไม่ต้องมีเงินดาวนต้า และการส่งสินค้าก่อนการอนุมัติสินเชื่อ เป็นต้น ส่งผลให้ทางตัวแทนจำหน่ายแทรกเตอร์นิวตันจังหวัดยโสธรมีความลำบากในการแข่งขันเนื่องจากทางบริษัทแม่ไม่มีนโยบายการดาวนต้า และมีความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อ แต่ในการทำการตลาดที่เน้นการขายนั้นส่งผลให้ตัวแทนจำหน่ายขาดการดูแลลูกค้าอย่างจริงจัง ทำให้ผู้ศึกษาต้องการวางแผนการตลาดของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยประยุกต์ใช้แนวคิดสุนทรียสาธก กับ แนวคิดต่างๆ ได้แก่ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์สออาร์ ทฤษฎีจุดพลิกผันและทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยเกิดเป็นโครงการ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการประกาศกร้าวเราคือตำนานโครงการคนเดียวหัวหาย สองคนเพื่อนตาย โครงการพันธมิตรนิวตัน และโครงการดูแลเหมือนเดิม เพิ่มเติมคือถามไถ่ ซึ่งหลังจากการนำโครงการไปปฏิบัติ พบว่า ได้รับการสนใจจากเกษตรกรมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งผู้ที่สนใจรถแทรกเตอร์นิวตันตัดสินใจออกรถแทรกเตอร์ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ลูกค้ายังมีความมั่นใจและนึกถึงตัวแทนจำหน่าย พร้อมทั้งเกิดการบอกต่ออีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามทางผู้ศึกษายังต้องติดตามผลในระยะยาวต่อไปเพื่อคอยปรับปรุงและพัฒนาการบริวณการอย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ขอขอบคุณที่ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยคำแนะนำที่ดีจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ภิญโญ รัตนานันท์ ผู้คอยให้คำแนะนำและสละเวลาอันมีค่าเพื่ออธิบาย และให้แนวทางแก้ไขข้อสงสัย

ผู้ศึกษาขอขอบคุณ บิดา มารดา ที่คอยส่งเสริมและสนับสนุนทางการศึกษาพร้อมทั้งให้คำปรึกษาต่างๆ รวมถึงขอขอบพระคุณเพื่อนๆ MBA Young Executive รุ่นที่ 16 ที่ให้กำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลืออันดีเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานจังหวัดยโสธร. [ม.ป.ป.]. **ข้อมูลจังหวัด**. ค้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2559, จาก http://www.yasothon.go.th/web/yaso_web.php
- [2] สำนักงานขนส่งจังหวัดยโสธร. [ม.ป.ป.]. **สถิติจำนวนรถจดทะเบียนสะสมตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกและกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ (2554-2558)**. ค้นเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2559, จาก http://yasothorn.dlt.go.th/statistic/statistic2556_001.html
- [3] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). **การรักษาฐานลูกค้า**. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.smeservicecenter.net/public/uploads/p13799217716129123314.pdf>