

## การพัฒนากลยุทธ์การตลาด โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry)

กรณีศึกษา : หอพัก เฟื่องฟ้า

### TO DEVELOP MARKETING STRATEGY THROUGH APPRECIATIVE INQUIRY THE CASE STUDY OF: HLORPHAK FUANGFAR

สุกัญญา ทิมจันทร์<sup>1</sup>

ภิญโญ รัตนพานธุ์<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียสาธก เพื่อการจัดการธุรกิจเชิงบวก หอพักเฟื่องฟ้า ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ Appreciative Inquiry เพื่อค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุดของผู้ใช้บริการหอพัก โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ 30 ตัวอย่าง ผู้ที่มีประสบการณ์ประทับใจจากการใช้บริการหอพัก ควบคู่กับจุดพลิกผันและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อนำผลศึกษา ประสบการณ์เชิงบวกมาวางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของหอพัก

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจได้เลือกที่จะสร้าง “เป็นหอพักที่มีความปลอดภัยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ของจังหวัด พิษณุโลก” นอกจากนั้นทางหอพักเฟื่องฟ้า ยังได้มุ่งเน้นถึงความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า ซึ่งได้นำประสบการณ์ด้านบวก มาสร้างกลยุทธ์ทั้งสิ้น 2 โครงการ คือ 1) กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย 2) กลยุทธ์ในการสร้างความประทับใจในความ สะอาด เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ในภาวะการแข่งขัน ปัจจุบัน สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าผู้มาใช้บริการได้

คำสำคัญ: สุนทรียสาธก

#### ABSTRACT

This study aims to study to develop a marketing strategy Through Appreciative Inquiry for Management Positive the Case Study of: Hlorphak Fueangfa. Therefore, the concept of Appreciative Inquiry to search for customer's best experience. By interviewing, the tipping point and customer relationship management (CRM) of the results of the study experienced positive development marketing strategy to increase sales dormitory.

The information from study and analysis that the business agree with the concept of “Housing has secured one of the largest province of Phitsanulok”. Moreover, Hlorphak Fuangfar service apartment focus on the satisfaction and customer needs. Environment and good experience to set business strategy of 2 project following strategies. 1) Increase confidence in resident safety. 2) Impress customer by having clean that strategic can improve and take business competitive, which resulted in existence of business in today's high competitive condition and make a pleasure to customer.

Keyword: Appreciative Inquiry

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**บทนำ (Introduction)**

หอพัก เพื่อองฟ้า ตั้งอยู่ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548 ซึ่งบริการห้องพักแบบเดิมที่เป็นรายเดือนและรายวันอยู่แล้ว ซึ่งดำเนินธุรกิจห้องพักแบบเดิมได้รับผลการตอบกลับที่ไม่ค่อยดีนัก เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ลูกค้ามีปัญหาเรื่องการใช้จ่ายสอยในการเลือกเช่าซื้อใช้บริการห้องพักและมีจำนวนคู่แข่งทางการค้าเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้ามีหลายทางเลือกที่จะตัดสินใจ จึงทำให้ยอดให้บริการเช่าห้องพักลดลงด้วย เนื่องจากยอดให้เช่าบริการลดลงมาติดต่อกันหลายปี (ตามตารางที่ 1) ตั้งแต่ปี 2556-2558 ซึ่งบางที่ลูกค้าเลือกเช่าใช้บริการหอพักที่สร้างขึ้นใหม่ ธุรกิจของเรา ซึ่งเป็นระบบกิจการธุรกิจของครอบครัว จึงจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาเปลี่ยนแปลงระบบของการให้บริการที่หอพักให้ตีเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับสถานการณ์การแข่งขันที่เพิ่มจำนวนขึ้นด้วย ทั้งนี้เพื่อรักษาผู้เช่ารายเดิมและรายใหม่ที่จะเข้ามาใช้บริการเช่าใช้ห้องพักที่หอพัก

**ตารางที่ 1** ยอดขายให้เช่าบริการห้องพักของหอพักเพื่อองฟ้า ตั้งแต่ปี 2556-2558

ยอดขายปี 2556 - ปี 2558			ปี 2557 ลดลง จากปี 2556	ร้อยละ	ปี 2558 ลดลง จากปี 2557	ร้อยละ
ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558				
6,856,958.25	5,876,245.50	5,156,645.75	(980,712.75)	(14.30)	(719,599.75)	(12.24)

(ที่มา: จากฝ่ายบัญชีของหอพักเพื่อองฟ้า, 2558)

โดยผู้จัดทำการศึกษาได้เลือกใช้และสร้างพัฒนากลยุทธ์โดยใช้วิธีการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) หรือ AI นำเข้ามาใช้เพื่อทำการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและเพื่อต้องการเพิ่มยอดขายขึ้นจากเดิมร้อยละ 10 ให้กับทางธุรกิจหอพักต่อไป

**ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

1. สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) (Cooperrider Whitney and Stavros 2003) คือ กระบวนการศึกษาค้นหาส่วนดีร่วมกัน เพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวคนในองค์กรหรือของโลกที่อยู่รอบตัวเรา สุนทรียสาธก (AI) คือกระบวนการค้นหาอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะเมื่อระบบนั้นสามารถบรรลุซึ่ง ประสิทธิภาพสูงสุด **หัวข้อที่เลือกอย่างสร้างสรรค์ (Affirmative Topic choice)** วงจร 4 ขั้นตอนของสุนทรียสาธก (ภิญโญ รัตนาพันธุ์, 2550) [1]

1.2.1 การค้นพบ (Discovery) การค้นพบจะเกิดผลใน การค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดของประสบการณ์นั้น คืออะไรในทางธุรกิจอาจประยุกต์ในการหาโอกาส จุดแข็ง ศักยภาพ พรสวรรค์ อุปสงค์ที่ซ่อนเร้น (Latent Demand)

1.2.2 การสร้างฝัน (Dream) ในขั้นตอนนี้ทุกคนช่วยกันสำรวจค้นหา ความหวังและความฝันในงาน ในการทำงานในความสัมพันธ์ ในองค์กรและเคยมีมาในอดีต

1.2.3 การออกแบบ (Design) คุณสมบัติและคุณลักษณะที่ดีที่ได้จากการค้นพบและการสร้างฝัน และนำมาเขียนคำประกาศที่ประกอบไปด้วยคุณสมบัติขององค์กรที่พวกเราต้องการมากที่สุด

1.2.4 ทำให้เป็นจริง (Destiny) สร้างกิจกรรมที่ปรากฏขึ้นมาในความคิดที่สนับสนุนการเรียนรู้ และนวัตกรรม ในขั้นตอนนี้จะเน้นไปที่ความทุ่มเทของบุคลากรและองค์กรและหนทางที่จะเดินไปข้างหน้า

2. **จุดชนวนคิด พลิกสถานการณ์ (The Tipping Point)** Malcolm (1992) จุดพลิกผัน หมายถึง ช่วงขณะหนึ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาลกำลังจะเกิดขึ้น โดยเปรียบเทียบกับคำอื่นคล้ายๆกัน เช่น มวลวิกฤต (Critical Mass) ขีดจำกัด (Threshold) และจุดเดือด (Boiling point) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยมี

คุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีคนบางประเภทและบางกลุ่มเป็นตัวนำให้เกิดแพร่ไป มีพฤติกรรมและแนวคิดที่มีการติดต่อแพร่ระบาดไปได้เหมือนกับเชื้อโรค การแพร่นั้นเป็นไปแบบทวีคูณ (Malcolm, G., 1992) [2]

**3. การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เรียกว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์** ซึ่งก็คือการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีหลักการ เพื่อเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า สร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ (เซ็นจิตต์ แจ็งจินิก, 2546) [3]

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์แนวความคิดเชิงบวกของจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการที่หอพักเฟื่องฟ้า
2. เพื่อนำผลศึกษาประสบการณ์แนวความคิดเชิงบวกมาผลิตและวางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย

### วิธีการดำเนินการศึกษา

ขั้นตอนดำเนินการใช้หลักการ สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) โดยใช้กระบวนการ (The 4 – D Cycle) เป็นหลัก มีดังต่อไปนี้

**5.1 การค้นหา (Discovery)** สัมภาษณ์บุคคล 30 คน หรือประชากรที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหอพัก ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อเก็บข้อมูลสัมภาษณ์รวบรวมค้นหาประสบการณ์ดีๆในเชิงบวกโดยใช้หลักการ สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อทำการค้นหาจุดแข็งและโอกาส มุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ดีๆ และดีที่สุดโดยคำถามเชิงบวกเพื่อค้นหาสิ่งที่เราต้องการ

**5.2 การวาดฝัน (Dream)** การจินตนาการ สำรวจ ค้นหาความฝันที่เป็นไปได้ที่อยากจะให้องค์กรเดินไปสู่จุดมุ่งหมายและความคาดหวังตามเป้าหมายนั้นได้ เมื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในขั้นตอน Discovery มาคัดกรองและคัดสรรในส่วนของประสบการณ์ที่ดีที่สุดในเชิงบวก ซึ่งจะนำไปประโยชน์ที่ได้รับมาพัฒนาให้ตรงความต้องการและพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยการสร้างความฝันขององค์กรที่เป็นไปได้ขึ้นในอนาคตของธุรกิจต่อไป

**5.3 การออกแบบ (Design)** เป็นหลักการที่นำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์การตลาดจากประสบการณ์ที่ดีในเชิงบวกและนำผลการสัมภาษณ์ในเชิงบวกมาสร้างกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) และนำไปปรับปรุงให้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ทำให้การวาดฝัน (Dream) ของธุรกิจและองค์กรให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายและประโยชน์สูงสุดของธุรกิจและองค์กรต่อไปในอนาคต

**5.4 ทำให้เป็นจริงหรือการมอบหมาย (Destiny)** กำหนดนโยบายที่จะสนับสนุนโครงการกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายในเชิงธุรกิจหรือองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการจัดสรรคน ทรัพยากรต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องภายในธุรกิจและองค์กร โดยการจัดการระบบเพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้มีแรงขับเคลื่อนนำไปสู่ซึ่งความสำเร็จในอนาคตที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้เพื่อเพิ่มยอดขาย จัดทำให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางให้เกิดการเรียนรู้และกำหนดไปใช้ทำพันธกิจและกำหนดวิสัยทัศน์ในองค์กรเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของหอพักเฟื่องฟ้าและนำมาขยายผลเพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างต่อเนื่องในอนาคตข้างหน้า

## ผลการวิจัย

การพัฒนากลยุทธ์การตลาด โดยใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) กรณีศึกษา : หอพักเฟื่องฟ้า จากประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหอพักและเพื่อพัฒนากลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจหอพัก โดยได้ ทำการศึกษาและแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาเป็น 4 ขั้นตอน ซึ่งจะทำการวิเคราะห์แต่ละขั้นตอนที่กำหนดไว้ตาม วัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

**1. การค้นหา (Discovery) ผลการวิเคราะห์สุนทรียสาธก** จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 30 คน โดยบทสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการหอพักเฟื่องฟ้า เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดไปใช้ปรับปรุงเพื่อเพิ่มยอดขายตาม ขั้นตอนของสุนทรียสาธก ดังนี้ **ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม** 1. มีระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักอาศัย 2. บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมหอพักดี 3. บริการอินเทอร์เน็ต ฟรี **ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น** 1. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2. สร้างความประทับใจ 3. มีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่น

### 2. การวาดฝัน (Dream)

<b>ชื่อธุรกิจ</b>	หอพัก เฟื่องฟ้า
<b>ประเภทธุรกิจ</b>	เป็นธุรกิจหอพัก ห้องพักอาศัยทั้งรายวันและรายเดือน
<b>วิสัยทัศน์ (Vision)</b>	เป็นหอพักที่มุ่งเน้นการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้

บริการ

**พันธกิจ (Mission)** ดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลประกอบการที่ดีและพัฒนาระบบการให้บริการเพื่อ บรรลุความพึงพอใจและความต้องการสูงสุดแก่ลูกค้า

**เป้าหมาย (Goal)** จำนวนยอดลูกค้าและยอดให้บริการเช่าห้องพักที่เพิ่มขึ้น

### 3. การออกแบบ (Design)

วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายห้องพัก จากผลการสัมภาษณ์ความประทับใจลูกค้า ที่มาใช้บริการหอพักเฟื่องฟ้า ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นของธุรกิจที่สามารถนำไปต่อยอดเพื่อพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขกิจการให้ดียิ่งขึ้นและนำมาขยายผลและสร้างเป็นกลยุทธ์ไปใช้กับธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ตั้งเอาไว้

## ตารางที่ 2 โครงการที่ 1 กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย

<b>ก่อนใช้กลยุทธ์</b> - ต่อยอดสิ่งที่ดีในเรื่องของการสร้างความอุ่นใจและสะดวกในความปลอดภัยให้เกิดความประทับใจกับลูกค้าโดยการปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยให้ดีขึ้น เพื่อจะได้ให้ลูกค้าบอกปากต่อปาก	<b>Discovery</b> - จากประสบการณ์ที่ได้พูดคุยกับผู้พักอาศัยให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัย เช่น คีย์การ์ดที่ประตูเข้า-ออก กล้องวงจรปิด และพนักงานรักษาความปลอดภัย
<b>หลังใช้กลยุทธ์</b> - ลูกค้าพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของความปลอดภัยให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น - ลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้นหรือเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยที่สูงขึ้น	<b>Dream</b> - เป็นหอพักที่มีความปลอดภัยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ของจังหวัดพิษณุโลก  <b>Design</b> - มอบหมายให้ผู้จัดการดูแลให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ระบบประตูคีย์การ์ด - ติดป้ายให้ทราบเกี่ยวกับวิธีการใช้โดยการเปิดและปิดประตูทุกครั้งที่เข้า-ออก - มีการดูแลรักษาระบบคีย์การ์ดที่ประตูเข้า-ออกทุกประตูและระบบกล้องวงจรปิดทุกอาคารให้พร้อมใช้งานเพื่อความอุ่นใจให้กับผู้อาศัย
	<b>Destiny</b> - เจ้าของหอพักเป็นผู้ติดตามผลจากผู้จัดการเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยให้พร้อมใช้งาน - ใส่ใจดูแลระบบความปลอดภัยให้ดีขึ้น

## 4. การลงมือทำ (Destiny)

เป็นการกำหนดแนวทางแบบแผนของธุรกิจ ในระยะยาวนั้นประกอบด้วยการดำเนินแผนงานธุรกิจต่างๆ และในระยะสั้นซึ่งล้าแล้วแต่มีความสำคัญที่จะทำให้แผนงานในระยะยาวประสบความสำเร็จ ดังนั้นหากสามารถบรรลุเป้าหมายของแผนระยะสั้นได้ทั้งหมด ก็จะทำให้แผนในระยะยาวประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายพันธกิจและวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

## ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบยอดขายให้เช่าห้องพักช่วงเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน ในปี 2558 - 2559

เดือน/ปี	2558 (ร้อยละ)	2559 (ร้อยละ)
พฤษภาคม	497,000	485,000
มิถุนายน	472,000	509,000

จากตารางที่ 3 ในปี พ.ศ.2559 ในเดือนเมษายนมียอดขาย 437,000 บาท หลังจากที่ได้เริ่มทดลองกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดห้องพักในเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายนพบว่า ในเดือนพฤษภาคมมียอดขาย 485,000 บาท เพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายน 48,000 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 9.89 จนถึงเดือนมิถุนายนซึ่งเป็นเดือนสุดท้ายมียอดขายอยู่ 509,000 บาท เมื่อนำยอดขายไปเปรียบเทียบกับก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติจริงในเดือนเมษายน จะพบว่าในเดือนมิถุนายนเพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายนถึง 72,000 บาทหรือคิดเป็นร้อยละ 14.15

## สรุป

จากการศึกษาโดยใช้สุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการพิจารณาสรุปผลสัมฤทธิ์แบบ AI พบว่าเมื่อได้เริ่มดำเนินการปฏิบัติตามขั้นตอนของ AI จากการดำเนินการสัมฤทธิ์ประสพการณ์ด้านบวกในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย ตามหลักสุนทรียศาสตร์ ได้นำมาขยายผลและออกแบบวางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาด ดังต่อไปนี้ 1. กลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงได้นำประสพการณ์เชิงบวกที่ได้จากการสัมฤทธิ์มาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและให้ความสำคัญกับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

## กิติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงไปตามวัตถุประสงค์ ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ภิญโญ รัตนาพันธุ์ และอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการศึกษา โดยได้ชี้แนะแนวทางให้แก่ไขข้อปัญหาจากข้อบกพร่องต่างๆของการศึกษาในครั้งนี้ ตลอดจนจนประสบความสำเร็จและเสร็จสมบูรณ์ ผู้ทำการศึกษา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ สุดท้ายนี้ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการศึกษาเล่มนี้ จะเป็นประโยชน์แก่นักศึกษาตลอดบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในเรื่องนี้ต่อไปหากรายงานเล่มนี้มีข้อผิดพลาดประการใดผู้ทำการศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ภิญโญ รัตนาพันธุ์. (2550). **หลักการพื้นฐานของสุนทรียศาสตร์ (AI)**. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.aithailand.org/>
- [2] Malcolm, G. (1992). **The Tipping Point: How the little thing can make a big difference**. 16<sup>th</sup> ed. London: Abacus.
- [3] ชื่นจิตต์ แจ้งจกกิจ. (2546). **การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management CRM)**. ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.prosoftcrm.in.th/ArticleInfo.aspx?ArticleTypeID=2148&ArticleID=7847>