

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์สร้างความประทับใจให้ลูกค้า กรณีศึกษา ร้านฟอยอุกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

THE DEVELOPMENT STRATEGIC MARKETING USING APPRECIATIVE INQUIRY FOR CUSTOMER IMPRESSION CASE STUDY FOY FISHING SHOP

ทริสตี สุริยเรืองกิจ¹
ภิญโญ รัตนพานธุ์²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากการค้นหาข้อมูลที่เป็นประสบการณ์เชิงบวกจากลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุกรณ์ตกปลา และนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแก่ร้านฟอยอุกรณ์ตกปลา และผลการศึกษาดำเนินการด้วยการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามทฤษฎีสี่ตัวสี่ทิศทางที่ศึกษาได้แก่ ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อร้านอุกรณ์ตกปลาว่า การบริการด้วยคำแนะนำอย่างจริงใจ มีสินค้าความหลากหลายครบครัน รูปแบบการจัดร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ และการอำนวยความสะดวกเมื่อมีสินค้ามาใหม่ ทั้งหมดเป็นจุดรวมที่ลูกค้ากล่าวถึงมากที่สุด พร้อมนำมาสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ 6 ประเด็น โดยแผนการดำเนินงานระยะสั้นที่สำคัญซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการตลาดได้ผลที่ดีคือโครงการถูกใจร้านฟอยที่สามารถทำให้ลูกค้าเดิมรวมถึงลูกค้าใหม่ได้รู้จักสินค้าของทางร้านมากขึ้น จนกระทั่งทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ความประทับใจและเพิ่มยอดขายให้ทางร้านฟอย อุกรณ์ตกปลา

คำสำคัญ: ร้านอุกรณ์ตกปลา, สุนทรียศาสตร์

Abstract

The development strategic marketing using appreciative inquiry for customer impression case study Foy Fishing Shop aims to analyze the data investigated from customers as the positive experiences. The samples are 40 volunteers who have been fishing shops. Then, the data will be applied to be the marketing strategic planning for Foy Fishing Shop to create the customer satisfaction. The method has adopted the Appreciative Inquiry for interviewing and observation with a positive perspective.

The study has grouped participants according to the 4C's theory and found the primary factors of customer needs. They are the genuine suggestion, the variety of products, the store layout, and the new product presentation. Furthermore, the information is discussed in six issues proposing two strategies and six projects for short-term and long-term execution plans. These plans will satisfy customers and increase revenue for Foy Fishing Shop.

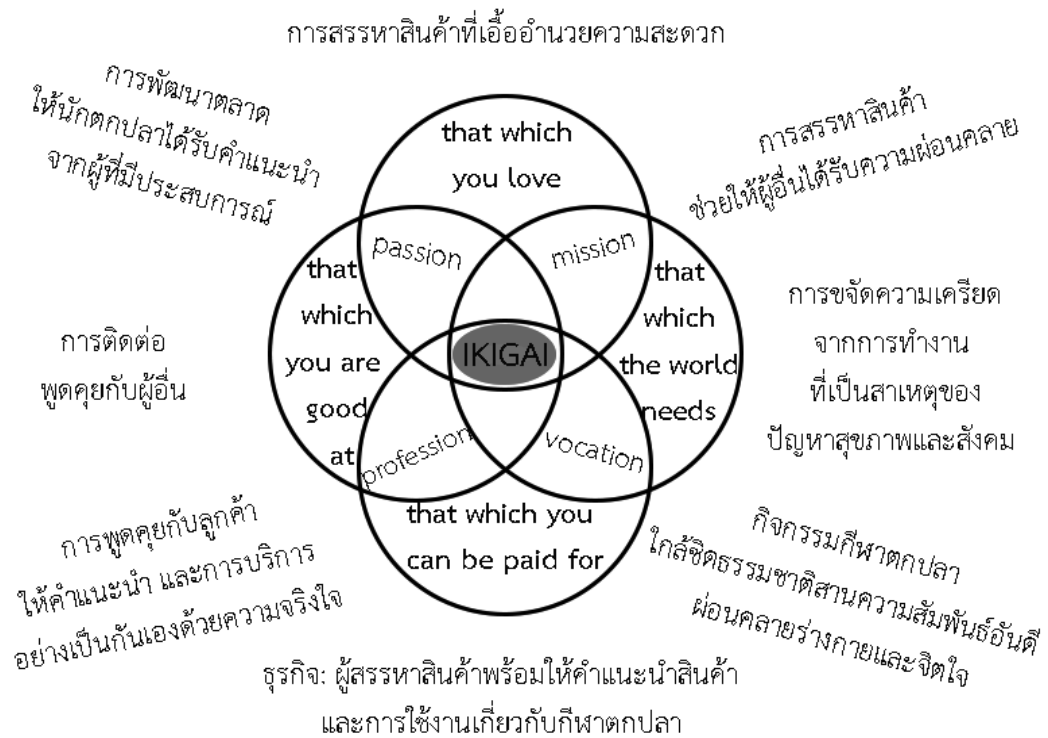
Keywords: Fishing Shop, Appreciative Inquiry

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002
E-mail : trusteehai@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชา วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ผู้ศึกษานำแนวคิดอย่าง IKIGAI มาเป็นแกนหลักในการสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถทำให้ผู้ที่ค้นพบเจอซึ่งความหมายและคุณค่าของชีวิต [1] โดยการค้นหา IKIGAI ของผู้ศึกษาเริ่มต้นจากสิ่งที่รักหรือเรื่องราวที่มีความสุขเมื่อได้ทำคือ การสรรหาสิ่งของใหม่ๆที่ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกสบายให้กับครอบครัวและผู้อื่น หรือแม้แต่การสรรหาสินค้าใหม่ๆที่ได้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในด้านนั้นๆให้แก่ครอบครัว สิ่งที่ดีก็คือ การติดต่อพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ทางบ้านนิยมมอบหมายให้ทำเป็นประจำ และสิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลกใบนี้ผู้ศึกษาพบว่าความเครียดจากการทำงานมีส่วนให้ผู้คนจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆทั้งทางสุขภาพและสังคม โดยจากการสำรวจของสำมะโนประชากร ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ข้อมูลว่า 68% ของนักตกปลาให้เหตุผลที่เขากออกไปตกปลากว่า เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดของชีวิต เหตุผลที่สอง 51% คือสามารถปลีกตัวจากความกดดันของงานได้ [2] โดยจากการทำงานยังส่งผลกระทบต่อให้เกิดภาวะความเครียดต่อบุคคลรวมถึงครอบครัวและเมื่อก้าวถึงกีฬาตกปลายังเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สร้างรายได้ให้กับผู้ศึกษาได้ด้วย ผนวกกับกีฬาตกปลายังเป็นกีฬาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากฮอร์โมนเทสโทสเตอโรน (Testosterone) ที่ร่างกายจะผลิตฮอร์โมนเพศออกมาได้ทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งถือเป็นฮอร์โมนที่มีความสำคัญต่อเพศชายเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความชัดเจนระหว่างเพศ เช่น นิสัยการชอบแข่งขัน การชอบเอาชนะ รักสนุก ชอบความท้าทาย ชอบอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับวิกฤตได้แก้ไข้ปัญหาได้เป็นวีรบุรุษ [3]



ภาพที่ 1 การค้นพบ IKIGAI ความหมายและคุณค่าของชีวิต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า หรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา
2. เพื่อนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแก่ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินงาน

ศึกษาได้เริ่มต้นจากการนำกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis) [4] ที่ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากจุดแข็ง โอกาส แรงบันดาลใจและมาต่อยอดพัฒนาให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อร้านอุปกรณ์ตกปลาได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เพื่อเดินหน้าดำเนินโดยใช้หลักการของทฤษฎีสุนทรียศาสตร์มาเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินงาน (AI : 4D) [5] การค้นหา (Discovery) จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาอยู่ในกลุ่มของลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลาจำนวน 40 คน ด้วยความตั้งใจให้สัมภาษณ์ด้วยการใช้ทฤษฎีสี่ตัวสี่ทิศ [6] ต่อการแบ่งลักษณะของกลุ่มลูกค้าด้วยวิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตพฤติกรรมทั้งผู้มาใช้บริการทางร้าน เพื่อค้นหาถึงโอกาสการสร้างความประทับใจให้มากที่สุด และนำข้อมูลการค้นหาสร้างจุดร่วมด้วยเครื่องมือจุดพลิกผัน (The Tipping Point) [7] ตามขั้นตอนของการวาดฝัน (Dream) และการออกแบบ (Design) ด้วยทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) หรือปรีมาณแห่งความภักดี [8] มาใช้ในเพื่อขับเคลื่อนวัตถุประสงค์ต่อการสร้างกลยุทธ์ที่ดีสามารถพัฒนากระบวนการทำงานที่ดีขึ้น และกำหนดให้ชัดเจนขึ้นด้วยขั้นตอนการมอบหมายงาน (Destiny) มีผลต่อความประทับใจทำให้ทางร้านมียอดขายที่เพิ่มขึ้น

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

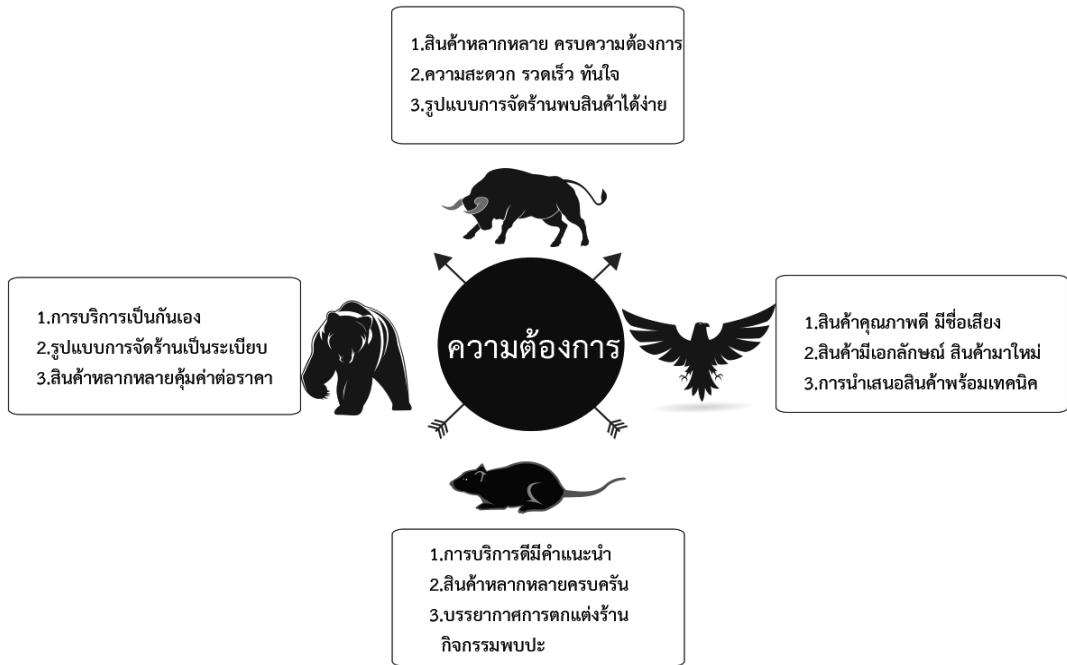
1. กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)

ผู้ศึกษานำเอากระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจมาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ทราบจุดแข็ง (Strengths) และโอกาส (Opportunities) ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์ความประทับใจโดยภาพรวมผู้ศึกษาพบว่าจุดแข็งของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา คือ การบริการดี อธิบายดี พูดคุยอย่างเป็นกันเอง สามารถให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าได้ด้วยข้อมูลความรู้ที่สะสมและประสบการณ์ของผู้ประกอบการ จนส่งผลให้ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการตกปลาทั้งในจังหวัดหรือแม้แต่ต่างจังหวัดก็ตาม ดังนั้นนอกจากจำหน่ายแล้ว ทางร้านยังยกระดับเป็นศูนย์ซ่อม โดยทางร้านมีช่างชำนาญการคอยให้การดูแล เมื่อผู้ศึกษาวิเคราะห์ถึงจุดแข็งของทางร้านแล้วยังพบช่องว่างที่สามารถสร้างโอกาสการเพิ่มยอดขายและสร้างความประทับใจเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนถึงขั้นบอกต่อได้

2. การค้นพบ (Discovery)

ผู้ศึกษาเลือกใช้ทฤษฎีสี่ตัวสี่ทิศมาทำการค้นหาโดยการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าแล้วนำมาจัดแบ่งประเภทตามลักษณะการตอบคำถามตามทฤษฎีสี่ตัวสี่ทิศที่ประกอบด้วย กระทั่ง นกอินทรี หมี และหนู ซึ่งผู้ศึกษาได้ค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสรุปเป็นปัจจัยความต้องการหลักของกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะนิสัยความต้องการโดดเด่น จากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ความประทับใจของกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา เนื่องจาก

ร้านอุปกรณ์ตกปลาถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่สนใจทางร้านจึงต้องเน้นการตอบสนองของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และด้วยเหตุผลนี้ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาในแต่ละจังหวัดจึงมีจำนวนไม่มากนัก ถ้าหากทางร้านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็ย่อมส่งผลต่อความประทับใจได้ด้วยเช่นกัน การแบ่งกลุ่มตัวอย่างส่งผลให้ผู้ศึกษาเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละบุคลิกมากขึ้นซึ่งนำเสนอความต้องการที่แตกต่างของแต่ละลักษณะนิสัยโดดเด่นทั้ง 4 ประเภทดังนี้



ภาพที่ 2 ปัจจัยความต้องการหลักของกลุ่มลูกค้าแบ่งตามลักษณะนิสัยทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ

ด้วยการวิเคราะห์จากผลการดำเนินการทฤษฎีสัตว์สี่ทิศของกลุ่มลูกค้ามาร่วมสร้างประเด็นสุนทรียสาธก ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวกที่สามารถนำมาสร้างเป็นความประทับใจให้แก่ร้านอุปกรณ์ตกปลา มาสร้างเป็นประเด็นหลักๆได้ 6 เรื่องราว ได้แก่ ประเด็นสุนทรียสาธกกับความหลากหลายของสินค้า ประเด็นสุนทรียสาธกกับรูปแบบการจัดร้าน ประเด็นสุนทรียสาธกกับการบริการดีมีคำแนะนำอย่างกันเอง ประเด็นสุนทรียสาธกกับความสะดวก ประเด็นสุนทรียสาธกกับสินค้าคุณภาพดีมีชื่อเสียง และประเด็นสุนทรียสาธกกับคำแนะนำของลูกค้า นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้พบจุดร่วมจากกลุ่มลูกค้าผู้มีส่วนร่วมที่เต็มใจให้สัมภาษณ์ ด้วยชุดคำถามเดียวกันคือ จุดร่วมที่ค้นพบเป็นเรื่องของการแนะนำบอกต่อจากเพื่อน 50 % และความประทับใจต่อร้านที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย 45% ร่วมกับคำแนะนำที่ดีมีประโยชน์ 62.5%

วัตถุประสงค์ที่ 2 : การนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่ร้านพอย อุปกรณ์ตกปลา

3. การวาดฝัน (Dream)

ร้านพอยอุปกรณ์ตกปลา ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาตกปลาเฉพาะทางร้านแรกของจังหวัดมหาสารคาม ธุรกิจกำเนิดขึ้นจากความชื่นชอบหลงใหลในกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาตกปลาของเจ้าของร้าน แต่ในช่วงขณะนั้น เมื่อง

มหาสารคามยังไม่มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาเฉพาะทางมีเพียงร้านจำหน่ายอุปกรณ์การกีฬาทั่วไปที่ไม่สามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ถึงวิธีการใช้งาน เจ้าของธุรกิจจึงสังเกตเห็นโอกาสทางธุรกิจด้วยความถนัดและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้าน การตกปลาทั้งจากประสบการณ์ที่สะสมมาและการพูดคุยศึกษาจากผู้รู้ในวงการตกปลา จึงมุ่งมั่นที่จะเปิดร้านจำหน่ายอุปกรณ์การกีฬาตกปลาที่สามารถให้นำแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้ที่ต้องการเรียนรู้กีฬาตกปลา

ปัจจัยความสำเร็จ (Positive Core) การบริการด้วยคำแนะนำอย่างจริงใจและเป็นกันเอง การมีสินค้าความหลากหลายครบครัน ครบทุกความต้องการ รูปแบบการจัดร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ และการบริการดูแลหลังการขาย

วิสัยทัศน์ (Vision) ผู้นำธุรกิจทางด้าน การจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์กีฬาตกปลาที่ดีที่สุด ในจังหวัดมหาสารคาม

พันธกิจ (Mission) การสรรหาสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ให้เหมาะแก่การใช้งานตามความต้องการของลูกค้าอย่างหลากหลายและครอบคลุม การคัดสรรอุปกรณ์เกี่ยวกับการกีฬาตกปลาที่ดีที่สุดเพื่อการพักผ่อนอย่างครบวงจร การบริการอย่างดีที่สุดด้วยความจริงใจให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ แบ่งปันประสบการณ์ความรู้ และการพัฒนาศักยภาพอย่างดีที่สุดด้วยการเปิดศูนย์รับซ่อมคันเบ็ดและรอก

นอกจากนั้นการวาดฝันที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรหรือกลุ่มตัวอย่างให้มีประสิทธิภาพยังได้นำเอาจุดพลิกผัน (The Tipping Point) มาส่งเสริมทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งค้นพบว่าผู้ที่สามารถเป็นผู้เชื่อมโยง(Connector) มีพลังการบอกต่อได้แก่ผู้ที่มีลักษณะนิสัยอย่างกลุ่มหนูที่เมื่อประทับหรือขึ้นชอบกก็สามารถให้คำแนะนำจนกระทั่งบอกต่อแก่ผู้อื่นให้มาใช้บริการกับทางร้านได้ ส่วนด้านผู้รู้ (Maven) นอกจากผู้ประกอบการแล้วยังค้นพบอีกว่าช่างซ่อมของทางร้านยังเป็นอีกหนึ่งผู้รู้ที่ลูกค้าพร้อมรับฟังคำแนะนำ และผู้ที่มีความสามารถในด้านการขาย(Salesman)จากการวิเคราะห์ทฤษฎีสัตว์สี่ที่ตีพบว่ากลุ่มนกอินทรีมักเป็นกลุ่มแรกที่ให้ความสนใจกับสินค้ามาใหม่ซึ่งเมื่อใช้แล้วก็ยังสามารถเป็นผู้แนะนำให้กับคนอื่นได้อีกด้วย

4. การออกแบบ (Design)

การวางแผนกลยุทธ์ผู้ศึกษาได้นำเอาปิรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) มาเป็นเครื่องมือหลักโดยการสรรหาวิธีการที่สามารถทำให้กลุ่มคนที่ไม่เคยรู้จักร้านพอยอุปกรณ์ตกปลาให้เป็นที่รู้จักจนกระทั่งถึงขั้นบอกต่อแนะนำให้ลูกค้าใหม่สามารถมาใช้บริการกับทางร้านได้ โดยวางขั้นตอนการศึกษาไว้แล้วดังนี้

การวางแผนกลยุทธ์ในขั้นแรกผู้ศึกษาเริ่มต้นที่กลยุทธ์พัฒนาตลาด ซึ่งผู้ศึกษาสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างของร้านอุปกรณ์ตกปลา เพื่อให้กลยุทธ์พัฒนาตลาดดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย 3 โครงการ และกลยุทธ์พัฒนาศักยภาพการบริการอย่างแตกต่างนำมาใช้ในขั้นที่สองอีก 3 โครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริการให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านพอยอุปกรณ์ตกปลาแล้วได้รับประสบการณ์ความประทับใจกับการบริการของทางร้านอย่างดีที่สุด

5. การมอบหมาย (Destiny)

ผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นความสำคัญของการมอบหมายงานโดยพนักงานทุกคนควรรู้จักและสามารถแนะนำสินค้าภายในร้านให้ได้ทุกประเภทเนื่องจากกีฬาตกปลาเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะกลุ่ม นอกจากลูกค้าเกิดความประทับใจที่ได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์แล้ว คู่ค้ายังไว้วางใจให้ทางร้านเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทอีกด้วย “การกระจายอำนาจ” เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ประกอบในร้านไปด้วยกันผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นเรื่องราวที่ดี แต่การมอบหมายงานใหม่ผู้รับผิดชอบงานมีไว้สำหรับการตัดสินใจกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่องานนั้นๆมากกว่าเพียงแค่รับผิดชอบร่วมกัน พร้อมทั้งให้พนักงานทุกคนเป็นที่ร่วมสนับสนุนงานให้ประสบผลสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สรุป

การวางแผนกลยุทธ์สร้างจากการค้นพบโดยการสัมภาษณ์และการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ซึ่งการนำความรู้ทางด้านสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry :AI) มาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนองค์กรส่งผลให้ทางร้านมีการพัฒนาและศักยภาพต่อการแข่งขันในทิศทางที่ดีขึ้น เป็นที่รู้จักในกลุ่มของนักกปลาทั้งในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง จากการสังเกตกลุ่มลูกค้าและลูกค้ามีการพูดถึงร้านบ่อย อุปกรณ์ตกปลาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการปรับเปลี่ยนได้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อยอดขายที่ดีขึ้น เมื่อเทียบยอดขายช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคมของพ.ศ.2558 -2559 โดยเฉพาะในช่วงเดือนกุมภาพันธ์มียอดขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยแล้วจากวันละ 6,975 บาท เป็น 12,733 บาท เพิ่มขึ้น 5,758 บาทต่อวันโดยเฉลี่ยหรือคิดเป็นร้อยละ 82.5 ไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มศักยภาพของทางร้านแต่ยังเป็นข้อได้เปรียบต่อคู่แข่งทางการตลาดอีกด้วย เนื่องจากเดิมที่เคยปรับตัวตามคู่แข่ง แต่เมื่อได้เปลี่ยนวิธีการคิดอย่างการนำประสบการณ์ที่ดีมาปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน มีส่งผลกระทบต่อคู่แข่งยากต่อการปรับตัวตามพร้อมกับการส่งเสริมเรื่องราวที่ค้นพบให้เกิดการพัฒนาในทิศทางที่ดีต่อไปในอนาคตด้วยเช่นกัน

กิตติกรรมประกาศ

ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่กรุณาให้ความร่วมมือด้วยความเต็มใจและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ภิญโญ รัตนพันธ์. (2559). IKIGAI คำถามแห่งชีวิต. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/599051>
- [2] สิทธิชัย หวังอยู่สุข. (2556). On The Line.เย่กับปลา, 16(182), 12.
- [3] เกรย์, จอห์น. (2540). ผู้ชายมาจากดาวอังคาร ผู้หญิงมาจากดาวศุกร์. (สงกรานต์ จิตสุทธิภากร, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [4] ภิญโญ รัตนพันธ์. (2557). ตัวอย่าง SOAR Analysis แบบละเอียด. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/561655>
- [5] Cooperrider, D. L., Whitney, D. K., & Stavros, J. M. (2008). **Appreciative inquiry handbook: For leaders of change**. Brunswick, OH: Crown Custom Pub.
- [6] วรภัทร์ ภูเจริญ. (2552). Dialogue คิดลงใจ...ไหลเป็นปัญญา. กรุงเทพฯ: บริษัท อริยชน จำกัด.
- [7] แกลดเวลล์, มัลคอล์ม. (2556). กลยุทธ์จุดกระแส. (พรเลิศ อธิฐ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: บริษัท วีเลิร์น จำกัด.
- [8] ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, นิทัศน์ คณະวรรณ และธีรพล แซ่ตั้ง. (2548). **ซุบชีวิตใหม่ ธุรกิจไทยให้เบียด**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.