

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการพัฒนาแผนการตลาด: กรณีศึกษา ร้านศรีทวิมอเตอร์ ขอนแก่น

APPLYING APPRECIATIVE INQUIRY TO DEVELOP MARKETING PLAN: THE CASE STUDY OF SREETAVEEMOTORKHONKAEN

ธนวัฒน์ ไตรรัตน์ศิริชัย¹

ภิญโญ รัตนพานิช²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนาแผนการตลาดให้กับร้านค้าขายอะไหล่รถยนต์ศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่น ร่วมกับการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าผ่านการสัมภาษณ์และสังเกตลูกค้าด้วยวิธีการทางสุนทรียศาสตร์ และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาแผนการตลาดร่วมกับทฤษฎีอื่นๆ คือ พีระมิดแห่งความภักดี กลยุทธ์ จุดกระแส และการประเมินผลด้วยต้นแบบ Kirkpatrick ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญคือ ความซื่อสัตย์และความจริงใจ อธิษาศัยไม่ตรีและความเป็นกันเอง และความรู้พร้อมกับการให้ความรู้ จากนั้น เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาพัฒนาเป็นโครงการและนำไปปฏิบัติจริงส่งผลให้พนักงานของร้านเกิดการพัฒนาร่างกาย และส่งผลต่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อแก่ลูกค้ารายใหม่

คำสำคัญ: แผนการตลาด สุนทรียศาสตร์ ร้านค้าอะไหล่รถยนต์

Abstract

This qualitative study aim to gather the positive experience from the customer of SreeTaVee MotorKhonKaen store through appreciative inquiry interview and observation and use these information to develop marketing plan for the store with the combination of other theories that are loyalty pyramid, the tipping point, and Kirkpatrick evaluation model. The result shows that the impressive factors of the customer is honesty and sincerity, courtesy and intimately, and knowledge with cultivation. After developing a marketing plan according to the discovered factors, the result shows that the employees of the store has developed themselves which lead to the impressive moment and the word of mouth phenomenon from the customers.

Keywords: Marketing Plan, Appreciative Inquiry, Car Parts Store

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
123 หมู่ 16 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002 091-865-4842 tanawat.trai@hotmail.com

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน มีเป้าหมายอย่างน้อยหนึ่งอย่างที่มนุษย์ต้องการไปให้ถึงในแต่ละวันของการมีชีวิตอยู่คือ การดำรงชีวิตให้อยู่รอดโดยปลอดภัยจากภัยอันตรายในรูปแบบต่างๆ ซึ่งการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนี้มนุษย์จำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญคือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค หรือที่เรียกกันว่าปัจจัย 4 ซึ่งปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวนี้จำเป็นต้องได้รับการเคลื่อนย้ายขนส่งไปยังสถานที่ที่มนุษย์แต่ละคนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย โดยการขนส่งนั้นสามารถทำได้ผ่านวิธีการทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยที่รถบรรทุกถือเป็นหนึ่งในการขนส่งที่มนุษย์นิยมใช้โดยเฉพาะการขนส่งในประเทศ และเมื่อเกิดการขนส่งเคลื่อนย้ายสิ่งของโดยรถบรรทุกแล้วนั้นส่งผลให้รถบรรทุกคันนั้นย่อมเกิดการสึกหรอหรือเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งาน และเป็นผลต่อให้จำเป็นต้องมีการบำรุง ดูแล รักษา และซ่อมแซมรถบรรทุกคันดังกล่าวเพื่อให้สามารถขนส่งปัจจัยพื้นฐานไปสู่มือของมนุษย์ทุกคนได้

ร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นคือ ร้านค้าในจังหวัดขอนแก่นที่ดำเนินธุรกิจค้าขายอะไหล่รถยนต์ประเภทรถกระบะ รถหกล้อ และรถสิบล้อ ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 35/23-24 ถ.หน้าเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 ซึ่งทำเลที่ตั้งดังกล่าวมีร้านค้าอะไหล่รถยนต์ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สภาวะการแข่งขันในทำเลที่ตั้งแห่งนี้มีความรุนแรงและมีการแย่งชิงลูกค้าระหว่างร้านค้าต่างๆ เป็นจำนวนมาก และเป็นผลให้ร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นจำเป็นต้องค้นหาและนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการจากร้านค้าอะไหล่รถยนต์ในรูปแบบที่แตกต่างจากร้านอื่นเพื่อสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นในใจลูกค้าและสามารถดำเนินการแข่งขันในทำเลที่ตั้งที่มีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงแห่งนี้ได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมดข้างต้นเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ศึกษาเกิดความสนใจในการนำทฤษฎีสุนทรียสาธก [1] เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดให้กับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นเพื่อเป็นการสร้างสรรค์สื่อสาร และนำเสนอคุณค่าในด้านต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการซึ่งนำไปสู่การสร้าง ความภักดีและการบอกต่อให้กับลูกค้ารายใหม่ในอนาคตเพื่อช่วยให้ร้านศรีทวีมอเตอร์สามารถดำเนินธุรกิจ ในทำเลที่ตั้งแห่งนี้ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. ค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น
2. นำประสบการณ์เชิงบวกที่ค้นพบมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความภักดีและการบอกต่อให้กับลูกค้าของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) คือ ศิลปะของการถามคำถามเพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งต่างๆ รอบตัวเราโดยตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า ทุกๆ สิ่งรอบตัวเรามีเรื่องราวดีๆ รอให้เราค้นพบเพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดอยู่เสมอ
2. แผนการตลาดคือ แบบแผนในการจัดการทางการตลาดของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น
3. พหุมิติแห่งความภักดี [2] คือ กรอบแนวคิดในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าโดยเริ่มต้นตั้งแต่การทำให้ลูกค้ามารู้จักกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าจนกระทั่งนำไปสู่การเป็นลูกค้าประจำและการบอกต่อ
4. กลยุทธ์จุดกระแส [3] คือ จุดที่ทำให้เหตุการณ์หนึ่งๆ เช่น แนวคิด ข้อความ หรือพฤติกรรม เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือและเกิดการแพร่กระจายไปได้อย่างแพร่หลายในวงกว้าง

5. การประเมินผลด้วยต้นแบบ Kirkpatrick [4] คือ ต้นแบบที่ใช้ในการประเมินผลเชิงคุณภาพ เช่น ความประทับใจ ความพึงพอใจ หรืออื่นๆ ที่ซึ่งไม่สามารถประเมินผลเป็นตัวเลขโดยตรงได้ โดยแบ่งการประเมินผลออกเป็น 4 ระดับคือ การประเมินปฏิกิริยา การประเมินการเรียนรู้ การประเมินพฤติกรรม และการประเมินผลลัพธ์

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น

1.1 กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการศึกษา

กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นและมีความเต็มใจในการให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview)

1.2.2 การสังเกต (Observation)

1.3 ประเภทของข้อมูล

1.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และการสังเกตลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นและมีความเต็มใจในการให้ความร่วมมือเพื่อนำข้อมูลที่ค้นพบมาค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น โดยมีรายละเอียดของคำถามที่ใช้ดังนี้

- (1) เท่าที่เคยซื้ออะไหล่รถยนต์มา ประทับใจร้านไหนที่สุด?
- (2) รู้จักร้านที่ลูกค้าประทับใจได้อย่างไร?
- (3) คิดว่าร้านขายอะไหล่รถยนต์ที่ดีควรเป็นแบบไหน?

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.1 การสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล แบบกึ่งโครงสร้าง

1.4.2 การสังเกตแบบไม่มีโครงสร้างและไม่มีส่วนร่วม

1.5 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนนี้คือขั้นตอนในการนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่ค้นพบมาทำการประมวลผลเป็นปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีต่างๆโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.5.1 ค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences)

2. นำประสบการณ์เชิงบวกที่ค้นพบมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างความภักดีและการบอกต่อให้กับลูกค้าของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1.1 พีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

2.1.2 กลยุทธ์จุดกระแส (The Tipping Point)

2.1.3 การประเมินผลด้วยต้นแบบ Kirkpatrick (Kirkpatrick Evaluation Model)

2.2 ประเภทของข้อมูล

2.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) ร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น ซึ่งเกิดจากการสัมภาษณ์และการสังเกตผู้ศึกษาและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นที่มีความเต็มใจในการให้ข้อมูล

2.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลที่เกิดจากการศึกษาตำราและบทความเกี่ยวกับทฤษฎีต่างๆ เช่น พีระมิดแห่งความภักดี กลยุทธ์จุดกระแส เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์กับปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความภักดีและการบอกต่อให้กับลูกค้าของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.3.1 รวบรวมข้อมูลปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นซึ่งเกิดจากการสัมภาษณ์และการสังเกตลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นที่มีความเต็มใจในการให้ข้อมูล

2.3.2 การศึกษาตำราและบทความเกี่ยวกับทฤษฎีต่างๆ

2.4 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 วิเคราะห์พีระมิดแห่งความภักดี

2.4.2 การวาดฝัน (Dream)

2.4.3 การออกแบบเส้นทางไปสู่ความฝัน (Design)

2.4.4 การดำเนินการให้ความฝันเป็นความจริง (Destiny) และประเมินผลด้วยต้นแบบ

Kirkpatrick

ผลการศึกษา

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการพัฒนาแผนการตลาด: กรณีศึกษา ร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น ดำเนินการศึกษาโดยการค้นหาและรวบรวมประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น และนำข้อมูลที่ค้นพบมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความภักดีและการบอกต่อให้กับลูกค้าของร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์และสังเกตลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวีมอเตอร์ขอนแก่นค้นพบปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของประสบการณ์ที่ลูกค้าประทับใจ

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น
ผู้ขายมีความซื่อสัตย์และความจริงใจ
ผู้ขายมีความเป็นกันเอง
ผู้ขายมีความรู้และความชำนาญพร้อมทั้งสามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาลูกค้าได้
ผู้ขายอัธยาศัยดี

2. นำประสบการณ์เชิงบวกที่ค้นพบมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างความภักดีและการบอกต่อให้กับลูกค้าของร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่น

2.1 วิเคราะห์พีระมิดแห่งความภักดี

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บอกต่อแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับทางร้านคือ ลูกค้ากลุ่มช่างซ่อมรถยนต์ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เปรียบได้กับผู้รู้ (Maven) ในเรื่องของรถยนต์และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ที่ได้รับการบอกต่อได้

2.2 การวาดฝัน (Dream)

จากปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น สามารถนำมาวาดเป็นความฝันให้กับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นได้ดังนี้ “ร้านศรีทวิมอเตอร์เป็นร้านขายอะไหล่รถยนต์ที่สามารถส่งมอบประสบการณ์การให้บริการแก่ลูกค้าผ่านผู้ขายที่มีความรู้ในตัวสินค้า มีความซื่อสัตย์ และมีความจริงใจ ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำในตัวสินค้าแก่ลูกค้าได้อย่างเป็นกันเองและเปี่ยมไปด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี เพื่อสร้างให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าทุกคนอย่างยั่งยืน”

2.3 การออกแบบเส้นทางไปสู่ความฝัน (Design)

จากขั้นตอนการวาดฝัน (Dream) และการวิเคราะห์พีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) สามารถนำมาออกแบบโครงการเพื่อตอบสนองต่อความฝันของร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นได้ดังต่อไปนี้

2.3.1 สื่อสารความซื่อสัตย์

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าพบว่า ปัจจัยในเรื่องของความซื่อสัตย์และความจริงใจเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับสูง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นมีแต่ร้านค้าอะไหล่รถยนต์รายอื่นไม่มี ดังนั้น โครงการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสาร ตอกย้ำ และนำเสนอลูกค้าทราบถึงจุดแตกต่างของร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นที่ร้านค้าอะไหล่รถยนต์รายอื่นไม่มี เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจในการเข้ารับบริการของลูกค้าทุกคน พร้อมทั้งเป็นการสื่อสารให้พนักงานทุกคนเห็นความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวนี้

2.3.2 อัธยาศัยดีและเป็นกันเองกับลูกค้าทุกคน

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าพบว่า หนึ่งในปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการเลือกเข้ารับบริการกับร้านอะไหล่รถยนต์คือ ความเป็นกันเองและอัธยาศัยไมตรีที่ดีของผู้ขาย ดังนั้น โครงการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอคุณค่าในด้านของอัธยาศัยไมตรีและความเป็นกันเองจากผู้ขายไปสู่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้ารับบริการกับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นได้อย่างสบายใจทุกคน

2.3.3 เพิ่มพูนความรู้ในตัวสินค้า

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าพบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าประทับใจในร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นคือ การที่ผู้ขายมีความรู้ในตัวสินค้าที่ขายและสามารถถ่ายทอดความรู้นั้นให้แก่ลูกค้าได้ ดังนั้น โครงการจึงเป็นโครงการ เพื่อพัฒนาความรู้ในตัวผู้ขายทุกคนของร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่น และต่อยอดไปจนกระทั่งผู้ขายทุกคนสามารถ ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ทุกคน

2.3.4 ตอบแทนลูกค้าคนพิเศษ

จากการวิเคราะห์พีระมิดแห่งความภักดีพบว่า ลูกค้าที่เป็นผู้บอกต่อแนะนำลูกค้าราย ใหม่ให้แก่ร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นคือ ลูกค้ากลุ่มช่างซ่อมรถยนต์ ดังนั้น โครงการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบแทน ลูกค้ากลุ่มดังกล่าว เพื่อเป็นการแสดงความรักและคำขอบคุณให้แก่ลูกค้าคนพิเศษ และเพื่อเป็นการสร้างความผูกพัน อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้าคนพิเศษและร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่น

2.4 การดำเนินการให้ความฝันเป็นความจริง (Destiny)

จากโครงการทั้งหมดที่ได้ดำเนินการ สามารถประเมินผลได้ตามต้นแบบ Kirkpatrick (Kirkpatrick Evaluation Model) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การประเมินผลของโครงการทั้งหมดที่ดำเนินการเพื่อทำความฝันให้กลายเป็นจริง (Destiny)

	ผลลัพธ์การประเมินในแต่ละชั้น
ปฏิกิริยา (Reaction)	ลูกค้าแสดงความสนใจในโครงการต่างๆและสังเกตเห็นรูปการให้บริการของทางร้าน ที่เปลี่ยนไป พนักงานของทางร้านยังไม่มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อโครงการมากนักเพียงแต่ปฏิบัติตาม ที่เจ้าของร้านมอบหมายหน้าที่ให้เท่านั้น
การเรียนรู้ (Learning)	ลูกค้าเข้ามาสอบถามถึงรายละเอียดของโครงการต่างๆเกี่ยวกับวิธีการหรือเงื่อนไขของ โครงการนั้นๆ พนักงานเรียนรู้ถึงความสำคัญของโครงการต่างๆ เช่น ความสำคัญของการเป็นกันเอง กับลูกค้า และรู้สึกดีใจเมื่อได้รับคำชมจากลูกค้า
พฤติกรรม (Behavior)	ลูกค้ามีการเข้ามาใช้บริการโครงการของทางร้านมากขึ้นและมีส่วนร่วมับโครงการ ของทางร้านมากขึ้น พนักงานมีการปรับรูปแบบพฤติกรรมการให้บริการให้เข้ากับโครงการต่างๆ ของทาง ร้าน
ผลลัพธ์ (Results)	ลูกค้ามีความประทับใจและนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อชักชวน ลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการกับทางร้านมากยิ่งขึ้น พนักงานมีการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาในการให้บริการที่ดี ยิ่งขึ้น

สรุป

จากสภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงของธุรกิจร้านค้าอะไหล่รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ศึกษาเกิดความคิดในการพัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดร่วมกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ และทฤษฎีอื่นๆ เพื่อสร้างความภักดีและการบอกต่อให้กับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นให้สามารถแข่งขันในธุรกิจนี้ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องของ ความซื่อสัตย์และความจริงใจ อธิบายไม่ตรีและความเป็นกันเอง และความรู้พร้อมทั้งการให้ความรู้ของผู้ขาย นอกจากนั้น จากการวิเคราะห์พีระมิดแห่งความภักดีพบว่า กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บอกต่อแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่นคือ ลูกค้ากลุ่มช่างซ่อมรถยนต์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการนำข้อมูลทั้งหมดมาวาดความฝันให้กับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่น และดำเนินโครงการเพื่อตอบสนองลูกค้าคนพิเศษและปัจจัยต่างๆ ที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ซึ่งผลการประเมินที่ได้รับกลับมาคือ พนักงานมีการพัฒนาในการให้บริการลูกค้า และลูกค้ามีความประทับใจจนนำไปสู่การบอกต่อกับลูกค้ารายใหม่ให้กับร้านศรีทวิมอเตอร์ขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

- [1] Cooperrider David L., Whitney Diana, & Stavros Jacqueline M. (2008). **Appreciative Inquiry Handbook For Leaders of Change**. 2nd ed. Ohio: Crown Custom Publishing, Inc.
- [2] ภิญโญ รัตนพานิช. (2556). ตัวอย่าง Loyalty Pyramid (พีระมิดแห่งความภักดี). ค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/542041>.
- [3] แกลดเวลล์ มัลคอล์ม. (2556). **กลยุทธ์จุดกระแส**. กรุงเทพฯ: บริษัท วีเลิร์น จำกัด.
- [4] Kirkpatrick Donald L. (1959). **The Kirkpatrick Model**. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.kirkpatrickpartners.com/OurPhilosophy/TheKirkpatrickModel>.