

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่าย
นิวตันแทรคเตอร์ จังหวัดยโสธร

**Applying Appreciative Inquiry For The Marketing Strategic Planning: The case
Study of Newton Tractor Authorize Dealer in Yasothon Province**

นายธีรพงศ์ศักดิ์ แท้ศิริ

รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พ.ศ. 2559

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา ตัวแทน จำหน่าย
นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

นายธำรงค์ศักดิ์ แต่ศิริ

รายงานการศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น

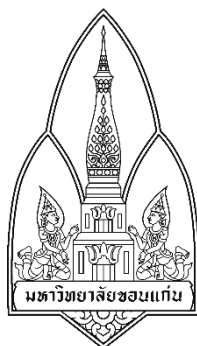
พ.ศ. 2559

**Applying Appreciative Inquiry For The Marketing Strategic Planning: The case
Study of Newton Tractor Authorize Dealer in Yasothon Province**

MR. THAMRONGSAK TAESIRI

**AN INDEPENDENT STUDY REPORT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
COLLEGE OF GRADUATE STUDY IN MANAGEMENT
KHON KAEN UNIVERSITY**

2016



ใบรับรองการศึกษาอิสระ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อการศึกษาอิสระ: การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา
ตัวแทน จำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ชื่อผู้ทำการศึกษาอิสระ: นายธำรงค์ศักดิ์ แต่ศิริ

คณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระ

ชื่อประธานกรรมการ ประธานกรรมการ
ชื่อกรรมการ กรรมการ
ดร.ภิญโญ รัตนพันธุ์ กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ:

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.ภิญโญ รัตนพันธุ์)

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการรับรองแล้ว

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. วินิต ชินสุวรรณ)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ

ลิขสิทธิ์ของวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ชื่อการศึกษาอิสระ : การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด
กรณีศึกษาตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ชื่อผู้ทำการศึกษาอิสระ : นายธำรงค์ศักดิ์ เตศิริ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ:

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.ภิญโญ รัตนพันธุ์)

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษาตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของลูกค้านิวตันแทรกเตอร์ เกษตรกรผู้ซื้อแทรกเตอร์ห่ออื่น พนักงานขายและผู้ประกอบการ เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกต แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาจุดร่วมและจุดโดดเด่น ซึ่งพบว่าการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าและบุคคลใกล้ชิดของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า รวมถึงการสร้างที่น่าเชื่อถือจากความซื่อสัตย์และการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมีผลต่อการเลือกซื้ออีกด้วย

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนทางการตลาดจึงพัฒนาเป็นแผนทางการตลาดทั้งหมด 6 โครงการ ได้แก่ โครงการประกาศว่านิวตันคือตำนาน โครงการช่วยดำเนินการด้านสินเชื่อ โครงการพันธมิตรนิวตัน โครงการสอบถามความพึงพอใจ โครงการนิวตันสัญจร และโครงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ ซึ่งหลังจากนำปฏิบัติจริงพบว่า การจำหน่ายแทรกเตอร์นิวตันมีแนวโน้มที่ดีขึ้น และลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้นพร้อมทั้งจดจำตัวแทนจำหน่ายได้มากขึ้น

Independent Study Title :Applying Appreciative Inquiry for The Marketing Strategic
Planning: The case Study of Newton Tractor Authorize Dealer in
Yasothon Province

Author's Name :Mr. ThamrongsakTaesiri

Independent Study Advisors:

..... Advisor
(Dr. PinyoRattanaphan)

ABSTRACT

The objective of applying appreciative inquiry for the marketing strategic planning Newton tractor authorized dealer in Yasothon province are to discover positive experience from participants include customers, regular agricultural tractor users, salesmen and entrepreneurs for planning the marketing strategy. This information is collected by interview and observation. After that the data will be analyzed to find convergence and divergence. The result of this study indicates that the facilitation, the confidants, and the reliability are the important factor to affecting on purchase.

The conclusion establishes 6 marketing projects: Announce That Newton Are Legend, Facilities in Finance, Newton Alliance, Enquire about Satisfaction, Newton on Tour, and Share to Learn. After the projects have been implementing, selling numbers have been improving with customers developing growing trust in the dealers.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระ เรื่อง การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด
กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่ายแทรกเตอร์นิวตัน จังหวัดยโสธร สาธารณเสร็จสิ้น ได้ด้วยความกรุณาอย่าง
ยิ่ง จาก ดร.ปัญญา รัตนพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ
ในการจัดทำรายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบการสอบการศึกษาอิสระทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าของ
ท่านมาให้คำแนะนำในการปรับปรุงเพื่อให้รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้ที่ความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบิดา มารดาที่ได้ให้คำปรึกษาและโอกาสในการศึกษา ลูกค้า
พนักงานและเกษตรกรทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ รวมทั้งเพื่อนนักศึกษาทุกท่านที่ให้
ความช่วยเหลือและคำแนะนำ ตลอดจนกำลังใจในการทำการศึกษาอิสระครั้งนี้จนสำเร็จล่วงสมบูรณ์

ธำรงค์ศักดิ์ แต่ศิริ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญ	1
2. วัตถุประสงค์	3
3. ขอบเขตของการศึกษา	3
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
5. นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
1. ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)	5
2. การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)	7
3. ทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point)	8
4. ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix)	9
5. ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)	10
6. พีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)	12
7. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	13
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
9. กรอบแนวความคิดทางการศึกษา	18

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	การแจกแจงความถี่จากสิ่งที่ค้นพบ
ตารางที่ 2	การวิเคราะห์องค์การโดยการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)
ตารางที่ 3	การเปรียบเทียบยอดขายรถแทรกเตอร์ตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์
จังหวัดยโสธร ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ระหว่าง	
ปี พ.ศ.	2558 และ พ.ศ.2559

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 จำนวนรถแทรกเตอร์จดทะเบียน	2
ภาพที่ 2 วงจร 4-D Model	6
ภาพที่ 3 พีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)	13
ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดทางการศึกษา	18
ภาพที่ 5 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการประกาศว่านิวัตน์คือตำนาน	37
ภาพที่ 6 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการช่วยดำเนินการด้านสินเชื่อ	38
ภาพที่ 7 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการพันธมิตรนิวัตน์	39
ภาพที่ 8 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการสอบถามความพึงพอใจ	40
ภาพที่ 9 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการนิวัตน์สัญจร	41
ภาพที่ 10 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้	42

บทที่ 1

บทนำ

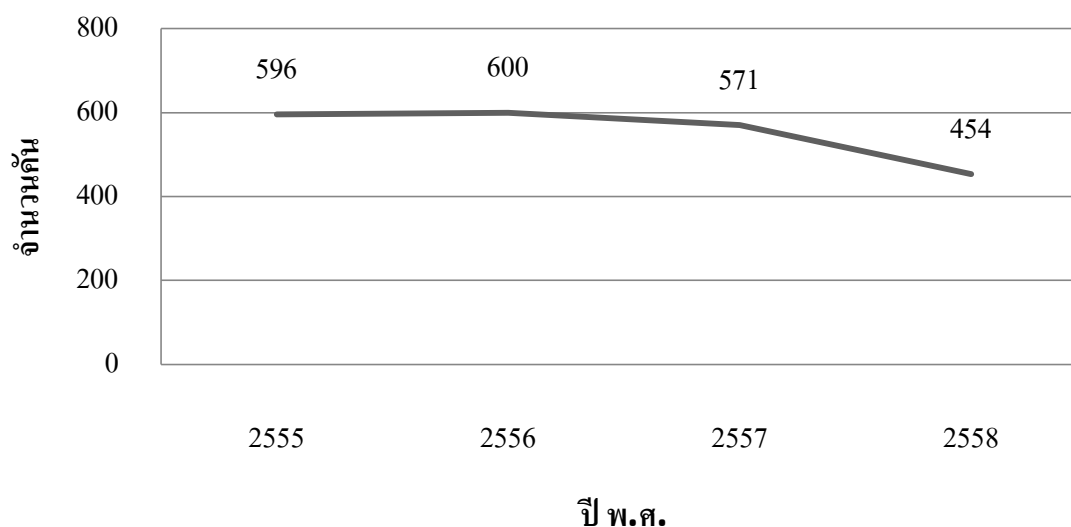
1. ที่มาและความสำคัญ

อาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพที่อยู่คู่คนไทยมาช้านาน จนมีคำกล่าวที่ว่า "ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม" ซึ่งบรรพบุรุษของคนไทยรักและหวงแหนในอาชีพเกษตรกรรมจนทำให้อาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาจนถึงปัจจุบัน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2556) นอกจากนี้ภาคเกษตรกรรมยังมีความสำคัญในการผลิตแบบด้นน้ำ ที่ป้อนผลผลิตเข้าสู่อุตสาหกรรมต่างๆของประเทศ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีความสำคัญในการทำเกษตรกรรมของประเทศไทย เนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่ขนาดกว่า 105,533,963 ไร่ โดยเป็นพื้นที่ที่ประกอบเกษตรกรรมกว่า 63,847,741 ไร่ ถือได้ว่ามีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรมากที่สุดในประเทศไทย โดยพื้นที่ทำการเกษตรส่วนมากเป็นนาข้าว คิดเป็นร้อยละ 69 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด

จังหวัดยโสธรตั้งอยู่ในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย มีพื้นที่ 2,600,902 ไร่ เป็นพื้นที่ถือครองทางการเกษตรถึงร้อยละ 62 ของพื้นที่ทั้งหมด (สำนักงานจังหวัดยโสธร , 2559) ดังนั้นการทำเกษตรกรรมจึงมีความสำคัญต่อจังหวัดเป็นอย่างมาก

ปัจจุบันพฤติกรรมการทำการเกษตรของเกษตรกรในประเทศไทยเปลี่ยนไปจากอดีตที่ใช้สัตว์ในการทำการเกษตรเพียงอย่างเดียว มาใช้เครื่องจักรกลการเกษตรเพิ่มมากขึ้น เช่น เครื่องสูบน้ำ รถไถนาเดินตาม รถแทรกเตอร์ เป็นต้น เพื่อเป็นการทุนแรง ประหยัดเวลาการทำงาน และลดความเสียหายในการผลิต โดยเฉพาะรถแทรกเตอร์ที่เป็นที่ต้องการมากขึ้นในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา โดยสามารถแสดงผลได้จากจำนวนรถแทรกเตอร์ที่จดทะเบียน (สำนักงานขนส่งจังหวัดยโสธร, 2559) ดังภาพที่ 1

จำนวนรถแทรกเตอร์จดทะเบียนในจังหวัดยโสธร



ภาพที่ 1 จำนวนรถแทรกเตอร์จดทะเบียน

ตัวแทนจำหน่ายนิวตัน แแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2556 จำหน่ายรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนิวตัน อุปกรณ์ต่อพ่วง และบริการซ่อมบำรุงในจังหวัดยโสธร แต่ในปี พ.ศ. 2558 ได้ประสบปัญหาการจำหน่ายรถแทรกเตอร์ที่ลดลง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ลดต่ำลงและภัยแล้งที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จึงส่งผลกระทบต่อรายได้และการทำเกษตรกรรมของเกษตรกรอย่างมาก อีกทั้งการแข่งขันระหว่างตัวแทนจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น เช่น การให้เงื่อนไขค่างวดต่ำ การออกรถแทรกเตอร์คันที่ไม่ต้องมีเงินค่างวด และการส่งสินค้าก่อนการอนุมัติสินเชื่อ เป็นต้น ประกอบกับนโยบายสินเชื่อที่เข้มงวดและการใช้เงินค่างวดสูงของบริษัทแม่ ส่งผลให้การจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ถูกลดลงอย่างมาก

แต่เมื่อผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด IKIGAI จากชั้นเรียนวิชาความคิดสร้างสรรค์ ทางธุรกิจ ซึ่งมีการสอนเกี่ยวกับแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) พบว่า สิ่งในโลกต้องการหรือสิ่งที่ขาดหายจากอุตสาหกรรม คือ การขาดตัวแทนจำหน่ายที่ดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึงและจริงจัง ซึ่งการดูแลรักษาลูกค้าเก่า่นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก เนื่องจากการผูกสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมอย่างต่อเนื่องเป็นการลดต้นทุนในการแสวงหาลูกค้าใหม่ ดังนั้นการรักษาลูกค้าจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2556) นอกจากนี้ผู้ศึกษายังค้นพบ

IKIGAI ของตนเอง (ภาคผนวก ค) คือ การเป็นผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยแนะนำสินค้าที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า การอำนวยความสะดวกและใส่ใจการแก้ไขปัญหาต่างๆ ทั้งการขายและการบริการหลังการขาย โดยรวบรวมข้อมูลจากการพูดคุยกับลูกค้าและผู้ที่มีความรู้ในด้านต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะนำ แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) และการค้นพบ IKIGAI ของผู้ศึกษา มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน การให้บริการและการดูแลลูกค้าที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงานขาย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร

2.2 เพื่อนำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

3. ขอบเขตของการศึกษา

3.1 ขอบเขตด้านวิชาการ

เครื่องมือที่ใช้ในวิเคราะห์ ได้แก่ ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI) การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) ทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point) ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) และ พีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

3.2 ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่จัดจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร และการจัดการเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดยโสธร

3.3 ขอบเขตด้านประชากร

ผู้มีส่วนร่วมในการศึกษานี้ ได้แก่ ลูกค้า ผู้ประกอบการ พนักงานขาย และผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร ที่มีความสะดวกและเต็มใจให้สัมภาษณ์จำนวนทั้งหมด 22 ราย

3.4 ขอบเขตด้านเวลา

ใช้เวลาเก็บข้อมูล วางแผน และวัดผล ตั้งแต่ เดือนมีนาคม ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2559

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนร่วมไปวางแผนกลยุทธ์ การตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายนิวนิตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร และนำไปปฏิบัติได้จริง

5. นิยามศัพท์

5.1 รถแทรกเตอร์หมายถึง ยานยนต์การเกษตรที่ขับเคลื่อนได้โดยการบังคับ เพื่อลากจูงหรือดัน อุปกรณ์ต่อพ่วง เพื่อประโยชน์ทางเกษตรกรรม เช่น การเปิดหน้าดิน หรือลากจูงเทรลเลอร์ในพื้นที่เกษตร เป็นต้น

5.2 อุปกรณ์ต่อพ่วง หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ต่อพ่วงกับรถแทรกเตอร์ เพื่อเพิ่มประโยชน์ทางการเกษตร เช่น ผาน ในมีดคันหน้า จอบหมุน เป็นต้น

5.3 ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เคยซื้อรถแทรกเตอร์นิวนิตันหรืออุปกรณ์ต่อพ่วงจาก ตัวแทนจำหน่ายนิวนิตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

5.4 ตัวแทนจำหน่าย หมายถึง ตัวแทนจำหน่ายนิวนิตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาอิสระ เรื่อง การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา
ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร โดยวิธีการศึกษาได้นำแนวคิดสุนทรียสาธมา
วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงานขาย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ไร้อ แทรกเตอร์ทั่วไป ในจังหวัดยโสธร

การศึกษาในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) ของวงจร 4-D โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
ค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) จากประสบการณ์
เชิงบวกของลูกค้าไร้อแทรกเตอร์นิวตัน เกษตรกรผู้ไร้อแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร พนักงานขาย
และผู้ประกอบการ ผ่านการสัมภาษณ์และสังเกตตามแนวคิดของสุนทรียสาธ (Appreciative Inquiry)
เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในวางแผนกลยุทธ์การตลาดของตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร
ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างจากผู้มีส่วนร่วมออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1
ลูกค้าไร้อแทรกเตอร์นิวตัน 14 คน กลุ่มที่ 2 เกษตรกรผู้ไร้อแทรกเตอร์ ทั่วไปในจังหวัดยโสธร 4 คน
กลุ่มที่ 3 พนักงานขายและผู้ประกอบการ 4 คน รวมทั้งหมด 22 คน ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนร่วมเป็นผู้ที่สะดวก
และเต็มใจให้สัมภาษณ์

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview)

1.2.2 การสังเกต (Observation)

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมระหว่างการซื้อหรือขายสินค้าของลูกค้า เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป พนักงานและผู้ประกอบการ โดย คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้มีส่วนร่วมสามารถตอบได้อย่างเสรีตามแนวคิดของสุนทรียสาธก และมีการสอบถามเพิ่มเติมตามการตอบของแต่ละบุคคล ซึ่งการออกแบบคำถามได้ศึกษาจากแนวคิดพีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ชุด ได้แก่ คำถามสำหรับสัมภาษณ์ลูกค้ารถแทรกเตอร์นิวตัน 1 ชุด คำถามสำหรับสัมภาษณ์ผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป 1 ชุด และคำถามสำหรับสัมภาษณ์พนักงานผู้ประกอบการ 1 ชุด ดังนี้

(1) คำถามสำหรับสัมภาษณ์ลูกค้ารถแทรกเตอร์นิวตัน

- 1). ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวตันได้อย่างไร
- 2). ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร
- 3). อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทน

จำหน่ายนี้

- 4). ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำ

ใครต่อบ้างไหม

(2) คำถามสำหรับสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป

- 1). ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนี้ได้อย่างไร
- 2). ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนั้นได้อย่างไร
- 3). อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทน

จำหน่ายนั้น

- 4). ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำ

ใครต่อบ้างไหม

(3) คำถามสำหรับสัมภาษณ์พนักงานและผู้ประกอบการ

- 1). รบกวนเล่าเกี่ยวกับการขายที่ประทับใจหรือเรื่องราวที่ประทับใจจาก

ลูกค้าให้ฟังได้ไหม

1.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย รวมไปถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) และพีระมิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เป็นประโยชน์ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปเรียบเรียง เพื่อวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญและนำไปจัดรูปแบบ โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1.4.1 กลุ่มปัจจัยที่เป็นจุดรวม (Convergences) คือ การวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกของผู้มีส่วนร่วมมาทำการนับความถี่ โดยจุดรวมเป็นปัจจัยที่มีความถี่มาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

1.4.2 กลุ่มปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) คือ การคัดเลือกปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นจากปัจจัยที่เป็นจุดรวม โดยอ้างอิงจากปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญจากการสัมภาษณ์แต่ละสังเกต

2. เพื่อนำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแก้ตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์ แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

การศึกษาในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เหลือของวงจร 4-D คือ การวาดฝัน (Dream) การออกแบบ (Design) และ การดำเนินการให้เป็นจริง (Destiny) โดยการนำประสบการณ์เชิงบวกที่ค้นพบจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาประยุกต์ร่วมกับทฤษฎีต่างๆ เช่น การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) และ ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix 7Ps) เป็นต้น เพื่อวางแผนกลยุทธ์แก้ตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์ แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1.1 ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

2.1.2 การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)

2.1.3 ทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point)

2.1.4 ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix)

2.1.5 ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นจากการสังเกตและสัมภาษณ์ ลูกค้า เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป พนักงานและผู้ประกอบการ จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย รวมไปถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการการศึกษาใน ขั้นตอนนี้ได้แก่

- (1) ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)
- (2) ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix)
- (3) การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)
- (4) ทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point)
- (5) ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้กระบวนการทางสุนทรียสาธกในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

2.3.1 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด(The Marketing Mix 7Ps)

เพื่อ วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ของตัวแทนจำหน่าย นิวตัน แแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรซึ่ง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์ของผู้ศึกษา การสังเกตและการค้นพบจากประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ในขั้นตอนการค้นพบ (Discovery)

2.3.2 การวิเคราะห์สออาร์(SOAR Analysis)

เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด โดยการใช้จุดแข็งขององค์กรจากสิ่งที่ค้นพบและการวิเคราะห์องค์กรกับโอกาสที่พบ เพื่อเชื่อมโยงกับการวาดฝัน (Dream) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- (1) จุดแข็ง (Strength)

การวิเคราะห์จุดแข็งของทางตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร
จะวิเคราะห์จากปัจจัยที่เป็นจุดร่วม จุดโดดเด่น และผลจากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

(2) โอกาส (Opportunity)

ค้นหาโอกาสต่างๆ ที่มีของตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร
โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารออนไลน์ และข่าวสารจากสื่อต่างๆ

(3) สิ่งที่เราอยากจะเป็น (Aspiration)

นำจุดแข็งและโอกาสที่ค้นพบมาสร้างเป็นเป้าหมายหรือแรงบันดาลใจของ
ตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

(4) ผลลัพธ์ (Result)

กำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการโดยให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายหรือ
แรงบันดาลใจที่กำหนดไว้

2.3.3 การสร้างฝัน (Dream)

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) การวิเคราะห์ ส่วนประสม
ทางการตลาด (The Marketing Mix 7Ps) การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) และการค้นหา IKIGAI (ภาคผนวก ก) เพื่อนำมาสร้างเป็นความฝันที่ตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ต้องการให้
เกิดขึ้น

2.3.4 การออกแบบ (Design)

นำข้อมูลที่เป็นปัจจัยจุดร่วมและจุดโดดเด่น จากขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) มา
วิเคราะห์ร่วมกับ ทฤษฎีต่างๆ ได้แก่ การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR analysis) จุดพลิกผัน (The Tipping Point) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และส่วนผสมทางการตลาด (The marketing mix 7Ps) เพื่อ
นำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตอบสนองตามความฝันที่สร้างไว้โดยเน้นการออกแบบกลยุทธ์
การตลาดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2.3.5 การดำเนินการให้เป็นจริง (Destiny)

ดำเนินการตามแผนการตลาดที่ออกแบบไว้ในขั้นตอนการออกแบบ (Design) พร้อม
การประเมินผลจากยอดขายและการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าและพนักงาน หลังจากดำเนินการตามแผน
ที่วางไว้แล้ว

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การประยุกต์ ใช้สุนทรียสาขกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร มีรายละเอียดผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงานขาย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ไร้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร

1.1 การค้นพบ (Discovery)

สัมภาษณ์ลูกค้า พนักงาน และ เกษตรกร ผู้ไร้รถแทรกเตอร์ ทั่วไปในจังหวัดยโสธร รวมทั้งหมด 22คนแล้วจะนำข้อมูลที่ได้การ วิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญและนำไปจัดรูปแบบ ได้แก่ จุดร่วม (Convergences)และจุดโดดเด่น(Divergences) ดังนี้

1.1.1 จุดร่วม (Convergences)คือ ประสบการณ์เชิงบวกหรือเรื่องราวที่ประทับใจจากการ สัมภาษณ์ของแต่ละบุคคลที่มีจุดเหมือนกันและเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้จักหรือตัดสินใจซื้อสินค้า โดยปัจจัยที่เป็นจุดร่วม สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1การแจกแจงความถี่ของปัจจัยที่เป็นจุดร่วม

ลำดับที่	ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม	ความถี่
1	การอำนวยความสะดวกของพนักงาน	8
2	อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด	7
3	การแนะนำและให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนของพนักงานขาย	6
4	คุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงในอดีต	5
5	ความซื่อสัตย์ของตัวแทนจำหน่าย	4
6	สถานที่ใกล้ตลาดและเป็นเส้นทางรุดผ่าน	4
7	การเอาใจใส่และติดตามลูกค้า	2
8	ความเป็นกันเองกับลูกค้า	2
รวม		39

หมายเหตุ : สิ่งที่มีผู้มีส่วนร่วมตอบ บางท่านอาจตอบมากกว่า 1 อย่าง

จากตาราง ที่ 1 พบ ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมของประสบการณ์เชิงบวกหรือเรื่องราวที่ประทับใจจากการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้จักหรือตัดสินใจซื้อสินค้า ได้แก่

- (1) การอำนวยความสะดวกของพนักงาน โดยการช่วยเหลือลูกค้าในการยื่นเรื่องขออนุมัติสินเชื่อและการแก้ไขปัญหาต่างๆ
- (2) อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด เช่น คนขับ ช่างซ่อมรถแทรกเตอร์ ผู้ใหญ่บ้าน มีส่วนในการทำให้รู้จักหรือตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
- (3) การแนะนำและให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนของพนักงานขาย
- (4) คุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงในอดีต
- (5) ความซื่อสัตย์ของตัวแทนจำหน่าย
- (6) สถานที่ใกล้ตลาดเป็นเส้นทางรถผ่าน
- (7) การเอาใจใส่และติดตามลูกค้า
- (8) ความเป็นกันเอง

1.1.2 จุดโดดเด่น (Divergences) คือ ประสบการณ์เชิงบวกหรือเรื่องราวที่ประทับใจจากการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้จักหรือตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีความโดดเด่นจากการสัมภาษณ์ ซึ่งพิจารณาจากจุดร่วม ได้แก่

- (1) การอำนวยความสะดวกของพนักงาน โดยการช่วยเหลือลูกค้าในการยื่นเรื่องขออนุมัติสินเชื่อและการแก้ไขปัญหาต่างๆ
- (2) อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด เช่น คนขับ ช่างซ่อมรถแทรกเตอร์ ผู้ใหญ่บ้าน มีส่วนในการทำให้รู้จักหรือตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
- (3) การแนะนำและให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนของพนักงานขาย
- (4) การเอาใจใส่และติดตามลูกค้า
- (5) คุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงในอดีต

2. เพื่อนำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

2.1 ผลการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด (The Marketing Mix 7Ps)

การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร โดยการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์ของผู้ศึกษา การสังเกตและการค้นพบ จากประสบการณ์เชิงบวก สามารถอธิบาย ได้ดังนี้

2.1.1 สินค้า (Product)

- (1) สิ่งที่ค้นพบ รถแทรกเตอร์นิวตันคือรถแทรกเตอร์คอร์ด มีชื่อเสียงด้านความทนทาน และเครื่องยนต์มีกำลังขับเคลื่อนที่ดี และเป็นที่รู้จักของกลุ่มเกษตรกรในอดีต
- (2) เมื่อมีการแจ้งซ่อมบำรุงจากลูกค้า ทางตัวแทนจำหน่าย จะส่งช่างไปบริการรถแทรกเตอร์ตามสถานที่ที่ลูกค้านัด

2.1.2 ราคา (Price)

- (1) ราคาของรถแทรกเตอร์นิวตันใกล้เคียงกับราคาของรถแทรกเตอร์ยี่ห้ออื่นๆในตลาด แต่มีเงื่อนไขในการอนุมัติสินเชื่อเงินดาวน์ที่สูงกว่ายี่ห้ออื่นๆในตลาด
- (2) สิ่งที่ค้นพบ การอำนวยความสะดวกโดยการช่วยเหลือลูกค้าในการยื่นเรื่องขออนุมัติสินเชื่อ มีผลต่อการพิจารณาตัดสินใจของของลูกค้า

2.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- (1) สิ่งที่ค้นพบ สถานที่ตั้งของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ตั้งอยู่ในเมืองใกล้กับตลาดเทศบาลเมืองยโสธร ซึ่งเป็นเส้นทางที่มีผู้คนสัญจรผ่านตลอด
- (2) เมื่อ มีลูกค้ามาติดต่อหรือสนใจกับทางตัวแทนจำหน่าย หากลูกค้ายังไม่ตัดสินใจหรือซื้อสินค้า ทางตัวแทนจำหน่ายจะมีการส่งพนักงานขายไปปิดการขายที่บ้านของลูกค้า

2.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- (1) ตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรมีการโฆษณาผ่านทางวิทยุท้องถิ่นเพื่อสร้างการรับรู้และให้เป็นที่รู้จักของเกษตรกร
- (2) สิ่งที่ค้นพบ ตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรจัดของแถมที่ยืดหยุ่น โดยสามารถเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขได้หากไม่เกินวงเงินที่กำหนด ซึ่งสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้
- (3) จัดงานแสดงสินค้าโดยตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรร่วมมือกับทางบริษัทแม่

2.1.5 บุคลากร (People)

- (1) พนักงานขายของตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรมีความรู้ด้านสินค้าเป็นอย่างดี สามารถให้ข้อมูลอย่างละเอียด นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลูกค้าติดต่อกับสถาบันการเงินได้

(2) ช่างซ่อมบำรุงของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ได้รับการอบรมจากทางบริษัทแม่

2.1.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

(1) รถแทรกเตอร์นิวตันมีจุดสังเกตที่โดดเด่น คือ สีน้ำเงินซึ่งเป็นสีเดียวกันกับรถแทรกเตอร์คอร์ดในอดีต

2.1.7 กระบวนการให้บริการ (Process)

(1) การจัดส่งสินค้าของทางตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร มีความยืดหยุ่นด้านเวลา เช่น สามารถจัดส่งก่อนเวลาเปิดทำการของบริษัทได้ หากลูกค้าต้องการให้เป็นไปตามฤกษ์ที่ลูกค้าต้องการ

(2) สิ่งที่ค้นพบ ผู้ประกอบการจะออกมาพบกับลูกค้าโดยตรงเมื่อลูกค้ามีปัญหาที่ทางพนักงานไม่สามารถแก้ไขได้ ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกถึงความอบอุ่นและเป็นกันเอง

(3) สิ่งที่ค้นพบ การแนะนำสินค้าโดยการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนประกอบกับการอำนวยความสะดวกของพนักงานขาย

2.2 การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรโดยการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) ได้แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์องค์กรโดยการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis)

SOAR Analysis		
สิ่งที่ต้องค้นหาใน เชิงกลยุทธ์ (Strategic Inquiry)	จุดแข็ง(Strengths)	โอกาสที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร (Opportunities)
	1. การอำนวยความสะดวกโดย การช่วยเหลือลูกค้าในการยื่น เรื่องขออนุมัติสินเชื่อ 2. คุณภาพของสินค้าและ ชื่อเสียงในอดีต ที่ขึ้นชื่อด้าน ความแรงและทนทาน 3. การติดตามและใส่ใจลูกค้าใน ระหว่างการการขาย 4. การแนะนำสินค้าที่ตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้าอย่าง ซื่อสัตย์ 5. ความเป็นกันเอง	1. นโยบายสนับสนุนด้าน การเกษตรของรัฐบาล 2. สถาบันการเงินหลายแห่งที่รับ การยื่นขออนุมัติสินเชื่อ 3. ค่านิยมในการบอกต่อของ ชาวบ้าน 4. การขาดการดูแลจากทางผู้แทน จำหน่ายอื่นๆ 5. พื้นที่ส่วนมากในจังหวัดเป็น พื้นที่เพื่อการเกษตร และมีการ ส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์
สิ่งดีๆที่อยากให้ เห็นในองค์กร (Appreciative Inquiry)	สิ่งดีๆที่ต้องการให้เกิดกับองค์กร ใน อนาคต (Aspirations)	ผลลัพธ์ที่อยากให้เห็นและวัดผลได้ (Results)
	การดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถ แทรกเตอร์อย่างซื่อสัตย์ โดยการ จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและ แนะนำสินค้าที่ตอบสนองต่อความ ต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาต่างๆ และติดตามดูแลลูกค้าอย่างเป็น กันเอง จนเป็นที่กล่าวถึงของ เกษตรกรในจังหวัดยโสธร	1. ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2559 2. ลูกค้าเกิดความประทับใจในการ ให้บริการ โดยมีการบอกต่อหรือแนะนำ ลูกค้าใหม่มาซื้อร้อยละ 10 จากการ จำหน่ายสินค้าและมีการร้องเรียนลดลง ไม่เกิน 10 ครั้งจากการออกไปให้บริการ ต่อปี

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์องค์กรโดยการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) สามารถอธิบายได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)คือ สิ่งที่ดีที่สุดที่องค์กรมีในขณะนี้ ได้แก่

- (1) ทางตัวแทนจำหน่ายอำนวยความสะดวกในการช่วยลูกค้าขึ้นเรื่องขออนุมัติสินเชื่อกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.)
- (2) รถแทรกเตอร์นิวตันคือรถแทรกเตอร์คอร์ดที่มีชื่อเสียงด้านความแรงของเครื่องยนต์ และความทนทาน
- (3) ตัวแทนจำหน่ายมีการติดตามลูกค้าเมื่อลูกค้าสนใจและใจใส่ลูกค้าในการให้บริการ
- (4) พนักงานขาย สามารถแนะนำสินค้าที่ ตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์
- (5) มีความเป็นกันเองในการติดต่อกับลูกค้า เช่น ไปพบลูกค้าถึง บ้าน การให้ลูกค้าได้พูดคุยกับผู้ประกอบการโดยตรงในการแก้ปัญหาหรือการต่อรอง

โอกาส (Opportunities)คือ โอกาสที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ได้แก่

- (1) รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการลูกหนี้ชั้นดีที่มีการปล่อยกู้ดอกเบี้ยต่ำ โครงการสินเชื่อเพื่อจัดหาเครื่องจักร เครื่องยนต์ ที่ให้เกษตรกรกู้เงินได้สูงสุดถึงร้อยละ 80 ของราคาสินค้า เป็นต้น โดยเป็น ส่งผลให้เกษตรกร สามารถซื้อเครื่องจักรทางการเกษตรได้สะดวกมากขึ้น จึงส่งผลต่อการจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร
- (2) สถาบันการเงิน หลายแห่งรับเรื่องการขออนุมัติสินเชื่อรถแทรกเตอร์มากขึ้น ซึ่งจะเพิ่มทางเลือกในการขออนุมัติสินเชื่อในการจำหน่ายรถแทรกเตอร์ นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร
- (3) ชาวบ้านจะแนะนำแก่เพื่อนบ้าน เมื่อได้รับการบริการที่ประทับใจหรือสินค้ามีคุณภาพ โดยหากทางตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร สามารถพัฒนาการบริการและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพแล้ว จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อมากขึ้น
- (4) ตัวแทนจำหน่ายต่างๆในจังหวัดยโสธรเน้นการจำหน่าย จนขาดการดูแลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง หากทางตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร สามารถดูแล

ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและส่งผลต่อการจดจำและบอกต่อของลูกค้า

(5) พื้นที่ส่วนมากในจังหวัดโคราชเป็นพื้นที่ถือครองทางการเกษตร และ มีการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรที่อาจจะเพิ่มขึ้น และเกษตรกรมีกำลังซื้อเครื่องจักรทางการเกษตรมากขึ้น ส่งผลต่อการจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดโคราชสิ่งที่เรา

อยากจะเป็น (Aspirations)คือ สิ่งดีๆที่ต้องการให้เกิดกับองค์กร ในอนาคตโดยสร้างจากการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสของ ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดโคราช ซึ่งสิ่งที่ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดโคราช ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต คือ การดำเนินธุรกิจ ตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์อย่างซื่อสัตย์ โดยการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและแนะนำสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาต่างๆและติดตามดูแล ลูกค้าอย่างเป็นกันเอง จนเป็นที่กล่าวถึงของเกษตรกรในจังหวัดโคราช

ผลลัพธ์ที่อยากให้เห็น (Results)คือ ผลลัพธ์ที่อยากให้เห็นและวัดผลได้

- (1) ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ในปี พ.ศ.2559
- (2) ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการ โดยมีการบอกต่อหรือแนะนำลูกค้าใหม่มาซื้อร้อยละ 10 จากการจำหน่ายสินค้าและมีการร้องเรียนลดลงไม่เกิน 10 ครั้งจากการให้บริการต่อปี

2.3 การวาดฝัน (Dream)

การวาดฝันของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดโคราช จะวาดฝันให้มีความสอดคล้องกับการค้นหา IKIGAI(ภาคผนวก ค)และประสบการณ์เชิงบวกในขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) พร้อมทั้งผลจากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix 7Ps) และการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) โดยความฝันของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดโคราช คือ การเป็นตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง ที่ เกษตรกรในจังหวัดโคราชนึกถึงเป็นแห่งแรก โดยการ จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ และสามารถแนะนำสินค้าให้ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างซื่อสัตย์พร้อมทั้ง อำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาและติดตามดูแล ลูกค้าด้วยความ เป็นกันเอง จนเป็นที่กล่าวถึงของเกษตรกรในจังหวัดโคราชโดยมีรายละเอียด ดังนี้

- (1) การเป็นที่รู้จักของเกษตรกรในจังหวัดโคราชและลูกค้านึกถึงเป็นแห่งแรกในจังหวัด

- (2) ลูกค้าประทับใจในการใช้บริการจนบอกต่อถึงการบริการที่ยอดเยี่ยมและสินค้าที่มีคุณภาพ
- (3) สามารถแนะนำสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด
- (4) มีจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

2.4 การออกแบบ (Design)

จากการวิเคราะห์จุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์ประสบการณ์เชิงบวก ในขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) ร่วมกับส่วนผสมทางการตลาด (The marketing mix 7Ps) และการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) และนำไปสู่ขั้นตอนการวาดฝัน (Dream) จึงนำมาขยายผลในขั้นตอนการออกแบบ (Design) เพื่อบรรลุผลตามความฝันที่สร้างไว้โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.4.1 กลยุทธ์การวางแผนระยะสั้นประกอบด้วย

(1) โครงการ ประกาศว่านิวนั้นคือตำนาน

ที่มาของโครงการ :

จากจุดโดดเด่นที่ 5 พบว่า ลูกค้าสนใจสินค้าและรู้จักตัวแทนจำหน่าย เพราะได้ยินว่ารถแทรกเตอร์นิวนั้นคือรถแทรกเตอร์คอร์ด เนื่องจากรถแทรกเตอร์คอร์ดเป็นรถแทรกเตอร์ที่มีชื่อเสียงด้านความทนทานมาตั้งแต่อดีต แต่ในปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นรถแทรกเตอร์นิวนั้น ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ประกอบกับ เกษตรกรบางคนคิดว่า รถแทรกเตอร์นิวนั้น เป็นรถแทรกเตอร์นำเข้าจากประเทศจีน ดังนั้น เพื่อพัฒนาด้านการส่งเสริมด้านการตลาดให้ตัวแทนจำหน่าย นิวนั้น แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร เพื่อให้เป็นที่รู้จักของเกษตรกรทั่วไปในจังหวัดยโสธร และให้เกษตรกรทราบว่ารถแทรกเตอร์นิวนั้นคือรถแทรกเตอร์คอร์ดที่โด่งดังในอดีตซึ่งเป็นจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์ของตัวแทนจำหน่าย จึงเกิดโครงการประกาศว่านิวนั้นคือตำนานขึ้น โดยจัดทำป้ายโฆษณาแล้วนำไปติดตั้งตามเส้นทางเข้าตัวเมืองและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพโดยติดตั้งป้ายโฆษณาหน้าสถานที่จัดจำหน่าย เพื่อให้เป็นที่สังเกตได้ง่าย ซึ่งป้ายโฆษณาจะอธิบายถึง รถแทรกเตอร์นิวนั้น คือ รถแทรกเตอร์คอร์ด และการส่งเสริมการขายต่างๆ

ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเริ่มต้น โครงการ : เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559

รายละเอียดการดำเนินการ :

1.ติดต่อกับทางบริษัทแม่เพื่อขอแบบป้ายโฆษณา

2.จัดทำป้ายโฆษณาและออกแบบ ปรับปรุง หน้าสถานที่จัดจำหน่าย โดยป้ายโฆษณาจะอธิบาย ว่า รถแทรกเตอร์นิวตัน คือ รถแทรกเตอร์คอร์ด และการส่งเสริมการขาย ต่างๆ

3.กำหนดจุดตั้งป้ายโฆษณา ซึ่งได้แก่ ทางเข้าเมืองและบริเวณหน้า สถานที่จัดจำหน่าย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ :ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร เป็นที่ รู้จักมากยิ่งขึ้นและเกษตรกรทราบว่ารถแทรกเตอร์นิวตันคือรถแทรกเตอร์คอร์ดมากขึ้น

(2) โครงการ ช่วยดำเนินการด้านสินเชื่อ

ที่มาของโครงการ :

โดยปกติการซื้อรถแทรกเตอร์ของเกษตรกรจะซื้อผ่านสินเชื่อเป็นหลัก แต่การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันส่งผลให้นโยบายสินเชื่อของหลายๆยี่ห้อจัดโปรโมชั่นคาวนต่ำหรือไม่ต้อง ใช้เงินคาวนในการซื้อรถแทรกเตอร์ อย่างไรก็ตาม บริษัทแม่ของรถแทรกเตอร์นิวตันไม่มีนโยบายการ คาวนต่ำหรือไม่มีเงินคาวน และการขออนุมัติสินเชื่อในบางสถาบันการเงินที่ทำข้อตกลงกับบริษัทแม่ และฝ่ายสินเชื่อของบริษัทนิวตันมีความเข้มงวดและล่าช้า ส่งผลให้การจำหน่ายสินค้ามีความยากลำบาก มากขึ้น แต่จากจุดโดดเด่นที่ 1 พบว่า การ อำนวยความสะดวกด้วยการ ช่วยลูกค้ายื่นเรื่องขออนุมัติ สินเชื่อกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ของพนักงานขาย สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า เป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นจุดแข็งด้านกระบวนการของทางตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ประกอบกับนโยบายการสนับสนุนจาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ที่เกี่ยวข้องกับด้านสินเชื่อของเครื่องจักรกลการเกษตร เช่น โครงการสินเชื่อเพื่อจัดหาเครื่องจักร เครื่องยนต์ ที่ให้เกษตรกรกู้เงินได้สูงสุดถึงร้อยละ 80 ของราคาสินค้า และสถาบันการเงิน หลายแห่งรับเรื่องการขออนุมัติสินเชื่อรถแทรกเตอร์มากขึ้น ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึง พัฒนาจุดแข็งดังกล่าวเป็นโครงการช่วยดำเนินการด้านสินเชื่อ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้น โดยการ อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการช่วยดำเนินการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินต่างๆ พร้อมติดตามผล การอนุมัติด้วย

ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ : เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559

รายละเอียดการดำเนินการ :

1.พนักงานขาย ติดต่อขอข้อมูลเอกสารการยื่นขออนุมัติสินเชื่อกับ
สถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) เป็นต้น

2.เสนอเรื่องการช่วยดำเนินการขออนุมัติสินเชื่อเมื่อเกษตรกร
สอบถามสินค้า

3.ช่วยติดตามเรื่องการอนุมัติสินเชื่อหากเกินกำหนด
ผลที่คาดว่าจะได้รับ :เกษตรกรตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น สามารถสร้าง
ความประทับใจแก่ลูกค้าได้

(3) โครงการ พันธมิตรนิวตัน

ที่มาของโครงการ :

จากจุดรวมที่ 2 พบว่า ลูกค้ารู้จักสินค้าและตัวแทนจำหน่ายจากการแนะนำ
จากคนใกล้ชิดหรือผู้ที่ใช้งานรถแทรกเตอร์ ซึ่งบุคคลดังกล่าวเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมและมีอิทธิพลในการ
ตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า โดยมีบุคคลหลักๆ ได้แก่ คนรู้จักที่ใช้รถแทรกเตอร์ ผู้ใหญ่บ้านหรือช่าง
ซ่อมรถแทรกเตอร์ในหมู่บ้าน ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์ตามทฤษฎีด้วยคนส่วนน้อยจากแนวคิดจุลพลิกผัน
พบว่า ช่างซ่อมรถแทรกเตอร์ในหมู่บ้านนั้นมีบทบาทเป็นผู้รู้ (Maven) เพราะเป็นผู้มีความรู้ด้าน
เครื่องยนต์ของรถแทรกเตอร์ และ ผู้ใหญ่บ้านนั้นมีบทบาทเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector) เนื่องจากเป็นที่
รู้จักของคนในหมู่บ้านและพบปะกับคนหลากหลาย อีกทั้งเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ข่าวในหมู่บ้าน หากเรา
เข้าถึงและสนิทสนมกับบุคคลเหล่านี้ได้ย่อมสามารถช่วยให้ลูกค้าได้ง่ายขึ้น ประกอบกับจุดแข็งที่ 5 พบว่า
ทางตัวแทนจำหน่ายมีความเป็นกันเองจึงมีความสนิทสนมกับลูกค้าบางคน ซึ่งจากประเด็นข้างต้นนั้น
นำไปสู่การสร้างโครงการพันธมิตรนิวตัน คือ การหาแนวร่วมที่มาจากบุคคลดังกล่าว โดยให้พนักงาน
ของทางตัวแทนจำหน่ายไม่ว่าจะเป็นพนักงานขายหรือช่างของทางตัวแทนจำหน่าย ต้องมีการ
ติดต่อสื่อสารกับบุคคลดังกล่าว โดยการเข้าไปพูดคุยทำความรู้จักและเสนอคำตอบแทนให้กับบุคคล
เหล่านั้นเมื่อมีการแจ้งข้อมูลว่ามีผู้สนใจในสินค้าให้แก่ทางตัวแทนจำหน่ายจนนำไปสู่การซื้อขาย
นอกจากนี้ในการออกไปขายสินค้าของพนักงานขายในแต่ละครั้ง พนักงานขายต้องพยายามแวะเยี่ยม
บุคคลดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของตลาดในแต่ละ
ละท้องถิ่น

ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ :เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

รายละเอียดการดำเนินการ :

1.จัดประชุมพนักงานขายและช่างเพื่อกำหนดการไปสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในท้องถิ่น เพื่อเสนอข้อเสนอดังกล่าว เช่น การให้ค่าตอบแทนเมื่อมีการแนะนำหรือพาลูกค้ามาซื้อเพิ่ม

2.ช่างไปสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มช่างในหมู่บ้านด้วยกันหรือผู้ใหญ่บ้านตามพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย

3.พนักงานขายไปสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าเก่าและผู้ใหญ่บ้านตามพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ :เกิดการบอกต่อจากลูกค้าเก่าและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจของเกษตรกรนอกจากนี้เกษตรกรที่สนใจสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

(4) โครงการ สอบถามความพึงพอใจ

ที่มาของโครงการ :

จากสิ่งที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ คนที่ 4(ภาคผนวก ข)คือ เมื่อตัวแทนจำหน่ายส่งพนักงานออกไปบริการแล้วเกิดความผิดพลาดบางประการส่งผลให้ลูกค้ามาดักเตือนกับทางตัวแทนจำหน่ายโดยตรง แต่มีลูกค้าบางรายบอกต่อกับคนรู้จักหรือคนในหมู่บ้านถึงการบริการที่ไม่ดี ซึ่งจะส่งผลเสียต่อชื่อเสียงของตัวแทนจำหน่าย ดังนั้น ทางผู้ศึกษาจึงนำเรื่องไปปรึกษากับผู้ประกอบการ พบว่า การติดตามผลการให้บริการสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้ ประกอบกับการดูแลของตัวแทนจำหน่ายอื่นๆที่ไม่ทั่วถึงและจริงจัง พร้อมทั้งการบอกต่อของชาวบ้านเมื่อประทับใจการให้บริการทางผู้ศึกษา จึงพัฒนาโครงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการเก็บข้อมูลและเรียนรู้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกระบวนการบริการในการติดตามผลการปฏิบัติงาน จึงพัฒนา โครงการสอบถามความพึงพอใจขึ้น เพื่อติดตามผลการให้บริการของพนักงาน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆแก่ลูกค้า โดยการโทรศัพท์สอบถามการไปให้บริการของลูกค้าว่าการให้บริการของทางตัวแทนจำหน่ายเป็นอย่างไร และนำมาปรับปรุงหรือขยายผลจากคำแนะนำของลูกค้า พร้อมทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วย

ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ :เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559

รายละเอียดการดำเนินการ :

1.พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า ส่งข้อมูลการออกไปบริการในแต่ละวันให้กับพนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

2.พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โทรติดต่อสอบถามการบริการจากลูกค้า พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะหรือตอบคำถามแก่ลูกค้า

3.หากมีกรณีที่พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ไม่สามารถจัดการได้ให้นำเรื่องไปปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ เพื่อหาทางแก้ไขหรือกำหนดแนวทางปฏิบัติ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ :ลูกค้าเกิด ความประทับใจ และมั่นใจในการบริการของทางตัวแทนจำหน่ายมากขึ้นจนเกิดการแนะนำหรือบอกต่อแก่คนรู้จัก

2.4.2 กลยุทธ์การวางแผนระยะยาว ประกอบด้วย

(1) โครงการ นิวตันสัญจร

ที่มาของโครงการ :

จากจุดโดดเด่นที่ 4 พบว่า การติดตามและเอาใจใส่ระหว่างการจำหน่ายสินค้า และการให้บริการ หลังการขาย เป็นปัจจัยหนึ่งที่ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าจนสามารถ จดจำตัวแทนจำหน่ายและตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า พร้อมทั้งแนะนำหรือบอกต่อแก่คนรู้จัก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวแล้วจึงเกิดโครงการ นิวตันสัญจร เพื่อสร้างความมั่นใจและสร้างการรับรู้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น โดยตัวแทนจำหน่ายมีการออกไปบริการซ่อมบำรุงในเขตพื้นที่ต่างๆในช่วงเกษตรกรพักการเก็บเกี่ยว นอกจากนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด ทางตัวแทนจะมีการจัดแสดงสินค้า เพื่อผู้ที่สนใจสินค้าในบริเวณใกล้เคียงสามารถมาชมสินค้าได้ง่ายขึ้นด้วย

ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ :เดือนกันยายนถึงตุลาคม พ.ศ. 2559

รายละเอียดการดำเนินการ :

1.เลือกพื้นที่และวันจัดกิจกรรม

2.ให้พนักงานขายติดต่อพื้นที่ที่จะจัดงานในแต่ละพื้นที่ และโฆษณา

กิจกรรม

3.ขอความร่วมมือกับทางบริษัทแม่ในการจัดงาน เช่น ทีมช่าง รถที่ใช้จัดแสดง และกิจกรรมส่งเสริมการขาย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ :รถแทรกเตอร์นิวตัน เป็นที่รู้จักมากขึ้นและลูกค้าสนใจซ่อมบำรุงรถแทรกเตอร์มากขึ้น

(2) โครงการ แลกเปลี่ยนและเรียนรู้

ที่มาของโครงการ :

โดยปกติในการซื้อรถแทรกเตอร์นั้น เกษตรกรสามารถหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มาก่อน แต่เมื่อเกษตรกรมาชมสินค้าจริงที่สถานที่จัดจำหน่ายอาจเกิดข้อสงสัยเพิ่มเติม ซึ่งการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจที่คิ่นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก ประกอบกับจุฑาร่วมที่ 3 พบว่า การ แนะนำและ ให้ข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วนสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าจนตัดสินใจซื้อ จึงพัฒนาเป็นโครงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ เพื่อเป็นการพัฒนาด้านบุคลากรของตัวแทนจำหน่าย โดยให้ช่างซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องตัวรถแทรกเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง แลกเปลี่ยนความรู้กับพนักงานขายที่เป็นผู้ใช้ข้อมูลในการขาย เพื่อให้ พนักงานขาย มีความรู้มากขึ้นและสามารถแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และเพื่อให้ช่างสามารถแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นหรือสามารถขายสินค้าเมื่อออกไปให้บริการ นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารต่างๆ ระหว่างพนักงานขาย เช่น ความเหมาะสมของอุปกรณ์ต่อพ่วงในแต่ละพื้นที่ การส่งเสริมการตลาดแต่ละพื้นที่ หรือความต้องการของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ซึ่งมีความแตกต่างกัน

ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ : เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559

รายละเอียดการดำเนินการ :

- 1.กำหนดวันเพื่อประชุมแลกเปลี่ยนความรู้
- 2.มอบหน้าที่ให้พนักงานขายไปตั้งคำถามจากปัญหาที่พบและ
ข่าวสารที่ได้รับรู้ เพื่อนำมาพูดคุยและแลกเปลี่ยนความรู้
- 3.สรุปและนำไปปรับปรุงกระบวนการการขายสินค้า

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : พนักงานขายมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์มากขึ้นและช่างซ่อมมีความสามารถในการขายสินค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการและพนักงานขายรับรู้ข่าวสารมากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.6 การทำให้เป็นจริง (Destiny)

เมื่อนำโครงการที่ได้ออกแบบไว้ในขั้นตอนการออกแบบ (Design) ไปปฏิบัติแล้วสามารถสรุปผลการปฏิบัติโครงการ ได้ดังภาพต่อไปนี้

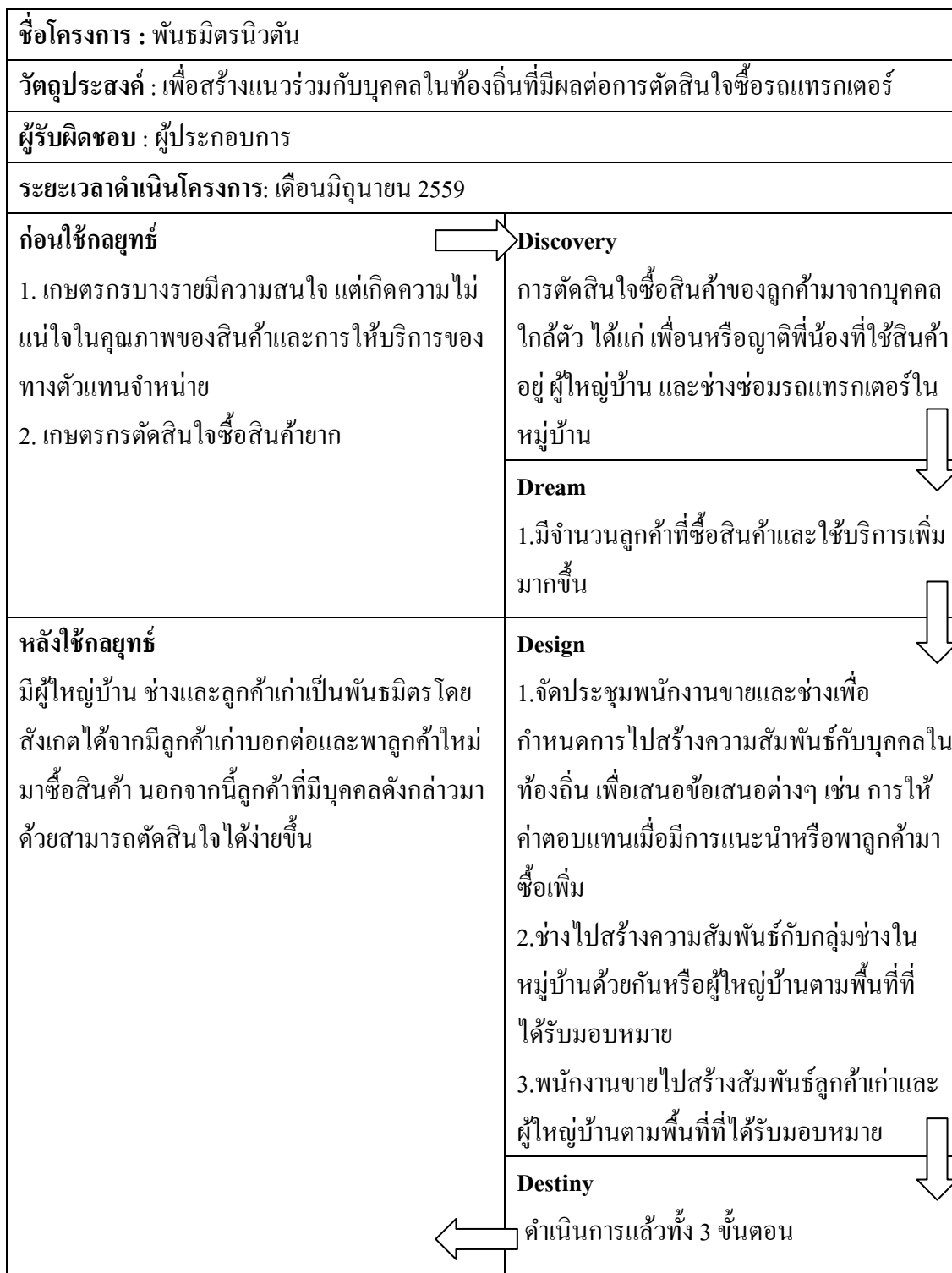
2.6.1 สรุปผลหลังการปฏิบัติโครงการ

ชื่อโครงการ : ประกาศว่านิวนันคือตำนาน	
วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายนิวนันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร เป็นที่รู้จักของเกษตรกรทั่วไปในจังหวัดยโสธร และให้เกษตรกรทราบว่ารถแทรกเตอร์นิวนันคือรถแทรกเตอร์คอร์ดที่มีชื่อเสียงในอดีต	
ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ	
ระยะเวลาดำเนินโครงการ: เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559	
ก่อนใช้กลยุทธ์ เกษตรกรบางคนยังไม่รู้จักรถแทรกเตอร์นิวนัน และเกษตรกรบางคนคิดว่าเป็นรถแทรกเตอร์นำเข้าจากจีน	Discovery เมื่อเกษตรกรได้ยินคำว่ารถแทรกเตอร์คอร์ด เกษตรกรจะเกิดการสนใจทันที เนื่องจากรถแทรกเตอร์คอร์ดเป็นรถแทรกเตอร์ที่มีชื่อเสียงด้านความทนทานมาตั้งแต่อดีต
	Dream 1.การเป็นที่รู้จักของเกษตรกรในจังหวัดยโสธร 2.มีจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและใช้บริการเพิ่มมากขึ้น
หลังใช้กลยุทธ์ 1.เกษตรกรทราบว่ารถแทรกเตอร์นิวนันคือรถแทรกเตอร์คอร์ดมากขึ้น โดยพิจารณาจาก การมีเกษตรกรเริ่มมาสอบถามและตัดสินใจซื้อ เพราะ ชื่นชอบในความทนทานของรถแทรกเตอร์คอร์ด 2.ลูกค้าสังเกตเห็นสถานที่จัดจำหน่ายง่ายขึ้น โดยพิจารณาจากจำนวนเกษตรกรแวะชมสินค้ามากขึ้น	Design 1.ติดต่อกับทางบริษัทแม่เพื่อขอแบบป้ายโฆษณา 2.จัดทำป้ายโฆษณาและออกแบบปรับปรุงหน้าสถานที่จัดจำหน่ายโดยป้ายโฆษณาจะอธิบายว่ารถแทรกเตอร์นิวนัน คือ รถแทรกเตอร์คอร์ด และการส่งเสริมการขายต่างๆ 3.กำหนดจุดตั้งป้ายโฆษณา ซึ่งได้แก่ ทางเข้าเมืองและบริเวณหน้าสถานที่จัดจำหน่าย
	Destiny ดำเนินการแล้วทั้ง 3 ขั้นตอน

ภาพที่ 5 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการประกาศว่านิวนันคือตำนาน



ภาพที่ 6 ขั้นตอนการดำเนินการโครงการช่วยดำเนินการด้านสินเชื่อ



ภาพที่ 7 ขั้นตอนการดำเนินการโครงการพันธมิตรนิวตัน

ชื่อโครงการ : สอบถามความพึงพอใจ	
วัตถุประสงค์ : เพื่อติดตามผลการให้บริการ พร้อมทั้งให้คำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า	
ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ	
ระยะเวลาดำเนินโครงการ: เดือนกรกฎาคม 2559	
ก่อนใช้กลยุทธ์ 1. เมื่อเกิดการให้บริการที่ผิดพลาด ลูกค้าบางรายไม่ร้องเรียนแต่บอกต่อเรื่องบริการที่ไม่ดีให้คนในหมู่บ้านทราบแทน 2. ลูกค้าไม่ทราบว่าบริการหลังการขายของทางตัวแทนจำหน่ายดีกว่าคู่แข่งอย่างไร	Discovery การติดตามสอบถามการบริการหลังการขาย สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และส่งผลให้ลูกค้านึกถึงการบริการของตัวแทนจำหน่ายได้
	Dream 1.ลูกค้านึกถึงตัวแทนจำหน่ายนิวตัน แทรกเตอร์ จัหวัดยโสธร เป็นแห่งแรก 2.ลูกค้าประทับใจในการใช้บริการจนบอกต่อถึงการบริการที่ยอดเยี่ยม
	Design 1.พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า ส่งข้อมูลการออกไปบริการในแต่ละวันให้กับพนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ 2.พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์โทรติดต่อสอบถามการบริการจากลูกค้าพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะหรือตอบคำถามแก่ลูกค้า 3.หากมีกรณีที่ลูกค้าสัมพันธ์จัดการไม่ได้ ให้ปรึกษาผู้ประกอบการ เพื่อหาทางแก้ไข
หลังใช้กลยุทธ์ 1. ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจในการให้บริการมากขึ้นและนึกถึงการซื้อซ้ำกับตัวแทนจำหน่ายนิวตัน แทรกเตอร์ จัหวัดยโสธร โดยลูกค้าลงชื่อสนใจซื้อสินค้าเพิ่มในช่วงปลายปี 2. ลูกค้าประทับใจในการติดตามและให้คำปรึกษา เช่น ลูกค้าขอบคุณในการให้คำปรึกษา และชื่นชมการติดตามว่าเป็นการบริการที่ดี	Destiny ดำเนินการแล้วทั้ง 3 ขั้นตอน

ภาพที่ 8 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการสอบถามความพึงพอใจ

ชื่อโครงการ : นิวตันสัญจร	
วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างความมั่นใจในการบริการและสร้างการรับรู้ของเกษตรกรในท้องถิ่น	
ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ	
ระยะเวลาดำเนินโครงการ : เดือนกันยายนถึงตุลาคม พ.ศ.2559	
ก่อนใช้กลยุทธ์ 1. เกษตรกรที่สนใจสินค้าต้องเข้ามาติดต่อกับทางตัวแทนจำหน่ายเอง 2. การจัดงานใหญ่ต้องใช้ต้นทุนสูง ส่งผลให้ไม่สามารถจัดบ่อยครั้งได้ 3. ตัวแทนจำหน่ายไม่มีสินค้าสำหรับสาธิต 4. การซ่อมบำรุงของลูกค้าในช่วงพักทำการเกษตรมีน้อย แต่จะมีมากในช่วงฤดูทำไร่นา	Discovery 1. การจัดงานแสดงสินค้าสามารถสร้างการรับรู้และสร้างความสนใจได้ 2. ลูกค้าประทับใจการบริการหลังการขาย เช่น การซ่อมบำรุง
	Dream 1.การเป็นที่รู้จักของเกษตรกรในจังหวัดยโสธร 2.มีจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและใช้บริการเพิ่มมากขึ้น 3.ลูกค้าประทับใจในการใช้บริการ
ผลที่คาดว่าจะได้รับ รถแทรกเตอร์นิวตันเป็นที่รู้จักมากขึ้นและลูกค้าสนใจซ่อมบำรุงรถแทรกเตอร์มากขึ้น	Design 1.เลือกพื้นที่และวันจัดกิจกรรม 2.ให้พนักงานขายติดต่อพื้นที่ที่จะจัดงานในแต่ละพื้นที่ และโฆษณากิจกรรม 3.ขอความร่วมมือกับทางบริษัทแม่ในการจัดงาน เช่น ทีมช่าง รถที่ใช้จัดแสดง และกิจกรรมส่งเสริมการขาย
	Destiny ขั้นตอนที่ดำเนินการแล้ว ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1

ภาพที่9 ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการนิวตันสัญจร

ชื่อโครงการ : แลกเปลี่ยนและเรียนรู้	
วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาความรู้ของพนักงานขายและช่าง	
ผู้รับผิดชอบ : ผู้ประกอบการ	
ระยะเวลาดำเนินโครงการ: เดือนกันยายนพ.ศ.2559	
ก่อนใช้กลยุทธ์ 1. พนักงานขายบางคน เช่น พนักงานใหม่ ยังขาดความรู้ด้านความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กับบางพื้นที่ 2. พนักงานแต่ละคนทราบความเคลื่อนไหวของตลาดแตกต่างกัน	Discovery ช่างเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ และมีความน่าเชื่อถือมากกับลูกค้า
	Dream พนักงานสามารถแนะนำสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด
	Design 1.กำหนดวันเพื่อประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ 2.มอบหน้าที่ให้พนักงานขายไปตั้งคำถามจากปัญหาที่พบและข่าวสารที่ได้รับรู้ เพื่อนำมาพูดคุยและแลกเปลี่ยนความรู้ 3.สรุปและนำไปปรับปรุงกระบวนการการขายสินค้า
ผลที่คาดว่าจะได้รับ พนักงานขายมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์มากขึ้นและช่างซ่อมมีความสามารถในการขายสินค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการและพนักงานขายรับรู้ข่าวสารมากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น	Destiny ขั้นตอนที่ดำเนินการแล้ว ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1

ภาพที่10ขั้นตอนการดำเนินการ โครงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้

หลังจากที่ผู้ศึกษา ปฏิบัติตาม โครงการดังกล่าว แล้ว พบว่า ยอดขายรถแทรกเตอร์ตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559 เมื่อเปรียบเทียบกับปีพ.ศ.2558 ในช่วงเวลาเดียวกัน มียอดขายเพิ่มขึ้น โดยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบยอดขายรถแทรกเตอร์ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ระหว่าง ปี พ.ศ.2558 และ พ.ศ.2559

เดือน	จำนวนรถแทรกเตอร์ที่จำหน่าย (คัน)	
	พ.ศ.2558	พ.ศ. 2559
พฤษภาคม	2	2
มิถุนายน	2	3
กรกฎาคม	2	2
รวม	6	7

ที่มา : ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

จากตารางที่ 3 พบว่า เมื่อยอดขายของตัวแทนจำหน่าย นิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร เพิ่มขึ้น 1 คัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.67 โดยการจำหน่ายในระยเวลาดังกล่าวมาจากการแนะนำของลูกค้าเก่าจำนวน 2 คัน นอกจากนี้จากการติดตามการปฏิบัติงานทั้งการส่งสินค้าและการซ่อมบำรุงของพนักงาน ยังพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตัวแทนจำหน่ายมีแนวโน้มดีขึ้น โดยพิจารณาจากการได้รับคำชมจากลูกค้าในการแนะนำเมื่อพนักงานส่งสินค้าหรือช่างออกไปบริการซ่อมบำรุง เช่น พนักงานส่งสินค้าจะมีการสอนการใช้งานเบื้องต้น ได้แก่ การสอนลูกค้าขับรถแทรกเตอร์ การสอนการใช้งานอุปกรณ์ต่อพ่วง เป็นต้น หรือช่างซ่อมบำรุงออกไปบริการถึงไร่นาและแนะนำการบำรุงรักษาสินค้าเบื้องต้น เช่น การเติมน้ำมันโซ่ การแจ้งซ่อมบำรุงครั้งต่อไป เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้าบางรายเริ่มนึกถึงการซื้อซ้ำโดยการแสดงความสนใจรถแทรกเตอร์ของทางร้าน ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดีในการจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวตันในอนาคตนอกจากนี้ยังมีการร้องเรียนเพียง 1 ครั้งจากเรื่องการให้บริการที่ล่าช้า

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

ในปี พ.ศ. 2558 การจดทะเบียนรถแทรกเตอร์ในจังหวัดยโสธร ลดลงถึงร้อยละ 20 และยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง ราคาพืชผลการเกษตรลดต่ำลง ภัยแล้งมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น และการแข่งขันของตัวแทนจำหน่ายของแต่ละ ยี่ห้อในจังหวัดยโสธรมีความรุนแรงมากขึ้น เช่น การให้เงื่อนไขค่างวดต่ำ การออกรถแทรกเตอร์ทันทีไม่ต้องมีเงินดาวน์ หรือการส่งสินค้าก่อนการอนุมัติสินเชื่อ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ตัวแทนจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวตันในจังหวัดยโสธรมีจำหน่ายสินค้าได้ยากขึ้น เนื่องจากทางบริษัทแม่ของรถแทรกเตอร์นิวตันไม่มีนโยบายการค่างวดต่ำ และมีความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อ ทางผู้ศึกษาจึงศึกษาการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนการตลาด กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงาน ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร และเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของตัวแทนจำหน่ายนิวตัน แแทรกเตอร์ ในจังหวัดยโสธร โดยการสรุปผลการศึกษาสามารถแบ่งตามวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

1.1 ผลการศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า พนักงาน ผู้ประกอบการ และเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร

จากการสัมภาษณ์โดยใช้คำถามเชิงบวกตามแนวทางของสุนทรียศาสตร์เป็นหนึ่งในวิธีการค้นหาประสบการณ์เชิงบวก โดยสัมภาษณ์จากลูกค้า พนักงาน และผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไปในจังหวัดยโสธร รวมทั้งหมด 22คน เมื่อวิเคราะห์ประเด็นที่สำคัญแล้ว พบว่า จุดร่วมที่มีความถี่มาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าบุคคลใกล้ชิดตัวมีผลต่อการตัดสินใจ และการแนะนำหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนั้นเมื่อนำปัจจัยที่เป็นจุดร่วมมาวิเคราะห์แล้วพบว่า จุดโดดเด่น ได้แก่ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกการตัดสินใจซื้อจากบุคคลใกล้ชิดตัว การแนะนำหรือให้ข้อมูลของพนักงานขาย คุณภาพของสินค้าการเอาใจใส่และติดตามลูกค้าโดยจะนำข้อมูลที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นไปใช้ในการวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีต่างๆ เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์จังหวัดยโสธร

1.2 ผลการศึกษาการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัด ยโสธร

การกำหนดโครงการที่ได้มาจากการศึกษาจากจุดร่วมและจุดโดดเด่นของประสบการณ์เชิงบวกที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนร่วม แล้วนำมาวิเคราะห์ร่วมกับ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Market mix 7Ps) และ การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) นำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการวัดผลของโครงการ ดังนี้

1.2.1 โครงการ ประกาศว่านิเวศน์คือตำนาน

โครงการนี้พัฒนาจากจุดโดดเด่นที่ผู้ศึกษาค้นพบว่า เมื่อลูกค้าได้ยินว่ารถแทรกเตอร์นิเวศน์คือรถแทรกเตอร์คอร์ดแล้วเกิดความสนใจ เนื่องจากรถแทรกเตอร์คอร์ดมีชื่อเสียงเรื่องความทนทานในอดีต ดังนั้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักของเกษตรกรว่าทางตัวแทนจำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์และรถแทรกเตอร์นิเวศน์คือรถแทรกเตอร์คอร์ดที่โด่งดังในอดีต จึงพัฒนาการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดทำป้ายโฆษณาไปติดตั้งตามเส้นทางที่เป็นทางเข้าตัวเมืองและปรับปรุงสถานที่จัดจำหน่ายด้วยป้ายโฆษณาเพื่อปรับปรุงลักษณะทางการภาพให้เป็นที่สังเกตได้ง่ายยิ่งขึ้น หลังจากดำเนินโครงการไปแล้ว พบว่า มีเกษตรกรมาสอบถามและตัดสินใจจองมากขึ้น เพราะ ชื่นชอบรถแทรกเตอร์คอร์ดมาก่อน นอกจากนี้ลูกค้ายังสังเกตเห็นสถานที่จัดจำหน่ายได้ง่ายขึ้นด้วย

1.2.2 โครงการ ช่วยดำเนินการด้านสินเชื่อ

โครงการนี้เป็นการพัฒนาด้านกระบวนการจากอำนาจความสะดวกของของพนักงานด้วยการช่วยเหลือลูกค้าในการยื่นเรื่องขออนุมัติสินเชื่อที่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ซึ่งเป็นจุดโดดเด่นและจุดแข็งของทางตัวแทนจำหน่าย ประกอบกับการซื้อรถแทรกเตอร์โดยปกตินั้นเกษตรกรจะเลือกซื้อผ่านการขอสินเชื่อเป็นหลัก แต่เนื่องจากบริษัทแม่เข้มงวดกับการให้ออมัติสินเชื่อ นอกจากนี้บริษัทแม่ยังไม่มียุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านสินเชื่อหรือไม่มีเงินดาวน์ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ดังนั้นการขอสินเชื่อผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) หรือแม้แต่สถาบันการเงินต่างๆจึงเป็นสิ่งสำคัญในการขาย โดยทางตัวแทนจำหน่ายจัดให้พนักงานเสนอความช่วยเหลือในการยื่นขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่างๆแก่ เกษตรกรผู้ที่สนใจรถแทรกเตอร์นิเวศน์ ผลจากการดำเนินการในโครงการนี้ พบว่า ลูกค้าประทับใจเรื่องความสะดวกสบายและตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

1.2.3 โครงการ พันธมิตรนิเวศน์

โครงการนี้พัฒนาขึ้นจากการค้นพบว่า ลูกค้ารู้จักตัวแทนจำหน่ายและสินค้าผ่านการแนะนำจากคนใกล้ชิดหรือผู้ที่ใช้งานรถแทรกเตอร์อยู่จริง ซึ่งบุคคลดังกล่าวถือว่าเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมและมี

อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า โดยมีบุคคลหลักๆ ได้แก่ คนรู้จักที่ใช้รถแทรกเตอร์อยู่แล้ว ผู้ใหญ่บ้าน และช่างซ่อมรถแทรกเตอร์ในหมู่บ้าน ประกอบกับการที่พบว่าทางตัวแทนจำหน่ายมีความเป็นกันเองจึงมีความสนิทสนมกับลูกค้าบางคน ดังนั้นทางตัวแทนจำหน่ายจึงควรสร้างแนวร่วมจากบุคคลดังกล่าว โดยให้พนักงานของตัวแทนจำหน่าย เช่น พนักงานขายหรือช่าง ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลดังกล่าว โดยการเข้าไปพูดคุยพยายามทำความรู้จักและเสนอคำตอบแทนให้กับบุคคลเหล่านั้น เมื่อมีการแจ้งข้อมูลผู้ที่สนใจสินค้าให้แก่ทางตัวแทนจำหน่ายจนนำไปสู่การซื้อขาย นอกจากนี้ในการออกไปขายสินค้าของพนักงานขายในแต่ละครั้ง พนักงานขาย ต้องพยายามแวะเยี่ยมบุคคลดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดในแต่ละท้องที่ จากการนำโครงการไปปฏิบัติแล้ว พบว่า การมีผู้ใหญ่บ้าน ช่างและลูกค้าเก่าเป็นแนวร่วม ส่งผลให้เกิดการบอกต่อและพาลูกค้ามาซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้น

1.2.4 โครงการ สอบถามความพึงพอใจ

โครงการนี้ถูกสร้างขึ้นจากเหตุการณ์ที่ลูกค้าร้องเรียนทางบริษัทเกี่ยวกับให้บริการของพนักงานแล้วเกิดความผิดพลาด ส่งผลให้ลูกค้ามาดัดเตือนกับทางตัวแทนจำหน่าย และยังมีลูกค้าบางรายที่ไม่ได้ดัดเตือนกับทางตัวแทนจำหน่ายแต่เล่าเรื่องการบริการที่ผิดพลาดไปพูดกับคนรู้จักหรือคนในหมู่บ้านโดยตรง ซึ่งส่งผลเสียต่อชื่อเสียงของตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำเรื่องไปปรึกษากับผู้ประกอบการ พบว่า การติดตามผลหลังการให้บริการสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้ จึงวางแผนโครงการนี้ขึ้นเพื่อการติดตามผล ให้คำปรึกษา และช่วยแก้ไขปัญหาจากการให้บริการลูกค้าทั้งการส่งสินค้าและงานบริการซ่อมบำรุง โดยการโทรศัพท์สอบถามลูกค้าว่าการให้บริการของทางตัวแทนจำหน่ายเป็นอย่างไร เพื่อนำมาปรับปรุงหรือขยายผลจากคำแนะนำของลูกค้า ซึ่งหลังจากการปฏิบัติตามแผนแล้วพบว่า ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการให้บริการมากขึ้น นอกจากนี้ลูกค้ายังประทับใจในการติดตามและให้คำปรึกษา พร้อมทั้งนึกถึงการซื้อซ้ำ

1.2.5 โครงการ นิเวศน์สัญจร

เป็นโครงการที่พัฒนาขึ้นจากจุดโดดเด่นเรื่องการติดตามเอาใจใส่และการบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและส่งผลให้แนะนำหรือบอกต่อแก่คนรู้จัก ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ทางตัวแทนจำหน่ายจึงจัดให้มีการออกไปบริการซ่อมบำรุงในเขตพื้นที่ต่างๆ ในช่วงที่เกษตรกรพักเพื่อรอการเก็บเกี่ยว นอกจากนี้การออกไปจัดกิจกรรม ให้บริการ ในครั้งนี้ ทางตัวแทนจำหน่ายยังได้มีการจัดแสดงสินค้าเพิ่มเติมด้วย เพื่อพัฒนาการส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ที่สนใจสินค้าในบริเวณใกล้เคียงสามารถมาชม

สินค้าได้สะดวกมากขึ้น โดยคาดหลังจากปฏิบัติตามแผนการที่วางไว้แล้วนั้น ตัวแทนจำหน่ายและรถแทรกเตอร์นิวตันจะเป็นที่รู้จักและจดจำมากขึ้น พร้อมทั้งมีลูกค้าสนใจที่จะซ่อมบำรุงรักษารถแทรกเตอร์ในช่วงพักทดแทนที่จะซ่อมบำรุงในช่วงก่อนฤดูทำนาเพิ่มขึ้น

1.2.6 โครงการ แลกเปลี่ยนและเรียนรู้

โครงการนี้เกิดขึ้นมาจากการที่ค้นพบว่า การที่พนักงานให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนและข้อดีข้อเสียส่งผลลูกค้าประทับใจและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาด้านบุคลากรของตัวแทนจำหน่ายในด้านการให้ข้อมูล ทางตัวแทนจำหน่ายจึงจัดให้ช่างซึ่งเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องตัวรถแทรกเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง แลกเปลี่ยนความรู้กับพนักงานขาย เพื่อให้มีความรู้มากขึ้น และสามารถแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารต่างๆ ระหว่างพนักงานขายอีกด้วย โดยคาดว่า พนักงานขายมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์มากขึ้นและช่างสามารถเพิ่มทักษะในการสนทนาแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าเมื่อออกไปให้บริการซ่อมบำรุง นอกจากนี้ผู้ประกอบการและพนักงานขายรับรู้ข่าวสารได้มากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น

หลังจากที่ผู้ศึกษา ปฏิบัติตาม โครงการดังกล่าว แล้ว พบว่า ยอดขายรถแทรกเตอร์ตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559 เมื่อเปรียบเทียบกับปีพ.ศ.2558 ในช่วงเวลาเดียวกัน มียอดขายเพิ่มขึ้น 1 คัน โดยมาจากการแนะนำของลูกค้าเก่าจำนวน 2 คัน นอกจากนี้จากการติดตามการปฏิบัติงานทั้งการส่งสินค้าและการซ่อมบำรุงของพนักงาน ยังพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตัวแทนจำหน่ายมีแนวโน้มดีขึ้น โดยได้รับคำชมจากลูกค้าในการแนะนำเมื่อพนักงานส่งสินค้าหรือช่างออกไปให้บริการซ่อมบำรุงและลูกค้าบางรายเริ่มนึกถึงการซื้อซ้ำโดยการแสดงความสนใจรถแทรกเตอร์ของทางร้าน ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดีในการจำหน่ายรถแทรกเตอร์นิวตันในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการร้องเรียนเพียง 1 ครั้งจากเรื่องการให้บริการที่ล่าช้า

2. อภิปรายผล

สรุปแนวคิดที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า คุณภาพของสินค้าและความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ สุภกิจ อารยะสัจพงษ์ (2555) และ อชิรวิทย์ ตั้งกิจเกียรติกุล (2557) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและความซื่อสัตย์ นอกจากนี้การให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งได้แก่ การอำนวยความสะดวกและการให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับ วิลาสิณี วงษ์นาคเพ็ชร (2556) ซึ่งพบว่า พนักงานและการให้บริการที่ดีนั้นมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ายังเป็นการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อสินค้าเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อรณภา สะท้อนเมือง (2555) และ ทาริกา ภาณุวัฒน์ไพศาล (2558) ที่พบว่า การเอาใจใส่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วย

3. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาตามแนวคิดสุนทรียสาธก เป็นการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านบวกจากเรื่องต่างๆ ที่สามารถนำไปขยายผลต่อหรือนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย ทั้งในด้านการแก้ปัญหาเรื่องต่างๆ ในชีวิต หรือแม้แต่กระทั่งการประกอบธุรกิจ แต่เนื่องจากการศึกษาอันสั้นในการศึกษาครั้งนี้ อาจส่งผลให้การการศึกษานี้ไม่ได้ประสิทธิภาพมากนัก หากผู้สนใจต้องการจะนำแนวคิดนี้ไปขยายผลต่อ จำเป็นต้องใช้ ระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลมากกว่านี้ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่นำไปศึกษาต่ออย่างมาก

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). เกษตรกรไทยใส่ใจสิ่งแวดล้อม. ค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2559, จาก https://www.moac.go.th/download/article/article_20120220131004.pdf
- เกลดเวลล์, มัลคอล์ม. (2556). กลยุทธ์จุดกระแส. กรุงเทพฯ: บริษัท วิลเลิร์น จำกัด.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล นิทัศน์ คณะวรรณ และธีรพล แซ่ตั้ง. (2548). ชูชีวิตใหม่ ธุรกิจไทยให้เบ็ดเตล็ด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ทริกา ภาณุวัฒน์ไพศาล. (2558). การวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา ร้านบีแกนคาร์วอช เขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร. รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย บัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ธีรศักดิ์ นวรัตน์ ณ อุบล. (2552). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2556). ตัวอย่าง Loyalty Pyramid (พีรามิดแห่งความภักดี). ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/542041>.
- วิลาสินี วงษ์นาคเพชร. (2556). การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อการวางแผนกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายเครื่องสูบน้ำ กรณีศึกษา : บริษัทอินเตอร์ วอเตอร์ทรีทเม้นท์ จำกัด. รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ศุภกิจ อารยะสัจพงษ์. (2555). แนวทางการวางแผนกลยุทธ์โดยใช้สุนทรียศาสตร์: กรณีศึกษาร้านเพชร อารญา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สำนักงานจังหวัดยโสธร. [ม.ป.ป.]. ข้อมูลจังหวัด. ค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2559, จาก http://www.yasothorn.go.th/web/yaso_web.php
- สำนักงานขนส่งจังหวัดยโสธร. [ม.ป.ป.]. สถิติจำนวนรถจดทะเบียนสะสมตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกและกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ (2554-2558). ค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2559, จาก http://yasothorn.dlt.go.th/statistic/statistic2556_001.html

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). **การรักษาฐานลูกค้า**. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559, จาก
<http://www.smeservicecenter.net/public/uploads/p13799217716129123314.pdf>
- อชิรวัดดี ตั้งกิจเกียรติกุล. (2557). **กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายบริษัท มหาชัยวัสดุ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สุนทรียสาธก**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาววิทยาลัยขอนแก่น
- อัจฉริยะ อุปการกุล. (2553). **SOAR vs. SWOT Analysis**. ค้นหาเมื่อ 5 มีนาคม 2559, จาก
<https://mba.kku.ac.th/forums/index.php?topic=2031.0>
- อรนภา สท่อนเมือง. (2555). **การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้สุนทรียสาธก กรณีศึกษา: ร้านเมืองทองอะไหล่ จังหวัดกาฬสินธุ์**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาววิทยาลัยขอนแก่น
- Cooperrider, D. L., Whitney, D., & Stavros, J. M. (2008). **Appreciative Inquiry Handbook For Leaders of Change**. 2nd ed. Ohio: Crown Custom Publishing, Inc.
- Saunders, Mark, Lewis, Philip, & Thornhill, Adrian. (2012). **Research Methods for Business Students**. 6th ed . Essex: Pearson Education Limited.

ภาคผนวก

ภาคผนวก

บทสัมภาษณ์ลูกค้าและเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ยี่ห้ออื่น

บทสัมภาษณ์ลูกค้าและเกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ยี่ห้ออื่น

สัมภาษณ์คนที่ 1 ลูกค้าของตัวแทนนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวัตน์ได้อย่างไร

ลูกค้า : รู้จักจากพี่ชาย พอได้ไปเห็นเขาใช้รถแทรกเตอร์นิวัตน์ เขาบอกว่าใช้ได้ปีกว่าแล้ว เป็น
รถทนและแรงดีมาก เลขขอทดลอง

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์ แแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : ก็ทดลองแล้วก็คิดใจเลยถามพี่ว่าซื้อจากร้านไหน เขาเลยบอกว่าซื้อจากร้านนิวัตน์
ที่ยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ก่อนมาที่นี่ดูตามร้านต่างๆมา แต่พอมาถึงร้านนี้ พนักงานขายเขาให้ข้อมูลดีมากเลย
แบบตอบได้ทุกคำถามเลยที่สงสัยเลย แต่ที่ประทับใจสุดๆก็หลังจากเราตัดสินใจจอง
รถแทรกเตอร์นี้แหละ พนักงานบอกว่าจะช่วยเราทำเรื่องสินเชื่อที่ธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์ (ชกส.) ด้วย ลุงนี้แบบที่นี้ไม่เหมือนที่อื่นสะดวกสบายดี

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็มีเยอะอยู่นะ เพราะ ลุงเอาไปปรับจ้างคันดิน คนเห็นเขาก็ตกใจนะว่ารถคันแค่นี้ทำไม
แรงดีจัง ลุงก็เลยบอกว่านี้รถแทรกเตอร์นิวัตน์ เป็นรถแทรกเตอร์คอร์โดง ถ้าสนใจก็
ให้มาดูที่ร้านนี้นะ

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 2 ลูกค้าของตัวแทนนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวัตน์ได้อย่างไร

ลูกค้า : ลุงรู้จักจากพนักงานขายร้านเรานี้แหละ ลุงชอบรถแทรกเตอร์คอร์โดอยู่แล้ว เพราะ มัน
มีชื่อเสียงด้านความแรงและความทนทาน พอได้พนักงานขายร้านเรานี้บอกอยู่ใกล้กัน เขา
ได้ยินมาว่าลุงอยากได้ เขาเลยเข้ามาติดต่อลุงว่า ทางร้านมีขายแต่เปลี่ยนชื่อเป็นนิวัตน์
แล้ว

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ก็ลุงชอบรถแทรกเตอร์คอร์โดอยู่แล้ว ยิ่งพนักงานร้านอยู่ใกล้ยิ่งอุ่นใจถ้ามีปัญหาอะไรก็
น่าจะง่าย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกคำ : ก็มีนะ คนรู้จักก็ถามว่าใช้ดีไหม ลูกก็บอกว่าแรงดี ถ้าสนใจให้ไปติดต่อที่พนักงาน
คนนั้นเลย

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 3 ลูกคำของตัวแทนนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิเวศน์ได้อย่างไร

ลูกคำ : มีวันหนึ่งพอไปตลาด เห็นคนใช้รถแทรกเตอร์ยี่ห้อนิเวศน์ไถนาอยู่ เลยเข้าไปถามเขาว่า
รถยี่ห้อนี้ใช้ดีไหม เขาบอกว่ายี่ห้อนี้รถแทรกเตอร์คอร์คในอดีตรอง และรถแทรกเตอร์แรง
ดีมาก

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกคำ : ก็เลยถามเขาว่าซื้อมาจากที่ไหน เขาบอกซื้อจากร้านนิเวศน์ในเมืองแถวๆตลาด พ่อ
เลยลองมาดู เพราะ ร้านอยู่ไม่ไกลบ้านเท่าไร

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกคำ : ตอนนั้นชอบที่พนักงานขายให้ข้อมูลดีมากอธิบายทุกอย่าง แต่ที่ร้านไม่มีรถทดลอง
ทางพนักงานก็เอารถที่โชว์อยู่ให้ลองขับเดินหน้าถอยหลังดู แล้วก็เปิดให้ดูเครื่อง
อธิบายจน เอาคันนี้แหละ

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกคำ : ยังไม่มีนะ

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 4 ลูกคำของตัวแทนนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิเวศน์ได้อย่างไร

ลูกคำ : ตอนแรกสามียากไถรถแทรกเตอร์ ไปดูมาหลายยี่ห้อ แล้วขับผ่านหน้าร้านรถ
แทรกเตอร์นิเวศน์นี้แหละ เลยแวะดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกคำ : ก็ตอนที่เวลานั้นแหละ พนักงานขายก็อธิบายข้อมูลให้ฟัง พอได้ยินว่ารถแทรกเตอร์นิ
เวศน์คือรถแทรกเตอร์คอร์ค สามียกบอกจะเอายี่ห้อนี้แหละ เพราะ เกษขอบคอร์คมา

ตั้งแต่อดีตแล้ว แต่ป้าก็ลังเลอยู่ เพราะมันแพง จนพนักงานบอกจะพาทำเรื่องสินเชื่อกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) พอเลยตัดสินใจของเลย เพราะประทับใจในความสะดวกที่ไม่เหมือนที่อื่นๆ

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกคำ : ก็มีนะข้างบ้านก็ถาม ป้าบอกว่าสามีบอกว่าดีให้ลองไปถามคนจับคู่คือ ป้าซื้อมาจากในเมือง

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 5 ลูกคำของตัวแทนนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : พอได้เห็นลุงเดินชมรถแทรกเตอร์ อยู่นาน ขอผมสอบถามอะไรสักหน่อยได้ไหมครับ

ลูกคำ : ได้สิ จะถามอะไรลุงหะ

ผู้สัมภาษณ์ : ผมเห็นลุงเดินเข้าไปหาชมและถามทุกยี่ห้อเลย ตั้งแต่ดูมาตอนนี้ลุงชอบหรือสนใจยี่ห้อไหนอยู่ครับ

ลูกคำ : ลุงสนใจยี่ห้อนิวัตน์นะ เพราะ ที่ดูๆมาส่วนมากก็มีแต่รถญี่ปุ่นนะ แต่ยี่ห้อนี้เขามีมานาน เป็นรถอเมริกันยี่ห้อคอร์ดเก่า ลุงว่าเขาดูน่าเชื่อถือดี และอะไหล่คงหาได้ง่าย แถมขึ้นชื่อเรื่องความคงทนด้วย

ผู้สัมภาษณ์ : แล้วคุณลุงได้จองรถหรือยังครับ

ลูกคำ : ยังหรอก ลุงต้องไปขอกับคุณป้าก่อน แต่ในใจก็อยากได้ แต่ถ้าป้าเขาไม่ให้ซื้อก็คงไม่ได้

ผู้สัมภาษณ์ : อ่าๆอ้อครับ ผมรบกวนคุณลุงเท่านี้ครับ ขอบคุณคุณลุงมากๆครับ

สัมภาษณ์คนที่ 6 ลูกคำของตัวแทนนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวัตน์ได้อย่างไร

ลูกคำ : ผมเคยขับรถแทรกเตอร์คอร์ดมาก่อน ประทับใจในความแรงของเครื่องยนต์ พอจะซื้อรถแทรกเตอร์ก็เลยเลือกยี่ห้อนิวัตน์ เพราะเป็นรถแทรกเตอร์คอร์ด

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวัตน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกคำ : ผมเข้าไปทำธุระในตัวเมืองแล้วขับผ่านที่ศูนย์บริการเลยแวะดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ผมประทับใจรถแทรกเตอร์นะ ยังไงก็ต้องยี่ห้อนี้อ พอดีที่ศูนย์บริการมีรถเลยจงบเลย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็ไม่มีนะ

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 7 ลูกค้าของตัวแทนนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวตันได้อย่างไร

ลูกค้า : ลูกเขาชอบรถแทรกเตอร์คอร์ด เพราะ เครื่องยนต์แรงและทนทาน อยู่แล้วพอได้ขึ้น

โฆษณาวิทยุเลยสนใจ

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : ได้ยินจากวิทยุนั่นแหละ พอดีวันนั้นขับรถเข้ามาทำธุระในเมือง ผ่านหน้าศูนย์พอดีเลย

แะะดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ก็ตอนที่มาดูนั่นแหละ ตอนที่ศูนย์ยังไม่มีขนาดที่อยากได้ เพราะมันมีแต่เล็กไปกับ

ใหญ่เกินไป พนักงานขายเลยขอเบอร์โทรไว้ แล้วถ้ารุ่นที่อยากได้มาจะติดต่อกลับ

ผ่านไปมานานเขาก็ติดต่อมา ป้ากับลุงเลยเข้ามาดูอีกรอบ แต่ตอนนั้นก็ยังไม่ตัดสินใจ

ก็เลยกลับบ้านมาคุยกันก่อน จนพนักงานขายโทรมาอีกครั้ง เลยเข้ามาดูอีกทีรอบ ตอน

นั้นรู้สึกพนักงานเขาใส่ใจและแนะนำดีก็ตัดสินใจเลยจงบ

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็มาถามเขอะนะว่ารถเป็นไง ป้าก็แนะนำให้ไปที่ร้านเรานี้แหละ ไม่ให้ไปที่อื่นหรอก

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับ

สัมภาษณ์คนที่ 8 ลูกค้าของตัวแทนนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวตันได้อย่างไร

ลูกค้า : พอดีตอนนั้นอยากได้รถแทรกเตอร์มาไว้ใช้สักคันเลยไปคุยกับพี่ชาย เขาเลยแนะนำ

ยี่ห้อนิวตัน เพราะ เขาก็ใช้อยู่

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : ก็พี่ชายแนะนำว่าไปดูที่ร้านนี้นะ เขาก็ซื้อที่นี้เหมือนกัน

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ประทับใจพนักงานขายแนะนำดี เขาพยายามแนะนำให้ตรงกับที่เราอยากได้แต่ที่
ประทับใจสุดก็พาเดินเรื่องธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ถึงเรื่องจะเข้าไป
หน่วยแต่ทางร้านก็ช่วยตามให้จนอนุมัติเลย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : มีอยู่คนที่เข้ามาถามว่าใช้ดีไหม เราก็แนะนำว่าแรงดี ลองไปที่ร้านนี้ได้

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 9 ลูกค้าของตัวแทนนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวตันได้อย่างไร

ลูกค้า : ลูกเขยดูหาข้อมูลมาจากในอินเทอร์เน็ต

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : ลูกเขยเขาหาจากเน็ตนี้แหละ เขาแวะไปทำธุระในเมืองเลยแวะไปดูก่อน

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ตอนตัดสินใจซื้อก็ตามใจหลานเขาชอบยี่ห้อนี้ เราก็เลยต้องตามใจ เพราะหลานเป็น
คนขี้บ เขาบอกถ้าไม่เอายี่ห้อนี้จะไม่ยอมขับ แต่ถ้าประทับใจทางร้านก็เป็นเรื่อง
พนักงานขายเขาก็พาไปเดินเรื่องที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) เลย
สะดวกดี ฮ่าๆ

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็มีหลายคนนะ เข้ามาถามว่าใช้ดีไหม ไปซื้อจากที่ไหน ลูกก็บอกว่าใช้ดีนะ รถแรงดี
ไปซื้อจากศูนย์นิวตันในเมือง

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 10 ลูกค้าของตัวแทนนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิเวศน์ได้อย่างไร

ลูกค้า : พ่อรับงานคันดินเป็นหลัก แล้วรถเก่ามันแรงไม่พอ แล้วพอดิขับผ่านศูนย์นิเวศน์ใน

เมืองยโสธรเห็นมีรถแทรกเตอร์คันใหญ่เลยแวะดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ก็ตอนที่ไปดูนี้แหละมันมีรุ่นที่ใหญ่แต่ไม่มาก แล้วพนักงานเขาแนะนำรุ่นที่จะใช้ให้

ตรงกับกรคันดิน พ่อก็ชอบตรงที่มันไม่เล็กไปหรือใหญ่ไป ก็เลยตัดสินใจจอง แล้ว

หลังจากเอาไปใช้พ่อยังชอบนะ มันคันดินได้เร็วกว่ายี่ห้อเก่าที่พ่อเคยใช้

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่ นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : คนที่รับจ้างด้วยกันนี้แหละเขาก็ถามว่ายี่ห้ออะไร ไปซื้อมาจากไหน ทำไมรถแรงดีจัง

พ่อก็บอกว่ายี่ห้อนิเวศน์ พ่อซื้อมาจากศูนย์นิเวศน์ในเมือง ไปลองดูนะ รถเขาแรงและ

ทนใช้มายังไม่มีปัญหาเลย

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 11 ลูกค้าของตัวแทนนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิเวศน์ได้อย่างไร

ลูกค้า : ตอนแรกทีว่าจะไปซื้อรถแทรกเตอร์ยี่ห้อคาโต้ เพราะแถวบ้านใช้กันเยอะ เลยไปถาม

ช่างจ่อยที่รู้จักกัน เขาเลยแนะนำให้รู้จักนิเวศน์

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : ก็ช่างจ่อยเป็นพนักงานของศูนย์นิเวศน์ เขาเลยพาไปดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ประทับใจที่รถแทรกเตอร์มันดูแข็งแรงดี อีกอย่างก็รู้จักกับช่างจ่อยดี ก็เลยจอง

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่ นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็ยังแต่คนรู้จักกันถามบ้างว่าใช้แล้วเป็นไงบ้าง เราก็บอกว่ายี่ห้อแรงดีนะ ขับง่ายดี

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 12 ลูกค้าของตัวแทนนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิเวศน์ได้อย่างไร

ลูกค้า : พ่อรู้จักกับเจ้าของร้านมาก่อน เพราะซื้อของกับแกมานานแล้ว พ่ออยากจะซื้อรถ

แทรกเตอร์เลยแวะมาดูที่ร้านนี้ เลยรู้จักกับแทรกเตอร์นิเวศน์

ผู้สัมภาษณ์ : ออกรับ แล้วช่วยเล่าให้ฟังอีกหน่อยได้ไหมครับว่าชื่อของร้านนี้ตั้งแต่ก่อนจนมาชื่อทุกวันนี้

ลูกค้า : พ่อก็ชอบที่ร้านนี้สินค้าครบดี แล้วเจ้าของร้านก็เป็นกันเอง ไม่โกหกกัน อันไหนดีไม่ดี

แกก็แนะนำ ก็เลยซื้อแต่ร้านนี้

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : ตอนแรกก็ยังลังเลอยู่นะ เพราะ มีเงินไม่พอ ทางพนักงานบอกว่าจะช่วยพาไปยื่นเรื่อง

สินเชื่อที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) เราก็เลยตัดสินใจจองรถ

แทรกเตอร์เลย เพราะ สะดวกดี พ่อเลยประทับใจเลย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ยังไม่มีเลย

ผู้สัมภาษณ์ : ออ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 13 ลูกค้าของตัวแทนนิเวศน์แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิเวศน์ได้อย่างไร

ลูกค้า : พ่อเคยทำงานขับรถแทรกเตอร์ให้บริษัทอิตาเลียนไทยมาก่อนเลยได้ลองขับมาเกือบ

ทุกยี่ห้อแล้ว และที่ประทับใจสุดก็ยี่ห้อนิเวศน์นี้แหละ เพราะ แรงกว่ายี่ห้ออื่นๆ

ผู้สัมภาษณ์ : แล้วพ่อมาซื้อรถเป็นของตัวเองเพราะอะไรครับ

ลูกค้า : พ่อเกษียณแล้ว แล้วก็มิไร้อยู่ส่วนตัว เลยอยากได้รถไปไว้ใช้ พ่อดีไร้อยู่มันเยอะ

เลยอยากได้รถแทรกเตอร์คันใหญ่ๆไว้ใช้งาน พ่อก็เลยบอกลูกเขยที่เป็นคนจับว่าต้องยี่ห้อนิเวศน์นะ

ผู้สัมภาษณ์ : แล้วพ่อรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์ แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : ก็ตอนก่อนซื้อรถพ่อรู้จักกับชายจ่อยพ่อดีเลยถามแกว่ามีรถยี่ห้อนิเวศน์ไหน แกเลยบอก

ว่ามีสิ เดี่ยวจะพาไปดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : พ่อชอบยี่ห้อนิวตันอยู่แล้ว พอไปถึงพ่อบอกอยากได้คันใหญ่ๆ พนักงานขายเลยพาไป

ดูรุ่นที่ใหญ่ที่สุด พ่อบอกต้องคันนี้ละใหญ่ถูกใจ พ่อก็จองเลย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็มีเยอะนะ พ่อบอกคนรู้จักหมดแหละว่าต้องใช้ยี่ห้อนิวตันนะ รถแรงดีและก็ทนด้วย

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 14 ลูกค้าของตัวแทนนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์นิวตันได้อย่างไร

ลูกค้า : พ่อเป็นชาวไร่อยู่แล้วก็เป็นเลขาสมาคมไร่อ้อย เวลาจัดงานแต่ละครั้งก็จะได้ช่วยเขา

จัดแล้วอยู่ปีนึงเห็นรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนิวตันมาออกบูธที่งาน พ่อก็เลยรู้จักนี่ละ

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

ลูกค้า : พ่อคิดมีคนรู้จักกันเขามาซื้อที่นี้ไปใช้ก่อนคันนี้เขาแนะนำมา บอกว่าที่นี้เป็น

ศูนย์บริการ

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนี้

ลูกค้า : : ก็คงเป็นที่บริการตอนนั้นแหละ เพราะพาไปยื่นเรื่องสินเชื่อที่ธนาคารเพื่อการเกษตร

และสหกรณ์ (ธกส.) รู้สึกช่วยให้เราสะดวกขึ้นเยอะและก็ประหยัดเวลาด้วย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

ลูกค้า : ก็มีนะ พ่อก็แนะนำให้มาดูที่นี้แหละ พ่อขอแนะนำอะไรหน่อยได้ไหม

ผู้สัมภาษณ์ : ได้เลยครับ

ลูกค้า : พ่อดีว่ามีครั้งนึงพนักงานของทางร้านเอาอะไหล่ไปซ่อมให้ไม่ตรงกับที่แจ้งซ่อม พ่อ

บอกไว้เพราะ คนอื่นที่เขาโดนแบบนี้เขาเอาไปพูดจนที่นี้เสียหายแล้ว

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ครับ ผมจะรีบปรับปรุงเรื่องนี้อย่างเร่งด่วนเลยครับ ขอบคุณมากนะครับ

สัมภาษณ์คนที่ 15 เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนิวตันได้อย่างไร

เกษตรกร : เคยใช้เครื่องยนต์ขนาดเล็กของยี่ห้อนี้มาก่อน

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนี้ได้อย่างไร

เกษตรกร : พอขับรถจะเข้ามาทำธุระเมือง ผ่านร้านขายอุปกรณ์การเกษตรพอดีเห็นรถแทรกเตอร์

นี่ เลยแวะเข้าไปถามดู ด้วยความที่ชอบเครื่องยนต์ยี่ห้อนี้อยู่แล้ว พอถามไปถามมาร้าน

เขาบอกว่า เป็นร้านที่เคยซื้อเครื่องยนต์เล็กฝากจัดส่งเลยบอกว่กับทางร้านว่าอยาก

ได้ วันต่อมาก็มีพนักงานที่ร้านเข้ามาขาย คุยรายละเอียดกันเสร็จ

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนั้น

เกษตรกร : ประทับใจในเจ้าของร้านที่เขาเป็นกันเองและก็ขายของไม่เคยโกหกกันมาตั้งแต่ซื้อ

เครื่องยนต์เล็กกับเขาแล้ว พอมีอะไรก็เลยซื้อแต่ร้านนั้น

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

เกษตรกร : ก็มีอยู่นะเราก็แนะนำแหละว่ายี่ห้อนี้ใช้ดีและประหยัดน้ำมัน

ผู้สัมภาษณ์ : ออ ขอขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 16 เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนี้ได้อย่างไร

เกษตรกร : เคยใช้เครื่องยนต์ขนาดเล็กของยี่ห้อนี้มาก่อน

ผู้สัมภาษณ์ : รู้จักตัวแทนจำหน่ายนิวตัน แทรกเตอร์ จังหวัดยโสธรได้อย่างไร

เกษตรกร : พอดีร้านที่ซื้อเป็นร้านประจำอยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนั้น

เกษตรกร : คงเป็นความเป็นกันเองของเจ้าของร้านแล้วก็ยังจริงใจกับลูกค้าด้วย พอเลยมไปซื้อที่
อื่นเลย

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

เกษตรกร : มีบ้าง ส่วนมากก็ถามว่าใช้ไปแล้วเป็นไงบ้างแหละ

ผู้สัมภาษณ์ : ออ ขอขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 17 เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ทั่วไป

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนี้ได้อย่างไร

เกษตรกร : ก็รู้จักจากโฆษณาแหละ

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนั้นได้อย่างไร

เกษตรกร : ตอนแรกไปดูรถแทรกเตอร์มือสองอีกยี่ห้อหนึ่งมา แล้วสภาพมันไม่เป็นอย่างที่เขาพูด

ตอนโทรคุยกัน ลุงเลยรู้สึกไม่พอใจ พอตีทางกลับบ้านผ่านศูนย์ยี่ห้อนี้พอดีเลยแวะดู

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนั้น

เกษตรกร : ก็พอเข้าไปสอบถามพนักงานขายที่นั่นให้ข้อมูลดีมาก และแนะนำให้มาดูสภาพรถมือ

สองที่สาขาในเมือง พอมาถึงเจอเจ้าของร้านเลย แกลยพาไปดูรถสภาพดีเหมือนอย่าง

ที่สาขานั้นบอกเลย ลุงเลยรู้สึกว่าร้านนี้น่าไว้วางใจมากกว่า เลยซื้อที่นั่นเลย

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

สัมภาษณ์คนที่ 18 เกษตรกรผู้ใช้รถแทรกเตอร์ยี่ห้ออื่นๆ

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักรถแทรกเตอร์ยี่ห้อนี้ได้อย่างไร

เกษตรกร : เคยใช้เครื่องขนาดเล็กของยี่ห้อนี้มาก่อน มันทนดีเลยชอบ

ผู้สัมภาษณ์ : ท่านรู้จักตัวแทนจำหน่ายนั้นได้อย่างไร

เกษตรกร : พอตีฟิไปจังหวัดร้อยเอ็ดเลยขับผ่านศูนย์นั้นเลยแวะดู ก็เลยรู้จักร้าน

ผู้สัมภาษณ์ : อะไรคือความประทับใจที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายนั้น

เกษตรกร : ตอนที่ฟิมาซื้อนี่ตอนนั้นฟิบอกว่าเงินยังไม่มีมาดูก่อน ทางร้านเลยถามว่าเป็นสมาชิก

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) ไหม พอรู้ว่าเราเป็นก็เลยพาเราไปเดินเรื่อง

รู้สึกสะดวกสบายมาก ช่วยแก้ปัญหาให้เราได้ เพราะคนที่อยากได้มีเยอะแต่เงินไม่มี

เยอะนะ

ผู้สัมภาษณ์ : ตั้งแต่ นำรถแทรกเตอร์ไปใช้งานเคยมีคนมาสอบถามหรือได้แนะนำใครต่อบ้างไหม

เกษตรกร : ก็เยอะนะ ล่าสุดก็ลุงนี้แหละ เขาใช้ที่นิยมมาก เราเลยบอกอันที่ฟิใช้ดีกว่า เขาไม่เชื่อเรา

ทำให้ลองใช้งานแข่ง ปรากฏว่าติดใจเลยเลย พอเราบอกว่าไม่ต้องห่วงเรื่องเงินทางร้าน

เขาช่วยได้ ลุงแกไปซื้อเลย

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อ ขอบคุณมากๆครับที่ช่วยให้ข้อมูล

ภาคผนวก

บทสัมภาษณ์พนักงานและผู้ประกอบการตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

สัมภาษณ์คนที่ 1 พนักงานของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : รบกวนเล่าเกี่ยวกับการขายที่ประทับใจ หรือเรื่องราวที่ประทับใจจากลูกค้า ให้ฟังได้ไหม

พนักงาน : ไม่รู้ว่าจะเรียกว่าประทับใจได้ป่าวนะ แต่มีเคสหนึ่งรู้สึกที่เราภูมิใจมากที่ขายได้
 ตอนนั้นเอารถไปออกงานโชว์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) แล้วมีลูกค้าคนนึงเป็นผู้ใหญ่บ้านเขามาแบบต่อว่ารถแทรกเตอร์เราเป็นรถแทรกเตอร์จากจีน ใช้ไม่ดีหรือเจอมาเยอะแล้ว เพราะสิบล้านมันไปคล้ายกะรถแทรกเตอร์จากจีนยี่ห้ออื่น เราก็เลยบอกว่าไม่ใช่ของเราเป็นรถอเมริกา เขาก็เถียงว่าอย่ามาโกหกเราบอกว่าไม่ได้โกหก เราเลยบอกเขาว่าเอาลองฟังผมก่อน เราก็อธิบายให้ฟังว่าและตอบเขาทุกคำถามเช่น เขาบอกว่า ทำไมรถถึงใช้ระบบเพลายอย เราก็บอกเพลายอยมันมีทั้งดีและเสีย แต่ของยี่ห้อนี้เพลายอยใช้เหล็กกล้าจะทนกว่าที่ผ่านๆมา ส่วนเรื่องเครื่องยนต์ เดี่ยวจะให้ฟังเสียงเครื่องคุณนะว่าเสียงมันเป็นยังไง แล้วเดี๋ยวให้ลองขับดูจะได้รู้ คราวนี้ทำทีเขาก็เริ่มเบาใจ เราก็เลยให้เขาลองขับดูที่ลาน ปรากฏว่าเขาถูกใจมาก ว่ารถมันแรงดีขับง่าย เราก็เลยบอกว่าช่วงนี้มีโปรโมชันนะได้ของแถมเยอะ ลูกค้าอยู่ดีก็บอกว่าจองคันนี้ละ เราก็นึกในใจ ตอนแรกยังดีเราอยู่เลยแต่ก็ดีใจนะเพราะขายได้คันแรกเลยตอนนั้น หลังจากนั้น ลูกค้าเอาไปใช้คนเห็นเยอะก็บอกว่าคนนั้นแนะนำมา

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อครับ ดีเนอะ อยู่ดีๆก็แนะนำมาตั้งหลายคัน

พนักงาน : ใช่ ยังต้องขอบคุณวันนั้นที่เราไม่ไปทะเลาะกับลูกค้านะ ฮ่าๆ

ผู้สัมภาษณ์ : ขอบคุณนะครับ

สัมภาษณ์คนที่ 2 พนักงานของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : รบกวนเล่าเกี่ยวกับการขายที่ประทับใจ หรือเรื่องราวที่ประทับใจจากลูกค้า ให้ฟังได้ไหม

พนักงาน : มีอยู่ครั้งหนึ่งที่รู้สึกที่เราทึ่งกับลูกค้าคนนี้นะมาก คือเขาไปดูรถแล้วมัดจำยี่ห้ออื่นไปแล้ว พอจากกลับเขาขับผ่านร้านเราเลยแวะมาดูเล่น พอได้ลอง แล้วรู้ว่านิวตันคือคอร์ด เขาบอกว่าเสียค่ายทำไมมาเจอช้า เราก็ถามว่ามัดจำไปเท่าไร เขาบอกว่าประมาณ 5000 บาท เราเลยตัดสินใจบอกไปว่าจะคุยกับผู้จัดการให้सानใหม่ เขาดูสนใจ เลยบอกว่าขอกลับไปคิดกันก่อนนะว่าจะเอาไง แต่ก็อยากได้ แถมเขาบอกว่าร้านนั้นแถมทองก็เลยจอง เราก็ไม่รู้จะทำไงดีแต่รู้สึกว่าคุณลูกค้าคนนี้เป็น

เจ้าของลานมัน จะช่วยให้รถแทรกเตอร์นิวตันเป็นที่พบเห็นมากขึ้น เลยตัดสินใจไปคุยกับผู้จัดการ ผู้จัดการก็ตกลงเพราะในหมู่บ้านนั้นเรายังไม่มีลูกค้าเลยถ้าเข้าไปน่าจะสร้างโอกาสให้คนอื่นรู้จักเราเลยยอม ให้เงิน 5000 บาท กับแถมทอง แต่ส่วนของแถมอื่นของเขาก็ถูกลดลงบางอย่างแทน วันต่อมาพอได้เรื่องเราเลยไปรอพบเขาตั้งแต่ 6 โมงเช้าเลย แล้วเลยเสนอเขา เขาตอบตกลง เพราะเขาบอกก็อยากได้อยู่แต่คิดที่ภรรยา พอบอกแถมทองเหมือนภรรยาเลยไม่ว่าอะไร เราเลยได้เขาเป็นลูกค้า หลังจากนั้นก็มีลูกค้า 3-4 คนเลยที่เขาแนะนำมา เพราะว่าเขาเห็นแกใช้เลยมาถาม เรารู้สึกภูมิใจมากที่ขายได้ ตอนแรกก็คิดว่าจะไม่ได้อะไรเลยนะเนี่ย

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อครับ ทุ่มเทมาๆ แต่ก็ดีเนอะลูกค้าแนะนำมาอีกตั้งหลายคน

พนักงาน : พยายามมาก เพราะ เราก็อยากขายให้ได้แหละ แต่ตอนแรกก็กลัวๆอยู่เหมือนกันว่าจะขายไม่ได้

ผู้สัมภาษณ์ : ขอบคุณนะครับ

สัมภาษณ์คนที่ 3 พนักงานของตัวแทนจำหน่ายนิวตันแทรกเตอร์ จังหวัดยโสธร

ผู้สัมภาษณ์ : รบกวนเล่าเกี่ยวกับการขายที่ประทับใจ หรือเรื่องราวที่ประทับใจจากลูกค้า ให้ฟังได้ไหมครับ

ผู้ประกอบการ : มีคนนึงเขาเป็นช่างที่เราขายให้ตอนนั้นขายอีกยี่ห้อหนึ่งไป ต่อมาเขาพาญาติพี่น้องคนรู้จักในหมู่บ้านแถวนั้นมาซื้อหลายคันเลย ทั้งๆที่เขาอยู่คนละจังหวัด

ผู้สัมภาษณ์ : แล้วเหตุการณ์ตอนที่เขามาซื้อเป็นยังไงบ้างเล่าให้ฟังได้ไหมครับ

ผู้ประกอบการ : ตอนแรกที่เขาไปที่ร้านเรากำลังจะ มาจากจังหวัดอื่น เขามาถึงก็มาถามเลยว่ารุ่นนี้เป็นไง มีโปรโมชันอะไร เราก็แนะนำไป พอมานั่งคุยกันตอนคุยเรื่องสินเชื่อ เราเลยถามเขาว่า ทำไมถึงมาไกลจัง เขาเลยเล่าให้ฟัง ว่าเขาไปดูที่จังหวัดเขามาแล้ว พอมาคุยเรื่องเงินค่างวด เขาก็บอกว่าเงินไม่พอ ทางร้านนั้นก็สนใจเขาเลย เขา รู้สึกไม่พอใจ พอรู้ว่าเงินยังไม่พอก็เมินกันเฉยเลยเลยออกมาเลย วันต่อมามาทำธุระแถวนี้เลยแวะมาดูที่ร้านเรา นี่ละ พอฟังจบเราก็เลยตอบว่าไม่เป็นด้วยเราช่วยจัดการจะหาทางช่วย เขาเลยตอบกลับว่า เออดีเนอะ คนบ้านเดียวกันเขาไม่ขายให้ คนต่างถิ่นขายให้เฉยเลย หลังจากนั้นก็รู้จักกันมาเรื่อย บางทีเขามาจ่ายงวดเอาต้นหอมจากสวนมาฝากด้วย อุปกรณ์บางชิ้นเราก็บอกว่าอันนั้นดีไหมเขาก็ยังแนะนำว่ายี่ห้อไหนดีบ้าง

ผู้สัมภาษณ์ : อ้อเป็นลูกค้าที่สุดยอดมากเลยนะครับ ขอบคุณมากครับที่ช่วยเล่าให้ฟัง

สัมภาษณ์คนที่ 4

ผู้สัมภาษณ์ : วันนี้มีลูกค้ามาต่อว่าเรื่องการทำงานของร้านเราด้วย

ผู้ประกอบการ : เกิดอะไรขึ้นล่ะ

ผู้สัมภาษณ์ : เขาบอกว่าพนักงานเรารับเรื่องแล้วไปซ่อมให้เขาผิดแถมยังคิดเงินด้วย เขาว่าเขา
แจ้งซ่อม แต่ช่างไปเปลี่ยนน้ำมันเครื่องเฉยเลย

ผู้ประกอบการ : แล้วเราทำไงล่ะ

ผู้สัมภาษณ์ : เราก็ขอโทษเขา แล้วบอกจะปรับปรุง

ผู้ประกอบการ : ออเคย์แล้ว

ผู้สัมภาษณ์ : เราจะปรับปรุงเรื่องนี้ ถ้ามีเกิดบ่อยจะสร้างชื่อเสียงให้เราแทนชื่อเสียงนะ

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ : นั่นสิ แล้วเราคิดไรไว้ไหม

ผู้สัมภาษณ์ : ยังไม่ได้คิดเลย แล้วคุณผู้ประกอบการเคยมีประสบการณ์หลังการบริการที่ดีไหม

ผู้ประกอบการ : มีบริษัทยนต์ยี่ห้อหนึ่ง รู้สึกประทับใจการบริการของเขาเพราะ เวลาเอารถไป
เข้ารับบริการแล้วประมาณ 2-3 วันจะมีพนักงานโทรมาถามเรื่องการให้บริการด้วย

ผู้สัมภาษณ์ : ออกรันเราควรมีแบบนี้ละผมว่ามันดีนะจะได้รับฟังผลตอบรับด้วย และยังสามารถ
แก้ไขปัญหาได้ด้วย แต่เราน่าจะเป็นการคุยแบบไม่เป็นทางการมากจนเกินไป
ไหม

ผู้ประกอบการ : ก็ดีนะ จะได้รับรู้ด้วยว่าการบริการของร้านเราเป็นไงบ้างและเป็นการติดต่อกับลูกค้า
ด้วยเลย

ภาคผนวก

การตอบคำถามเพื่อค้นหา IKIGAI ของผู้ศึกษา

การตอบคำถามเพื่อค้นหา IKIGAI ของผู้ศึกษา

การตอบคำถามเพื่อค้นหา IKIGAI ของผู้ศึกษา โดยผ่านการตอบคำถาม 4 ข้อ

1. โลกกำลังต้องการอะไรมากที่สุด (ธุรกิจของเราลูกค้าประสบปัญหาอะไรบ้าง)

ในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ในจังหวัดชัยภูมิ ยังขาดผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อกฎการขี่และการขายและหลังการขาย โดยยังมีการอำนวยความสะดวกและการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างไม่ทั่วถึง เนื่องจากการแต่ละตัวแทนจำหน่ายเน้นการจำหน่ายเป็นหลัก

2. อะไรคือสิ่งที่ท่านรักที่จะทำ (ผู้ศึกษาหลงใหลในการทำอะไร)

ผู้ศึกษารักที่พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้และแนวคิดต่างๆกับผู้คนหลากหลาย โดยเฉพาะความรู้ด้านเทคโนโลยีและการประกอบธุรกิจ

3. อะไรคือสิ่งที่ท่านทำได้ดีที่สุด (ผู้ศึกษามีความถนัดในเรื่องอะไร)

ผู้ศึกษามีความสามารถในการนำความรู้ที่ได้จากการพูดคุยมาวิเคราะห์เพื่อแนะนำผู้อื่น

4. อะไรที่จะสร้างรายได้ให้แก่ท่าน (ผู้ศึกษาทำอาชีพอะไร)

ผู้ศึกษาเป็นพนักงานของตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในจังหวัดชัยภูมิ ซึ่งหลังจากนั้นจึงนำคำตอบจากคำถามด้านบนมาวิเคราะห์และพบว่า

1. Passion

(ผู้ศึกษาหลงใหลในการทำอะไร + ผู้ศึกษามีความถนัดในเรื่องอะไร) คือ การพูดคุยกับผู้คนต่างๆเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ แนวคิดและประสบการณ์

2. Mission

(ผู้ศึกษาหลงใหลในการทำอะไร + ธุรกิจของเราลูกค้าประสบปัญหาอะไรบ้าง) คือ การแนะนำสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าและใส่ใจดูแลลูกค้าทั้งระหว่างการขายและหลังการขาย นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น การให้คำปรึกษา ช่วยแก้ไขปัญหา เป็นต้น

3. Profession

(ผู้ศึกษาทำอาชีพอะไร + ผู้ศึกษามีความถนัดในเรื่องอะไร) คือ เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลรถจักรยานยนต์และอุปกรณ์ต่อพ่วงต่างๆ และนำคำแนะนำจากลูกค้ามาปรับปรุงคุณภาพในการบริการ

4. Vocation

(ผู้ศึกษาทำอาชีพอะไร + ธุรกิจของเราลูกค้าประสบปัญหาอะไรบ้าง) คือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายนิเวศน์จังหวัดยโสธรที่ทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าในเรื่องการบริการหลังการขายและรับฟังข้อเสนอแนะและนำมาปรับปรุงร้าน

เมื่อรวบรวมทั้ง 4 หัวข้อออกมาเป็น **IKIGAI** ของผู้ศึกษา คือ การเป็นผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อกลูกค้า โดยแนะนำสินค้าที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า การอำนวยความสะดวกและใส่ใจการแก้ไขปัญหาต่างๆทั้งการขายและการบริการหลังการขาย โดยรวบรวมข้อมูลจากการพูดคุยกับลูกค้าและผู้ที่มีความรู้ในด้านต่างๆแล้ว นำมาวิเคราะห์ปรับปรุงเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ประวัติผู้เขียน

นายธำรงค์ศักดิ์ แต้ศิริ เกิดเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2534 ที่จังหวัดยโสธร สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรีสาขาการเงิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และเข้าศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาโท ที่วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

