

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันจากสภาวะเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไป เกิดจากหลายๆ ปัจจัย เนื่องด้วยสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีผลเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้น ค่าครองชีพของประชาชนและรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน รวมถึงสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ภาวะชะลอตัวตามเศรษฐกิจโลก ในเขตพื้นที่เมืองใหญ่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งภาคอีสานมีการลงทุนใหม่ๆ เกิดขึ้นไม่ขาดสายมีการสำรวจเศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่น พบว่า การลงทุนก็ถดถอยกระแสบกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เนื่องจากมีกลุ่มทุนขนาดใหญ่ทั้งทุนไทย ทุนต่างชาติ และทุนในท้องถิ่น เดินหน้าทุ่มเม็ดเงินลงทุน เพื่อตั้งฐานการผลิตบุกตลาดส่งออกในกลุ่มอาเซียน ตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาของจังหวัดขอนแก่น ในอีก 3 ปี จังหวัดขอนแก่นจะมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นจากการที่มีอุตสาหกรรมเข้ามาตั้งในจังหวัดขอนแก่น คนส่วนใหญ่จึงหันมาประกอบธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำและได้กำไรมากที่สุด เป็นธุรกิจที่น่าสนใจเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน เป็นที่มาให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องหาสินค้าที่มีต้นทุนต่ำและรองรับความต้องการของตลาดในขณะนี้

ปัจจุบันโลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีและความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ จนบางครั้งเราเองก็เกือบจะตามไม่ทัน แต่มีสิ่งหนึ่งยังคงได้รับความนิยมอยู่เสมอไม่เปลี่ยนแปลง คือ ความนิยมในเรื่องของการแต่งตัว จากกระแสนิยมทั้งไทยและต่างประเทศนิยมขึ้นชอบกางเกงยีนส์ยี่ห้อต่างๆ วัยรุ่นในยุคนี้มีเทรนด์ในการแต่งตัวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและไม่เหมือนใคร เพราะรูปแบบการแต่งตัวที่มีความหลากหลายและการแต่งตัวแปลกๆ แนวๆ มักจะได้รับความนิยมอย่างสูงเสมอ อย่างเช่น การแต่งตัวด้วยกางเกงยีนส์ขาด ยิ่งขณะนี้แฟชั่นยีนส์เก่า ซีด ขาดๆ วินๆ เซอร์ๆ ตามสไตล์เทรนด์แฟชั่นสตรีทแวร์ก็กำลังมาแรง สังเกตได้จากเหล่าเซเลบดาราดังทั้งของต่างประเทศและดาราแฟชั่นนิสต้าของประเทศไทยที่หันกลับมาฮิตแฟชั่นยีนส์ขาดๆ เซอร์ๆ เทนดี้ยีนส์ขาดๆ ได้รับอิทธิพลมาจากยุค 90's ซึ่งมีศิลปินเพลงแนว grunge อย่างวง Nirvana ได้นำกางเกงยีนส์ทรงกระบอกขาวันมาใส่จนกลายเป็นที่นิยมเริ่มปรากฏให้เห็นในสื่อกระแสหลักตั้งแตปี 1970 จากวงดนตรีฟังก์และร็อก และเป็นสัญลักษณ์ของความไม่อยู่ในกรอบ บ่งบอกความเป็นตัวของตัวเองสูง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในยุค 90

จนกลายเป็นแฟชั่นการแต่งตัว ถึงแม้กางเกงยีนส์ขาดอาจจะดูเก๋งานไม่น่าสวมใส่ แต่สำหรับบางคนมันคือ เพื่อนเดินทางที่สวมไปทุกที่เป็นความสุขของผู้ที่หลงใหลในยีนส์ ผู้ประกอบการจึงหันมาเลือกสินค้าที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จักในคนหมู่มาก ในการประกอบกิจการร้านขายกางเกงยีนส์จะเน้นกางเกงที่คงสภาพดี เพราะกางเกงยีนส์สามารถนำมาตัดแปลงได้หลายแบบ ใส่ได้กับเสื้อผ้าหลายสไตล์ แต่อัตราการซื้อซ้ำกลับน้อย เกิดจากการซื้อกางเกงยีนส์หนึ่งตัวคุ้มค่าไปนาน ไม่เพียงแค่นั้นการไม่จงรักภักดี อันเป็นนิสัยของกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นที่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ หลายคนสามารถเลือกแบรนด์ยีนส์อะไรก็ได้ เมื่อถูกใจในตัวแบบและราคา

ร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) เป็นร้านขายกางเกงยีนส์ที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ โดยเปิดร้านที่ตลาดมอดินแดง มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ชื่นชอบยี่ห้อเก่าๆ และคุณภาพของกางเกงยีนส์ ในปีแรกเป็นกางเกงยีนส์ขาดตั้งแต่ไม่ได้รับความนิยมมากนัก ช่วงนั้นเมื่อ 3-4 ปีก่อน มีกระแสกางเกงยีนส์ลวดลายขาดมาใหม่ทำให้ทางร้านต้องหาวิธีในการทำกางเกงยีนส์ลวดลายขาดออกมา เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ต่อมาได้นำมาตกแต่ง ออกแบบ ดีไซน์ทำให้กางเกงยีนส์มีลวดลายขาดเพิ่มขึ้น เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปหรือกลุ่มเป้าหมายที่ชอบในสไตล์แนวขาด เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กางเกงยีนส์โดยใส่ลูกไม้ การเพ้นท์ลายลงบนกางเกงยีนส์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง กางเกงยีนส์ขาดจะเน้นที่คุณภาพดี รูปทรงสวย ใส่ได้กับเสื้อผ้าหลายแบบ มีหลายสไตล์ให้เลือกตามแฟชั่นไม่ว่าจะแบบไหน ทรงอะไรก็สร้างความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ได้ไม่น้อย ในอนาคตการออกแบบดีไซน์ของช่างฝีมือจะได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจุบันร้านกางเกงยีนส์ขาด ดำเนินกิจการมาเป็นเวลา 3 ปี ทำให้มีการรับทำ ดีไซน์ ออกแบบ ตกแต่งลวดลาย โดยการนำกางเกงยีนส์เก่าทั้งชายและขาด้านมาออกแบบดีไซน์ใหม่ให้ทันสมัยและมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีร้านกางเกงยีนส์เกิดขึ้นใหม่มากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันในเรื่องสินค้าและการขายของทางออนไลน์กันมากส่งผลให้ยอดขายของทางร้านลดลง เราได้คาดการณ์ว่ายอดขายในปีนี้จะเติบโตขึ้นกว่าปีที่แล้วเป็น 80 % ผู้ศึกษาซึ่งเป็นผู้ประกอบการได้เล็งเห็นว่าจะพัฒนาในการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งทางการค้า ด้วยเหตุนี้ร้านกางเกงยีนส์ขาด จึงคิดหากกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อรักษารฐานลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่หรือลูกค้าที่มาซื้อครั้งแรกให้มาเป็นลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น แล้วไปบอกต่อเพื่อนที่สนใจให้มาใช้บริการที่ร้านกางเกงยีนส์ขาด ทำให้เราสามารถดำเนินกิจการในธุรกิจและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆที่แตกต่างออกไปจากเดิม

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเอาแนวคิดของสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) มาวางแผนจัดทำกลยุทธ์

ในการเพิ่มยอดขายกางเกงยีนส์ขาดและเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยเน้นลูกค้า 3 กลุ่มคือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าที่ถูกบอกต่อ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด เพื่อธุรกิจหรือกิจการสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะปัจจุบันและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าในการเพิ่มยอดขายในการซื้อกางเกงยีนส์ขาดในร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น และนำไปสร้างกลยุทธ์ให้ยั่งยืน

2. เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าของร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น โดยเน้นลูกค้า 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าที่ถูกบอกต่อ ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น

3. ขอบเขตของการศึกษา

3.1 ด้านวิชาการ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตลูกค้าร้านกางเกงยีนส์ขาดในการเลือกซื้อสินค้า ค้นหาจุดร่วมและจุดโดดเด่นตามแนวคิดของ (AI: Appreciative Inquiry) เพื่อนำมาค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและความประทับใจในการมาใช้บริการในแต่ละครั้ง โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำ และลูกค้าที่ถูกบอกต่อ จำนวน 60 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ร่วมกับส่วนผสมทางการตลาด เพื่อสร้างความภักดีและขยายฐานลูกค้าใหม่ของร้านกางเกงยีนส์ขาดให้เพิ่มมากขึ้น

3.2 ด้านกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าที่ถูกบอกต่อ จำนวน 60 คน

3.3 ด้านระยะเวลา

ทำการศึกษาระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2557 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2558 เป็นระยะเวลา 5 เดือน

3.4 ด้านสถานที่

ร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) ตลาดมอดินแดง มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 สามารถนำกลยุทธ์มาปรับใช้กับร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น

4.2 สามารถนำประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าตามแนวคิดของ (AI: Appreciative Inquiry) ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกไปขยายผลต่อยอด และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 Appreciative Inquiry หรือ AI คือ กระบวนการศึกษาค้นหาส่วนดีร่วมกันเพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวคน ในองค์กร หรือของโลกที่อยู่รอบตัวของเขา รวมทั้งค้นหาว่าอะไรเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ระบบดำเนินไปอย่างดีที่สุด AI เป็นศิลปะของการถามคำถาม ที่นำไปสู่การส่งเสริมให้ระบบมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาไปสู่ศักยภาพสูงสุด (Cooperrider, Whitney and Stavros, 2003)

5.2 ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) หมายถึง การที่มีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ไม่ว่าจะป็นสินค้าอุปโภค บริโภคให้เกิดความเชื่อมั่น การนึกถึงหรือตั้งใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องตลอดมา

5.3 กางเกงยีนส์ดัดแปลง หมายถึง กางเกงยีนส์รุ่นเก่าหรือกางเกงยีนส์ใหม่ที่ผ่านการใช้งานแล้วหรือยังไม่ใช้งาน นำมาดัดแปลงใหม่ให้เป็นกางเกงยีนส์ที่ทันสมัย

5.4 ลูกค้า หมายถึง ผู้บริโภคสินค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาด หรือผู้ที่ต้องการสินค้าในด้านความพึงพอใจและการตอบโจทย์ความต้องการ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) ในการวางแผนกลยุทธ์การสร้าง ความรักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น เป็น การศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) Discovery คือ การตั้งคำถาม ค้นหาเรื่องดีๆ ประสบการณ์ดีๆ 2) Dream เป็นการวาดฝัน สิ่ง ที่อยากได้ สิ่งที่เป็นไปได้ เพื่อช่วยในการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจร้านกางเกงยีนส์ขาด 3) Design เป็นการออกแบบรายละเอียด วางแผน การมีกระบวนการต่างๆ ในการนำข้อมูลที่ค้นพบ และวิเคราะห์จากข้อมูลข้างต้นมาสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินการ หรือแนวทางปฏิบัติของ ร้านกางเกงยีนส์ขาด 4) Destiny เป็นการนำขั้นตอนข้างบนไปปฏิบัติและประเมินผล เพื่อให้ได้ ผลลัพธ์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ เป็นหลักในการค้นหาพฤติกรรมและประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าที่มา ใช้บริการ โดยการตั้งคำถามเชิงบวก เป็นแนวทางในการศึกษามีการนำเครื่องมือต่างๆ มาร่วมด้วย ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า ในการมาใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาดของผู้ศึกษาเอง โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ คือ

1.1 ใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มซื้อครั้งแรก กลุ่มซื้อซ้ำ และกลุ่มที่ถูกบอกต่อ ด้วยคำถามที่ประยุกต์มาจากแนวคิดทางสุนทรีย สาธก (AI: Appreciative Inquiry) กับแนวคิดพีระมิดแห่งความรักดี ในการค้นหาประสบการณ์ เชิงบวกของลูกค้าที่มีต่อร้านกางเกงยีนส์ขาด ผู้ศึกษาได้ถามคำถามที่ครอบคลุมลูกค้าเพื่อให้ลูกค้า เล่าประสบการณ์ดีๆ ให้ได้มากที่สุด

1.2 ใช้วิธีการสังเกต โดยสังเกตลูกค้าทุกรายที่เข้ามาใช้บริการและเลือกซื้อกางเกงยีนส์ขาด โดยดูจากพฤติกรรม การเลือกซื้อ การลอง และการสอบถามลูกค้าในการสัมภาษณ์ทุกครั้ง เพื่อให้ ลูกค้าเกิดความสบายใจในการเล่าประสบการณ์ และการแสดงความคิดเห็นที่เป็นอิสระในประสบการณ์ เชิงบวก

2. กลุ่มตัวอย่าง (ประชากร) และพื้นที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น มี 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มซื้อครั้งแรก จำนวน 20 คน

กลุ่มซื้อซ้ำ จำนวน 35 คน

กลุ่มที่บอกต่อ จำนวน 5 คน

รวมทั้งหมดเป็น 60 คน จากการสัมภาษณ์ลูกค้าในร้านกางเกงยีนส์ขาด จากการมาใช้บริการ ทุกวันจนครบจำนวน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

วิธีการดำเนินการศึกษาในแต่ละขั้นตอนใช้กระบวนการสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) เป็นแนวทางในการศึกษา โดยเลือกการสังเกตพฤติกรรมและการสัมภาษณ์ โดยใช้คำถามปลายเปิดที่เน้นประสบการณ์เรื่องดีๆ ที่ค้นพบในเชิงบวก การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) ร่วมกับกระบวนการสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) และแนวคิดพีระมิดแห่งความภักดี ตลอดจนการสังเกตสิ่งต่างๆ รอบตัว โดยประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมตลอดระยะเวลา 3 ปี ของร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยได้นำ 4-D Model มาใช้ในการศึกษา ตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูล การค้นหาประสบการณ์เชิงบวก ไปจนถึงขั้นตอนการสร้างแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ ให้กับลูกค้า ที่จะนำไปขยายผลและสามารถไปใช้ได้จริงต่อไปในอนาคต เพื่อให้สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าที่ถูกบอกต่อ ให้เป็นที่รู้จักในอนาคต และพัฒนาลูกค้าที่ถูกบอกต่อให้เพิ่มมากขึ้นตามหลักพีระมิดแห่งความภักดี

4. ขั้นตอนการศึกษา

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวคิดสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่ดีที่สุดของลูกค้าที่มาใช้บริการ และเลือกซื้อกางเกงยีนส์ขาด โดยมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มยอดขายของร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น นำไปสร้างกลยุทธ์ให้ยั่งยืนและเพิ่มจำนวนลูกค้าของร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยเน้นลูกค้า 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าที่ถูกบอกต่อและการเป็นที่รู้จักให้กว้างขวางมากขึ้นต่อไปในอนาคต ตามลำดับขั้นของพีระมิดแห่งความภักดี โดยใช้กระบวนการทางสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) ตามลำดับขั้นตอนนี้

4.1 Discovery การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่ดีที่สุดในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า

เป็นการค้นหาประสบการณ์โดยสังเกตจากสิ่งที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว โดยใช้สุนทรียศาสตร์ (AI: Appreciative Inquiry) จากพฤติกรรมในการเลือกซื้อ การจับดูแลเนื้อผ้า การลองสวมใส่ของลูกค้า ทั้งประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่ดีที่สุดในการนำมาพัฒนาต่อยอด เพื่อที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจอยากมาใช้บริการ และสามารถนำไปบอกต่อและเป็นลูกค้าประจำต่อไปตามลำดับขั้นของพีระมิดแห่งความภักดี นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตสิ่งที่อยู่รอบตัว เช่น คู่แข่งหรือกระแสแฟชั่นต่างๆ ตามนิตยสาร เว็บไซต์ การแต่งตัวของต่างประเทศและสังเกตพฤติกรรมการแต่งตัวของวัยรุ่น เพื่อค้นหาจุดเปลี่ยนและการคิดแปลง ออกแบบ กางเกงยีนส์ให้โดดเด่นไม่เหมือนใคร โดยใช้ 5W1H ได้แก่ Who What Where When Why How เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อให้ได้คำตอบ ดังนี้

ใคร (Who) นักเรียน นักศึกษา ที่มาตลาดมอดินแดง และผู้ที่ชื่นชอบกางเกงยีนส์ขาด

อะไร (What) เป็นร้านที่จำหน่ายกางเกงยีนส์ขาดลวดลายต่างๆ มีให้เลือกหลากหลาย ทั้งรูปทรง สี มีหลายไซส์ที่ลูกค้าต้องการ กางเกงยีนส์มีขา 3 แบบ คือ ขาปล่อย ขาเก็บ ขาพับ มีการทำกางเกงสีสาดเพื่อให้โดดเด่นกว่าใครและรับทำขาด

ที่ไหน (Where) ตลาดมอดินแดง กลุ่มแฟนเพจ สื่อโซเชียลมีเดีย

เมื่อไร (When) ลูกค้าเห็นกางเกงยีนส์ที่โชว์ในร้าน สะดุดตาตัวโชว์ และแวะชม ทำให้เกิดการอยากลองสวมใส่ในที่สุด รวมทั้งเห็นจากหลายคนหรือเพื่อนๆ ใส่แล้วสวย อยากเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวรวมถึงเป็นแฟชั่นลายขาดที่มาเรื่อยๆ

ทำไม (Why) เกิดจากกระแสแฟชั่นของกางเกงยีนส์ขาดเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น ทางร้านมีกางเกงยีนส์ให้เลือกมากมายหลากหลาย มีกางเกงยีนส์ขาดและไม่ขาด มีไซส์ตั้งแต่ 24 – 40 หรือมากกว่า ตามลูกค้าต้องการ การบริการที่เป็นกันเอง เอาใจใส่ลูกค้า มีการรับประกันหลังการขายให้ลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำบ่อยๆ

อย่างไร (How) มีการตั้งกลุ่มเพจกางเกงยีนส์ขาด มีแฟนเพจของร้านเข้ามาติดตาม มีกลุ่ม LINE Instagram Twitter และเว็บขอนแก่นลิงค์ ในการบอกข้อมูลแก่ลูกค้า เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว ทำให้เป็นที่รู้จักกันในวงกว้างทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด

4.2 Dream การจินตนาการสร้างฝันที่อยากเป็นในอนาคต

เมื่อค้นพบประสบการณ์เชิงบวกจากการนำเอาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยโดดเด่นมาวาดฝันที่จะช่วยพัฒนาร้านกางเกงยีนส์ขาด จนสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าในการบอกต่อได้จึงนำประสบการณ์เชิงบวก มาจินตนาการสร้างฝันที่อยากเป็นในอนาคตของร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยทำเป็นโครงการต่างๆ เพื่อสิ่งที่วาดฝันนั้นสามารถนำมาปฏิบัติและเป็นจริงได้ ซึ่งอาจเป็นการวาดฝัน

ถึงทางเกยยีนส์ที่แปลกใหม่และแตกต่าง การบริการที่ดีขึ้น การสร้างความประทับใจของลูกค้า การทำตามความต้องการของลูกค้า สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้

4.3 Design การออกแบบ

เป็นการออกแบบสิ่งที่ค้นพบในขั้นตอน Discovery มาวางแผนและ Dream ในการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อกำหนดและมอบหมายงานให้ชัดเจนในขั้นตอน Destiny โดยการเลือกเอาจุดร่วม (Convergences) และจุดโดดเด่น (Divergences) เพื่อนำไปสู่การออกแบบแนวทางในการบริการลูกค้าแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือสออาร์ (SOAR Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็งขององค์กร ประกอบกับโอกาสที่มีอยู่และสิ่งที่ยากจะเป็นมาทำให้เกิดผลลัพธ์และการใช้ CRM เพื่อรักษาความภักดีให้เกิดมูลค่าสูงสุด การแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่อายุตั้งแต่ 15-24 ปี และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 25 – 30 ปี ขึ้นไป โดยนำมาจัดทำกลยุทธ์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

4.4 Destiny ทำให้เป็นจริง

เป็นขั้นตอนการตอบสนองต่อการค้นพบในขั้นตอน Design มาสรุปและสร้างแนวทางหรือนโยบายของการดำเนินการตามที่กำหนดตามสภาพความเป็นจริง โดยนำเอาประสบการณ์เชิงบวกที่ดีที่สุดที่ค้นพบมาสร้างแนวทางหรือนโยบาย ไปขยายผลต่อด้วยการลงมือปฏิบัติจริงในอนาคต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาร้านทางเกยยีนส์ชาติให้ดียิ่งขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการและอยากจะทำบริการอีก ส่งผลให้ลูกค้าของร้านทางเกยยีนส์ชาติมีความภักดีต่อตราสินค้าตามลำดับขั้นของพีระมิดแห่งความภักดีดังที่ฝันเอาไว้

5. สรุปผลการศึกษา

การค้นหาประสบการณ์ด้านบวกเกี่ยวกับร้านทางเกยยีนส์ชาติในมุมมองของลูกค้า เริ่มจากการที่ลูกค้ามีความต้องการอยากจะได้รับ ความพึงพอใจในรูปแบบต่างๆ มีขั้นตอน ดังนี้

- 5.1. การตั้งวัตถุประสงค์และการออกแบบคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 5.2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการ
- 5.3. การนำมาหาจุดร่วมและจุดโดดเด่น มาสร้างเป็นกลยุทธ์ของร้าน
- 5.4. การปฏิบัติและประเมินผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวบรวมเป็นรายงาน
- 5.5. การสรุปผลการปฏิบัติและการนำเสนอ

6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาการวางแผนกลยุทธ์และการนำไปปฏิบัติ ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2558 รวมเป็นระยะเวลา 5 เดือน ซึ่งผู้ศึกษาได้วางแผนการศึกษาไว้ ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงาน

หัวข้อ	2557	2558			
	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย
1. กำหนดหัวข้อและกำหนดวัตถุประสงค์	←→				
2. การออกแบบคำถามและการสัมภาษณ์ ลูกค้ำ	←→	→			
3. วิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์		←→			
4. เก็บรวบรวมข้อมูล		←→	→	→	
5. สรุปผลการปฏิบัติ					←→

บทที่ 4

ผลการศึกษา และอภิปรายผล

ผลการศึกษาการวางแผนกลยุทธ์การสร้างความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าในการเพิ่มยอดขายในการซื้อกางเกงยีนส์ขาดของร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) และนำไปสร้างกลยุทธ์ให้ยั่งยืนรวมทั้งเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยเน้นลูกค้า 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าที่บอกต่อ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการนำทฤษฎีสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) มาใช้ในการศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ เพื่อหาประสบการณ์ด้านบวกที่ลูกค้าประทับใจในการใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่ซื้อครั้งแรก กลุ่มที่ซื้อซ้ำและกลุ่มที่ถูกบอกต่อ โดยนำเอาการวิเคราะห์ จุดแข็ง โอกาส เป้าหมาย และผลลัพธ์ (SOAR Analysis) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ร่วมกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's) ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งการบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management: CEM) และทฤษฎีจุดพลิกผัน (The Tipping Point) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ โดยมี 3 กลุ่ม คือ ผู้เชื่อมต่อ (Connector) ผู้รู้ (Maven) และนักขาย (Salesman) จากนั้นทำการสรุปหาจุดร่วม (Convergences) และจุดเด่น (Divergences) โดยใช้วงจร 4-D ซึ่งกระบวนการสุนทรียสาธกโดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. Discovery คือ การตั้งคำถาม ค้นหาเรื่องดีๆ ประสบการณ์ดีๆ จากการสัมภาษณ์ลูกค้า 3 กลุ่ม จำนวน 60 คนดังนี้

กลุ่มซื้อครั้งแรก	จำนวน 20 คน
กลุ่มซื้อซ้ำ	จำนวน 35 คน
กลุ่มที่บอกต่อ	จำนวน 5 คน

ในขั้นตอนนี้จะนำทฤษฎีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) การวิเคราะห์โดยใช้ (SOAR Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมด้วย

2. Dream เป็นการวาดฝัน สิ่งที่ยากได้ สิ่งที่เป็นไปได้ เพื่อช่วยในการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจร้านกางเกงยีนส์ขาด

3. Design เป็นการออกแบบรายละเอียด วางแผน การมีกระบวนการต่างๆ ในการนำข้อมูลที่ค้นพบและวิเคราะห์จากข้อมูลข้างต้นมาสร้างกลยุทธ์ ในการดำเนินการหรือแนวทางปฏิบัติของร้านกางเกงยีนส์ขาด

4. Destiny เป็นการนำขั้นตอนข้างบนไปปฏิบัติและประเมินผล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตั้งเป้าหมายไว้

ผลการวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์

ตารางที่ 2 จำนวนและประเภทของผู้ให้สัมภาษณ์

ประเภท	อายุ/ปี	ลูกค้าที่ใช้ครั้งแรก	ลูกค้าที่ซื้อซ้ำ	ลูกค้าบอกต่อ
นักเรียน-นักศึกษา	15 - 17	5	2	-
	18 - 24	15	25	3
วัยทำงาน	25 - 30	-	5	2
	31 ปีขึ้นไป	-	3	-
รวม		20	35	5
รวมทั้งหมด		60		

สรุปผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 2 ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน มีช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป และแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้ 1) ลูกค้าที่ใช้ครั้งแรก มีจำนวน 20 คน 2) ลูกค้าที่ซื้อซ้ำ มีจำนวน 35 คน 3) ลูกค้าบอกต่อ มีจำนวน 5 คน

คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ดี

สรุปผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องราวดีๆ และประสบการณ์ดีๆ โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธก (AI:Appreciative Inquiry) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าร้านกางเกงยีนส์ขาด จำนวน 60 คน อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ที่เข้ามาใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยสร้างคำถาม 3 คำถาม ดังนี้

คำถามที่ 1 คุณชอบร้านกางเกงยีนส์ขาดตรงไหน จุดเปลี่ยนที่ทำให้ชอบและประทับใจล่ะ ที่มาของคำถามที่ 1 เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าชอบร้านกางเกงยีนส์ขาดตรงไหน จุดเปลี่ยนที่ทำให้กลับมาใช้สินค้าของเราคืออะไร ตัวอย่างเช่น ลูกค้าซัมเมอร์มาซื้อกางเกงยีนส์ บอกว่ามีเพื่อนเคยซื้อไปแล้ว ใส่ 2 ปี สภาพยังดูใหม่ กางเกงยีนส์ไม่มีปัญหา และจะกลับมาซื้อทุกปี ซึ่งตอนนั้นบอกวิธีการรักษาดูแลกางเกงให้ใส่ได้นานๆ และการสอนวิธีการทำความสะอาดให้ลูกค้า เป็นความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ และสร้างความพึงพอใจในระยะยาวได้

คำถามที่ 2 เคยไปใช้บริการร้านไหนแล้วประทับใจอย่างไรคะ

ที่มาของคำถามที่ 2 เพื่อให้ทราบว่าบริการร้านไหนที่ลูกค้าประทับใจและไปประจำ มาเป็นตัวอย่างในการพัฒนาร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยลูกค้าจะเล่าให้เราฟังในการไปใช้บริการร้านที่ตัวเองประทับใจ ยกตัวอย่าง เช่น ลูกค้าไปใช้บริการร้านเสื้อผ้าหลังมอ เป็นร้านขายชุดเดรสจะมีชุดแขวนไว้ให้เลือกให้ลองตามสบาย มีคู่มือ ส่วนลดให้ซื้อครบ 10 ตัว ฟรี 1 ตัวในร้าน ราคาจะเท่ากัน เป็นต้น ทำให้ผู้ศึกษาสามารถที่จะนำกลยุทธ์มาใช้กับลูกค้าได้

คำถามที่ 3 คุณให้ความสำคัญกับเรื่องอะไรมากที่สุดคะ

ที่มาของคำถามที่ 3 เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการให้ความสำคัญกับเรื่องอะไรในการเลือกซื้อสินค้าหรือกางเกงยีนส์ เพื่อจะนำมาพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น ลูกค้าให้ความสำคัญกับ 1) สีของกางเกงยีนส์ ลำดับแรก ว่ามีสีที่เราชอบไหม ใส่กับชุดอะไร 2) ราคาพอเหมาะกับกางเกงยีนส์ไหม 3) เนื้อผ้าเป็นอย่างไร ใส่สบายรีเปลา่ 4) ใส่แล้วดูดีไหม มีเพื่อนทักไหม เป็นต้น ทำให้ผู้ศึกษาทราบความต้องการของลูกค้าและคัดกางเกงยีนส์ให้มีคุณภาพลดของเสียให้น้อยที่สุด

1. ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างร้านกางเกงยีนส์ขาด

ผลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้สุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวก พร้อมทั้งสังเกตกลุ่มลูกค้าจำนวน 60 คน พบว่า มีปัจจัยที่เป็นจุดร่วมที่ลูกค้ามีความเห็นตรงกันและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ซึ่งจะมีความแตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคนและนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกางเกงยีนส์ขาด จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 60 คน มีรายละเอียด การสัมภาษณ์อยู่ในภาคผนวก ก ซึ่งสามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มซื้อครั้งแรก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของร้านกางเกงยีนส์ขาดที่มีการซื้อสินค้า 1 ครั้งในช่วงทำการศึกษา โดยถือเป็นการลูกค้าที่ซื้อครั้งแรกของทางร้านที่ให้บริการ มีจำนวน 20 คน ดังแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อครั้งแรก

กลุ่มลูกค้า	การค้นพบ (Discovery)	ความถี่ (Frequency)
ลูกค้าที่ใช้ บริการครั้งแรก	1. มีให้เลือกหลากหลายทั้งไซส์ สี รูปทรง	18
	2. อธิบายดี เป็นกันเอง เอาใจใส่ ยิ้มแย้ม	18
	3. ราคาถูก	15
	4. พุดจาไพเราะ เรียกลูกค้า	15
	5. เลือกสินค้าให้ มีการนำเสนอสินค้าใหม่	12
	6. ให้อำนาจแนะนำ สอบถามได้	11
	7. เปลี่ยนได้ ลองได้	11
	8. โดดเด่นไม่เหมือนใคร	7
	9. สั่งทำขาดได้	7
	10. คุณภาพดี ใส่สบาย ฝ้านุ่ม	6
	11. สินค้าดึงดูดตา	4
	12. มีกระจกให้ลูกค้า	3
	13. โชว์สินค้าเต็มร้าน	2
	14. มีการรับประกันสินค้า	2
	15. มีการดัดแปลงสินค้าเช่นลูกไม้ ลายสีสาด	2
	16. โทรถามลูกค้าเกี่ยวกับกางเกงยีนส์	1
	17. รู้ใจลูกค้า	1
	18. การจัดร้าน ป้ายราคา	1

จากตารางที่ 3 สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ดังนี้
ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (คนพูดถึงมากกว่า 1 ครั้ง)

1. มีให้เลือกหลากหลายทั้งไซส์ สี รูปทรง
2. อธิบายดี เป็นกันเอง เอาใจใส่ ยิ้มแย้ม
3. ราคาถูก
4. พุดจาไพเราะ เรียกลูกค้า
5. เลือกสินค้าให้ มีการนำเสนอสินค้าใหม่
6. ให้อำนาจแนะนำ สอบถามได้

7. เปลี่ยนได้ ลองได้
 8. โดดเด่นไม่เหมือนใคร
 9. สั่งทำขาดได้
 10. คุณภาพดี ใส่สบาย ผ่านุ่ม
 11. สินค้าดึงดูดตา
 12. มีกระจกให้ลูกค้า
 13. โชว์สินค้าเต็มร้าน
 14. มีการรับประกันสินค้า
 15. มีการตัดแปลงสินค้า เช่น ลูกไม้ ลายสีสาด
- ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (คนพูดถึงไม่เกิน 1 ครั้ง)
1. มีโทรถามลูกค้าเกี่ยวกับกางเกงที่ซื้อไป
 2. รู้ใจลูกค้า
 3. การจัดร้าน ป้ายราคา

จากการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มซื้อครั้งแรก พบว่าปัจจัยที่เป็นจุดร่วมของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ

- 1) มีให้เลือกเยอะทั้งไซส์ สี รูปทรง เช่น มีไซส์ตั้งแต่ 24 – 40 มีสีที่ต้องการ เช่น สียีนส์ สีซิด สีดำ สีขาว เป็นต้น มีรูปทรงที่หลากหลาย เช่น ทรงกระบอก ทรงบอลูน เป็นต้น มีกางเกงยีนส์ เอวสูง เอวต่ำ ขาเก็บ ขาปล่อย ขาพับ 2) แม่ค้าเป็นกันเอง เอาใจใส่ลูกค้าไม่ทอดทิ้ง ยิ้มแย้ม
- 3) ราคาถูก 4) พุดจาไพเราะและมีการเชิญชวน 5) มีการเลือกสินค้าให้ มีการนำเสนอสินค้าใหม่ คือ มีการนำเสนอสินค้าใหม่และให้ลองได้ 6) ให้คำแนะนำ สอบถามได้ คือ ให้คำแนะนำในการสวมใส่เข้ากับชุดแบบไหนและสอบถามการใช้งานของกางเกงยีนส์ วิธีการถนอมผ้าให้สามารถใช้ได้นานๆ 7) เปลี่ยนได้ ลองได้ คือ ใส่ไม่ได้สามารถนำมาเปลี่ยนได้และสามารถลองกางเกงยีนส์ได้
- 8) โดดเด่นไม่เหมือนใคร คือ ลวดลายขาดกางเกงยีนส์ไม่ซ้ำแบบและมีการทำสีสาด ทำลวดลายขาดต่างๆ ตามลูกค้าสั่ง 9) สั่งทำขาดได้ คือ เอากางเกงยีนส์จากบ้านมาให้ทำลวดลายขาดได้หรือสั่งทำลายขาดเพิ่มได้ 10) คุณภาพดี ใส่สบาย ผ่านุ่ม 11) สินค้าดึงดูดตา คือ มีกางเกงยีนส์ไซส์ใหญ่โชว์หน้าร้าน 12) มีกระจกให้ลูกค้า 13) โชว์สินค้าเต็มร้าน 14) มีการรับประกันสินค้า คือ ชำรุดกระดุม ซิปเปลี่ยนได้ฟรีตลอดอายุการใช้งาน 15) มีการตัดแปลงสินค้า เช่น ลูกไม้ ลายสาดสี เป็นต้น

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ 1) โทรถามลูกค้าเกี่ยวกับกางเกงที่ซื้อว่ามีปัญหาอะไรหรือไม่ ใส่แล้วสวยไหม 2) รู้ใจลูกค้า คือ รู้ว่าลูกค้าใส่ไซส์อะไร แบบไหน รูปร่างแบบนี้ใส่กางเกงทรงไหนจึงจะเหมาะ 3) การจัดร้าน คือ จัดร้านแบบเดิมให้ลูกค้าจำได้ มีป้ายราคามองเห็นได้ชัดเจน

1.2 กลุ่มที่ 2 กลุ่มซื้อซ้ำ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของร้านกางเกงยีนส์ขาด มีการซื้อสินค้ามากกว่า 1 ครั้ง ในช่วงทำการศึกษา โดยถือเป็นการลูกค้าซื้อซ้ำของทางร้านในการให้บริการ มีจำนวน 35 คน ดังแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 สรุปการสัมภาษณ์ลูกค้าซื้อซ้ำ

กลุ่มลูกค้า	การค้นพบ (Discovery)	ความถี่ (Frequency)
ลูกค้าที่ซื้อซ้ำ	1. สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	33
	2. อธิบายดี ดูแลเอาใจใส่ เป็นกันเอง	33
	3. มีการรับประกันหลังการขาย	28
	4. ราคาถูก	23
	5. พุดจาไพลเราะ เชิญชวน	19
	6. ช่วยเลือกสินค้าให้	16
	7. โทรถามลูกค้า ให้คำแนะนำ ลองได้ มีกระจก	13
	8. สั่งทำขาดได้	12
	9. คุณภาพดี ใส่แล้วคุ้มค่า ใส่สบาย	10
	10. ลวดลายโดดเด่นไม่เหมือนใคร มีความจริงใจ	9
	11. การดัดแปลง การจัดร้านมีเอกลักษณ์	6
	12. รู้ใจลูกค้า จำลูกค้าได้	5
	13. นำเสนอสินค้ามาใหม่	4
	14. มีไซส์ที่ต้องการ การขึ้นโชว์ของสินค้า	3
	15. มีนามบัตรให้ลูกค้า	2
	16. สามารถนำกางเกงยีนส์มาดัดแปลงให้ใหม่	1
	17. ลูกค้าแบ่งปันข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์	1
	18. สอนวิธีทำลวดลายขาด	1
	19. มีป้ายร้าน ป้ายราคา	1

จากตารางที่ 4 สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ดังนี้
ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (คนพูดถึงมากกว่า 1 ครั้ง)

1. สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย
2. อัจฉริยะดี ดูแลเอาใจใส่ เป็นกันเอง
3. มีการรับประกันหลังการขาย
4. ราคาถูก
5. พุดจาไพเราะ เชิญชวน
6. ช่วยเลือกสินค้าให้
7. โทรมามลูกค้า ให้คำแนะนำ ลองได้ มีกระจก
8. ตั้งทำขาดได้
9. คุณภาพดี ใสแล้วคุ้มค่า ใสสบาย
10. ลวดลายโดดเด่นไม่เหมือนใคร มีความจริงใจ
11. การดัดแปลง การจัดร้านมีเอกลักษณ์
12. รู้ใจลูกค้า จำลูกค้าได้
13. นำเสนอสินค้าใหม่
14. มีไซส์ที่ต้องการ การขึ้นโชว์ของสินค้า
15. มีนามบัตรให้ลูกค้า

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (คนพูดถึงไม่เกิน 1 ครั้ง)

1. สามารถนำกางเกงยีนส์มาดัดแปลงให้ใหม่
2. ลูกค้าแบ่งปันข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์
3. สอนวิธีทำลวดลายขาด
4. มีป้ายร้าน ป้ายราคา

จากการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มซื้อซ้ำ พบว่าปัจจัยที่เป็นจุดร่วมของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ

- 1) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย ได้แก่ ไซส์ 24-40 มีหลายสี มีรูปทรง 3 แบบ คือ มีเอวสูง เอวต่ำ ขาเก๋ ขาปล่อย ขาพับ 2) อัจฉริยะดี ดูแลเอาใจใส่ เป็นกันเอง ยิ้มแย้ม ชวนคุย คุยสนุก ใหัวลูกค้า
- 3) มีการรับประกันหลังการขาย สามารถนำสินค้ามาเปลี่ยนได้ 4) ราคาถูก 5) พุดจาไพเราะ เชิญชวน คือ ใช้คำว่า “ตัวเอง” แทนแม่ค้า ชอบคำพูด เช่น “แวะชมดูก่อนได้นะคะ ลองได้ค่ะ ไม่ซื้อไม่เป็นไร” มีคำ “ขอบคุณ” ลงท้าย 6) ช่วยเลือกสินค้าให้ คือ หากางเกงให้ลูกค้าลอง 7) โทรมามลูกค้า ให้คำแนะนำ 8) ตั้งทำลวดลายขาด 9) คุณภาพดี คุ้มค่า ใสสบาย ใสได้นาน ทนทาน ไม่มีกลิ่นอับ
- 10) ลวดลายโดดเด่นไม่เหมือนใคร มีความจริงใจ 11) มีการออกแบบ ดัดแปลง การจัดร้านมีเอกลักษณ์ คือ มีการเพิ่มลูกไม้ กระดุม เป็นต้น และการจัดวางที่เห็นสินค้าได้ง่าย ลูกค้าจำได้
- 12) รู้ใจลูกค้า จำลูกค้าได้ คือ รู้ว่าลูกค้าใส่ไซส์อะไร และรู้ว่าลูกค้าชอบกางเกงแบบไหน

13) นำเสนอสินค้าใหม่ คือ เวลาที่มีสินค้ามาใหม่จะนำเสนอและให้ลูกค้าเลือก 14) มีไซค์ที่ต้องการการโซวีลสินค้าหลากหลาย 15) มีนามบัตรให้ลูกค้า

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ 1) สามารถนำกางเกงยีนส์มาดัดแปลงให้ใหม่ คือ เอากางเกงยีนส์ที่ไม่สวมใส่มาทำให้ดูเป็นกางเกงยีนส์ใหม่ตามแฟชั่น โดยไม่ต้องไปซื้อ 2) ลูกค้าแบ่งปันข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ คือ ถ่ายรูปลูกค้าที่ใส่สวยลงในเพจให้ลูกค้าท่านอื่นได้รับรู้ 3) สอนวิธีทำลดขนาด คือ สอนการทำกางเกงยีนส์ขาดให้ลูกค้าสามารถนำกลับไปทำที่บ้านได้ 4) มีป้ายร้านและป้ายราคา เพื่อให้ลูกค้าจำร้านกางเกงยีนส์ขาดได้

1.3 กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่ถูกบอกต่อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของร้านกางเกงยีนส์ขาดที่ไปบอกต่อเพื่อน คนรู้จัก โดยกลุ่มนี้อาจจะมาจากคนใช้บริการครั้งแรกและซื้อซ้ำในช่วงทำการศึกษา โดยถือเป็นการลูกค้าที่ถูกบอกต่อของทางร้านกางเกงยีนส์ มีจำนวน 5 คน ดังแสดงในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 สรุปการสัมภาษณ์ลูกค้าที่ถูกบอกต่อ

กลุ่มลูกค้า	การค้นพบ (Discovery)	ความถี่ (Frequency)
ลูกค้าที่บอกต่อ	1. สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	5
	2. เอาใจใส่ เป็นกันเอง รับประทานหลังการขาย	4
	3. หาสินค้าให้ลอง สั่งทำลดขนาดได้	3
	4. ลดขนาดโดดเด่นไม่เหมือนใคร พุดจาไฟเราะ เชิญชวน ให้คำแนะนำ	2
	5. คุณภาพดี ใส่สบาย	1
	6. ป้ายราคาเด่น	1
	7. รับทำกางเกงยีนส์ลดขนาด	1

จากตารางที่ 5 สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ดังนี้
ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (คนพูดถึงมากกว่า 1 ครั้ง)

1. สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย
2. เอาใจใส่ เป็นกันเอง รับประทานหลังการขาย
3. หาสินค้าให้ลอง สั่งทำขาดได้

4. ลวดลายโดดเด่นไม่เหมือนใคร พุดจาไพเราะ เชิญชวนให้คำแนะนำ
ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (คนพูดถึงไม่เกิน 1 ครั้ง)

1. คุณภาพดี ใส่ง่าย
2. ป้ายราคาเด่น
3. รับทำกางเกงยีนส์ลวดลายขาด

จากการสัมภาษณ์ลูกค้ากลุ่มที่ถูกบอกต่อ พบว่าปัจจัยที่เป็นจุดร่วมของลูกค้ากลุ่มคือ 1) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย คือ มีไซส์ 24-40 มีหลายสีให้เลือก ทั้งรูปทรง 3 แบบ เช่น เอวสูง เอวต่ำ ขาเก็บ ขาปล่อย ขาพับ เป็นต้น 2) เอาใจใส่ เป็นกันเอง รับประกันหลังการขาย คือ ย้อมเย็บ แจ่มใส่ง่าย 3) หาสินค้าให้ลอง สั่งทำลวดลายขาดได้ 4) ลวดลายโดดเด่นไม่เหมือนใคร พุดจาไพเราะ มีการเชิญชวน เช่น “แวะดูก่อนได้นะคะ ลองได้ ไม่ใช่ไม่เป็นไร” ให้คำแนะนำลูกค้าในการเลือกกางเกงรูปแบบต่างๆ การจับคู่เสื้อผ้า

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ 1) คุณภาพดี ใส่ง่าย 2) ป้ายราคาเด่น คือ มีป้ายราคาที่มองเห็นได้ชัดเจน 3) รับทำกางเกงยีนส์ลวดลายขาด ทั้งขาสั้น-ขายาว เป็นการนำกางเกงยีนส์เก่ามาทำให้ดูใหม่เสมอ

ผลการสรุปจากการสัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำ และลูกค้าที่ถูกบอกต่อ จำนวน 60 คน

ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (คนพูดถึงมากกว่า 1 ครั้ง)

1. สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย เช่น ไซส์ สี รูปทรง
2. มีออร์ชาลดี เอาใจใส่ เป็นกันเอง
3. รับประกันหลังการขาย
4. หาสินค้าให้ลอง
5. สั่งทำลวดลายขาดได้

ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (คนพูดถึงไม่เกิน 1 ครั้ง)

1. ป้ายราคา

2. การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ SOAR Analysis

ผลการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) เพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดของร้านกางเกงยีนส์ขาดตามอดินแดง จังหวัดขอนแก่น โดยหา (Strengths) หาโอกาสที่เป็นไปได้ที่ลูกค้ามาใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาดมากที่สุด (Opportunities) โดยมีสิ่งที่ฝันไว้ในอนาคตหรือที่เป็นไปได้

(Aspirations) และสุดท้ายสิ่งที่ต้องการจะเห็นหรือผลลัพธ์ที่ต้องการจะให้ เป็น (Results) มีรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ SOAR Analysis

<p>สิ่งที่ต้องค้นหาในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Inquiry)</p>	<p>สิ่งที่ดีที่สุด (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้ามีให้เลือกหลากหลายทั้งรูปทรง สี มีหลายไซส์และขาหลายแบบ 2. เจ้าของร้านอภิชัยดี ดูแลเอาใจใส่ คอยให้คำแนะนำ 3. การดัดแปลงสินค้า 4. คุณภาพดี 	<p>โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสจากดาราดังต่างประเทศและดาราดังไทยที่นิยมสวมใส่ 2. กางเกงยีนส์ทันสมัย ไม่ตกยุคใส่ได้หลายโอกาส 3. จังหวัดขอนแก่นมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง
<p>เจตนาหรือสิ่งดีๆ ที่อยากเห็นในองค์กร (Appreciative Intent)</p>	<p>สิ่งที่ต้องการในอนาคต (Aspirations)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นร้านขายกางเกงยีนส์ขาสั้นที่โดดเด่นที่สุดในภาคอีสาน 2. เป็นร้านกางเกงยีนส์ที่จำหน่ายทั้งปลีกและส่งในภาคอีสาน 3. ขยายสาขาไปต่างจังหวัด 4. ลูกค้าสามารถติดต่อได้ โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing) 	<p>ผลลัพธ์ที่ต้องการ (Results)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ยอดขายเพิ่มขึ้น 50,000 บาทต่อเดือน 2. มีแฟนเพจติดตามมากกว่า 1,800 ไลน์ 3. ลูกค้ารู้จักร้านกางเกงยีนส์ขาตมมากขึ้น

จากตารางที่ 6 การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ SOAR Analysis ของร้านกางเกงยีนส์ขาตม สรุปได้ ดังนี้

2.1 สิ่งที่ต้องค้นหาในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Inquiry)

2.1.1 สิ่งที่ดีที่สุด (Strengths) ของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ 1) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย ทั้งรูปทรง สีซิด สีเข้ม มีหลายไซส์ คือ มีไซส์ตั้งแต่ 24 – 40 ในแบบที่ลูกค้าต้องการ มีลายขาดให้เลือกหลากหลาย กางเกงยีนส์มีขา 3 แบบ ได้แก่ ขาปล่อย ขาเก็บ ขาพับ ทั้งขาดและไม่ขาดขาสั้น กางเกงยีนส์มีหลายสี เช่น สีดำ สีขาว สีแดง สีเขียว สีเหลือง สีส้ม เป็นต้น มีการนำกางเกงยีนส์มาทำสีสาดตามต้องการ 2) เจ้าของร้านมีอัธยาศัยดี ดูแลเอาใจใส่ คอยให้คำแนะนำ ค่อยๆ ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะเชิญชวนลูกค้า เอาใจใส่ ช่วยเลือกสินค้าให้ลูกค้า ให้คำแนะนำ รับประกันหลังการขาย 3) การดัดแปลงสินค้า คือ การออกแบบ เช่น การใส่ลูกไม้ การต่อขา การใส่ลูกบิด เป็นต้น 4) คุณภาพดี คือ ทนทาน ใสสบาย ไม่มีกลิ่นอับ

2.1.2 โอกาส (Opportunities) ของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ 1) กระแสจากดาราต่างประเทศและดาราไทยที่นิยมสวมใส่เป็นแบบทำให้คนที่รู้จัก และผู้ที่ติดตามอยากลองสวมใส่ เป็นโอกาสของทางร้านกางเกงยีนส์ขาดในการจำหน่ายสินค้า 2) กางเกงยีนส์ทันสมัย ไม่ตกยุคใส่ได้หลายโอกาส เช่น ไปเดินเล่น ใส่ไปเที่ยว ออกกำลังกาย เป็นต้น สามารถใส่ได้กับเสื้อหลายแบบ 3) จังหวัดขอนแก่นมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง คือ มีประชากรในจังหวัดขอนแก่นเพิ่มขึ้น และมีกำลังซื้อมากขึ้น

2.2 เจตนาหรือสิ่งดีๆ ที่อยากเห็นในองค์กร (Appreciative Intent)

2.2.1 สิ่งที่ต้องการในอนาคต (Aspirations) ของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ 1) เป็นร้านขายกางเกงยีนส์ขาสั้นที่โดดเด่นที่สุดในภาคอีสาน คือ กางเกงยีนส์ไม่ซ้ำแบบ มีหลายรูปทรง มีการดัดแปลงให้ไม่เหมือนใคร เช่น การทำสีสาดลายต่างๆ การนำกางเกงยีนส์เก่ามา ออกแบบลายขาดใหม่ การใส่ลูกไม้ เป็นต้น 2) เป็นร้านกางเกงยีนส์ที่จำหน่ายทั้งปลีกและส่งในภาคอีสาน 3) ขยายสาขาไปต่างจังหวัด 4) ลูกค้าสามารถติดต่อได้ โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing)

2.2.2 ผลลัพธ์ที่ต้องการ (Results) ของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ 1) ยอดขายเพิ่มขึ้น 50,000 บาทต่อเดือน 2) มีแฟนเพจติดตามมากกว่า 1,800 โหล่น จากเดิม 1,500 โหล่น 3) ลูกค้ารู้จักร้านกางเกงยีนส์ขาดและมีการโทรเข้ามาสอบถามกันมากขึ้น

3. การนำเอาประสบการณ์ด้านบวกพร้อมกับส่วนผสมทางการตลาด (4P's)

จากข้อมูลที่เป็นปัจจัยร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นที่ได้จากการสัมภาษณ์ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 60 คน ผู้ศึกษาได้นำเอาส่วนผสมทางการตลาดมาใช้วิเคราะห์ เพื่อเพิ่มยอดขายให้

ยั่งยืนและเพิ่มจำนวนลูกค้าซื้อครั้งแรก ซื้อซ้ำและที่ถูกบอกต่อ โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อนำเอาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยจุดโดดเด่นของกลุ่มลูกค้ามาเปรียบเทียบและนำมาใช้ ดังแสดงในตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 การนำเอาสิ่งที่ค้นพบมาเชื่อมโยงกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's)

ส่วนผสมทางการตลาด	การค้นพบ (Discovery)		
	ลูกค้าซื้อครั้งแรก	ลูกค้าซื้อซ้ำ	ลูกค้าที่ถูกบอกต่อ
ผลิตภัณฑ์ (Product)	<ol style="list-style-type: none"> มีให้เลือกหลากหลาย ผ้านุ่ม ลวดลายขาดสวยทันสมัยไม่เหมือนใคร คุณภาพดีใส่สบาย 	<ol style="list-style-type: none"> มีให้เลือกหลายแบบหลายไซส์ หลายสี ผ้าดี ใส่สบาย คุ่มค่าทนทาน ไม่มีกลิ่นอับ ลวดลายขาดไม่เหมือนใคร เอาของเก่ามาทำใหม่ 	<ol style="list-style-type: none"> มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คุณภาพดี ใส่สบาย สินค้าไม่เหมือนใคร
ราคา(Price)	ราคาถูก	ราคาถูก	ราคาถูก
ช่องทางจัดจำหน่าย (Place)	<ol style="list-style-type: none"> ร้านตลาดมอหินแดง การจัดร้าน มีป้ายติดร้าน เดินผ่านร้าน โทรถามลูกค้า เลือกสินค้าให้ลองนำเสนอสินค้าใหม่ 	<ol style="list-style-type: none"> เป็นร้านที่เคยซื้อมั่นใจในคุณภาพของสินค้า เนื้อผ้าดี ใส่ทน การขึ้นโชว์ของสินค้า การจัดร้านที่มีเอกลักษณ์ โทรสอบถามลูกค้าให้คำแนะนำ การรีวิวให้ลูกค้าเห็น ช่วยเลือกสินค้าให้ลอง มีไซส์ที่ต้องการ ตอบโจทย์ความต้องการ นำเสนอสินค้าใหม่อยู่เสมอ 	<ol style="list-style-type: none"> เอาใจใส่ลูกค้า เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ช่วยเลือกสินค้าให้ลอง ป้ายราคาเด่น

ตารางที่ 7 การนำเอาสิ่งที่ค้นพบมาเชื่อมโยงกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's) (ต่อ)

ส่วนผสมทาง การตลาด	การค้นพบ (Discovery)		
	ลูกค้าซื้อครั้งแรก	ลูกค้าซื้อซ้ำ	ลูกค้าที่ถูกบอกต่อ
ส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ลองได้ 2. ให้คำแนะนำ 3. สามารถเปลี่ยนได้ 4. สั่งทำลวดลายขาดได้ 5. มีการเชิญชวน 6. ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า 7. พุดจาไพลเราะเชิญชวน 8. มีกระจกให้ 9. รับประกันหลังการขาย 10. รู้ใจลูกค้า 11. ดัดแปลงเพิ่มเติมได้ 12. สะดุดตัวโชว์ 13. การจัดร้าน 14. บอกวิธีการรักษาสภาพกางเกงให้ดูใหม่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลองได้ มีกระจก 2. ดัดแปลง ดีไซน์ลวดลายขาด 3. รับประกันหลังการขาย 4. มีป้ายร้าน 5. รับประกันหลังการขาย 6. พุดจาไพลเราะเชิญชวน 7. อธิบายดี เป็นกันเอง 8. รู้ใจลูกค้า จำลูกค้าได้ 9. สั่งทำขาดได้ 10. การจัดร้านมีเอกลักษณ์ 11. มีความจริงใจกับลูกค้า 12. ดัดแปลงเพิ่มเติมได้ 13. มีนามบัตรให้ลูกค้า 14. สอนวิธีทำขาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า 2. รับประกันหลังการขาย 3. ให้คำแนะนำ 4. พุดจาไพลเราะเชิญชวน 5. รับประกันหลังการขาย 6. ลองได้ 7. สั่งทำขาดได้

4. การวาดฝัน (Dream)

กำหนดทิศทางและเป้าหมายของธุรกิจ โดยจากการค้นพบประสบการณ์ตนเอง เพื่อสร้างเป็นวิสัยทัศน์ของร้านกางเกงยีนส์ขาด

ชื่อธุรกิจ	Ripped Jeans Shop
ประเภทของธุรกิจ	เป็นร้านจำหน่ายกางเกงยีนส์ขาดทำตลาดหลายขาด
วิสัยทัศน์ (Vision)	เป็นร้านที่มีคนรู้จักมากในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด
พันธกิจ (Mission)	<ol style="list-style-type: none"> 1) ร้านที่นำกางเกงยีนส์เก่ามา Reuse และตัดแปลงไม่ซ้ำแบบ 2) เป็นร้านที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้าและสร้างความมั่นใจในการสวมใส่กางเกงยีนส์ 3) ทำให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของกางเกงยีนส์เก่าที่ยังใช้ได้
เป้าหมาย (Goal)	<ol style="list-style-type: none"> 1) สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน 2) ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อร้านกางเกงยีนส์ขาด 3) จำนวนยอดขายเพิ่มขึ้นในระยะยาว

เมื่อวาดฝันในสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดกับองค์กรแล้ว จากการนำสิ่งที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์ในเชิงบวก จากขั้นตอนการค้นพบ (Discovery) การหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (Divergences) ของแต่ละเหตุการณ์ที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่ดีที่สุด เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจโดยนำมาทำเป็นแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ของกิจการ โดยสอดคล้องกับการวาดฝัน (Dream) เพื่อให้ไปตามแนวทางที่ต้องการ โดยการออกแบบ (Design) โดยมีหลักการของสุนทรียศาสตร์ (AI: Appreciative Inquiry) มาเป็นเครื่องมือในการทำงานให้เกิดผลลัพธ์และนำมาขยายผลสร้างเป็นกลยุทธ์ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

5. ขั้นตอนการออกแบบ (Design)

หลังจากทำการค้นพบ (Discovery) และการวาดฝัน (Dream) แล้ว ผู้ศึกษาจึงแบ่งกลุ่มดังนี้

5.1 การแบ่งกลุ่มลูกค้า การเลือกเป้าหมาย และการกำหนดจุดยืน

5.1.1 การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation)

ลูกค้าของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาจากหลายสถาบัน รวมถึงบุคคลวัยทำงาน การจัดแบ่งกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาด แบ่งออกเป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักเรียน นักศึกษา กลุ่มนี้ คือ กลุ่มที่ชอบราคาถูก ใส่แล้วดูดี ใส่แล้วสวย คุณภาพเหมาะสม เป็นกลุ่มที่ชอบความแตกต่าง ทันสมัย ชอบการดูแลเอาใจใส่ ความเป็น

กันเอง ความมั่นใจในการสวมใส่ ความยืดหยุ่นแฉ่มีใส่ ชอบการบริการที่ดี การรับประกันหลังการขาย การทำตลาดหลายชาติที่ตอบโจทย์ความต้องการ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 วัยทำงาน กลุ่มนี้จะเน้นคุณภาพ การรับประกันหลังการขาย ความสะอาดของสินค้า การตัดแปลงกางเกง การรู้จักลูกค้า จำข้อมูลของลูกค้าได้ การแนะนำในการดูแลรักษากางเกงยีนส์

5.1.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านกางเกงยีนส์ขาด มีดังนี้

1. นักเรียน-นักศึกษา อายุ 15 – 17 และ 18 - 24 ปี
2. วัยทำงาน อายุ 25 – 30 และ 31 ปี ขึ้นไป

5.1.3 การกำหนดจุดยืน (Positioning)

จุดยืนของร้านกางเกงยีนส์ขาด (Ripped Jeans Shop) เป็นร้านจำหน่ายกางเกงยีนส์ขาดที่โดดเด่นที่สุดในจังหวัดขอนแก่น และสร้างความมั่นใจในการสวมใส่กางเกงยีนส์

ดังนั้น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ที่ชอบสวมใส่กางเกงยีนส์ขาดขาดที่คงสภาพดีและนำแฟชั่น ผู้ศึกษาได้ค้นพบปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นของทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มซื้อครั้งแรก กลุ่มซื้อซ้ำและกลุ่มที่ถูกบอกต่อ ได้กำหนดกลยุทธ์หลักและ 5 โครงการดังนี้

กลยุทธ์สร้างแรงดึงดูด

- 1) โครงการฟรีเซนต์เตอร์
- 2) โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ
- 3) โครงการ REUSE
- 4) โครงการ โลกทันสมัย
- 5) โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่

1) โครงการฟรีเซนต์เตอร์

ที่มาของกลยุทธ์

จากการที่ลูกค้าประจำบอกกับนักศึกษาให้มีการแต่งตัว การรีวิวในเพจ การที่ลูกค้าท่านอื่นสวมใส่ให้เห็น การแนะนำการแต่งตัว การมีนางแบบประจำร้าน ทำให้ลูกค้าท่านอื่นเกิดการรับรู้และอยากเข้ามาลองเลือกซื้อสินค้า การที่แม่ค้าใส่ให้ลูกค้าเห็นทำให้ลูกค้าเกิดการอยากสวมใส่ มีการนำเสนอกางเกงยีนส์ขาดทั้งเอวสูง เอวต่ำ ขาปล่อย ขาเก็บ ขาพับ ความยาวจากเป้า ลวดลายต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้รับรู้ คลใจลูกค้า ชักชวนลูกค้าให้แวะมาร้านเราบ่อยๆ ไม่ซื้อไม่ว่า ในที่สุด

ลูกค้าจะใจอ่อน ทนไม่ได้ต้องทดลองซื้อ ทดลองใช้ในที่สุด (IRM/CRM การตลาดมุ่งสัมพันธ์, ศิริวรรณและคณะ: 30)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในการสวมใส่ในการแนะนำการแต่งตัวให้ลูกค้า
2. เพื่อสวมใส่ให้ลูกค้าได้เห็นและนำไปประยุกต์กับเสื้อทุกแบบ

วิธีดำเนินการ

1. แม่ค่านำกางเกงยีนส์ในร้านมาสวมใส่ในเวลาขายกางเกง
2. มีการแนะนำลูกค้าในการใส่กางเกงยีนส์ให้มั่นใจมากขึ้น
3. หานางแบบหรือเพื่อนมาสวมใส่กางเกงยีนส์ในร้านแล้วทำโปสเตอร์ให้ลูกค้าได้รับรู้

งบประมาณ

1. กางเกงยีนส์ที่นางแบบสวมใส่ 100 บาท
 2. ค่าจัดทำโปสเตอร์ 10 รูป 150 บาท
- รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด 250 บาท

ระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน ธันวาคม เป็นต้นไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ ลูกค้าเห็นจากฟรีเซนเตอร์ที่สวมใส่ ไม่ว่าจะแม่ค่านางแบบ ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการสวมใส่มากขึ้น และอยากเข้ามาลองกางเกงยีนส์ของทางร้าน

2) โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ

ที่มาของกลยุทธ์

จากการที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการทำให้ทราบว่า ลูกค้าชอบที่แม่ค้า ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมให้บริการ สามารถสอบถามได้ มีการแนะนำตัวสินค้ามาใหม่เรื่อยๆ ลูกค้าบางคนไม่ซื้อแต่แวะมา ทักทายถามสารทุกข์สุกดิบกัน พูดคุยเพื่อให้สบายใจ ลูกค้าชอบแม่ค้าพูดจาไพเราะใช้คำเรียก “ตัวเอง” เวลาเรียกลูกค้า “ลูกก่อนได้นะคะ ลองได้เลย ไม่ซื้อไม่เป็นไร” แม่ค้าอารมณ์ดี ทักทายตลอด ลูกค้าอยากเข้ามาลองมาเลือกกางเกงยีนส์ มีความจริงใจกับลูกค้า มีแนะนำการรักษากางเกงยีนส์ให้ ใส่ได้นาน สนใจลูกค้าสบตาลูกค้าตลอด ถามข่าวคราวลูกค้า เป็นกันเองเหมือนเป็นพี่เป็นน้อง ทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนรู้จักกันมา 10 ปี ทำให้กลายเป็น “ยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ” (สมชาติ กิจจรธง, 2545: 43)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจสูงสุด

2. เพื่อสร้างกัลยาณมิตรที่ดีต่อกัน ทำให้รู้จักกันมากขึ้น
3. เป็นร้านที่ทำให้ลูกค้าสบายใจในเรื่องต่างๆ
4. เพื่อสร้างยอดขายให้ยั่งยืนในระยะยาว

วิธีดำเนินการ

1. เชิญชวนลูกค้าให้แวะเข้ามาชมร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยใช้คำว่า “เข้ามาดูก่อนได้นะคะ ไม่ซื้อไม่เป็นไร” และ “แวะชมได้นะคะ ใส่ไม่ได้เปลี่ยนได้ค่ะ”
2. กล่าวต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้ามาเยือนและมาใช้บริการ โดยใช้คำว่า “สวัสดีค่ะ ดูก่อนได้นะคะ”
3. ให้ลูกค้าลองกางเกงยีนส์ได้ตามสบาย โดยเราเป็นคนหาไซส์ให้หรือลูกค้าหาเอง ลูกค้าสวมใส่สวยค่อยซื้อ มีการแนะนำการใส่ให้เข้ากับรูปร่างของแต่ละบุคคล เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการสวมใส่มากขึ้น
4. การแนะนำวิธีการรักษาสภาพกางเกงยีนส์ให้ใช้ได้ยาวนานๆ และการดูชิป กระดุม
5. การชวนลูกค้าคุย เพื่อให้ไม่เกร็งในการเลือกและการทราบข้อมูล ประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละบุคคลในการสวมใส่กางเกงยีนส์
6. การให้คำปรึกษาในกรณีที่กางเกงยีนส์ชำรุด เพื่อรักษากางเกงยีนส์เก่าให้ใช้งานต่อไป
7. เมื่อลูกค้าออกจากร้าน เจ้าของร้านกล่าว “ขอบคุณค่ะ มีปัญหาอะไรมาหาเราได้้นะคะ”

งบประมาณ

-

ระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน ธันวาคม เป็นต้นไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ การรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ ในการใช้บริการให้เกิดความประทับใจ การสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแม่ค้ากับลูกค้าให้เกิดขึ้น เกิดการบอกต่อและการกลับมาซื้อซ้ำในระยะยาว ลูกค้าสามารถสอบถามได้ในเรื่องที่ยังไม่รู้เกี่ยวกับกางเกงยีนส์ ให้คำแนะนำลูกค้าในการนำกางเกงยีนส์เก่าไปใช้งาน เพื่อให้คงสภาพดีและคงทน

3) โครงการ REUSE

ที่มาของกลยุทธ์

กางเกงยีนส์มือสองที่ยังใช้ได้ นำมาเพิ่มลดหลายขาด ออกแบบ คัดแปลง ใส่ลูกไม้ และทำสีใหม่ให้สวยกว่าเดิม เป็นการนำของเก่ามาทำใหม่ โดยการเพิ่มคุณค่าให้กับกางเกงยีนส์ยี่ห้อเก่าๆ ที่ยังคงรักษาสภาพดี เพื่อทำให้คนหันมาสนใจใส่สิ่งแวดล้อมและวัตถุดิบที่นำมาทำผ้ายีนส์

มากขึ้น การใช้งานกางเกงยีนส์ให้คุ้มค่ามากที่สุด มีการแนะนำให้ทำลวดลายขาด โดยให้คำแนะนำในการเลือกเนื้อผ้าที่จะนำมาทำลวดลายขาด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของกางเกงยีนส์เก่าที่ยังใช้ได้
2. เพื่อลดปริมาณกางเกงยีนส์ในการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติ

วิธีดำเนินการ

1. ประชาสัมพันธ์บอกลูกค้าในการนำกางเกงเก่ามาทำใหม่ โดยการเพิ่มลวดลายขาด คัดแปลง ออกแบบ ทำสีสดต่างๆ
2. แนะนำลูกค้าในการดูแลเนื้อผ้าของกางเกงยีนส์แต่ละตัว โดยมีตัวอย่างให้ดูจากอินเทอร์เน็ต
3. นำเสนอลวดลายขาดต่างๆ ตั้งแต่กางเกงยีนส์ขาสั้น ขายาว ทั้งของผู้ชายและของผู้หญิง
4. ลงเว็บไซต์ ลงเพจ โฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก

งบประมาณ

-

ระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน ธันวาคม เป็นต้นไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ ลูกค้าเห็นคุณค่าของกางเกงยีนส์ตัวเก่า และนำมาให้ทำลวดลายขาดให้เป็นกางเกงยีนส์ตัวใหม่ เรียนรู้เนื้อผ้าของกางเกงยีนส์และใช้กางเกงยีนส์ให้คุ้มค่ามากที่สุด

4) โครงการโลกทันสมัย

ที่มาของกลยุทธ์

กิจการหรือธุรกิจจำเป็นที่จะต้องมีการจัดจำหน่าย สื่อโซเชียลมีเดียหลากหลายทาง เพื่อการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และการเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็น Twitter Instagram Line เฟจ เว็บไซต์ต่างๆ ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อเราได้สะดวกมากขึ้น โดยลงโฆษณา ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบ เมื่อเกิดปัญหาเราสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว และยังสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลายช่องทางมากขึ้น มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง มีความจริงใจ เปลี่ยนจากลูกค้าที่ซื้อครั้งแรกหรือแวะเข้ามาดูมาเป็นลูกค้าที่ซื้อซ้ำ จะเน้นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร เราจึงใช้การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ให้เกิดการรับรู้เชิงประสบการณ์ คือ รับรู้ คิด ทำ ร่วม (ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกลกุล, นิทัศน์ คณะวรรณและธีรพล แซ่ตั้ง, 2546: 30-31)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงทุกที่และทุกเวลาที่ลูกค้าต้องการติดต่อได้
2. เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและแก้ปัญหาได้รวดเร็ว
3. เพื่อให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการ ครอบคลุมและการติดต่อเป็นไปได้ง่ายขึ้นรวมทั้งเกิดลูกค้าที่นำไป

บอกต่อ

วิธีดำเนินการ

1. การสร้างแฟนเพจ ทำเว็บไซต์ การลงในเว็บขอนแก่นลิงค์ Twitter Instagram Line การจัดทำนามบัตร การให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละบุคคล

2. การให้ความรู้ในเรื่องของกางเกงยีนส์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย การแนะนำร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3. การหาผู้เชื่อมต่อ ผู้รู้ ผู้ขาย คอยแนะนำจากประสบการณ์ต่างๆ

4. การจัดทำป้ายร้านให้เป็นที่รู้จัก การจัดร้านให้น่าเลือกซื้อมากขึ้นและการจัดทำโปสเตอร์

5. การแนะนำตัวสินค้า การถ่ายรูป เวลาในการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า

งบประมาณ

1. นามบัตร จำนวน 1,000 ใบ ราคา 1,000 บาท

2. ป้ายร้าน จำนวน 1 ป้าย ราคา 1,000 บาท

รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด 2,000 บาท

ระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน ธันวาคม เป็นต้นไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ ลูกค้ารู้จักร้านกางเกงยีนส์ขาดมากขึ้น ทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัดลูกค้า มีโทรมาสอบถามมากขึ้น และนำกางเกงยีนส์มาให้ทดลองลายขาด รวมถึงได้รับข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าโดยตรงและสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็วมากขึ้น

5) โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่

ที่มาของกลยุทธ์

การที่ลูกค้าชอบการดูแลเอาใจใส่ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของแม่ค้า ลูกค้าพูดว่า “สินค้าดี ใส่สบาย เนื้อผ้าดี ใส่แล้วไม่คัน ราคาถูก” คุณภาพดี รับเปลี่ยน ซิป กระดุม ครอบคลุม การตัดขา กางเกงยีนส์ ลองได้ มีการรับประกันหลังการขาย คือ การเปลี่ยนซิป กระดุม สั่งทำลวดลายขาดเพิ่มได้ แม่ค้าพูดจาไพเราะ ตรงใช้คำ คือ เรียกลูกค้าว่า “ตัวเอง” ใส่แล้วคุ้มค่าเพราะใส่ได้นาน ทนทาน ขาดยาก ใส่สบาย ไม่มีกลิ่นอับจากกางเกงยีนส์ การบริการดี เช่น สามารถเปลี่ยนได้ เช่น ซิป กระดุม

เป็นต้น การทำกางเกงยีนส์สาดสี มีการโทรให้มารับสินค้า มีการรีวิวให้ลูกค้าได้รับรู้ ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจมากขึ้น เป็นต้น

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อกางเกงยีนส์ ทำให้ลูกค้าที่ซื้อครั้งแรกกลายเป็นลูกค้าซื้อซ้ำ และถูกบอกต่อในที่สุด

วิธีดำเนินการ

1. ติดตามสอบถามลูกค้าโดยการ โทรถามลูกค้าถึงกางเกงยีนส์ที่ซื้อไปว่ามีปัญหาอะไรหรือไม่
2. กางเกงยีนส์ที่ซื้อมีปัญหาสามารถนำมาเปลี่ยนหรือทำลวดลายขาดเพิ่มได้ไม่คิดเงิน
3. มีการรับประกันหลังการขาย ถ้าชำรุดสามารถนำมาเปลี่ยนหรือซ่อมได้ตลอดอายุการใช้งาน
4. บริการส่งกางเกงยีนส์ถึงห้องพักในมหาวิทยาลัยขอนแก่นฟรี ไม่เสียค่าบริการ
5. ให้ลูกค้ารีวิวในการสวมใส่กางเกงยีนส์ลงในเพจ

งบประมาณ

ค่าน้ำมัน 100 บาท/สัปดาห์

ระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน ธันวาคม เป็นต้นไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ ลูกค้ามั่นใจในตัวสินค้ามากขึ้น โดยการรับประกันหลังการขาย การบริการจัดส่ง การแก้ปัญหาได้รวดเร็วทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำและการถูกบอกต่อ

6. การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติและประเมินผล (Destiny)

การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติและประเมินผลนั้นต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน ในการกำหนดกลยุทธ์และมีตัวชี้วัดที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำ Balanced Scorecard เป็น

เครื่องมือในการทำกลยุทธ์ของร้านกางเกงยีนส์ขาด และมีรายละเอียดที่มีความสัมพันธ์แบบเหตุไปสู่อุผล (Cause-and effect Relationship) อย่างเป็นรูปธรรม

6.1 แผนกลยุทธ์ (Strategy Map) แสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นเหตุและผลระหว่างวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ทั้ง 4 มุมมอง ดังแสดงในตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 8 แผนกลยุทธ์ของร้านกางเกงยีนส์ขาด

มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)	ลดต้นทุน	Supplier ที่ดี	ลดของเสีย	
มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)	ลูกค้าพอใจ	ดูแลเอาใจใส่	กลับมาซื้อซ้ำ	บริการรวดเร็ว
มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Process Innovation Perspective)	นำเสนอสินค้า	บริการให้คำแนะนำ	การจัดร้านใหม่	ดูแลตั้งแฟน
มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth Perspective)	ดัดแปลงเพิ่มลาย	สื่อ Social Media	พัฒนาสินค้า	ติดตามลูกค้า

6.1.1 กรอบกลยุทธ์ (Strategy Framework) แสดงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ตัวขับเคลื่อนการปฏิบัติงาน การวัดผล และเป้าหมายทั้ง 4 มุมมอง ดังแสดงในตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objective)	การวัดผล (Measure)		ดัชนีชี้วัด (KPI)		แผนงาน (Initiatives)
	ตัวขับเคลื่อน (Performance Driver)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ปี 2557	ปี 2558	
1. ดัดแปลงและเพิ่ม ลดขนาดให้กับ สินค้า		อัตราความพึงพอใจของ ลูกค้า	25 %	50 %	1. โครงการ REUSE 2. หาตลาดทางอินเทอร์เน็ตและเว็บ เพจต่างๆ
2. สื่อโซเชียลมีเดีย	จำนวนแฟนเพจที่กด ถูกใจ	จำนวนคนต่อสัปดาห์	1,500 ไลน์	1,800 ไลน์	1. โครงการโลกทันสมัย 2. ลงโฆษณาทางเว็บไซต์
3. พัฒนาสินค้าใหม่	จำนวนความคิดเห็นของ ลูกค้า	จำนวนคนต่อสัปดาห์	10 คน/ สัปดาห์	20 คน/ สัปดาห์	1. โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจ ผู้สวมใส่ 2. เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ
4. ติดตามลูกค้า	จำนวนข้อมูลลูกค้า	จำนวนลูกค้าซื้อซ้ำ	10 ราย/เดือน	30 ราย/เดือน	1. โครงการเยี่ยมถาม รู้จักถามไถ่ ชูระ สิ่งใด เต็มใจให้บริการ 2. บันทึกข้อมูลลูกค้าทุกครั้ง

ตารางที่ 9 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Process Innovation Perspective) (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objective)	การวัดผล (Measure)		ดัชนีชี้วัด (KPI)		แผนงาน (Initiatives)
	ตัวขับเคลื่อน (Performance Driver)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ปี 2557	ปี 2558	
1. นำเสนอสินค้าใหม่		จำนวนลูกค้ามาแวะชม	20 ราย/เดือน	80 ราย/เดือน	1. โครงการโลกทันสมัย 2. สังเกต จุดบันทึก แนะนำ
2. บริการให้คำแนะนำ	จำนวนลูกค้าที่เข้ามาสอบถาม/สัปดาห์	จำนวน Case ที่ให้คำแนะนำ	5 ราย/เดือน	20 ราย/เดือน	1. โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระ สิ่งใด เต็มใจให้บริการ 2. ถามลูกค้าทุกครั้งที่ซื้อสินค้า
3. การจัดร้านใหม่		จำนวนลูกค้าที่แวะมาร้าน	20 ราย/เดือน	40 ราย/เดือน	1. โครงการฟรีเซอร์เตอร์ 2. ทำป้ายร้านให้ดูเด่นชัดและมีโปสเตอร์ติดให้ลูกค้าเห็น 3. จัดเรียงสินค้าให้ดูน่าสนใจ
4. ดูแลลูกค้าเหมือนแฟนตัวเอง		จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น	30 ราย/เดือน	70 ราย/เดือน	1. โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระ สิ่งใด เต็มใจให้บริการ 2. เข้าถึงลูกค้าอย่างใกล้ชิดและคอยให้คำแนะนำ รู้ใจลูกค้าและสังเกตลูกค้าเป็นรายๆ

ตารางที่ 9 มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objective)	การวัดผล (Measure)		ดัชนีชี้วัด (KPI)		แผนงาน (Initiatives)
	ตัวขับเคลื่อน (Performance Driver)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ปี 2557	ปี 2558	
1. ลูกค้าพึงพอใจ	จำนวนลูกค้าที่พึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ	จำนวนคำชมของลูกค้า	15 ราย/เดือน	30 ราย/เดือน	1. โครงการฟรีเชนเตอร์ 2. เอาใจใส่ลูกค้า มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ต้อนรับด้วยรอยยิ้มพร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือลูกค้าให้
2. ดูแลเอาใจใส่		จำนวนลูกค้าที่ซื้อซ้ำ	10 ราย/เดือน	20 ราย/เดือน	1. โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใดเต็มใจให้บริการ 2. ทักทายลูกค้า เป็นกันเอง
3. กลับมาซื้อซ้ำ	คุณภาพของสินค้าและประสบการณ์	จำนวนลูกค้าบอกต่อ		1 ราย/เดือน	1. โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่ 2. รู้ข้อมูลและสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับกางเกงยีนส์ที่ซื้อจากทางร้าน
4. บริการที่รวดเร็ว	ความต้องการของลูกค้า	จำนวนลูกค้าพึงพอใจ		5 ราย/เดือน	1. โครงการโลกทันสมัย 2. แก้ปัญหาลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ

ตารางที่ 9 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) (ต่อ)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objective)	การวัดผล (Measure)		ดัชนีชี้วัด (KPI)		แผนงาน (Initiatives)
	ตัวขับเคลื่อน (Performance Driver)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ปี 2557	ปี 2558	
1. ลดต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้า	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า/ครั้ง	ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า/ครั้ง	5,000 บาท/ปี	3,000 บาท/ปี	1. การจดบันทึกการขนส่งสินค้าทุกครั้ง 2. การคำนวณค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้า 3. การสั่งซื้อสินค้าในปริมาณเพิ่มขึ้นจากเดิม
2. Supplier ที่ดี		จำนวนสินค้าชำรุดน้อยลง	500 ตัว/ปี	250 ตัว/ปี	1. การหา Supplier ที่ไว้ใจได้และรู้ใจ 2. การมีมิตรไมตรี น้ำใจต่อกัน 3. การติดต่อสื่อสารที่เข้าใจตรงกันและมี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน 4. เป็นครอบครัวเดียวกัน 5. โครงการโลกทัศน์สมัย
3. ลดปริมาณของเสีย		ร้อยละของการตั้งสินค้าแต่ละครั้ง	50 % /ปี	25 % /ปี	1. โครงการ REUSE 2. การนำสินค้าที่ชำรุด หรือเสียมาดัดแปลงซ่อมแซมให้เป็นตัวใหม่ไม่เหมือนใคร

7. ผลการศึกษา

จากการนำขั้นตอนการออกแบบ Design และ Destiny มาขยายผลและการทำกลยุทธ์สามารถอธิบายที่มาของกลยุทธ์จากประสบการณ์ด้านบวกที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตและการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ สามารถสรุปผลการทดลองที่ได้จากกลยุทธ์สร้างแรงดึงดูดและ 5 โครงการ ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

7.1 โครงการฟรีเซนต์อร์

ตารางที่ 10 โครงการฟรีเซนต์อร์

<p style="text-align: center;">ก่อนใช้กลยุทธ์</p> <p>1) ลูกค้าไม่ทราบว่ากางเกงยีนส์ขาดแล้วความยาวจะประมาณไหน</p> <p>2) ลูกค้าไม่ทราบว่ากางเกงยีนส์ขาดแล้วใส่กับชุดอะไรได้บ้าง</p>	<p style="text-align: center;">Discovery</p> <p>ลูกค้าจะดูจากการสวมใส่และการแต่งตัวของคนขายรวมถึงแฟชั่น ณ ขณะนั้น</p>
	<p style="text-align: center;">Dream</p> <p>เป็นร้านที่มีคนรู้จักมากในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด</p>
<p style="text-align: center;">หลังการทดลอง</p> <p>ลูกค้าเห็นโปสเตอร์จากรูปที่นางแบบสวมใส่ทำให้เกิดการอยากซื้อและการออกแบบในการสวมใส่กับเสื้อต่างๆ</p>	<p style="text-align: center;">Design</p> <p>1) แม่ค้านำกางเกงยีนส์ในร้านมาสวมใส่ในเวลาขายกางเกงยีนส์</p> <p>2) มีการแนะนำลูกค้าในการใส่กางเกงยีนส์เพื่อสร้างมั่นใจ สังเกตการแต่งตัวของลูกค้าว่าชอบสไตล์ไหน และแนะนำในการสวมใส่ได้ถูกต้องตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า</p> <p>3) หานางแบบโดยมีเพื่อนที่หน้าตาดีๆ มาใส่กางเกงยีนส์ในร้านแล้วทำโปสเตอร์ให้ลูกค้าได้รับรู้</p>
	<p style="text-align: center;">Destiny</p> <p>แม่ค้าสวมใส่กางเกงยีนส์ขาดขาดและกางเกงยีนส์ขาดยาว ทำให้ลูกค้าได้เห็นความยาวของกางเกงยีนส์และเข้ามาลอง มาแวะชมทำให้เกิดการซื้อครั้งแรกและซื้อซ้ำ</p>

7.2 โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ

ตารางที่ 11 โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ

<p style="text-align: center;">ก่อนใช้กลยุทธ์</p> <p>1) ลูกค้าไม่กล้าเข้ามาสอบถามกางเกงยีนส์ในร้าน เพราะกลัวไม่ซื้อแม่ค้าจะว่าไ้</p> <p>2) แม่ค้าไม่ค่อยสนใจลูกค้าเท่าที่ควรทำให้ลูกค้าไม่ค่อยเข้าร้าน</p> <p>3) ลูกค้าเข้ามาแวะชมร้านรู้สึกเกรงใจแม่ค้าและเกิดช่องว่างระหว่างกัน</p>	<p style="text-align: center;">Discovery</p> <p>ลูกค้าชอบแม่ค้าที่ยิ้มแย้ม ต้อนรับด้วยมิตรไมตรี มีความเป็นกันเอง ไม่เหวี่ยงลูกค้า ไม่บ่น ไม่เบียดลูกค้า ไม่ทำให้รู้สึกอึดอัด</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Dream</p> <p>สร้างความประทับใจให้ลูกค้า มีกัลยามิตรที่ดีระหว่างแม่ค้าและลูกค้า</p>
<p style="text-align: center;">หลังการทดลอง</p> <p>ลูกค้าแวะเข้ามาเลือกดูกางเกงยีนส์มากขึ้น เกิดการอยากลองและการซื้อในที่สุด ทำให้เกิดการซื้อครั้งแรกเพิ่มมากขึ้น</p>	<p style="text-align: center;">Design</p> <p>1) เชิญชวนลูกค้าให้แวะเข้ามาชมร้านกางเกงยีนส์ขาด โดยใช้คำว่า “เข้ามาดูก่อนได้นะคะ ไม่ซื้อไม่เป็นไร” และ “แวะชมได้นะคะ ใส่ไม่ได้เปลี่ยนได้คะ”</p> <p>2) ให้ลูกค้าลองกางเกงยีนส์ได้ตามสบาย โดยแม่ค้าเลือกไซค์ให้หรือลูกค้าเลือกเอง ลูกค้าสวมใส่สวยค่อยซื้อ มีการแนะนำการสวมใส่ให้เข้ากับรูปร่างของแต่ละบุคคล</p> <p>3) การแนะนำวิธีการรักษาสภาพกางเกงยีนส์ให้ใช้ได้ยาวนานๆ และการรับประกันสินค้า</p> <p>4) การชวนลูกค้าคุย เพื่อให้ไม่เกร็งในการเลือกและการทราบข้อมูล ประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละบุคคลในการสวมใส่กางเกงยีนส์</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Destiny</p> <p>แม่ค้าสามารถตอบคำถามลูกค้าได้และให้บริการที่เป็นกันเองเหมือนแฟนตัวเอง</p>

7.3 โครงการ REUSE

ตารางที่ 12 โครงการ REUSE

<p style="text-align: center;">ก่อนใช้กลยุทธ์</p> <p>1) กระแสแฟชั่นในการนำกางเกงยีนส์มาทำ ลวดลายขาด</p> <p>2) เห็นกางเกงยีนส์เก่าที่ไม่ใส่แล้ว น่าจะนำมา คัดแปลงให้ใส่ได้นานๆ</p> <p>3) เป็นการรักษาสິงแวดล้อม วัตถุดิบที่นำมาถัก ทอ นั้นหายาก</p> <p>4) กางเกงยีนส์ที่รูปทรงไม่สวย นำมาออกแบบ คัดแปลงทำสี และตัดเย็บใหม่</p>	<p style="text-align: center;">Discovery</p> <p>ลูกค้าชั้นชอบกางเกงยีนส์ลวดลายขาด สามารถสั่งทำลวดลายขาดได้ตามความ ต้องการ และเห็นคุณค่าของกางเกงยีนส์มาก ขึ้น รวมทั้งใส่แล้วคุ้มค่าเป็นกางเกงยีนส์ตัว ใหม่ที่ใส่ได้นาน โดดเด่นกว่าใคร</p>
	<p style="text-align: center;">Dream</p> <p>การที่ลูกค้าเห็นคุณค่าของกางเกงยีนส์ และ รักษาสิ่งแวดล้อม</p>
<p style="text-align: center;">หลังการทดลอง</p> <p>1) เป็นที่รู้จักของวัยรุ่นที่ชื่นชอบกางเกงยีนส์ ลวดลายขาด และแฟชั่นในขณะนั้น ทั้งใน จังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด</p> <p>2) ลูกค้านำกางเกงยีนส์ที่ไม่ใช่แล้วมาทำ ลวดลายขาดมากขึ้น</p> <p>3) ลูกค้าชั้นชอบลายสีสาดต่างๆ ที่ไม่เหมือน ใคร</p> <p>4) ช่างออกแบบ ได้พัฒนาฝีมือในการทำ ลวดลายกางเกงยีนส์ขาด และชำนาญมากขึ้น</p>	<p style="text-align: center;">Design</p> <p>1) ประชาสัมพันธ์บอกลูกค้าในการนำกางเกง ยีนส์เก่ามาทำใหม่ โดยการเพิ่มลวดลายขาด ออกแบบ คัดแปลง สาดสี</p> <p>2) แนะนำลูกค้าในการดูแลเนื้อผ้าของกางเกงยีนส์ แต่ละตัว โดยมีตัวอย่างให้ดูจากอินเทอร์เน็ต</p> <p>3) นำเสนอลวดลายขาดต่างๆ ตั้งแต่กางเกง ยีนส์ขาสั้น ขาวาว ทั้งของผู้ชายและของผู้หญิง</p> <p>4) ลงเว็บไซต์ ลงเพจ โฆษณาผ่านสื่อ โซเชียลมีเดียต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก</p>
	<p style="text-align: center;">Destiny</p> <p>ลูกค้านำกางเกงยีนส์เก่ามาให้ทำลวดลายขาด มากขึ้น และมีการลงสื่อโซเชียลให้รับรู้</p>

7.4 โครงการโลกทันสมัย

ตารางที่ 13 โครงการโลกทันสมัย

<p style="text-align: center;">ก่อนใช้กลยุทธ์</p> <p>1) กิจการหรือธุรกิจควรมีช่องทางการจัดจำหน่าย ทางสื่อโซเชียลมีเดียหลากหลาย เพื่อติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เช่น Twitter Instagram Line เฟจ เว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น ทำให้ลูกค้าติดต่อเราได้สะดวกมากขึ้น</p> <p>2) การลงโฆษณา ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบ เมื่อมีปัญหาสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว และสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และติดตามอย่างต่อเนื่อง</p>	<p style="text-align: center;">Discovery</p> <p>ลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัดไม่สามารถสอบถามแม่ค้าและทางร้านได้ ลูกค้ากลัวไม่ได้สินค้าตามที่ต้องการจากทางร้าน</p>
<p style="text-align: center;">หลังการทดลอง</p> <p>1) ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก รวดเร็วมากขึ้น มีสื่อโซเชียลมีเดียหลากหลาย และเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปผ่านทาง Twitter Instagram Line เฟจ เว็บไซต์ต่างๆ</p> <p>2) สามารถแก้ปัญหาหรือตอบคำถามให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ลูกค้าพึงพอใจ</p> <p>3) มีแฟนเพจติดตามมากกว่า 1,800 ไลน์</p> <p>4) ลูกค้าจากต่างจังหวัดโทรมาสอบถามและส่งทางเคงยีนส์มาทำลวดลายขาดเพิ่มขึ้น</p>	<p style="text-align: center;">Dream</p> <p>เป็นที่รู้จักทั้งในจังหวัดขอนแก่น และต่างจังหวัดในเรื่องกางเกงยีนส์ลวดลายขาด</p> <p style="text-align: center;">Design</p> <p>1) การสร้างแฟนเพจ ทำเว็บไซต์ การลงในเว็บขอนแก่นลิงค์ Twitter Instagram Line จัดทำนามบัตร ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละบุคคล</p> <p>2) การให้ความรู้ในเรื่องกางเกงยีนส์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย การแนะนำร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น</p> <p>3) การหาผู้เชื่อมต่อ ผู้รู้ ผู้ขาย มาแนะนำและปรึกษาธุรกิจ จากประสบการณ์ต่างๆ</p> <p>4) การแนะนำตัวสินค้า การถ่ายรูป เวลาในการลงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า</p>
	<p style="text-align: center;">Destiny</p> <p>การสร้างแฟนเพจ ทำเว็บไซต์ การลงในเว็บต่างๆ Twitter Instagram Line การให้นามบัตรกับลูกค้า เมื่อซื้อสินค้าและการมีผู้ดูแลระบบ (ผู้เชื่อมต่อและผู้รู้)</p>

7.5 โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่

ตารางที่ 14 โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่

<p>ก่อนใช้กลยุทธ์</p> <p>1) ลูกค้าไม่มั่นใจในการสวมใส่กางเกงยีนส์ขาด</p> <p>2) ลูกค้าไม่กล้าเข้ามาเลือกซื้อ เพราะไม่มั่นใจในคุณภาพ และการรับประกันสินค้า</p>	<p>Discovery</p> <p>ลูกค้าจะคอยถามว่า “ใส่ไม่ได้เปลี่ยนได้ไหมคะ” กางเกงยีนส์นี้ ผ่านการฆ่าเชื้อมารีลังคะ เป็นต้น</p>
	<p>Dream</p> <p>เป็นที่รู้จักทั้งในจังหวัดขอนแก่น และต่างจังหวัดในเรื่องกางเกงยีนส์ขาด</p>
<p>หลังการทดลอง</p> <p>1) การที่ลูกค้าชอบการดูแลเอาใจใส่ ความยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่แล้วคุ้มค่าเพราะใส่ได้นานทนทานขาดยาก ใส่สบาย ไม่มีกลิ่นอับ</p> <p>2) สามารถนำกางเกงยีนส์มาเปลี่ยนได้ เช่น ซิปกระดุม มีการรับประกันหลังการขาย</p> <p>3) การรีวิวให้ลูกค้าได้รับรู้ ทำให้มั่นใจมากขึ้น</p> <p>4) บอกวิธีการรักษากางเกงยีนส์ให้ใช้ได้ยาวนานๆ</p>	<p>Design</p> <p>1) ติดตามสอบถามลูกค้า โดยการโทรถามเรื่องกางเกงยีนส์ที่ซื้อไปว่ามีปัญหาอะไรไหม</p> <p>2) ถ้ากางเกงยีนส์ที่ซื้อไปมีปัญหาสามารถนำมาเปลี่ยนหรือทำลวดลายขาดเพิ่มได้ไม่คิดเงิน</p> <p>3) รับประกันหลังการขายถ้าชำรุดนำมาเปลี่ยนหรือซ่อมได้ตลอดอายุการใช้งาน</p> <p>4) บริการส่งกางเกงยีนส์ถึงหอพักในมหาวิทยาลัยขอนแก่นฟรี ไม่เสียค่าบริการ</p> <p>5) ให้ลูกค้ารีวิวในการสวมใส่กางเกงยีนส์ลงในเพจ</p>
	<p>Destiny</p> <p>1) แม่ค้าโทรถามลูกค้าในเรื่องปัญหาต่างๆ มีการรับประกันสินค้า</p> <p>2) แม่ค้าให้ลูกค้ารีวิวกางเกงยีนส์ที่ซื้อไป และกางเกงยีนส์ที่นำมาทำลวดลายขาด</p> <p>3) บอกวิธีการรักษากางเกงยีนส์ให้ใช้ได้ยาวนานๆ</p>

8. สรุปผลการศึกษาหลังจากทำโครงการ

สรุปผลการทดลองหลังจากการวางแผนทำโครงการทั้ง 5 โครงการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ของร้านกางเกงยีนส์ขาด ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2557 ถึง วันที่ 31 เมษายน 2558 เป็นระยะเวลา 5 เดือน ดังนี้

8.1 โครงการพีริเซนต์เตอร์

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในการสวมใส่ในการแนะนำการแต่งตัวให้ลูกค้า และการใส่ให้ลูกค้าได้ดูการนำไปประยุกต์กับเสื้อทุกแบบไม่ตกเทรนด์ โดยการทำโปสการ์ดและหานางแบบถ่ายให้ลูกค้าได้มองเห็น



ภาพที่ 4 โปสการ์ดร้านกางเกงยีนส์ขาด



ภาพที่ 5 นางแบบร้านกางเกงยีนส์ขาด

จากการทำโครงการนี้ทำให้ลูกค้าเห็นจากพีรเซนเตอร์ที่ได้สวมใส่ คือ แม่ค้าหรือนางแบบ ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใส่มากขึ้น อยากเข้ามาลองกางเกงยีนส์และยังสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทางข้อมูลที่ใส่ลงในโปสเตอร์ได้ง่ายขึ้น การทำโปสเตอร์แปะไว้ให้ลูกค้าได้เห็น ทำให้ลูกค้าอยากเข้ามาดู มาแวะชมจากรูปและอยากลองสวมใส่กางเกงยีนส์มากขึ้น เพิ่มความสะดวกทำให้ลูกค้าใส่ออกมาแล้วจะเป็นแบบไหน ความยาวของกางเกงเท่าไร มีกี่แบบให้เลือก ประสบการณ์รับรู้ทั้ง 5 อย่าง ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้นและผิวหนัง ส่วนใหญ่อันดับแรกได้จากการมองเห็น 70- 90 % มาจากการได้ยิน 10-20 % การสัมผัส 5 % การรับกลิ่น 3 % และการรับรส 2 % การมองเห็นมีบทบาทสำคัญมากที่สุด ในประสบการณ์รับรู้ทั้งห้าส่งข้อมูลกว่า 80 % จากสิ่งแวดล้อมภายนอกไปยังสมอง ดังนั้น การขายสินค้าก็ควรจะใช้ประโยชน์จากการมองเห็นให้เต็มที่ (Atsushi NAKAZAWA, 2555: 41-42)

8.2 โครงการเยี่ยมงาน รู้จักถามไถ่ ชูระสิงโต เต็มใจให้บริการ

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจสูงสุดสร้างกลิ่นยามิตรที่ดีต่อกัน ทำให้รู้จักกันมากขึ้น ลูกค้าผ่อนคลายในเรื่องต่างๆ และสร้างยอดขายให้ยั่งยืนในระยะยาว โดยมีการเตรียมบริการก่อนขาย-ระหว่างและหลังการขาย ดังนี้

การเตรียมก่อนขายและบริการ

- 1) ยิ้มแย้ม แจ่มใส เพื่อสร้างความประทับใจยามแรกพบ
- 2) แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย และเหมาะกับสินค้า สถานที่หรือพื้นที่
- 3) มีความสุภาพอ่อนน้อม ถ่อมตน
- 4) แจ่มชัด กระตือรือร้น สนใจลูกค้าอย่างจริงจัง สบตากับลูกค้า
- 5) สนทนา เจรจาพาทีในเรื่องที่เขาชอบหรือสนใจ และแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน
- 6) อย่าพูดแต่ฝ่ายเดียว เปิดโอกาสให้ลูกค้า หรือผู้ให้บริการเขาพูดบ้าง เราจะได้รู้ปัญหา

หรือความคาดหวังจากเขา

- 7) จดจำรายละเอียด คือ ชื่อและข้อมูลต่างๆ ของลูกค้าได้

การบริการระหว่างขาย

- 1) ปล่อยให้ลูกค้าได้เลือกก่อน ถ้าลูกค้าต้องการก็จะหาสินค้าช่วย
- 2) ให้ลูกค้าได้ลองสินค้าที่สนใจเป็นที่พึงพอใจ
- 3) ให้คำแนะนำระหว่างลูกค้าเลือกในการเลือกสี รูปทรง สัดส่วน เป็นต้น
- 4) ลูกค้าต้องการสิ่งใดหาให้ได้เท่าที่เรามีและแนะนำ

การบริการหลังการขาย

- 1) บอกวิธีการรักษาทางแกงยีนส์ชาติให้ใช้ได้นานๆ
- 2) ทางแกงยีนส์มีปัญหามาสามารถแก้ไขทันที บอกตามความจริง
- 3) โทรศัพท์ สอบถาม พุดคุย
- 4) การลงสื่อโซเชียลมีเดีย แจ้งข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า
- 5) จัดตกแต่งร้าน
- 6) บริการเช็ดอุปกรณ์ทำลวดลายขาและการเช็ดสินค้า
- 7) การให้คำปรึกษาในเรื่องที่สามารถช่วยได้ เช่น การถามหาสินค้าตัวอื่น เป็นต้น

จากการทำโครงการนี้ทำให้ลูกค้ามีชื่อแกงยีนส์เพิ่มขึ้น มีการทักทายและแนะนำเพื่อนมาซื้อสินค้าและบอกต่อ เกิดความประทับใจในการบริการความเป็นกันเองของแม่ค้า ไม่มีคำว่าแม่ค้าและลูกค้าจะมีคำว่า กัลยาณมิตรที่ดี ดูแลเอาใจใส่ให้คำปรึกษาที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ช่วยเลือกให้ รู้ใจลูกค้า แม่ค้ามีความจริงใจไม่เชยชวนเกินจริง ตัวไหนมีปัญหาบอกลูกค้าตามความจริง คุยได้ทุกเรื่องทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกรู้สึกลองได้ไม่ซื้อไม่เป็นไร สอบถามได้ เช่น ตัวนี้มีปัญหา รูปทรงไม่สวยแม่ค้าก็แนะนำให้ไปเข้าทรงและเพิ่มลูกบิด เป็นต้น สนใจลูกค้าตลอดเวลา สบตากับลูกค้า พุดจาไปเพราะใช้คำว่า “ตัวเอง” และการเชยชวน “ลองก็ตัวก็ได้” มีคำลงท้าย “คะ” ทุกครั้ง และกล่าว “ขอบคุณคะ” เมื่อลูกค้าออกจากร้าน การรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ในการใช้บริการให้เกิดความประทับใจ การสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแม่ค้ากับลูกค้าให้เกิดการบอกต่อและการกลับมาซื้อซ้ำในระยะยาว ลูกค้าสามารถสอบถามได้ในเรื่องที่ยังไม่รู้เกี่ยวกับแกงยีนส์ ให้คำแนะนำลูกค้าในการนำแกงยีนส์เก่าไปใช้งาน เพื่อให้คงสภาพดีและคงทน

8.3 โครงการ REUSE

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ทำให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของแกงยีนส์เก่าที่ยังใช้ได้ลดปริมาณแกงยีนส์ในการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติ โดยการประชาสัมพันธ์บอกลูกค้าในการนำแกงเก่ามาทำลวดลายใหม่ ออกแบบ คัดแปลง สาดสี แนะนำลูกค้าในการดูแลเนื้อผ้าของแกงยีนส์แต่ละตัว โดยมีตัวอย่างให้ดูจากอินเตอร์เน็ต นำเสนอลวดลายขาต่างๆ ตั้งแต่แกงยีนส์ขาสั้น ขาวาว ทั้งของผู้ชายและของผู้หญิง โดยให้ลูกค้าได้สัมผัสผ้ายีนส์ที่นำมาและแกงยีนส์ของร้านจะทำให้ลูกค้าได้ความรู้ในเรื่องของผ้ายีนส์มากขึ้น การนำแกงยีนส์ที่ไม่สวยมาคัดแปลง สาดสี จะทำให้ได้แกงยีนส์ที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร



ภาพที่ 6 ผ้าฝ้าย



ภาพที่ 7 ผ้ายัด



ภาพที่ 8 กางเกงยีนส์สีสาด



ภาพที่ 9 วิธีทำขาด

จากการทำโครงการนี้ ลูกค้าได้เห็น ได้สัมผัสกับเนื้อผ้ายีนส์แต่ละแบบในการมาถักทอเป็น กางเกงยีนส์ การนำมาออกแบบ ดัดแปลงเพิ่มเติมต่างๆ และการนำกางเกงยีนส์เก่ามาเพิ่มคุณค่าโดย นำมาทำลวดลายขาดแบบต่างๆ โดยพิจารณาจากเนื้อผ้าแต่ละตัวของลูกค้า ทำให้ลูกค้าได้รับรู้ เกี่ยวกับผ้ายีนส์และช่างฝีมือได้พัฒนาฝีมือของตนเอง รวมทั้งเป็นที่รู้จักของคนในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดใกล้เคียง ในการนำกางเกงยีนส์เก่ามาทำลวดลายขาดและเกิดการบอกต่อของลูกค้าที่เคยใช้บริการมาแล้ว

8.4 โครงการโลกทันสมัย

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ลูกค้าได้เข้าถึงร้านกางเกงยีนส์ขาดทุกที่ และทุกเวลาที่ ลูกค้าต้องการสามารถติดต่อได้ ทำให้ผู้ศึกษาจำแนกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและแก้ปัญหาได้รวดเร็ว รวมถึงให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนและการติดต่อเป็นไปได้ง่ายขึ้น รวมทั้งเกิดลูกค้าที่นำไปบอกต่อ มีการจัดตกแต่งร้านให้ดูน่าค้นหา เพื่อที่ลูกค้าจะได้อยู่ได้นานขึ้นและเกิดการซื้อโดยไม่ได้ตั้งใจ เห็นได้ว่าการลงเว็บไซต์

<http://market.khonkaenlink.info> และการลง https://www.pinterest.com/kanjana_2533190 การลง
 เพจ <http://www.facebook.com/jaeb.jane.mam?ref=hl> หรือเพจชื่อ กางเกงยีนส์ขาด การลง
 Instagram ชื่อ <https://instagram.com/jeabjane/> การตั้งกลุ่ม Ling เพื่อการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
 เฉพาะกลุ่ม การลงทวิตเตอร์ https://twitter.com/kanjana_1990 โดยผู้เชื่อมต่อ (Connector) การศึกษา
 เรื่องเนื้อผ้าของกางเกงยีนส์แต่ละตัวในการที่จะนำมาทำลดราคา โดยผู้สะสมความรู้หรือแฟน
 พันธุ์แท้ (Maven) และการมีผู้ขายที่ดี (Salesman) คอยบริการที่หน้าร้าน หรือพนักงานขายที่ให้
 ข้อมูลและคอยแนะนำในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับกางเกงยีนส์ขาด



ภาพที่ 10 เพจกางเกงยีนส์ขาด



ภาพที่ 11 การจัดร้านแบบใหม่

จากการทำโครงการนี้ ลูกค้าเห็นสินค้าหรือกางเกงยีนส์ขาด บุคคลทั่วไปสนใจร้านกางเกงยีนส์ขาด ลูกค้าติดตามมากกว่า 1,800 โหลัน ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทางร้านแจ้งให้ทราบ และมีการรีวิวของลูกค้าที่สวมใส่ให้ลูกค้าท่านอื่นได้เห็น ทำให้เกิดการอยากซื้อและอยากมาแวะชมและลองสวมใส่มากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังประชาสัมพันธ์ทางช่องทางอื่นๆ จากการสังเกตพบว่าการติดแตร็กจากเพจ LINE และสื่ออื่นๆ ทำให้ลูกค้าค้นหาง่ายขึ้นเข้าถึงง่ายและมีลูกค้าตอบรับลำดับ 1 คือ ทางแฟนเพจ รองลงมา เว็บบอกแก่นลิงค์ Instagram LINE และอื่นๆ ทำให้เป็นที่รู้จักกันในวงกว้างทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด ลูกค้าโทรมาสอบถามการทำลวดลายขาดของกางเกงยีนส์ และการได้รับข้อความจากแฟนเพจเป็นการเพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้น การทำป้ายร้านและการจัดตกแต่งร้านให้ดูน่าค้นหา “มองเห็นยาก ซื้อมาก เข้าใจยาก” เป็นการสร้างรูปแบบพฤติกรรม การซื้อแบบใหม่เพื่อชักจูงให้เกิดการซื้อแบบจับพลัน โดยทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนกำลังเข้าไปสำรวจป่า ในขณะที่มาซื้อสินค้า การจัดร้านให้ลูกค้าวางใจและใช้เวลาในการเลือกชมสินค้าได้นานๆ ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อโดยไม่ได้วางแผนได้ (Atsushi NAKAZAWA, 2555) การที่จะให้ลูกค้าซื้อแบบจับพลันต้องมีบรรยากาศเชิญชวนให้เกิดการซื้อ คือ เป็นร้านที่เปิดไฟสว่างอย่างทั่วถึง การมีป้ายร้านที่เด่น สว่าง ก็ทำให้ลูกค้าหันมาสนใจได้เช่นกัน

8.5 โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อกางเกงยีนส์จากลูกค้าที่ซื้อครั้งแรก กลายเป็นลูกค้าซื้อซ้ำและถูกบอกต่อในที่สุด สิ่งที่ทำให้บริการควรคิดไว้ในใจเสมอในการดำเนินการบริการ คือ “ถ้าเขา (ลูกค้า) ไม่พอใจ ขอให้บอกกับเรา แต่ถ้าพอใจ (ในการบริการของเรา) จงบอกกับเพื่อนของเขา” แนวทางสร้างความมั่นใจที่จะให้บริการ ความอบอุ่นใจ และมั่นใจเมื่อซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ คือ

1) การรับประกัน การใช้งานของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้านั้นตลอดอายุการใช้งาน เช่น ร้านกางเกงยีนส์ขาดรับประกัน ซิป กระดุม เมื่อกางเกงยีนส์มีปัญหาสามารถนำมาเปลี่ยนได้ เป็นต้น

2) ทันทเวลา คือ ส่งมอบสินค้าได้ตรงเวลา หรือก่อนวันที่กำหนดไว้ เช่น การที่ลูกค้านำกางเกงยีนส์มาทำลวดลายขาด เวลาในการทำลวดลายขาด 2 วัน เมื่อถึงกำหนดหรือเสร็จก่อนจะโทรบอกลูกค้าให้มารับสินค้า รวมถึงการส่งสินค้าถึงห้องพักในเวลาที่พักกลางวัน

3) สัญญา คือ การรักษาสัญญา คำมั่นสัญญา อย่าให้สัญญาอะไรๆ กับลูกค้าง่ายๆ ถ้าไม่แน่ใจ

4) ประณีต เป็นการส่งสินค้าที่ทันเวลา ตรงตามที่ตกลงกับลูกค้าไว้ การทำตลาดขยายขาดมีความประณีตทั้งความเรียบร้อยของสินค้าและกิริยามารยาทของผู้บริการ คือ การทำตลาดขยายขาดทางגעยีนส์ที่ประณีต ดูสวยงามและทันเวลาในการทำข้อตกลงกับลูกค้า

5) ไร้ขีดจำกัด คือไม่มีข้ออ้าง ข้อแก้ตัว หรือเงื่อนไขที่จะส่งผลให้เกิดการโต้แย้งหรือขุ่นเคือง จากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เช่น การน้อมรับคำติชมหรือปัญหาที่เกิดขึ้นต่างๆ สั้นๆ ง่ายๆ คือรับประกัน ทันเวลา สัญญา ประณีตและไร้ขีดจำกัด (สมชาติ กิจยรรยง, 2545: 105)

9. สรุปผลการศึกษาในการเพิ่มจำนวนลูกค้าและเพิ่มยอดขายในการซื้อกางเกงยีนส์ขาด

จากการวิเคราะห์ห้า (Strengths) และ (Opportunities) ของร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) และจากการสัมภาษณ์เชิงบวกของลูกค้า 3 กลุ่ม คือ กลุ่มซื้อครั้งแรก กลุ่มซื้อซ้ำและกลุ่มที่ถูกบอกต่อ เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวก ในการเพิ่มจำนวนลูกค้าและเพิ่มยอดขายมากขึ้น เป็น 80 % และรักษาลูกค้าขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เกิดการซื้อซ้ำ โดยใช้กระบวนการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) ผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

9.1 ได้ทราบประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าในการเพิ่มยอดขายในการเลือกซื้อกางเกงยีนส์ในร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยผ่านการทำกลยุทธ์สร้างแรงดึงดูดและโครงการต่างๆ คือ

9.1.1 โครงการฟรีเซนต์เนอร์ จากการทำโครงการดังกล่าว ลูกค้าเห็นโปสเตอร์จากรูปที่นางแบบสวมใส่ ทำให้เกิดการอยากซื้อและการออกแบบในการสวมใส่กับเสื้อต่างๆ เกิดจากการทำโปสเตอร์มีข้อมูลที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ การจัดเรียงสินค้าให้ดูสวยงาม นำค้นหาเข้ามาลองสวมใส่ มาแวะชมถึงไม่ได้ซื้อหลายๆ ครั้ง มีสินค้าที่พอใจทำให้จำนวนลูกค้าที่แวะมาร้านจากเดิม 20 ราย/เดือน เพิ่มขึ้นเป็น 40 ราย/เดือน ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้นและอยากมาเลือกซื้ออีก

9.1.2 โครงการโลกทันสมัย จากจำนวนลูกค้ามาแวะชมที่ร้านและได้รับรู้จากการที่ลูกค้าเข้าไปดูเพจของร้าน มีลูกค้าสนใจ ตอบกลับหรือตอบสนองมาก ทั้งทางโทรศัพท์ มาแวะชมร้านหรือเว็บไซต์ โดยวัดจากจำนวนแฟนเพจที่กดถูกใจ จากเดิม 1,500 โหลน์ เพิ่มเป็นมากกว่า 1,800 โหลน์ ลูกค้ารู้จักร้านกางเกงยีนส์ขาดมากขึ้นทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด มีลูกค้าโทรเข้ามาสอบถามมากขึ้นและนำกางเกงยีนส์มาให้ทำตลาดขยายขาด รวมถึงได้รับข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าโดยตรงและสามารถแก้ปัญหาได้ทันถ่วงที รวดเร็ว และตรงกับความต้องการของลูกค้า

9.2 ได้ทราบประสบการณ์ด้านบวกในการเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยเน้นลูกค้า 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำและลูกค้าบอกต่อ ในการเป็นที่รู้จักให้กว้างขวางมากขึ้น โดยผ่านการทำกลยุทธ์สร้างแรงดึงดูดและโครงการต่างๆ คือ

9.2.1 โครงการเยี่ยมงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ จากการเตรียมก่อนขาย ระหว่างขายและหลังขาย ทำให้จำนวนลูกค้าซื้อซ้ำ จากเดิม 10 ราย เป็น 30 ราย/เดือน จำนวน Case ที่ให้คำแนะนำ จาก 5 เป็น 10 ราย/เดือน จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จาก 30 เป็น 70 ราย/เดือน หลังจากจัดทำโครงการขึ้นมา ลูกค้าแวะเข้ามาสอบถามและเลือกซื้อมากขึ้น มีปัญหาสามารถปรึกษาได้ตลอดเหมือนเป็นเพื่อนที่ดีต่อกัน มีการต้อนรับลูกค้าอย่างจริงใจ มีความกระตือรือร้น สนใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าประทับใจในการดูแลเอาใจใส่ ความตั้งใจและรอยยิ้ม เกิดการมาซื้อซ้ำและบอกต่อลดช่องว่างระหว่างแม่ค้ากับลูกค้า มีความเป็นกัลยาณมิตรที่ดี ดูแลเหมือนลูกค้าเหมือนแฟนตัวเอง

9.2.2 โครงการ REUSE เป็นที่รู้จักของกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบกางเกงยีนส์ลวดลายขาด ทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด ลูกค้านำกางเกงยีนส์ที่ไม่ใส่แล้วมาให้ทำลวดลายขาดมากขึ้น และผู้ทำลวดลายขาดได้พัฒนาฝีมือในการตัดแปลง ออกแบบให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

9.2.3 โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่ เกิดการบอกต่ออย่างน้อย 1 ราย/เดือน ลูกค้าชอบการดูแลเอาใจใส่ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของแม่ค้า ใส่แล้วคุ้มค่าเพราะใส่ได้นาน ทนทานขาดยาก ใส่สบาย ไม่มีกลิ่นอับจากกางเกงยีนส์ สามารถนำกางเกงยีนส์มาเปลี่ยนได้ ไม่ว่าจะเป็นซิป กระดุม มีการรับประกันหลังการขาย มีการรีวิวให้ลูกค้าได้รับรู้ ทำให้มั่นใจมากขึ้น บอกวิธีการรักษากางเกงยีนส์ให้ใช้ได้นานๆ ลูกค้ามั่นใจในตัวสินค้าโดยการมีประกันหลังการขาย การบริการจัดส่ง การแก้ปัญหาได้รวดเร็วทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อ

ผลจากการดำเนินโครงการ พบว่า รายได้ของร้านกางเกงยีนส์ขาดเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2557 ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบรายได้ของร้านกางเกงยีนส์ขาด ระหว่างเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2557 ถึง เดือน เมษายน ปี พ.ศ. 2558

เดือน	รายรับ (บาท)	
	2557	2558
ธันวาคม	5,890	8,900
มกราคม	8,950	15,995
กุมภาพันธ์	10,900	18,850
มีนาคม	15,500	21,459
เมษายน	18,850	25,550

10. อภิปรายผล

จากการทำกลยุทธ์การสร้างความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาร้านกางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การสร้างความภักดีต่อตราสินค้าเกิดจากความพึงพอใจที่สม่ำเสมอตรงกับทฤษฎีของ Schiffman; & Kanuk (1994) ที่กล่าวไว้ ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าจะเกิดการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ โดยมี 5 ระดับตามทฤษฎีของ Anker (1990) คือ 1) รู้จักจากคนที่ไม่รู้จักมารู้จักสินค้า 2) ทดลองใช้จากคนที่รู้จัก 3) ซื้อใช้จากคนที่ทดลองใช้ มาซื้อใช้สินค้า 4) ใช้ซื้อจากคนที่ซื้อใช้ ใช้ซ้ำ 5) บอกต่อจากคนที่ใช้ซ้ำ นำไปบอกต่อ การที่ลูกค้ามีประสบการณ์จากการซื้อกางเกงยีนส์ขาด โดยผ่านการรับรู้ กลิ่น สี เสียงและการสัมผัส ถือว่าเป็นความได้เปรียบของสินค้าที่นำเสนอ โดยยึดประสบการณ์ลูกค้า (CEM) ของวิทยา ด้านธำรงกุลและ พิภพ อุดร (2549) ประโยชน์ คือ 1) สร้างความจงรักภักดีต่อลูกค้าเพิ่ม 2) สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3) สร้างชื่อเสียงและรักษาธุรกิจให้คงอยู่ จากการศึกษาทำให้รับรู้ประสบการณ์เชิงบวกในเรื่องประสบการณ์ของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกางเกงยีนส์ขาดมากขึ้น และสามารถนำไปสร้างโครงการต่างๆ ให้เหมาะกับธุรกิจได้ การจะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้าพึงพอใจกับการบริการของร้านกางเกงยีนส์ขาด เกิดจากการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีตามทฤษฎีของ ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, นิทัศน์ คณะวรรณและ ชีรพล แซ่ตั้ง (2546) กล่าวว่า ทำไมต้องทำ CRM พบว่า ลูกค้าแต่ละรายมีความสำคัญไม่เท่ากัน ทุกผลิตภัณฑ์จะมีลูกค้าขาประจำหรือแฟนพันธุ์แท้ อยู่ กลุ่มนี้มีความสำคัญมากต้องดูแลให้ดี ข่าวย้ายมักแพร่ได้เร็วกว่าข่าวดีเสมอ หากบริการลูกค้าดี ลูกค้าจะบอกเพื่อนฝูงญาติมิตร ลูกค้ามีพลังในการบอกต่อทุกการติดต่อกับลูกค้าเรา

ให้ประสบการณ์เชิงบวกและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจยิ่งพอใจในที่สุด จากลูกค้าซื้อครั้งแรก กลายเป็นลูกค้าซื้อซ้ำและขาประจำในที่สุด นอกจากนี้ผู้ศึกษาใช้แนวคิดจุดพลิกผัน (The Tipping Point) ตามทฤษฎีของ Malcolm Gladwell (2550) ๓ ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลง คือ กฎของความน้อย (Law of the Few) ปัจจัยแห่งการติดหนึบ (Stickiness Factor) และพลังแห่งบริบท (Power of Context) จากทฤษฎีดังกล่าว ผู้ศึกษาใช้กฎของความน้อยมากที่สุดที่ได้จากผู้เชื่อมโยง (Connectors) ผู้รู้ (Mavens) และนักขาย (Salesman) คือ ผู้ศึกษาได้ผู้เชื่อมโยงที่รู้จักคนจำนวนมาก ในการแนะนำบุคคลผู้ที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังบุคคลทั่วไป ทำให้มีการกระจาย ข้อมูลได้กว้างขวางมากขึ้นเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผู้รู้เกิดจากบุคคลที่อยู่รอบตัวได้แก่ เพื่อน รุ่นพี่ อาจารย์ เป็นผู้ที่รู้จัก รู้จริงในเรื่องนั้นๆ ทำให้ผู้ศึกษาได้ข้อมูลและสิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อนในการ ประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้รู้มีบทบาทสำคัญในการประกอบธุรกิจที่สร้างความแตกต่างในเรื่องต่างๆ รวมถึงนักขายผู้ที่นำใจหรือหัวใจให้คล้อยตามคำพูดได้โดยง่าย ทำให้เกิดความมั่นใจในการ ซื้อสินค้ามากขึ้น ปัจจัยแห่งการติดหนึบจะบอกวิธีเฉพาะที่ทำให้สารเป็นที่จดจำแก่ลูกค้า และพลัง แห่งบริบท มนุษย์นั้นอ่อนไหวต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งหมายความว่าถ้าสนใจจะเริ่มสร้างกระแสแบบ ปากต่อปากให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ควรจะทุ่มเทพยายามไปที่คนทั้ง 3 กลุ่มนี้เท่านั้น ร้านกางเกงยีนส์ขาดได้วางแผนกลยุทธ์ โดยการให้ความสำคัญในส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix) สดคล้องกับของ สุดาตวง จิระ (2541) ได้กล่าวเอาไว้ ผู้ประกอบธุรกิจ สามารถควบคุมได้ให้เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ลูกค้าเริ่มรับรู้แหล่งที่มาของสินค้าทำให้เกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น โดยทำการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าในการนำกางเกงยีนส์ขาด ทำให้มีมูลค่าและคุณค่าในสายตาของลูกค้าทำให้ สินค้าสามารถขายได้ โดยการสร้างความแตกต่างให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งทำให้ กลุ่มเป้าหมายมองเห็นและยอมรับในความแตกต่างนั้น อาจทำได้หลายแบบ เช่น ด้านรูปลักษณ์ การออกแบบ เป็นต้น ร้านกางเกงยีนส์ขาดได้มีการออกแบบลวดลายขาดแบบต่างๆ ตามความ ต้องการของลูกค้า การนำกางเกงยีนส์มาทำสีสาดลายต่างๆ ให้แตกต่างจากคู่แข่งและมีหลากหลาย ให้เลือก คือ มีขา 3 แบบ คือ ขาเก็บ ขาปล่อย ขาพับ ให้เลือก รวมถึงให้ลูกค้านำกางเกงยีนส์เก่าหรือ ที่ยังใช้งานได้มาทำลวดลายขาด เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของกางเกงยีนส์ 2) ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคหรือลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่ากับราคาของสินค้า ถ้าสินค้าในสายตาของลูกค้า เห็นว่ามีมูลค่าสูงหรือเหมาะสมกับราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อต้องคำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่ายทั้ง ทางตรงและทางอ้อม การตั้งราคาของทางร้านจะเน้นที่ราคาถูกเพราะต้องดูกำลังของลูกค้าในการ เลือกซื้อ โดยของผู้ศึกษาจะอยู่ในตลาดมอดินแดง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งลูกค้ามีกำลังในการ จับจ่ายสินค้าที่ลูกค้ารับได้ 3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ศึกษาเลือกตลาดมอดินแดง

มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักเรียน นักศึกษา เป็นส่วนใหญ่มีการกระจายสินค้า การขนส่ง ที่อยู่ใกล้เคียง คือ ใกล้หอพัก ไปรษณีย์ ที่จอดรถ มีบริการส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงมือ เข้าถึงลูกค้าได้สะดวก 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ธุรกิจทุกธุรกิจมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลายช่องทาง หลายรูปแบบ ทางร้านกางเกงยีนส์ติดต่อลูกค้าผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย คือ เว็บไซต์ การสร้างกลุ่มแฟนเพจในชื่อ กางเกงยีนส์ขาด การลง Instagram การตั้งกลุ่ม LINE ชื่อกลุ่มคนรักยีนส์ และการลงทวีตเตอร์ โดยมีผู้เชื่อมต่อ ผู้รู้และนักขาย คอยแนะนำในเรื่องต่างๆ โดยใช้กระบวนการสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) ตามทฤษฎีของ Cooperrider, Whitney and Stavros (2003) เป็นกระบวนการที่ขับเคลื่อนให้เกิดการถามในเชิงบวกแบบไม่มีเงื่อนไขใดๆ สามารถใช้กับการสนทนาแบบเร็วๆ สั้นๆ เริ่มจากการค้นหา (Discovery) เป็นการค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุดที่ถูกซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคล ในการซักถาม พูดคุย เพื่อให้คู่สนทนาเล่าถึงสิ่งที่ประทับใจเล็กๆ ออกมา โดยตั้งคำถาม 3 คำถามให้ลูกค้าร้านกางเกงยีนส์ขาดได้บอกเกี่ยวกับร้านของผู้ศึกษา จากนั้นมาวาดฝัน (Dream) เป็นการนำประสบการณ์หรือสิ่งดีๆ ที่ได้จากการค้นหาที่กำหนดวิสัยทัศน์ เพื่อให้มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการและชัดเจนมากขึ้น มาออกแบบ (Design) เป็นกาวางแผนเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ควบคู่กับการลงมือปฏิบัติ เพื่อให้รู้ว่าสิ่งที่ออกแบบใช้ได้จริงหรือไม่ สุดท้ายการลงมือทำ (Destiny) เป็นการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนการออกแบบเพื่อให้ได้วิธีการที่เหมาะสมที่สุด แล้วกลับมาทำใหม่อีกครั้งและทำซ้ำไปเรื่อยๆ จนไปสู่เป้าหมายในที่สุด ซึ่งอยู่บนหลัก 5 ประการ คือ 1) หลักการสร้าง 2) หลักการเกิดพร้อม 3) หลักการบทกวี 4) หลักการคาดการณ์และ 5) หลักการเชิงบวก ยิ่งใช้คำถามเชิงบวกมากเท่าไร การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นยิ่งประสบความสำเร็จและความยั่งยืนมาก สุดท้ายการวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) ของอัจฉริยะ อุปการกุล (2553) ที่กล่าวไว้ว่า เป็นการวิเคราะห์องค์กร เพื่อใช้ในการวางแผนทางด้านกลยุทธ์ โดยมี จุดแข็ง (Strength) ขององค์กร คือ ทรัพยากรหรือสิ่งที่ดีที่สุดทางร้านกางเกงยีนส์ขาดสินค้ามีให้เลือกหลากหลายทั้งรูปทรง สี มีหลายไซส์และขายหลายแบบ โอกาส (Opportunities) ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรจากกระแสจากดาราดังต่างประเทศ และดาราไทยที่นิยมสวมใส่กางเกงยีนส์เป้าหมาย (Aspirations) สิ่งที่เราอยากเห็นในอนาคต เป็นร้านขายกางเกงยีนส์ขาดที่โดดเด่นที่สุดในภาคอีสาน ผลลัพธ์ (Results) สามารถวัดผลออกมาเป็นรูปธรรมทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 50,000 บาทต่อเดือน มีแฟนเพจติดตามมากกว่า 1,800 ไลน์ ลูกค้ารู้จักร้านกางเกงยีนส์ขาดและมีการโทรมาสอบถามมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาอิสระครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวิธีศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยหลักการด้านสุนทรียสาธกจากการวิเคราะห์หา (Strengths) และ (Opportunities) ของร้าน กางเกงยีนส์ขาด ตลาดมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) และจากการสัมภาษณ์เชิงบวกของลูกค้า 3 กลุ่ม คือ กลุ่มซื้อครั้งแรก กลุ่มซื้อซ้ำและกลุ่มที่ถูก บกต่อ เพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวก ในการการเพิ่มจำนวนลูกค้าและเพิ่มยอดขายมากขึ้น เป็น 80 % และรักษาลูกเก่าเพิ่มลูกค้าใหม่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ ผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษายอดมาดังนี้ ใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 5 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2558 ผู้ศึกษาได้ประยุกต์หลักการทางด้านสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) โดยทำการแบ่งกลุ่ม ตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ใช้บริการครั้งแรกจำนวน 20 คน พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้า กลุ่มนี้ คือ มีการโทรถามลูกค้าเกี่ยวกับกางเกงที่ซื้อไปว่ามีปัญหาอะไรหรือไม่ รู้ใจลูกค้าคือรู้ว่า ลูกค้าใส่ไซค์อะไร รูปร่างลักษณะนี้ใส่กางเกงทรงไหนจึงจะเหมาะสม การจัดร้าน คือ จัดร้าน แบบเดิมเพื่อให้ลูกค้าจำได้

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ซื้อซ้ำจำนวน 35 คน พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ นำกางเกงยีนส์เก่ามาทำลวดลายขาด คือ สามารถนำกางเกงยีนส์ที่ไม่ใช่แล้วมาทำเป็นกางเกงยีนส์ ใหม่ ตามแฟชั่นโดยไม่ต้องไปซื้อใหม่ การรีวิวให้ลูกค้า คือ ถ่ายรูปลูกค้าที่ใส่แล้วสวยลงในเพจ สอนวิธีทำขาด คือ สอนการทำกางเกงยีนส์ขาดให้ลูกค้าสามารถนำกลับไปทำเองได้ มีป้ายร้าน คือ ให้ลูกค้าสามารถจำร้านเราได้

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าที่บอกต่อ จำนวน 5 คน พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของลูกค้ากลุ่มนี้ คือ คุณภาพดี ใส่สบาย ลองได้ ป้ายราคาเด่น คือ มีป้ายราคาให้เห็นได้ชัดเจน รับทำกางเกงยีนส์ขาด ทั้งขาสั้น- ขาว เป็นกรนำกางเกงยีนส์เก่ามาทำให้ดูใหม่เสมอ

ผลการสรุปจากการสัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม คือ ลูกค้าซื้อครั้งแรก ลูกค้าซื้อซ้ำ และลูกค้าที่ถูก บกต่อ จำนวน 60 คน พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย เช่น ไซค์ สี รูปทรง เจ้าของร้านมีอัธยาศัยดี เอาใจใส่ เป็นกันเอง รับประกันหลังการขาย หากสินค้าให้ลอง สามารถสั่งทำลวดลายขาดได้ ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น คือ ป้ายราคา

สิ่งที่ต้องค้นหาในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Inquiry) พบว่า สิ่งที่ดีที่สุด (Strengths) ของร้าน กางเกงยีนส์ขาดโดยใช้เครื่องมือ SOAR Analysis คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย มีไซส์ ที่ลูกค้า ต้องการครบครัน มีลายให้เลือกหลากหลาย เจ้าของร้านมีทัศนคติ ดูแลเอาใจใส่ คอยให้คำแนะนำ คือ ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะเชิญชวนลูกค้า ช่วยเลือกสินค้าให้ลูกค้า ให้คำแนะนำรับประกัน หลังการขาย มีการดัดแปลงสินค้า คือ การออกแบบ เช่น การใส่ลูกไม้ การต่อขา การใส่ลูกบิด เป็นต้น มีสินค้าคุณภาพดี คือ ทนทาน ใส่สบาย ไม่มีกลิ่นอับ โอกาส (Opportunities) ของร้าน กางเกงยีนส์ขาด คือ จากกระแสต่างประเทศที่ดาราไทยและต่างประเทศใส่เป็นแบบ ทำให้กางเกง ยีนส์ขาดเป็นที่นิยมกันมากขึ้น กางเกงยีนส์ไม่ตกยุคสามารถใส่ได้ทุกโอกาส จังหวัดขอนแก่นมี อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง คือ มีประชากรในจังหวัดขอนแก่นเพิ่มขึ้นและมีกำลังซื้อมากขึ้น

เจตนาหรือสิ่งดีๆ ที่อยากเห็นในอนาคต (Appreciative Intent) พบว่า เป็นร้านขายกางเกง ยีนส์ขาดที่โดดเด่นที่สุดในภาคอีสาน คือ กางเกงยีนส์ไม่ซ้ำแบบ มีหลายรูปทรง มีการดัดแปลง ให้ไม่เหมือนใคร เช่น การทำสีสาดลายต่างๆ การนำกางเกงยีนส์เก่ามา ออกแบบ ลายขาดใหม่ การ ใส่ลูกไม้ เป็นต้น เป็นร้านกางเกงยีนส์ที่จำหน่ายทั้งปลีกและส่งในภาคอีสาน สามารถขยายสาขาไป ต่างจังหวัดและลูกค้าสามารถติดต่อได้ โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing) ผลลัพธ์ (Results) คือ ยอดขายเพิ่มขึ้น 50,000 บาทต่อเดือน มีแฟนเพจติดตามมากกว่า 1,800 โคน์ ลูกค้ารู้จัก ร้านกางเกงยีนส์ขาดมากขึ้น

โดยได้ทำการแบ่งกลุ่มลูกค้า คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน ลูกค้า กลุ่มเป้าหมายหลักของร้านกางเกงยีนส์ขาด คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ที่ชอบใส่กางเกงยีนส์ขาดขาดที่คงสภาพดีและนำแฟชั่น ทางผู้ศึกษาได้กำหนดกลยุทธ์ สร้างแรงดึงดูดเป็นกลยุทธ์หลักและมีโครงการต่างๆ ดังนี้

- 1) โครงการฟรีเซนต์เนอร์
- 2) โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ
- 3) โครงการ REUSE
- 4) โครงการโลกทันสมัย
- 5) โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่

2. สรุปผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินการตามกลยุทธ์หลักและ โครงการต่างๆ ผลที่เกิดขึ้นมีดังนี้

- 1) โครงการฟรีเซนต์เนอร์ ผู้ศึกษาพบว่า ลูกค้าเห็นไปสการ์ดจากรูปที่นางแบบสวมใส่ ทำให้เกิดการอยากซื้อและการออกแบบในการสวมใส่กับเสื้อต่างๆ เกิดจากการทำไปสการ์ดมี

ข้อมูลที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ การจัดเรียงสินค้าให้ดูสวยงาม นำค้นหา เข้ามาลองสวมใส่ มาแฉะชมถึงไม่ได้ซื้อหลายๆ ครั้ง มีสินค้าที่ตลใจทำให้จำนวนลูกค้าที่แวะมาร้านจากเดิม 20 ราย/เดือน เพิ่มขึ้นเป็น 40 ราย/เดือน ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้นและอยากมาเลือกซื้ออีก

2) โครงการยิ้มงาม รู้จักถามไถ่ ชูระสิ่งใด เต็มใจให้บริการ ผู้ศึกษาพบว่า จากการเตรียม ก่อนขาย ระหว่างขายและหลังขาย ทำให้จำนวนลูกค้าซื้อซ้ำ จากเดิม 10 ราย เป็น 30 ราย/เดือน, จำนวน Case ที่ให้คำแนะนำ จาก 5 เป็น 10 ราย/เดือน จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จาก 30 เป็น 70 ราย/เดือน หลังจากจัดทำโครงการขึ้นมา ลูกค้าแวะเข้ามาสอบถามและเลือกซื้อมากขึ้น มีปัญหาสามารถปรึกษาได้ตลอดเหมือนเป็นเพื่อนที่ดีต่อกัน มีการต้อนรับลูกค้าอย่างจริงใจ มีความกระตือรือร้น สนใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าประทับใจในการดูแลเอาใจใส่ ความตั้งใจและรอยยิ้ม เกิดการมาซื้อซ้ำและบอกต่อ ลดช่องว่างระหว่างแม่ค้ากับลูกค้า มีความเป็นกัลยาณมิตรที่ดี ดูแลเหมือนลูกค้าเหมือนแฟนตัวเอง

3) โครงการ REUSE ผู้ศึกษาพบว่า เป็นที่รู้จักของกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบกางเกงยีนส์ ลวดลายขาด ทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด ลูกค้านำกางเกงยีนส์ที่ไม่ใส่แล้วมาให้ทำ ลวดลายขาดมากขึ้น และผู้ทำลวดลายขาดได้พัฒนาฝีมือในการตัดแปลง ออกแบบให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

4) โครงการโลกทันสมัย ผู้ศึกษาพบว่า จากจำนวนลูกค้ามาแฉะชมที่ร้านและได้รับรู้จากการที่ลูกค้าเข้าไปดูเพจของร้าน มีลูกค้าสนใจ ตอบกลับหรือตอบสนองมาก ทั้งทางโทรศัพท์ มาแฉะชมร้านหรือเว็บไซต์ โดยวัดจากจำนวนแฟนเพจที่กดถูกใจ จากเดิม 1,500 โหล่น เพิ่มขึ้นมากกว่า 1,800 โหล่น ลูกค้ารู้จักร้านกางเกงยีนส์ขาดมากขึ้น ทั้งในจังหวัดขอนแก่นและต่างจังหวัด มีลูกค้า โทรเข้ามาสอบถามมากขึ้นและนำกางเกงยีนส์มาให้ทำลวดลายขาด รวมถึงได้รับข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าโดยตรงและสามารถแก้ปัญหาได้ทันถ่วงที รวดเร็ว และตรงกับความต้องการของลูกค้า

5) โครงการสร้างความมั่นใจประทับใจผู้สวมใส่ ผู้ศึกษาพบว่า เกิดการบอกต่ออย่างน้อย 1 ราย/เดือน ลูกค้าชอบการดูแลเอาใจใส่ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของแม่ค้า ใส่แล้วคุ้มค่าเพราะใส่ได้นาน ทนทานขาดยาก ใส่สบาย ไม่มีกลิ่นอับจากกางเกงยีนส์ สามารถนำกางเกงยีนส์มาเปลี่ยนได้ ไม่ว่าจะเป็นซิป กระดุม มีการรับประกันหลังการขาย มีการรีวิวให้ลูกค้าได้รับรู้ ทำให้มั่นใจมากขึ้น บอกวิธีการรักษากางเกงยีนส์ให้ใช้ได้ยาวนานๆ ลูกค้ามั่นใจในตัวสินค้าโดยการมีประกันหลังการขาย การบริการจัดส่ง การแก้ปัญหาได้รวดเร็วทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อ

3. ข้อเสนอแนะ

จากการวางแผนกลยุทธ์โดยใช้สุนทรียศาสตร์ (AI: Appreciative Inquiry) ในการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าสามารถนำไปใช้ได้กับทุกธุรกิจและเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

1. ในการสอบถามลูกค้าหรือสัมภาษณ์ลูกค้า ผู้สัมภาษณ์ควรสังเกตและถามลูกค้าว่ามีเวลามากน้อยเพียงใดในการให้ข้อมูล
2. ควรมีการอธิบายในคำถามในกรณีที่ไม่เข้าใจ หรือที่มาในการสัมภาษณ์ให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับทราบและถ้าลูกค้าตอบไม่ตรงหรือกว้างเกินไป ควรอธิบายให้ได้คำตอบที่ต้องการ
3. ในการสัมภาษณ์ไม่ควรพูดแทรกในขณะที่ลูกค้ากำลังพูด ควรเป็นผู้ฟังที่ดี
4. ผู้ศึกษาควรที่จะศึกษาในธุรกิจที่ตนเองสนใจหรือมีความรู้เป็นอย่างดี เพื่อที่จะตั้งคำถามและมีกำลังใจในการทำงานมากที่สุด

ข้อจำกัดด้านการศึกษา

ข้อจำกัดของเวลา ระยะเวลาในการศึกษาและสัมภาษณ์ที่จำกัด ซึ่งหากมีเวลาในการศึกษาที่นานขึ้นก็จะทำให้ได้รับประสบการณ์ด้านบวกที่เป็นจุดโดดเด่นและจุดรวมเพิ่มขึ้น

ข้อจำกัดด้านเนื้อหา ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาต้องทำการปรับหรือตัดบางส่วนของบทความของบทสัมภาษณ์ออกไป เพื่อให้มีความกระชับและสามารถตอบตรงตามวัตถุประสงค์ บางครั้งควรอธิบายให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและสามารถตอบได้ตรงคำถามมากขึ้น

ข้อจำกัดด้านการดำเนินกลยุทธ์และการประเมินผล ด้วยระยะเวลาที่จำกัดทำให้การดำเนินกลยุทธ์ยังไม่เต็มประสิทธิภาพนัก และการประเมินผลต้องประเมินผลในระยะเวลาที่กำหนด