

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียสาธกรณศึกษา

ร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

**THE DEVELOPMENT STRATEGIC MARKETING USING APPRECIATIVE
INQUIRY CASE STUDY FOY FISHING SHOP**

นางสาวรัชต์ สूरียเรืองกิจ

รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พ.ศ. 2559

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์การศึกษา
ร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

นางสาวทศดี สุริยเรืองกิจ

รายงานการศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการมหาวิทยาลัยขอนแก่น

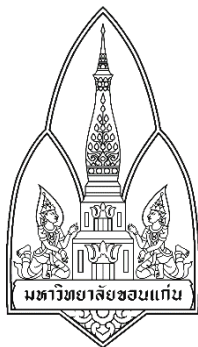
พ.ศ. 2559

**THE DEVELOPMENT STRATEGIC MARKETING USING APPRECIATIVE
INQUIRY CASE STUDY FOY FISHING SHOP**

MISS TRUSTEE SURIYARUANGKIT

**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 : การพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียสาธก
กรณีศึกษา ร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

ชื่อผู้ทำการศึกษาอิสระ : นางสาวทรีสดี สุริยเรืองกิจ

คณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระ

รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย	ประธานกรรมการ
ดร.อัครวิยะ อุปการกุล	กรรมการ
ดร. ภิญโญ รัตนพันธุ์	กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ:

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

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการรับรองแล้ว

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. วินิต ชินสุวรรณ)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ

ลิขสิทธิ์ของวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ชื่อการศึกษาอิสระ : การพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียสาธก
กรณีศึกษา ร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

ชื่อผู้ทำการศึกษาอิสระ : นางสาวพรสดี สุริยเรืองกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ :

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ภิญ โณ รัตนพันธุ์)

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาอิสระเรื่องการพัฒนาการตลาดโดยใช้สุนทรียสาธกกรณีศึกษา ร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากการค้นหาข้อมูลที่เป็นประสบการณ์เชิงบวกจากลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา และนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใชวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความความประทับใจแก่ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา โดยผู้เต็มใจร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองประสบการณ์ที่ดีมีทั้งหมด 40 คน ซึ่งยึดหลักการดำเนินงานตามทฤษฎีสุนทรียสาธกอย่างการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยคำถามเชิงบวกดึงเอาประสบการณ์ที่ดีของผู้ให้สัมภาษณ์ และการสังเกต

ทั้งนี้จากผลการศึกษาด้วยการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามทฤษฎีสัตว์สี่เท้าสี่ขายังทำให้ค้นพบปัจจัยหลักความต้องการของลูกค้าที่มีต่อร้านอุปกรณ์ตกปลาว่า การบริการด้วยคำแนะนำอย่างจริงใจ มีสินค้าความหลากหลายครบครัน รูปแบบการจัดร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ และการอำนวยความสะดวกเมื่อมีสินค้ามาใหม่ ทั้งหมดเป็นจุดร่วมที่ลูกค้ากล่าวถึงมากที่สุด พร้อมนำมาสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ 6 ประเด็น โดยนำผลที่ได้มาสร้างเป็น 2 กลยุทธ์ 6 โครงการในแผนการดำเนินงานระยะสั้นไปถึงแผนการดำเนินงานในระยะยาวเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ความประทับใจและเพิ่มยอดขายให้ทางร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

ดังนั้นการเพิ่มศักยภาพของทางร้านยังเป็นข้อได้เปรียบต่อคู่แข่งทางการตลาดด้วยเนื่องจากเดิมที่เคยปรับตัวตามคู่แข่ง แต่เมื่อได้เปลี่ยนวิธีการคิดอย่างการนำประสบการณ์ที่ดีมาปรับเปลี่ยนตัวการดำเนินงาน ส่งผลให้คู่แข่งไม่สามารถปรับกลยุทธ์ได้ทันเช่นกัน

Independent Study Title : The Development Strategic Marketing Using Appreciative
Inquiry Case Study Foy Fishing Shop

Author's Name : Miss Trustee Suriyaruangkit

Independent Study Advisor:

..... Advisor
(Dr. Pinyo Rattanaphan)

ABSTRACT

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

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

Therefore, the result increases not only the shop's effectiveness but also the marketing competitiveness. The previous strategy such as adjustment following the competitors will be replaced by the new strategy applied from the customers' positive experience

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยใช้
สุนทรียศาสตร์ กรณศึกษา ร้านฟอยอุปกรณ์ดกปลา จังหวัดมหาสารคาม ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจาก
ความกรุณาของ ดร.ภิญโญ รัตนพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำแนวทางในการศึกษารวมถึง
ให้ข้อเสนอแนะความรู้ที่มีประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานการศึกษอิสระจนสามารถเสร็จสมบูรณ์
ตลอดจนกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ให้ ข้อมูล ความรู้ประสบการณ์ที่ดีจนกระทั่งสำเร็จเป็นรายงาน
การศึกษอิสระอย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณอาจารย์จากหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย
บัณฑิตศึกษาการจัดการ (MBA) มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้
ต่างๆ จนส่งผลให้ข้าพเจ้ามีองค์ความรู้ทำการศึกษาได้อย่างสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณ
เจ้าหน้าที่ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลา
การศึกษา

ขอขอบคุณ คุณเวชาพัฒน์ พุ่มนะสุวรรณ และคุณธนวัฒน์ ไตรรัตนศิริชัย ที่คอยให้
คำปรึกษา พร้อมกับเพื่อนร่วมรุ่น MBA ที่คอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจให้กัน

ท้ายสุดนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและสมาชิกในครอบครัวผู้ที่ให้โอกาสทางการ
ศึกษา คอยผลักดันให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กับผู้ศึกษามาโดยตลอด

ทรัสดี สุริยเรืองกิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
3. ขอบเขตการศึกษา	4
4. นิยามศัพท์เฉพาะ	4
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
1. ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)	6
2. ทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ	9
3. ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	12
4. จุดพลิกผัน (The Tipping Point)	16
5. กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)	18
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
7. กรอบแนวคิด	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการและแนวทางการศึกษา	25
1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า หรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา	25
2. การนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใช้อย่างแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแก่ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ เชิงบวกของลูกค้า ร้านอุปกรณ์ตกปลา	30
2. การนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา	48
3. การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา	63
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	65
1. บทสรุปจากการดำเนินงานการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry:AI)	65
2. บทสรุปการวางแผนกลยุทธ์	66
2. ข้อเสนอแนะและแนวทางที่จะศึกษาต่อไปของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา	67
เอกสารอ้างอิง	68
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก ผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีตัวสี่ทิศ	71
ภาคผนวก ข ผลจากการสัมภาษณ์ซ้ำหลังปรับใช้กลยุทธ์	89
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)	30
ตารางที่ 2	ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของ กระต๊อง	33
ตารางที่ 3	ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของ นกอินทรี	34
ตารางที่ 4	ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของหมี	35
ตารางที่ 5	ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของหนู	35
ตารางที่ 6	จุดร่วมจากการสัมภาษณ์ร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบ	42
ตารางที่ 7	จุดร่วมจากการสัมภาษณ์รู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบได้อย่างไร	42
ตารางที่ 8	จุดร่วมจากการสัมภาษณ์ร้านที่คุณชื่นชอบมีข้อดีอย่างไร	43
ตารางที่ 9	จุดร่วมจากการสัมภาษณ์รู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่คุณชื่นชอบ มีข้อแตกต่างจากร้านอื่นหรือไม่อย่างไร	44

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1	การค้นพบ IKIGAI ความหมายและคุณค่าของชีวิต
ภาพที่ 2	วงจรของสุนทรียศาสตร์
ภาพที่ 3	สัตว์สี่ทิศ
ภาพที่ 4	ปิรามิดแห่งความภักดี
ภาพที่ 5	กฎของคนกลุ่มน้อย
ภาพที่ 6	กรอบแนวคิดในการศึกษา
ภาพที่ 7	กำหนดจุดยืนของร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา
ภาพที่ 8	เปรียบเทียบยอดขายของร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา พ.ศ.2557-2558
ภาพที่ 9	ปัจจัยความต้องการหลักของกลุ่มลูกค้าตามลักษณะนิสัยทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ
ภาพที่ 10	แผนที่แสดงที่ตั้งร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา
ภาพที่ 11	เพจร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา
ภาพที่ 12	แสดงยอดขายของร้านฟอย

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันที่สูงมาก ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความตึงเครียดและสภาวะความกดดันทางสังคมทำให้ผู้คนแสวงหาแนวทาง หรือกิจกรรมในการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ทำให้เกิดกิจกรรมหลายๆอย่างเกิดขึ้นมาเพื่อรองรับการพักผ่อนที่หลากหลายรูปแบบ โดยการตกปลาเป็นกิจกรรมการพักผ่อนรูปแบบหนึ่งที่ถือได้ว่าเป็นกีฬาที่เหมาะสมสำหรับออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด การตกปลาเป็นกิจกรรมทางเลิอกหนึ่งที่เล่นได้ทุกเพศทุกวัย จัดเป็นเกมกีฬาการแข่งขันและเป็นกิจกรรมเพื่อการนันทนาการ เกิดความสามัคคี สร้างทักษะและสมาธิได้เป็นอย่างดี ผู้เล่นได้ความเพลิดเพลิน สนุกสนานและได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ชัยรัตน์ โมนัยพงษ์ (2557) กล่าวว่า ประเทศไทยมีการก่อตั้งชมรมกีฬาตกปลา เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2520 โดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Game Fishing Club มีกิจกรรมจัดแข่งขันตกปลาครั้งแรก 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2521 จนถึงปี พ.ศ. 2524 ต่อมากรรมการชมรมจึงมีมติให้จดทะเบียนเป็นสมาคม โดยใช้ชื่อใหม่ว่า สมาคมกีฬาตกปลาแห่งประเทศไทย (Thailand Game Fishing Association) และเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาเป็นประธานในการประชุมคณะกรรมการกีฬาแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 5/2558 ให้ความเห็นร่างประกาศคณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย เรื่องกำหนดชนิดกีฬาที่สามารถขอจดทะเบียนจัดตั้งสมาคมกีฬา เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติเกี่ยวกับการขอจดทะเบียนจัดตั้งสมาคมกีฬาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2558 มาตรา 52 “ให้คณะกรรมการประกาศกำหนดชนิดกีฬาที่สามารถขอจดทะเบียนจัดตั้งสมาคมกีฬาได้ตามพระราชบัญญัติ” โดยขณะนี้ มี จำนวน 72 ชนิดกีฬา ซึ่งหนึ่งในกีฬาที่ถูกบัญญัติคือ กีฬาตกปลา

จากการได้รับความยอมรับทางสังคม ปัจจุบันกีฬาตกปลาจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของกีฬาพักผ่อน ส่งผลให้ธุรกิจร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลามีจำนวนมากขึ้น โดยจังหวัดมหาสารคามยังได้รับโอกาสและแนวโน้มที่จะทำให้อุตสาหกรรมเติบโตได้ด้วยอีกหลายปัจจัยด้วย ทั้งจากข้อมูลประกอบการลงทุนที่เข้ามาส่งผลให้เศรษฐกิจของเมืองมหาสารคามเติบโตขึ้น และจากรายงานสำนักงานสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดมหาสารคาม (Gross Provincial Product Of Mahasarakham) โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) พบว่าจังหวัดมหาสารคาม ณ ราคาประจำปีมีมูลค่า

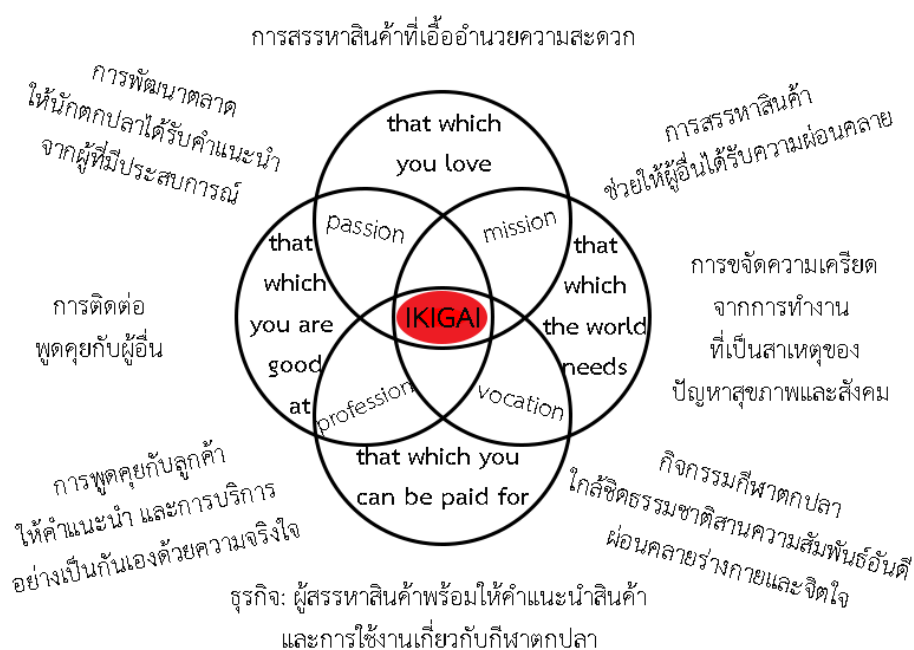
เท่ากับ 59,038 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 55,493 ล้านบาท ในปี 2556 เท่ากับ 3,545 ล้านบาทสภาพเศรษฐกิจค้าปลีกที่ดีขึ้นแล้วยังมีปัจจัยจากสภาพแวดล้อมที่เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในทิศทางที่ดีขึ้นด้วย โดยมีข้อมูลจากสำนักงานประมง จังหวัดมหาสารคามพบว่า มีแหล่งน้ำทั้งหมด 2,150 แห่ง นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงปลาในสระน้ำเพื่อการเกษตรในไร่นา และเพื่อแก้ปัญหาจากภัยธรรมชาติสำนักงานจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด จึงวางแผนให้มีการขุดสระน้ำเพิ่มขึ้น และปรับปรุงสระน้ำที่มีอยู่เดิมให้สามารถใช้งานได้ดี ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มพื้นที่กักเก็บน้ำแล้วยังสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการเลี้ยงสัตว์น้ำได้อีกด้วย เนื่องจากจังหวัดมหาสารคามตั้งอยู่ในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำชี มีแม่น้ำชีเป็นแม่น้ำสายหลักหรือถือเป็นหมายดกปลาธรรมชาติที่ได้รับความนิยม เห็นได้จากสภาพแวดล้อมและนโยบายการส่งเสริมแผนพัฒนาจังหวัดมหาสารคาม ปี พ.ศ. 2558 - 2561 หรือการเปิดบ่อตกปลาของผู้ประกอบการรายอื่นก็แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ดีต่อการแสวงหาผลกำไรของผู้ประกอบการร้านอุปกรณ์ตกปลา

จากข้อมูลข้างต้นส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอุปกรณ์ตกปลาในจังหวัดมหาสารคามมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบการทางตรงและทางอ้อม ซึ่งถือเป็นคู่แข่งทางการตลาดของทางร้าน ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของทางร้านลดลง สินค้าคงเหลือเพิ่มมากขึ้น และจากการสังเกตพบว่าธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งมาจากการวางแผนการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาจึงคิดหาวิธีที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยวิธีการปรับแนวคิดให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด โดยการพัฒนาแนวคิดและวางแผนกลยุทธ์สร้างความประทับใจให้เกิดการขยายพฤติกรรมเชิงบวกของพนักงานและผู้ประกอบการให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงก็นำแนวคิดอย่าง IKIGAI มาเป็นหลักในการสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถทำให้ผู้ที่ค้นพบเจอซึ่งความหมายและคุณค่าของชีวิต ทำให้มีความสุขกับทุกนาทีที่มีชีวิต โดยผู้ศึกษาเริ่มต้นจากสิ่งที่รักหรือเรื่องราวที่มีความสุขเมื่อได้ทำคือ การสรรหาสิ่งของใหม่ๆ ที่ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกสบายให้กับครอบครัวและผู้อื่น หรือแม้แต่การสรรหาสินค้าใหม่ๆ ที่ได้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในด้านนั้นๆ ให้แก่ครอบครัว สิ่งที่ได้ดีคือ การติดต่อพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ทางบ้านนิยมมอบหมายให้ทำเป็นประจำ และสิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลกใบนี้ผู้ศึกษาพบว่าความเครียดจากการทำงานมีส่วนให้ผู้คนจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ทั้งทางสุขภาพและสังคม โดยจากการสำรวจของสำมะโนประชากร ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ข้อมูลว่าร้อยละ 68 ของนักตกปลาให้เหตุผลที่เขาออกไปตกปลาคือ เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดของชีวิต เหตุผลที่สองร้อยละ 51 คือสามารถปลีกตัวจากความกดดันของงานได้ (สิทธิชัย หวังอยู่สุข, 2556) โดยจากการทำงานยังส่งผลกระทบให้เกิดภาวะความเครียดต่อบุคคล

การทำงานหนักที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจแล้ว ก็พาดกปลายังเป็นกีฬาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชายได้เป็นอย่างดีอีกเช่นกัน เนื่องจากฮอร์โมนเทสโทสเตอโรน (Testosterone) ที่ร่างกายจะผลิตฮอร์โมนเพศออกมาได้ทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งถือเป็นฮอร์โมนที่มีความสำคัญต่อเพศชายเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความชัดเจนระหว่างเพศ John Gray (2540) กล่าวว่านอกจากมีส่วนกระตุ้นในด้านรูปร่างแล้วยังมีส่วนช่วยทำให้ผู้ชายแสดงนิสัยที่ซ่อนอยู่ออกมา เช่น นิสัยการชอบแข่งขัน การชอบเอาชนะ รักสนุก ชอบความท้าทาย ชอบอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับวิกฤตได้แก้ไขปัญหาคือเป็นวีรบุรุษ และยังครอบคลุมถึงการหาเวลาว่างในการพักผ่อนต่อตนเองหรือแม้กระทั่งครอบครัว ซึ่งเมื่อกล่าวถึงกีฬาพาดกปลาก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สร้างรายได้ให้กับผู้ศึกษาได้ด้วย

ผนวกกับการค้นพบสมมูลระหว่าง4สิ่งยังนำมาใช้เป็นแรงผลักดันในการใช้ชีวิตเพื่อทำสิ่งที่หลงใหล (Passion) คือ การสรรหาสินค้าใหม่ๆ โดยการค้นหาด้วยตนเองและจากการพูดคุยกับผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญซึ่งสามารถนำพฤติกรรมนี้ไปพัฒนาต่อยอดต่อการตลาดที่จะใช้ในการพัฒนาสินค้าและการบริการทำให้คนในวงการตกปลาได้รับคำแนะนำอย่างจริงจังจากผู้ที่มีประสบการณ์โดยสิ่งที่มีความสุขเมื่อได้ทำและเป็นประโยชน์ต่อ โลก (Mission) คือ การสรรหาสินค้าดีๆ มาช่วยให้ผู้อื่นที่กำลังประสบปัญหาความตึงเครียดได้มาผ่อนคลายหาความสุขในกิจกรรมกีฬาตกปลา ตรงกับ (Vocation) ที่จะทำให้อะไรที่เป็นประโยชน์ต่อโลกและสร้างรายได้ให้กับเราได้ด้วยการทำในสิ่งที่ตนชื่นชอบแล้วแต่ทำให้มีความสุข การทำในสิ่งที่เราทำได้คืออย่าง (Profession) โดยประกอบอาชีพเป็น ผู้สรรหาสินค้าพร้อมให้คำแนะนำสินค้าและการใช้งานเกี่ยวกับกีฬาตกปลา



ภาพที่ 1 การค้นพบ IKIGAI ความหมายและคุณค่าของชีวิต

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสถานการณ์ธุรกิจที่เกิดจากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

2.2 เพื่อนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการตลาดแก่ร้านพอยอุปกรณ์ตกปลา

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยมาใช้บริการกับร้านอุปกรณ์ตกปลา จำนวน 40 คน

3.2 ขอบเขตการศึกษาด้านสถานที่ กำหนดการศึกษาในเขตจังหวัดมหาสารคาม

3.3 ขอบเขตการศึกษาด้านระยะเวลา เริ่มศึกษาทฤษฎี เสนอเค้าโครง ค้นหาแนวทางเก็บข้อมูล และลงมือปฏิบัติสรุปผล ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2559

3.4 ขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา ทฤษฎีที่นำมาใช้ศึกษาหลัก คือ ทฤษฎีสุนทรียสาธกด้วยวงจรของสุนทรียสาธก (AI: 4D) และนำทฤษฎีหรือแนวคิดมาร่วมใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างกลยุทธ์พัฒนาแผนงานทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ จุดพลิกผัน และปิรามิดแห่งความภักดี ส่วนแล้วเป็นเครื่องมือที่สร้างสรรค์เหมาะแก่การสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจ

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

4.1 หมายตกปลาหมายถึง สถานที่เหมาะแก่กีฬาตกปลา หรือเรียกว่า วังปลา ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่างที่สามารถทำให้พันธุ์ปลาอยู่อาศัยได้ โดยส่วนหนึ่งมาจากสภาพน้ำ น้ำจืด น้ำทะเล หรือแม้แต่ น้ำกร่อย ขึ้นอยู่กับสภาพพันธุ์ปลาและแหล่งอาหารที่จะสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างแตกต่างกัน

4.2 IKIGAI ในภาษาญี่ปุ่นหมายถึง เหตุผลของการมีชีวิตอยู่หรือสิ่งที่ทำให้เราอยากตื่นขึ้นมาในทุกๆเช้าคนญี่ปุ่นเชื่อว่าทุกคนมี IKIGAI เป็นของตัวเอง ผู้ที่ค้นพบจะเจอความหมายและคุณค่าของชีวิต ทำให้มีความสุขกับทุกนาทีที่มีชีวิตอยู่มากขึ้น ทำให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขด้วยสมดุลทั้ง 4 สิ่งคือสิ่งที่คุณรักหรือมีความสุขที่ได้ทำ สิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลกใบนี้ สิ่งที่สามารถสร้างรายได้ และสิ่งที่เราทำได้ดี โดยคำตอบที่ได้จะนำพามาซึ่งการค้นพบในขั้นถัดมาคือสิ่งที่เราทำได้ดีและมีความสุขที่ได้ทำ (Passion) หรือความหลงใหล เรียบเรียงหาสิ่งที่คุณมีความสุขมากที่สุดที่ได้ทำ และมีประโยชน์ต่อโลกใบนี้ (Mission) สำนวจะอะไรคือสิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลกใบนี้และก็สามารถสร้างรายได้ให้ตัวเราด้วย (Vocation) และอะไรคือสิ่งที่เราทำได้ดีแล้วก็สร้างรายได้ให้กับเรา (Profession) สุดท้ายคือการได้ค้นพบ IKIGAI ที่จะทำให้คุณรู้สึกมีคุณค่ากับสิ่งที่ทำไปตลอดชีวิต

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ได้ทราบข้อมูลความต้องการที่แท้จริงจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวกที่เข้ารับบริการจากร้านที่ทำการศึกษหรือแม้แต่ว่าร้านอื่นๆที่สามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ เพื่อนำไปวางแผนและพัฒนาขยายผลให้เป็นกลยุทธ์สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

5.2 ร้านฟอย อุปกรณ์ตกแต่งมียอดขายเพิ่มมากขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าและการบริการต่างๆเกี่ยวกับกีฬาคาโรตปลา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการและแนวทางการศึกษา

การศึกษาอิสระเรื่องการพัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า กรณีศึกษาร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาโดยการดำเนินงานเริ่มจากการการพูดคุยกับผู้มีส่วนร่วมที่เต็มใจให้สัมภาษณ์เพื่อทราบประสบการณ์ความประทับใจ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้เป็นวิธีการเก็บข้อมูลด้วย โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า หรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

1.1 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้มีส่วนร่วมที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลามีทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไปซึ่งส่วนมากเน้นที่ลูกค้าประจำ โดยมีจำนวน 40 คน ซึ่งวิธีการตั้งคำถามเป็นการใช้ชุดคำถามเชิงบวกเพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวกในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับการขอความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยความเต็มใจที่อยากแบ่งปันประสบการณ์ที่ดีซึ่งกันและกัน

1.2 ประเภทข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้สัมภาษณ์เตรียมคำถามไว้แล้วส่วนหนึ่งแล้วใช้วิธีการสนทนาซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อค้นหาประสบการณ์ด้านบวก โดยผู้สัมภาษณ์ต้องพยายามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกผ่อนคลายเสมือนเป็นการชวนคุยกันอย่างเป็นกันเอง

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาผู้ศึกษาได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการแบ่งลักษณะกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการต่อร้านอุปกรณ์ตกปลา เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้ต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

1.3.1 กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)

1.3.2 ทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ

1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสังเกต (Observation) การสังเกตการณ์เป็นเทคนิคการรวบรวมข้อมูลการวิจัยอย่างหนึ่ง ที่ผู้สังเกตการณ์ต้องก่อนเฝ้าดูปรากฏการณ์ต่างๆ

เพื่อให้เข้าใจลักษณะธรรมชาติและความเกี่ยวข้องระหว่างองค์ประกอบต่างๆของเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์

การสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากันอย่างมีเป้าหมาย ระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงโดยการสัมภาษณ์จะมุ่งเน้นคำถามเชิงบวกที่จะดึงความสร้างสรรค์และความประทับใจที่ดีต่อร้าน อุปกรณ์ตกปลาให้ได้มากที่สุด ตามขั้นตอนดังนี้

1.4.1 อะไร (What) การดำเนินการตั้งคำถามที่เกี่ยวกับการรับบริการของทางร้าน และตั้งคำถามเกี่ยวกับร้านอุปกรณ์ตกปลาทั่วไปที่ทำให้เกิดประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย

1.4.2 เมื่อไหร่ (When) การดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เมื่อมีช่วงจังหวะเวลาที่เหมาะสม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ขอเวลาว่างกับผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยความเต็มใจ ที่ต้องการให้ข้อมูลแก่ผู้สัมภาษณ์ โดยสถานการณ์ที่เกิดขึ้นต้องไม่กีดกันกันระหว่างสองฝ่าย ไม่เร่งรีบหรืออยู่ในสถานการณ์ที่ผ่อนคลาย สามารถให้เวลาแก่การพูดคุยได้

1.4.3 ใคร (Who) ผู้ศึกษาเป็นผู้ตั้งคำถามเองเกี่ยวกับการหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้าน หรือแม้กระทั่งการมีประสบการณ์เชิงบวกที่ได้รับจากร้านอื่นด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการต่อใช้ประโยชน์ต่อการประมวลผลขั้นต่อไป

1.4.4 กลุ่มเป้าหมาย (Whom) สัมภาษณ์ผู้ที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

1.4.5 ที่ไหน (Where) สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบต่อหน้าในสถานที่ประกอบการ

1.4.6 อย่างไร (How) การตั้งคำถามแบบสุ่มทฤษฎีสารก เป็นการจัดคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวกในรูปแบบไม่เป็นทางการถึงโครงสร้าง ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งคำถามเป็นชุดคำถามสำหรับบุคคลทั่วไปหรือลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลาคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด โดยคำถามมีลักษณะที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ตามประสบการณ์เชิงบวกที่ได้รับอย่างอิสระ ซึ่งคำถามได้มาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา มีหัวข้อคำถามลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลาค้างต่อไปนี้

(1) คุณเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบหรือไม่ และอยากให้ฉันช่วยเหลือประสบการณ์ความประทับใจที่ใช้บริการจนอยากบอกต่อให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ

(2) คุณรู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลานั้นได้อย่างไร

(3) ร้านอุปกรณ์ตกปลา ที่คุณชื่นชอบมีข้อดีอย่างไรและมีเหตุผลอะไรที่จะสามารถดึงดูดให้คุณกลับมา ซ้ำซ้ำได้อีกถ้าลูกค้าชื่นชอบที่สินค้าผู้ศึกษาต้องหาเหตุผลที่ทำให้ลูกค้า

ชื่นชอบและความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร อธิบาย [การจัดสินค้า/รูปแบบร้าน/ความหลากหลายของสินค้า/ความสดใหม่/แปลกใหม่/คำแนะนำสินค้า] ถ้าลูกค้าชื่นชอบที่การบริการผู้ศึกษาต้องหาเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบและมีความแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไร อธิบาย [ประกันหลังการขาย/แนะนำวิธีใช้งาน/ช่างประจำร้าน/ช่องทางการจัดจำหน่าย]

1.5 การดำเนินการศึกษา

1.5.1 กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ของทางร้าน โดยผู้ศึกษาได้นำกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis) มีขั้นตอนการดำเนินงานโดยการวิเคราะห์หาจุดแข็งจากทรัพยากรหรือสิ่งที่ดีที่สุดที่เกิดขึ้นในธุรกิจ หาโอกาสที่เป็นไปได้ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ หาแรงบันดาลใจจากสิ่งดีๆที่ต้องการอยากให้เกิดขึ้นในธุรกิจในอนาคต และสุดท้ายผลที่คาดว่าจะได้รับเป็นผลลัพธ์ที่ผู้ศึกษาอยากเห็นซึ่งต้องสามารถวัดผลออกมาเป็นรูปธรรมได้ด้วย

1.5.2 การค้นหา (Discovery)

การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยทฤษฎีสัตว์สี่เท้าศึกษาหลังการสัมภาษณ์ให้ทราบถึงบุคลิกลักษณะของบุคคลแต่ละประเภทเพื่อการสร้างกลยุทธ์ให้เกิดความเหมาะสมและความประทับใจสูงสุด

2. การนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใชวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความประทับใจแก่ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้นำเอาเครื่องมือทางสุนทรียสาธกมาประยุกต์ใช้เพื่อหากลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีเครื่องมือดังนี้

- (1) สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)
- (2) จุดพลิกผัน (The Tipping Point)
- (3) พีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid)

2.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.1 การสังเกตการณ์ (Observation) การสังเกตโดยตรงจากปฏิกิริยา ท่าทาง หรือเหตุการณ์ปรากฏการณ์จากกลุ่มตัวอย่างหรือบุคคลที่เข้ามาใช้บริการกับทางร้านอุปกรณ์ตกปลา

2.2.2 การสัมภาษณ์ซ้ำ (Repeated Interview) เป็นเครื่องมือการศึกษาแบบการศึกษาซ้ำ จึงต้องมีการสัมภาษณ์ซ้ำเป็นครั้งที่สอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลง หรือ

ติดตามผลที่เกิดขึ้นควบคู่กับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างเดิมเมื่อร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาปรับใช้กลยุทธ์

- (1) คุณประทับใจร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาในเรื่องของอะไรหลังจากทางร้านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานและการนำเสนอสินค้า
- (2) คุณช่วยอธิบายความชื่นชอบหลังทางร้านปรับกระบวนการทำงานของทางร้านด้วยค่ะ

2.3 การดำเนินการศึกษา

การวาดฝัน (Dream)

การศึกษาคครั้งนี้ผู้ศึกษาวาดฝันถึงการพัฒนากลยุทธ์การตลาด โดยการกำหนดควิสัยทัศน์ขององค์กรด้วยการตั้งคำถามถึงความฝันของธุรกิจในอนาคต และการนำเอาจุดพลิกผัน (The Tipping Point) มาใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาเพื่อนำมาปฏิบัติให้เป็นไปได้จริง

การออกแบบ (Design)

การออกแบบและวางแผนกลยุทธ์ด้วยการดำเนินงานทำสิ่งที่วาดฝันไว้นั้นให้เป็นจริง โดยการมองหาประเด็นที่สำคัญและหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมที่ได้จากการค้นพบ และนำมาพิจารณาทรัพยากรต่างๆของร้านที่มีอยู่ถึงขีดความสามารถในการดำเนินงานและนำกลยุทธ์ที่วางแผนไว้ไปสู่การปฏิบัติได้จริง เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับทางร้านได้อย่างคุ้มค่าที่สุดจึงนำทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) หรือเรียกว่า Loyalty Pyramid มาใช้ในสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดการสร้างฐานลูกค้าใหม่ประกอบกับการส่งเสริมฐานลูกค้าเดิมให้ดียิ่งขึ้น

การมอบหมายงาน (Destiny)

การมอบอำนาจให้ผู้รับผิดชอบ เพื่อนำแผนงานที่ได้ไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติ โดยการพิจารณาจากความสามารถและคุณลักษณะเฉพาะตัวของพนักงานแต่ละคน แล้วจัดการมอบหมายงานเพื่อให้เกิดขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนงานที่ได้วางแผนไว้ เมื่อได้ผลจึงนำข้อมูลไปขยายผลภายใต้การควบคุมและการประเมินผลต่อไป การมอบหมายงานยังถือเป็นการสนับสนุนและผลักดันให้กลยุทธ์ที่วางแผนไว้ได้นำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ภายใต้การจัดสรรทรัพยากรของทางร้าน ซึ่งการวางตำแหน่งงานให้เหมาะสมกับพนักงานในร้านก็ถือเป็นการจัดสรรทรัพยากรอย่างหนึ่งที่ไม่สิ้นเปลืองและไม่ซับซ้อนหากผู้ประกอบการสามารถใช้บุคลากรให้เหมาะสมกับงาน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาการพัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์กรณีศึกษาร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจโดยใช้กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ประสบการณ์เชิงบวกของกลุ่มตัวอย่าง นำมาวางแผนกลยุทธ์

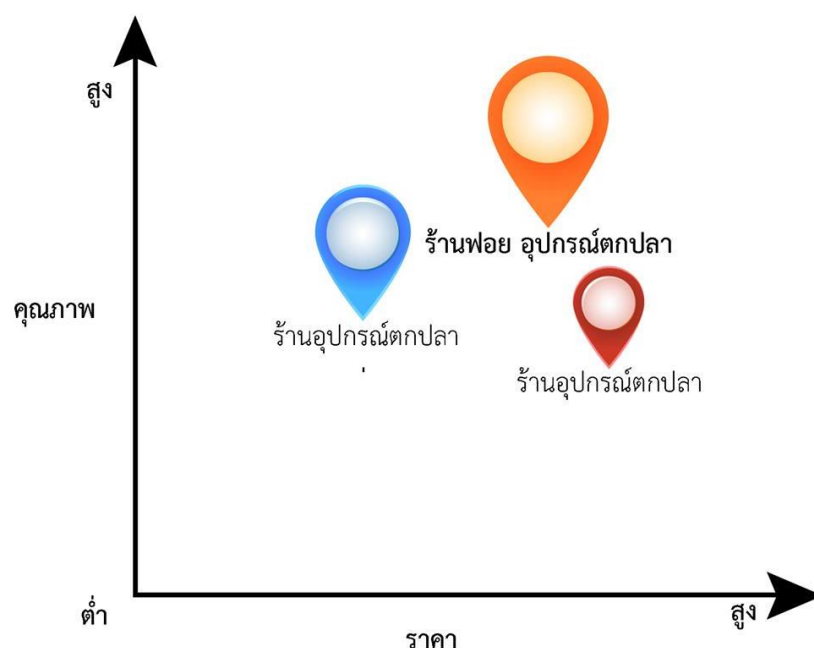
1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า ร้านอุปกรณ์ตกปลา

1.1 กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)

ผู้ศึกษานำเอากระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจมาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ โดยผู้ศึกษาได้ผลการพิจารณาภาพรวมของธุรกิจ เริ่มจากประวัติความเป็นมาและลักษณะธุรกิจของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาที่เป็นร้านจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาตกปลาเฉพาะทางร้านแรกของจังหวัดมหาสารคาม ธุรกิจกำเนิดขึ้นจากความชื่นชอบหลงใหลในกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาตกปลาของเจ้าของร้าน แต่ในช่วงขณะนั้น เมืองมหาสารคามยังไม่มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาเฉพาะทางมีเพียงร้านจำหน่ายอุปกรณ์การกีฬาทั่วไปที่ไม่สามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ถึงวิธีการใช้งาน เจ้าของธุรกิจจึงเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจด้วยความถนัดและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการตกปลาทั้งจากประสบการณ์ที่สะสมมานานและการพูดคุยศึกษาจากผู้รู้ในวงการตกปลา จึงมุ่งมั่นที่จะเปิดร้านจำหน่ายอุปกรณ์การกีฬาตกปลาที่สามารถให้น่าแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้ที่ต้องการเรียนรู้กีฬาตกปลา รวมถึงผู้ที่ต้องการอุปกรณ์ตกปลาในท้องถิ่นหรือละแวกจังหวัดใกล้เคียงด้วย จากการที่ผู้ศึกษาเป็นคนชื่นชอบการตกปลาจึงสามารถเลือกสรรสิ่งของที่เหมาะแก่การกีฬาตกปลาได้ไม่ยาก และด้วยคำแนะนำที่มาจากประสบการณ์ตรงที่เกิดขึ้นจริง ส่งผลให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจเมื่อนำคำแนะนำที่ได้จากเจ้าของร้านไปแก้ไขปัญหาหรือแม้แต่ลูกค้าที่เขามาติดต่อทำการค้าด้วยก็พึงพอใจเมื่อทราบว่าเจ้าของร้านมีความรู้ด้านการกีฬาตกปลา เนื่องจากการซื้อขายสินค้ามีความสะดวกขึ้นเมื่ออธิบายถึงการใช้งาน

ประกอบกับการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา คือ กลุ่มลูกค้าเน้นความสัมพันธ์ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการระหว่างการขายหรือแม้แต่บริการหลังการขาย อย่างไม่กังวลด้านราคาหากเกิดความพึงพอใจ โดยลูกค้าของทางร้านส่วนหนึ่งยังต้องการคำแนะนำจากผู้ที่มีประสบการณ์เพราะกีฬาการตกปลา

ไม่สามารถถ่ายทอดผ่านคำราได้ แม้มีการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรแล้วก็ตาม เพราะกีฬาการตกปลาคือศาสตร์แห่งการปฏิบัติไม่ใช่ข้อมูลทางทฤษฎีจึงต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากผู้ที่มีการประสบการณ์ให้เกิดความเข้าใจได้ดีที่สุด ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา เป็นร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาที่มีสินค้าคุณภาพดี หลากหลายครบครันถือได้ว่ามาร้านเดียวสามารถได้ของครบพร้อมตกปลาได้เลย มีบริการอย่างเป็นกันเอง และพร้อมให้คำแนะนำสินค้าได้ทุกชนิดเมื่อลูกค้าเกิดข้อสงสัยหรือแม้แต่ลูกค้ามีข้อสงสัยพบปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์คันเบ็ดและรอกก็สามารถนำสินค้าเข้ารับการตรวจสอบสภาพได้ทันทีเนื่องจากทางร้านมีช่างที่มีประสบการณ์คอยให้คำแนะนำชี้แจง จึงกำหนดจุดยืนของร้านในระดับคุณภาพสูงเมื่อเทียบกับร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาภายในจังหวัดเดียวกัน แล้วด้วยราคาที่ไม่แตกต่างกันจัดว่าร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา อยู่ในระดับราคากลางเช่นกัน ดังรูปภาพที่ 7 ที่แสดงต่อไปนี้



ภาพที่ 7 แสดงการกำหนดจุดยืนของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

ทั้งนี้ในปัจจุบันการดำเนินการจัดการของทางร้านที่เน้นสรรหาสินค้าที่ดี มีคุณภาพให้เหมาะแก่การตกปลาหลากหลายรูปแบบ การจัดรูปแบบร้านให้ง่ายต่อการเลือกชมสินค้า ดูแลใส่ใจสินค้าหลังการขายและการบริการอย่างเป็นกันเอง สามารถให้คำแนะนำไขข้อสงสัยแก่ลูกค้า ได้กลายเป็นจุดแข็งของธุรกิจ จึงสามารถวิเคราะห์กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis) ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ (SOAR Analysis)

	ภายในองค์กร (Internal)	ภายนอกองค์กร (External)
	จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
ปัจจุบัน (Present)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริการดี เป็นกันเอง 2. ผู้ประกอบการซื้อชอปปิงขาดกปลาจึงมีความรู้จากประสบการณ์ 3. สินค้าหลากหลายครอบคลุมการใช้งาน 4. การจัดสินค้าอย่างเป็นระเบียบจับต้องได้ง่าย 5. บริการดูแลหลังการขายเป็นศูนย์รับซ่อมคันเบ็ดและรอก 6. สถานที่ตั้งร้านโดดเด่น ตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญของจังหวัดมหาสารคาม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. จังหวัดมหาสารคามมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สมบูรณ์หลายแห่ง 2. จังหวัดมหาสารคามเป็นเมืองการศึกษา จึงมีประชากรเข้าออกหมุนเวียนจำนวนมากโดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มีเวลาว่างและต้องการเรียนรู้ทักษะด้านกีฬาตกปลา 3. การติดต่อซื้อขายกับหลากหลายบริษัทส่งผลดีต่อความหลากหลายของสินค้าทางร้าน
อนาคต (Future)	แรงบันดาลใจ (Aspirations)	ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Results)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้นำธุรกิจทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์กีฬาตกปลาที่ดีที่สุด ในจังหวัดมหาสารคาม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ยอดขายทางร้านเพิ่มขึ้น ร้อยละ 60 ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ.2559 2. จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 50

จากตารางที่ 1 ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์ความประทับใจโดยภาพรวมผู้ศึกษาพบว่าจุดแข็งของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา คือ การบริการดี อธิยาศยดี พุดคุยอย่างเป็นกันเองสามารถให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าได้ด้วยข้อมูลความรู้ที่สะสมและประสบการณ์ของผู้ประกอบการ จนส่งผลให้ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการตกปลาทั้งในจังหวัดหรือแม้แต่

ต่างจังหวัดก็ตาม แม้กระทั่งความคิดเห็นลูกค้าก็แสดงให้เห็นถึงศักยภาพการทำงานที่ทางร้านควรพัฒนาและเพิ่มเติมให้ดีกว่าเดิมด้วย

ดังนั้นนอกจากจำหน่ายแล้ว ทางร้านยังยกระดับเป็นศูนย์ซ่อมของตราสินค้าต่างๆ อาทิ Abu Garcia Banax และ VIVA โดยทางร้านมีช่างชำนาญการคอยให้การดูแล เมื่อผู้ศึกษาวิเคราะห์ถึงจุดแข็งของทางร้านแล้วยังพบช่องว่างที่สามารถสร้างโอกาสการเพิ่มยอดขายและสร้างความประทับใจเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนถึงขั้นบอกต่อได้ไม่ยาก หากนำจุดแข็งไปพัฒนาต่อยอดควบคู่กับโอกาสรอบด้านที่มีอยู่แล้วผลักดันทำให้เกิดแผนกลยุทธ์ต่อไป

1.2 การค้นพบ (Discovery)

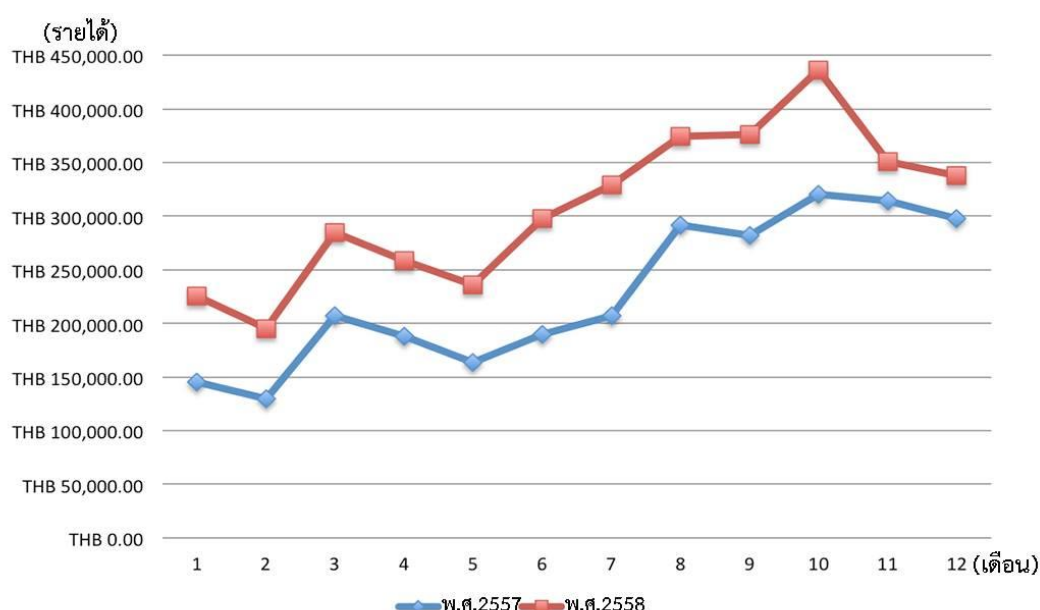
จากการสังเกตกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับทางร้าน ได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มข้าราชการ และกลุ่มผู้ประกอบการส่วนตัว โดยแต่ละกลุ่มมีช่วงเวลาการเข้ารับบริการที่แตกต่างกัน

กลุ่มนักเรียน นักศึกษาส่วนมากมาใช้บริการกับทางร้านประมาณช่วงเช้าก่อนเข้าเรียน ช่วงพักเที่ยง และช่วงเย็นหลังเลิกเรียน โดยพบว่าหลังเลิกเรียนส่วนมากจะมาเป็นกลุ่มใหญ่แตกต่างจากนักศึกษาที่ชอบมากันเป็นคู่และมาช่วงเย็นจนถึงเวลาใกล้ปิดร้านคือเวลา 20.00 น. แล้วใช้เวลาเลือกสินค้านานกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากส่วนหนึ่งได้ศึกษาข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ตัดสินใจยากเมื่อเจอสินค้าหลายหลายตัวเลือก

กลุ่มพนักงานบริษัท และกลุ่มผู้ประกอบการส่วนตัว เป็นกลุ่มที่มาใช้บริการทางร้านเกือบทั้งวัน มีการวนเวียนกันไปจนถึงเวลา 19.00 น.

กลุ่มข้าราชการ มักมาใช้บริการกับทางร้านช่วงหลักเลิกงานหรือเวลาประมาณ 16.00 น. ทั้งนี้ที่กล่าวมาข้างต้นยังพบว่าร้านมีช่วงเวลาขายได้ดีมากน้อยแตกต่างกัน ซึ่งพบพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการตั้งแต่ 07.00 น. และจะลดลงในช่วงเวลา 13.00 น. จนถึง 15.00 น. และถ้าหากเป็นวันศุกร์ และวันเสาร์ ยอดขายของทางร้านมียอดขายมากกว่าวันปกติ โดยเฉพาะช่วงเวลาที่มีการเปิดบ่อตกปลาแบบจัดกิจกรรมการแข่งขัน ในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ผู้ศึกษาค้นพบว่ายอดขายจะมากกว่าเดิมเป็นอีกเท่าตัว นอกจากนั้นตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนธันวาคมของทุกปี ทางร้านมียอดขายมากเพิ่มขึ้น จนกระทั่งเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ยอดขายจึงลดลง ดังแสดงในภาพที่ 8 โดยผู้ศึกษาวิเคราะห์ได้ว่าฤดูกาลมีผลต่อโอกาสการตกปลาในน้ำจืด ซึ่งฤดูกาลตกปลาสามารถแบ่งออกเป็น 3 ฤดู ตามฤดูกาลของประเทศไทย อย่างฤดูร้อนเริ่มต้นประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงของการสะสมอาหารที่ปลาเกือบทุกพันธุ์แม้กระทั่งปลาล่าเหยื่ออย่างปลาช่อนก็ต้องออกมาหาอาหาร แตกต่างจากฤดูฝน ในช่วงเดือนพฤษภาคมจนถึงเดือนกรกฎาคม ปลามักจะไม่ออกล่าเหยื่อเนื่องจากเป็นช่วงของการผสมพันธุ์ ปลาล่าเหยื่อที่จู่จะระวังตัว

มีผลให้ปลาไม่กินเหยื่อ ส่วนช่วงเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนมกราคม หรือเรียกว่าช่วงปลายฝนต้นหนาว ช่วงฤดูกาลพิเศษเป็นช่วงปลาเก็บสะสมอาหารก่อนเข้าฤดูหนาว ซึ่งเมื่อเจอเหยื่อก็นำมาให้ ความสนใจออกลำทันที จึงทำให้ช่วงนี้ยอดขายของทางร้านเพิ่มสูงกว่าทุกเดือนที่ผ่านมา ประกอบ กับสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างช่วงการปิดภาคการศึกษาของไทยในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือน พฤษภาคม ซึ่งทำให้กลุ่มลูกค้านักศึกษาลดน้อยลงด้วยเพราะกลุ่มนักศึกษาที่พักอาศัยตามหอพักต้อง กลับบ้าน ผนวกกับเมื่อเปิดเทอมผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มลูกค้าต้องมีภาระค่าใช้จ่ายบุตรหลานจึง ส่งผลกระทบต่อทางร้านในส่วนยอดขาย แต่เมื่อสภาวะเข้าสู่ปกติแล้วยอดขายก็เริ่มเข้าตามวงจร ดึงกล่าวเช่นเดิม



ภาพที่ 8 เปรียบเทียบยอดขายของร้านพอย อุปกรณ์ดกปลา ปีพ.ศ. 2557-2558 (บาท)

1.2.1 ทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ

การค้นหาทำโดยการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าแล้วนำมาจัดแบ่งประเภทตามลักษณะ การตอบคำถามตามทฤษฎีสัตว์สี่ทิศที่ประกอบด้วย กระทิง นกอินทรี หมี และหนู ซึ่งผู้ศึกษาได้ ค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดี 3 ลำดับสำคัญอย่างชัดเจนดังนี้

(1) ทิศเหนือ - กระทิง (โทสะจริต)

กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะนิสัยอย่างกระทิงมีจำนวน 9 คนจากจำนวนกลุ่ม ตัวอย่างลูกค้าทั้งหมด 40 คน โดยพบว่าลักษณะนิสัยของลูกค้ากลุ่มกระทิงมักให้ความสำคัญกับ ความครบครันของสินค้าในร้าน มาแล้วได้สินค้าตามที่ต้องการ ครอบภายในร้านเดียวเพื่อไม่ต้อง เสียเวลาหาสินค้าอีกหลายร้านควรจบภายในร้านเดียว แม้แต่ความสะดวกของที่จอดรถดังที่แสดง ในตารางที่ 2 การเดินทาง ก็ยังมีผลต่อความรู้สึกที่ดีของลูกค้ากลุ่มนี้ด้วยหรือเวลาการเปิดปิดร้านที่

แตกต่างจากร้านอุปกรณ์ตกปลาอื่นก็สามารถมีผลต่ออุปนิสัยการซื้อสินค้าของลูกค้าด้วย สำหรับรูปแบบการจัดร้านเพื่อให้ง่ายต่อการหาสินค้าก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักถึงแม้อยู่ในอันดับที่ 3 ก็ตาม

อย่างไรก็ตามเรื่องบริการและการให้คำแนะนำยังถือเป็นเรื่องสำคัญ แต่เป็นเพียงแค่ส่วนประกอบไม่ใช่ปัจจัยหลักของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะนิสัยอย่างกระทิง เช่น การสอบถามสินค้าในเพจร้าน ถ้ามีสินค้าตามที่ต้องการก็พร้อมไปซื้อทันที ซึ่งบ่งบอกถึงการมีเป้าหมายที่ชัดเจนส่วนเรื่องราคาไม่มีการต่อรอง หากเกิดความพึงพอใจต่อสินค้า

ตารางที่ 2 ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของกระทิง ต่อการเลือกใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีของกระทิง	ระดับความต้องการ
สินค้าหลากหลาย ครบทุกความต้องการ	ลำดับที่ 1
ความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ	ลำดับที่ 2
รูปแบบการจัดร้านพบสินค้าได้ง่าย	ลำดับที่ 3

(2) ทิศตะวันออก - นกอินทรี (มโนจิริต)

กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะนิสัยอย่างนกอินทรีมีจำนวน 6 คนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้งหมด 40 คน พบว่ากลุ่มลูกค้าอินทรีใส่ใจกับคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มีชื่อเสียง มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักและหากสินค้ามีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์เฉพาะโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าตามท้องตลาดทั่วไป ดังตารางที่ 3 ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่จะทำให้กลุ่มลูกค้ากลุ่มนกอินทรีเกิดความสนใจได้มาก หรือแม้แต่สินค้าอัปเดตกลุ่มลูกค้าอินทรีก็ยังเป็นกลุ่มแรกๆ ที่นำกระแสทดลองใช้และหากสินค้านั้นดีก็ยังสามารถแนะนำให้ร้านค้าได้รู้จักด้วยเช่นกัน

การรับสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น อย่างการสั่งซื้อสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปของทางร้านที่มีจำหน่าย หากร้านค้าสามารถตอบสนองความต้องการได้ กลุ่มลูกค้าอินทรีย่อมเกิดความประทับใจอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น ลูกค้าต้องการสินค้าประเภทที่ร้านอื่นไม่มี แต่ทางร้านสามารถสั่งและจัดหาจำหน่ายได้ ลูกค้าย่อมเกิดความประทับใจต่อการเอาใส่ใจของทางร้าน และด้วยลักษณะนิสัยของกลุ่มนกอินทรีที่เบื่อง่ายจึงไม่สามารถยึดติดกับสินค้าแบบเดิม จึงมีส่วนทำให้กลุ่มลูกค้าอินทรีคิดค้นหาอุปกรณ์ของเล่นแปลกใหม่มานำเสนอทางร้านเสมอ

ตารางที่ 3 ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของนกอินทรี ต่อการเลือกใช้
บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีของนกอินทรี	ระดับความต้องการ
สินค้าคุณภาพดี มีชื่อเสียง	ลำดับที่1
สินค้ามีเอกลักษณ์ หรือสินค้ามาใหม่	ลำดับที่2
การนำเสนอสินค้าพร้อมแนะนำเทคนิค	ลำดับที่3

(3) ทิศตะวันตก - หมี (โมหะจริต)

กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะนิสัยอย่างหมีมีจำนวน 10 คนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้งหมด 40 คน พบว่าการบริการอย่างเป็นกันเองคือปัจจัยที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีของกลุ่มลูกค้าหมีได้มากที่สุด เพื่อการสร้างความประทับใจทางร้านจึงควรให้คำแนะนำรวมถึงการบริการอย่างเป็นกันเอง การให้คำปรึกษาที่ดี แนะนำอย่างจริงใจ ผนวกกับรูปแบบการจัดร้านอย่างเป็นระเบียบมีการแบ่งประเภทสินค้าได้ชัดเจนก็มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าด้วย และหากต้องการให้การเสนอสินค้าได้มีประสิทธิภาพสินค้าควรมีคำอธิบายประกอบด้วยเนื่องจากกลุ่มลูกค้าประเภทหมีบางรายต้องการความเป็นส่วนตัว ถ้าไม่มีผู้ให้คำปรึกษาก็ยังสามารถอ่านวิธีใช้งานเองได้ ทั้งนี้สินค้าควรมีความหลากหลาย มีให้เลือกหลายระดับราคาเพื่อดึงดูดความต้องการที่ต่างกัน ด้วยลักษณะนิสัยของกลุ่มลูกค้าประเภทหมีที่เลือกมาใช้บริการด้วยความเชื่อใจ จึงไม่ยากหากลูกค้ากลุ่มนี้เกิดความภักดีต่อทางร้าน ดังตารางที่ 4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของหมีต่อการเลือกใช้บริการ
ร้านอุปกรณ์ตกปลา

ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีของหมี	ระดับความต้องการ
การบริการอย่างเป็นกันเอง	ลำดับที่1
รูปแบบการจัดร้านเป็นระเบียบแบ่งประเภทสินค้าชัดเจน	ลำดับที่2
สินค้าหลากหลาย คุ่มค่าต่อราคา	ลำดับที่3

(4) ทิศใต้ - หนู (โลภะจริต)

กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะนิสัยอย่างหนูมีจำนวน 15 คนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าทั้งหมด 40 คน โดยพบว่าการบริการดี มีคำแนะนำเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความประทับใจ และเมื่อมาใช้บริการสินค้าในร้านก็ต้องมีความหลากหลาย ด้วยเหตุผลกระแสความนิยมหรือความต้องการชนิดพันธุ์ปลาที่หลากหลายแตกต่างกัน ทำให้เทคนิคและวิธีการแตกต่างกันไป จึงเป็นเหตุ

ที่ต้องอาศัยคำแนะนำจากผู้ที่มีประสบการณ์และอุปกรณ์ที่หลากหลายการใช้งานด้วย กระทั่งแม้แต่บรรยากาศการตกแต่งร้านก็มีส่วนดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าประเภทหนูเกิดความสนใจกระตุ้นให้มีความต้องการเรียนรู้กีฬาตกปลาด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ผู้ศึกษายังพบว่ากลุ่มลูกค้าประเภทหนูมีความชื่นชอบการพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่นเสมอเนื่องจากลักษณะนิสัยที่ชื่นชอบการรวมกลุ่มกับเพื่อนซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถสรรหากิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าประเภทหนูได้ ดังตารางที่ 5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ปัจจัยความต้องการหลักที่แสดงลักษณะนิสัยความต้องการของหนูต่อการเลือกใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา

ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีของหนู	ระดับความต้องการ
การบริการดีมีคำแนะนำ อธิบายดีพูดคุยเป็นกันเอง	ลำดับที่1
สินค้าหลากหลาย ครบครันทุกประเภท	ลำดับที่2
บรรยากาศการตกแต่งร้าน กิจกรรมพบปะ	ลำดับที่3

สรุป ปัจจัยความต้องการหลักของกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะนิสัยความต้องการโดดเด่นทั้ง 4 ประเภท จากการค้นหาพบว่า เมื่อแบ่งกลุ่มลูกค้าออกตามลักษณะนิสัยตามทฤษฎีสี่ตัวสี่ทิศ ออกเป็น 4 ประเภท ประกอบด้วยกระทิง นกอินทรี หมี และหนู ส่งผลให้ผู้ศึกษาเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละบุคลิกมากขึ้น ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการในความแตกต่างนั้น อย่างกลุ่มของผู้ที่มีลักษณะนิสัยอย่างกระทิงที่ชื่นชอบร้านอุปกรณ์ตกปลาที่มีสินค้าหลากหลาย หรือมาที่เดียวได้สินค้าครบทุกความต้องการ ผู้ที่มีลักษณะนิสัยอย่างนกอินทรีต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ ผู้ที่มีลักษณะนิสัยอย่างหมีต้องการการบริการที่ดีเป็นกันเอง และผู้ที่มีลักษณะนิสัยอย่างหนูที่ต้องการร้านอุปกรณ์ตกปลาที่สามารถให้บริการที่ดีมีคำแนะนำต่อสินค้าได้ ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงนำเสนอความต้องการที่แตกต่างของแต่ละลักษณะนิสัยโดดเด่นทั้ง 4 ประเภท ดังภาพที่ 9 ต่อไปนี้



ภาพที่ 9 ปัจจัยความต้องการหลักของกลุ่มลูกค้าแบ่งตามลักษณะนิสัยทฤษฎีสัตว์สี่ทิศ

1.2.2 สรุปผลการดำเนินการสัมภาษณ์ประสบการณ์และความประทับใจจากกลุ่มลูกค้าร้านอุปกรณ์ตกปลา

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการวิเคราะห์จากผลการดำเนินการทฤษฎีสัตว์สี่ทิศของกลุ่มลูกค้ามาร่วมสร้างเป็นประเด็นความประทับใจหลัก ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวกที่สามารถนำมาสร้างเป็นความประทับใจให้แก่ร้านอุปกรณ์ตกปลา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้สรุปเป็นประเด็นหลัก ได้ดังนี้

(1) ประเด็นที่ 1 ความประทับใจกับความหลากหลายของสินค้า

การค้นพบ (Discovery)

การมีสินค้าที่หลากหลาย ครบครันมีระดับราคาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างโอกาสให้กับธุรกิจได้ เนื่องจากความต้องการของแต่ละบุคคลต่างกัน อาทิ ความต้องการพันธุ์ปลาต่างกัน ความต้องการใช้เทคนิคอุปกรณ์ที่ต่างกัน หรือแม้แต่ความต้องการสินค้าชนิดเดียวกันแต่แตกต่างที่ตราสินค้า ซึ่งพบว่าลูกค้าที่ต้องการความแตกต่างมีจำนวนไม่น้อย จากการสัมภาษณ์และการสังเกตหากสินค้าที่ลูกค้าต้องการแต่ทางร้านไม่มีลูกค้าส่วนใหญ่จะเลือกไม่ซื้อแม้ว่าสินค้านั้นสามารถทดแทนได้ก็ตาม และหากทางร้านสามารถหาสินค้าที่ต้องการได้แม้ราคาต่างเล็กน้อยก็ถือเป็นความพึงพอใจของลูกค้าแล้วดังเช่นคุณเงิน มีลักษณะความต้องการอย่างกระตือรือร้นถึงความประทับใจที่มีต่อร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบเกี่ยวกับร้านที่ตนชอบใช้

บริการบอว่า “สินค้ามีให้เลือกเยอะ หลากหลายแบบและสามารถได้สิ่งที่ต้องการเลย ซึ่งราคาต่างก็ไม่ใช่ไร ขอแค่มาแล้วได้สินค้าครบอย่างที่หวังก็พอใจแล้ว” หรือแม้แต่คุณประสิทธิ์ แก้วไชยพาน มีลักษณะความต้องการอย่างหมี่ กล่าวถึงระดับราคาสินค้าว่า “ราคาสินค้ามีหลากหลาย ราคาเริ่มต้นจากสินค้าราคาถูกจนถึงราคาแพง” สะท้อนให้เห็นถึงตัวเลือกที่หลากหลาย ราคาที่แตกต่างกันเหมาะสำหรับแต่ละกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน

การวาดฝัน (Dream)

ผู้ประกอบการมีความต้องการสร้างความหลากหลายของสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกจนถึงความต้องการเห็นร้านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้จบภายในร้านเดียว

การออกแบบ (Design)

รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬาตกปลา พร้อมทั้งสอบถามพูดคุยกับลูกค้าเสมอ เลือกสรรสินค้าจากหลายแหล่ง ไม่ปิดกั้นการรับสินค้าจากลูกค้าเพียงบริษัทเดียวแต่ควรเปิดโอกาสให้กว้างเนื่องจากแต่ละบริษัทนำเข้าสินค้าที่แตกต่างกัน

การมอบหมาย (Destiny)

ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการ เพราะลูกค้ามีความเชื่อใจ สามารถเข้าใจเทคนิคการใช้งานและรับฟังคำอธิบายได้อย่างชัดเจน

(2) ประเด็นที่ 2 ความประทับใจกับรูปแบบการจัดร้าน

การค้นพบ (Discovery)

รูปแบบการจัดร้านมีส่วนสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าในร้านอุปกรณ์ตกปลาด้วยเหตุผลของขนาดอุปกรณ์ที่ขนาดเล็ก หากมีการนำเสนอสินค้าไม่ครบลูกค้ามองไม่เห็น หรือนึกไม่ออกก็ทำให้ไม่สามารถเลือกซื้อได้ ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการสามารถจัดแสดงสินค้าในร้านให้ครบโอกาสการขายก็มีมากขึ้น ย่อมมีผลต่อยอดขายเช่นกัน ตัวอย่างเช่น คุณแมน ลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการอย่างหมี่ กล่าวถึงร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบว่า “ร้านมีของเยอะดีครับเลือกดูของง่าย มีของอัปเดตตลอด มาที่ร้านก็ได้ครบเลย แต่ผมชอบตรงการจัดร้านนะ อย่างร้านอื่นคันเบ็ดหีบจับแทบไม่ได้เพราะที่ตั้งกันจัดชิดกันเกินไป ผมจะเลือกยังเลือกไม่ได้เลยครับ แตกต่างจากร้านฟอย เลือกได้สะดวก” ทั้งนี้นอกจากรูปแบบการจัดร้านแล้วด้านการสร้างบรรยากาศร้านนั้นก็มีส่วนสำคัญโดยทางร้านนำเอาวัสดุอย่างไม้ที่สะท้อนความเป็นธรรมชาติมาใช้ในการตกแต่งร้านเพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น คุ้งก้อง ลักษณะนิสัยความต้องการอย่างหนูกล่าวถึงประสบการณ์ความประทับใจต่อร้านอุปกรณ์ตกปลาว่า “มาถึงร้านแล้วมีของให้เลือกครบ มีอุปกรณ์ที่เราต้องการทุกอย่าง ร้านก็แต่งดูดีให้บรรยากาศกับการตกปลา” ผู้ศึกษาจึงค้นพบว่าการ

จัดรูปแบบร้านและการตกแต่งร้านมีผลต่อความประทับใจของลูกค้า รวมถึงการสร้างโอกาสการเพิ่มยอดขายได้ด้วย

การวาดฝัน (Dream)

การจัดรูปแบบร้านให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่ายครบทุกองค์ประกอบ อาทิ ระเบียบ ระเบียบขนาด และระเบียบรูปแบบ ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าในร้าน การตกแต่งร้านให้เข้ากับบรรยากาศการพักผ่อน เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกถึงความใกล้ชิดกับธรรมชาติ

การออกแบบ (Design)

รวบรวมรายการสินค้าของทางร้าน และจัดบันทึกเมื่อมีสินค้าเข้าหรือออก ทำให้ทราบจำนวนสินค้าที่เหลือเพื่อใช้สั่งซื้อสินค้าในครั้งต่อไปได้

ตรวจสอบสินค้าในร้านอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มเติมสินค้าให้พอเพียงต่อความต้องการลูกค้า ปรับตกแต่งชั้นวางสินค้าบางชั้นให้มีวัสดุเป็นไม้เพื่อให้กลมกลืนกันชั้นอื่นๆ ภายในร้าน

การมอบหมาย (Destiny)

การจัดสินค้าและจัดบันทึก มอบหมายให้ลูกสาวของผู้ประกอบการดูแลด้วยความที่เป็นผู้หญิงจึงมีความรอบครอบใส่ใจทุกรายละเอียด การออกแบบรูปแบบร้านและการปรับแต่งชั้นวางของ มอบหมายให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการ ทั้งการออกแบบตกแต่ง การจัดหาวัสดุ และงบประมาณ

(3) ประเด็นที่ 3 ความประทับใจกับการบริการดี มีคำแนะนำอย่างกันเอง

การค้นพบ (Discovery)

ผู้ศึกษาค้นพบว่าลูกค้าส่วนมากมีความประทับใจต่อร้านอุปกรณ์ตกปลาที่สามารถแนะนำให้อุปกรณ์อย่างจริงใจที่ใช้เป็นประโยชน์แก่นักตกปลาได้ด้วย ซึ่งคำแนะนำนี้ไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อนักตกปลามือใหม่แต่ยังครอบคลุมถึงการแนะนำวิธีการใช้งานสินค้า มาใหม่ได้เช่นกัน โดยการพูดคุยอย่างเป็นกันเองของผู้ประกอบการส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสบายใจที่ได้ปรึกษา พร้อมทั้งผู้ประกอบการมีความชื่นชอบต่อกีฬาตกปลาเป็นทุนเดิมจึงมีประสบการณ์ที่สะสมนำมาถ่ายทอดให้ลูกค้าได้เสมอเมื่อลูกค้าเกิดข้อสงสัย ทั้งนี้จากประสบการณ์ตกปลานอกจากให้คำแนะนำต่อลูกค้าได้แล้ว ลูกค้ายังมองเห็นถึงศักยภาพความสามารถของผู้ประกอบการ โดยเชื่อว่าผู้ประกอบการจะสามารถนำเสนอสินค้าสู่ลูกค้าได้ไม่ยาก ด้วยเหตุผลนี้ลูกค้าบางกลุ่มจึงเลือกให้ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงร้านเดียวในจังหวัดมหาสารคาม

การวาดฝัน (Dream)

การพัฒนาศักยภาพของร้านให้ดีกว่าเดิมด้วยการบริการอย่างเป็นกันเอง จริงใจ ใส่ใจในรายละเอียด เพิ่มทักษะความรู้ด้านกีฬาดกปลาให้แก่พนักงาน ซึ่งเมื่อลูกค้าขอคำแนะนำ พนักงานสามารถไขข้อสงสัยของลูกค้าได้ทันทีด้วยความเต็มใจอย่างมีอาชีพเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ

การออกแบบ (Design)

ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาดกปลาเพื่อนำประสบการณ์การเรียนรู้มาแบ่งปันแก่ลูกค้าและพนักงาน ประชุมพนักงานโดยการนำมุมมองการพบปะพูดคุยของลูกค้าของแต่ละบุคคลมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพื่อหาแนวทางให้ลูกค้าประทับใจ การจัดทำแผนภาพอธิบายวิธีการใช้สินค้าหรือคุณสมบัติของสินค้าที่มักพบว่าลูกค้าเกิดข้อสงสัยบ่อย อาทิ วิธีผูกเบ็ด ตกปลาแบบต่างๆ สูตรผสมเหยื่อตกปลา และลักษณะความแตกต่างของเหยื่อปลอม เป็นต้น

การมอบหมาย (Destiny)

การหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกีฬาดกปลาเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ และพนักงานทุกคนเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกัน โดยการอบรมพนักงาน ทุกช่วง ป้ายของวันอาทิตย์ การจัดทำแผนภาพเพื่ออำนวยความสะดวกเข้าใจ มอบหมายให้ลูกสาวของผู้ประกอบการ เป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ออกแบบ และจัดสรรงบประมาณ

(4) ประเด็นที่ 4 ความประทับใจกับความสะดวก

การค้นพบ (Discovery)

จากการสัมภาษณ์ลูกค้า ที่มีลักษณะนิสัยอย่างกระตือรือร้นถึงเหตุการณ์ที่มีผลต่อความสะดวกด้านเวลา ว่า “วันนั้นผมต้องการซื้ออุปกรณ์ตกปลามาก โดยร้านอื่นปิดหมดแล้ว ไปที่ร้านก็ปิดหมด มีแต่ร้านฟอยนี่แหละที่ยังเปิด” โดยทางร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาสามารถตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับความสะดวกด้านเวลาๆ ได้ เนื่องจากร้านเปิด 07.00 -20.00 น.ซึ่งเป็นเวลาที่แตกต่างจากร้านอุปกรณ์ตกปลาในละแวกเดียวกัน จากการสังเกตลูกค้าส่วนใหญ่ที่มักมาใช้บริการกับทางร้านในช่วงเย็นถึงช่วงค่ำ โดยเฉพาะวันหยุดเสาร์อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ยังมีจำนวนมากกว่าปกติ

จากการปรับตัวของทางร้านตามกระแสนิยมในปัจจุบันอย่างการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการนำเสนอสินค้าหรือใช้เป็นช่องทางการจำหน่าย แม้กระทั่งเป็นช่องทางการส่งเสริมการขายให้ทางร้านอีกด้วย โดยการสร้างเพจร้านในเฟสบุค (Facebook) ภายใต้อีเมลฟอยฟิชซึ่ง มหาสารคาม ซึ่งผู้ศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนหนึ่งของทางร้านสนใจเข้าร่วมเป็นจำนวนไม่น้อย อย่างเช่นคุณหนึ่ง ที่มีลักษณะนิสัยเป็นกระตือรือร้นก็ได้แสดงความคิดเห็นถึงความ

ประทับใจร้านอุปกรณ์ตกปลาว่า “แบบผมก็ถูกใจในเพจร้านเวลาสินค้ามาใหม่ทางร้านก็อัปเดต มันไม่ต้องเสียเวลาไปเดินดูเองใจ หรือว่าอยากได้ตัวไหนแบบไหนก็ถามได้ ถ้ามีก็ไปซื้อ ไม่มีก็ไม่เสียเวลาไป” นี่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกลุ่มลูกค้าที่ตกใจเพจ สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมไป โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการส่วนนี้ได้ก็สามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้เช่นกัน

การวาดฝัน (Dream)

ลูกค้าเดิมรักษาไว้ ลูกค้าใหม่เพิ่มเข้ามา โดยการขยายช่องทางการขายสินค้าด้วยสื่อสังคมออนไลน์ และรักษาเวลาการเปิดปิดร้านให้เป็นมาตรฐาน

การออกแบบ (Design)

รักษามาตรฐานการเปิดปิดร้าน โดยเวลาเปิด 07.00 น. ถึงเวลาปิด 20.00 น. ประชาสัมพันธ์ พัฒนาเพจร้านให้มีความน่าสนใจ โดยการนำเสนอรูปภาพหรือบทความให้เหมาะสมแก่นักตกปลาทุกประเภททั้งเหยื่อสูตรและเหยื่อปลอม เพื่อครอบคลุมทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้าเดิม พร้อมดึงดูดลูกค้าใหม่

การมอบหมาย (Destiny)

การเปิดปิดร้าน มอบหมายให้ผู้ประกอบการดูแลเนื่องจากต้องรับผิดชอบต่อทรัพย์สินในร้าน ผู้ดูแลเพจร้าน มอบหมายให้ลูกสาวผู้ประกอบการดูแลทั้งการถ่ายภาพออกแบบตกแต่ง รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพจร้านให้ลูกค้าเก่าและใหม่ได้รู้จัก

- (5) ประเด็นที่ 5 ความประทับใจกับสินค้าคุณภาพดี มีชื่อเสียง

การค้นพบ (Discovery)

ผู้ศึกษาค้นพบว่ากลุ่มลูกค้าให้การตอบรับดีกับสินค้าที่มีชื่อเสียง โดยสินค้านั้นมีตราสินค้าที่เป็นที่นิยมหรือให้การยอมรับกันในวงการนักตกปลา แม้สินค้านั้นมีราคาสูงแต่กลุ่มลูกค้าจำนวนมากก็ให้ความสนใจ จากการสังเกตลูกค้าที่ชื่นชอบในตราสินค้า พบว่ามีหลายปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าประทับใจในสินค้าด้วยเหตุผลที่สินค้านั้นมีคุณภาพดี มีมาตรฐาน อายุการใช้งานที่นานกว่าสินค้าทั่วไป มีบริการหลังการขาย นอกจากนี้หากต้องการขายต่อยังสามารถขายต่อในราคาที่ต่ำกว่าตอนซื้ออีกด้วย

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังใส่ใจในรายละเอียดโดยการตรวจสอบสินค้าทุกครั้งก่อนนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายซึ่งไม่ว่าสินค้านั้นจะมีต้นทุนต่ำหรือสูงแต่การตรวจสอบสภาพสินค้าก่อนออกจำหน่ายยังแสดงให้เห็นถึงคุณภาพสินค้าพร้อมยืนยันความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

การวาดฝัน (Dream)

คัดสรรสินค้าที่ดีมีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้าและรักษามาตรฐานของร้าน

การออกแบบ (Design)

ตรวจสอบสินค้าทุกครั้งที่มีการส่งสินค้าเข้าร้าน และเลือกคู่ค้าที่จำหน่ายสินค้ามีมาตรฐาน การบริการดูแลหลังการขาย โดยเป็นศูนย์ซ่อมของอะไหล่ที่มีชื่อเสียง

การมอบหมาย (Destiny)

การตรวจสอบสินค้า ผู้ประกอบการและพนักงานเป็นผู้ดูแลร่วมกัน แต่การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าจากคู่ค้าควรได้รับการสั่งซื้อจากผู้ประกอบการเท่านั้น โดยพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นช่วยเหลือได้ การบริการหลังการขาย มอบหมายงานให้ช่างชำนาญการดูแล ภายใต้การควบคุมของผู้ประกอบการเนื่องจากต้องสั่งอะไหล่ และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆเพิ่มเติม

(6) ประเด็นที่ 6 ความประทับใจกับคำแนะนำของลูกค้า

การค้นพบ (Discovery)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผู้ศึกษาได้ค้นพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์หลายอย่างที่มีนำมาเอาสินค้าหลากหลายประเภทที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาตกปลา มาจำหน่าย อาทิ อุปกรณ์เดินป่า เรือยาง หรือแม้แต่อุปกรณ์เสริมเสื้อชูชีพ ซึ่งเมื่อถามถึงที่มาของการนำสินค้ามาจำหน่ายแล้วล้วนเป็นสิ่งที่ลูกค้าถามหาทั้งนั้น แต่ด้วยความคิดพัฒนาต่อยอดธุรกิจล่าสุดผู้ประกอบการจึงคิดหาเพิ่มกิจกรรมเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผจญภัยอย่างใกล้ชิด ธรรมชาติด้วยโครงการล่องเรือตกปลาแม่น้ำชี

นอกจากคำแนะนำด้านสินค้าแล้ว คำแนะนำของลูกค้าเดิมสู่ลูกค้าใหม่ก็มีความสำคัญมากต่อกลุ่มลูกค้าตกปลาเช่นกัน ด้วยความประทับใจด้านต่างๆทั้งสินค้า การบริการก่อนและหลังการขาย คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทั้งหมดเป็นส่วนประกอบหลักที่ทำให้ทางร้านได้ลูกค้าใหม่เพิ่มเข้ามาโดยการบอกต่อของลูกค้าเดิมหรือเรียกว่าลูกค้ากลายเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector)

การวาดฝัน (Dream)

การเพิ่มกิจกรรมเพื่อตอบสนองผู้ที่ชื่นชอบกีฬาทตกปลาอย่างเต็มรูปแบบและมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าเดิม

การออกแบบ (Design)

สรรหากิจกรรมที่สามารถตอบสนองผู้ที่ชื่นชอบกีฬาทตกปลา ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเดิมด้วยการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ อาทิ มอบส่วนลดพิเศษหรือเงื่อนไขที่แตกต่าง

มอบสินค้าสมนาคุณไว้ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น

การมอบหมาย (Destiny)

การสรรหากิจกรรม มอบหมายให้ผู้ประกอบการดูแลทั้งหมดของโครงการ ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณ ควบคู่กับการรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานและลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเดิม มอบหมายให้ผู้ประกอบการและพนักงานมีส่วนร่วมช่วยกันดูแล

1.2.3 สรุปจุดร่วมจากผลการดำเนินการสัมภาษณ์ประสบการณ์และความประทับใจจากกลุ่มลูกค้าร้านอุปกรณ์ตกปลา

จากการหาจุดร่วมจากกลุ่มลูกค้าผู้มีส่วนร่วมที่เต็มใจให้สัมภาษณ์จำนวน 40 คน ด้วยชุดคำถามเดียวกัน ดังนี้

(1) คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบบ้างไหม คำถามเป็นเพียงคำถามปลายเปิดเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลการใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลาของลูกค้า

ตารางที่ 6 จุดร่วมจากการสัมภาษณ์ร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบ

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบ	39	97.5
เคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบ	1	2.5
รวม	40	100

จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีความประทับใจในร้านอุปกรณ์ตกปลาจนถึงขั้น ชื่นชอบ มีจำนวนร้อยละ 97.5 หรือคิดเป็น 39 คน จากทั้งหมด 40 คน

(2) คุณรู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบได้อย่างไร

ตารางที่ 7 จุดร่วมจากการสัมภาษณ์รู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบได้อย่างไร

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
ค้นพบร้านด้วยตนเอง/สังเกต	14	35
เพื่อนแนะนำ/คนรู้จักแนะนำ	20	50
รู้จักกับผู้ประกอบการเป็นการส่วนตัว	2	5
ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	4	10
รวม	40	100

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าพบว่า ลูกค้าส่วนมากรู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ตนเองชื่นชอบจากการบอกต่อของเพื่อนหรือแม้แต่คนรู้จักที่ได้แนะนำ รองลงมาคือการค้นพบด้วยตนเอง การสังเกต นอกจากนั้นการค้นพบจากสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มลูกค้าได้รู้จักกับร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบด้วย

(3) ร้านที่คุณชื่นชอบมีข้อดีอย่างไร ที่สามารถทำให้คุณชื่นชอบ

ตารางที่ 8 จุดรวมจากการสัมภาษณ์ร้านที่คุณชื่นชอบมีข้อดีอย่างไร

จุดรวม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
การบริการดี มีคำแนะนำ	17	42.5
สินค้าหลากหลาย ตัวเล็กเยอะ	18	45
การนำเสนอสินค้าในเพจร้าน	3	7.5
สินค้าราคาเหมาะสม	2	5
รวม	40	100

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าพบว่า ปัจจัยที่ร้านอุปกรณ์ตกปลาควรมีเพื่อให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ความประทับใจได้ อันดับแรกคือร้านอุปกรณ์ตกปลาควรมีสินค้าที่หลากหลาย มีตัวเลือกของสินค้าครบครันความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือการบริการที่ดี เป็นกันเองของผู้ประกอบการ สามารถแนะนำ ไขข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ และการนำเสนอสินค้านำรวมถึงการนำเสนอสินค้าที่มาใหม่อย่างต่อเนื่องด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมอย่างเพจร้านค้าในสื่อสังคมออนไลน์ กระทั่งราคาสินค้าควรมีราคาที่เหมาะสมต่อคุณภาพสินค้าของสินค้าด้วย

(4) ร้านอุปกรณ์ตกปลาที่คุณชื่นชอบมีข้อแตกต่างจากร้านอื่นหรือไม่อย่างไร ช่วยอธิบายถึงข้อแตกต่างนั้นด้วย หากลูกค้าชื่นชอบที่การบริการผู้ศึกษาต้องหาเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าชื่นชอบ เป็นต้น

ตารางที่ 9 จุดร่วมจากการสัมภาษณ์รู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่คุณชื่นชอบมีข้อแตกต่างจากร้านอื่นหรือไม่อย่างไร

จุดร่วม (Convergent)	จำนวน	ร้อยละ
รายการสินค้าใหม่	3	7.5
สถานที่จัดตั้งร้านชัดเจน	1	2.5
รูปแบบการจัดร้าน	6	15
สินค้าสั่งได้ตามความต้องการ	1	2.5
คำแนะนำที่ดี	25	62.5
ต่อรองราคาได้	4	10
รวม	40	100

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าพบว่า ปัจจัยที่ร้านอุปกรณ์ตกปลาควรมีเพื่อให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ความประทับใจได้ อันดับแรกคือร้านอุปกรณ์ตกปลาควรมีสินค้าที่หลากหลาย มีตัวเลือกของสินค้าครบครันความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือการบริการที่ดี เป็นกันเองของผู้ประกอบการ สามารถแนะนำ ไขข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ และการนำเสนอสินค้ารวมถึงการนำเสนอสินค้าที่มาใหม่อย่างต่อเนื่องด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมอย่างเพจร้านค้าในสื่อสังคมออนไลน์ กระทั่งราคาสินค้าควรมีราคาที่เหมาะสมต่อคุณภาพสินค้าของสินค้าด้วย

จากผลการศึกษาการสัมภาษณ์ประสบการณ์ความประทับใจของกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลา โดยประสบการณ์เชิงบวกที่ทำให้ลูกค้าได้รับความประทับใจคือทางร้านมีสินค้าหลากหลาย ตัวเลือกเยอะ ครบครันทุกความต้องการ เนื่องจากร้านอุปกรณ์ตกปลาถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่สนใจ ทางร้านจึงต้องเน้นการตอบสนองของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และด้วยเหตุผลนี้ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาในแต่ละจังหวัดจึงมีจำนวนไม่มากนัก ถ้าหากร้านค้าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็ย่อมส่งผลต่อความประทับใจได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้ศึกษาค้นพบต่ออีกว่าสิ่งที่กลุ่มลูกค้าชื่นชอบ ทั้งยังเป็นข้อแตกต่างจากร้านอุปกรณ์ร้านอื่นๆคือคำแนะนำสาระข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และการบริการอย่างเป็นกันเอง เช่นการไขข้อสงสัยลูกค้าได้ด้วยประสบการณ์ความรู้ที่แท้จริง ตลอดจนการนำเสนออุปกรณ์หรือเทคนิคการตกปลาใหม่ๆเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละกรณีด้วย

อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ผลการศึกษายังคงสอดคล้องกับการค้นพบในส่วนสรุปผลการดำเนินการสัมภาษณ์ประสบการณ์และความประทับใจจากลูกค้าและกลุ่มลูกค้าที่แยกออกเป็นทั้งหมด 6 ประเด็น ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาสนับสนุนการค้นพบ (Discovery) ในประเด็นที่ 1 ความประทับใจกับความหลากหลายของสินค้าซึ่งถือเป็นจุดร่วม และจุดโดดเด่นที่ค้นพบคือคำแนะนำที่ดี ตรงกับประเด็นที่ 3 ความประทับใจกับการบริการดี มีคำแนะนำอย่างเป็นกันเองจึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของร้านอุปกรณ์ตกปลาพบเรื่องราวดีๆจนรู้สึกชื่นชอบประทับใจคือข้อมูลจากคำแนะนำของผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับเทคนิควิธีการใช้อุปกรณ์ รวมถึงสาระความรู้ต่างๆ อย่างเป็นกันเอง นอกจากการบริการที่ดีสามารถให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์แล้ว ยังต้องอาศัยความหลากหลายของสินค้าด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ครบถ้วนพร้อมทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ทางร้านได้พบลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามาแนะนำสินค้าโดยไม่ปิดกั้น ตลอดจนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกันได้

ผลจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า ประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับร้านอุปกรณ์ตกปลาส่วนมากเริ่มจากคำแนะนำของเพื่อน คนรู้จักที่พบเจอเมื่อตกปลา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพลังการบอกต่อของกลุ่มคนนักตกปลาเป็นการสนับสนุนการค้นพบ ประเด็นที่ 6 ความประทับใจคำแนะนำของลูกค้า ที่ได้อธิบายการค้นพบเกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติมกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อทางร้านแล้ว ยังเป็นผู้เชื่อมโยง (Connector) ให้ผู้อื่นได้รู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ตนเองชื่นชอบด้วย

1.3 สรุปผลการค้นหา

ผลจากการดำเนินงานการค้นหา (Discovery) โดยพบว่าจุดร่วมที่ค้นพบเป็นเรื่องของการแนะนำบอกต่อจากเพื่อนร้อยละ 50 และความประทับใจต่อร้านที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายร้อยละ 45 ร่วมกับคำแนะนำที่ดีมีประโยชน์ร้อยละ 62.5 ซึ่งผู้ศึกษายังนำเอาผลการวิเคราะห์มาสร้างเป็นประเด็นหลักๆ ได้ 6 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นความประทับใจกับความหลากหลายของสินค้า ประเด็นความประทับใจกับรูปแบบการจัดร้าน ประเด็นความประทับใจกับการบริการดีมีคำแนะนำอย่างกันเอง ประเด็นความประทับใจกับความสะดวก ประเด็นความประทับใจกับสินค้าคุณภาพดีมีชื่อเสียง และประเด็นความประทับใจกับคำแนะนำของลูกค้า

2. การนำข้อมูลประสบการณ์เชิงบวกมาใชวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

2.1 การวาดฝัน (Dream)

2.1.1 ชื่อธุรกิจ: ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ : ก่อตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540

ประเภทธุรกิจ: จำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับกีฬาคบปลา และอุปกรณ์เดินป่า ดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว

2.1.2 ปัจจัยความสำเร็จ (Positive Core)

จากการค้นพบความต้องการหลักของกลุ่มตัวอย่างเมื่อแบ่งตามลักษณะทัศนคติที่ศึกษา จึงทำให้ทราบปัจจัยความสำเร็จของร้านอุปกรณ์ตกปลา ดังนี้

- (1) การบริการด้วยคำแนะนำอย่างจริงใจและเป็นกันเอง
- (2) สินค้ามีความหลากหลายครบครัน ครบทุกความต้องการ
- (3) รูปแบบการจัดร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ
- (4) บริการดูแลหลังการขาย

วิสัยทัศน์ (Vision)

ผู้นำธุรกิจทางด้านการจัดจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์กีฬาคบปลาที่ดีที่สุด ในจังหวัดมหาสารคาม

พันธกิจ (Mission)

(1) สรรหาสินค้าที่ดีที่สุดมีคุณภาพ ให้เหมาะแก่การใช้งานตามความต้องการของลูกค้าอย่างหลากหลายและครอบคลุม

(2) สร้างสรรค์กิจกรรมและคัดสรรอุปกรณ์เกี่ยวกับการกีฬาคบปลาที่ดีที่สุดเพื่อการพักผ่อนอย่างครบวงจร

(3) การบริการที่ดีที่สุดด้วยความจริงใจ โดยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แบ่งปันประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับกีฬาคบปลาจนสามารถสร้างความประทับใจต่อลูกค้า

(4) พัฒนาศักยภาพอย่างดีที่สุดด้วยการเปิดศูนย์รับซ่อมคันรอก พร้อมให้คำปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับสินค้า

เป้าหมาย (Goal)

(1) จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 โดยมีฐานลูกค้าเดิมช่วยในการประชาสัมพันธ์แนะนำ

(2) มีอัตราการได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 60

(3) มุ่งประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงความประทับใจของลูกค้า

(4) ศูนย์รับซ่อมสินค้าคันเบ็ดและรอก

1.1.1 สถานที่ตั้งของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 543 ถนนนครสวรรค์ อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ห่างจากวิทยาลัยอาชีวศึกษามหาสารคาม ประมาณ 280 เมตร ดังแสดงในภาพที่ 10



ภาพที่ 10 แผนที่แสดงที่ตั้งร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา จังหวัดมหาสารคาม

2.1.4 จุดพลิกผัน (The Tipping Point)

การนำจุดพลิกผัน (The Tipping Point) มาใช้ในการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ที่มาใช้บริการให้กลายเป็นนักขายโดยอาศัยกฎของคนกลุ่มน้อยที่ได้กล่าวถึงการพลิกผัน (Law of the few) ของกลุ่มบุคคลทั่วไป ให้มีความสามารถทางสังคม 3 รูปแบบคือผู้เชื่อมโยง (Connector) ผู้รู้ (Maven) และนักขาย (Salesman) โดยคนทั้งสามกลุ่มนี้มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

(1) ผู้เชื่อมโยง (Connector)

ผู้ศึกษาค้นพบจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนมากมาจากคำแนะนำหรือการบอกต่อของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่นิยมบอกต่อและมาใช้บริการเป็นอันดับต้นๆของทางร้านคือกลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการอย่างหนูที่ให้ ความสำคัญต่อการบริการดี มีคำแนะนำด้วยอรรถาสัยดีพูดคุยเป็นกันเอง จึงสอดคล้องได้หากผู้ประกอบการของร้านสามารถให้คำแนะนำ ให้การบริการอย่างเป็นกันเอง

(2) ผู้รู้ (Maven)

ผู้ที่มีความขยันหมั่นเพียรในการสะสมข้อมูลจนกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านข้อมูลที่คอยเชื่อมโยงผู้คนเข้ากับข้อมูลใหม่ๆพร้อมทั้งคอยบอกต่อข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ

ผู้อยู่เสนอซึ่งการกระทำเหล่านี้เกิดจากแรงจูงใจและความปรารถนาดีต่อผู้อื่นของผู้รู้ ด้วยเหตุผลข้างต้นผู้ศึกษาจึงมองย้อนกลับมาสังเกตว่านอกจากผู้ประกอบการที่มีลักษณะอย่างผู้รู้ ยังมีช่างซ่อมของทางร้านที่มีความเป็นผู้รู้ที่สามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้ทันที เมื่อลูกค้าเกิดข้อสงสัย พร้อมทั้งข้อเสนอแนะนั้นยังมีประโยชน์ต่อทางร้าน จนสามารถทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อสินค้ามากเพิ่มขึ้นด้วย

(3) คนขาย (Salesman)

เนื่องจากการสังเกตกลุ่มนกอินทรีที่มักชอบหาความรู้ข้อมูลใหม่ๆ มาสร้างสรรค์พัฒนาตนเอง ทั้งยังสามารถเอื้อประโยชน์เผยแพร่แนะนำเทคนิคใหม่ๆ ให้กับผู้อื่น โดยเฉพาะทางร้านที่มักจะได้รับความรู้ข้อเสนอแนะจากกลุ่มนกอินทรีอยู่บ่อยครั้ง เช่น เมื่อทางร้านนำสินค้ารุ่นใหม่มาจำหน่าย ลูกค้ากลุ่มแรกที่ทำให้ความสนใจคือกลุ่มของนกอินทรี ทั้งนี้เมื่อลูกค้ากลุ่มนกอินทรีได้ซื้อสินค้าไปทดลองใช้แล้วยังสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้มาแบ่งปันประสบการณ์ถ่ายทอดให้ทางร้านและผู้สนใจในสินค้าได้รับรู้เพื่อใช้ประกอบเป็นข้อมูลในการขายครั้งต่อไปด้วย

2.2 การออกแบบ (Design)

การออกแบบเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการค้นพบมาวางแผนเพื่อทำให้การวัดผลเป็นจริง โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการค้นพบมาสนับสนุนวิธีการออกแบบกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นจนสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ถึงขั้นเกิดประสบการณ์ความประทับใจ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการซ้ำอีกเนื่องจากลูกค้าได้รับความประทับใจมากกว่าสิ่งที่มุ่งหวังนอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนายอดขายให้มีทิศทางที่ดีขึ้นด้วย

อีกทั้งเพื่อให้ความฝันของผู้ประกอบการเป็นจริงผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น และระยะยาวไว้เบื้องต้น ส่วนขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ผู้ศึกษาได้นำเอาปิรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) มาเป็นเครื่องมือหลักโดยการสรรหาวิธีการที่สามารถทำให้กลุ่มคนที่ไม่เคยรู้จักร้านพอๆ อุปกรณ์ตกปลาให้เป็นที่รู้จักจนกระทั่งถึงขั้นบอกต่อแนะนำให้ลูกค้าใหม่สามารถมาใช้บริการกับทางร้านได้ โดยวางแผนขั้นตอนการศึกษาไว้แล้วดังนี้

2.2.1 การวางแผนขั้นตอนการดำเนินงาน

(1) กลยุทธ์พัฒนาตลาด (Market Development Strategy)

การวางแผนกลยุทธ์ในขั้นแรกผู้ศึกษาเริ่มต้นที่กลยุทธ์พัฒนาตลาด ซึ่งผู้ศึกษาสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างของร้านอุปกรณ์ตกปลาเริ่มให้ความสนใจกับกระแสในสื่อออนไลน์ โดยยึดที่ตัวสินค้าเดิมเป็นหลักและเพิ่มเติมในส่วนแนวคิดกับช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้กลยุทธ์พัฒนาตลาดดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) กลยุทธ์พัฒนาศักยภาพการบริการอย่างแตกต่าง (Service Differentiation)

กลยุทธ์พัฒนาศักยภาพการบริการอย่างแตกต่างนำมาใช้ในขั้นที่สองเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริการให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาแล้วได้รับประสบการณ์ความประทับใจกับการบริการของทางร้านอย่างดีที่สุด และทางร้านคาดหวังว่าข้อแตกต่างจะสามารถสร้างพลังการบอกต่อของลูกค้าได้อีกด้วย

2.2.2 การกำหนดแผนงานและวิธีการดำเนินงาน

การวางแผนนำกลยุทธ์ในแต่ละขั้นตอนเพื่อการสร้างประสบการณ์ความประทับใจแก่ผู้ที่มาใช้บริการร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา ได้แบ่งแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยผู้ศึกษาได้กำหนดแผนงานการดำเนินงานและการประเมินผลที่สามารถสรุปวิธีการปฏิบัติงานแผนตามระยะเวลาเป็นกิจกรรมหลักๆ ได้ ดังนี้

(1) กลยุทธ์พัฒนาตลาด (Market Development Strategy)

(1.1) โครงการถูกใจร้านฟอย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า นำเสนอสินค้า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ดังภาพที่ 11 เป็นช่องทางการนำเสนอสินค้ารอบใหม่ให้แก่กลุ่มลูกค้าเดิมและใหม่หรือแม้แต่ผู้ที่กำลังให้ความสนใจในกีฬตกปลาได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุปกรณ์ตกปลาอย่างรวดเร็ว เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการเข้าถึงสินค้าเมื่อมีสินค้ามาใหม่



ภาพที่ 11 เพจร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาฟอยฟิชซิ่ง มหาสารคาม

รวมถึงการให้คำแนะนำพูดคุยกับทางร้านได้อย่างทันทีเมื่อเกิดข้อสงสัย เพื่อใช้เป็นแหล่งเผยแพร่สาระความรู้เกี่ยวกับกีฬการตกปลา และเพื่อใช้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติม ซึ่งทำให้ร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาได้เข้าถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้เร็วยิ่งขึ้นเกิดการรู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งกลุ่มที่ให้ความสนใจในกีฬตกปลาอยู่แล้วเป็นทุนเดิมหรือแม้แต่กลุ่มที่กำลังให้ความสนใจในกีฬตกปลาให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆของทางร้านได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากได้ทำความรู้จักกับสินค้าแล้วยังสามารถสอบถามพูดคุยเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าได้อีกด้วย

ระยะเวลาการดำเนินงาน

เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2559 เป็นต้นไป

ผู้รับผิดชอบ

นางสาวทรีตี สุริยเรืองกิจ เป็นผู้ดูแลเพจร้าน รวมถึงการนำ
สาระความรู้เกี่ยวกับกีฬาคบปลาและการนำเสนอสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ด้วย

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

กล้องถ่ายรูปสินค้า มินิสตูดิโอ ราคา 1,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

จำนวนผู้ที่สนใจเพจร้าน ฟอยฟิชซึ่ง มหาสารคามเพิ่มขึ้นเดือนละ
ไม่ต่ำกว่า 30 คน ซึ่งทราบได้จากจำนวนผู้ที่กดถูกใจเพจร้าน “ฟอยฟิชซึ่ง มหาสารคาม” เพจร้าน
ได้รับความนิยมและมียอดขายการสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย ซึ่งส่งผล
ให้ร้านมีชื่อเสียงที่ดี จนสามารถดึงดูดเพื่อนนักตกปลาจังหวัดใกล้เคียงให้มาใช้บริการได้

(1.2) โครงการแบ่งปันประสบการณ์ ร่วมค้นหาสิ่งดีสร้างสรรค์ผลงาน

วัตถุประสงค์

ค้นหาเรื่องราวประสบการณ์การตกปลาที่ได้รับจากลูกค้า หรือแม้แต่
คู่ค้า โดยการพูดคุยและการสังเกตการณ์ นำเรื่องราวประสบการณ์ที่พบมาต่อยอดสร้างแนวทาง
ส่งเสริมความประทับใจให้ลูกค้า

การดำเนินงาน

การดำเนินงานโดยการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ได้รับ
จากลูกค้าหรือคู่ค้ากับพนักงานภายในร้านฟอย อุกรณ์ตกปลา โดยกำหนดเวลาการพูดคุยช่วงเวลา
09.00 ในทุกวันอาทิตย์ของสัปดาห์ ซึ่งตรงกับประเด็นการค้นพบที่ 3 ความประทับใจกับการบริการ
ดี มีคำแนะนำอย่างกันเองโดยผลจากการพูดคุยร่วมกันนำไปสู่ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนา
งานต่อไป

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2559 เป็นต้นไป

ผู้รับผิดชอบ

คุณพรชนก สุริยเรืองกิจ เป็นผู้จัดบันทึกและจัดนำเสนอแผนงาน
การปรับปรุง และพัฒนาร้าน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ผู้รับผิดชอบต้องการเปลี่ยนบรรยากาศให้เกิดการพูดคุยอย่างผ่อนคลาย ในนอกสถานที่ประกอบการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบประสบการณ์ของพนักงานที่ได้จากการพูดคุยและการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อนำไปสู่แผนงานการดำเนินงานพัฒนาร้านต่อไป ด้วยการพูดคุยเพื่อปรับทัศนคติควบคู่กับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรไปด้วยกัน ผลวิเคราะห์ที่ได้รับสามารถนำมาสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อร้านถึงขั้นบอกต่อได้ด้วย

(1.3) โครงการตามกระแส ปรับตัวให้ทันตามกระแสนิยมและสภาพแหล่งน้ำ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า ด้วยการนำสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมมาจำหน่ายเพิ่มเติมและซื้อครุภัณฑ์ของสภาพน้ำที่มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงฤดูกาล จึงจำเป็นต้องมีสินค้าหลายหลายประเภทเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสรร และสรรหาสินค้าที่ดีมีคุณภาพมาจำหน่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การดำเนินงาน

จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงาน คู่ค้า ตลอดจนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า และสอบถามคู่ค้าเกี่ยวกับสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมหรือสินค้าขายดีในช่วงนั้นๆ นอกจากนั้นการตรวจสอบสภาพสินค้าก่อนออกจำหน่ายยังเป็นวิธีการปฏิบัติของทางร้านเพื่อป้องกันสินค้าบกพร่อง และลดการเกิดปัญหาต่างๆที่ตามมาภายหลังอีกด้วย เช่น ลูกค้าขอเปลี่ยนสินค้าและอ้างว่าสินค้ามีปัญหา การตรวจสอบสินค้าเมื่อมีสินค้านำเข้าใหม่เข้าหากทางร้านพบสินค้ามีปัญหาก็สามารถพูดคุยจัดส่งคืนคู่ค้าได้ทันทีเพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย

ระยะเวลาการดำเนินงาน

เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2558

ผู้รับผิดชอบ

ผู้ประกอบการ เป็นผู้สรุปผลและพูดคุยกับคู่ค้าเพื่อสอบถามถึงกระแสความนิยม ควบคู่กับพนักงานที่ต้องสอบถามความต้องการและสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน เพื่อนำมาสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้ลูกค้าได้เกิดความประทับใจต่อร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ไม่มีค่าใช้จ่าย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลูกค้ามีทางเลือกสามารถซื้อสินค้าแล้วพร้อมออกไปทำกิจกรรม เนื่องจากสินค้าของทางร้านมีตัวเลือกหลากหลาย ครบครันตามการค้นพบในประเด็นที่ 1 ความประทับใจกับความหลากหลายของสินค้า และตรงกับประเด็นที่ 8 ความประทับใจกับสินค้าคุณภาพดีมีชื่อเสียงเกี่ยวกับการตรวจสอบสินค้าก่อนออกวางจำหน่ายทุกครั้ง อีกทั้งยังคาดการณ์ให้สินค้าภายในร้านได้มีการหมุนเวียน โดยการนำสินค้าใหม่มาดึงดูดความสนใจให้ลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้าภายในร้านแล้วนำเสนอสินค้าเดิมควบคู่กันไปด้วย

(2) กลยุทธ์พัฒนาศักยภาพการบริการอย่างแตกต่าง (Service Differentiation)

(2.1) โครงการสร้างภาพเล่าเรื่อง โดยการสร้างแผนภาพประกอบคำบรรยายแนะนำสินค้าและวิธีการใช้งาน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจถึงวิธีการใช้งานสินค้าพร้อมทั้งรายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทได้ ลูกค้าได้เข้าถึงข้อมูลเบื้องต้นของสินค้าเพื่อความสะดวกต่อการทำความเข้าใจสินค้าและได้เลือกซื้อสินค้าได้เหมาะสมต่อความต้องการ เช่น ลูกค้าเลือกเหยื่อปลอมได้เหมาะสมกับสภาพหมายตกปลา หรือแม้แต่เลือกชุดปลายสายได้เหมาะสมกับขนาดของปลาที่ต้องการ

การดำเนินงาน

การสร้างแผนภาพประกอบคำบรรยายแนะนำสินค้าและวิธีการใช้งาน ซึ่งผู้ศึกษามีวิธีการดำเนินการโดยการเริ่มต้นผู้ประกอบการและพนักงานต้องศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาตกปลาเพื่อนำสาระความรู้และประสบการณ์มาแบ่งปันแก่ลูกค้า นอกจากนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์จัดทำเป็นแผนภาพอธิบายวิธีการใช้สินค้าหรือคุณสมบัติของสินค้า แล้ว การทำแผนภาพประกอบคำบรรยายยังสามารถนำมาแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้าได้อีกด้วย อาทิเช่น วิธีผูกเบ็ดตกปลาแบบต่างๆ วิธีการผสมเหยื่อตกปลา และลักษณะวิธีการใช้งานของเหยื่อปลอม เป็นต้น โดยโครงการสร้างภาพเล่าเรื่องมีความสอดคล้องกับประเด็นการค้นพบที่ 3 ความประทับใจกับการบริการดี มีคำแนะนำอย่างกันเอง เนื่องจากผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการมองเห็นด้วยภาพ ซึ่งหากลูกค้าคิดตามแต่ไม่สามารถจินตนาการตามได้ก็ไม่ส่งผลประโยชน์ แต่ถ้าผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงคุณสมบัติหรือวิธีการใช้งานสินค้าถ่ายทอดออกมาเป็นภาพให้ผู้ศึกษาคาดว่ามีความเหมาะสมมากกว่าคำอธิบายด้วยปากเปล่า เช่น วิธีการผูกเบ็ดตกปลาแบบต่างๆ

ถ้าอธิบายด้วยภาพได้ไม่เพียงแต่เป็นผลดีต่อความเข้าใจของลูกค้ายังสามารถลดเวลาการอธิบายของพนักงานได้

ระยะเวลาการดำเนินงาน

เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2559

ผู้รับผิดชอบ

นางสาวทรีตี สุริยเรืองกิจ เป็นผู้จัดทำแผนภาพโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการและพนักงานมาวิเคราะห์ทำแผนภาพประกอบคำอธิบายเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจของลูกค้า

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

กระดาษอาร์ตมันเลเซอร์ขนาด A4 160 แกรม (100 แผ่น) งบประมาณ 300 บาท เครื่องพิมพ์เลเซอร์ งบประมาณ 12,000 บาท ค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 12,300 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาได้สาระความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกีฬตกปลามากขึ้น จนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้เหมาะสมแก่ความต้องการได้อีก ทั้งโครงการสร้างภาพเล่าเรื่องยังช่วยลดขั้นตอนการแนะนำสินค้าของพนักงานและนำเวลาช่วงที่เหลือมาพัฒนางานบริการอย่างอื่นให้ดีขึ้นอีก

(2.2) โครงการปรับปรุงทัศนียภาพเพิ่มเติมที่จุด สร้างบรรยากาศ

วัตถุประสงค์

เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วให้แก่กลุ่มลูกค้าและคู่ค้าโดยการเพิ่มที่จอดรถพร้อมทั้งสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าได้รู้สึกมีส่วนร่วมไปกับกีฬตกปลา

การดำเนินงาน

การสร้างเขตพื้นที่หน้าร้านโดยการกำหนดเขตพื้นที่การใช้สอย และการตัดเสากลางของร้านออกส่งผลประโยชน์ให้มีพื้นที่ใช้สอยเพิ่ม มีจำนวนที่จอดยานพาหนะของกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และมีวิสัยทัศน์การมองเห็นที่กว้างขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามคู่ค้ายังได้รับผลประโยชน์ด้านความสะดวกรวดเร็วเมื่อมาส่งสินค้าหรือติดต่อทำการค้ากับทางร้านอีกด้วย

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการเดือนมีนาคม พ.ศ.2559

ผู้รับผิดชอบ

ผู้ประกอบการ เป็นผู้ออกแบบและดำเนินการ รวมทั้งควบคุมงบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าช่าง งบประมาณ 5,000 บาท ค่าเหล็กและวัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ 8,000 บาท ค่าไวนิล งบประมาณ 2,000 บาท ค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 15,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาได้รับความสะดวกสบายจากที่จอดรถของทางร้านที่สามารถรองรับจำนวนยานพาหนะของกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มขึ้น โดยการปรับภูมิทัศน์มุมมองร้านให้น้ำร้านมีเนื้อที่กว้างขึ้นด้วย นอกจากนั้นยังสามารถทำให้ลูกค้าได้เกิดความรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมอยากเป็นส่วนหนึ่งของกีฬาตกปลาโดยการใช้ไวนิลและสติ๊กเกอร์ของตราสินค้าต่างๆเป็นสื่อกลางสร้างบรรยากาศให้กลุ่มลูกค้าอีกด้วย

(2.3) โครงการดูแลลูกค้า ใส่ใจทุกรายละเอียด

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยการดูแลใส่ใจด้านงานบริการก่อนและหลังการขาย เพื่อดูแลลูกค้าเดิมให้เกิดความประทับใจต่อการบริการของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาให้มากยิ่งขึ้น

การดำเนินงาน

การบริการดูแลลูกค้าก่อนและหลังการขาย โดยเป็นศูนย์ซ่อมของอะไหล่ภายใต้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงได้รับมาตรฐานและการยอมรับ ทั้งนี้ทางร้านยังทราบประวัติลูกค้าเดิมได้โดยการแสดงสติ๊กเกอร์ที่มีสัญลักษณ์ของร้านเพื่อเป็นหลักฐานยืนยันว่าสินค้านี้เคยซื้อจากร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา นอกจากนั้นในส่วนของการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเดิมดำเนินการด้วยการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ อาทิ มอบส่วนลดพิเศษหรือเงื่อนไขที่แตกต่าง มอบสินค้าสมนาคุณไว้ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2559

ผู้รับผิดชอบ

ผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแลเบื้องต้น ในส่วนของการดูแลนำเสนอสินค้าที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเดิม เนื่องจากการสังเกตการณ์ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้ว นอกจากนั้นการสั่งซื้ออะไหล่อุปกรณ์เสริมต่างๆเพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการดูแลลูกค้าหลังการขาย

และการทราบข้อมูลรายละเอียดสินค้าเพื่อนำไปส่งมอบให้ช่างซ่อมยังคงมอบหมายให้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการดูแลแล้วจึงส่งต่องานไปให้ช่างผู้ชำนาญการอีกด้วย

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

กระดาษสติ๊กเกอร์ ขนาด A4 70 แกรม (100 แผ่น) งบประมาณ 300 บาท กระดาษขาว ขนาด A4 80 แกรม (100 แผ่น) 300 บาท ค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 600 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลูกค้ามีประสบการณ์เชิงบวกที่ดีต่อทางร้าน จนสามารถทำให้ลูกค้าเดิมบอกต่อเรื่องราวความประทับใจแก่ผู้ที่สนใจก็พาดปลาหรือแม้แต่ผู้ที่ไม่รู้จักร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลาให้รู้จักได้ด้วย การดูแลรักษาสถานลูกค้าเดิมได้เป็นอย่างดีด้วยการเอาใจใส่ในรายละเอียดของสินค้า โดยเฉพาะบริการหลังการขายที่ลูกค้าสามารถขอรับคำแนะนำจากผู้รู้ (Maven) อย่างผู้ประกอบการและช่างผู้ชำนาญการของทางร้านได้

2.2.3 การกำหนดแผนงานระยะยาว

การกำหนดแผนงานระยะยาววิเคราะห์เป็นประเด็นหลัก 2 ประเด็น และได้แบ่งเป็นโครงการเพื่อเพิ่มประสบการณ์ความประทับใจให้ลูกค้า ดังนี้

(1) การลงทุน

การกำหนดทิศทางการลงทุนที่สามารถส่งผลให้ลูกค้าที่มาใช้บริการของทางร้านได้เกิดประสบการณ์ความประทับใจเพิ่มขึ้น และด้วยการสอบถามเบื้องต้นลูกค้าให้การตอบรับที่พอใจมากหากทางร้านสามารถนำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในมหาวิทยาลัยในจังหวัดมหาสารคามได้ เนื่องจากการเข้าถึงมหาวิทยาลัยเข้าถึงได้ยากกว่าบ่อตกปลาทั่วไป นอกจากนั้นยังลงทุนเพิ่มเติมในส่วนของการสร้างบรรยากาศของร้านให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความแตกต่างเมื่อเข้ามาใช้บริการกับร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

(1.1) โครงการล่องเรือลำน้ชี ตกปลาใกล้ชายหาด

วัตถุประสงค์

เพิ่มกิจกรรมเพื่อตอบสนองผู้ที่ชื่นชอบกีฬาการตกปลาอย่างเต็ม

รูปแบบ

การดำเนินงาน

จากประเด็นการค้นพบที่ 6 ความประทับใจกับคำแนะนำของลูกค้าโดยการสรรหากิจกรรมที่สามารถตอบสนองผู้ที่ชื่นชอบกีฬาการตกปลากลุ่มลูกค้าที่ต้องการ

ผจญภัยอย่างใกล้ชิดธรรมชาติ ซึ่งเมื่อลองนำเสนอแนวคิดนี้กับกลุ่มลูกค้า ก็ได้รับการตอบรับที่ดี เนื่องจากจังหวัดมหาสารคามยังไม่มีผู้ให้บริการตกปลาแบบล่องเรือในแม่น้ำชีเลย

ระยะเวลาการดำเนินงาน

เริ่มเดือนมกราคม พ.ศ. 2560

ผู้รับผิดชอบ

ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนโครงการ สำรวจความเป็นไปได้ และกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายเบื้องต้น

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

เรือไฟเบอร์ พร้อมเครื่องยนต์เรือโก้ งบประมาณ 40,000 บาท
เรืออูมูเนียม พร้อมเครื่องยนต์เรือโก้ งบประมาณ 50,000 บาท ค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 90,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ลูกค้าประทับใจต่อโครงการล่องเรือลำนํ้าชี ตกปลาใกล้ชิดธรรมชาติ จนสามารถบอกต่อเพื่อนหรือคนใกล้ชิดที่ชื่นชอบกีฬาตกปลาให้มาร่วมกิจกรรมของทางร้านเพิ่มเติมอีก

(1.2) โครงการเปลี่ยนวัสดุสร้างบรรยากาศ

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างบรรยากาศให้เข้ากับกีฬาตกปลา เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้านได้รู้สึกไม่อึดอัด หรือการสร้างบรรยากาศให้ทุกคนสามารถเข้าถึงร้านค้าได้ง่าย

การดำเนินงาน

การปรับตกแต่งชั้นวางสินค้าบางชั้นให้มีวัสดุเป็นไม้เพื่อให้กลมกลืนกันขึ้นอื่นๆภายในร้านและการนำสตีกเกอร์หรือป้ายไว้นิลที่มีตราสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์กีฬาตกปลาโดยทางร้านมีวางจำหน่ายมาเติมแต่งให้มีความน่าเชื่อถือด้วย

ระยะเวลาการดำเนินงาน

เริ่มเดือนกันยายน พ.ศ. 2559

ผู้รับผิดชอบ

ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนโครงการ การออกแบบรูปแบบร้าน และการปรับแต่งชั้นวางของ รวมถึงการจัดหาวัสดุ และกำหนดงบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าวัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ 1,000 บาท ค่าไม้ งบประมาณ 3,000 บาท ค่าแรงงานช่าง 1 คน ดำเนินการ 2 วัน วันละ 500 บาท งบประมาณ 1,000 บาท ค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 5,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การตกแต่งร้านให้เข้ากับบรรยากาศการพักผ่อน เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ เกิดประสบการณ์เชิงบวกกับการออกแบบร้านจนเป็นความประทับใจ สามารถบอกต่อให้กับผู้ที่ชื่นชอบรูปแบบการตกแต่งเช่นนี้ได้

(2) การควบคุมต้นทุน

ผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงความสำคัญของการควบคุมระบบบัญชีการบันทึกข้อมูลสำคัญอย่างรายรับรายจ่ายส่งผลดีต่อการบริหารร้านให้มีระบบอย่างมีมาตรฐาน สามารถทราบข้อมูลได้รวดเร็วและนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้พัฒนาหรือปรับปรุงธุรกิจได้อีกในอนาคต

2.3 การปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงาน

การปรับเปลี่ยนเพื่อพัฒนาร้านให้มีทิศทางการบริการและมีสินค้าครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้าได้แบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์ 6 โครงการ ดังนี้

2.3.1 การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้ดีกว่าเดิมจากที่เคยต่างคนต่างทำหน้าที่ของตนเองแต่เมื่อนำโครงการเข้ามาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมส่งผลให้พนักงานทุกคนรวมถึงผู้ประกอบการต้องมาพูดคุยกันมากขึ้นแบ่งปันเรื่องราวการรับทราบประสบการณ์ที่ดีหรือแม้แต่ข้อบกพร่องของทางร้านมาเล่าสู่กันฟังตามโครงการแบ่งปันประสบการณ์ในช่วงบ่ายของทุกวัน อาทิตย์ โดยมีผู้รับผิดชอบโครงการเป็นผู้จัดบันทึกเนื้อหาสาระที่ค้นพบแล้วนำไปพัฒนาต่อยอด หากแต่เรื่องราวที่ค้นพบไม่ต้องใช้การวิเคราะห์หรืองบประมาณที่ซับซ้อนมากนัก แต่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ก็สามารถวางแผนงานและดำเนินการแก้ไขได้โดยทันที เช่น การนำตะกร้าใส่ของให้ลูกค้าขณะเลือกสินค้าภายในร้าน เป็นต้น

2.3.2 การปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมผู้บริโภคโดยการเพิ่มช่องทางการขาย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการสร้างเพจร้านเพื่ออำนวยความสะดวกของลูกค้าและสร้างสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า นอกจากนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถนำเสนอสินค้ามาใหม่แก่ลูกค้าได้รวดเร็วอีกด้วย เมื่อทางร้านนำปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอสินค้าให้สามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบมีผลให้การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต

2.3.3 การปรับเปลี่ยนตามกระแส ทั้งกระแสนิยมและสภาพน้ำในแต่ละฤดูกาลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการออกจำหน่ายของปลา ดังนั้นสินค้าในแต่ละช่วงฤดูกาลจึงปรับเปลี่ยน

เพิ่มเติมไปไม่เหมือนกัน หากผู้ประกอบการยังยึดติดกับสินค้าเดิมไม่มีวิสัยทัศน์พัฒนาหรือสรรหาสินค้าใหม่เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติม ก็ไม่ต่างจากการปิดกั้นโอกาสขายของตนเอง และหากมองย้อนกลับกันหากผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมพัฒนาร้านสรรหาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลานั้นได้ โอกาสขายก็เพิ่มมากขึ้นสินค้าในร้านก็เกิดการหมุนเวียน เพราะการบอกต่อของลูกค้าที่เกิดจากความสามารถของทางร้านและความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เมื่อลูกค้าเดิมเกิดความประทับใจก็มีแนวโน้มชักชวนลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการซ้ำได้อีกเช่นกัน

2.3.4 การปรับเปลี่ยนวิธีการแนะนำสินค้าและการอธิบายวิธีการใช้งาน เพื่อนำมาใช้เป็นตัวช่วยสำหรับผู้ที่ยากรู้แต่ไม่กล้าถามหรือวิธีการต่างๆที่ต้องใช้ภาพประกอบการอธิบาย ซึ่งเมื่อการปรับเปลี่ยนวิธีการคิดนำเสนอแผนภาพมาร่วมประกอบกับคำอธิบายของพนักงาน ผู้ศึกษาสังเกตได้ว่าลูกค้าเกิดความเข้าใจง่ายขึ้น พนักงานลดขั้นตอนการทำงานน้อยลงและนำเวลาที่เหลือไปพัฒนางานบริการส่วนอื่นได้อีก

2.4 การมอบหมาย (Destiny)

ผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นความสำคัญของการมอบหมายงานโดยพนักงานทุกคนควรรู้จักและสามารถแนะนำสินค้าภายในร้านให้ได้ทุกประเภทเนื่องจากกิฟตกปลาเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะกลุ่มหลายครั้งที่ต้องพบกับลูกค้าที่ต้องการตกปลาแต่ไม่มีทักษะความรู้ด้านนี้เลย จึงจำเป็นมากที่พนักงานต้องมีคำแนะนำ มีทักษะความรู้ที่เหนือกว่าลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้เกิดไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของร้าน ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้วย นอกจากลูกค้าเกิดความประทับใจที่ได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์แล้ว คู่ค้ายังไว้วางใจให้ทางร้านเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทด้วยการกระจายอำนาจ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ประกอบในร้านไปด้วยกัน ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นเรื่องราวที่ดี แต่การมอบหมายงานให้มีผู้รับผิดชอบงานมีไว้สำหรับใช้ในการตัดสินใจกระทำการสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่องานนั้นๆมากกว่าเพียงแค่รับผิดชอบร่วมกัน พร้อมทั้งมีพนักงานทุกคนเป็นทีมร่วมสนับสนุนงานให้ประสบผลสำเร็จจุลวงด้วยดี

อย่างไรก็ตามการวางแผนกลยุทธ์ในเบื้องต้นได้มอบหมายงานส่วนใหญ่ให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ตัดสินใจโดยมีพนักงานทุกคนแสดงความคิดเห็นร่วมได้เช่นกัน เนื่องจากผู้ศึกษาให้ความสำคัญกับความคิดเห็นส่วนรวม การทำงานที่ดีควรเกิดจากการความชื่นชอบในองค์กร เห็นพ้องต้องกันอยากผลักดันสร้างสรรค์พัฒนาหาแนวทางกำหนดทิศทางการพัฒนาร้านไปด้วยกัน เพื่อความก้าวหน้าและมาตรฐานของร้าน

2.5 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินงานพบว่า การนำพีรามิดแห่งความภักดี (Loyalty Pyramid) มาใช้เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างแผนกลยุทธ์ให้กับทางร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา 2 กลยุทธ์ 6 โครงการเริ่มจากกลยุทธ์พัฒนาตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่ยังไม่รู้จักร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา พร้อมทั้งการนำกลยุทธ์พัฒนาศักยภาพการบริการอย่างแตกต่างมาใช้ในขั้นตอนถัดไปเพื่อการสร้างประสบการณ์ความประทับใจอย่างสมบูรณ์แบบให้กับกลุ่มลูกค้า โดยขั้นตอนดังกล่าวเกิดจากการนำประเด็นหลักๆ 6 ประเด็นที่ได้จากการค้นพบมาสร้างเป็นโครงการตามกำหนดการระยะสั้น และระยะยาว ทั้งนี้การกำหนดแผนงานระยะยาวยังได้คำนึงด้านการลงทุนและการควบคุมต้นทุน และในส่วนของกรมอบหมายงาน (Destiny) ยังมีผลจากการปรับเปลี่ยนให้มีทิศทางที่ดีขึ้นจากเดิม หรือแม้แต่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรภายในร้าน ให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่ดี สามารถกระจายอำนาจ อย่างการมอบหมายงานให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการสั่งซื้อสินค้าที่อยู่ภายใต้การดูแลของผู้ประกอบการ เมื่อพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นต่อองค์กรและสามารถร่วมสร้างสรรค์ได้ย่อมส่งผลดีต่อองค์กรเช่นกัน

3. การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

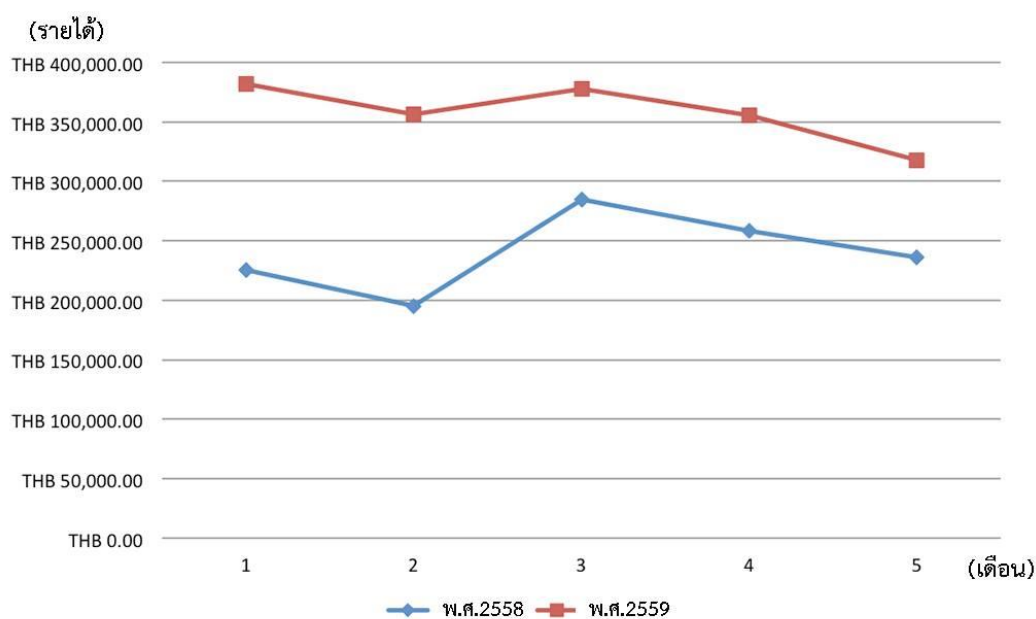
การวิเคราะห์ผล การดำเนินการศึกษาถึงขั้นตอนการนำแผนกลยุทธ์ที่ได้ค้นพบจากการสัมภาษณ์และการสังเกตของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งวิธีการประเมินผลงานและผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

3.1 การเปรียบเทียบยอดขาย

ผลการศึกษาด้วยวิธีการสังเกตเริ่มศึกษาช่วงเดือนธันวาคมจนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2559 หลังจากการปรับใช้กลยุทธ์ระยะสั้นพบว่ายอดขายของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบในช่วงเดือนมกราคมจนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 และพ.ศ. 2559 ซึ่งพบว่าร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาเพิ่มมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 โดยเฉพาะในช่วงเดือนกุมภาพันธ์มียอดขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยแล้วจากวันละ 6,975 บาท เป็น 12,733 บาท เพิ่มขึ้น 5,758 บาทต่อวันโดยเฉลี่ยหรือคิดเป็นร้อยละ 82.5 แม้แต่เทียบในช่วงเดือนพฤษภาคมของปี พ.ศ. 2559 ที่มียอดขายต่ำสุดในรอบ 5 เดือนที่ผ่านมาเฉลี่ยแล้วยังมากกว่าปีก่อนเช่นกัน จากเดิมวันละ 7,617 บาท เป็น 10,257 บาท มียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 2,640 บาทต่อวันโดยเฉลี่ยหรือคิดเป็นร้อยละ 34.7 ก็ยังคงมากกว่าปีก่อนเช่นเดิม

จากการสังเกตผู้ศึกษายังพบว่า การนำกลยุทธ์มาปรับใช้กับทางร้านมีผลให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการทางร้านเพิ่มมากขึ้นทั้งจากกลุ่มลูกค้าเดิมที่ให้ความไว้วางใจทางร้านเป็นพื้นฐานอยู่แล้วแต่เมื่อได้วางแผนพัฒนานำความรู้ด้านสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry:AI) มาปรับใช้ส่งผลให้ลูกค้าประทับใจการบริการของร้านมากกว่าเดิม และเมื่อสอบถามกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ

กับทางร้านเป็นครั้งแรกส่วนมากให้คำตอบเดียวกันคือมีคนแนะนำมา ด้วยเหตุผลที่ว่าสินค้ามีให้เลือกหลากหลายพร้อมคำแนะนำที่ดี รองลงมาคือกลุ่มลูกค้าจากสื่อสังคมออนไลน์มีทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ เนื่องจากลูกค้าเดิมพบเห็นสินค้าใหม่ในเพจร้านจึงตามมาซื้อ รวมถึงกลุ่มที่ไม่เคยรู้จักร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลามาก่อนเลยแต่ได้ค้นพบเพจร้านในอินเทอร์เน็ตจึงทำให้ได้รู้จักแล้วตามมาซื้อสินค้าจากทางร้านด้วย ผนวกกับกระแสด้านกีฬาตกปลากำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันดังที่ได้กล่าวมาแล้วในขั้นต้น ประกอบกับภาพแสดงยอดขายของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาในช่วงเดือนมกราคมจนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 และพ.ศ. 2559 ดังที่แสดงในภาพที่ 12 ต่อไปนี้



ภาพที่ 12 แสดงยอดขายของร้านฟอยอุปกรณ์ตกปลา

3.2 บทสัมภาษณ์ข้าหลังปรับใช้กลยุทธ์

จากการสังเกต และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมหลังปรับใช้กลยุทธ์ตามแผนการดำเนินงานระยะสั้นกับร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา ผู้ศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ผลการตอบรับในทิศทางที่ดีสังเกตได้ว่าลูกค้ามีการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้กลับมาใช้บริการกับทางร้านเพิ่มมากขึ้น เกี่ยวกับความประทับใจหลังทางร้านปรับใช้กลยุทธ์แล้ว และนอกเหนือจากนั้นผลจากการปรับใช้กลยุทธ์ยังส่งผลให้คู่ค้า (Supplier) ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากทางร้านเช่นกัน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

1. บทสรุปจากการดำเนินงานการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

การดำเนินการศึกษาด้านสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เป็นการศึกษาที่เริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ศึกษาให้เป็นคนช่างสังเกตและการตั้งคำถามเชิงบวกกับคู่สนทนา โดยการดำเนินการค้นพบสิ่งที่ดีที่สุดเกี่ยวกับร้านอุปกรณ์ตกปลาสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 การค้นพบประสบการณ์ด้านบวกในมุมมองของบุคลากรภายในองค์กร

ผู้ศึกษาที่ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการนำทฤษฎีสุนทรียสาธก มาใช้ในการปรับวิธีการคิดและปรับเปลี่ยนให้ตนเองเป็นคนช่างสังเกตแล้ว การที่กิจการได้รับเรื่องราวดี ๆ จากผลการศึกษาอิสระเป็นไปตามวัตถุประสงค์จึงส่งผลให้บุคลากรในกิจการนำหลักการคิดและปรับเปลี่ยนวิธีการคิดเพื่อขยายพฤติกรรมการคิดบวกด้วย ซึ่งการร่วมใจกันปรับเปลี่ยนวิธีการคิดยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากิจการในอนาคต ทั้งยังสามารถสร้างยอดขายในทิศทางที่ดีขึ้นด้วยการส่งเสริมความประทับใจให้กลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

1.1 การค้นพบประสบการณ์ด้านบวกในมุมมองของลูกค้า

พบว่าลูกค้าชื่นชอบการปรับเปลี่ยนวิธีการคิด ด้วยการนำเรื่องราวที่ได้จากการแบ่งปันประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้ามาสร้างสรรค์โครงการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ โดยขึ้นแแรกรูปแบบการให้บริการที่มีการปรับเปลี่ยนด้วยความสะดวกรวดเร็ว การแบ่งปันสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ด้านกีฬาตกปลา และการดูแลหลังการขาย ส่วนในขั้นที่สองเกี่ยวกับการสรรหาสินค้าตามคำแนะนำของลูกค้าเพิ่มเติมจากส่วนที่มีอยู่เดิม ในทันกระแสความนิยมของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นการส่งเสริมกิจกรรมกีฬาตกปลาอย่างโครงการล่องเรือลำน้ำชี ตกปลาใกล้ธรรมชาติต้องยอมรับว่าแนวคิดส่วนหนึ่งเกิดจากการแนะนำของลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์ล่องเรือในหมายตกปลาธรรมชาติจากจังหวัดใกล้เคียง จากการสอบถามถึงประสบการณ์ความประทับใจของลูกค้าหลังจากที่ทางร้านปรับใช้ลูกค้าต่างให้ความประทับใจกับการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่าการรู้จักสังเกตและการรู้จักตั้งคำถามด้านบวกกับลูกค้านอกจากได้รับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าแล้ว ยังสามารถนำคำแนะนำนั้นมาปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพของร้านให้ได้ดียิ่งขึ้น

2. บทสรุปการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์สร้างจากการค้นพบโดยการสัมภาษณ์และการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ซึ่งการนำความรู้ทางด้านสุนทรียศาธมาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนองค์กรส่งผลให้ทางร้านมีการพัฒนาและศักยภาพต่อการแข่งขันในทิศทางที่ดีขึ้น เป็นที่รู้จักในกลุ่มของนักตกปลาทั้งในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง จากการสังเกตกลุ่มลูกค้าและลูกค้ามีการพูดถึงร้านบ่อย อุปกรณ์ตกปลาเพิ่มมากขึ้น การนำข้อมูลประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้า มาใช้ในการวางแผนสร้างสรรค์กลยุทธ์ร้านบ่อย อุปกรณ์ตกปลา ตามโครงการต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

- (1) โครงการถูกใจร้านบ่อย
- (2) โครงการแบ่งปันประสบการณ์
- (3) โครงการตามกระแส
- (4) โครงการสร้างภาพเล่าเรื่อง
- (5) โครงการปรับภูมิทัศน์
- (6) โครงการดูแลลูกค้า เอาใจใส่ทุกรายละเอียด

ซึ่งทำให้สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญและทราบถึงจุดร่วม (Convergences) ของกลุ่มลูกค้าเพื่อนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ที่ช่วยให้กระบวนการดำเนินงานและการให้บริการมีประสิทธิภาพ ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานจากเดิมหลายอย่างให้เป็นไปตามขั้นตอนทฤษฎีสุนทรียศาธ ซึ่งการปรับเปลี่ยนได้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อยอดขายที่ดีขึ้น เมื่อเทียบยอดขายช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคมของ พ.ศ. 2558 กับ พ.ศ. 2559 พบว่าการปรับใช้ต่อการวางแผนกลยุทธ์เพื่อค้นพบ (Discovery) ประสบการณ์ความประทับใจของกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่ได้อาวเคราะห์ดำเนินการตามขั้นตอนส่งผลให้ยอดขายในปีปัจจุบัน พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามผลการค้นพบของผู้ศึกษานอกเหนือจากยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังได้ค้นพบถึงความสำคัญอีกอย่างคือ การค้นพบความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการตั้งคำถามด้านบวกและการสังเกตพฤติกรรม ล้วนเป็นเรื่องราวที่ลูกค้าและลูกค้าให้คะแนนความประทับใจเกี่ยวกับร้าน อุปกรณ์ตกปลาที่ลูกค้าชื่นชอบ ซึ่งการนำคำแนะนำหรือข้อคิดจากการบอกเล่ามาปรับเปลี่ยนเพื่อพัฒนาทั้งเรื่องของการให้บริการและการสรรหาสินค้าเพื่อการตอบสนองความต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด ไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มศักยภาพของทางร้านแต่ยังเป็นข้อได้เปรียบต่อคู่แข่งทางการตลาดอีกด้วย เนื่องจากเดิมที่เคยปรับตัวตามคู่แข่ง แต่เมื่อได้เปลี่ยนวิธีการคิดอย่างการนำประสบการณ์ที่ดีมาปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน มีส่งผลกระทบให้คู่แข่งยากต่อการปรับตัวตามพร้อมกับการส่งเสริมเรื่องราวที่ค้นพบให้เกิดการพัฒนาในทิศทางที่ดีต่อไปในอนาคตด้วยเช่นกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะและแนวทางที่จะศึกษาต่อไปของร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา

3.1.1 การดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องด้วยการพัฒนาหลักการพูดคุยเชิงบวกและการสังเกตให้ดียิ่งขึ้น โดยโอกาสที่เหมาะสมแล้ว สอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงประสบการณ์ความประทับใจต่อร้านอุปกรณ์ตกปลาที่เคยใช้บริการจากร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหรือแม้แต่ของร้านอื่นเพิ่มเติมทั้งยังเป็นการพัฒนาธุรกิจและบุคลากรให้มีทักษะด้านสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจในอนาคตต่อไปด้วย

3.1.2 สังเกตพฤติกรรมลูกค้าและสภาพแวดล้อม เพื่อปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ต่างๆ อาทิ ศึกษาหาข้อมูลข่าวสารกระแสอุปกรณ์ตกปลาที่กำลังได้รับความนิยม สภาพน้ำตามหมายตกปลาในสถานที่ต่างๆ และสังเกตพฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าเพื่อค้นหาทิศทางความต้องการของลูกค้า

3.1.3 การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า แม้กระทั่งการหาความรู้ใหม่ๆ มาแบ่งปันให้ลูกค้าหรือคู่ค้าก็ถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีด้วย

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรอื่นๆ

การวางแผนกลยุทธ์โดยการใช้สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry :AI) เพื่อการสร้างความประทับใจ โดยการศึกษาร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ซึ่งวิธีการดำเนินการศึกษาเช่นนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกธุรกิจหากผู้นำหรือผู้ประกอบการมีความคิดเปิดกว้างต้องการสร้างสรรค์กลยุทธ์เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ มาปรับใช้อย่างเหมาะสม โดยการพิจารณาถึงวิธีการดำเนินงานขององค์กร และตั้งแรงขับเคลื่อนองค์กรด้วยวิสัยทัศน์ (Vision) คือสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็นดังเข็มทิศที่คอยนำทางให้ทุกคนในองค์กรเดินตามไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อทราบทิศทางก็ต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อไปถึงเส้นชัย โดยมีพันธกิจ (Mission) เป็นตัววัดระยะทางที่มุ่งหวังไว้ สิ่งเหล่านี้เป็นแนวทางหรือทิศทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรได้ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามการลงมือปฏิบัติจริงตามแนวคิดสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry :AI) ของผู้ศึกษาส่งผลให้ร้านที่เป็นกรณีศึกษามียอดขายและความประทับใจลูกค้าตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นไปตามที่กำหนดทุกประการ ดังนั้นหากธุรกิจอื่นสนใจนำแนวคิดสุนทรียสาธกไปเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนกลยุทธ์ก็ควรเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมแก่วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์การศึกษาด้วย

เอกสารอ้างอิง

- แกลดเวลล์, มัลคอล์ม. (2556). **กลยุทธ์จุดกระแส**. (พรเลิศ อิฐฐ์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: บริษัท วีเลิร์น จำกัด.
- เกรย์, จอห์น. (2540). **ผู้ขายมาจากดาวอังคาร ผู้หญิงมาจากดาวศุกร์**. (สงกรานต์ จิตสุทธินาคร, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, นิทัศน์ คณะวรรณ และธีรพล แซ่ตั้ง. (2548). **หุบชีวิตใหม่ ธุรกิจไทยให้** เป็นต่อ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นัตสุพงศ์ อยู่สุข. (2558). **การวางแผนกลยุทธ์ร้านค้าปลีกเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าโดยใช้สุนทรีย** **สาธก กรณีศึกษา ร้านค้าปลีกเปงเฮงนิคม**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจ **มหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**.
- นิติธรรม รอดรัมย์. (2557). **การสร้างความประทับใจให้กับธุรกิจร้านกาแฟ โดยใช้สุนทรียสาธก** **กรณีศึกษาร้านกิน-คัพ**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต **วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**.
- ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2556). ตัวอย่าง Loyalty Pyramid (พีระมิดแห่งความภักดี). ค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/542041>
- ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2555). **สงครามสุขภาพบุรุษ**. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/514351>
- ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2559). **IKIGAI คำถามแห่งชีวิต**. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/599051>
- รัตนา นิยมพงษ์. (2553). **การจัดการความรู้ด้วยสุนทรียสาธก เพื่อเพิ่มยอดขายของป๊อตกปลา** **บริบูรณ์ ฟิชซิงปาร์ค จังหวัดนครราชสีมา**. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจ **มหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**.
- วรัญญา งามขำ และสุนิสา ศรีสุข. (2559). **ตกปลาเพื่อช่วยชีวิตปลา!! “ทัฟฟ์ มีทรัพย์วัฒนา” นักตก** **ปลาเชิงอนุรักษ์**. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.thOnlineSection/ViewNews.aspx?NewsID=9590000070077>
- วรภัทร์ ภูเจริญ. (2552). **Dialogue คิดลงใจ...ไหลเป็นปัญญา**. กรุงเทพฯ: บริษัท อริยชน จำกัด.

เอกสารอ้างอิง(ต่อ)

- ขมาภรณ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2551). การใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนกลยุทธ์ให้กับ
ร้านอาหารครัวคุณย่า. รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย
บัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิตราลัยขอนแก่น.
- สุพาพร เทพยสุวรรณ. (2558). กำจัดความเครียดง่ายๆ ด้วยตัวเอง. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2559, จาก
<http://www.thaihealth.or.th/Content/29939-กำจัดความเครียดง่ายๆ%20ด้วยตนเอง%20.html>
- สิทธิชัย หวังอยู่สุข. (2556). On The Line.เยื่อกับปลา, 16(182), 12.
- อโนชา รุ่งรังสิมากุล. (2552). การวางแผนกลยุทธ์โดยใช้สุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry)
กรณีศึกษาร้านกาแฟชาตรี. รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิตราลัยขอนแก่น.
- Cooperrider, D. L., Whitney, D. K., & Stavros, J. M. (2008). **Appreciative inquiry handbook:
For leaders of change**. Brunswick, OH: Crown Custom Pub.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). **Research Methods for Business Students**.
6th ed. Essex: Pearson Education Limited.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีตัวสี่ทิศ

1. การแบ่งประเภทตามทฤษฎีตัวสี่ทิศ

การแบ่งลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เต็มใจให้สัมภาษณ์ที่แสดงออกมาใน ขณะที่ให้สัมภาษณ์จากทั้งหมด 40 คน ผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้กระทั่ง 9 คน นกอินทรี 6 คน หมี 10 คน หนู 15 คน

1.1 กระทั่งบทสัมภาษณ์ และการแสดงความคิดเห็นในการสัมภาษณ์เชิงบวก

(1) คุณออฟ อายุ 21 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบบ้างไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ ก็ร้านฟอยน์แหละ
 ผู้สัมภาษณ์ คุณลูกค้ารู้จักร้านที่ชื่นชอบได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ วันนั้นผมต้องการซื้ออุปกรณ์ตกปลาหลายเลย แล้วร้านที่ผมไปเนี่ยเขาปิด ดึก โดยที่ร้านอื่นปิดหมดแล้วนะ พอตีแม่ผมโอนเงินมาให้ ไปที่ร้านก็ปิด หมด มีแต่ร้านฟอยน์แหละที่ยังเปิด
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านที่ชื่นชอบมีชื่อคืออะไรบ้างคะ ที่สามารถทำให้ลูกค้าชื่นชอบ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ อย่างแรกคือคำแนะนำ ตามมาคือความเป็นกันเอง ต่อราคายี่ได้เด็ดสุด การจัดร้านก็หาของง่ายดีนะ

(2) คุณเถิน อายุ 43 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

ผู้สัมภาษณ์ มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีหลายร้าน
 ผู้สัมภาษณ์ อย่างร้านที่ชื่นชอบ คุณลูกค้ารู้จักได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็จากการแนะนำจากเพื่อนๆที่ตกปลาดูด้วยกันนะ อย่างเวลาไปตกปลาที่ บ่อบางครั้งก็จะคุยกันเพื่อหาร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกปลาที่ถูกต้อง
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านที่ชื่นชอบมีชื่อคืออะไรบ้างคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีสินค้าให้เลือกเยอะ หลากหลายแบบที่เดินเข้ามาแล้วสามารถได้สิ่งที่ ต้องการเลย ราคาต่างก็ไม่เป็นไรนะ ขอแค่มาแล้วได้สินค้าครบอย่างที่ หวังก็พอใจแล้ว

(3) คุณภูมิ อายุ 19 ปี อาชีพ นักเรียน

ผู้สัมภาษณ์ มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบบ้างไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ ก็ร้านฟอยนี่แหละครับ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักเอง จากการขับรถผ่านมาเจอ พอคืออยู่แถวบ้านด้วยละครับเลยสะดวกที่จะมาซื้อได้บ่อยๆ

ผู้สัมภาษณ์ คุณภูมิพอจะตอบได้ไหมว่าร้านฟอยมีข้อดีและข้อแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้างคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ สินค้าราคาก็ถูกดี แตกต่างจากร้านอื่นตรงที่ร้านฟอยมีคำแนะนำ จัดร้านเป็นระเบียบ หาของก็ง่ายไม่ยาก อีกอย่างนะร้านฟอยมีเพจร้านในเฟสบุค แต่ผมขอเสนอหน่อยนะครับ น่าจะมีราคาชี้แจงสักหน่อยนะ เพื่อมีคนที่เขาต้องการทราบราคาเหมือนกับผม

(4) คุณแม่ปราณี อายุ 53 ปี อาชีพ ข้าราชการ

ผู้สัมภาษณ์ เคยรู้จักร้านอุปกรณ์ตกปลาไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่จ๊ะ เพิ่งจะหัดนี้ละ พ่อเขาอยากเล่นเลยพากันมาซื้อ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านเราได้ยังไงคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีคนแนะนำแม่มานี่ละ คนในหมู่บ้านเดียวกัน

ผู้สัมภาษณ์ แล้วเขาได้บอกไหมคะว่า มาร้านฟอยแล้วมีข้อดีอะไร ถึงได้แนะนำคุณแม่มา

ผู้ให้สัมภาษณ์ เขาก็บอกนะว่าเขาซื้อที่ร้านฟอยประจำ เขาก็ว่าร้านบริการดี สินค้ามีครบ มาที่เดียวก็ได้ของครบเลย ไม่เคยเล่นตกปลาเลย พอมีคนแนะนำพาไปตกก็เลยสนุก

ผู้สัมภาษณ์ คุณแม่ศึกษาเส้นทางมาที่ร้านได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็ไม่ยากนะ พ่อเขาอธิบายให้ฟังพอแก่ก็ขับมาเรื่อยๆ ร้านเด่นๆติดป้ายตกปลาใหญ่ๆทำเลก็ดี จอดรถก็สะดวกสินะ ร้านก็จัดเป็นระเบียบดี

(5) คุณเก่ง อายุ 32 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ใช้บริการแล้วรู้สึกประทับใจบ้างไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีอยู่สองร้านนะ อย่างมหาสารคามก็จะมีร้านฟอยฟิชซิ่งและร้านแพร่พลอยที่อยู่ตรงข้ามบึงชี

ผู้สัมภาษณ์ ร้านที่ชื่นชอบมีข้อดีหรือข้อแตกต่างจากที่อื่นอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีสินค้าครบนะ อุปกรณ์ก็ค่อนข้างเยอะกว่าที่อื่น หลากหลายดี คือเราต้องการอะไรก็สามารถจบภายในร้านเดียวอะ บางทีเราก็ไม่อยากไปหลายๆร้านนะอะ มันก็ไม่สะดวกอะ แต่อย่างร้านฟอยเนีย ที่จอร์จก็มี พี่ก็เลยชอบร้านนี้เป็นพิเศษด้วยละ

(6) คุณหนึ่ง อายุ 28 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ
 ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ในอินเทอร์เน็ตครับ พอดีไม่ใช่คนในพื้นที่ไง
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านที่ชื่นชอบมีข้อดีที่แตกต่างจากร้านอื่นจนทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ แบบผมก็ถูกใจในเพจร้านเวลาสินค้ามาใหม่ทางร้านก็อัปเดต มันไม่ต้องเสียเวลาไปเดินดูเองไง หรือว่าอยากได้ตัวไหนแบบไหนก็ถามได้ ถ้ามีก็ไปซื้อไม่มีก็ไม่เสียเวลาไป

7)) คุณต่อม อายุ 38 ปี อาชีพ อาจารย์มหาวิทยาลัย ลูกค้าประจำ

ผู้สัมภาษณ์ อยากทราบถึงความประทับใจที่มาใช้บริการร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหน่อยคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ทำเลที่ตั้งร้านดี สะดวกที่จะมาใช้บริการ อีกเรื่องคือความหลากหลายของสินค้า สำหรับผมที่ชอบไปตกปลาทางร้อยเอ็ดหรือบ่อตกปลาแถวนี้ก็คิดถึงร้านฟอยก่อนเลยเมื่อต้องการซื้ออุปกรณ์เพราะด้วยเป็นทางผ่านและการบริการที่เป็นกันเอง การพูดคุยต่อรองขอลดขอต่อได้ โดยเฉพาะเหยื่อก็มีความหลากหลายแต่บางอย่างก็มีขายเฉพาะร้านฟอยเท่านั้นด้วยนะ
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบบางไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนมาผมจะซื้อออนไลน์ เช่น พวกกันกับรอกที่ราคาค่อนข้างสูงเพราะที่ตกปลาประเภทแข่งขัน เลยต้องซื้อคันที่มีแบรนด์เพื่อความมั่นใจซะหน่อย แต่ถ้าซื้อพวกอุปกรณ์เล็กๆ น้อยๆก็จะมีร้านฟอยนี้แหละที่มีให้บริการประจำ

ผู้สัมภาษณ์ ถ้ามีโอกาสแนะนำเพิ่มเติมร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลา จะเสนออะไรไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ผมอยากแนะนำเรื่องที่จอตระนะ ถ้าสามารถเพิ่มหรือขยายหน้าร้านให้มีที่
 จอตระนะเพิ่มก็จะดีนะครับ อย่างน้อยก็ทำให้ทัศนวิสัยของทางร้านดีขึ้น

(8) คุณอภิสิทธิ์ อายุ 21 ปี อาชีพ นักศึกษา

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะครับ
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณรู้จักร้านใดอย่างไรระ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนแนะนำครับ พอได้มีเพื่อนที่ชอบตกปลาพอเพื่อนชวนก็เลยตามๆมา
 ด้วยกัน
 ผู้สัมภาษณ์ ข้อดีของร้านที่ทำให้คุณประทับใจมีบ้างไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีเยอะให้เลือกลากหลายดีครับ อุปกรณ์ก็มีครบนะ แบบว่ามาทีเดียวได้
 ครบทุกอย่างเลย มันจะได้ไม่เสียเวลาไปตะเวนหาหลายที่นะ

(9) คุณนัท อายุ 23 ปี อาชีพ นักศึกษา

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ พอดีร้านอยู่ใกล้บ้านผมด้วย เดินทางไปมาสะดวกมาก
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วข้อดีของร้านที่ทำให้เกิดความประทับใจมีไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ เวลาที่ต้องการอะไร ไปที่ร้านนี้ก็ได้อะไรครบเพราะว่าสินค้าค่อนข้าง
 หลากหลายแบบ หลายยี่ห้อ คือตรงตามที่เราต้องการเลยละ
 ผู้สัมภาษณ์ แตกต่างจากร้านอื่นที่เคยเจอไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ คงเป็นเรื่องของราคาด้วยนะ สินค้าบางตัวก็ถูกกว่า เลยทำให้ตัดสินใจซื้อ
 ได้ง่ายด้วยนะ แล้วก็ความสะดวกที่ผมสามารถเดินทางไปยังๆด้วย

1.2 นอกอิทธิพลสัมภาษณ์ และการแสดงความคิดเห็นในการสัมภาษณ์เชิงบวก

(1) คุณอ้อย อายุ 59 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณอ้อยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ และอยากให้ช่วยเล่าถึง
 ประสบการณ์ความประทับใจที่ไปใช้บริการให้ฟังหน่อยคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีคะ เนื่องจากเป็นคนชอบตกปลาคะ เลยเลือกไปซื้ออุปกรณ์ตกปลาที่
 ร้านฟอยฟิชซึ่งมหาสารคามเหตุผลที่ไปคือเราชอบหาซื้อของที่ไม่ค่อยมี

ใครมีเหมือนเรา อย่างหุ่นชิงหลิวทางร้านก็มีหลายหลายให้เลือกมาก ทีนี้
กรณีเราตกปลาด้วยคันชิงหลิว ก็ต้องเลือกหุ่นที่เบาบาง ซึ่งร้านฟอย ก็จะมี
ให้เราเลือกหลายแบบแล้วก็เขายังสามารถให้น้ำแนะนำเพิ่มเติมได้ด้วย ถ้า
ในกรณีที่เรามาถามว่าตะกั่วเล็กๆมีไหมเพราะบางทีการที่เราตกปลา เรา
จะต้องมีตะกั่วที่มีน้ำหนักใกล้เคียงกับขนาดหุ่น ซึ่งร้านฟอยก็จะแนะนำ
เราได้ค่ะ

ผู้สัมภาษณ์

แล้วรู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

รู้จักโดยการขับรถผ่านคะ ร้านเขาอยู่ในจุดที่น่าสนใจซึ่งเรากำลังหาซื้อ
อุปกรณ์ตกปลาอยู่พอดี พอเจอเลยแวะ ตอนนั้นก็ยังไม่มั่นใจเหมือนกันมา
ทางร้านจะมีสินค้าที่เราต้องการ แต่พอเราได้เข้าไปเลือกดูแล้วบวกกับ
คำแนะนำ ประกอบกับสินค้าเยอะ มันก็ตรงใจนะคะเลยได้ซื้อต่อมา
เรื่อยๆ

ผู้สัมภาษณ์

ถือว่าเป็นร้านที่ชื่นชอบไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

ก็ชื่นชอบนะคะ เพราะว่าหนึ่ง สินค้าเขามีหลากหลาย แล้วก็เจ้าของร้าน
ให้คำแนะนำได้ในทุกอย่างที่เราถามเพราะว่าเราตกปลาเพื่อเป็นการ
พักผ่อนเราไม่ใช่อาชีพเราก็ยังต้องการคำแนะนำ ร้านก็สามารถให้
คำแนะนำได้

ผู้สัมภาษณ์

ร้านที่ชื่นชอบ มีข้อดีและข้อแตกต่างอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

ถ้าเป็นบางร้านที่เดินเข้าไปเขาก็จะมองเราเฉยๆ ปล่อยให้เราเลือกเอง ซึ่ง
ถ้าแบบนั้นเราไปเดินดูตามมุมสปอร์ตของแต่ละห้างก็ได้ แต่สาเหตุที่เรามี
ร้านก็เพราะเราอยากได้คำแนะนำด้วย ทีนี้บางร้านเขาไม่สามารถให้
คำแนะนำอาจจะเป็นเพราะเจ้าของร้านไม่มีประสบการณ์รีเปล่าเราก็ไม่
ทราบนะคะ แต่ว่าพอดีตรงนี้เขาให้คำแนะนำเราได้ ไม่ว่ากรณีเขาให้
คำแนะนำไม่ได้แต่ก็จะเรียกคุณพ่อเจ้าของร้านมาหรือถ้าตรงนี้น้องที่เขา
อยู่ให้คำแนะนำได้ เขาก็สามารถให้คำแนะนำเราได้เลย

ผู้สัมภาษณ์

นอกจากสินค้าหลากหลาย ทางร้านให้คำแนะนำ รูปแบบการจัดร้านมี
ส่วนไหนคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

รูปแบบการจัดร้านก็มีส่วนนะคะ เพราะร้านจะจัดเป็นมุมๆไปเราจะหา
ของที่เราต้องการได้ง่าย พอเราเข้าไป เราจะมีถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ก็
โอเคนะคะมันทำให้ง่ายต่อการเลือก

ผู้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์

รูปแบบการบริการ เอื้ออำนวยให้ลูกค้าสะดวกขึ้นไหมคะ

สะดวกขึ้นคะ แล้วก็บางทีการที่เราตั้งใจที่จะมาซื้อของเพียงชิ้นเดียว แต่ถ้าดูแล้วเขามีโปรโมชั่นหนึ่งเราได้ที่ถูกลง สองเราได้ของมาใช้เพิ่มด้วย ซึ่งเราก็มองว่าเป็นการจูงใจลูกค้าที่ดีเพราะว่าเราเองต้องใช้อยู่แล้ว เราต้องตกปลาทุกอาทิตย์อยู่แล้วแถมเราได้ของโปรโมชั่นไปเพิ่มก็เหมือนเรามีกำไรเพิ่มนะคะ

(2) คุณไต้ อายุ 37 ปี อาชีพ วิศวกร

ผู้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์

คุณไต้มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชื่อบ้างไหมคะ

มีครับ

พอจะอธิบายเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความประทับใจให้ฟังหน่อยได้ไหมคะ

เวลามาซื้อของ ทางร้านจะมีการบริการที่เป็นกันเอง สามารถแนะนำสินค้าให้กับเราได้ตรงตามความต้องการ แล้วก็ตอบข้อสงสัยเราได้ในส่วนเราไม่ค่อยเข้าใจ สำคัญที่ผมเลือกเข้าร้านอุปกรณ์ตกปลาแล้วขึ้นชื่อบคือร้านนั้นต้องมีสินค้าแปลกใหม่ อัปเดตนำเทรนด์ตลอดเวลาด้วย ซึ่งต้องเป็นของที่มีคุณภาพด้วย

ผู้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์

แล้วร้านที่ขึ้นชื่อบรู้จักได้อย่างไรคะ

ก็จากการแนะนำบ้าง หาเองบ้าง ขึ้นอยู่กับจังหวัดด้วยนะ ถ้าอย่างจังหวัดมหาสารคามผมหาเจอเองนะเพราะเป็นบ้านเรา แต่ถ้าอย่างจังหวัดที่เราไม่รู้จักก็จะได้จากคำแนะนำของเพื่อนๆหรือคนที่รู้จัก

ผู้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์

ร้านที่คุณไต้ชอบ มีชื่อคืออะไรคะ

ก็ด้วยความเป็นกันเอง สำหรับผมสำคัญที่สุด เมื่อเข้ามาแล้วยิ้มแย้มแจ่มใจ ให้ความเป็นกันเอง พูดคุยกัน แต่บางครั้งก็ไม่ชอบให้ทางร้านมาจุกจิก แค่ว่าผมหาของไม่ได้จะเดินมาถามเพียงขอให้ทางร้านตอบคำถามได้ก็พอใจแล้วนะ

ผู้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์

แล้วอย่างรูปแบบการจัดร้าน มีส่วนในการตัดสินใจซื้อบ้างไหมคะ

อย่างร้านฟอยก็ถือว่าดีเลยนะ ผมชอบนะเพราะในแต่ละมุมมมองเราสามารถมองเห็นสินค้าได้ครบถ้วน มีการจัดแบ่งส่วนสินค้าได้ดีเลยละ แต่อย่างร้านอื่นนะ เขาจะจัดของไม่เป็นระเบียบ ผมก็หาของไม่ค่อยเจอนะ สินค้าที่เราอยากได้ก็ไม่เห็นจะคอยถามเจ้าของร้านอย่างเดียวเราก็ไม่ไหว

- ผู้สัมภาษณ์ นอกเหนือจากสินค้าที่แปลกใหม่ น่าเทรนแล้ว สินค้าที่ต้องการยังมี
คุณสมบัติอื่นอีกไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ เรื่องคุณภาพของผมคือปานกลางไปหาดี สินค้าด้วยคุณภาพผมจะไม่ค่อย
สนใจ เพราะผมจะไม่ซื้อบ่อย สินค้าดีก็ไม่ค่อยมีปัญหาอะไรผมก็จะเลือกซื้อ
จากร้านดีๆ มีคุณภาพเท่านั้นครับ
- ผู้สัมภาษณ์ ถ้าคุณได้มีโอกาสเสนอแนะกับทางร้าน อยากให้ทางร้านเพิ่มเติมส่วน
ไหนไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ :จริงๆก็ไม่แล้วนะ เพราะผมว่าร้านฟอยฟิชซิ่งก็เป็นร้านอุปกรณ์ตกปลา
อันดับต้นๆของเมืองมหาสารคามแล้วนะ

(3) คุณแจ๊ค อายุ 19 ปี อาชีพ นักศึกษา

- ผู้สัมภาษณ์ คุณเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบบ้างไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณรู้จักร้านนั้นได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีเพื่อนแนะนำมาครับ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านที่ชอบมีชื่ออะไรบ้างคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ สินค้าดี ราคาถูก แล้วก็มั่นใจในสินค้านั้นครับ คำแนะนำของร้านนั้นก็มีส่วน
นะ เพราะผมก็เพิ่งเริ่มตกปลา นอกจากเพื่อนในกลุ่มก็ยังสามารถของ
คำปรึกษากับร้านได้อีก
- ผู้สัมภาษณ์ สำหรับร้านที่ชื่นชอบมีความแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้างคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านที่ผมชื่นชอบส่วนมากจะมีสินค้าอัปเดตใหม่ๆเสมอ แตกต่างจากร้าน
ที่เวลาไปหาสินค้ามาใหม่ๆจะไม่ค่อยเจอ ข้อนี้สำหรับผมสำคัญนะครับ
เพราะผมชอบลองสินค้าใหม่ๆครับ

(4) คุณตำรวจ อายุ 42 ปี อาชีพ ข้าราชการ (ผู้พิพากษา)

- ผู้สัมภาษณ์ คุณามีร้านอุปกรณ์ตกปลาในดวงใจบ้างไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ เจ้าของร้านกับอาตกปลาด้วยกัน เลยได้รู้จักกัน มีอะไรดีก็แนะนำกัน
เสนอเรื่องราวดีๆให้กัน อย่างสมมุติว่าถ้ามีสินค้ามาใหม่ เขาก็จะแนะนำ
อาทันที ทำให้อารู้สึกอยากทดลองใช้ทุกครั้งที่เขาเสนอ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณประทับใจอะไรที่ร้านฟอยบ้างไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ความเป็นกันเองเลย อ่าว่าร้านฟอยมีดีตรงสั่งของได้นะ อย่างผมต้องการอะไรเป็นพิเศษที่ไม่มีในร้านเนี่ย ถ้าต้องการอะไรทางร้านก็จัดทำให้ผมได้ตลอดเลยนะ

(5) คุณแม็ค อายุ 45 ปี อาชีพ ข้าราชการ

ผู้สัมภาษณ์ คุณอาเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปป้างไหมคะและมีเหตุการณ์อะไรไหมคะ ที่ทำให้ประทับใจในการเข้ารับบริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ เรื่องที่ประทับใจก็จะเป็นเรื่องของสินค้าที่เป็นของนำเข้า เป็นตราสินค้าชั้นนำและหาซื้อยาก ที่สำคัญสินค้าจะไม่ค่อยมีในต่างจังหวัดทั่วไป ส่วนมากสินค้าพวกนี้จะเป็นสินค้าที่ความต้องการหรือใฝ่ฝันอยากจะได้ โดยคุณภาพดีมีให้เลือกมากมาย ราคาก็ต้องต่อรองได้ ที่สำคัญเรื่องราคาต้องเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ต่อรองได้ นำเสนอสินค้าเป็นไม้เน้นขายของอย่างเดียว ทางร้านต้องสามารถให้คำแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของเราได้เป็นอย่างดี

ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณารู้จักร้านที่ขึ้นชอปป้างได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักจากนิตยสารตกปลาและบางร้านก็ได้จากการบอกต่อจากเพื่อนตกปลาคู่กันร้าน

ผู้สัมภาษณ์ ร้านที่คุณอาขึ้นชอปป้าง มีข้อดีและข้อแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อดีของร้านคือมีสินค้าที่หลากหลาย ส่วนข้อแตกต่างจากร้านอื่นๆทั่วไปคือสินค้าไม่มีขายตามร้านตกปลาที่อยู่ต่างจังหวัด โดยผู้ขายมีความรู้และความเข้าใจในสินค้ามากซึ่งสามารถนำเสนอให้ลูกค้ามีความพอใจและเลือกสินค้าให้เหมาะสมกับตัวเองต่อการใช้งานได้ด้วย

(6) คุณเปา อายุ 26 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

ผู้สัมภาษณ์ มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปป้างไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักเอง ขับรถผ่านมาเจอพอดี

ผู้สัมภาษณ์ ข้อดีที่ทำให้เราไปใช้บริการซ้ำๆมีไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ คือร้านที่ผมชอบ เขาจะมีสินค้ามาอัพเดทเรื่อยๆ สินค้าก็หลากหลายดี ส่วนเจ้าของร้านก็เป็นกันเอง แนะนำของมาใหม่ให้ทดลองใช้เสมอ

1.3 ภูมิบทสัมภาษณ์ และการแสดงความคิดเห็นในการสัมภาษณ์เชิงบวก

(1) คุณตานิยม อายุ 76 ปี อดีตข้าราชการครู

ผู้สัมภาษณ์ คุณตามีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมดะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีสิ
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณตารู้จักร้านได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็เห็นเขาเปิดมานานแล้วได้ยินจากคนอื่นเขาพูดมา แต่ตารู้จักตั้งแต่ร้าน
 เขายังเล็กๆซึ่งรู้จักนานแล้ว
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านที่คุณตาชอบมีข้อดีและข้อแตกต่างอย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีข้อแตกต่างนะ ร้านเขามีสินค้าเยอะดีโดยเฉพาะเหยื่อสูตร-รำอีกอย่างนะ
 ร้านยังมีความเป็นกันเองสามารถพูดคุยกันได้เปรียบเสมือนญาติพี่น้อง
 ค่าย

(2) คุณหนู อายุ 40 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมดะ และอยากให้ช่วยเล่า
 ประสบการณ์ความประทับใจที่ใช้บริการด้วยคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ที่พี่ชอบส่วนมาก ที่พี่จะไปนะ ก็มีกาฬสินธุ์ ร้านบีกกาฬสินธุ์นะ พี่ชอบ
 ตรงความเป็นกันเองของเจ้าของร้าน ส่วนสินค้าก็มีแบรนด์เนม ซึ่งสินค้า
 ที่ร้านบีกกาฬสินธุ์เขาสามารถตอบใจทักความต้องการของพี่ได้เลยใจ
 โดยก่อนที่พี่จะเดินทางไปซื้อ พี่ก็จะเช็คข้อมูลก่อนนะจากทางออนไลน์
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วพี่หนูมีเหตุการณ์จากร้านบีกกาฬสินธุ์ที่ทำให้เกิดความประทับใจ
 ไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ อย่างครั้งหนึ่งที่พี่ไป ภรรยาเจ้าของร้านที่ร้านบีกกาฬสินธุ์ เขามาเล่า
 ให้พี่ฟังนะว่า พี่สนิทนะปกติเขาจะไม่มารับลูกค้าเองนะ แต่เมื่อเวลาน้อง
 มาที่ไหร่พี่เขาจะออกมาคอยมาต้อนรับเองทุกทีเลย จึงทำให้เราประทับใจ
 ละนะ
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วพี่หนูขึ้นชอปปสินค้า ชอบด้วยเหตุผลอะไรคะ ร้านที่ชอบมีข้อดีหรือ
 ข้อแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ คือสินค้าที่พี่จะซื้อ พี่จะต้องเช็คราคาให้อินเตอร์เน็ตก่อน ถ้าราคาสินค้าตัวที่พี่อย่างได้นั้นไม่แพงกว่าในอินเตอร์เน็ตมากนักพี่ก็จะซื้อ โดยเฉพาะร้านที่พี่ไปซื้อของเขาราคาไม่แพงเกินเมื่อเทียบกับการสั่งผ่านทางอินเตอร์เน็ตแล้วบวกค่าขนส่ง

(3) คุณแมน อายุ 18 ปี อาชีพ นักศึกษา

ผู้สัมภาษณ์ ลูกค้ามีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีร้านนี้ละครับ
 ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็จากการค้นหาร้านเองครับ
 ผู้สัมภาษณ์ เหตุผลที่ชอบร้านฟอย ทางร้านมีข้อดีหรือข้อแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ คือร้านมีของเยอะดีครับ เลือกดูของง่าย มีของอัปเดตตลอด อยากได้อะไรมาที่ร้านก็ได้ครับเลย แต่ผมชอบตรงการจัดร้านนะ อย่างร้านอื่นคันเบ็ดหยิบจับแทบไม่ได้เพราะที่ตั้งคันจัดชิดกันเกิน ผมจะเลือกยังเลือกไม่ได้เลยครับ แตกต่างจากร้านฟอยนะ เลือกได้สะดวก

(4) คุณติ้ะ อายุ 29 ปี อาชีพ ข้าราชการ

ผู้สัมภาษณ์ คุณเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบบ้างไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ ก็ร้านฟอยนะ ถึงพี่จะไปทำงานที่ขอนแก่นแต่พี่ก็กลับมาซื้อของที่ร้านฟอยตลอดเลยนะ
 ผู้สัมภาษณ์ ชอบคุณนะคะ แล้วรู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักมาตั้งแต่พี่เรียนมัธยมแล้วนะ
 ผู้สัมภาษณ์ ประทับใจอะไรร้านฟอยหรือคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ความเป็นกันเองครับ
 ผู้สัมภาษณ์ เคยประทับใจบอกต่อบ้างไหมคะ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ บอกต่อนะครับ บอกเพื่อนที่ทำงาน แต่ส่วนใหญ่เขามาไม่ได้ก็จะฝากซื้อได้รับประสบการณ์ดีๆจากทางร้านบ้างไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ได้รับ เวลา มีอะไรที่ไม่รู้ก็ถามเจ้าของร้าน ซึ่งเขาก็สามารถอธิบายให้ฟังได้ แนะนำได้หมดเลยนะ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านฟอยมีข้อดี หรือข้อแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีนะ อย่างพี่มาที่เดียว พี่ก็ได้ครบหมดทุกอย่างเลยนะ การบริการก็เป็นกันเอง

ผู้สัมภาษณ์ มีอะไรที่อยากให้ทางร้านมีเพิ่มเติมไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ แนะนำการซื้อขายออนไลน์นะ อย่างเพจร้านที่ทำก็ถือว่าดีนะ พี่ชอบตรงการนำเสนอสินค้านะ อย่างวันนี้พี่ก็ดูสินค้าในเพจแล้วก็ตรงจากขอนแก่นมาซื้อเลยนะ

(5) คุณเบต อายุ 35 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ การแนะนำของคนรู้จักครับ

ผู้สัมภาษณ์ ร้านที่ชื่นชอบ คุณมีความประทับใจในเรื่องใดคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านมีอุปกรณ์และเหยื่อที่หลากหลายนะ ที่สำคัญราคาก็มีหลายระดับ ตั้งแต่จากน้อยไปมาก

ผู้สัมภาษณ์ ทางร้านมีความแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ อย่างการซื้อของ บางครั้งก็อยากต่อรองราคานะ ร้านนี้เวลาต่อรองราคาก็ลดให้นะ ถึงแม้จะไม่ลดให้แต่เมื่อเทียบราคากับร้านอื่นแล้ว ร้านนี้ก็ยังมีราคาถูกกว่าอยู่ดี

(6) คุณประสิทธิ์ แก้วไชยพาน อายุ 35 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ

ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนแนะนำครับ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณเคยได้รับประสบการณ์ความประทับใจ จากร้านที่ชื่นชอบอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ อย่างแรกก็ราคาเลยนะ ราคาสินค้ามีหลากหลายราคาเริ่มต้นจากสินค้า
ราคาถูกจนถึงราคาแพง อีกอย่างคือการให้คำแนะนำบอกเรื่องเทคนิคการ
ตกปลาต่างๆครับ

(7) คุณหนู อายุ 40 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านฟอยครับ
ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่รู้จักแนะนำมาครับ
ผู้สัมภาษณ์ แล้วมีประสบการณ์ความประทับใจอย่างไรคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ ความเป็นกันเองนะ เรื่องราคาที่สามารถพูดคุยต่อรองได้ ก็ทำให้ผม
กลายเป็นลูกค้าที่ซื้อประจำเกือบ 5-6 ปีละ

(8) คุณสมคิด อายุ 31 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ ถ้าในมหาสารคามก็เป็นร้านฟอยนี้แหละ
ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนที่บ่ตกปลาแนะนำมา
ผู้สัมภาษณ์ ประทับใจอะไรที่ร้านบ้างคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านใหญ่ดีครับการจัดร้านก็หาสินค้าง่ายดีเพราะทางร้านจัดสินค้าเป็น
โซน เวลาที่ต้องการอะไรก็ไปตามโซนที่ต้องการได้เลย อีกอย่างคือสินค้า
หลากหลาย เจ้าของร้านก็ให้ความเป็นกันเองดีครับ

(9) คุณอัน อายุ 39 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็ร้านฟอยนะ ในสารคามผมก็มาแต่ร้านนี้แหละ จริงๆแถวบ้านก็มีร้านตก
ปลาแต่ไม่ค่อยได้เข้า
ผู้สัมภาษณ์ ขอบคุณนะคะ แล้วรู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็รู้จักนานแล้วนะ ถ้าจำไม่ผิดก็เพื่อนๆในวงการนี้แหละคุยกัน

- ผู้สัมภาษณ์ :แล้วร้านฟอยมีข้อดีที่แตกต่างจากร้านอื่นที่ทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ :เรื่องความเป็นกันเองนะ ตอนแรกที่มาผมไม่เชื่อใจที่จะถามเลยนะ แต่ก็เลือกตามประสานชอบตกปลานะ หาแต่ยี่ห้อที่รู้จัก ยี่ห้อที่อยู่ตามหนังสือตกปลา ราคาที่สูงอยู่ แต่พอหลังๆได้เข้ามาใช้บริการบ่อยๆก็เริ่มคุ้นเคยสนิทกับเจ้าของร้าน พอเริ่มรู้จักก็ได้คำแนะนำดีๆโดยที่ผมได้ใช้ของดีราคาถูกกว่าเดิมเยอะเลย

(10) คุณพล อายุ 39 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

- ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะครับ ถ้าในจังหวัดมหาสารคามก็คงเป็นร้านฟอย
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนแนะนำมาครับ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านฟอยมีข้อดีที่แตกต่างจากร้านอื่นจนทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ จัดร้านเป็นโซนดีครับ อย่างผมต้องการอะไรก็แค่เดินดู หาของง่ายแต่ถ้าหาไม่เจอก็จะมีคนคอยบอกนะ แล้วราคาก็ไม่ต่างจากที่อื่นเท่าไร ผมต้องการขารอกแต่ที่ร้านไม่มีเขาก็ยินดีสั่งให้ผมนะ คือผมไปที่ร้านไหนก็ไม่สั่งให้แต่พอมาร้านนี้เขาก็ยินดีดูแลเลยครับ

1.4 หนูปหัทธัมภษณั และการแสดงความคิเคเห็นในการสัมภาษณ์เชิงบวก

(1) คุณก้อง อายุ26ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

- ผู้สัมภาษณ์ ลูกค้าเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนนี้มีอยู่ร้านนี้ เนี่ยละ
- ผู้สัมภาษณ์ อยากให้ลูกค้าเล่าถึงประสบการณ์ความประทับใจที่ลูกค้ามาใช้ บริการ หน่อยคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ คือมาถึงร้านแล้วมีของให้เลือกครบ มีอุปกรณ์ที่เราต้องการทุกอย่าง ร้านก็แต่งดูดีให้บรรยากาศกับการตกปลา
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วเคยแนะนำหรือบอกต่อกับผู้ที่ต้องการซื้ออุปกรณ์ตกปลาบ้างไหมคะ

- ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็มีนะครับ มีบอกต่อกันเนื่องจากขึ้นชอบในสิ่งเดียวกันเลย ถ้าสินค้าตัวไหนใช้ดีก็จะบอกว่าซื้อจากร้านไหน
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านที่ขึ้นชอบได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ แฟนแนะนำให้รู้จัก พอดีแฟนเป็นคนในพื้นที่เขาขับรถผ่านพอรู้จักก็เลยบอกให้พี่ลองมาใช้บริการดู จากนั้นก็มาซื้อประจำ เพราะร้านมีอุปกรณ์ที่ครบดี
- ผู้สัมภาษณ์ การที่ลูกค้ามาใช้บริการกับร้านที่ขึ้นชอบอยากทราบว่ามีข้อดีหรือข้อแตกต่างอย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อดีคือเจ้าของร้านให้ความเป็นกันเอง สามารถแนะนำได้ เวลาที่เราไม่เข้าใจก็สามารถถามได้อย่างสนใจ ถ้าเป็นร้านอื่นที่เราไม่คุ้นเคยก็คุยอะไรกันก็ไม่ได้แบบนี้
- ผู้สัมภาษณ์ มีข้อแตกต่างจากร้านอื่นบ้างไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ เวลาเราไปร้านอื่นที่เราไม่กล้าถาม เราก็แค่หยิบสินค้าที่เราอยากได้แล้วก็จ่ายเงิน เพราะเวลาที่ยกทราบข้อมูลสินค้าแล้วอธิบายไม่ได้มันก็เลยทำให้เราไม่อยากจะถามอีก ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะเขาไม่ใช่คนตกปลา แต่เปิดร้านขายอุปกรณ์ตกปลาจึงทำให้เขาให้คำแนะนำกับนักตกปลาไม่ได้
- ผู้สัมภาษณ์ ถ้ามีโอกาสได้เสนอแนะ อยากให้ทางร้านเพิ่มเติมอะไรไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ น่าจะไม่มีแล้วนะ
- ผู้สัมภาษณ์ ขอบคุนสำหรับคำตอบนี้ค่ะ

(2) คุณลุงปอ อายุ 55 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

- ผู้สัมภาษณ์ คุณลุงมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ยังนะ ของเรานี้แหละร้านแรก
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้าน ใดอย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็ผ่านหน้าร้านนะลูก เห็นเองเลยแวะเข้ามาดู
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านที่คุณลุงชอบ มีข้อดีและข้อแตกต่างอย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณอู่ม่นะ เจ้าของร้านนะ นิสัยดี อธิบายดีพูดคุยกุ๊กกอด เวลาซื้อของก็มีส่วนลดเยอะ
- ผู้สัมภาษณ์ ขอบคุนคะ

(3) คุณเจ็ค อายุ 36 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์	เคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์	มีครับ
ผู้สัมภาษณ์	มีประสบการณ์ความประทับใจที่ไปใช้บริการร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์	อย่างแรกเลยครับ ความเป็นกันเอง พ่อค้าแม่ค้ากันเองแล้วก็ราคาไม่บอเยอะจากราคากรุงเทพฯ
ผู้สัมภาษณ์	นอกจากความเป็นกันเอง ด้านบริการยังมีที่ประทับใจอีกไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์	ต้องมีด้านบริการหลังการขายที่ดีด้วยนะ ผมว่ามันเป็นหัวใจหลักของงานขายเลยแหละ ลูกค้าจะกลับมาซื้ออีกครั้งก็เมื่อคุณใส่ใจในลูกค้า ไม่ทอดทิ้งเขามาเวลาเขามีปัญหา ผมว่าจะดีมากเลยถ้ามีร้านไหนสามารถทำได้ อีกอย่างนะร้านอุปกรณ์ตกปลาต้องมองเราเป็นคนตกปลาไม่ใช่ขโมยเวลาเข้าร้าน ซึ่งผมเคยเจอร้านที่เข้ามาคุยกับเรา สามารถตอบคำถามในส่วนที่เราสงสัยได้ เพราะว่าบางร้านถามแล้วก็ไม่ค่อยอยากพูด ผมเข้าใจคนตกปลานะ บางคนไม่มีข้อมูลอะไรเลยรู้แค่ถ้าอยากตกปลาต้องมีคันเบ็ดกับรอกที่เหลือเขาก็จะมาหาข้อมูลกับที่ร้านนี้แหละ คนส่วนใหญ่อยากให้แค่ไม่ต้องเดินตามแต่พนักงานในร้านสามารถให้ข้อมูลได้ ลูกค้าก็พอใจแล้ว
ผู้สัมภาษณ์	แล้วรู้จักร้านที่ชอบ ได้อย่างไรคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์	ครั้งแรกเลยนะ มีเพื่อนบอกต่อมาอีกทีหนึ่ง
ผู้สัมภาษณ์	แล้วร้านที่ชอบ มีข้อดีและความแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์	ก็เหมือนคำตอบแรกเลย ความเป็นกันเอง อันนี้ถือเป็นปัจจัยหลักเลยสำหรับผม คือความเป็นกันเองแล้วคนซื้อนั้นก็ไมเกร็งที่จะถาม บางทีผมเข้าไปที่ร้านอุปกรณ์ตกปลานะ ก็จะไปเดินเล่นแต่วันนั้นพนักงานมาพูดคุยด้วยแนะนำสินค้ามาใหม่ ง่ายผมก็ได้ของกลับบ้านเฉยเลย
ผู้สัมภาษณ์	รูปแบบการจัดร้าน ลูกค้าคิดว่าส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าไหมคะ
ผู้ให้สัมภาษณ์	เกี่ยวนะ เพราะการแยกโซนก็ทำให้เราเลือกสินค้าง่ายขึ้น เช่นร้านในกรุงเทพฯนะ จะแยกให้รู้ชัดเจนเลย ว่าไหนเป็นเหยื่อคำลึก เหยื่อผิวน้ำ ผม

คิดว่าการแยกโซนนะดีที่สุดที่สุด อีกเรื่องนะสินค้าในร้านต้องมีหลากหลายมันถึงทำให้ลูกค้าติดใจ ซึ่งลูกค้าอย่างเราไม่ต้องไปหาหลายที่ ก็เอามาร้านเดียวได้สินค้าครบทุกอย่างที่เราต้องการเลย ก็โอเคนะ ผมว่าตอนนี้หลายร้านนะที่ยังตอบสนองเรื่องนี้ไม่ได้

ผู้สัมภาษณ์

ขอบคุณค่ะ

(4) คุณโก้ อายุ 42 ปี อาชีพ ข้าราชการ (กำลังศึกษาต่อปริญญาเอก)

ผู้สัมภาษณ์

หมอโก้เคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

มีครับ

ผู้สัมภาษณ์

ความประทับใจที่ไปใช้บริการมีบ้างไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

ความเป็นกันเองครับ เหมือนพี่น้อง ทำให้เกิดความสุขใจในการซื้อ

ผู้สัมภาษณ์

แล้วรู้จักร้านนั้นได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

รู้จักเพราะเป็นเพื่อนตกปลาด้วยกัน

ผู้สัมภาษณ์

ร้านที่ขึ้นชอปปมีข้อดีหรือข้อแตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

ตัวเล็กเยอะ สินค้าหลากหลาย มากมายยิ่งหือ

ผู้สัมภาษณ์

รูปแบบการจัดร้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

สำหรับผมเถวนะ ถ้าสินค้าจับต้องได้ ดูง่ายก็ทำให้เลือกซื้อได้ง่ายขึ้น แต่จริงๆก็ต้องการบริการที่ดีก่อนแหละที่จะสร้างความประทับใจ ความเป็นกันเอง ความเป็นพี่น้อง คำแนะนำ

(5) คุณต้อม อายุ 25 ปี อาชีพ พนักงานอบต.

ผู้สัมภาษณ์

คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

ก็มีครับ ร้านปากน้ำ พิษขิง

ผู้สัมภาษณ์

แล้วรู้จักร้านนี้ได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

ผมก็ตกปลามานานแล้วครับ เลยทำให้ผมค้นหาร้านดีๆอยู่เสมอ แล้วก็คำแนะนำจากกลุ่มคนตกปลาคือ

ผู้สัมภาษณ์

ร้านที่ขึ้นชอปป มีข้อดีและข้อแตกต่างอย่างไรบ้างคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

สินค้าในร้านเป็นของราคาส่งเกือบทั้งร้านครับ ส่วนการบริการก็ประทับใจดี อย่างการที่ผมไปทำคันเบ็ด ช่างของทางร้านก็จะออกมา

แนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานทำให้เราได้รับคำปรึกษาที่ดีๆอยู่เสมอ
ครับ

(6) คุณทองศักดิ์ อายุ 50 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

- ผู้สัมภาษณ์ คุณอา มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปาไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีนะ ก็ร้านฟอยนี่แหละ ก็ซื้อกันมา 10 กว่าปีแล้วนะ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณอา รู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็สมัยนั้น ร้านอุปกรณ์ตกปลาในมหาสารคามมีไม่กี่ร้านเองเนอะ ร้าน
ต้นๆก็ร้านฟอยนี่แหละ แล้วก็ยังซื้อมาตลอด เพราะไปร้านอื่นแล้วก็ไม่
ประทับใจเท่าร้านนี้
- ผู้สัมภาษณ์ อย่างร้านฟอย ถือว่าเป็นร้านที่ชอบ ทางร้านมีข้อดีหรือข้อแตกต่างจาก
ร้านอื่นอย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านฟอยมีสินค้าเยอะ สินค้าตรงกับความต้องการที่จะใช้งาน ส่วนความ
แตกต่างจากร้านอื่น ร้านอื่นที่อาเคยไปเจ้าของร้านหรือพนักงานขายเขา
จะไม่ใช้คนตกปลาทำให้เขาจะไม่สามารถแนะนำหรือตอบคำถามที่สงสัย
ได้เลย

(7) คุณจูน อายุ 29 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

- ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปาไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีร้านฟอยแหละครับ ร้านเดียวเลย อย่างร้านอื่นที่ผมเคยไปนะ แต่ผมจะ
ต่อรองราคายังไม่ได้เลย ลดก็ไม่ได้ ราคาเท่าไรขายเท่านั้น
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านฟอย ใด้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ พี่ชายผมตกปลาครับ แกเลยแนะนำให้รู้จักครับ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านฟอย ร้านที่ลูกค้าชอบ มีข้อดีหรือข้อแตกต่างจากร้านอื่นไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ การให้คำแนะนำที่ดี เหมาะสำหรับมือใหม่ ที่ยังไม่เข้าใจในสินค้า ทาง
ร้านก็สามารถแนะนำได้ ตอบแบบไม่หวงข้อมูล
- ผู้สัมภาษณ์ มีข้อแตกต่างจากร้านอื่นไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านฟอยแหละตอนนี้ ดีที่สุดในมหาสารคามแล้ว ราคาน่าพอใจแล้ว
เจ้าของร้านก็น่ารักครับ แบบให้คำปรึกษาที่ดี

(8) คุณริน อายุ 32 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณเคยมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปาไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วรู้จักร้านได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนแนะนำครับ

ผู้สัมภาษณ์ ร้านมีข้อดีที่สร้างความประทับใจอย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ สินค้าราคาถูก บริการเป็นกันเอง สามารถพูดคุยแนะนำสินค้าได้ทุกเรื่อง
ทุกอย่าง อย่างร้านที่พนักงานให้ความสนใจลูกค้าในทุกๆอย่างเนี่ยผมยิ่ง
ชอบนะ

(9) คุณเบ็นซ์ อายุ 32 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

ผู้สัมภาษณ์ คุณที่มีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอปปาไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ ก็ร้านฟอยนะ

ผู้สัมภาษณ์ ชอบคุณนะคะ แล้วรู้จักร้านโดยวิธีไหนคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีเพื่อนแนะนำมานะ

ผู้สัมภาษณ์ ลูกค้าประทับใจอะไรในร้านบ้างไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ก็ความเป็นกันเองนะ การที่เราสามารถปรึกษาได้ทุกเรื่องแล้วก็ได้
คำแนะนำ เทคนิคต่างๆกลับมาใช้เสมอเนี่ยแหละ ผมว่าเป็นเรื่องราวดีอยู่แล้ว
การได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคที่ยังไม่รู้เนี่ยเป็นประสบการณ์ที่เราได้โดย
ไม่ต้องเสียเวลาทดลองเองแต่สามารถหาได้จากผู้รู้เนี่ยก็ประทับใจสุดละ

(10) คุณแมน อายุ 25 ปี อาชีพ เพิ่งจบการศึกษา

ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ประทับใจไหมคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ เคยมีครับ แต่ตอนนี้ไม่มีแล้วนะ

ผู้สัมภาษณ์ แล้วคุณต้องการร้านอุปกรณ์ตกปลาแบบไหนที่จะสามารถทำให้คุณเกิด
ความประทับใจได้อีกครั้งคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านที่แบบพูดคุยกันได้แบบเป็นกันเอง ไม่หวงเทคนิคการตกปลา หรือจะ
เป็นแบบการจัดทริปเล็กๆเพื่อนได้พบกับกลุ่มคนตกปลาด้วยกัน ได้รู้จัก
เพื่อนใหม่ๆในวงการ ผมว่าก็น่าสนใจดีนะ

(11) คุณอนุภักดิ์ อายุ 23 ปี อาชีพ นักศึกษา

- ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านที่ชื่นชอบได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ตามเขียนตกปลาครับพอดีไปเจอกันที่บ่อตกปลาก็ได้ได้คุยกัน เขาก็แนะนำดีนะจริงก็รู้จักกันมานานแล้วละ เพราะว่าตกปลามานานเนอะแต่ไม่เคยได้ถามถึงร้านอุปกรณ์ตกปลา แต่พอวันนั้นได้คุยกันว่าชื่อของร้านไหนเขาก็แนะนำนะ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วชื่อของร้านที่คุณประทับใจมีอะไรบ้างคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีสินค้าครบทุกอย่างตามที่ต้องการ คนขายอัธยาศัยดี แนะนำสินค้าได้

(12) คุณศักดิ์ อายุ 39 ปี อาชีพ พนักงานบริษัท

- ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีครับ ก็ร้านฟอยนี่แหละ
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านฟอยได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักเองครับ รู้จักมานานแล้วนะ พอดีเป็นคนชอบตกปลาอยู่แล้ว แต่พอได้เจอร้านที่คุยแล้วเป็นกันเอง ทักทายจำลูกค้าได้ บอกแนะนำเทคนิคการตกปลาได้ตลอดแม้แต่เรื่องผสมเหยื่อเนะ ก็ยังแนะนำได้เลย
- ผู้สัมภาษณ์ มีประสบการณ์ความประทับใจอย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ผมเป็นลูกค้าตั้งแต่ร้านตั้งอยู่ตรงข้ามรุ่งประเสริฐทัวร์แล้วนะ ก็ประมาณสัก 12-13 ปีละที่ผมเป็นลูกค้าของทางร้าน ผมชอบตรงสินค้าในร้านมีความหลากหลายดีนะ ส่วนเจ้าของร้านก็แนะนำดีเป็นกันเองด้วย ทำให้เวลาที่ผมขอคำแนะนำอะไรก็มันจะได้คำตอบดีๆเสมอ

(13) คุณเริง อายุ 48 ปี อาชีพ ผู้รับเหมา

- ผู้สัมภาษณ์ คุณามีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ชื่นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มีอยู่นะ
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านได้อย่างไรคะ

- ผู้ให้สัมภาษณ์ อารูจักเอง ก็ตกปลายุคแรกของสารคามเลย ตั้งแต่สารคามยังไม่มีร้านตกปลาเฉพาะทางที่มีของครบแบบนี้เลย ร้านฟอยนี่แหละร้านแรกที่มีครบทุกอย่าง เขี่ยปลอม เขี่ยร่า ตะกร้อก็มีครบเกือบทุกแบบ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านฟอยมีข้อดีที่แตกต่างจากร้านอื่นที่ทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ เขี่ยตกปลามีครบ จบในร้านเดียว ราคาสินค้าต่อรองได้ นัดพบกับเพื่อนได้ง่ายเพราะคนในวงการรู้จักร้านแล้วร้านปิดตีกละเวลาลืมอะไรก็แค่จิ้มมือถือออกมาง่ายๆ แค่นี้ก็แตกต่างแล้วนะ

(14) คุณกบ อายุ 38 ปี อาชีพ กิจการส่วนตัว

- ผู้สัมภาษณ์ คุณมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านฟอยนี่ไง
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักตั้งแต่ร้านเก่าแล้วนะ รู้จักกับเจ้าของร้าน
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านฟอยมีข้อดีที่แตกต่างจากร้านอื่นที่ทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ เจ้าของร้านเสมอต้นเสมอปลาย บริการดีเสมอ การตกแต่งร้านก็ไม่อึดอัด มีพื้นที่ให้เลือกสินค้าได้ง่าย อีกอย่างนะสินค้าของร้านฟอยเนี่ยเยอะหลากหลายดี

(15) คุณแดง อายุ 60 ปี อาชีพ ข้าราชการ

- ผู้สัมภาษณ์ คุณลุงมีร้านอุปกรณ์ตกปลาที่ขึ้นชอบไหมคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ มี
- ผู้สัมภาษณ์ รู้จักร้านได้อย่างไรคะ
- ผู้ให้สัมภาษณ์ รู้จักได้เพราะชอบตกปลาไง เวลาไปตกปลาตามบ่อหรือตามหาชมธรรมชาติ ก็จะถามเขานั่นแหละว่าซื้อที่ไหนกัน อย่างมหาสารคามก็ร้านฟอยนี่ล่ะ ที่เขาแนะนำกันบ่อยๆ
- ผู้สัมภาษณ์ แล้วร้านฟอยมีข้อดีที่แตกต่างจากร้านอื่นที่ทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างไรคะ

ผู้ให้สัมภาษณ์

การพูดคุย เจ้าของร้านให้คำแนะนำได้เสมอไม่ว่าอยากเล่นปลาอะไรเขาก็จะไขข้อสงสัยได้หมด เช่นปลาทรายควรใช้เหยื่ออะไร เขาก็บอกได้ว่าควรใช้ลูกปลาหรือเหยื่ออะไรแบบนี้ เลยทำให้รู้สึกว่ายากตกปลาก็แะมานี้แหละ

ภาคผนวก ข
ผลจากการสัมภาษณ์ข้าหลังปรับใช้กลยุทธ์

1. ผลจากการสัมภาษณ์ข้าหลังปรับใช้กลยุทธ์

1. ลูกค้า (Customers)

ลูกค้าคนที่ 1: กล่าวถึงร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหลังจากทางร้านปรับใช้กลยุทธ์แล้วว่า “ร้านมีของแปลกใหม่เพิ่มขึ้นเยอะดินะ อย่างเหยื่อปลอมมีให้เลือกหลายยี่ห้อ อย่างยี่ห้อคันไม้คันมือ นี่กว่าจะต้องสั่งในอินเทอร์เน็ตซะแล้ว แต่ทางร้านก็มีราคาก็ไม่ต่างจากในอินเทอร์เน็ตด้วยสิ แบบนี้ ก็ดีเลยไม่ต้องเสียค่าขนส่ง”

ลูกค้าคนที่ 2 : ซึ่งเป็นลูกค้าประจำของทางร้านกล่าวถึงร้านฟอยฟิชซึ่งอุปกรณ์ตกปลา หลังจากทางร้านปรับใช้กลยุทธ์แล้วว่า “พี่ตามมาซื้อสายเซฟตี้เพราะว่าเห็นลงสินค้ามาใหม่ในเพจร้านนะ ถ่ายรูปสินค้าออกมาดูสวยดีสินะดูสมจริงดีสิ ไม่แตกต่างกับสินค้าจริงเท่าไรเลย” สะท้อนให้เห็นว่าโครงการถูกใจร้านฟอย ได้ผลการตอบรับที่ดีเนื่องจากภาพการเสนอสินค้ากระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำสินค้าของทางร้านได้ ถือเป็นช่องทางที่น่าพัฒนาต่อไปในอนาคต แม้ว่าลูกค้าท่านนี้เป็นลูกค้าประจำแต่การเสนอสินค้าใหม่ให้ลูกค้าได้เข้าถึงได้ทันทีนั้นอาจทำได้ลำบาก ซึ่งเมื่อมีช่องทางการขายเพิ่มเติมอย่างเพจร้านก็สามารถส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายแถมยังสะดวกต่อการประชาสัมพันธ์ของทางร้านอีกด้วย

ลูกค้าคนที่ 3 : กล่าวถึงร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหลังจากทางร้านปรับใช้กลยุทธ์แล้วว่า “รู้สึกดินะคะที่ทางร้านสาธิตวิธีการผูกเบ็ดให้ดู เพราะว่าเพิ่งเริ่มหัดตกปลาอะอยากได้ปลาในบ่อแต่ไม่รู้จะเอาด้วยวิธีไหน พอมีเพื่อนแนะนำให้มาร้านฟอยเพื่อนบอกว่าทางร้านเขาแนะนำดี สอนวิธีเล่นให้ด้วย มาแล้วก็จริง ๆ มัดให้ด้วย สอนวิธีการผสมเหยื่อให้อีก เดี่ยวถ้ามีโอกาสจะแนะนำให้เพื่อน ๆ มาอีกนะ” ไม่เพียงแต่ลูกค้าที่ประทับใจแต่ทางร้านยังรู้สึกภูมิใจที่ได้รับฟังคำชื่นชมเช่นนี้ ซึ่งวิธีการผูกเบ็ดที่ทางร้านได้จัดทำแสดงเป็นภาพให้ลูกค้าตามโครงการสร้างภาพเล่าเรื่องแล้ว ถือว่าลูกค้าส่วนมากให้ความสนใจ แต่สำหรับลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยตกปลาเลยจะยังไม่เข้าใจหากพนักงานไม่อธิบายประกอบการสาธิตให้ดูด้วย โดยอนาคตทางร้านคาดว่าจะไปปลิวขนาด A5 ที่มีภาพอธิบายเกี่ยวกับวิธีการต่างๆ เช่น วิธีการผูกเบ็ด วิธีการมัดปลายสาย เพื่อแจกให้สำหรับลูกค้าที่ต้องการ

ลูกค้าคนที่ 4 : กล่าวถึงร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหลังจากทางร้านปรับใช้กลยุทธ์แล้วว่า “ร้านกว้างขึ้นนะ จอดรถก็ง่ายดีตั้งแต่ไม่มีเสากลางเอารถเข้ามาจอดข้างในได้เลย รมด้วย” ลูกค้าแสดงความชื่นชอบกับที่จอดรถมากจากก่อนหน้านี้ที่เคยแนะนำว่า “ผมอยากแนะนำเรื่องที่จะจอดรถนะ ถ้าสามารถเพิ่มหรือขยายหน้าร้านให้มีที่จอดรถเพิ่มก็จะดีนะครับ อย่างน้อยก็ทำให้วิสัยทัศน์ของทางร้านดีขึ้น” ผู้ศึกษาจึงได้ค้นพบเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณค่าของคำแนะนำลูกค้าว่ามีประโยชน์หาก

ผู้ประกอบการเปิดใจรับฟัง และถ้าไม่ต้องวางแผนซับซ้อนมากหรือใช้งบประมาณมากทางร้านก็ควรพิจารณาพัฒนาปรับปรุงทันที เพื่อการสร้างความประทับใจแก่กลุ่มลูกค้าต่อไป

ลูกค้าคนที่ 5 : ผู้ศึกษาค้นพบจากสื่อออนไลน์ในเพจร้าน “ฟอยฟิชซึ่งมหาสารคาม” เมื่อเดือนพฤษภาคมพ.ศ. 2559 มีลูกค้าในเพจร้านที่มาสอบถามที่ตั้งร้านและกล่าวถึงร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาว่า “มีคนรู้จักแถวบ้านแนะนำให้มาซื้อของร้านฟอย เขาคุยกันว่าที่ร้านมีของเยอะ อุปกรณ์ครบเลยอยากจะมาเลือกชมสินค้าที่ร้านดู” เมื่อได้พูดคุยกับลูกค้าผ่านช่องทางสนทนาในเพจแล้วผู้ศึกษาพบว่าสินค้าที่ลูกค้าต้องการ ทางร้านมีครบทุกแบบและทุกอย่างอีกด้วย

2. คู่ค้า (Supplier)

ลูกค้าคนที่ 1 : กล่าวถึงร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหลังจากทางร้านปรับใช้กลยุทธ์แล้วว่า ตั้งแต่มีการปรับเปลี่ยนพัฒนารูปแบบการดำเนินการของร้านส่งผลดีต่อการสั่งของจากทางบริษัท ทำให้มียอดจำนวนการสั่งสินค้าเพิ่มมากกว่าเดิม และการได้รับฟังถึงกระแสนิยมชื่อเสียงของร้านฟอยมีทิศทางดีขึ้นจากการพูดคุยกับร้านค้าอื่นๆ ในจังหวัดใกล้เคียง จึงทำให้เชื่อมั่นว่าร้านฟอยจะสามารถพัฒนาได้อีก ดังนั้นเมื่อมีสินค้ามาใหม่พนักงานขายจึงรีบนำเสนอสินค้าเพื่อโอกาสในการขายทันที สะท้อนให้เห็นถึงยอดขายที่เพิ่มตามการเกื้อหนุนของทางร้านและคู่ค้า (Supplier) ด้วยการแบ่งปันเรื่องราวประสบการณ์ดีๆ ให้แก่กันเท่านั้น คู่ค้า (Supplier) แนะนำสินค้าขายดี ผู้ประกอบการบอกต่อสิ่งดีๆ ให้ลูกค้าเมื่อทุกฝ่ายเกิดความประทับใจแก่กันและกันก็ย่อมเกิดแต่ผลประโยชน์ดีๆ ร่วมกัน

ลูกค้าคนที่ 2 : พนักงานขายกล่าวถึงร้านฟอย อุปกรณ์ตกปลาหลังจากทางร้านปรับใช้กลยุทธ์ว่า “ผมรู้จักร้านฟอยได้ก็เพราะมีคนแนะนำมาครับ เพื่อนที่เป็นเซลล์อีกบริษัทแนะนำผมมาบอกว่าร้านฟอยให้โอกาสรับฟังการเสนอสินค้าเสมอ มีออเดอร์ให้ทุกครั้งแม้ว่าร้านอื่นจะไม่มีขอให้เลย แล้วอีกอย่างหนึ่งคือเวลาผมไปเสนอขายร้านอื่นเขาจะไม่ค่อยรับฟังข้อเสนอสินค้าเลย เขาปฏิเสธก่อนเพราะว่าบริษัทเราเพิ่งเริ่มทำการตลาดภาคอีสานเลยทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จัก” เมื่อสอบถามเพิ่มเติมผู้ศึกษายังค้นพบอีกว่า พนักงานขายเลือกหนึ่งร้านต่อหนึ่งจังหวัดเท่านั้น ซึ่งในจังหวัดมหาสารคามคู่ค้าได้เลือกร้านฟอยเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท เนื่องจากการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนที่เป็นพนักงานของบริษัทอื่น และเชื่อกศยภาพการทำงาน of ร้านฟอยว่าจะสามารถนำเสนอสินค้าของตนได้

ประวัติผู้เขียน

นางสาวทรีสดี สุริยเรืองกิจ เกิดเมื่อวันที่ 24 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2533 ภูมิลำเนาจังหวัดมหาสารคาม สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏ จังหวัดมหาสารคาม สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่ โรงเรียนสารคามพิทยาคม จังหวัดมหาสารคาม และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2557 ได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น