

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ
กรณีศึกษา ร้านบีแกนคาร์วอช เขตเทศบาลเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

**The Marketing Strategy Planning Through Appreciative Inquiry
for Increasing Quantity of Customer Case Study Began Carwash
Municipality Mueang District Sakonnakhon Province**

ทาริกา ภาณุวัฒน์ไพศาล*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ กรณีศึกษาร้านบีแกนคาร์วอชเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบการณ์ด้านบวกของผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์โดยใช้สุนทรียศาสตร์และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านบีแกนคาร์วอช โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ในการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงบวกจากตัวอย่าง 60 คน ซึ่งแบ่งเป็นผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอช 40 คน และผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์อื่นๆในเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 20 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดเด่น จากนั้นนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ได้แก่ การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการแบบ 8Ps (Marketing Mix for Services 8Ps) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) และแนวคิดการรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Cooperation Social Responsibility : CSR) จากการศึกษาทำให้ได้แผนกลยุทธ์ทางการตลาด 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2558)

จากผลการดำเนินการพบว่าพนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ใช้เวลาในการให้บริการลดลง 15%-25% การแก้ไขงานลดลง และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้บริการระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ใน พ.ศ.2557 และ พ.ศ.2558 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเฉลี่ย 22.03% ซึ่งกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นสามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชได้จริง

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด, สุนทรียสาธก, ธุรกิจคาร์แคร์, การเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ

Abstract

Independent Study of The marketing strategy planning though appreciative inquiry for increasing quantity of customer case study Bekan Carwash municipality Muang district Sakon Nakhon province objective are discover positive experiences of car care customer apply appreciative inquiry and use data from this discovery for planning marketing strategy for increase quantity of Bekan Carwash customer. Usage appreciative inquiry in interview sample 60 people for discover positive experiences. Segmentation are Bekan Carwash's customer 40 people and other car care's customer in municipality Meung district Sakon Nakhon Province 20 people. And use information for analysis convergence and divergence. The use analysis with concept and theory include SOAR analysis, Marketing Mix for service (8Ps), Customer Relationship Management (CRM) and Cooperation Social Responsibility (CSR). Planning 3 marketing strategy include Cooperation Social Responsibility strategy, Increasing efficiency in services strategy and Promotion strategy. Result of operations are staff increase efficiency decrease time of services 15%-25%. Compare quantity of Bekan Carwash's customer from January to August in 2014 and 2015 quantity increase every month 2.16-54.95%. So this marketing strategy planning can increase quantity customer of Bekan Carwash

Keywords: Marketing Strategy, Appreciative Inquiry, Carcare Business, Increasing Quantity Customer

บทนำ

รถยนต์เป็นปัจจัยที่สำคัญมากอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องการเดินทางในชีวิตประจำวันของคนไทย เช่น การทำงาน การท่องเที่ยว การทำธุรกิจ ที่มากกว่านั้นคือเป็นเหมือนบ้านเคลื่อนที่ ร้านค้าเคลื่อนที่ เป็นของสะสม เป็นสิ่งที่บอกฐานะทางสังคม เป็นต้น จากความจำเป็นเหล่านี้ทำให้ผู้คนมากมายยอมแบ่งรายได้บางส่วนไว้สำหรับการได้มีรถยนต์ส่วนตัวเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางต่างๆ และในยุคโลกาภิวัตน์นี้ผู้คนจำนวนมากต้องใช้ชีวิตประจำวันแข่งกับเวลา ผู้คนต่างใช้เวลาในการทำงานเพื่อหาเงินและใช้เงินเพื่อประหยัดเวลา ดังนั้นสิ่งใดที่สามารถอำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาได้ผู้คนก็ยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับสิ่งนั้น ปัจจุบันจำนวนรถยนต์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากนโยบายของรัฐบาลสนับสนุนคืนภาษีรถยนต์คันแรก ในปี พ.ศ. 2554-2555 ซึ่งมีผู้ขอใช้สิทธิลงทะเบียนในการรับคืนภาษีรถยนต์คันแรกจำนวน 1,259,102 ราย (ข้อมูลจาก ASTV ผู้จัดการออนไลน์ 13 ส.ค. 2557) ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ทั้งทางตรงและทางอ้อมมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เช่น ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์ ธุรกิจสินเชื่อรถยนต์ ธุรกิจบริการบำรุงรักษารถยนต์ ธุรกิจประกันภัย เป็นต้น

ธุรกิจคาร์แคร์เป็นธุรกิจให้บริการดูแลบำรุงรักษารถ เช่น ล้างทำความสะอาด เคลือบสี เคลือบแก้ว เป็นการดูแลรักษารถยนต์ภายนอกและห้องโดยสาร ธุรกิจคาร์แคร์ขยายเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้รถยนต์ทั้งเก่าและใหม่ ไม่ว่าจะเป็นรถเก่าหรือรถใหม่ก็ต้องการการบำรุงรักษากันทั้งนั้น ร้านบีแกนคาร์วอช เป็นร้านให้บริการล้างทำความสะอาด ดูดฝุ่น ถัดสี เคลือบสี และจำหน่ายอุปกรณ์ดูแลรักษารถยนต์ ตั้งอยู่ที่ปิ่นน้ำมัน ปตท. วิทยาลัยเทคโนโลยีศูนย์ราชการ เขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เปิดทำการเมื่อวันที่ 7 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ปัจจุบันร้านคาร์แคร์มีเพิ่มมากขึ้นในเขตจังหวัดสกลนครทำให้ร้านบีแกนคาร์วอชถูกแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดออกไป ร้านคาร์แคร์ที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า เช่น โรบินสัน เทสโก้โลตัสและบิ๊กซี เป็นต้น ร้านคาร์แคร์เหล่านี้จะมีผู้ใช้บริการจำนวนมากเนื่องจากลูกค้านำรถไปล้างแล้วไปเดินเล่นในห้างระหว่างรอหรือบางครั้งตั้งใจมาซื้อของในห้างแต่เห็นป้ายโฆษณาที่น่าสนใจของร้านคาร์แคร์ก็จะแวะใช้บริการโดยที่ไม่ได้วางแผนไว้ และยังมีร้านคาร์แคร์ขนาดเล็กที่มีพนักงานเพียง 2-3 คน ใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดรถที่มีคุณภาพต่ำส่งผลให้อัตราค่าบริการต่ำกว่าร้านอื่นๆ ทำให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดไปบางส่วนในกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้มุ่งเน้นถึงคุณภาพการทำความสะอาด

แต่เน้นความประหยัด เป็นเหตุให้จำนวนผู้ใช้บริการของร้านบีแกนคาร์วอชลดน้อยลง

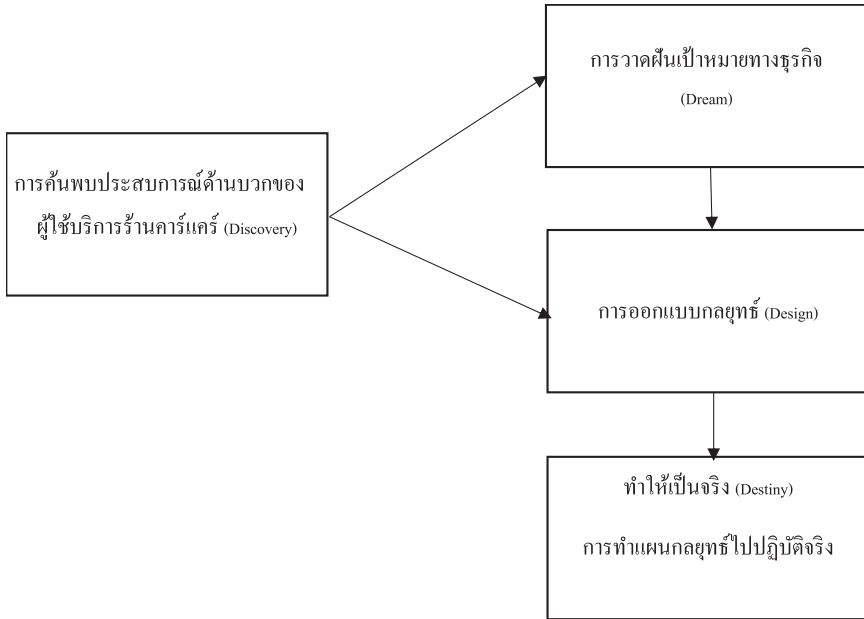
จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ล้วนแต่มีการวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินงานรวมถึงการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจที่แตกต่างกันหรือคล้ายคลึงกันแล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละองค์กร ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาข้อมูลประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชและผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์อื่นๆ โดยใช้แนวทางสุนทรียสาธก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ เนื่องจากแนวคิดสุนทรียสาธกเป็นการค้นหาและให้ความสำคัญกับประสบการณ์ดีๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาสร้างสรรค์และขยายผลไปสู่สิ่งที่คาดหวังไว้ โดยปกติแล้วเมื่อเกิดสิ่งคิดปกคิมมนุษย์มักมองว่าเป็นปัญหาและใช้วิธีมองหาข้อผิดพลาดและพยายามแก้ไขสิ่งนั้น การให้ความสำคัญและการแก้ปัญหานับเป็นเรื่องที่สำคัญแต่ในบางกรณีอาจจะเป็นการปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาได้ คนที่ทำงานภายใต้ความกดดันไม่สามารถมีความคิดสร้างสรรค์หรือมีประสิทธิภาพได้ในทางตรงกันข้ามเมื่อคนมีสภาพจิตใจที่ดีในการทำงาน จะมีสมาธิในการทำงานและมีจินตนาการที่ดีกว่า ซึ่งเป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาองค์กรและเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการของร้านมากที่สุด และกลับมาใช้บริการซ้ำจนกลายเป็นลูกค้าประจำ นอกจากนี้ยังศึกษาประสบการณ์ด้านบวกของผู้ประกอบการร้านคาร์แคร์และสิ่งที่คาดหวังอยากจะเป็นในอนาคตเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาร้านบีแกนคาร์วอชอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์โดยใช้สุนทรียสาธก
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผนกลยุทธ์การตลาดในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านบีแกนคาร์วอช

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ออกแบบกรอบความคิดตามองค์ประกอบของ
สุนทรียศาสตร์ ของ Coorrider and Whitney (2005 quoted in Pinyo Rattanaphan, 2010)



แนวคิดและทฤษฎี

ความหมายของสุนทรียศาสตร์

สุนทรียศาสตร์ คือ กระบวนการศึกษาค้นหาและให้ความสำคัญกับประสบการณ์ดีๆ
ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาสร้างสรรค์และขยายผล ไปสู่สิ่งที่วาดฝันไว้ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่ง
ที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาองค์กร โดยการใ้
การสอบถาม สังเกตสิ่งดีๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของตนเองและธุรกิจอื่นๆ เช่น วันที่มีลูกค้า
เข้ามามากหรือวันที่มีลูกค้ารายใหญ่ มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นกับธุรกิจ วันไหนที่ทำงาน
แล้วรู้สึกมีความสุข วันไหนที่ทำงานได้สะดวกกว่าวันอื่นๆ เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นบ้าง
รวมถึงการสอบถามจากลูกค้าที่เคยประสบกับเรื่องราวดีๆ เมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการแล้ว
ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อทันทีหรืออยากซื้อซ้ำหรืออยากแนะนำคนอื่น ๆ ให้มารับบริการ
ในครั้งต่อไปด้วย

องค์ประกอบของสุนทรียสาธก (4D)

Discovery คือ การค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดของประสบการณ์นั้นคืออะไร ในทางธุรกิจ อาจประยุกต์ในการหาโอกาส จุดแข็ง ศักยภาพ อุปสงค์ที่ซ่อนเร้น

Dream คือ การตั้งคำถามถึงความฝันขององค์กรหรือชุมชนในอุดมคติ เป็นการจินตนาการถึงภาพฝันในอนาคตและถูกนำเสนอใหม่อย่างท้าทายความเป็นไปได้ ในทางธุรกิจ เรียกว่า วิสัยทัศน์

Design คือ การออกแบบ โครงสร้าง กระบวนการใหม่ การพัฒนาข้อเสนอ ในการจัดการองค์กรหรือชุมชน เพื่อให้ความฝันนั้นเกิดเป็นจริงได้ทั้งในเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาว

Destiny คือ ชั้นที่ต้องลงมือทำตามข้อเสนอ มีการตั้งกฎเกณฑ์ พัฒนายุทธศาสตร์ เชื่อมโยงระดมทรัพยากรเพื่อทำให้ความฝันนั้นเกิดเป็นจริงขึ้น (ภิญโญ รัตนานพันธ์, 2550)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวางแผนกลยุทธ์การตลาดธุรกิจคาร์แคร์โดยใช้สุนทรียสาธก เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ กรณีศึกษาร้านบีแกนคาร์วอช เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กระบวนการสุนทรียสาธกเป็นแนวทางการศึกษา การสัมภาษณ์ถึงประสบการณ์ที่ดีที่สุดในการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน และใช้การวิเคราะห์สออาร์ (SOAR Analysis) ร่วมกับกระบวนการสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) เพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดที่บีแกนคาร์วอชมีมากที่สุด (Strengths) และพิจารณาว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกมีโอกาสดังที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการของบีแกนคาร์วอชมากที่สุด (Opportunities) จากนั้นวาดฝันสิ่งที่คุณศึกษาต้องการอยากให้เป็น (Aspiration) ซึ่งผลลัพธ์ต้องสามารถวัดผลได้ (Result) และนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 8Ps) และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อเพิ่มยอดผู้ใช้บริการของบีแกนคาร์วอช รวมไปถึงการนำหลักการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มาใช้เป็นกลยุทธ์เสริมเพื่อเพิ่มคุณค่าทางจิตใจของลูกค้าในการใช้บริการ โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาประสบการณ์ด้านบวกของผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์โดยใช้สุนทรียสาธก
- 1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1.1.1 การค้นพบ (Discovery) โดยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non - Structured interview) ผู้ใช้บริการคาร์แคร์เกี่ยวกับประสบการณ์ด้านบวกในการ

ใช้บริการคาร์แคร์ว่าความประทับใจในการใช้บริการคาร์แคร์เป็นอย่างไร โดยสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอช จำนวน 40 คน เพื่อค้นหาความประทับใจจากการใช้บริการที่เป็นจุดเด่นภายในของร้าน และสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการคาร์แคร์ร้านอื่นๆ ในเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 20 คน เพื่อค้นหาความประทับใจจากการใช้บริการคาร์แคร์จากภายนอก

1.1.2 การสร้างฝัน (Dream) เป็นการให้ผู้ประกอบการร้านบีแกนคาร์วอช บอกถึงวิสัยทัศน์และความมุ่งหวังในสิ่งที่ต้องการสำหรับร้านบีแกนคาร์วอชโดยการตั้งคำถามเชิงบวกว่าคุณวาดฝันหรือนิมิตภาพเกี่ยวกับการให้บริการร้านบีแกนคาร์วอชอย่างไรบ้าง รวมไปถึงการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์ว่าอยากให้ร้านคาร์แคร์มีบริการอย่างไร

1.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างแบบไม่ได้ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชจำนวน 40 คน และสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์อื่นๆ ในเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 20 คน รวมทั้งสิ้น 60 คน

1.3 ประเภทของข้อมูล

การศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้คำถามปลายเปิดซึ่งจะเน้นที่ประสบการณ์ดีๆ ของลูกค้าที่ได้มาจากการใช้บริการคาร์แคร์ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ข้อมูลที่มีอยู่แล้วภายในองค์กร สถิติการใช้บริการของลูกค้า และข้อมูลภายนอกที่ได้จากการค้นคว้าจากข้อมูลวิชาการต่างๆ

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านบีแกนคาร์วอช

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1.1 การออกแบบ (Design) เป็นการนำคุณสมบัติที่ดีที่สุดที่ค้นพบ (Discovery) และการสร้างฝัน (Dream) นำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือสออาร์ (SOAR Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็งขององค์กร ประกอบกับโอกาสที่มีอยู่ และสิ่งที่คุณอยากจะเห็น สุดท้ายเกิดเป็นผลที่เกิด มาประยุกต์กับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 8Ps) เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการใช้แนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) และแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Cooperation Social Responsibility: CSR) เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ

2.1.2 ทำให้เป็นจริง (Destiny) เป็นการนำแผนกลยุทธ์ที่ได้ออกแบบไว้ มาปฏิบัติจริง โดยการให้เจ้าของกิจการและพนักงานร้านบีแกนคาร์วอชได้ทดลองใช้ เพื่อเพิ่มคุณค่าในการให้บริการของทางร้าน วัตถุประสงค์ทดลอง โดยการนับสถิติการเข้าใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการและจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละเดือน

2.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการนำผลการค้นพบ (Discovery) มาวิเคราะห์กับแนวคิดและทฤษฎี เพื่อหาแนวทางและออกแบบกลยุทธ์ (Design) รวมถึงการนำกลยุทธ์ไปปรับใช้ (Destiny) กับธุรกิจตามที่ได้ออกแบบไว้ (Dream)

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาการใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอช เขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เพื่อหาประสบการณ์ด้านบวกของลูกค้าที่ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชและลูกค้าที่ใช้บริการร้านคาร์แคร์อื่นๆ ในเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอช โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ขั้นตอน ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาประสบการณ์ด้านบวกของผู้ใช้บริการร้านคาร์แคร์โดยใช้สุนทรียศาสตร์ ขั้นที่ 1 ค้นหา (Discovery)

เป็นขั้นตอนการค้นหาลึกลับที่ดีที่สุดของประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ศึกษา ได้ทำการสัมภาษณ์ประสบการณ์ด้านบวกในแบบสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) ถึงความประทับใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านคาร์แคร์ ซึ่งสามารถสรุปข้อค้นพบ โดยแบ่งออกเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชและร้านคาร์แคร์อื่นๆ ในเขตเทศบาลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ได้ดังนี้

จากการหาจุดร่วมจากประสบการณ์ด้านบวกของผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอช จำนวน 40 คน จะเห็นได้ว่าผู้ใช้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่เป็นจุดร่วม (Convergences) ใน 19 ประเด็น โดยเรียงจากความคิดเห็นที่เหมือนกันมากที่สุดไปหาความคิดเห็นที่เหมือนกันน้อยที่สุด ได้แก่ 1) ความสะอาด 2) การใส่ใจในรายละเอียด 3) ความเร็วในการให้บริการ 4) ใกล้เคียงบ้าน/ใกล้ที่ทำงาน 5) พนักงานพูดจาดี 6) พนักงานมีความเชี่ยวชาญ 7) มีห้องรับรอง 8) มีบริการรับ-ส่ง 9) ใกล้ร้านกาแฟ/ร้านอาหาร 10) ความปลอดภัย/ความน่าเชื่อถือ 11) เจ้าของร้านตรวจสอบก่อนส่งมอบรถ 12) โปรโมชันสะสมแต้มล้างฟรี

13) ผลិតภัณฑ์มีคุณภาพ 14) ราคาสมเหตุสมผล 15) ร้านคนรู้จัก 16) การตกแต่งร้าน 17) พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า 18) มีกระดาดรองเท้า 19) ใช้โฟมล้างรถ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) มี 2 ประเด็น ได้แก่ 1) อุปกรณ์ในการทำความสะดวก และ 2) โปรโมชันบุฟเฟต์ล้างไม้อื่น (ฤดูฝน) ซึ่งเป็นประเด็นที่สามารถนำมาเป็นพื้นฐานในการสร้างกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้

จากการหาจุดร่วมจากประสบการณ์ด้านบวกของผู้ใช้บริการร้านค้าอื่นๆ ในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร จำนวน 20 คน จะเห็นได้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่เป็นจุดร่วม (Convergences) ใน 10 ประเด็น โดยเรียงจากความคิดเห็นที่เหมือนกันมากที่สุดไปหาความคิดเห็นที่เหมือนกันน้อยที่สุด ได้แก่ 1) ใกล้เคียงบ้าน/ใกล้ที่ทำงาน 2) พนักงานบริการดี 3) ความสะดวก 4) ใกล้ร้านกาแฟ/ร้านอาหาร 5) ความเร็วในการให้บริการ 6) การใส่ใจในรายละเอียด 7) ความปลอดภัย/ความน่าเชื่อถือ 8) มีห้องรับรอง 9) อุปกรณ์ในการทำความสะดวก 10) ฟรี Wifi ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergences) มี 1 ประเด็น ได้แก่ 1) ความปลอดภัย/ความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาโดยใช้สุนทรียศาสตร์เชื่อมโยงกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 8Ps)

จากปัจจัยร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดเด่นนำมาเชื่อมโยงกันส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 8Ps) ซึ่งเป็นปัจจัยทางการตลาดบริการ เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ค้นพบกับส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ด้าน สอดคล้องกับสิ่งที่ค้นพบในจุดเด่นและจุดร่วม ซึ่งเป็นความต้องการของผู้ใช้บริการร้านค้าฯ ดังนี้

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการแบบ 8Ps จากการสัมภาษณ์ประสบการณ์ด้านบวกของผู้ใช้บริการร้านค้าฯ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 8Ps)	การค้นพบ (Discovery)
1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services)	1. ความสะดวก 2. กระดาดรองเท้า 3. ใช้โฟมล้างรถ 4. มีบริการรับ-ส่งรถ
2. ราคา (Price)	1. ราคาสมเหตุสมผล
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	1. ใกล้ที่ทำงาน/ใกล้บ้าน 2. มีร้านกาแฟ/ร้านอาหาร
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	1. โปรโมชันสะสมแต้มล้างฟรี 2. โปรโมชันบุฟเฟต์ล้างไม้อื่น(ฤดูฝน)

5. กระบวนการ (Process)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การใส่ใจในรายละเอียด 2. ความเร็วในการให้บริการ 3. อุปกรณ์ในการทำความสะอาด
6. บุคคล/พนักงาน (People)	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานบริการดี 2. พนักงานพูดจาดี 3. พนักงานมีความเชี่ยวชาญ 4. พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า 5. เจ้าของร้านตรวจสอบก่อนส่งมอบรถ 6. ร้านคนรู้จัก
7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีห้องรับรอง 2. การตกแต่งร้าน 3. มีบริการ WIFI ฟรี
8. ประสิทธิภาพและคุณภาพ (Productivity & Quality)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความปลอดภัย/ความน่าเชื่อถือ 2. ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ

ขั้นที่ 2 วาดฝัน (Dream)

ชื่อธุรกิจ : บีแกนคาร์วอช

ประเภทธุรกิจ : บริการทำความสะอาดและบำรุงรักษารถ

วิสัยทัศน์ : เป็นร้านคาร์แคร์ร้านแรกที่ลูกค้านึกถึงในจังหวัดสกลนคร ด้วยการบริการที่ประทับใจ

พันธกิจ : เตรียมพร้อมและพัฒนาการให้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

เป้าหมาย : จำนวนผู้ใช้บริการในปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้น 10% จากปี พ.ศ. 2557

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านบีแกนคาร์วอช

ขั้นที่ 3 ออกแบบ (Design)

เป็นการนำจุดร่วมและจุดโดดเด่นที่ได้ค้นพบ (Discovery) จากการสัมภาษณ์ โดยใช้สุนทรียศาสตร์และการวาดฝัน (Dream) มารวบรวมและขยายผลเพื่อสร้างเป็นกลยุทธ์การตลาดในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. กลยุทธ์รับผิดชอบต่อสังคม

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดในปัจจุบันพบว่าการวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน ธุรกิจจะอยู่รอดได้ไม่ใช่เพียงแค่ผลกำไรเท่านั้น ดังนั้น การทำกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมจึงมีผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจและความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า ลูกค้าและสังคมอีกด้วย ร้านบีแกนคาร์วอชเปิดทำงานเป็นเวลา 1 ปี ยังมีฐานลูกค้าและลูกค้าประจำจำนวนไม่มาก ผู้ประกอบการจึงมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี พื้นที่เขต อ.ภูพาน จ.สกลนคร จะมีอากาศที่หนาวเย็น อุณหภูมิต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียส ถูกประกาศให้เป็นพื้นที่ประสบภัยหนาว ชาวบ้านที่อยู่ในเขตพื้นที่ดังกล่าวส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรและรับจ้างขายแรงงาน รายได้ค่อนข้างน้อยประสบปัญหาขาดแคลนเครื่องนุ่งห่ม ผู้ศึกษาจึงเสนอ โครงการ BEKANCARWASH ร่วมแบ่งปันไออุ่นและรอยยิ้มให้กับน้องผู้ประสบภัยหนาว เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการซึ่งรายได้ส่วนหนึ่งจากการใช้บริการนำไปซื้อเสื้อกันหนาวและผ้าห่มและเชิญชวนให้ผู้ใช้บริการร่วมบริจาคเสื้อกันหนาวและผ้าห่มแก่ผู้ประสบภัยหนาว เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมในท้องถิ่นและเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

2. กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชและร้านคาร์แคร์อื่นๆ ในเขตเทศบาลสกลนคร ค้นพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) ได้แก่ ความสะอาดของรถ การใส่ใจในรายละเอียดและความเร็วในการให้บริการเป็นลำดับต้นๆ ในการใช้บริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมาจากพนักงานผู้ใช้บริการ ดังนั้น การพัฒนาให้พนักงานได้มีความรู้และทักษะในการทำงานมากขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างความประทับใจในการให้บริการกับผู้ใช้บริการได้

3. กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการร้านบีแกนคาร์วอชและร้านคาร์แคร์ในเขตเทศบาลสกลนคร ค้นพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสนใจกับปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (Divergence) คือ โปรโมชันของร้าน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดโดยมุ่งเน้นที่ลูกค้าผู้ใช้บริการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการในช่วงฤดูฝน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการน้อยที่สุดในรอบปี ได้แก่

- 3.1 โครงการ Be-Point
- 3.2 โครงการ Rainy Season sale
- 3.3 โครงการฝนตกล้างฟรีภายใน 24 ชม.

ขั้นที่ 4 ทำให้เป็นจริง (Destiny)

เป็นการนำแผนกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์โดย การค้นหา การวาดฝันและการออกแบบมาปฏิบัติจริง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการทดลองการค้นพบตามแนวคิดสุนทรียศาสตร์และจัดทำกลยุทธ์การตลาด 3 กลยุทธ์ ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งเริ่มการทดลองกลยุทธ์แรกคือ กลยุทธ์การรับผิดชอบต่อสังคม โครงการ BEKAN CARWASH ร่วมแบ่งปันไออุ่นและรอยยิ้มให้กับน้องผู้ประสบภัยหนาว วันที่ 15 มกราคม 2558 – 5 กุมภาพันธ์ 2558 พบว่าการใช้บริการซ้ำของลูกค้ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากการสอบถามผู้มาใช้บริการและสถิติการบันทึกข้อมูลการใช้บริการของลูกค้า กลยุทธ์ที่สอง คือ กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โครงการ Training by 3M auto repair ดำเนินโครงการ วันที่ 17 มีนาคม 2558 หลังจากดำเนินโครงการพบว่าพนักงานใช้เวลาในการให้บริการลดลง 15% - 25% จากการบันทึกสถิติเวลาในการปฏิบัติงาน งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น การแก้ไขงานลดลง สามารถให้บริการกับผู้มาใช้บริการจำนวนมากขึ้นในเวลาเท่าเดิม และกลยุทธ์ที่สาม คือ กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีทั้งหมดสามโครงการ โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการในช่วงฤดูฝน ได้แก่ โครงการ Be-Point ดำรงรถครบ 10 ครั้ง ล้างฟรี 1 ครั้ง โครงการ Rainy Season Sale บริการราคาพิเศษ และโครงการล้างรถวันนี้ ฝนตกล้างฟรีภายใน 24 ชม. ซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินการ โดย รวมไปถึงร้านบีเกนคาร์วอชเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสถานที่ที่เอื้ออำนวยซึ่งอยู่ใกล้กับศูนย์ราชการจังหวัดสกลนครและราคาในการให้บริการยังไม่มีการปรับเพิ่มขึ้น

สรุปผลการดำเนินการจากจำนวนผู้ใช้บริการในเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี พ.ศ. 2557 เปรียบเทียบกับเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี พ.ศ. 2558 จำนวนผู้ใช้บริการของร้านบีเกนคาร์วอชระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคมใน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2558 ดังนี้ เดือนมกราคมผลต่างเพิ่มขึ้น 29 คัน คิดเป็น 5.93% เดือนกุมภาพันธ์ผลต่างเพิ่มขึ้น 29 คัน คิดเป็น 5.89% เดือนมีนาคมผลต่างเพิ่มขึ้น 11 คัน คิดเป็น 2.16% เดือนเมษายนผลต่างเพิ่มขึ้น 106 คัน คิดเป็น 25.48% เดือนพฤษภาคมผลต่างเพิ่มขึ้น 150 คัน คิดเป็น 54.95% เดือนมิถุนายนผลต่างเพิ่มขึ้น 65 คัน คิดเป็น 20.19% เดือนกรกฎาคมผลต่างเพิ่มขึ้น 96 คัน คิดเป็น 29.81% และเดือนสิงหาคมผลต่างเพิ่มขึ้น 107 คัน คิดเป็น 31.80% ผลรวมได้แก่

ปี 2557 จำนวนผู้ใช้บริการ 3,161 คัน เฉลี่ยเดือนละ 395 คัน ปี 2558 จำนวนผู้ใช้บริการ 3,751 คัน เฉลี่ย เดือนละ 469 คัน ผลต่าง 590 คัน เฉลี่ยเดือนละ 74 คัน คิดเป็น 20.03% ซึ่งมากกว่าจำนวนผู้ใช้บริการเป้าหมายที่ตั้งไว้คือเพิ่มขึ้น 10%

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

การศึกษาโดยการใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยค้นพบสิ่งดีๆ ที่ธุรกิจมีอยู่ ซึ่งอาจจะเป็นประเด็นเล็กๆที่เลยมองข้าม แต่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาธุรกิจได้เป็นอย่างดี การใส่ใจในรายละเอียดนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับธุรกิจบริการเป็นอย่างมาก ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการหรือพนักงานควรให้ความสำคัญกับสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการได้ เมื่อมีลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น ร้านบีแกนคาร์วอชควรมีการวางแผนขยายสาขาเพื่อรองรับผู้ใช้บริการ ได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากที่ตั้งร้านในปัจจุบันมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด

การจากวางแผนกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและผลการดำเนินโครงการเป็นที่น่าพอใจ จึงควรเพิ่มเติมในด้านของความสัมพันธ์ระหว่างร้านบีแกนคาร์วอช และบริษัท 3M ประเทศไทย โดยการจัดโครงการอบรมอย่างต่อเนื่องและจัดระบบงานพนักงานเป็นมาตรฐาน มีการเช็ครายการก่อนส่งมอบรถแบ่งตามประเภทของรถ โดยมีบริษัท 3M ประเทศไทยเป็นผู้รับรองมาตรฐานในการทำงานของพนักงานร้านบีแกนคาร์วอช เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในประสิทธิภาพในการให้บริการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ธุรกิจบริการนับว่าเป็นธุรกิจที่ควรให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก ในการศึกษาครั้งต่อไปสำหรับกลยุทธ์การตลาดธุรกิจคาร์แคร์ ควรศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีผู้นำสี่ทิศ ได้แก่ กลุ่มกระต๊อ กลุ่มหมี กลุ่มอินทรี และกลุ่มหนู ซึ่งสัตว์แต่ละประเภทมีบุคลิกและความเฉพาะที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ห้กลุ่มผู้ใช้บริการของธุรกิจออกเป็นกลุ่ม วางแผนและดำเนินการให้บริการที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มีความแตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ตรงจุด และให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการรับบริการ

รายการอ้างอิง

นิตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ภาณุ ทิมมานนท์. (2550). กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัท ภาวิณาส จำกัด.
ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2550). หลักการพื้นฐานของสุนทรียศาสตร์ (AI). ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2558,
จาก <http://www.aithailand.org>