

# แนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้

สุนทรียศาสตร์: กรณีศึกษา หจก.บิ๊กต้อย 2018

Guidelines for Increasing Online Sales Volume

by Applying Appreciative Inquiry:

A Case Study of BIGTOY 2018 Limited Partnership

นิสาชล ทัทปลา (Nisachon Tapla)<sup>1</sup>

อัจฉริยะ อุปการกุล (Adchariya Auppakaraku)<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจุดร่วมและจุดเด่นที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) ในการขายผลิตภัณฑ์และบริการ และเพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการขายออนไลน์ของ หจก.บิ๊กต้อย 2018 เพื่อสร้างยอดขาย และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในยุคดิจิทัล มีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม จุดโดดเด่น และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันวิเคราะห์ข้ออาร์ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่เป็นจุดร่วมสำคัญที่สุด คือ สินค้าหลากหลาย การบริการของพนักงาน (การแนะนำสินค้า การตอบคำถามโปรโมชัน) การอัปเดตข้อมูลสินค้าใหม่ๆ และโปรโมชันในช่องทางออนไลน์ Facebook และกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีการแชร์ผ่าน Facebook ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นแก่ Line Official Account และจากการวิเคราะห์ข้ออาร์ (SOAR Analysis) พบว่า จุดแข็งที่โดดเด่นที่สุด ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งใกล้กลุ่มเป้าหมาย โอกาส ได้แก่ กระแสนิยมในสังคมออนไลน์ สิ่งที่ยากจะเป็น ได้แก่ เป็นผู้นำคำสั่งและคำปลักในพื้นที่ท้องถิ่น และผลลัพธ์ ได้แก่ มีการติดตามจากสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น 20 คนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10

<sup>1</sup>นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยบัณฑิตศึกษารจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษารจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากผลการศึกษานำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำโครงการ โดยโครงการระยะสั้นมีทั้งหมด 2 โครงการ ได้แก่ 1. กด Like & Share รับโชค 2 ต่อ ระยะเวลาการดำเนินโครงการ กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2565 ทางร้านมียอดขายเติบโต เดือนละ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขายรวม โดยมียอดกดไลค์เพิ่มขึ้น จำนวน 100 คน และ 2. บิ๊กต้อยดี๊ดีตอกจากระยะเวลาดำเนินการเดือน กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2565 พบว่าการตอบสนองของลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่าน Facebook Fan Page ของทางร้านมียอดขายเติบโตเดือนละ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขายรวม และมียอดกดไลค์เพิ่มขึ้น 100 คน สำหรับโครงการระยะยาวได้วางแผนทางการดำเนินงานไว้ เพื่อที่จะนำไปปฏิบัติในอนาคตต่อไป

**คำสำคัญ :** สุนทรียสาธก การขายออนไลน์ การค้าปลีก

### Abstract

This independent study titled "Guidelines for Increasing Online Sales Volume by Applying Appreciative Inquiry" is based on a case study of Bigtoy 2018 Limited Partnership. This study utilizes a qualitative approach to examine Bigtoy's use of best practices for selling products and services and methods for increasing sales through online channels to generate sales and increase competitiveness in the digital era. A total of 30 sample groups were interviewed to identify common factors and dominant points and analyze the competitive environment using the strengths, opportunity, aims, and results (SOAR) method. The study showed that the most common points were the variety of products, staff service, information updates, new products, and online promotions (e.g., activities shared via Facebook). Based on the SOAR analysis and the outstanding point of Line Official Account, the findings were as follows: the key strengths included being located near the target group, the opportunity was popular trends in online society, the business aimed to serve as a wholesaler and retailer in the local area, and the expected result was an increase in social media followers of 20 people per month or 10

percent. The results of the study prompted the implementation of two short-term projects. The first was called “Like & Share to Get Double Luck” and ran between February and March 2022. It resulted in the shop experiencing a monthly sales growth of 10,000 baht or 10 percent of total sales, with an increase of 100 likes on social media. For the second project, “Big Toy Tik Tok” (February and March 2022), customers who bought products through the shop’s Facebook fan page generated a 10-percent growth in total sales and an increase of 100 likes. Long-term projects have been proposed for the future.

**Keywords:** appreciative inquiry, online sales, retail

## บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและสะดวก เช่น ในอดีตของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่เน้นการเดินทางไปที่ร้านค้าโดยตรงแต่ปัจจุบันนิยมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางกรจัดจำหน่ายแบบออนไลน์จากสิ่งที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต โดยให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกสบาย ความประหยัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ชีวิตในวิถีความปกติใหม่ที่ใช้ชีวิตท่ามกลางการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงจากการรับเชื้อไวรัส COVID-19 ลดการเดินทางออกจากที่พักอาศัยเป็นสิ่งสำคัญ ส่งผลให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรียกว่า E-Commerce ได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวกสบาย และหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทย เป็นแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจกลุ่ม E-Commerce มีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปี จากการคาดการณ์มูลค่าตลาดในปี 2020 อาจมีมูลค่าสูงถึง 220,000 ล้านบาท หรือ

เติบโตขึ้นร้อยละ 35 จากปีก่อนหน้า (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) นอกจากนี้ ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2564) รายงานถึงแนวโน้มของตลาด E-Commerce ในปี 2565 ว่าจะกลายเป็นช่องทางหลักในการทำธุรกิจ เพราะเป็นช่องทางที่สร้างความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจทุกภาคส่วนและทุกระดับจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้ธุรกิจนั้นสามารถดำเนินต่อไปได้ท่ามกลางสถานการณ์ที่มีความท้าทาย เช่นเดียวกับธุรกิจครอบครัวที่ต้องเผชิญกับการปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่เพื่อให้ธุรกิจได้ผ่านพ้นวิกฤติครั้งนั้นอันเนื่องจากได้รับผลกระทบในส่วนของยอดขายที่ลดลง

ห้างหุ้นส่วนจำกัด บิกิต้อย 2018 ดำเนินธุรกิจประเภทร้านค้าปลีก-ส่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และผลิตภัณฑ์ใช้งานภายในครัวเรือน ซึ่งก่อตั้งภายในพื้นที่อำเภอนาหวัง จังหวัดหนองบัวลำภู ในปี พ.ศ. 2545 พบว่า ในปี 2562 ธุรกิจมียอดขาย 47.8 ล้านบาท ปี 2563 ธุรกิจมียอดขายเท่ากับ 95.09 ล้านบาท และในปี 2564 ธุรกิจลดลงเหลือเพียง 82.83 ล้านบาท ซึ่งลดลงถึงร้อยละ 12 โดยสาเหตุที่ยอดขายของธุรกิจปรับลดลงเนื่องจาก หจก.บิกิต้อย 2018 ดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ยังไม่มีช่องทางออนไลน์ที่สามารถตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ของผู้บริโภคที่เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ประกอบกับจำนวนคู่แข่งในตลาดที่มีจำนวนมาก และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอข้อมูล การเข้าถึงลูกค้า หรือการพัฒนาช่องทางในการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดการแข่งขันสูงระหว่างธุรกิจ ส่งผลกระทบถึงยอดขายอย่างเห็นได้ชัด

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ในฐานะที่ผู้ศึกษาเป็นผู้สืบทอดธุรกิจรุ่นต่อไป เพื่อแก้ไขจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยในเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดขายโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าออนไลน์ ในยุคดิจิทัลโดยประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์: กรณีศึกษา หจก.บิกิต้อย 2018 เพื่อศึกษาจุดรวม และจุดเด่นที่เป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีในการดำเนินงาน และศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายผ่านทางออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจในการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการทำธุรกิจ ทำให้ธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มขึ้น และเกิดผลประกอบการที่ดีในอนาคตได้

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาจุดร่วม และจุดเด่นที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) ในการขายผลิตภัณฑ์และบริการของ หจก.บิ๊กต้อย 2018
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการขายออนไลน์

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดด้านสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

สุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เป็นกระบวนการศึกษา ร่วมกันของกลุ่มบุคคล หรือองค์กร เพื่อค้นหาลักษณะของการดำเนินงานที่ดี (Good Practice) ที่มีอยู่ในบุคลากร องค์กร โดยการใช้คำถามแนวสร้างสรรค์หรือ แนวสร้างความชื่นชมในการแสวงหาคุณค่าและศักยภาพที่มีอยู่ของบุคคล องค์กร ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันรวมถึงคาดการณ์อนาคต อีกทั้งเป็นรูปแบบใหม่ของ กระบวนการพัฒนา และจัดการเปลี่ยนแปลงบุคลากรในบริษัท หรือกิจการ ซึ่งมี จุดเด่นในการแสวงหามุมมองเชิงสร้างสรรค์ และร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผ่านประสบการณ์โดยการถามคำถามแนวสร้างสรรค์ หรือแนวสร้างความชื่นชม เพื่อค้นหาคุณค่าและศักยภาพที่พึงมีในพนักงาน และบริษัท หรือกิจการ ซึ่งได้มา จากการสั่งสมความรู้โดยปริยายจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงานนำมารวบรวม จัดเก็บอย่างเป็นระบบ และนำคุณค่าความรู้ดังกล่าวมาใช้เป็นส่วนประกอบในปัจจุบัน สำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างวิสัยทัศน์ในอนาคตร่วมกัน (ภิญโญ รัตนาพันธุ์, 2557) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 การแสวงหา (Discovery) เป็นกระบวนการแรกของสุนทรียสาธก เริ่มต้นด้วยการถามคำถามเพื่อนำไปสู่การแสวงหาสิ่งที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อเป็น แนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์

2.2 การสร้างจินตนาการ (Dream) คือ การนำเอาผลการสังเคราะห์ ที่ได้จากกระบวนการแสวงหาได้แก่ แนวปฏิบัติที่ดีของกระบวนการ หรือกิจกรรม ศักยภาพของบุคลากร หรือองค์กร ปัจจุบันแห่งความสำเร็จ ตลอดจนแนวทางการ ดำเนินการ วิธีการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จของบุคลากร ทีมงานและ บริษัท หรือกิจการในอดีตและปัจจุบัน มาเป็นฐานข้อมูลสำหรับการจินตนาการ

เพื่อสร้างความรู้ใหม่และกำหนดเป็นเป้าหมายใหม่ของบริษัทเพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์

2.3 การออกแบบ (Design) เป็นกระบวนการที่นำประสบการณ์เชิงบวกที่ได้มาวางแผนเพื่อนำไปสู่สิ่งที่ต้องการให้เป็น

2.4 การนำภาพฝันมาสู่การปฏิบัติจริง (Destiny) เป็นการกำหนดนโยบายที่จะสนับสนุนโครงการหรือแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ไปสู่เป้าหมายที่วาดฝันไว้เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์

แนวคิดสุนทรียสาธกเป็นศาสตร์ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ โดยศึกษาจุดร่วม และจุดเด่นที่เป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีในการดำเนินงาน และศึกษาแนวทางในการเพิ่มยอดขายผ่านทางออนไลน์ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจในการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ เพื่อเพิ่มยอดขาย และเกิดผลประกอบการที่ดีในอนาคต

## วิธีดำเนินงานศึกษา

การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกกรณีศึกษาร้าน หจก.บิกิต้อย 2018 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจุดร่วม และจุดเด่นที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) ในการขายสินค้าและบริการของ หจก.บิกิต้อย 2018 และเพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายผ่านทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและให้ข้อมูลด้วยคำถามปลายเปิดอันเป็นคำถามเชิงบวกเพื่อให้ได้ผลลัพธ์อันเป็นจุดร่วมเชิงบวกเพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกกรณีศึกษาร้าน หจก.บิกิต้อย 2018 ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียกับหจก.บิกิต้อย 2018 โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหน้าร้านจำนวน 15 ราย และลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 15 รายโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. การค้นหา (Discovery)

ทำการทบทวนวรรณกรรมจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่เป็น การประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก ในการสังเกตและตั้งคำถามสำหรับการเก็บข้อมูล

ผ่านการสัมภาษณ์เพื่อค้นหาความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกจากกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษา และทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม ATLAS.ti เพื่อค้นหาจุดร่วมอันโดดเด่น

## 2. การสร้างฝัน (Dream)

เมื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ปัจจัยต่าง ๆ อันก่อให้เกิดจุดร่วมและเป็นปัจจัยที่โดดเด่น ทำการรวบรวมประสบการณ์ความประทับใจดังกล่าวไปสู่การสร้างฝันที่ผู้ศึกษาในครั้งนี้ตั้งใจเพิ่มยอดขายให้แก่ธุรกิจเพื่อเตรียมทำการออกแบบแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ของหจก.บิกิต้อย 2018

## 3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบเป็นการนำข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมมาวิเคราะห์จากกระบวนการที่ 2 ร่วมกับแนวคิดทางการตลาดแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำการออกแบบแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์โดยประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์นี้ศึกษาร้าน หจก.บิกิต้อย 2018

## 4. การปฏิบัติ (Destiny)

การนำแนวทางจากกระบวนการที่ 3 ไปสู่การลงมือปฏิบัติจริงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้เพื่อทำการติดตามและประเมินผลและตรวจสอบว่าสิ่งที่ตั้งเป้าหมายไว้นั้นสามารถเป็นไปได้หรือไม่ สาเหตุใดที่ทำให้เป้าหมายไม่เป็นไปตามที่วางไว้ โดยการจัดทำโครงการและวัดผลจากจำนวนลูกค้าที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์และยอดขายที่เพิ่มขึ้น

จากวิธีดำเนินงานศึกษาตามกระบวนการสุนทรียศาสตร์ ทำให้ผู้ศึกษาทราบจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 30 คนได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหน้าร้านจำนวน 15 ราย และลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 15 ราย โดยการตั้งคำถามเชิงบวกและทุกคนมีอิสระในการตอบคำถาม ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลซออาร์ (SOAR Analysis) และการสังเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยหลัก 6W1H ทำให้ได้ผลการศึกษาในการค้นหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับร้าน หจก. บิกิต้อย 2018

## ผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียกับหจก. บิกิต้อย 2018 โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหน้าร้านจำนวน 15 ราย และลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 15 ราย

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่เป็นประเด็นและมีสาระสำคัญมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม Atlas.ti9 เพื่อค้นหาความถี่ของปัจจัยที่มีลักษณะตรงกันหรือมีสิ่งใดที่สามารถขยายผลไปใช้ในการออกแบบโครงการอันเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ของร้าน หจก.บิกิต้อย 2018 ผ่านประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ ซึ่งผู้ศึกษาได้วิเคราะห์และอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

### 1. ผลการศึกษาจตุรรม และจุดเด่นที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีเลิศ (Best Practice) ในการขายผลิตภัณฑ์และบริการของ หจก.บิกิต้อย 2018

#### การค้นหา (Discovery)

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ด้วยกระบวนการสุนทรียศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 : ลูกค้าที่ซื้อของหน้าร้าน จำนวน 15 คน สามารถแจกแจงความคิดเห็นและสรุปจตุรรม จุดเด่น ได้ดังต่อไปนี้

คำถาม “ก่อนมาใช้บริการคิดว่าร้านจะต้องเป็นยังไงในมุมมองลูกค้า” สรุปปัจจัยที่เป็นจตุรรม ได้แก่ สินค้าหลากหลาย ร้านมีขนาดใหญ่ ความรวดเร็วของการขนส่ง ความน่าเชื่อถือ สินค้าคุณภาพดี และระยะทางใกล้ เดินทางสะดวก และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ สามารถใช้สิทธิของโครงการรัฐได้

คำถาม “ประสบการณ์การซื้อของที่ร้าน บิกิต้อย ครั้งที่ประทับใจที่สุด” สรุปปัจจัยที่เป็นจตุรรม ได้แก่ การบริการของพนักงาน (การแนะนำสินค้า การตอบคำถามไปรษณีย์) สินค้าราคาถูก สินค้าหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ การขนส่งสินค้าที่รวดเร็ว บริการขนส่งสำหรับบริการลูกค้า ความสะดวกในการซื้อ และการเก็บรักษาสินค้าให้เหมาะสม และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ อัปเดตสินค้าใหม่ๆเสมอ คุณภาพของสินค้า ร้านเข้าร่วมทุกโครงการของรัฐ และความน่าเชื่อถือ

คำถาม “เวลาที่มาใช้บริการที่ร้าน” สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมได้แก่ ช่วงเวลา 14.01-17.00 น. และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ ช่วงเวลา 08.00-11.00 น. ช่วงเวลา 11.01-14.00 น. และช่วงเวลา 17.01-20.00 น.

คำถาม “ข้อเสนอแนะคำแนะนำหรือข้อปรับปรุงของร้าน” สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมได้แก่ อัปเดตข้อมูล สินค้าใหม่ๆ โปรโมชันในช่องทางออนไลน์มากขึ้น อัปเดตและนำสินค้าใหม่ๆ มาจัดจำหน่ายมากขึ้น ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ (แคชเชียร์) การบริการ การตอบคำถามของพนักงานอยากให้ดีขึ้น และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ การจัดเรียงสินค้าภายในร้านให้หาง่าย การติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน ระบบการจัดการของหน้าร้าน มีเทรคาคินค้าราคาส่งที่หลากหลาย ขยายเวลาเปิดปิดของร้าน เพิ่มระบบสั่งสินค้าอัตโนมัติผ่านระบบไม่ต้องสั่งผ่านแอดมิน

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 : ลูกค้าที่ซื้อของออนไลน์ จำนวน 15 คน สามารถแจกแจงความคิดเห็นและสรุปจุดร่วม จุดเด่น ได้ดังต่อไปนี้

คำถาม “ลูกค้าซื้อสินค้าของร้านผ่านทางออนไลน์ช่องทางไหน” สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วมได้แก่ ช่องทางออนไลน์ Facebook และกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีการแชร์ผ่าน Facebook ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ Line Account Official

## 2. ผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายช่องทางการขายออนไลน์ การสร้างฝัน (Dream)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กต้อย 2018 มีพันธกิจ คือ เป็นร้านค้าปลีก-ส่ง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และผลิตภัณฑ์ใช้งานภายในครัวเรือนที่มีชื่อเสียง และจากพันธกิจนี้ผู้ศึกษาสามารถสร้างฝันให้เป็นวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจต่อไปดังนี้ เป็นผู้นำร้านค้าปลีก-ส่ง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ใช้งานภายในครัวเรือนของกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการแนะนำและบอกต่อของลูกค้าเดิมและเป็นที่รู้จักของสังคมออนไลน์

### การออกแบบ (Design)

การพัฒนาวิสัยทัศน์ให้นำไปสู่การปฏิบัติจริงได้นั้น ผู้ศึกษาได้มีการวิเคราะห์ซออาร์ (SOAR Analysis) ดังนี้

Strengths (จุดแข็ง) ได้แก่ 1) ท่าเลที่ตั้งใกล้กลุ่มเป้าหมาย เป็นสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายเข้ามาเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกและมีการคมนาคมที่ดี 2) สินค้าหลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม และ 3) ราคาสมเหตุสมผล ระดับราคาที่ทางร้านตั้งไว้เหมาะสมและสอดคล้องกับความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม

Opportunities (โอกาส) ได้แก่ 1) กระแสนิยมในสังคมออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมีค่านิยมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อหรือซื้อสินค้าบริการผ่านทางโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น และ 2) นโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาล ด้วยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่รัฐบาลมีการส่งเสริมให้เกิดค่าใช้จ่ายในภาคครัวเรือนมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นร้านค้าทั่วไปและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

Aspirations (สิ่งที่อยากจะเป็น) ได้แก่ 1) เป็นผู้นำค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่ท้องถิ่น เมื่อกลุ่มเป้าหมายนึกถึงร้านค้าปลีกและค้าส่งจะต้องนึกถึงร้าน หจก.บิกตัด้อย 2018 เป็นอันดับแรก และ 2) เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ คือ การที่กลุ่มเป้าหมายได้ทำการซื้อสินค้าและบริการจากทางร้าน กลุ่มลูกค้าเหล่านั้นจะกลับมาซื้อใหม่อย่างต่อเนื่อง และรักษาความจงรักภักดีของกลุ่มเป้าหมายไว้

Results (ผลลัพธ์) ได้แก่ 1) มีการติดตามจากสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น 20 คนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 จากเดิมแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อธุรกิจมากยิ่งขึ้น และ 2) ยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับช่วงเดือนที่ผ่านมา ก่อนเริ่มดำเนินโครงการ

โดยผู้ศึกษาได้นำข้อมูลการวิเคราะห์ซออาร์ (SOAR Analysis) เข้ามามีส่วนช่วยในการออกแบบโครงการเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ต้องการโดยการกำหนดโครงการในการดำเนินการไว้ 2 โครงการโดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ โครงการระยะสั้นที่สามารถเกิดขึ้นในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน และ โครงการระยะยาวที่สามารถปฏิบัติได้ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี ดังนี้

## โครงการระยะสั้น

### โครงการที่ 1

**ชื่อโครงการ :** กด Like & Share รับโชค 2 ต่อ

**ที่มาของโครงการ:** จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ค้นพบจุดร่วมสำคัญ คือ ความสนใจในเรื่องช่องทางออนไลน์ Facebook และกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีการแชร์ผ่าน Facebook และการให้อัปเดตข้อมูล สินค้าใหม่ ๆ และโปรโมชั่นในช่องทางออนไลน์มากขึ้น นอกจากนั้นทำให้กลุ่มตัวอย่างได้เกิดยอดขายซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการดำเนินการให้เกิดการกดไลค์ พุดคุย หรือสอบถามผ่านทาง Facebook มากยิ่งขึ้น โดยกำหนดให้เกิดการอัปเดตตลอดทุกวันเพื่อให้มีการเคลื่อนไหวของเพจ

**วัตถุประสงค์ของโครงการ:** เพื่อเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากทางร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และกระตุ้นให้เกิดการซื้อให้มากกว่า 300 บาทในหนึ่งรอบใบเสร็จและให้กลับมาซื้อซ้ำที่ร้านเดิมเพื่อสะสมยอดซื้อเพื่อรับส่วนลดต่อเนื่องจากการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์

#### การดำเนินโครงการ:

1) จัดเตรียมรูปแบบสินค้าและบริการพร้อมข้อความรายละเอียดของโปรโมชั่นผ่าน Facebook และ LINE OA ของทางร้านจากการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์

2) ออกแบบเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ที่ใช้กระตุ้นความต้องการในการซื้อสินค้าผ่าน Facebook และ LINE OA ดังต่อไปนี้

ต่อที่ 1 รับส่วนลดทันที 5 % เมื่อซื้อครบ 300 บาท (ต่อใบเสร็จ) และสมัครสมาชิกฟรี จากการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์

ต่อที่ 2 สะสมยอดซื้อหลังหักส่วนลดครบ 1,000 บาท รับส่วนลด 50 บาทในรอบใบเสร็จถัดไปจากการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์

3) ติดตามผลการดำเนินการโครงการกด Like & Share รับโชค 2 ต่อ  
**ระยะเวลาดำเนินการ:** กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2565

**งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการ:** ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ 10,000 บาท

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ:** มีการเกิดไลค์หรือกดแชร์เพิ่มขึ้นเดือนละ 50 คน และลูกค้าประทับใจกับโปรโมชั่นและส่วนลดที่ได้รับจากทางร้านและกลับมาซื้อซ้ำผ่านช่องทางออนไลน์

**การวัดผลโครงการ:** ทำการประเมินการตอบสนองของลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่าน Facebook Fan Page ของทางร้านมียอดขายเติบโตเดือนละ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขายรวม และมียอดกดไลค์เพิ่มขึ้น 100 คน

### โครงการที่ 2

**ชื่อโครงการ :** บิกต้อยดีกดีดก

**ที่มาของโครงการ:** จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ช่องทางของ Facebook สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้สนใจ และต้องการนำเสนอตัวตนหรือแชร์คอนเทนต์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมหรือการรู้จักร้านค้าเป็นอย่างดี ดังนั้น ในการแสดงถึงการมีส่วนร่วมหรือแฟนพันธุ์แท้ของร้านนี้จึงได้ใช้ดีกดีดกเข้ามามีส่วนร่วมในการแชร์คอนเทนต์ผ่าน Facebook Fan Page โดยใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์โดยใช้การทำตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอ (Video Marketing) การทำการตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอเข้ามาใช้ คล้ายกับการรีวิวผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางวิดีโอ

**วัตถุประสงค์ของโครงการ:** เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารและสินค้าจากทางร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และกระตุ้นให้เกิดกระแสในสังคมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดีกดีดกเพื่อใช้ทำการตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอ (Video Marketing) ให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ

**การดำเนินโครงการ:**

- 1) จัดเตรียมเนื้อหาในการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นตัวอย่างหรือแนวทางโดยใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์โดยใช้การทำตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอ (Video Marketing) การทำการตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอเข้ามาใช้
- 2) สร้างแฮชแท็กชาเลนจ์ของอีเวนท์ที่เกี่ยวกับการซื้อของจากร้าน คือ #บิกต้อย2018

3) ทำคอนเทนต์ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ รวมทั้งโปรโมชั่นของร้านบิกิต้อย 2018

4) ทำคอนเทนต์แบบ How-to ของสินค้าภายในร้านบิกิต้อย 2018 เช่น ในช่วงโครงการคนละครึ่งตามนโยบายของรัฐ ได้มีการทำวิดีโอเกี่ยวกับการซื้อของในงบ 300 เป็นต้น

5) ประเมินความเคลื่อนไหวและความคืบหน้าของโครงการ

**ระยะเวลาดำเนินการ:** มีนาคม - เมษายน

**งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการ:** ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ 10,000 บาท

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ:** ลูกค้ามีส่วนร่วมในการสร้างคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้าจากทางร้านโดยการรีวิวผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางกรเล้าผ่านวิดีโอ ลงใน Facebook Fan Page และสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากทางร้านเพิ่มขึ้น 20 คนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10

**การวัดผลโครงการ:** จำนวนผู้ติดตามและมีส่วนร่วมกับทางร้านผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น 20 คนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10

### โครงการระยะยาว

#### โครงการที่ 1

**ชื่อโครงการ :** บิกิต้อยแค่ปากซอย

**ที่มาของโครงการ:** จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีความต้องการซื้อสินค้าจากทางร้านรูปแบบออนไลน์และให้เกิดการจัดส่งถึงบ้านโดยใช้กลยุทธ์ในการทำคอนเทนต์ (Content strategy) การตลาดที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างดีเยี่ยม โดยจะถ่ายทอดเรื่องราวและข้อความต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปถึงผู้บริโภคอย่างจริงใจ ซึ่งก็เข้ากับยุคนี้ที่บุคลากรนิยมรับข่าวสารผ่านการอ่านเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เป็นที่สุดแต่อย่างไรก็ตามการสร้างเนื้อหาเพื่อนำเสนอเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกลยุทธ์ในการทำเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ (Content strategy) นั้น ก็ต้องเน้นการสร้างเนื้อหาที่บริษัทสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างเข้าใจ

**วัตถุประสงค์ของโครงการ:** เพื่อกระตุ้นยอดขายในระยะยาว

**การดำเนินโครงการ:**

1) ช่องทางการประชาสัมพันธ์หรือสั่งซื้อสินค้า ลูกค้าสามารถรับข่าวสารจาก Facebook fan page ของร้าน รวมทั้ง กลุ่มซื้อขายสินค้าท้องถิ่น “นางขายนางไร่” ที่มีสมาชิก 12,000 คน และสั่งซื้อสินค้าผ่านข้อความ หรือ Line OA และ Line Open Chat สำหรับลูกค้าร้านค้าที่ต้องการสินค้าราคาส่ง โดยจะมีการอัปเดตสินค้าและราคาสินค้าในทุกๆวัน

2) ก่อนส่งสินค้าไปยังลูกค้า ทำการตรวจสอบให้ถูกต้องตามใบสั่งซื้อของลูกค้า ตรวจสอบสินค้า รหัสสินค้า รุ่น สี ปริมาณ และจำนวนว่ามีเท่าไร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาด

3) เก็บข้อมูลหรือบันทึกข้อมูลการจัดส่งของลูกค้าไว้ เช่น ชื่อผู้รับสินค้า เบอร์โทร และชื่อพนักงานส่งของ พร้อมเบอร์โทร ช่วยติดตามผลหรือสถานการณ์จัดส่งสินค้า อีกทั้งยังทำให้ลูกค้าทราบสถานะการจัดส่งด้วย

4) ช่องทางการชำระเงิน หากลูกค้าไม่สะดวกชำระก่อน ทางร้านมีบริการเก็บเงินปลายทาง หรือโอนจ่ายเมื่อได้รับสินค้า

**ระยะเวลาดำเนินการ:** มกราคม - ธันวาคม 2565

**งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการ:** 50,000 บาท

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ:** ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าให้จัดส่งถึงที่บ้านเพิ่มขึ้น 30-50 ราย ลูกค้าประทับใจกับการเลือกซื้อสินค้าโดยไม่ต้องออกจากบ้าน รวมทั้งยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

**การวัดผลโครงการ:** อยู่ระหว่างการดำเนินการ

**โครงการที่ 2**

**ชื่อโครงการ :** Capture ! รีวิวบีบ รับส่วนลด

**ที่มาของโครงการ:** จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีการแสดงออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงนำรีวิวที่เกิดขึ้นมาทำการนำเสนอผ่าน Facebook หรือ LINE OA หรือ เว็บไซต์ในอนาคด โดยใช้การตลาดในเชิงอิทธิพล (Influencer marketing) การตลาดออนไลน์ในเชิงอิทธิพล ยังคงสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด และทำให้ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ของตนเป็นที่น่าสนใจมากขึ้นได้ แต่ทั้งนี้จะต้องมีการ

นำการตลาดด้านอื่นๆ มาเสริมด้วย โดยเฉพาะการคิดไอเดียที่มีความแปลกใหม่และไม่ซ้ำใคร จะช่วยเสริมให้แบรนด์ผลิตภัณฑ์และธุรกิจมีการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น

**วัตถุประสงค์ของโครงการ:** เพื่อกระตุ้นยอดขายในระยะยาว

**การดำเนินโครงการ:**

- 1) จัดเตรียมการทำเนื้อหารายละเอียดรวมทั้งสินค้าที่เข้าร่วมแคมเปญเพื่อจัดทำลงเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของกิจการ
- 2) ให้ลูกค้าแจ้งชื่อและเบอร์โทรของลูกค้าที่สามารถติดต่อได้
- 3) ให้ลูกค้าถ่ายรูปปริ๊นกับสินค้าโดยจะต้องเห็นสินค้าชัดเจนและโดดเด่น
- 4) สร้างแฮชแท็กโซเชียลของแคมเปญโดย ให้ลูกค้าติด #capture รีวิวรับส่วนลด เพื่อให้ทางร้านสามารถตรวจสอบได้และนำมาเป็นหลักฐานเพื่อมารับส่วนลด
- 5) ให้ส่วนลดที่สามารถใช้ได้กับสินค้าทุกรายการในร้าน โดยวัดจากจำนวนยอดไลค์ เช่น 100 ไลค์ได้ส่วนลด 10% (ยกเว้นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)

**ระยะเวลาดำเนินการ:** มกราคม - ธันวาคม 2565

**งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการ:** 48,000 บาท

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ:** ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 มีการรีวิวเพิ่มขึ้นจากจำนวน แฮชแท็ก (Hashtag) # 100 ราย ลูกค้าประทับใจที่ทางบริษัทเห็นความสำคัญและให้เป็นส่วนหนึ่งของการรีวิว เป็นลูกค้าประจำและกลับมาซื้อซ้ำอีก

**การวัดผลโครงการ:** อยู่ระหว่างการดำเนินการ

**การลงมือทำ (Destiny)**

จากการออกแบบและจัดทำแผนโครงการเพื่อทำการเพิ่มยอดขายของกิจการ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามแผนที่ได้จัดวางไว้รวมทั้งประเมินยอดขายที่ได้หลังจากทำโครงการแล้วเสร็จซึ่งเป็นโครงการระยะสั้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงการที่ 1 กด Like & Share รับโชค 2 ต่อ โดยต่อที่ 1 รับส่วนลดทันที 5% เมื่อซื้อครบ 300 บาท (ต่อใบเสร็จ) และสมัครสมาชิกฟรี ต่อที่ 2 สะสมยอดซื้อหลังหักส่วนลดครบ 1,000 บาท รับส่วนลด 50 บาทในรอบใบเสร็จถัดไป Facebook Fan Page ของทางร้านมียอดขายเติบโตเดือนละ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขายรวม โดยมียอดกดไลค์เพิ่มขึ้นจำนวน 100 คน

โครงการที่ 2 บิกิต้อยดีกดีกและต้องการนำเสนอตัวตนหรือแชร์คอนเทนต์เกี่ยวกับกรรมมีส่วนร่วมหรือการรู้จักร้านค้าเป็นอย่างดีในการแสดงถึงการมีส่วนร่วมหรือแฟนพันธุ์แท้ของร้านนี้จึงได้ใช้ดีกดีกเข้ามามีส่วนร่วมในการแชร์คอนเทนต์ผ่าน Facebook Fan Page พบว่า การมีส่วนร่วมกับแฟนเพจเพิ่มขึ้น 20 คนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10

### 3. ผลการตรวจสอบสามเส้า

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหน้าร้านจำนวน 15 ราย และ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 15 ราย และได้แสดงถึงปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ซึ่งเกิดจากปัจจัยที่เป็นจุดร่วมที่เกิดความถี่มากที่สุด 5 อันดับแรกเกี่ยวข้องกับ สินค้าหลากหลาย สินค้าราคาถูก คิดว่าร้านมีขนาดใหญ่ ความรวดเร็วของขนส่ง และ Facebook หรือสื่อทางสังคมออนไลน์ และเป็นจุดเด่นที่เกิดจากจุดร่วมของร้านด้วยกัน และได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

## สรุปผลการศึกษา

### 1. สรุปผลการศึกษาการค้นหาประสบการณ์เชิงบวก ความประทับใจต่อร้านหจก. บิกิต้อย 2018

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียกับหจก.บิกิต้อย 2018 โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหน้าร้านจำนวน 15 ราย และ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 15 ราย

คำถามชุดที่ 1 สำหรับการสอบถามลูกค้าที่ซื้อของหน้าร้าน จำนวน 15 คน

คำถามที่ 1 ประสบการณ์ที่ประทับใจที่สุดที่ได้ซื้อหรือใช้บริการผ่านหน้าร้าน หจก.บิกิต้อย 2018 จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ การบริการของพนักงาน (การแนะนำสินค้า การตอบคำถาม โปรโมชัน) สินค้าราคาถูก สินค้าหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ การขนส่งสินค้าที่รวดเร็ว บริการขนส่งสำหรับบริการลูกค้า ความสะดวกในการซื้อ และการเก็บรักษาสินค้าให้เหมาะสม และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ อัปเดตสินค้าใหม่ๆ เสมอคุณภาพของสินค้า ร้านเข้าร่วมทุกโครงการของรัฐ และความน่าเชื่อถือ

คำถามที่ 2 ก่อนใช้บริการที่ร้านหจก.บิ๊กต้อย 2018 คิดว่าร้านเป็นอย่างไร จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ สินค้าหลากหลาย สินค้าราคาถูก ร้านมีขนาดใหญ่ ความรวดเร็วของขนส่ง ความน่าเชื่อถือ สินค้าคุณภาพดี และระยะทางใกล้ เดินทางสะดวก และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ สามารถใช้สิทธิของโครงการรัฐได้

คำถามที่ 3 โดยปกติแล้วท่านมาใช้บริการที่ร้านเวลาใดและ กี่ครั้งต่อสัปดาห์ จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ ช่วงเวลา 14.01 - 17.00 น. และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ ช่วงเวลา 08.00 - 11.00 น. ช่วงเวลา 11.01 - 14.00 น. และช่วงเวลา 17.01 - 20.00 น.

คำถามที่ 4 ส่วนมากถ้ามาใช้บริการที่ร้านจะซื้อสินค้าประเภทใด หากมีโปรโมชั่นสินค้าจะเลือกซื้อใหม่ถ้าสินค้านั้นอยู่นอกเหนือรายการสินค้าที่ท่านต้องการซื้อ จากผลการสัมภาษณ์สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เจลล้างมือและหน้ากากอนามัย และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ โดยมีหรือไม่มีโปรโมชั่นก็จะซื้อ

คำถามที่ 5 ถ้าต้องการให้ท่านเสนอแนะการขายสินค้าหน้าร้านหจก.บิ๊กต้อย 2018 ท่านจะเสนอแนะอะไรบ้าง จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ อัปเดตข้อมูล สินค้าใหม่ๆ และโปรโมชั่นในช่องทางออนไลน์มากขึ้น อัปเดตและนำสินค้าใหม่ๆ มาจัดจำหน่ายมากขึ้น ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ (แคชเชียร์) และการบริการ การตอบคำถามของพนักงานอยากให้ดีขึ้น และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ การจัดเรียงสินค้าภายในร้านให้หาง่าย การติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน ระบบการจัดการของหน้าร้าน มีเรทราคาสินค้าราคาส่งที่หลากหลาย ขยายเวลาเปิดปิดของร้าน และเพิ่มระบบส่งสินค้าอัตโนมัติผ่านระบบ ไม่ต้องสั่งผ่านแอดมิน

คำถามชุดที่ 2 สำหรับการสอบถามลูกค้าที่ซื้อของแบบออนไลน์จำนวน 15 คน

คำถามที่ 1 อยากให้ท่านช่วยนึกถึงการซื้อสินค้าแบบออนไลน์ครั้ง ที่สร้างความประทับใจที่สุดนั้นประทับใจเกี่ยวกับเรื่องอะไร อย่างไร จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ แอดมินบริการให้คำแนะนำ

ที่ดี บอกรายละเอียดครบ ราคาถูก และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ แอดมินตอบ  
ไว ปิดการขายเร็ว จัดส่งสินค้ารวดเร็ว

คำถามที่ 2 ก่อนใช้บริการซื้อสินค้าแบบออนไลน์ ท่านมีความคาดหวัง  
อย่างไรบ้าง จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่  
สินค้าคุณภาพดี ไม่เสียหาย ขนส่งรวดเร็ว และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่  
ราคาไม่แพง ตรงตามความต้องการ

คำถามที่ 3 อยากให้ท่านช่วยนึกถึงสื่อสังคมออนไลน์ หรือแอปพลิเคชัน  
ที่ท่านซื้อของออนไลน์ว่าท่านซื้อผ่านแอปพลิเคชันใด จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น  
สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ Facebook และปัจจัยที่  
เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ กิจกรรมอื่น ๆ ที่มีการแชร์ผ่าน Facebook

คำถามที่ 4 การที่ท่านเห็นผู้อื่น เช่น คนในครอบครัว เพื่อน หรือบุคคล  
ที่ท่านเห็นผ่านในอินเทอร์เน็ต หรือยูทูปเบอร์ หรือการรีวิวสินค้าที่แนะนำการซื้อ  
ของออนไลน์แล้วท่านอยากซื้อหรือทำตามหรือไม่ ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม จากผลการ  
สัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ รู้จักร้านจากคำแนะนำ  
ของเพื่อน ซื้อสินค้าผ่านทางหน้าร้านและออนไลน์ ผ่านทาง Facebook Page และ  
ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ ตัดสินใจซื้อจากการบริการของพนักงาน ความสะดวก  
ในการเดินทาง ราคาและปริมาณความหลากหลายของสินค้า

คำถามที่ 5 โปรโมชั่นที่เกิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชัน  
ที่ท่านซื้อของออนไลน์ทำให้ท่านอยากซื้อของมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร จากผลการ  
สัมภาษณ์ข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ ประทับใจที่ร้านเสนอ  
โปรโมชั่นที่ดีให้เมื่อต้องการซื้อหน้ากากอนามัย และมีของแถมให้ ซื้อผ่านทาง  
ช่องทางออนไลน์ Facebook Page และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น ได้แก่ ตัดสินใจ  
ซื้อเพราะโปรโมชั่นและความคุ้มค่าราคา

คำถามที่ 6 อยากให้ท่านช่วยเสนอแนะว่าร้านออนไลน์ในฝันในแบบ  
ของหจก.บิกตัด้อย 2018 ควรจะเป็นอย่างไร จากผลการสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถ  
สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ อัปเดตข้อมูล สินค้าใหม่ๆ และโปรโมชั่นในช่องทาง  
ออนไลน์มากขึ้น อัปเดตและนำสินค้าใหม่ๆ มาจัดจำหน่ายมากขึ้น ความเพียงพอ  
ของพนักงานแอดมินและระบบการตรวจสอบการชำระเงิน และปัจจัยที่เป็น

จุดโดดเด่น ได้แก่ การบริการตอบคำถามของพนักงานอยากให้ดีขึ้นในรูปแบบของออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

## 2. สรุปผลแนวทางการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการขายออนไลน์

### 2.1 กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจของกิจการ

โดยห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กต้อย 2018 มีพันธกิจ คือ เป็นร้านค้าปลีก-ส่ง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และผลิตภัณฑ์ใช้งานภายในครัวเรือนที่มีชื่อเสียง และจากพันธกิจนี้ผู้ศึกษาสามารถสร้างฝันให้เป็นวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจต่อไปดังนี้ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กต้อย 2018 เป็นผู้นำร้านค้าปลีก-ส่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และผลิตภัณฑ์ใช้งานภายในครัวเรือนของกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กต้อย 2018 มีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการแนะนำและบอกต่อของลูกค้าเดิมและเป็นที่รู้จักของสังคมออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์เข้ามีส่วนช่วยในการผลักดัน

### 2.2 ออกแบบโครงการระยะสั้นและระยะยาวเพื่อรองรับการเติบโตของการเพิ่มยอดขายผ่าน

ช่องทางการขายออนไลน์ โดยโครงการระยะสั้นประกอบไปด้วย

1. กด Like & Share รับโชค 2 ต่อ เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากทางร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และกระตุ้นให้เกิดการซื้อให้มากกว่า 100 บาท ในหนึ่งรอบใบเสร็จและให้กลับมาซื้อซ้ำที่ร้านเดิมเพื่อสะสมยอดซื้อเพื่อรับส่วนลดต่อเนื่องจากการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ และ 2. บิ๊กต้อย ตึกตอก เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าวสารและสินค้าจากทางร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และกระตุ้นให้เกิดกระแสในสังคมออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มตึกตอกโดยใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์โดยใช้การทำการตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอ (Video Marketing) การทำการตลาดในรูปแบบที่มีการนำเอาวิดีโอเข้ามาใช้ คล้ายกับการรีวิวผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางกรเล้าผ่านวิดีโอ

ในขณะที่โครงการระยะยาวประกอบไปด้วย 1. บิ๊กต้อย แคปซอล โดยใช้กลยุทธ์ในการทำคอนเทนต์ (Content strategy) การตลาดที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างดีเยี่ยม โดยจะถ่ายทอดเรื่องราวและข้อความต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปถึงผู้บริโภคอย่างจริงจัง ซึ่งก็เข้ากับยุคนี้ที่

บุคลากรนิยมรับข่าวสารผ่านทางออนไลน์ เนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เป็นที่สุด แต่อย่างไรก็ตามการสร้างเนื้อหาเพื่อนำเสนอเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกลยุทธ์ในการทำเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ (Content strategy) นั้น ก็ต้องเน้นการสร้างเนื้อหาที่บริษัทสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างเข้าใจ และ 2. Capture! รีวิว บัป รับส่วนลด เพื่อกระตุ้นยอดขายในระยะยาว โดยใช้การตลาดในเชิงอิทธิพล (Influencer marketing) การตลาดออนไลน์ในเชิงอิทธิพล ยังคงสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด และทำให้ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ของตนเป็นที่น่าสนใจมากขึ้นได้ แต่ทั้งนี้จะต้องมีการนำการตลาดด้านอื่น ๆ มาเสริมด้วย โดยเฉพาะการคิดไอเดียที่มีความแปลกใหม่และไม่ซ้ำใคร จะช่วยเสริมให้แบรนด์ผลิตภัณฑ์และธุรกิจมีการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น

### 3. สรุปผลการศึกษานำแนวทางดังกล่าวไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย

ห้างหุ้นส่วนจำกัด บิกต้อย 2018 ได้ใช้ โครงการที่ 1 กด Like & Share รับโชค 2 ต่อ โดยต่อที่ 1 รับส่วนลดทันที 5 % เมื่อซื้อครบ 300 บาท (ต่อใบเสร็จ) และสมัครสมาชิกฟรี ต่อที่ 2 สะสมยอดซื้อหลังหักส่วนลดครบ 1,000 บาท รับส่วนลด 50 บาทในรอบใบเสร็จถัดไป Facebook Fan Page ของทางร้านมียอดขายเติบโตเดือนละ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของยอดขายรวม โดยมียอดกดไลค์เพิ่มขึ้นจำนวน 100 คน และโครงการที่ 2 บิกต้อยดีกดีกและต้องการนำเสนอตัวตนหรือแชร์คอนเทนต์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมหรือการรู้จักร้านค้าเป็นอย่างดีในการแสดงถึงการมีส่วนร่วมหรือแฟนพันธุ์แท้ของร้านนี้จึงได้ใช้ดีกดีกเข้ามามีส่วนร่วมในการแชร์คอนเทนต์ผ่าน Facebook Fan Page พบว่า การมีส่วนร่วมกับแฟนเพจเพิ่มขึ้น 20 คนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ในขณะที่โครงการระยะยาวอยู่ในระหว่างการดำเนินการและมีแนวโน้มในการเติบโตในทิศทางที่ดี

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าจากการค้นหาประสบการณ์เชิงบวกที่เกิดจากประสบการณ์ที่ประทับใจที่สุดที่ได้ซื้อหรือใช้บริการผ่านหน้าร้านหจก.บิกต้อย 2018 พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่การบริการของพนักงาน (การแนะนำสินค้า

การตอบคำถามโปรโมชัน) สินค้าราคาถูก สินค้าหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ การขนส่งสินค้าที่รวดเร็ว บริการขนส่งสำหรับบริการลูกค้า ความสะดวกในการซื้อ และการเก็บรักษาสินค้าให้เหมาะสม สอดคล้องกับ สุทธิพร ไกรการ และอัจฉริยะ อูปการกุล (2565) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ สำหรับกลุ่มลูกค้า เจนเนอร์ชัน เอ็กซ์ (Generation X) กรณีศึกษา ร้านค้าออนไลน์ Rainy Store พบว่ามีปัจจัยจุดรวมมากที่สุดคือ การให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและร้านมีความน่าเชื่อถือ มีของแถมและราคาเหมาะสม อีกทั้งยังมีโปรโมชันที่ดีที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เกิดความรู้สึกประทับใจ และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ การจัดเรียงสินค้าภายในร้านให้หาง่าย การติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ เอกวิษณุ โมฆรัตน์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มยอดขายซึ่งเป็นกรณีศึกษาโรงผลิตน้ำกรดและน้ำกลั่นตราเต่าบินจากกลุ่มผู้มีส่วนร่วมจำนวน 30 ราย จากกลุ่มผู้บริโภคแบบชายปลีก กลุ่มลูกค้าซื้อแบบขายส่ง และผู้มีส่วนร่วม พบว่า ปัจจัยที่โดดเด่น ได้แก่ ปรับปรุงหน้าร้านให้มีความชัดเจนและจัดทำโปรโมชัน

จากการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดรวมได้แก่ แอดมินบริการให้คำแนะนำที่ดี บอกรายละเอียดครบ ราคาถูกและแอดมินตอบเร็ว ปิดการขายเร็ว และจัดส่งสินค้ารวดเร็ว สินค้าคุณภาพดี ไม่เสียหาย ขนส่งรวดเร็ว ราคาไม่แพง ตรงตามความต้องการ มีช่องทางออนไลน์ Facebook และกิจกรรมอื่นๆ ที่มีการแชร์ผ่าน Facebook มีความประทับใจที่ร้านเสนอโปรโมชันที่ดีให้ เมื่อต้องการซื้อหน้ากากอนามัย และมีของแถมให้ซื้อผ่านทางช่องทางออนไลน์ Facebook Page ตัดสินใจซื้อเพราะโปรโมชันและความคุ้มค่าคุ้มค่า และอัปเดตข้อมูล สินค้าใหม่ๆ และโปรโมชันในช่องทางออนไลน์มากขึ้น อัปเดตและนำสินค้าใหม่ๆ มาจัดจำหน่ายมากขึ้น ความเพียงพอของพนักงานแอดมินและระบบการตรวจสอบการชำระเงิน และการบริการตอบคำถามของพนักงานอยากให้ดีขึ้นในรูปแบบของออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับศศิกันต์ แท็งแอ (2561) ได้ทำการศึกษาการเพิ่มยอดขายโดยการสื่อสารผ่านสื่อสังคม

ออนไลน์ด้วยกระบวนการสุนทรียสาธก กรณีศึกษาว่าจุดร่วมที่ประกอบไปด้วยการมี การส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ การมีกิจกรรมต่าง ๆ การมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายในราคาที่เหมาะสม และอัมพร ดุงจำปา (2554) ได้ศึกษาการใช้สุนทรียสาธกเพื่อเพิ่มยอดขายร้านค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นกรณีศึกษา ร้านไอ้ล้นลำหูกแก้ว พบว่า แพคเกจสุดประหยัด ชื่อผลิตภัณฑ์หมวดนี้จัดส่งฟรี และ นัดชื้อนัดขาย และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เรื่องการมี Line Official Account ในการมีภาพและรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่สื่อสารให้แก่ลูกค้า อย่างชัดเจนพร้อมทั้งเป็นช่องทางในการนำเสนอโปรโมชั่น สอดคล้องกับการศึกษา ของ นิชาภา วงศ์สำแดง และอัจฉริยะ อุปการกุล (2564) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายธุรกิจร้านค้าออนไลน์โดยประยุกต์ใช้สุนทรียสาธกกรณีศึกษาของ ร้าน do you like\_shopping พบว่า การที่ร้านมีผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ตรงกับภาพถ่าย ความน่าเชื่อถือของร้าน การให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีและให้รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน การให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่รวดเร็วและการจัดทำโปรโมชั่นนั้น เป็นแนวทางในการที่สามารถเพิ่มยอดขาย

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ โดยประยุกต์ใช้ สุนทรียสาธกกรณีศึกษาร้าน หจก.บิกิต้อย 2018 โดยเพื่อศึกษาจุดร่วม และจุดเด่น ที่เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีเลิศ (Best Practice) ในการขายสินค้าและบริการของ หจก.บิกิต้อย 2018 และเพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการขาย ออนไลน์ จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียกับ หจก. บิกิต้อย 2018 โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหน้า ร้านจำนวน 15 ราย และ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 15 รายเพื่อค้นหาความถี่ ของปัจจัยที่มีลักษณะตรงกันหรือมีสิ่งใดที่สามารถขยายผลไปใช้ในการออกแบบ โครงการอันเป็นแนวทางการเพิ่มยอดขายออนไลน์ของร้าน หจก.บิกิต้อย 2018 ผ่านประยุกต์ใช้สุนทรียสาธก นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ศึกษาควรทำการศึกษาหลักการตั้งคำถามสัมภาษณ์เพื่อเพิ่มความ เชื่อถือและได้ข้อมูลที่ครบถ้วนจากผู้สัมภาษณ์

2. ผู้ศึกษาควรศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าแบบออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการออกแบบโปรแกรมและการสื่อสารทางการตลาดที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
3. ผู้ศึกษาควรทำการสัมภาษณ์ความพึงพอใจหลังจากที่ได้ดำเนินการโครงการทั้งระยะสั้นและระยะยาว หรือหลังจากการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการเพิ่มยอดขายว่ามีความพึงพอใจในประเด็นใดและต้องการปรับปรุงในประเด็นใดเพิ่มเติม
4. ผู้ศึกษาควรวางแผนอย่างรอบคอบในเรื่องระยะเวลาในการศึกษาและดำเนินโครงการเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ไปสู่การดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ธุรกิจควรคำนึงถึงการตอบสนองอย่างรวดเร็วให้แก่ลูกค้าผ่านการใช้เครื่องมือและสื่อทางการตลาดแบบดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอนาคต
6. ธุรกิจควรทำการเตรียมความพร้อมทั้งห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับความเร็ว อันเนื่องจากหากความต้องการของลูกค้าสูงแต่ไม่สามารถจัดส่งได้ตรงตามเวลา ไม่สามารถจัดการสินค้าคงคลังให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะทำให้เกิดค่าเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจได้
7. ธุรกิจควรทำการทบทวนวงจร 4 D's Cycle ของ AI อยู่สม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### เอกสารอ้างอิง

- นิชาภา วงศ์สำแดง และอัจฉริยะ อูปการกุล. (2564). แนวทางการเพิ่มยอดขายธุรกิจร้านค้าออนไลน์โดยประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์การศึกษา ร้าน doyoulike\_shopping. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษา การจัดการ มข., 14(2), 55-74.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). เปิดเทรนด์ “อีคอมเมิร์ซ” ปี'65. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.prachachat.net/ict/news-808086>
- ภิญโญ รัตนาพันธุ์. (2557). วิสัยทัศน์ส่วนบุคคล: ญุณแจสู่ความสำเร็จของ การพัฒนาคน. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาระดับบริหาร มข., 7(2), 7-12.

- ศศิกันต์ แซ็งแอ. (2561). การเพิ่มยอดขายโดยการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ด้วยกระบวนการสุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา **เครื่องสำอางแบรนด์พลอยชมพู**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). e-Commerce ไทย ยุคหลัง COVID-19. ค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on-Future-of-e-Commerce.aspx>
- สุธีพร ไกรการ และอัจฉริยะ อุปการกุล (2565). แนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ สำหรับกลุ่มลูกค้าเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X) กรณีศึกษา ร้านค้าออนไลน์ Rainy Store ด้วยวิธีสุนทรียศาสตร์. **วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 10(1), 155-163.
- อัมพร ดุงจำปา. (2554). การใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขายร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านไอ้ล้นลำหูกแก้ว. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เอกวิษณุ โฆษรัตน์. (2563). การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขาย กรณีศึกษาโรงผลิตน้ำกรดและน้ำกลั่นตราเต่าบิน. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น