

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากปัจจุบันสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ธุรกิจเครื่องเขียนต้องมีการปรับตัว โดยการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้เกิดความหลากหลายในการใช้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์กระดาษ ในอดีตใช้เขียน อัดสำเนา หรือถ่ายเอกสารได้เพียงอย่างเดียว ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กระดาษดังกล่าว สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งเขียน อัดสำเนา ถ่ายเอกสาร พิมพ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งการปรับตัวดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์หลายรายการมีราคาถูกลง นอกจากนี้ธุรกิจเครื่องเขียนยังมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ร้านค้าสมัยใหม่ที่จำหน่ายสินค้าหลากหลาย เช่น Makro Office และร้านจำหน่ายเครื่องเขียนเฉพาะ เช่น B2S (บีทูเอส) ในเครือเซ็นทรัล มาช่วยในการกระจายสินค้า และมีการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยติดต่อกับผู้บริโภค โดยตรงอีกด้วย นอกจากนี้แล้ว ธุรกิจได้เริ่มนำกลยุทธ์ส่งเสริมการขายเข้ามาช่วยในการทำการตลาด เช่น บริษัท แอ็ดวานซ์ เปเปอร์ จำกัด ผู้ผลิตกระดาษดับเบิล เอ ที่ใช้การส่งเสริมการขายกับทั้งคนกลางและผู้บริโภค โดยการส่งฉลากชิงรางวัล เป็นต้น (สุวิทย์ เตชะพรสุข, 2546 : สัมภาษณ์)

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มเปลี่ยนวิธีการซื้อสินค้าใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ซื้อองค์กรที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญ เนื่องจากผู้ซื้อองค์กรเป็นกลุ่มที่มีงบประมาณในการซื้อจำนวนมาก โดยในปี 2545 ผู้ซื้อที่เป็นองค์กรมีการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเขียน ณ ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนอิสระในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 1,300 ล้านบาท และผู้ซื้อองค์กรยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนที่ค่อนข้างสม่ำเสมอ (ปรัชญา ภัทรวิศิษฏ์สันต์, 2546 : สัมภาษณ์) ซึ่งปัจจุบันผู้ซื้อกลุ่มนี้เริ่มนำระบบออนไลน์มาช่วยในการจัดซื้อสินค้า เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองนโยบาย e-government ของรัฐบาล ดังนั้นร้านจำหน่ายเครื่องเขียนอิสระในจังหวัดเชียงใหม่จำเป็นต้องมีความตื่นตัวมากยิ่งขึ้น โดยศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการทำการตลาด เพื่อความพร้อม และความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ และที่สำคัญร้านจำหน่ายเครื่องเขียนอิสระควรจะมีการทบทวน ตรวจสอบระดับพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าปัจจุบันว่ามีความพึงพอใจต่อ

ผลิตภัณฑ์และบริการของร้านมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะทำให้ร้านได้ทราบถึงจุดอ่อน และจุดแข็งของตนเอง และก่อให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุงจุดอ่อน และจุดแข็งต่อไป เพื่อปกป้องส่วนครองตลาดของตนเอง เพราะเนื่องจากตลาดเครื่องเขียนในจังหวัดเชียงใหม่มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ กล่าวคือจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องเขียนอิสระที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ กล่าวคือในปี 2544 มีจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องเขียนอิสระทั้งสิ้น 78 แห่ง ปี 2545 มี 79 แห่ง และเดือนมิถุนายน 2546 มี 81 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2546 : ออนไลน์) ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การแข่งขันในตลาดเครื่องเขียนในจังหวัดเชียงใหม่รุนแรง และยากลำบากขึ้น

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นร้านจำหน่ายเครื่องเขียนอิสระแบบเดิมที่เป็นที่รู้จักดี และเก่าแก่คู่จังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 30 ปี โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของห้างฯ จะเป็นกลุ่มผู้ซื้อองค์กร ทั้งภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐ ซึ่งในปัจจุบันทางห้างฯ ก็ยังสามารถดำเนินกิจการ ได้อย่างมั่นคง ท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหาของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสามารถรักษาและปกป้องส่วนครองตลาดในส่วนของตัวเององค์การที่มีอยู่เดิมได้

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่

3. สามารถใช้ข้อมูลเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่ ในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ซื้อองค์การเป้าหมาย และสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อได้มากขึ้น

#### 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่

**ส่วนประสมการตลาด** หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

**ลูกค้า** หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อองค์การที่เป็นธุรกิจ สถาบันและหน่วยงานราชการของรัฐ