

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ท่ามกลางวิกฤตการณ์ทางการเมือง ภาวะเศรษฐกิจถดถอย และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ในสถานการณ์เช่นนี้ ย่อมทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นและเลือกใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น และสิ่งที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศคือ ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้นทุกวัน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าในทุกหมวดเพิ่มขึ้น คาดว่าธุรกิจด้านหนังสือและสิ่งพิมพ์จะได้รับผลกระทบดังกล่าวเช่นกัน อันเนื่องมาจากราคากระดาษและหมึกพิมพ์ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งพิมพ์จะมีต้นทุนสูงขึ้น

ตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ธุรกิจร้านหนังสือในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันสูงขึ้น เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่ามีตลาดความต้องการหนังสือขนาดใหญ่ เพราะมีนักเรียนและนักศึกษาจำนวนมาก สิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการเติบโตคือ จำนวนร้านหนังสือที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบัน มีร้านหนังสือที่เป็นแฟรนไชส์ (Franchise) ทายอดขึ้นมาเปิดในเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านดอกหญ้า ร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ร้าน B 2 S ร้าน Book Smile (ร้านหนังสือในเครือเซเว่น อีเลฟเว่น) ร้านนายอินทร์ แพร่พิทยา ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และร้านดวงกมล นอกจากนั้น ยังมีร้านหนังสือเช่าจำนวนมากกระจายไปตามท้องถิ่น และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น (พัลลภ สามสี, 2551: ออนไลน์) ซึ่งร้านหนังสือในจังหวัดเชียงใหม่ต่างก็มีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ เช่น ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้า การตกแต่งสถานที่ให้มีบรรยากาศที่ดี การเน้นคุณภาพของหนังสือที่นำมาจำหน่าย และมีจำนวนหนังสือที่หลากหลายประเภทให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ ร้านหนังสืออิสระต่างก็มีการรวมสินค้าอื่นเข้ามาเป็นไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์มากขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า

การดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับหนังสือ ซึ่งถือว่าเป็นชุมทรัพย์ ด้านความรู้ต่อบุคลากรของชาติ และต่อสังคมโดยรวม ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง แต่ในปัจจุบันยังมีเครื่องมือที่เป็นทางเลือกอีกจำนวนมาก ตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความก้าวหน้า แม้ว่าหนังสือจะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารก็ตาม เช่น การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต หรือแม้กระทั่งโทรทัศน์ วิทยุ จนอาจจะมองได้ว่าสื่อเหล่านี้จะเข้ามาแทนที่หนังสือ แต่ก็ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือที่ทดแทนกันได้ จึงปรากฏ

หนังสือออกสู่ท้องตลาดในรูปแบบใหม่ๆ หลากหลายประเภทอยู่ตลอดเวลา ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากค่านิยมและความเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกหาหนังสือตามที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบัน แต่จำนวนผู้ซื้อหนังสือไม่ได้มีปริมาณที่ลดลงตามไปด้วยแต่อย่างใด แต่กลับส่งผลให้เกิดการขายตัวของร้านหนังสือเพิ่มขึ้น

ร้านสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ เริ่มจากร้านค้าที่เป็นกิจการในครัวเรือน และเป็นร้านขายหนังสือเก่าแก่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2497 จากร้านหนังสือเล็กๆ ที่ใช้พื้นที่เพียง 10 ตารางเมตร ตั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และของเด็กเล่นจากกรุงเทพมหานครมาจำหน่าย ปัจจุบันร้านสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ ตั้งอยู่บนนครคอนไซย อำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยในปี 2540 ทางร้านได้ปรับรูปแบบร้านใหม่ ได้ขยายพื้นที่ให้บริการก่อสร้างอาคารเพิ่มพื้นที่ให้บริการเป็น 1,800 ตารางเมตร เพื่อตอบสนองแก่ผู้มาใช้บริการได้มากขึ้น และสินค้าที่ทางร้านจำหน่าย คือ เครื่องเขียน หนังสือ แบบเรียนต่างๆ วารสาร นิตยสาร หนังสือทั่วไป โดยมีการจัดหมวดหมู่ไว้ตามประเภทของหนังสือ เช่น หมวดอาหาร นวนิยาย ธรรมะ ส่วนหนังสือด้านวิชาการ ได้จัดหมวดหมู่ไว้เป็น จิตวิทยา บริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ ซึ่งในความรู้สึกรู้สึกของคนที่เมืองเชียงใหม่ ร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ ถือได้ว่าเป็นสถาบันแห่งหนึ่ง ที่มีความผูกพันกันมาเนิ่นนาน ถึงแม้ว่าจะมีร้านหนังสือต่างๆ ได้ทยอยขึ้นมาเปิดสาขาที่เชียงใหม่ แต่ก็ไม่ได้ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ลดน้อยลงแต่อย่างใด ร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ ได้สร้างรากฐานอย่างยาวนาน และถือได้ว่ามีความมั่นคงแข็งแรงในระดับหนึ่ง (ฝ่ายบุคคล ร้านหนังสือสุริวงษ์ บุ๊คเซ็นเตอร์, 2551: สัมภาษณ์)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าสภาพการแข่งขันในธุรกิจหนังสือมีการแข่งขันสูงขึ้น ถึงแม้ว่าร้านสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์จะมีการขยายพื้นที่การจัดวางหนังสือ จัดหนังสือ โดยแยกหมวดหมู่ตามเนื้อหาที่ชัดเจน คั่นหาง่าย อาคารสถานที่สวยงาม สะอาด รวมถึงการจัดเตรียมพื้นที่จอดรถที่กว้างขวาง เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อลูกค้าโดยตรงแล้วก็ตาม แต่ยังคงมีความจำเป็นต้องเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาด ที่คาดว่าจะนำมาใช้ในการเพิ่มจำนวนลูกค้าและยอดขาย เพื่อให้ธุรกิจดังกล่าวนี้ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับมาเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ ในการพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์
2. สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์
3. สำหรับผู้สนใจทั่วไปสามารถนำไปเป็นแนวทางในการให้บริการร้านหนังสือต่อไป

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกในเชิงบวกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

**ลูกค้า** หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้าในร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

**ร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊ค เซ็นเตอร์** หมายถึง สถานที่จำหน่ายหนังสือ ตั้งอยู่

ถนนศรีดอนไชย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100