

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

ในโลกยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคจำนวนมากเริ่มให้ความสำคัญและใส่ใจกับภาพลักษณ์ของตนที่สื่อออกมามากขึ้น เสื้อผ้า และเครื่องประดับ ถือเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่ แม้กระทั่งเครื่องบอกเวลาอย่างนาฬิกาข้อมือ สามารถสื่อให้เห็นถึงรสนิยมและสะท้อนภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้นาฬิกาได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในฐานะสินค้าแฟชั่นประเภทหนึ่ง ผู้บริโภคหันมาสวมใส่นาฬิกาให้เข้ากับแคแร็กเตอร์ของตนในแต่ละโอกาส โดยเฉพาะแล้วคนทั่วไปจะมีนาฬิกาประมาณ 3-5 เรือน (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2556: ออนไลน์) ทั้งนี้ เนื่องจากความสนใจของผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้ซื้อนาฬิกาเพื่อเป็นฟังก์ชันบอกเวลา เพียงอย่างเดียว แต่มีการซื้อเพื่อเป็นเครื่องประดับและเป็นสินค้าที่บ่งบอกรสนิยมและสถานะภาพทางสังคมด้วย (โพสต์ทูเดย์ ดอทคอม, 2556: ออนไลน์)

ในประเทศไทยตลาดนาฬิกาเป็นตลาดที่ใหญ่ จากการสำรวจของสภาอุตสาหกรรมนาฬิกา สวิต พบว่า คนไทยเป็นนักสะสมนาฬิกาติดอันดับ 4 ของโลก ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ตลาดนาฬิกาในกลุ่มรุ่นใหม่และหรูหรา ที่ได้รับความนิยมจากนักสะสมนาฬิกาและนักลงทุนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้นาฬิกาในประเทศไทยได้รับการยอมรับจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายนาฬิกาให้เป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง (วานิชหนุ่ม, 2556: ออนไลน์) ตลาดนาฬิกาแบรนด์ระดับโลกในประเทศไทยยังไม่มี การรวบรวมมูลค่าตลาดรวมอย่างเป็นทางการ แต่สามารถประเมินและแบ่งตลาดเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเทรนด์และแฟชั่นราคาต่ำกว่า 3 หมื่นบาท สัดส่วน 18% กลุ่มมิดเดิล มาร์เกต ราคา 3 หมื่นบาทถึง 1 แสนบาท สัดส่วน 37% กลุ่มไฮเอนด์ ราคา 1-3 แสนบาท สัดส่วน 30% และกลุ่มลักซ์ชัวรี ราคา 3 แสนบาทขึ้นไป สัดส่วน 15% โดยมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 4 หมื่นล้านบาท และเติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 7-8% (ผู้จัดการออนไลน์, 2556: ออนไลน์) แม้นาฬิกาจะถูกตีตราเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย แต่ความต้องการซื้อที่มีอยู่สูง และมีความต้องการเพิ่มขึ้นทุกปี ก็ทำให้หลายบริษัทนำเข้ามาแบรนด์ใหม่ๆ เข้ามาทำตลาดมากเป็นพิเศษ (การตลาด, 2555: ออนไลน์) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ตลาดนาฬิกามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง

ร้านไทม์สตรีท เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2551 จดทะเบียนในนาม บริษัท ไทม์สตูดิโอ กรุ๊ป จำกัด ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านไทม์สตรีทเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย นาฬิกาข้อมือแบรนด์ชั้นนำมากมาย ทั้งกลุ่มนาฬิกาแบรนด์ญี่ปุ่น ได้แก่ Casio, Citizen, Seiko, Issey Miyake, Orient, Rhythm และกลุ่มนาฬิกาแบรนด์สวิสเซอร์แลนด์ ได้แก่ Rolex, Tag Heuer, Ball, Tissot, Mido, Rado, Oris และ Luminox เพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภค ทั้งลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นลูกค้าชาวไทย หรือ คิดเป็นประมาณร้อยละ 90 จากลูกค้าทั้งหมด นอกจากนั้น ร้านไทม์สตรีทยังมีบริการเพื่อกลุ่มลูกค้าที่รักนาฬิกาและต้องการดูแลรักษา นาฬิกา โดยจัดให้มีบริการให้คำปรึกษาด้านนาฬิกา รวมถึงตรวจเช็คซ่อมบำรุงนาฬิกา เช่น ให้บริการ เปลี่ยนถ่าน เปลี่ยนสาย ทำความสะอาดนาฬิกา เป็นต้น

อย่างไรก็ตามทางร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ได้ประสบความสำเร็จแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นระหว่างร้านนาฬิกาในศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ซึ่งปัจจุบันมีทั้งหมด 5 ร้าน รวมถึงร้านนาฬิกา จากศูนย์การค้าอื่นๆที่เปิดใหม่ในเชียงใหม่ อาทิเช่น พรอมเมนาดา และภายในปี 1-2 ปีนี้ จะมีศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล และศูนย์การค้าเม-ญา มาเปิดเพิ่มอีก สะท้อนให้เห็นถึงสภาพการแข่งขันกันอย่างรุนแรงของตลาดนาฬิกาเชียงใหม่ ลูกค้ามีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้จำนวนลูกค้าของร้านไทม์สตรีทมีโอกาสลดลงอีกด้วย ทำให้ช่วงปีที่ผ่านมา ผู้บริหารจึงต้องปรับกลยุทธ์ภายในองค์กรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ เช่น การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีราคาของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากขึ้น การจัดพื้นที่ภายในร้านใหม่ มีการส่งเสริมคุณภาพ การให้บริการของพนักงานมากยิ่งขึ้น เป็นต้น (สุรเชษฐ์ โอวาทเวโรจน์, 2556: สัมภาษณ์) และในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่า ลูกค้าที่มียอดซื้อนาฬิกาต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ของทางร้าน กลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยจากสถิติจำนวนลูกค้าของร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553 เท่ากับ 954 ราย ปี 2554 เท่ากับ 762 ราย และปี 2555 เท่ากับ 665 ราย หรือมีการลดลงคิดเป็นร้อยละ ต่อปี จากปีฐาน 2553 ได้ดังนี้ ปี 2554 ลดลงร้อยละ 20.1 และ ปี 2555 ลดลงร้อยละ 30.3 (ร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่, 2556)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดของร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้กิจการสามารถแข่งขันได้ต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่อย่างสูงสุดต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัด เชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่ลูกค้าแสดงออกถึงความยินดี ความพอใจและประทับใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ซื้อรายย่อยชาวไทยที่ตัดสินใจซื้อนาฬิการาคา 10,000 บาทขึ้นไป ของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

**ส่วนประสมการตลาด** หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาด เป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

**ร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่** หมายถึง ตัวแทนจัดจำหน่ายนาฬิกาข้อมือ หลากหลายแบรนด์ ตั้งอยู่ที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ชั้น G ห้องเลขที่ 185 ตำบลหายยา อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved