



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๕-๕๐๐๐
ภายใน ๑-๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๕-๖๑๓๒

ข่าวจากหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ฉบับประจำวันที ๓๐ เดือนมิถุนายน พ.ศ.๒๕๕๕ หน้า ๒๐ มูลค่าข่าว ๒๓๖,๖๐๑.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ร้านนายอินทร์ เปิดเกมรุกผู้นำธุรกิจค้าปลีกหนังสือ ทุ่มงบกว่า 30 ล้านบาทปรับโฉมครั้งใหญ่ สร้างไลฟ์สไตล์เพลส

ร้านนายอินทร์เปิดกลยุทธ์เชิงรุก ฉลอง 22 ปี ทุ่มงบ 30 ล้านบาท ปรับโฉมร้านรูปแบบไลฟ์สไตล์เพลสให้ครบ 100 สาขา ภายในปี 2559 คาดจะสามารถดึงดูดลูกค้าทุกกลุ่มให้เพิ่มขึ้นได้กว่า 30% เพิ่มบริการใหม่บรรณารักษ์ส่วนตัว ที่ร้านนายอินทร์ตั้งใจนำเสนอเป็นครั้งแรกและที่เดียว ซึ่งนับเป็นการปฏิวัติวงการธุรกิจค้าปลีกหนังสือคือ บุ๊คเมท (Book Mate) เพื่อนรักนักอ่าน

นายประทีป ลูกกะพินธุ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานค้าปลีก บริษัท อมรินทร์ บิ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด เปิดเผยว่า การฉลองครบรอบ 22 ปี ร้านนายอินทร์ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ร้านนายอินทร์ได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้ามาโดยตลอด และเพื่อก้าวสู่อันดับต้นๆ ด้วยการเป็นผู้นำของตลาดค้าปลีกหนังสือ ร้านนายอินทร์จึงสร้างประสบการณ์ใหม่เพิ่มมอบแก่ลูกค้าด้วยการทุ่มงบกว่า 30 ล้านบาทแปลงโฉมร้านหนังสือ

นายอินทร์ ให้เป็นแหล่งแฮงเอาท์แห่งใหม่ของคนรุ่นใหม่ในรูปแบบของไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ภายใต้คอนเซ็ปต์ "ใครๆ ก็รักหนังสือ ที่รักหลายอินทร์" ที่หวังพร้อมด้วยสินค้าและบริการที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร

เนื่องจากปัจจุบันการใช้ชีวิตคนในเมืองมีความเปลี่ยนแปลง ผู้คนไม่หย่า "สังคมใหม่" ของตนเอง สังคมสะท้อนความเป็นตัวตน นอกเหนือจากบ้านเรือน หรือที่ทำงานเท่านั้น แต่ยังมีอีกแห่งที่เป็นบ้านหลังที่ 3 หรือ "third place" ที่มีความหมายถึงแหล่งพักพิงระหว่างวัน ระหว่างบ้าน โรงเรียน หรือที่ทำงาน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่เชื่อมโยงกับกระแส third place อย่างชัดเจนมากขึ้นเรื่อยๆ จากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในแง่การใช้ชีวิตนอกบ้านแล้วพบว่าผู้บริโภคยุคใหม่ใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้นเรื่อยๆ ปัจจุบันถือว่ามากกว่า 13 ชั่วโมงต่อวัน (ข้อมูลจากบริษัท วิจัยโกลบอลมีเดีย)

ด้วยเหตุนี้ ร้านนายอินทร์จึงมุ่งสร้างความเป็นที่พึ่งใจลูกค้าเพื่อให้นักอ่านรักหนังสือมากขึ้นเป็นครั้งแรกของ การใช้เวลานานอกเหนือจากบ้าน โรงเรียนหรือที่ทำงาน โดยเริ่มกลยุทธ์เชิงรุกตั้งแต่การให้บริการใหม่ที่ร้านนายอินทร์ตั้งใจนำเสนอเป็นครั้งแรกและที่เดียว ซึ่งนับเป็นการปฏิวัติวงการธุรกิจค้าปลีกหนังสือคือ บุ๊คเมท (Book Mate) เพื่อนรักนักอ่าน ทำหน้าที่คล้ายบรรณารักษ์ส่วนตัว ที่จะเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับหนังสือประเภทต่างๆ อย่างละเอียด รวมถึงค้นหาหนังสือที่ต้องการ มีความเข้าใจในลักษณะนิสัยของนักอ่าน ว่าชอบอ่านหนังสือประเภทใดจากประวัติการซื้อ เพื่อที่จะสามารถเป็นคู่คิดเกี่ยวกับหนังสือได้อย่างรู้ใจนักอ่าน สามารถ



อธิบายข้อดีของแต่ละเล่ม วิเคราะห์ความเหมาะสมของหนังสือให้ออกคือง่ายกับนักอ่านมากที่สุด

นับเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากห้างสรรพสินค้าหนังสือทั่วไปที่เพียงแค่ค้นหาหนังสือว่าอยู่ตำแหน่งใดเพียงเท่านั้น ซึ่งบุ๊คเมทภายในร้านนายอินทร์ ได้รับการคัดเลือกจากบุ๊คเมทนิวยอร์กที่มีใจรักการอ่านเป็นนิวยอร์ก และใส่ใจความรู้อยู่รอบตัวด้วยการอ่านอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งยินดีที่เปิดกว้างรับเรื่องราวใหม่ๆ

ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ ที่สำคัญ บุ๊คเมททุกคนของร้านนายอินทร์ ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตร "ความรู้พื้นฐานและการใช้หนังสือภาพสำหรับเด็ก" จากสาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

นอกจากนี้ยังรังสรรค์โซนพิเศษภายในร้าน โดยแบ่งออกเป็น 3 โซนดังนี้ มุมเด็ก (Kids Station) คือโซนแห่งการเสริมสร้างพัฒนาการเด็กในช่วงอายุ 0-6 ปี เป็นพื้นที่ซึ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะการอ่านซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเรียนรู้ โดยจัดหนังสือสำหรับเด็ก พร้อมของเล่นและสื่อประจักษ์เสริมการเรียนรู้ (Education Toys) ที่จะช่วยเสริมทักษะการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็กได้

ทั้งยังมีพนักงาน Book Mate ที่ได้รับการอบรมจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก ซึ่งสามารถให้คำแนะนำกับพ่อแม่มือใหม่ ในเรื่องการเลือกซื้อหนังสือ หรือของเล่นที่เหมาะสมกับเด็กในแต่ละช่วงวัย ที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจในเรื่องการอ่านได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นครั้งแรกในวงการร้านหนังสือเมืองไทย

โดยผู้ปกครองสามารถมีส่วนร่วมกับน้องๆ ใน

การอ่าน เกิดเป็นความรักความผูกพันกับคนในครอบครัวได้อีกด้วย โดยเม็ดเงินจะมีทั้งสิ้น 60 สาขาทั่วประเทศ และขยายเป็น 100 สาขาไปภายในปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการรองรับอัตราการเกิดของเด็กของไทยในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งมียอดรวมกว่า 400,000 คนต่อปี (ข้อมูลจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล) โดยร้านนายอินทร์ตั้งใจขยายต่อหนังสือเด็กและของเล่นเสริมการเรียนรู้ ปี 2558 ใต่กว่า 40 ล้านบาทจากยอดขายทั้งหมด

มุมคิวเตอร์ (Tutor Zone) โซนแห่งการแบ่งปันความรู้ ที่ทางร้านนายอินทร์เปิดโอกาสให้น้องๆ ได้ใช้พื้นที่พร้อมอุปกรณ์ในการอ่านหนังสือเป็นการดูเล่มในวันหยุด และช่วงเวลาว่างระหว่างเพื่อน หรือครูและลูกศิษย์ เป็นต้น สร้างพื้นที่ของร้านนายอินทร์ให้เป็นแหล่งนัดพบสำหรับน้องๆ ทุกระดับชั้นเรียนที่ต้องการทบทวนในการติวการเรียนการสอนที่สะดวกสบาย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ซึ่งจะประเมินที่สาขาชิดลมและศรีนครินทร์ เป็นต้นแบบแห่งแรก ก่อนกระจายไปยังสาขาอื่นๆ ในอนาคต โดยมีทิศทางในการขยายสาขาในหัวเมืองใหญ่ที่ตั้งของแหล่งสถาบันการศึกษา และศูนย์การเรียนรู้ เพื่อสร้างความสะดวกสบาย ตั้งเป้าหมายหนังสือคู่มือแบบเรียนใต่กว่า 10 ล้านบาทภายในปี 2558

มุม How To Camer ศูนย์รวมหนังสือเชิงจิตวิทยา หนังสือที่เป็นแนวคิด หรือกลยุทธ์เชิงการทำธุรกิจ ตลาด หรืออื่น เพื่อให้อ่านแล้วสามารถเรียนรู้เทคนิค ขั้นตอน และวิธีการในการปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและประสบความสำเร็จเป็นเป้าหมายที่ตนคาดหวังไว้ ทางร้านนายอินทร์ มุ่งเป็นผู้สนับสนุนเยาวชนหนังสือด้านนี้ เพราะปัจจุบันกลุ่มลูกค้า GEN-Y และ GEN-Z รวมกันมีจำนวนเกือบ 50% ของประชากร



ไทย หรือมากกว่า 30 ล้านคนทั่วประเทศ ซึ่ง
ธรรมชาติของคน 2 กลุ่มนี้ ให้ความสนใจในการเรียน
รู้การทำธุรกิจต่างๆ ด้วยตนเองมากขึ้น

ร้านนายอินทร์มั่นใจยอดขายหนังสือประเภทนี้โต
ขึ้นมากกว่า 15% หรือเพิ่มขึ้นกว่า 20 ล้านบาท
ภายในสิ้นปี 2558 โดยร้านนายอินทร์ตั้งเป้ารับโฉม
สาขาในรูปแบบไลฟ์สไตล์เพลสให้ครบ 100 สาขา
ภายในปี 2559 คาดจะสามารถดึงดูดลูกค้าทุกกลุ่มให้
เพิ่มขึ้นได้กว่า 30%

นอกจากการปรับภาพลักษณ์หน้าร้าน เพื่อดึง
ลูกค้าทุกกลุ่มให้เพิ่มขึ้น ร้านนายอินทร์ยังเพิ่มกลยุทธ์
เชิงรุก ด้วยปรารถนา “ร้านนายอินทร์สัญจร” คอนเซ็ปต์
ของโปรเจกต์นี้ คือการจัดมหรสพการขายหนังสือ
กระจายตัวไปพื้นที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และหัวเมือง
ตามจังหวัดใหญ่ๆ เป็นการเข้าหาทุกลูกค้าทุก
ประเภทมากขึ้น แทนที่เราจะนั่งรอลูกค้าเข้าร้าน เรา
พลิกเกมเดินหน้ารุกเข้าหาลูกค้ากลุ่มต่างๆ แทน และ
หนังสือและสินค้าที่นำไปขายแต่ละสถานที่ ก็จะมีการ
ปรับเพื่อเข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มที่เรา
ไป ซึ่งทำให้หนังสือที่เรานำไปเป็นที่น่าสนใจและเพิ่ม
ยอดขายให้กับกิจกรรมประเภทนี้ของเราอย่างต่อเนื่อง
ตั้งเป้ายอดขายสิ้นปีถึง 100 ล้านบาท ปัจจุบันได้มา
เกือบ 50% แล้วจากเป้า

นอกจากนี้ร้านนายอินทร์ ยังสร้างปรากฏการณ์
ครั้งแรกในการผสมผสานโลกยุคดิจิทัลเข้ากับโลกแห่ง
หนังสือด้วย “นายอินทร์ ดิจิทัล” (Naiin
DigiTouch) บริการด้านออนไลน์ด้วยตัวคุณเองผ่าน
เครื่องอัตโนมัติแบบ Touch Screen ที่ติดตั้งภายใน
ร้าน ด้วยการบริการค้นหาข้อมูล และพรีวิวหนังสือ

ก่อนการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี โดยนักอ่านสามารถ
ทำการสั่งซื้อหนังสือได้ด้วยตัวเองทันที โดยไม่ต้องรอ
คิว นอกจากนี้ยังมีบริการจัดส่งถึงบ้าน ถือเป็นบริการ
บริการที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว สำหรับคนที่มีความ
จำกัด ไม่เพียงเท่านั้นเพื่อทันกับยุคแห่งดิจิทัล

ร้านนายอินทร์ยังได้สร้างสรรค์ แอปพลิเคชัน
“Naiin Pann” (นายอินทร์ ปับฉณ์) โลกแห่งหนังสือ
ออนไลน์ ในรูปแบบ e-Book และ e-Magazine ที่
มีมากกว่า 15,000 เล่ม จากกว่า 400 สำนักพิมพ์ชื่อ
ดัง ให้เลือกอ่านได้อย่างจุใจ โดยสามารถดาวน์โหลด
ฟรีได้ทั้งในระบบ Android, iOS และ PC รวมถึง
การพัฒนาเว็บไซต์ Naiin.com ให้มีความทันสมัย
สามารถอ่านหนังสือออนไลน์ และเลือกซื้อหนังสือได้
อีกด้วย เป็นกรนำเสนอทุกบริการให้เข้าใกล้ชีวิตกลุ่ม
ลูกค้าคนรุ่นใหม่มากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะสามารถตลาด
เพิ่มขึ้นได้อีกกว่า 20% จากยอดขายปัจจุบัน ซึ่ง
ปัจจุบันเรามีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ 10% เป็นมูลค่า
กว่า 2,000 ล้านบาท จากมูลค่าตลาดรวมกว่า
20,000 ล้านบาท ครองตำแหน่งอันดับ 2 ของตลาด

ค้าปลีกหนังสือ

คาดว่าจะมีส่วนในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้
เวลากับร้านนายอินทร์มากขึ้นและสะท้อนความเป็นตัว
ตนของคนรุ่นใหม่ ที่ร้านนายอินทร์ตั้งใจสร้างไลฟ์
สไตล์เซ็นเตอร์นี้แก่ลูกค้า และก่อให้เกิดรายได้เพื่อ
ส่วนแบ่งตลาด และการก้าวสู่ความเป็นหนึ่งของการ
ค้าปลีกหนังสือของร้านนายอินทร์ได้ในอนาคต รวมถึง
การเปิดตัว Line Official “ร้านนายอินทร์” ให้ผู้สนใจ
ได้ดาวน์โหลดฟรี เพื่อต่อยอดว่าเราจะจะเป็นเพื่อนนัก
อ่านในทุกที่ทุกเวลา และเตรียมพบกับ Line Sticker
“น้องอินทร์” ที่จะสร้างความตื่นตื่นให้กับทุกคนได้
เร็วๆ นี้ คาดจะเป็นอีกช่องทางในการสื่อสารการตลาด
ที่เข้าถึงใจลูกค้าทุกคนเป็นอย่างดี และสร้างความ
สัมพันธ์อย่างลึกซึ้งระหว่างร้านนายอินทร์กับนักอ่านได้
อย่างมากในอนาคต มั่นใจมียอดดาวน์โหลด Line
Sticker “น้องอินทร์” มากกว่า 1 ล้านคน หลังเปิด
ตัวอย่างเป็นทางการ คาดว่าจากการปรับกลยุทธ์ดัง
กล่าวจะสามารถสร้างยอดขายกว่า 300 ล้านบาทจาก
ร้านนายอินทร์ 200 สาขาทั่วประเทศ

