บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

การเดินทางของประชากรที่พักอาศัยอยู่บริเวณปริมณฑลโดยรอบของกรุงเทพฯและประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเขตชานเมืองของกรุงเทพฯ และต้องเข้ามาทำงานหรือมาเรียนหนังสือในใจกลางเมืองกรุงเทพฯ หรือที่อาศัยอยู่ในใจกลางเมืองกรุงเทพฯแต่ต้องเดินทางเพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ หรือเพื่อจุดประสงค์ต่างๆ สามารถทำได้หลายรูปแบบเช่น ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะ รถ บ.ข.ส. รถไฟ รถเมล์ ข.ส.ม.ก. รถไฟฟ้า บริการรถรับจ้างสาธารณะ รถแท็กซี่ สามล้อเครื่อง หรือรถยนต์ส่วนตัว เหล่านี้ล้วนเป็นทางเลือกของประชากรดังกล่าว โดยขึ้นอยู่กับระยะทางเวลา ที่ใช้ในการเดินทางและสถานภาพของรายได้ของแต่ละคนที่แตกต่างกันออกไป

จากข้อมูลของสำนักทะเบียนกลาง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 กรุงเทพมหานครมีประชากร 5,695,956 คน จากการสำรวจพบว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครแต่ไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านของกรุงเทพมหานคร โดยชื่อยังคงอยู่ในทะเบียนบ้านจังหวัดอื่น(ซึ่งอาจเป็นจังหวัดบ้านเกิด) เพิ่มจากร้อยละ 31 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 40 ในปี 2548 ทั้งนี้เมื่อคำนวณสัดส่วนผู้ไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนเป็นร้อยละ 40 เป็นจำนวน 2,278,382 คน ทำให้กรุงเทพมหานครมีประชากรรวมกันแล้วได้ประมาณ 7,974,338 คน (กาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2551: ออนไลน์) ทำให้เห็นภาพคร่าวๆ ของจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครได้ว่าน่าจะมีถึง 8 ล้านคน และเมื่อรวมถึงจำนวนประชากรที่อยู่ในเขตปริมณฑล เช่น นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม ที่เดินทางไป-กลับเพื่อเข้ามาเรียนหนังสือและทำงาน กรุงเทพมหานครจะมีจำนวนประชากรมากกว่า 8 ล้านคน หรืออาจจะถึง 10 ล้านคน

ความผันผวนของการปรับตัวของราคาพลังงานในตลาดโลกและในประเทศไทย มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้ที่เดินทาง และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือปัญหาความแออัดของการจราจรในกรุงเทพฯ ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางเพิ่มขึ้น สูญเสียเวลาในการเดินทาง เป็นความสิ้นเปลืองในการใช้พลังงาน ทำให้ผู้ที่เดินทางในกรุงเทพฯต้องการระบบขนส่งมวลชนสาธารณะขนาดใหญ่ เพื่อสนองตอบความต้องการในการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา สามารถบริหารเวลาในการเดินทางและหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรที่แออัด ซึ่งในปัจจุบันมีการให้บริการในรูปของบริษัทเอกชนที่รับสัมปทานจากรัฐบาล จำนวน 2 บริษัท คือบริษัท ระบบ ขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) - รถไฟฟ้าบีทีเอส ที่เปิดให้บริการเป็นรายแรก และบริษัทรถไฟฟ้ากรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) – รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) – รถไฟฟ้าบีทีเอส เปิดให้บริการในปี 2542 และให้บริการครบ 8 ปีในวันที่ 5 ธ.ค. 2550 มีจำนวนสถานีบริการทั้งหมด 23 สถานี มียอดผู้ใช้บริการตั้งแต่เปิดให้บริการ จนถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2550 มีจำนวนทั้งสิ้น 833,937,041 คน (ไทยรัฐ, 2550: ออนไลน์) จำนวนผู้โดยสารใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลี่ยต่อวันทำการมีจำนวน 428,020 คน วันเสาร์เฉลี่ย 329,440 คนและวันอาทิตย์เฉลี่ย 247,585 คน จากการสำรวจของสถาบันราชภัฏสวนดุสิตพบว่าผู้โดยสารมีความพึงพอใจในบริการด้านต่างๆของรถไฟฟ้า บีทีเอสโดยเฉลี่ยสูงกว่าปี 2549 จาก 3.82 เป็น 3.97 โดยใช้เกณฑ์วัดระดับความพึงพอใจอยู่ที่คะแนนเต็ม 5 แสดงให้เห็นถึงความไว้วางใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการ (เดลินิวส์, 2551: ออนไลน์)

จากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หรือสืบเนื่องกับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสมีการเจริญเติบโตตามไปด้วย บริษัท วีจีไอ โกลบอล มีเดีย จำกัด ผู้ได้รับสัมปทานจัดหารายได้บนสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพ(บีทีเอส) ทั้งหมดจำนวน 23 สถานี โดยมีรายได้จากการจัดกิจกรรมเปิดตัวสินค้า ป้ายโฆษณาบริเวณสถานีรถไฟฟ้า และที่เป็นรายได้หลักคือค่าเช่าพื้นที่ของร้านค้าในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ปัจจุบันมีร้านค้าบนพื้นที่สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสทั้งหมด ประมาณ 240-250 ร้าน ยอดขายพื้นที่เฉลี่ย 80-85% แต่สำหรับ สถานียอดนิยม เช่น สยาม ชิดลม อ่อนนุช ศาลาแดง อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และหมอชิต ยอดขาย 100% และยังมีรายชื่อร้านค้าที่รอเรียก (Waiting list) อีกเป็นจำนวนมาก ส่วนสถานีที่ใช้คำว่า เกรด A ยังมีอีก 3 แห่ง คือ สนามกีฬาแห่งชาติ สะพานตากสิน และสถานีอโศก ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการในร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จะเป็นบริษัท ห้างร้าน เช่น ธนาคาร ร้านฟาสเตอร์บุ๊คส์ ร้านแมงป่อง ควิก-แคช เจ-มาร์ท พรานทะเล และมีผู้ประกอบการรายย่อย เช่น ร้านขนม/เบเกอรี่ กาแฟ เครื่องดื่ม โทรศัพท์มือถือ เทป ซีดี อีกจำนวนหนึ่ง (BrandAge, 2551: ออนไลน์)

ผู้ประกอบการร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ต่างมองเห็นช่องทางในการเจริญเติบโตสามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนที่ดีได้ จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้โดยสารที่หันมาใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จึงต่างดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ หลายรูปแบบเพื่อดึงดูด ชักชวนและจูงใจให้ผู้โดยสารที่เดินทางโดยรถไฟฟ้าหันมาสนใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการในร้านค้าของตน เช่นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ประกอบกับปัจจุบันนี้ มีการเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสเข้ากับห้างสรรพสินค้าชื่อดังต่างๆ หลายแห่ง เช่นห้างสรรพสินค้า ดิเอ็มโพเรียม สยามพารากอน สยามดิสคัพเวอรี่ เซ็นทรัลชิดลม เซ็นทรัลสีลม เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการเข้าไปซื้อสินค้า ซึ่งห้างสรรพสินค้าเหล่านี้มีความได้เปรียบอย่างมากในด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการและการจัดรายการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่งเสริมการขายต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าต่างๆในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อความอยู่รอดจากการแข่งขันดังกล่าว

ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าและปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าบนสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส เพื่อเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส สามารถนำข้อมูลไปใช้วางแผนกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะมาใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส

2.เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส

2.ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส

3.เพื่อนำข้อมูลไปใช้วางแผนกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมของผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การรู้ การคิด การเสาะหาข้อมูล เพื่อนำไปสู่กระบวนการเลือก การได้มา การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส

ร้านค้า หมายถึงผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่ทั้งแบบพื้นที่ถาวรและพื้นที่ชั่วคราวในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส เพื่อขายสินค้าและบริการให้กับผู้ที่มาใช้บริการรถไฟฟ้า บีทีเอส

สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส หมายถึง บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการรถไฟฟ้าและรู้จักกันทั่วไปในนามรถไฟลอยฟ้า บีทีเอส โดยมีสถานีที่ให้บริการรถไฟฟ้าจำนวน 23 สถานี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved