บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของโลก โดยการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลและเป็นรายได้หลักของประเทศ จากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 20 ของแหล่งท่องเที่ยวโลกตั้งแต่ปี 2533 ได้รับรางวัลดีเด่นด้านการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ที่หลากหลายจากสถาบันโลกในปี 2551 – 2552 ได้แก่ รางวัล **Best Tourist Country In the World**จากประเทศเดนมาร์คโดยการคัดเลือกบริษัทนำเที่ยว และ รางวัล The Most Favored Asian Destinationจากสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และจังหวัดเชียงใหม่ได้รับคัดเลือกจากนิตยสาร Lonely Planet ในคัดเลือกให้เป็น World Top 10 City For 2011 ในปี 2554 อีกด้วย (lonelyplanet, 2011: Web site)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือเปรียบเสมือนศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนที่สำคัญ และยังมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ของประเทศ โดยในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนสูงมาก กล่าวคือในปีพ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 4,405,720 คนปีพ.ศ. 2551 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 5,313,352 คนและปี พ.ศ. 2552 มีนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้นจำนวน4,343,090 คน และสามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ถึงประมาณ 38 ล้านบาท (เทศบาลนครเชียงใหม่ 2551)

ในขณะเดียวกันปริมาณนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ได้ดำเนินนโยบายเชิงรุกเพื่อกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวในประเทศด้วยการจัดสรรงบประมาณประชาสัมพันธ์โครงการ “เที่ยวไทยครึกครื้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก” ตลอดปี 2552 ภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand อีกทั้งหน่วยงานของรัฐบาลได้ร่วมมือกันจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2552 เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดเชียงใหม่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ (วารสาร K SME Inspired ประจำเดือนมกราคม – มีนาคม 2552)

ธุรกิจรถเช่าซึ่งจัดเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีความเกี่ยวพันธ์กับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องด้วยค่าน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการขับรถยนต์มาเองจากต่างจังหวัดเพื่อนำรถมาใช้ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจากแนวโน้มความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้เช่าและจำนวนผู้ประกอบการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่เอง ส่งผลให้ธุรกิจรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่มีสภาวะการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นมาก

แนวโน้มของจำนวนผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่การที่เพิ่มขึ้นนั้นยังมีการเจริญเติบโตที่ช้ากว่าปี พ.ศ.2553 โดยสถิติการจดทะเบียนรถยนต์บริการให้เช่าที่จดทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราลดลงถึง 65.45% (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่. 2554: Web site)เนื่องด้วยธุรกิจรถเช่าเป็นธุรกิจบริการที่ไหวตัวตามเศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่ ถ้าเศรษฐกิจของเชียงใหม่มีการขยายตัวด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและธุรกิจต่างๆ ภาวะเศรษฐกิจดี สภาวะทางการเมืองสงบเรียบร้อยก็จะทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจรถเช่าในทางบวก แต่ถ้าหากสภาวะเศรษฐกิจบ้านเมืองตกต่ำเกิดปัญหาทางการเมืองก็จะมีผลกระทบต่อธุรกิจรถเช่าในทางลบ โดยในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าทั้งรายใหญ่และรายย่อยทั้งสิ้น 129 ราย (ชมรมผู้ประกอบการรถเช่าจังหวัดเชียงใหม่, 2553)

ปัจจุบันปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการมุ่งเน้นการแข่งขันด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านราคา (Price) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพราะสภาพการแข่งขันในปัจจุบันนับได้ว่ามีความท้าทายต่อผู้ประกอบการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่อย่างสูง ยิ่งถ้าหากผู้ประกอบการรถเช่ารายใดสามารถสร้างช่องทางด้านการจัดจำหน่าย (Place) ที่สามารถติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วแล้วก็จะสามารถช่วงชิงความได้เปรียบในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ก่อน เช่น ลูกค้าสามารถติดต่อจองรถเช่าได้จากหน้าเว็บไซต์ทำให้สามารถลดขั้นตอนและระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายในการเช่ารถยนต์เป็นต้น ด้านราคา (Price) ถือเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญใกล้เคียงกันกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) เพราะหากผู้ประกอบการรายใดสามารถสร้างความแตกต่างด้านราคาจากผู้ประกอบการรายอื่นค่อนข้างสูงก็จะเป็นตัวช่วยในด้านการตัดสินใจอีกทางหนึ่ง สุดท้ายด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)เป็นปัจจัยรองเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจจากด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคาเป็นหลักแล้วแต่หากผู้ประกอบการมีจัดการส่งเสริมการตลาดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าด้วยแล้วก็จะยิ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้อีกด้วย (สมาคมรถเช่าไทย,2554: Web site)

โดยส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบกิจการรายย่อยแบบเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วน โดยผู้ประกอบการรายใหญ่จะจัดตั้งหน้าร้านอยู่ภายในอาคารผู้โดยสารของสนามบินเชียงใหม่ เช่น เอวิสรถเช่า เฮิรทซ์รถเช่า เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบกิจการรายย่อยหรือห้างหุ้นส่วนจะมีหน้าร้านอยู่บริเวณตัวเมืองเชียงใหม่ ย่านประตูท่าแพ และโดยรอบคูเมืองเชียงใหม่และตัวแทนบริการอยู่ที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โรงแรมขนาดใหญ่ เช่นป๊อบรถเช่าที่มีจำนวนสาขากระจายอยู่บริเวณรอบคูเมืองบริเวณข่วงประตูท่าแพจำนวนทั้งสิ้น 5 ร้านซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่าย (Place) ของร้านรถเช่า เนื่องจากบริเวณข่วงประตูท่าแพมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนมาก และด้วยจำนวนของผู้ประกอบการที่มีมากนั้นทำให้เกิดการแข่งขันสูงโดยเฉพาะด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย(Place)

โดยในปัจจุบันสามารถแบ่งผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

1. ผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าที่เป็นบริษัทระหว่างประเทศมีสาขากระจายอยู่ทั่วโลก เช่น เอวิส (Avis) บัดเจ็ด (Budget) เฮิร์ทซ์ (Hertz) และ มาสเตอร์ (Master)ซึ่งจะมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าระดับบน

2. ผู้ประกอบการรายย่อยมีคนท้องถิ่น หรือคนไทยเป็นเจ้าของกิจการให้บริการแก่คนทุกระดับชั้น อัตราค่าเช่าไม่สูงนักเจ้าของ ซึ่งลูกค้าที่ใช้บริการก็จะเป็นชาวไทยมากกว่าลูกค้าคนต่างชาติ รูปแบบการให้บริการรถยนต์เช่านั้นผู้เช่าจะเป็นผู้ขับขี่เอง

โดยสรุปแล้วตลาดรถยนต์ให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีโอกาสเจริญเติบโตอีกมาก เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีปริมาณที่มากขึ้น และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีอยู่สูง โดยเฉพาะเส้นทางการบินใหม่ๆ ที่เปิดเพิ่มขึ้นและเพิ่มจำนวนเที่ยวบินอย่างมากในฤดูกาลท่องเที่ยว อีกทั้งส่วนของภาคเอกชนและภาครัฐบาลยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องโดยส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่จัดสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเพื่อต้องการฟื้นฟูความเชื่อมั่นและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยช่วยเสริมให้ธุรกิจรถยนต์เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงเป็นเหตุให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่า ธุรกิจรถยนต์ให้เช่ามีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน เพื่อการดำเนินการวางแผนด้านกลยุทธ์ให้เหมาะสมต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา และเป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ธุรกิจรถเช่า หมายถึง ธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มียานพาหนะประเภทรถยนต์ไว้เพื่อบริการให้ลูกค้าสำหรับเช่าตามข้อตกลงระหว่างผู้ให้บริการเช่ากับผู้เช่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งแบบอิสระและแบบกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ประกอบกิจการรถยนต์ให้เช่า หมายถึง ผู้ที่ประกอบธุรกิจรถยนต์ให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรถยนต์ให้เช่าเป็นของตนเองและดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือผู้เช่าเช่ารถยนต์ที่ตนเองมีอยู่ทั้งกรณีมีและไม่มีคนขับ โดยจะได้รับผลตอบแทนในรูปของค่าเช่ารถยนต์

ส่วนประสมการตลาดของบริการรถเช่า หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริการรถเช่า ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved