

บทที่

บทนำ

ความเป็นมาและปัญหาในการวิจัย

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว และยังเป็นแหล่งศูนย์กลางของเศรษฐกิจทางภาคเหนือ ท้าให้มีผู้นิยมเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจำนวนมากในแต่ละปี ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปเช่น เพื่อการท่องเที่ยว หรือเพื่อดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนั้นจึงมีธุรกิจจำนวนมากเกิดขึ้นมา เพื่อรองรับผู้ที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

ธุรกิจรถเช่าจัดได้ว่า เป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งตั้งขึ้นมาเพื่อให้บริการแก่ผู้ที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะของธุรกิจรถเช่าจัดอยู่ในลักษณะที่ ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ¹ และจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของค่าเช่า

ในจังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจรถเช่ามีมานานกว่า 25 ปี และธุรกิจนี้มีการขยายตัวมาโดยตลอดพร้อมกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรถเช่าร้อยละ 60 เป็นลูกค้าจากต่างประเทศและร้อยละ 40 เป็นลูกค้าในประเทศ

ตลาดรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีบริษัทใหญ่ เข้ามาดำเนินธุรกิจด้านนี้อยู่ คือ เอวิส (AVIS) และเฮิร์ตซ์ (HEARTZ) ซึ่งทั้งสองบริษัทเป็นคู่แข่งกันด้านธุรกิจรถเช่ากันมา และทั้งสองบริษัทจะให้บริการรถเช่าลูกค้า ในระดับบนทั้งนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวรวมทั้งนักธุรกิจบางกลุ่มในประเทศ และยังมีรถเช่ากลุ่มท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่ารายย่อย โดยให้บริการรถเช่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

¹ศิริวรรณ เสรีรัตน์, กลยุทธ์การตลาด (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ,

แก่ลูกค้าทุกระดับชั้นทั้งนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และลูกค้าโดยทั่วไป โดยสัดส่วนการครองตลาดรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งเอวิสและเอิร์ทซ์ จะมีส่วนแบ่งที่เท่า ๆ กันคือ ร้อยละ 30 และที่เหลืออีกร้อยละ 40 จะเป็นของผู้ประกอบการกลุ่มท้องถิ่น² ในการนำรถเช่าให้บริการแก่ลูกค้า นั้น ในบางครั้งผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าต้องประสบปัญหาทางด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้าของตน เช่น นำรถไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการเช่า หรือเมื่อผู้เช่าเอารถไปแล้วไม่นำรถมาคืน เมื่อครบกำหนดเวลาเช่า มีทั้งส่วนที่เป็นภาระของของผู้เช่า และส่วนที่ไม่ได้ตั้งใจ ดังนั้นผู้ประกอบการจะพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้เช่ารถ ก่อนที่จะตัดสินใจให้ลูกค้าเช่ารถ ข้อมูลที่สำคัญก็คือลูกค้าต้องมีตัวตนและมีหลักแหล่งที่สามารถติดต่อได้

ในการเปิดสถานีบริการย่อยทั้งเอวิสและเอิร์ทซ์ ก็มีจุดสถานีบริการย่อยพอ ๆ กัน คือเอวิสจะมี สถานีบริการย่อยที่สนามบิน โรงแรมดุสิตอินน์ และโรงแรมเชียงใหม่ ส่วนของเอิร์ทซ์ ก็มี 4 แห่ง คือ สำนักงานที่ ถนนลอยเคราะห์ โรงแรมภูวเนล สุริวงค์ โรงแรมเชียงใหม่พลาซ่าและโรงแรมดิอิมเพรส

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มท้องถิ่น ก็มีกระจุกกระจาย ตามจุดต่าง ๆ ในอำเภอเมือง และส่วนมากก็มักจะมี ลูกค้าประจำอยู่แล้ว รูปแบบของการให้บริการรถเช่า นั้นจะเป็นทั้งการเช่าพร้อมคนขับและรถเช่าขับเอง ซึ่งทั้ง 3 กลุ่ม ก็ได้พยายามปรับปรุงธุรกิจรถเช่าของตัวเองเพื่อจะได้ส่วนแบ่งตลาดรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่

ประเภทของรถเช่าที่นำมาให้บริการแก่ลูกค้า นั้นมีอยู่หลายประเภท ส่วนมากที่นิยมได้แก่ รถโตโยต้า โคโรลา 1300 cc รถโตโยต้าโคโรนา 1800 cc รถโตโยต้าโคโรนา 2000 cc รถตู้ รถซูคูคาริเบียน รถมินิบัส รถบัส รถมอเตอร์ไซด์ รถจักรยาน ซึ่งในการลงทุนหรือการปรับปรุงในธุรกิจรถเช่า จัดได้ว่าเป็นการลงทุนในประเภทสินทรัพย์ถาวรสูง จะต้องใช้เงินที่ลงทุนที่สูง ใช้เงินก้อนใหญ่ และผลประโยชน์ที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุน ก็จะไม่ได้รับเข้ามาทันทีทั้งก้อน แต่จะทยอยเข้ามาในอนาคตซึ่งอาจจะ เป็นไปตามที่ธุรกิจคาดคะเนไว้หรือไม่ก็ได้

²สมศักดิ์ มีสื่อการ. "เอวิส...เอิร์ทซ์ ปลุกตลาดรถเช่า" คู่แข่ง (ตุลาคม 2534) :

ลูกค้าซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักของธุรกิจรถเช่าก็คือ นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ จึงถือได้ว่าธุรกิจรถเช่าเป็นธุรกิจที่รองรับและช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ให้เจริญเติบโตและมีการขยายตัวมากขึ้น

ตลาดของธุรกิจรถเช่าเป็นตลาดที่หวัดตัวตามเศรษฐกิจของบ้านเมือง ถ้าหากว่าเศรษฐกิจของบ้านเมืองมีการขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจต่าง ๆ ภาวะเศรษฐกิจดี ภาวะทางการเมืองสงบเรียบร้อยก็จะทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจรถเช่าในทางบวก แต่ถ้าภาวะทางเศรษฐกิจบ้านเมืองตกต่ำ เกิดปัญหาทางการเมืองก็จะมีผลกระทบต่อธุรกิจรถเช่าในทางลบ

ธุรกิจรถเช่า เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันมาก ผู้ประกอบการธุรกิจเช่ากลุ่มท้องถิ่นจะต้องแข่งขันระหว่างกับผู้ประกอบการกลุ่มเดียวกัน และยังต้องแข่งขันกับบริษัท เอวิส และ เฮิร์ทซ์ ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ระดับโลก ระดับประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่ากลุ่มท้องถิ่นในแต่ละรายได้มีการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ และจะเป็นการนำมาซึ่งความก้าวหน้าของธุรกิจ ชื่อเสียง การยอมรับ และความเชื่อถือของลูกค้า มีผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจ และการเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดรถเช่ามากขึ้น และเพื่อให้กิจการสามารถบริหารงานได้อยู่รอดภายใต้สภาวะที่มีความไม่แน่นอนได้ ประกอบกับในปัจจุบันมีลูกค้าและผู้สนใจลงทุนดำเนินธุรกิจในด้านนี้เป็นจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยมุ่งประเด็นศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจประเภทนี้ ครอบคลุมในด้านการของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่ากลุ่มท้องถิ่น เพื่อที่จะได้ทราบถึงการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการของธุรกิจรถเช่า
3. ศึกษาปัญหาของธุรกิจรถเช่าและแนวทางแก้ไข

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบถึงกลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการของธุรกิจรถเช่า
3. ทราบถึงปัญหาของธุรกิจรถเช่า
4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนา และเป็นข้อมูลแก่ธุรกิจรถเช่ารายอื่น ๆ ได้ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาด
5. ทราบถึงแนวทางในการแก้ปัญหา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved