

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเพราะรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และได้ผลเป็นรูปธรรม โดยมีชาวต่างชาติหันมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น โดยตัวเลขของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2547 พบว่าในส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านทางสนามบินดอนเมืองเพิ่มขึ้น 25.75% หรือมีนักท่องเที่ยวผ่านเข้า-ออกเป็นจำนวน 4.53 ล้านคน จนทำให้มีผู้ประกอบการหน้าใหม่โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงมาก จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 7 ล้านคน อุตสาหกรรมนี้สามารถทำรายได้ให้กับประเทศถึง 2 แสนล้านบาทต่อปี ธุรกิจในการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ที่เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะมีการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

เมืองพัทยาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติและเป็นแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบ ซี แซนด์ ซัน (Sea-Sand-Sun) ที่สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยปี 2547 ที่ผ่านมามีจำนวนมากถึง 4.6 หมื่นล้านบาท โดยมีรายได้ส่วนหนึ่งมาจากธุรกิจบริการรถเช่าที่ส่วนมากจะให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบมาเองไม่ได้มาแบบกรุ๊ปทัวร์ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะไม่นิยมใช้บริการรถเช่าเพราะชอบขับรถเดินทางท่องเที่ยวเองมากกว่า นอกเสียจากว่าจะเป็นการเดินทางไปต่างจังหวัดแบบเป็นกลุ่ม 5 คนขึ้นไปจึงจะเช่ารถตู้หรือรถโค้ชเพื่อความสะดวกสบาย และเดินทางพร้อมกันได้เป็นหมู่คณะในเมืองพัทยามีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรถเช่าที่จดทะเบียนอยู่ประมาณ 10 ราย โดยมีขนาดกิจการและรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

สมาร์ท ทรานสปอร์ต เป็นธุรกิจให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Logistics) ในเมืองพัทยา บริการรถเช่ารับส่งนักท่องเที่ยวจากเมืองพัทยาไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และอุตะเภเป็นเส้นทางหลัก และให้บริการไปยังทั่วประเทศตามความต้องการของลูกค้า โดยรถที่ให้บริการเป็นประเภท รถยนต์ Toyota Altis, Nissan Sunny Neo Volvo และรถตู้หลังคาสูง มีบริการรับจองผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศสามารถออนไลน์จองรถได้ล่วงหน้าอย่างสะดวกและรวดเร็วในการสอบถามราคาและการยืนยันการจองกลับไป รวมทั้งมีมาตรฐานด้าน

การบริการด้วยกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ CRM (Customer Relationship Management) ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าขนาดกลางในรูปแบบบริษัทจำกัดและผู้ประกอบการรายย่อยอย่างเคาน์เตอร์แท็กซี่ ส่วนมากขาดการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยด้วยระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายและไม่ได้คำนึงถึงการจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ทำการศึกษาจึงเห็นว่าธุรกิจให้บริการรถเช่าในเมืองพัทยาเพื่อรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินอู่ตะเภา และพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย ยังมีโอกาสอยู่บ้างสำหรับบริษัทที่ให้จัดการด้านการบริการอย่างเป็นระบบเพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ โดยต้องทำการศึกษา วางแผน จัดวางตำแหน่งทางการตลาดให้ถูกต้องและวางกลยุทธ์ที่ชาญฉลาด สามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการประกอบธุรกิจรถเช่าในเมืองพัทยา ดังนั้นจึงสมควรมีการจัดทำแผนธุรกิจที่สามารถใช้ได้จริงเพื่อเป็นแนวทางดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงขั้นตอนการเปิดดำเนินการธุรกิจบริการรถเช่ารับส่งนักท่องเที่ยวจากเมืองพัทยาไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และอู่ตะเภา
2. เพื่อศึกษาภาพรวมของธุรกิจรถเช่า สภาพตลาด โอกาสและอุปสรรค
3. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจ บริษัท สมาร์ท ทรานสปอร์ต จำกัด ที่สามารถนำมาใช้ในทาง

ปฏิบัติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทราบขั้นตอนการเปิดดำเนินการธุรกิจบริการรถเช่ารับส่งนักท่องเที่ยวจากเมืองพัทยาไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และอู่ตะเภา
2. ทราบภาพรวมของธุรกิจรถเช่า สภาพตลาด โอกาสและอุปสรรค
3. ทราบแนวทางการจัดทำแผนธุรกิจ บริษัท สมาร์ท ทรานสปอร์ต จำกัด ที่สามารถนำมาใช้ปฏิบัติได้จริง และประสบความสำเร็จ

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาที่ต้องการเดินทางจากเมืองพัทยาไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และอุตะเถา โดยเลือกใช้บริการรถเช่าในการเดินทาง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาในการวางแผนธุรกิจครั้งนี้หมายถึง วิธีการทำแผนธุรกิจของ บริษัท สมาร์ท ทรานสปอร์ต จำกัด ซึ่งประกอบด้วย

- 2.1 บทสรุปผู้บริหาร
- 2.2 วิสัยทัศน์
- 2.3 พันธกิจ
- 2.4 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย
- 2.5 ภาพรวมขององค์กร
- 2.6 โครงสร้างองค์กร
- 2.7 การวางแผนการให้บริการ
- 2.8 การวิเคราะห์สภาพทางการตลาด
- 2.9 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม
- 2.10 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน
- 2.11 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ
- 2.12 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก โอกาสและอุปสรรคของกิจการ
- 2.13 การวางตำแหน่งทางการตลาดของกิจการ
- 2.14 การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการ
- 2.15 การจัดทำงบการเงิน
- 2.16 สรุปและข้อเสนอแนะ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจรถเช่า – การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริการให้เช่ารถพร้อมคนขับรถหรือไม่ก็ตาม เพื่อวัตถุประสงค์การเดินทางของผู้เช่า อาทิเช่น เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อไปทำธุรกิจ เพื่อไปทำบุญ เพื่อการศึกษา เป็นต้น รถเช่าในปัจจุบันแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1. รถเช่าสาธารณะ ได้แก่ รถแท็กซี่ 2. รถบรรทุก ได้แก่ รถสิบล้อ รถน้ำมัน รถปูน 3. รถเช่าทั่วไป ได้แก่ รถประจำตำแหน่ง รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

เคาน์เตอร์แท็กซี่ (Counter Taxi) – ตัวแทนให้บริการรถแท็กซี่ บริการขนส่งผู้โดยสารจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง รถที่ให้บริการจะเป็น รถแท็กซี่มิเตอร์ รถแท็กซี่ และรถตู้

รถร่วม – รถและพนักงานขับรถที่วิ่งรถให้บริการในนามของบริษัทรถเช่า ซึ่งรถนั้นจะไม่ใช่ทรัพย์สินของบริษัทรถเช่าเอง เป็นการเข้าร่วมวิ่งรถเพื่อการพึ่งพาทางธุรกิจซึ่งกันและกัน โดยพนักงานขับรถซึ่งเป็นเจ้าของรถยนต์ในข้อตกลงการแบ่งรายได้ตามข้อเสนอของบริษัทรถเช่า

ค่าน้ำ (ค่าคอมมิชชั่น - Commission) – ค่านายหน้าทีเคาน์เตอร์แท็กซี่ได้จากรถแท็กซี่เมื่อติดต่อลูกค้าให้ หรือส่วนแบ่งรายได้ที่บริษัทบริการรถเช่าได้จากกรรวมที่เข้ามาวิ่งรถกับทางบริษัทตามอัตราที่ได้ทำการตกลงกันไว้