

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป ของธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. ลักษณะของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จัดตั้งในลักษณะของ กิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 46.7 และรองลงมาในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 43.3 และบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

2. อายุในการดำเนินธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

อายุในการประกอบธุรกิจรถเช่า อยู่ในช่วงระยะเวลา 3-5 ปี ร้อยละ 50.0

3. ประเภทของรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประเภทของรถเช่าที่ผู้ประกอบการนิยมนำมาให้เช่ามากที่สุดคือ รถตู้ ร้อยละ 80.0 และรองลงมาคือ รถยนต์นั่ง ร้อยละ 70.0 และ รถจี๊ป ร้อยละ 66.7 ตามลำดับ

4. ประเภทของการรับชำระค่าเช่ารถ ของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประเภทของการรับชำระค่าบริการเช่ารถที่ผู้ประกอบการนิยมมากที่สุดคือเงินสด ร้อยละ 100.0 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 53.3 และเช็คส่วนบุคคล ร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

5. ความต้องการขยายธุรกิจรถเช่า ของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ธุรกิจส่วนมากยังมีความต้องการที่จะขยายธุรกิจให้ใหญ่โตขึ้น คิดเป็นร้อยละ 63.3

6. การกลับมาใช้บริการของลูกค้าเก่า ของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการเช่ารถอีก คิดเป็นร้อยละ 36.7

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจรถเช่าส่วนบุคคล อยู่ในช่วงระหว่าง 100,000 บาท
8. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเฉลี่ยต่อเดือน ของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจรถเช่าส่วนบุคคล อยู่ในช่วงระหว่าง 30,000-50,000 บาท
9. สาขาย่อยของธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าส่วนมากไม่นิยมที่จะเปิดสาขาย่อย ร้อยละ 86.7
10. ธุรกิจเสริมของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าส่วนมากนิยมที่จะเปิดธุรกิจเสริม นอกเหนือจากการให้บริการ
รถเช่าร้อยละ 83.3
11. ประเภทของธุรกิจเสริมของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ธุรกิจเสริมของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง ที่ผู้ประกอบการ
ดำเนินธุรกิจกันมากที่สุดคือ การจัดโปรแกรมทัวร์ ร้อยละ 80.0 และรองลงมาคือ
การรับจอง-ขายบัตรโดยสารเครื่องบิน ร้อยละ 64.0 รับจอง-ขายบัตรโดยสาร
รถทัวร์ รถไฟ และที่พัก ร้อยละ 60.0 ส่วนธุรกิจด้านอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจ
รถเช่าจัดบริการก็คือ การรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ร้อยละ 20.0
12. การสำรวจความต้องการของผู้เช่ารถ ของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ประกอบการ ธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการสำรวจ
ความต้องการของผู้เช่ารถร้อยละ 40.0 ไม่มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าร้อยละ 60.0
13. การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ประกอบการ ธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบความสำเร็จในธุรกิจ
รถเช่านี้ยังอยู่ใน ระดับปานกลางร้อยละ 43.3
14. ประเภทของลูกค้าที่มารับบริการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 43.4 เห็นว่าธุรกิจรถเช่า
ของตนประสบความสำเร็จปานกลาง ร้อยละ 23.3 เห็นว่าธุรกิจประสบความสำเร็จมาก

ทดสอบข้อสมมติฐาน

สรุปส่วนที่ 2 : การให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า

H_1 : ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันในด้านดังต่อไปนี้

1. รถเช่า
2. ราคา
3. ท่าเลที่ตั้ง
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผลการทดสอบข้อสมมติฐาน

ยอมรับข้อสมมติฐานที่ว่า :

ผู้ประกอบการรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการวางกลยุทธ์การตลาดในด้านรถเช่า ราคา ท่าเลที่ตั้ง และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน โดย

ผู้ประกอบการรถเช่ามีการวางกลยุทธ์ด้านรถเช่าได้แก่ ความสะอาดของรถเช่า สมรรถภาพของเครื่องยนต์อยู่ในสภาพที่ดี มีเครื่องปรับอากาศ มีการตรวจเช็คสภาพรถให้พร้อมอยู่เสมอและมีวิทยุ-เทป บริการแก่ผู้เช่ารถ

การวางกลยุทธ์ด้านราคาได้คำนึงถึงปัจจัยในการกำหนดราคาตั้งนี้คือ ประเภทของรถเช่า

รุ่นของรถเช่า สภาพทางเศรษฐกิจ

การวางกลยุทธ์ ด้านท่าเลที่ตั้งได้ให้ความสำคัญของท่าเลที่ตั้ง ในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่านี้ คือ อยู่ในแหล่งชุมชน ย่านธุรกิจ ลูกค้าสามารถหาได้ง่าย

ซึ่งผู้ประกอบการรถเช่าได้ให้ความสำคัญทางด้านในด้านการท่าเลที่ตั้ง รถเช่า และราคา มากกว่าการวางกลยุทธ์ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

สรุป ผู้ประกอบการรถเช่าให้ความสำคัญในด้าน รถเช่า ราคา และท่าเลที่ตั้ง มากกว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์

สรุปส่วนที่ 3 : การให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

H₁ : ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการแตกต่างกันในด้านดังต่อไปนี้

1. การตลาดภายใน ได้แก่การออกแบบรูปแบบการให้บริการแก่ผู้เช่ารถ การฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากร
2. คุณภาพการให้บริการ

ผลการทดสอบข้อสมมติฐาน

ยอมรับข้อสมมติฐานที่ว่า :

ผู้ประกอบการรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญแตกต่างกัน ทั้งนี้ในการดำเนินธุรกิจรถเช่า ผู้ประกอบการรถเช่าให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความพร้อมของรถเช่า ความรวดเร็วและความตรงต่อเวลาในการให้บริการ การให้การต้อนรับแก่ผู้เช่ารถ อุปกรณ์ ประสิทธิภาพและมนุษย์สัมพันธ์ของคนขับรถ และความปลอดภัยของผู้เช่ารถ มากกว่าด้านการตลาดภายในได้แก่การออกแบบรูปแบบการให้บริการแก่ผู้เช่ารถ การฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากร

สรุป ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าได้ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจรถเช่าในด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าด้านการตลาดภายใน

สรุปส่วนที่ 4 : ปัญหาในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

H₁: ในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า มีความแตกต่างกันในระดับของปัญหาในด้านดังต่อไปนี้

1. เงินทุน
2. คู่แข่งขัน
3. บุคลากร
4. ผู้เช่ารถ

ผลการทดสอบข้อสมมติฐาน

ยอมรับข้อสมมติฐานที่ว่า : ปัญหาในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ ด้านเงินทุน คู่แข่งขัน บุคลากร ผู้เช่ารถ แตกต่างกัน ปัญหาที่สำคัญที่สุดได้แก่ ปัญหาด้านการแข่งขัน ซึ่งพบว่าคู่แข่งสามารถกำหนดราคาค่าเช่าได้ต่ำกว่า และคู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น ส่วนปัญหาด้านเงินทุนนั้นเกิดจากการขาดเงินลงทุนซื้อรถเพิ่มเติมและเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาด้านบุคลากรได้แก่การให้ผลตอบแทนแก่บุคลากรในอัตราที่ต่ำ และสำหรับปัญหาผู้เช่ารถได้แก่ ผู้เช่ารถมาใช้บริการน้อยไม่สม่ำเสมอ นารถไปเกิดอุบัติเหตุและไม่นารถมาคืนตามกำหนด

สรุป ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่ามีปัญหาในการดำเนินงานในด้านคู่แข่งมากที่สุด

วิธีการแก้ไขปัญหาของธุรกิจรถเช่า

ปัญหาคู่แข่งขึ้น ควรมีการรวมตัว และให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยแบ่งรายได้ระหว่างกันไม่นิยมการตัดราคาค่าเช่า เพราะจะทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหายทั้ง 2 ฝ่าย

ปัญหาทางด้านบุคลากร มีการเสนอจ่ายผลตอบแทนแก่บุคลากรในรูปแบบ ต่าง ๆ นอกจากการจ่ายค่าแรงประจำแก่บุคลากรแล้ว ยังมีการจ่ายเป็นเบอรัเช่นได้ส่วนแบ่งอีกด้วย และการให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน และการให้ความช่วยเหลือบุคลากรในด้านต่าง ๆ ใช้หลักครอบครัวเดียวกันในการปกครองทำให้เกิดความผูกพันในการทำงาน และมีการจัดอบรมบุคลากร โดยส่งไปฝึกฝนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

ปัญหาทางด้านเงินทุน แก้ไขปัญหาการขาดเงินทุนโดยการเข้าหาแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ทั้งในระบบและนอกระบบ เช่นการกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้เงินกู้ การกู้จากธนาคารโดยใช้อสังหาริมทรัพย์ จ้างนองการพยายามลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ไม่จำเป็น การตัดจำหน่ายรถเช่า การหาผู้เข้ามาร่วมลงทุนและ การรวมตัวดำเนินธุรกิจร่วมกับธุรกิจรถเช่ารายอื่น

ปัญหาทางด้านผู้เช่ารถ เมื่อผู้เช่ารถมาใช้บริการน้อยไม่สม่ำเสมอ ก็จะนำรถไปใช้ในธุรกิจด้านอื่นนอกจากการให้เช่า เช่นการนำไปเป็นรถรับ-ส่งนักเรียน หรือให้ทางองค์กรเอกชนหรือราชการเช่า และการเข้าดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัททัวร์โดยตรง และรับลูกค้าจากบริษัททัวร์ที่ส่งมาให้โดยให้ผลตอบแทนแก่บริษัททัวร์ในการหาลูกค้ามาให้ และการลงไปแสวงหาลูกค้าที่กรุงเทพฯ โดยการดำเนินธุรกิจร่วมกับธุรกิจทัวร์หรือธุรกิจรถเช่าที่กรุงเทพฯ โดยรับภาระในการให้บริการแก่ผู้เช่ารถในส่วนของการจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนปัญหาทางด้านการใช้รถผิดวัตถุประสงค์ก็จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับทางกฎหมาย กรณีที่ผู้เช่ารถนำรถไปเกิดอุบัติเหตุก็จะมีการทำงานระกันให้กับรถและผู้เช่ารถ แต่ถ้ารถไม่มีประกันก็จะตกลงกับผู้เช่ารถในเรื่องของการรับภาระค่าซ่อมรถ โดยทำให้เกิดอยู่ในลักษณะของความเห็นใจซึ่งกันและกันและกันจะไม่มีเรื่องของกฎหมายเข้าไปเกี่ยวข้องถ้าสามารถตกลงกันได้ด้วยดี

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาและทำการวิจัย ในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรถเช่าใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยแยกอภิปรายตามสมมติฐาน ทฤษฎี และตามที่ได้พบทวน
วรรณกรรมไว้ดังนี้

1. การวางกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า ด้านรถเช่า ราคา ท่าเลที่ตั้ง
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกัน โดยพบว่า การวางกลยุทธ์การตลาด ด้านรถเช่า ราคา
ท่าเลที่ตั้ง มากกว่า ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ดังแสดงในตารางที่ 22) ถึงแม้ว่าค่าเฉลี่ยของการ
วางกลยุทธ์การตลาดทั้ง 4 ด้านจะมีความแตกต่างกัน แต่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าก็ไม่ได้ให้กลยุทธ์
ด้านใดที่ไม่มีความสำคัญเลย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่านั้น ได้ตระหนักถึงทฤษฎีสวนประสม
ทางการตลาด (4P) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ของ
E. Jerome McCarthy โดยได้มีการนำกลยุทธ์ดังกล่าวทั้ง 4 ด้านมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจรถเช่า โดย
ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

การวางกลยุทธ์ด้านรถเช่า ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง
ของความสะอาดของรถที่นำมาให้เช่า รวมไปถึงสมรรถภาพและความพร้อมของเครื่องยนต์ ซึ่งจะต้อง
มีการตรวจเช็คสภาพของรถให้พร้อมอยู่เสมอ และผู้เช่ารถสามารถนำไปใช้ได้ทันที ที่มีการตกลงเช่ารถ
และยังถือได้เป็นคุณภาพในการให้บริการที่ดีแก่ผู้เช่ารถด้วย นอกจากนี้ยังได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในรถ เช่นการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ การติดวิทยุ-เทป ในรถเพื่อให้
ความบันเทิงแก่ผู้เช่ารถ (ดังแสดงในตารางที่ 15) ซึ่งผู้ประกอบการถือว่าการสร้างรถเช่าให้เป็นที่
ยอมรับแก่ผู้เช่ารถนั้น จะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานประกอบการธุรกิจรถเช่าแห่งนั้นไปในตัว
โดยไม่ต้องจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์มาก เพราะเมื่อผู้เช่ารถเกิดการยอมรับ
ในรถเช่าแล้ว เมื่อต้องการใช้บริการรถเช่าก็จะกลับมาใช้บริการและจะกลายเป็นลูกค้าประจำดังจะ
เห็นได้ว่าผู้เช่ารถที่เคยมาใช้บริการรถเช่า ในสถานประกอบการแห่งใดแห่งหนึ่งนั้น ก็ได้กลับมาใช้
บริการอีกเป็นจำนวนมาก (ดังแสดงในตารางที่ 6) จึงกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ได้เล็ง
เห็นถึงความสำคัญด้านรถเช่ามากกว่าด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์:
(2534) ที่กล่าวว่าการที่ธุรกิจมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึง ความน่าเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี

และยังเป็นการดึงดูดใจลูกค้า ความสนใจ และความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการดังกล่าว นอกจากนั้น ลักษณะของรถเช่าที่ผู้ประกอบการแต่ละรายให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน ทำให้ส่งผลต่อความแตกต่างในด้านคุณภาพของธุรกิจรถเช่าที่แตกต่างกัน และยังมีผลต่อการกำหนดอัตราค่าเช่า และการแบ่งแยกกระแสปริมาณการให้บริการที่แตกต่างกันอีกด้วย

การวางกลยุทธ์ด้านราคา ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าจะให้ความสำคัญ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การตั้งอัตราค่าเช่ารถ รวมถึงเป้าหมายของงานในการตั้งราคาของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : (2534) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการตั้งราคาต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเป้าหมายขององค์การด้วยการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าเช่ารถนั้นผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า จะให้ความสำคัญกับรถเช่าแต่ละประเภทที่นำมาให้ผู้เช่ารถเช่า ซึ่งรถเช่าแต่ละประเภทก็จะมี การกำหนดอัตราค่าเช่าที่แตกต่างกันในรถเช่าประเภทเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ก็ยังให้ความสำคัญในเรื่องของรุ่นของรถเช่า ยี่ห้อของรถเช่า อายุการใช้งานของรถเช่า ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกภายในรถที่มีไว้ให้บริการแก่ผู้เช่ารถสิ่งๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ให้ความสำคัญในการกำหนดอัตราค่าเช่ารถ นอกจากจะเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับรถเช่าแล้ว ยังให้ความสำคัญกับต้นทุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ตลอดจนถึง สภาพของถนนที่ผู้เช่ารถจะไป วัตถุประสงค์ในการใช้รถของผู้เช่ารถ ระยะทางในการใช้รถ และระยะเวลาที่ทำการเช่ารถด้วย แล้วจึงสรุปออกมา เป็นอัตราค่าเช่าที่เสนอให้กับผู้เช่ารถซึ่งสอดคล้องกับที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : (2534) ที่กล่าวว่าการตั้งราคา จะต้องพิจารณาถึงความยืดหยุ่นของดีมานด์ต่อราคา การคาดคะเนต้นทุน การวิเคราะห์ราคา และรถเช่าของคู่แข่งกันซึ่ง ในแต่ละสถานประกอบการก็จะมี การกำหนด อัตราค่าเช่ารถที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : (2534) ที่กล่าวว่า การกำหนดราคาค่าเช่าบริการควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการ จำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากเหตุผลดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้อัตราค่าเช่าในจังหวัด เชียงใหม่ไม่มีมาตรฐานราคาที่เป็นแน่นอนและยืดถือ เป็นแนวปฏิบัติเดียวกันของผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แต่อัตราค่าเช่ารถโดยเฉลี่ยในรถเช่าแต่ละประเภทก็จะอยู่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกันซึ่งผู้ประกอบการถือว่า การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้แก่ผู้เช่ารถนั้น จะเป็นการจรรยาบรรณวิชาชีพสัมพันธไมตรีกัน เมื่อผู้เช่ารถมีการยอมรับในเรื่องความเหมาะสมทางด้านราคาแล้ว ก็จะทำให้การยอมรับสถานประกอบการแห่งนั้น และจะกลับมาใช้บริการอีกเมื่อมีความต้องการใช้บริการรถเช่า และจะ

มีการเผยแพร่ภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจรถเช่า ให้กับผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าในอนาคต จึงทำให้เกิดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจรถเช่า โดยที่ผู้ประกอบการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เลย

การวางกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด (ดังแสดงในตารางที่ 22) ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการอยู่ในแหล่งชุมชน, ย่านธุรกิจ และการคมนาคมที่สะดวก เพราะผู้เช่ารถต้องการที่จะใช้บริการรถเช่า ก็จะใช้บริการจากสถานที่ประกอบการ ที่อยู่ในย่านธุรกิจ หรือแหล่งชุมชนซึ่งสามารถพบเห็นและหาได้ง่าย (ดังแสดงในตารางที่ 17) ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของโครงการวิจัยซึ่งช่องลงทุนทำการค้าขนาดย่อมยอดนิยม 50 ประเภท : (2530) ประเภทธุรกิจรถเช่า ได้แนะนำว่าทำเลที่ตั้งของธุรกิจรถเช่าจะต้องอยู่ในแหล่งชุมชน มีการคมนาคมที่สะดวก และยิ่งสอดคล้องกับ อ้ายผาน : (2533) ซึ่งได้กล่าวถึงทำเลคือสภาพแวดล้อมของบริษัทซึ่งกิจการใด ๆ จะเจริญรุ่งเรืองในทำเลใด ๆ ส่วนแต่มีเหตุผลในตนเองทั้งสิ้น โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่สามารถสร้างสถานการณได้ จะทำได้แต่เพียงร่อนอ่อนตามสถานการณ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจในแหล่งชุมชน ย่อมเป็นการลงทุนที่ดี และนอกจากนี้ในหนังสือของ CLIFFORD M. BAUMBACK : (1988) ได้กล่าวว่าทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการจะเห็นได้ว่า การวางกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง ในธุรกิจขนาดย่อมนั้นมีความสำคัญต่อผลสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม

การวางกลยุทธ์ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เนื่องจากในธุรกิจขนาดย่อมไม่นิยมใช้วิธีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพราะประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มกับการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับที่ อ้ายผาน : (2533) ได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจขนาดเล็กจะไม่มุ่งที่จะทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากนัก เนื่องจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่า นั้น จะมาจากลูกค้าหลายประเภทได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักธุรกิจ ห้างร้าน บริษัท และบุคคลทั่วไป ดังนั้นการที่จะโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มย่อมเสียค่าใช้จ่ายมาก นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของโครงการวิจัยเรื่อง ซึ่งช่องลงทุนทำการค้าขนาดย่อมยอดนิยม 50 ประเภท : (2530) ประเภทธุรกิจรถเช่า ซึ่งพบว่าธุรกิจรถเช่าจะไม่มีมีการโฆษณา มาก เพียงแต่ติดป้ายไว้ในที่เห็นได้ชัด และโฆษณาในสมุดหน้าเหลือง ซึ่งธุรกิจรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการแจก

นามบัตร และติดป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ดังแสดงในตารางที่ 18) เพราะเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่เสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี

สรุป จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจรถเช่าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ได้มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ที่เป็นไปตามทฤษฎีทางการตลาด แต่การให้ความสำคัญในกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 4 ด้านและก็ได้ให้ความสำคัญที่ต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับที่ E. Jerome McCarthy ที่กล่าวว่า ธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยให้ความสำคัญกลยุทธ์แต่ละด้าน ที่แตกต่างกันตามลักษณะของธุรกิจ โดยกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรถเช่า เมื่อมองโดยภาพรวมแล้วจะเห็นได้ว่า ท่าเลที่ตั้งเป็นหัวใจที่สำคัญของผู้ประกอบการ ที่จะต้องจัดหาให้ได้ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และเมื่อมีทำเลที่เหมาะสมแล้ว ก็จะสามารถเช่าที่มีอรรถประโยชน์สูงสุด เพื่อบริการแก่ผู้เช่ารถเพื่อสนองความต้องการของผู้เช่ารถ ให้ได้ความพึงพอใจที่สูงที่สุด และคาดหวังว่า จะได้กลับมาเป็นลูกค้าประจำในอนาคต อัตราค่าเช่ารถนั้นผู้ประกอบการก็จะคำนึงถึงเหตุผลในหลาย ๆ อย่างประกอบกัน แล้วจึงกำหนดออกมาเป็นอัตราค่าเช่า และการกำหนดสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สามารถ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุดโดยยังคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปด้วย และสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ต้องการมากที่สุดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็คือ การให้ผู้เช่ารถทราบที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ ซึ่งจะสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางด้านทำเลที่ตั้ง

2. การดำเนินธุรกิจรถเช่ามีความแตกต่างกันในด้านการตลาดภายในได้แก่ การออกแบบรูปแบบการให้บริการแก่ผู้เช่ารถการฝึกอบรมและการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากร และด้านคุณภาพการให้บริการ โดยพบว่าผู้ประกอบการเช่าให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าการตลาดภายใน (ดังแสดงในตารางที่ 25) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าก็ได้ให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการทั้ง 2 ด้าน เพราะว่าธุรกิจบริการนั้นจะมีการนำเอาเฉพาะส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้นย่อมไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงต้องมีเครื่องมือนอกเหนือจาก ส่วนประสมทางการตลาด มาใช้ก็คือ การตลาดภายใน และคุณภาพการให้บริการ ตามกลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการของ Philip Kotler ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า นำเอาทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ผุสดี รุมาคม และ เกศินี วิฑูรชาติ: (2529) ซึ่งได้เขียนไว้ว่า การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เป็นเรื่องสำคัญมากที่สุด

ในการทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จซึ่งธุรกิจจรดเช่าก็เป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อถือ โดยการสร้างคุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ ความพร้อมของรถเช่าที่มีไว้บริการ ลูกค้า ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น ความเป็นกันเอง ความปลอดภัยของผู้เช่ารถอุปนิสัยที่ดี และความมีมนุษยสัมพันธ์ของคนขับรถ ซึ่งทางผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญเพราะคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นส่วนหนึ่งซึ่งช่วยโปรโมทธุรกิจเพราะว่าลูกค้าส่วนหนึ่งเป็นลูกค้าเก่าที่กลับมาใช้บริการ (ดังแสดงในตารางที่ 6)

เนื่องจากธุรกิจจรดเช่าเป็นองค์การขนาดเล็กใช้บุคลากรในการทำงานไม่มาก การบริหารทางการตลาดภายในผู้ประกอบการธุรกิจจรดเช่าจึงไม่ให้ความสำคัญมากนักในเรื่องของการพัฒนาบุคลากรแต่จะให้ความสำคัญในการออกแบบรูปแบบการให้บริการ (ดังแสดงในตารางที่ 23) เพราะว่าคุณภาพในการให้บริการเป็นการวัดถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจจรดเช่า ส่วนการตลาดภายในเป็นการจัดระบบขององค์การ การให้ความสำคัญกับบุคลากรตลอดจนการออกแบบรูปแบบการให้บริการแต่เนื่องจากเป็นองค์การขนาดเล็กจึงไม่ค่อยมีระบบที่ซับซ้อนและปัญหาในองค์กรตลอดจนการออกแบบรูปแบบการให้บริการมากเหมือนองค์การขนาดใหญ่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจรดเช่า จึงให้ความสำคัญ ทางด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าด้านการตลาดภายใน (ดังแสดงในตารางที่ 25)

สรุป ผู้ประกอบการธุรกิจจรดเช่าให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่าด้านการตลาดภายใน เพราะว่าการเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ

3. ระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจจรดเช่ามีความแตกต่างกันในด้าน เงินทุน คู่แข่งขัน

บุคลากร ผู้เช่ารถ โดยพบว่าปัญหาทางด้าน คู่แข่งขัน มีความสำคัญมากกว่าปัญหาทางด้าน เงินทุน บุคลากร ผู้เช่ารถ เนื่องจากสภาพตลาดปัจจุบันมีปริมาณเสนอขายมากกว่าปริมาณเสนอซื้อ ดังนั้นปัญหาทางการแข่งขันจึงถือได้เป็นปัญหาพื้นฐานของธุรกิจทุกประเภท รวมทั้งธุรกิจจรดเช่าด้วย ปัญหาทางด้านคู่แข่งขันที่สำคัญ คือการเพิ่มปริมาณของผู้ประกอบการธุรกิจจรดเช่า และปัญหาทางด้านคู่แข่งขันสามารถกำหนดอัตราค่าเช่าที่ต่ำกว่าทำให้เกิดการแย่งลูกค้าเป้าหมาย (ดังแสดงในตารางที่ 29) แต่ในธุรกิจจรดเช่าจะไม่มีปัญหาในเรื่องของราคามากเพราะว่า ธุรกิจจะแข่งขันกันที่คุณภาพในการให้บริการมากกว่าการแข่งขันในเรื่องการตัดราคาค่าเช่าระหว่างกัน จุดเด่นของผู้ประกอบการธุรกิจจรดเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั่นคือ ผู้ประกอบการจะเป็นบุคลากรในวงการเดียวกันรู้จักกัน

และมีการร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่นเมื่อรถเช่าไม่พอให้บริการแก่ผู้เช่ารถก็จะมีการติดต่อประสานงานนำรถมาเพิ่มเติมให้ครบตามที่ถูกคำต้องการ โดยมีการคิดเปอร์เซ็นต์รายได้ระหว่างกัน แต่ก็เกิดในกลุ่มย่อยในธุรกิจประเภทนี้ ไม่ได้เกิดกับทุกสถานที่ประกอบการธุรกิจรถเช่า ปัญหาที่รองลงมาของธุรกิจรถเช่า ก็คือปัญหาทางด้านเงินทุน แต่ก็ยังเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับน้อย เพราะว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีเงินทุนที่สูงและมีเครดิตที่ดี เมื่อประสบปัญหาทางด้านเงินทุน ก็จะสามารถเข้าหาแหล่งเงินทุนได้โดยไม่ยากนักปัญหาทางด้านบุคลากร ปัญหาที่สำคัญก็คือ เรื่องของการจ่ายผลตอบแทนให้แก่บุคลากร แต่ปัญหานี้ในด้านนี้ ก็ยังอยู่ในระดับน้อย เพราะว่าธุรกิจรถเช่าใช้บุคลากรที่ไม่มากนัก สามารถสนองความต้องการของบุคลากรได้อย่างทั่วถึง และส่วนใหญ่บุคลากรที่เข้ามาทำงานจะเป็น คนรู้จักกัน เพื่อนกัน และเป็นเครือญาติกัน มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่จะรับเข้ามาทำงานโดยตรง เช่น คนขับรถพนักงานธุรการ มัคคุเทศน์ และปัญหารองลงมาคือการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับธุรกิจรถเช่าปัญหาทางด้านผู้เช่ารถก็เกิดขึ้นแต่ยังอยู่ในระดับน้อย ปัญหาที่พบมากที่สุดก็คือ ปัญหาการมาใช้บริการรถเช่า ไม่สม่ำเสมอ บางเดือนมาใช้บริการมากจนเกินที่ธุรกิจจะให้บริการอย่างทั่วถึง แต่บางเดือนก็มีผู้เช่ารถมาใช้บริการน้อย ปัญหาที่รองลงมาก็คือ การนำรถไปเกิดอุบัติเหตุของผู้เช่ารถ หรือการนำรถไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการเช่า เช่นนำไปขนยาเสพติด

ดังนั้นกล่าวได้ว่าปัญหาในการดำเนินธุรกิจรถเช่ามีความแตกต่างกัน (ดังแสดงในตารางที่ 30) และปัญหาทางด้านคู่แข่งขันเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด ในการดำเนินธุรกิจรถเช่า (ดังแสดงในตารางที่ 31)

สรุป ปัญหาทางด้านคู่แข่งขันเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดในการดำเนินธุรกิจรถเช่า จึงมีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมีการรวมตัวและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าด้วยกันเพื่อป้องกันการตัดราคา

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ควรตระหนักถึงกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน รวมทั้งกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เพื่อให้ได้ผลการจัดการเกี่ยวกับกลยุทธ์อย่างเหมาะสมกับธุรกิจรถเช่า ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน เพื่อนำมาซึ่งผลตอบแทนจากการลงทุนที่มา จากความพึงพอใจของผู้เช่ารถโดย จะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และผลตอบจากการจัดการทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาดด้วย
2. การใช้กลยุทธ์การตลาดทางด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ควรจะเน้นสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อสร้างความเด่นชัดของธุรกิจ
3. การใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้มากกว่าเดิม ถ้าผู้บริหารได้ให้ความสำคัญในการศึกษามากกว่านี้
4. ผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่า ควรให้ความสำคัญกับการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เพื่อที่จะได้รูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างความแตกต่างในธุรกิจ
5. ธุรกิจรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการกำหนดมาตรฐานทางด้านคุณภาพ และราคาของรถเช่าและมีการพึ่งพาอาศัยกันช่วยเหลือกันดีกว่าการ เป็นคู่แข่งกัน เพราะจะทำให้ผู้เช่ารถมีโอกาสดูรถได้สูง

ข้อเสนอแนะในการทาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการศึกษาว่ามีจำนวนรถเช่าเท่าใดจึงจะเพียงพอกับความต้องการของผู้เช่ารถ เพื่อไม่ให้ขาดหรือเหลืออยู่ในร้านมากทำให้เกิดการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ
2. ควรจะมีการศึกษาสู่ทางการขยายธุรกิจรถเช่า ในจังหวัดเชียงใหม่
3. ควรจะมีการศึกษาถึงกลยุทธ์อื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้แทนกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งซึ่งมีอัตราค่าเช่าทำเลที่ตั้งในการทำสถานประกอบการรถเช่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่สูง