

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ด้วยทุนจําหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

พิมพ์พิชชา โรจน์ภักพล

26 ส.ค. 2558

347712

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

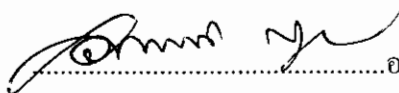
คณะการจัดการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2556

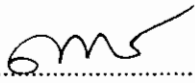
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

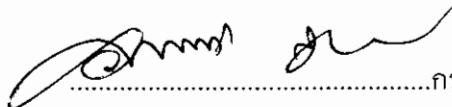
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ พิมพ์พิชชา โรจน์ภักพล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย)

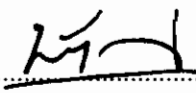
คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(ศาสตราจารย์ ดร.อุทิส ศิริวรรณ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย)


.....กรรมการ
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พันธ์ นนทศักดิ์)

วันที่ 5 เดือน กรกฎาคม พ.ศ.2556

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางในการจัดทำ ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ โครงการปริญญาโท ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ข้าพเจ้าเสมอมา และทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการจัดทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ส่วนหนึ่งจากที่ได้รับคือกำลังใจ และความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน และหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อไป

พิมพ์พิชชา โรจน์ภักพล

54921237: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ข้อได้เปรียบ/ ข้อเสียเปรียบ/ การเข้าร่วมแฟรนไชส์/ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

พิมพ์พิชชา โรจน์ภักพล: ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (FACTORS THAT AFFECT BENEFITS AND DISADVANTAGES INVESTING IN FRANCHISE TOURISM BUSINESS FOR NEW ENTREPRENEURS IN PATTAYA AREA, CHONBURI PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 107 หน้า, ปี พ.ศ. 2556.

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบข้อเสียเปรียบและการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี ประชากรที่ใช้ในศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการ ที่เข้าอบรมในโครงการผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในจังหวัดชลบุรี มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 59 คน โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เป็นแบบสอบถาม

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการใหม่ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 การศึกษาระดับปริญญาตรี ไม่ได้ทำงานร้อยละ 47.50 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท โดยมีปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก และมากที่สุด และข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว พบว่า ข้อได้เปรียบ จำแนกตามเพศ และอายุในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ และจำแนกตามระดับการศึกษา สถานภาพของอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนข้อเสียเปรียบ จำแนกตามระดับการศึกษา สถานภาพของอาชีพ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และยังพบว่า ความเป็นไปได้มากที่ผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่สนใจลงทุนแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

54921237 : MAJOR: MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
 MANAGEMENT, M.M. (MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM
 ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: BENEFITS/ DISADVANTAGES/ INVESTING IN FRANCHISE/
 TOURISM BUSINESS

.PIMPITCHCHA ROAJPAKKAPOL : FACTORS THAT AFFECT
 BENEFITS AND DISADVANTAGES INVESTING IN FRANCHISE TOURISM
 BUSINESS FOR NEW ENTREPRENEURS IN PATTAYA AREA, CHONBURI
 PROVINCE. ADVISOR: VUTTHICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A., 107 P. 2013.

The research of factors that affect benefits and disadvantages investing in franchise tourism business for new entrepreneurs in Pattaya area, Chonburi province had the purpose to study factors that affect advantages and disadvantages, the possibility to invest in franchise, the tourism representative in Pattaya area, Chonburi province. People who are used in this study are entrepreneurs that participate in training in the project of the new entrepreneur SMEs in Chonburi province. The sample group is 59 people. The tool of survey method is questionnaires.

The result shows that most independents are 20-29-year-old men. Their education is bachelor degree. Most of them are unemployed men. And some have monthly salary below or equal 30,000 baht. The factor of advantages of participating in franchise tourism business for new entrepreneurs in Pattaya area, Chonburi province is in the level of being good and very good. And it finds that the advantage classified as gender and the overall age is different insignificantly. The advantages classified as the education level, the status of occupation, the average monthly salary in overall is different significantly at the level .05. The disadvantage classified as the education level and the status of occupation is different insignificantly and the disadvantage classified as the average monthly salary in overall is different significantly at the level .05. It is possible a lot that the new entrepreneurs SMEs will be interested in investing in the tourism franchise in Pattaya area, Chonburi province.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิด ทฤษฎี ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์.....	11
ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว.....	18
ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว.....	25
การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การสร้างเครื่องมือ และทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	42
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี	44
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี	53
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	57
5 สรุปผล อภิปรายผลงานวิจัย และข้อเสนอแนะ	80
สรุปผลการวิจัย	80
อภิปรายผลการวิจัย	84
ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	96
ภาคผนวก ก	97
ภาคผนวก ข	104
ประวัติย่อของผู้วิจัย	106

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในเมืองไทย 10 อันดับแรก ปี 2554.....	29
2-2 ข้อมูลผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยวพญา.....	30
2-3 ข้อมูลสถานพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวเมืองพญา.....	30
3-1 รายละเอียดการทดสอบสมมติฐาน.....	40
4-1 จำนวน และคำร้อยละ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ รายใหม่ SMEs.....	42
4-2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี โดยรวม และรายด้าน	44
4-3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น	45
4-4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี ด้านการยื่นระยะเวลาการเรียนรู้.....	46
4-5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ.....	47
4-6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี ด้านการประหยัดค่านอกจากการซื้อทีละมาก.....	48
4-7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน	49
4-8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม	51
4-10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านบริการช่วยเหลือ	52
4-11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยรวม และรายด้าน	53
4-12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ	54
4-13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้าน ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ	55
4-14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านค่าใช้จ่ายสูง	56
4-15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรีจำแนกตามเพศ	57
4-16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ	58
4-17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา	59

สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-18 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน ของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา	60
4-19 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้นของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	61
4-20 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ จำแนกตามระดับการศึกษา	62
4-21 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	62
4-22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ	63
4-23 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกสถานภาพของอาชีพ.....	64
4-24 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน จำแนกสถานภาพของอาชีพ.....	65
4-25 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ จำแนกสถานภาพของอาชีพ.....	66
4-26 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม จำแนกสถานภาพของอาชีพ.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-27 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ จำแนกสถานภาพของอาชีพ.....	68
4-28 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	69
4-29 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	70
4-30 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	71
4-31 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	72
4-32 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	72
4-33 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามเพศ.....	73
4-34 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามอายุ.....	74
4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ.....	76
4-37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	77
4-38 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน จำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	78
4-39 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน จำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	78
4-40 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านค่าใช้จ่ายสูง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	79
ข-1 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัย ที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบ เสียเปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนการท่องเที่ยว ของ ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี.....	105

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1-1 กรอบแนวความคิดการวิจัย..... 7

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

• ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้กำหนดเป้าหมายหลัก 4 ประการ เพื่อมุ่งพัฒนาอาเซียนให้เป็นผลสำเร็จภายในปี 2563 (ค.ศ. 2020) ซึ่งจะประกอบด้วย "เสาประชาคมหลักรวม 3 เสา" โดย"กฎบัตร" แยกตามเสาหลักที่สำคัญทั้ง 3 เสา อาจสรุปให้เห็นเป็นสังเขป ดังนี้ 1. เสาหลักด้านการเมือง และความมั่นคงของภูมิภาคอาเซียน เมื่อเป็นประชาคมอาเซียนแล้ว ได้แก่ สนับสนุนส่งเสริม สันติภาพ ความมั่นคง การปกครองแบบประชาธิปไตย การปกครองแบบธรรมาภิบาล การส่งเสริมให้บรรลุความเจริญร่วมกันในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ประชาคมเป็นภูมิภาคที่เปิดกว้าง มีพลวัต และยืดหยุ่นได้ในการตั้งรับภาวะผันผวนของเศรษฐกิจ มีหลักประกันที่จะทำให้เกิดสันติสุขในอาเซียน 2. เสาหลักทางด้านเศรษฐกิจ มีการเน้นมุ่งพัฒนาให้เป็นตลาดร่วม (Single Market) และเป็นฐานการผลิตอันเดียวกัน (Single Production Base) ซึ่งจะต้องมีการไหลเวียนของสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมือทั่วทั้งภูมิภาคของประชาคมอาเซียนมีเงินทุนไหลเวียนโดยเสรี และมีสถานะในการพัฒนาทางเศรษฐกิจในหมู่สมาชิกประชาคมที่เท่าเทียมกันรวมทั้งเสริมสร้างเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพด้านการเงิน การประสานในด้านนโยบายเศรษฐกิจระหว่างสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ มีกฎระเบียบที่ดีด้านการเงิน ทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายการแข่งขันทางการค้า และการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งประชาคมโดยกำหนดจะให้เร่งพัฒนาพร้อมเป็น "ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน" ให้ได้เร็วขึ้นจากกำหนดเดิมในปี 2563 มาเป็นในปี 2558 แทน หรือเร็วขึ้นจากเดิมอีก 5 ปี สำหรับเสาหลักเสาที่ 2 นี้จะส่งผลกระทบต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยตรง 3. เสาหลักทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียน จะพุ่งเป้าไปที่การทำให้เห็นความสำคัญของประชากรในอาเซียน และเป็นสัมพันธภาพระหว่างประชากรของชาติหนึ่งไปสู่ประชากรของอีกชาติหนึ่ง รัฐสภาของ 10 ประเทศ จะประสานร่วมมือกันในกิจกรรมต่าง ๆ สมาชิกของประชาสังคมของสมาชิกจะไปมาหาสู่กันแลกเปลี่ยนใกล้ชิดระหว่างบุคลากรด้านการศึกษา สถาบันต่าง ๆ และภาครธุรกิจภาคเอกชนในประเทศสมาชิก รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ของบุคคลชั้นมัธยม มืออาชีพ ศิลปิน นักเขียนและสื่อสารมวลชนของทั้ง 10 ประเทศ (ทวีศักดิ์ ตั้งปฐมวงศ์, 2552)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมสำคัญ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ และมีหลายสาขา อันได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ สถานที่ตากอากาศ ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว (ดิวิชั่นพนักงาน โรงแรม - ทัวร์, 2555) ธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ชาญ โชติ ชมพูนุท, 2554) ธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว นับเป็นหนึ่งในธุรกิจภาคบริการที่ต้องเตรียมพร้อมรับมือในทันที กับการเปลี่ยนของการเปิดเสรีทางการค้าที่จะมีขึ้นในปี 2558 ประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ จะเปิดเสรีต่อกันในภาคบริการทันทีเมื่อถึงเวลานั้น ทั้งนี้ประเทศไทย ถูกกำหนดให้ประเทศสมาชิกรับผิดชอบในการจัดทำแผนดำเนินการ (Roadmap) ไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การค้าบริการ (การท่องเที่ยวรวมอยู่ในการค้าบริการ) ตั้งเป้าหมายการเจรจาเปิดเสรีการค้าบริการอย่างชัดเจน ให้เป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น และพัฒนาระบบการยอมรับร่วมกัน (Mutual Recognition Arrangements : MRAs) เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบวิชาชีพในสาขาบริการ รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนของอาเซียนไปยังประเทศที่สามในสาขาการท่องเที่ยวและการบิน เนื่องจากประเทศไทยมีความโดดเด่นในด้านนี้เป็นอย่างมาก ในช่วงปี 2558 ทั้งนี้การที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะเป็นผลดีต่อประเทศไทย เนื่องจากสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศเอื้ออำนวยให้เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคนี้ ประกอบกับที่ผ่านมามาอาเซียนมีความสำคัญทางเศรษฐกิจกับไทย ทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทสำคัญ (ดิวิชั่นพนักงาน โรงแรม - ทัวร์, 2555)

นอกจากนั้นยังจะมีนักท่องเที่ยวแต่ละชาติไปมาหาสู่และทำการค้าระหว่างกันได้อย่างเสรี ประชากรเกือบ 600 ล้านคน แม้ทั้งหมดจะไม่ใช่นักท่องเที่ยวของไทยเพียงประเทศเดียวเพราะแต่ละประเทศมีความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว และกำลังซื้อไม่เหมือนกัน แต่กลุ่มนี้ก็เป็นตลาดที่มีความสำคัญเพราะเป็นบ้านใกล้เรือนเคียงกับไทยซึ่งไทยมีความได้เปรียบและโอกาส เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกโดยเฉพาะการเชื่อมโยงทางอากาศและทางบก (ท่องเที่ยวปี 2555, 2555) ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการและท่องเที่ยวไทยควรมีการปรับตัวให้สูงขึ้นมาก เพราะภาคการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่ทุกประเทศให้ความสำคัญ เนื่องจากมองว่าเป็นประโยชน์กับทุกประเทศ โดยการเปิดเสรีจะแบ่งธุรกิจบริการ และท่องเที่ยว เป็น 4 ด้าน คือ 1. โรงแรมและร้านอาหาร 2. ตัวแทนนำเที่ยว 3. มัคคุเทศก์ และ 4. ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น สุขภาพความงาม สวนสนุก สปา ฯลฯ ขณะที่ธุรกิจที่เกี่ยวกับท่องเที่ยวนั้น มีทั้งแบบได้ประโยชน์ทางตรง เช่น โรงแรม หรือได้ประโยชน์ทางอ้อม เช่น ธุรกิจโรงพยาบาล เมื่อนักท่องเที่ยว

เข้ามาที่จะมารับการรักษาพยาบาลด้วย หรือแม้แต่การศึกษาของเอกชนก็สามารถดึงนักศึกษา
จากประเทศต่าง ๆ เข้ามา เป็นต้น (ศิริรัตน์ รัฐปานะ, 2555)

การเปิดตลาด AEC ส่งผลให้ภาคบริการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมีแนวโน้มแข่งขัน
สูงขึ้น โดยเฉพาะจากการคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่ระบุว่า ในปี พ.ศ.
2563 ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะกลายเป็นจุดหมายยอดนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก (มีสัดส่วน
ตลาดเป็น 1 ใน 4 ของตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก) จึงส่งผลให้ภาครัฐกิจบริการจากต่างชาติ มุ่งขยายการ
ลงทุนเข้ามาในภูมิภาคอาเซียน เพื่อเตรียมรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาจำนวนมาก
นั้น อีกทั้งประเทศภายในภูมิภาคอาเซียนเอง ต่างเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแห่งใหม่ รวมถึง
ปรับปรุงภาคบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความพร้อมมากที่สุด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2555)

นักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียน กับปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามา ท่องเที่ยว
ในประเทศไทย ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2554 มีมากกว่า
19 ล้านคน มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 20.00 และเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียน คิดเป็น
ร้อยละ 26.00 และในปี 2555 (มกราคม - เมษายน) ประเทศไทยยังคงมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาค
อาเซียน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ที่เห็นได้ชัดคือนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนคิดเป็นสัดส่วน
ประมาณ 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ ASEAN ที่ให้
ความนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ มาเลเซีย ลาว และสิงคโปร์ ตามลำดับ และเห็น
ได้ชัดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในปี 2554 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี
2553 ทุกประเทศ สำหรับสถานการณ์ตลาดภายในประเทศนั้น ภาคบริการด้านการท่องเที่ยวของ
ไทยนับว่ามีศักยภาพค่อนข้างสูง ทั้งในส่วนของความพร้อมในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ และ
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวน่าจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน
ประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อเข้ามาใช้บริการโดยเฉพาะด้าน โรงแรมที่พักซึ่งเป็นเครือข่ายของบรรดานัก
ลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังกิจกรรมต่าง ๆ ที่
เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามมา (นิชานันท์ เอี่ยมเพชร, 2555)

ผู้ประกอบการไทยควรเร่งปรับตัวโดยใช้ประโยชน์ จากการเป็นอาเซียนเพื่อเพิ่มส่วน
แบ่งตลาด รวมทั้งการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยอาศัยจุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะการเป็นที่ยอมรับในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ความมีอัตลักษณ์ไม่ตรี
ที่ตีของคนไทย การมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และรสชาติอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น

ระบบการชำระเงิน ที่ควรเพิ่มความสะดวกเรื่องการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเงินสดมากขึ้น ขณะเดียวกันควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น มีการพัฒนา ด้านแอปพลิเคชัน รวมทั้งเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกการจอง รวมทั้ง ใช้ช่องทางนี้ให้นักท่องเที่ยวได้แบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งที่กล่าวมานั้นถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยว จะนำไปใช้และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้ มากยิ่งขึ้น (นิชานันท์ เอี่ยมเพชร, 2555)

จากข้อมูล พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาตินิยม 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อันดับที่ 1 คือ หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ อันดับที่ 2 เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อันดับที่ 3 หาดพิทยา จังหวัดชลบุรี (นิชานันท์ เอี่ยมเพชร, 2555) โดยเมืองพิทยา เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศทั้งในแง่ศักยภาพ และระดับความสามารถในการแข่งขัน การสร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายรายได้ ผู้ชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ทั้งนี้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวถือเป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะฝีมือแรงงานที่พึงประสงค์ของอุตสาหกรรม การโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยว (สุริรัตน์ ดวงสุวรรณ, 2550)

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก จะเห็นว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จำเป็นต้อง พัฒนากลยุทธ์การตลาด รวมถึงการขยายสาขาเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น และการขยายส่วนแบ่งในตลาดบริการท่องเที่ยวของไทย ตลอดจนการขยายฐานทางการตลาดเพื่อก้าว เข้าสู่ประชาเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 เพื่อให้บริการรับจองโรงแรม จำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ ท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รับทำประกันเดินทาง จำหน่ายบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สวนเสือศรีราชา อลังการ ทิฟฟานี อัลคาซ่า ปราสาทจักรวรรด ฯลฯ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งการให้บริการแบบครบวงจรจะทำให้เฟรนไชส์ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว มีจุดแข็ง ซึ่งนอกจากเป็นศูนย์รวมบริการที่ครบวงจรแล้ว ยังสามารถดึงดูดให้ลูกค้าที่ใช้บริการเกิด ความประทับใจ ด้วยการให้บริการที่จริงใจ และการบริการหลังการขาย ซึ่งตัวเครื่องบินที่ลูกค้า ติดต่อซื้อเพื่อจะเดินทาง เรานั่นฝึกพนักงานให้ดูแลลูกค้า โดยแจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อลูกค้าจะได้ใช้ ข้อมูลในการตัดสินใจ ทั้ง โปรโมชั่นของสายการบิน ที่พัก และสิ่งที่เราจะได้นอกเหนือจากลูกค้า แล้ว คือความไว้วางใจ เพราะพื้นฐานของเรานั้น ไปที่การสร้างที่น่าเชื่อถือมาเป็นอันดับแรก และ ได้ใจของลูกค้านั่นเอง (บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด, 2554)

ธุรกิจเฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว โดย ปัจจุบันมีระบบธุรกิจเฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวหลายแห่งที่ต้องการขยายสาขาให้กับ ผู้สนใจร่วมลงทุน ตัวอย่างเช่น ของบริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด ที่ต้องการขยายสาขาให้กับ

ผู้สนใจทำธุรกิจแฟรนไชส์นี้ ให้สามารถมีอาชีพที่ตัวเองฝันได้ ซึ่งคุณสมบัติของผู้สนใจทำธุรกิจ - จะต้องมีความใจรักการบริการเป็นสำคัญ มีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนี้ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีทำเลที่ดี หรือ มีหน้าร้านอยู่แล้ว (สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเป้าหมายลูกค้า) และผู้ที่ทำงานต้องมีความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ ผู้ที่ทำงานต้องมีความรู้พื้นฐานในภาษาอังกฤษ (บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด, 2554)

จากการศึกษารายละเอียดข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบ ของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อเสียเปรียบ ของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ที่สนใจลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ส่งผลต่อข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านประชากรของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ที่สนใจลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จะเกิดประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย ดังนี้

1. ได้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ ของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
2. ได้ทราบถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ที่ส่งผลข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ ของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว
3. ใช้เป็นแนวทางการพิจารณาคัดสินใจลงทุนกับธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
4. นำไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจเลือกลงทุนกับแฟรนไชส์อื่น ๆ ที่จะลงทุนในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยเลือกศึกษาเกี่ยวกับข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ของ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า (2547) ดังนี้

1.1 ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ ได้แก่ ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านระยะเวลาการเรียนรู้ ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละมาก ๆ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ

1.2 ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ ได้แก่ ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง

2. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ผู้สนใจเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งเป็นผู้สนใจลงทุนธุรกิจในเมืองพัทธา จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยขอจำนวนและรายชื่อผู้สนใจจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่จัดโครงการอบรมผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นผู้เข้าอบรมในเดือนมกราคม 2555 สองกลุ่ม ๆ ละ 35 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 70 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ชลบุรีจึงได้กำหนดขนาดของตัวอย่างโดยใช้วิธีการเปิดตารางจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ได้จำนวนตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 59 ตัวอย่าง

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา และเครื่องมือเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ มีระยะเวลาจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือน ทั้งนี้

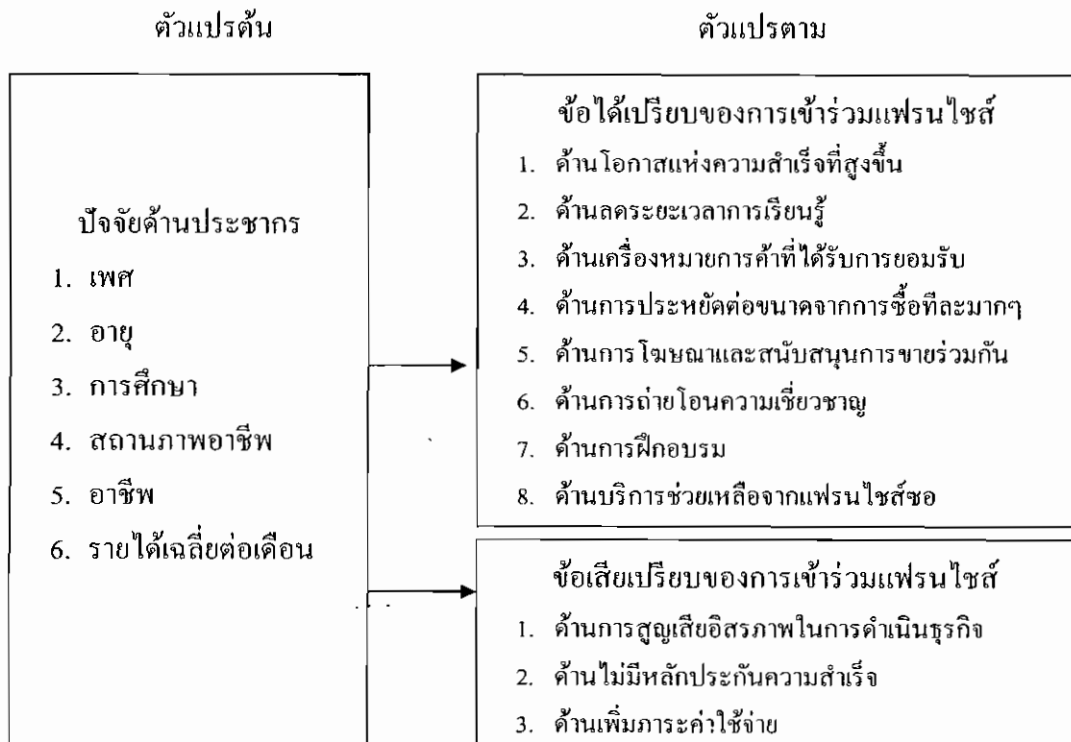
ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง เป็นการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ การศึกษาวิจัย ซึ่งได้เปรียบเสียเปรียบของการเข้าร่วมเฟรนไชส์ธุรกิจเฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยแบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจเฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้ ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อที่ละมาก ๆ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจาก เฟรนไชส์ซอ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมเฟรนไชส์ ได้แก่ ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs หมายถึง ผู้ที่ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม ซึ่งเป็น ผู้ประกอบการ SMEs แบ่งเป็น 5 รายการ ดังนี้

1. ผู้ว่างงาน ที่มีความตั้งใจ หรือมีความพร้อมที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจ
2. นักศึกษาจบใหม่ ซึ่งมีแนวคิด และตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
3. ผู้ประกอบการ ที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจในระยะ 1-3 ปีที่ผ่านมา แต่ธุรกิจยังไม่เข้มแข็ง

จำเป็นต้องได้รับความรู้ และการบ่มเพาะในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง

4. ทายาทเจ้าของกิจการ ที่เตรียมตัวเข้ารับการสืบทอดกิจการ หรือร่วมบริหารกิจการด้วยการขยายกิจการ หรือจัดตั้งธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง

5. ผู้ประกอบอาชีพอื่นอยู่แล้ว เช่น ข้าราชการ พนักงาน ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ (เช่น สถาปนิก ทนายความ ฯลฯ) หรือผู้รับจ้างอิสระแต่ตั้งใจจะเปลี่ยนมาเป็นผู้ประกอบการ

ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว หมายถึง กิจการที่ซื้อแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว โดยดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนรับจองโรงแรม จำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รับทำประกันเดินทาง จำหน่ายบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยขยายธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ เพื่อต้องการให้ผู้ที่สนใจทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ หมายถึง ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ร่วมกันของบุคคล 2 ฝ่าย โดยที่ฝ่ายหนึ่งขาดซึ่งความรู้ ความชำนาญ คือ แฟรนไชซี และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ คือ แฟรนไชซอร์ หากแฟรนไชซอร์ไม่สามารถสร้างให้แฟรนไชซีประสบความสำเร็จได้ เป็นการยากที่แฟรนไชซอร์จะประสบความสำเร็จได้เช่นกัน ในทางกลับกัน หากแฟรนไชซีประสบความสำเร็จแล้วผลพลอยได้ส่งผลกระทบต่อแฟรนไชซอร์ได้เช่นกัน การเข้าร่วมแฟรนไชส์ จึงน่าจะมีข้อได้เปรียบ ดังนี้

1. โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ในการทำธุรกิจใด ๆ ย่อมมีความเสี่ยงที่จะไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากมาย แต่แนวคิดของการทำแฟรนไชส์ (Franchising) คือการดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ผ่านกระบวนการพัฒนาของแฟรนไชซอร์มาเป็นระยะเวลาแรมปี และยังสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้โดยเป็นที่ยอมรับของตลาดซึ่งแสดงให้เห็นถึงความชำนาญและประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ดังนั้น โอกาสประสบความสำเร็จในฐานะแฟรนไชซีจึงมีสูงกว่าการประกอบธุรกิจอิสระของตัวเอง

2. ย่นระยะเวลาการเรียนรู้ แฟรนไชซอร์ได้ทุ่มเทเวลาและเงินเป็นจำนวนไม่น้อยเพื่อที่จะสร้างและพัฒนาระบบพร้อมกับได้บันทึกขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

มาแล้วในระยะหนึ่งออกมาเป็นคู่มือ ซึ่งแฟรนไชซีจะได้รับประโยชน์จากการถ่ายทอดความ
 2. ศึกษาวินัยและประสบการณ์ความรู้ที่ถูกรวบรวมไว้จากแฟรนไชซอร์ ดังนั้นจึงเป็นการ
 ประหยัดเวลาในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว สามารถเริ่มต้นธุรกิจ
 ได้ในทันทีและมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น เนื่องจากไม่เกิดการลองผิดลองถูก

3. เครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ถือเป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของทุก
 ๆ ธุรกิจ และเป็นสิ่งที่จะต้องเรียกว่ามีค่าสูงสุดในบรรดาทรัพย์สินต่าง ๆ หากธุรกิจนั้นประสบ
 ความสำเร็จ ทั้งนี้ เพราะเครื่องหมายการค้าเป็นเสมือนตัวแทนของธุรกิจต่อสายตาผู้บริโภค เป็น
 เครื่องหมายที่แสดงถึงควมมีคุณภาพมาตรฐาน หรือความแตกต่างของสินค้าหรือบริการของแต่ละ
 ธุรกิจ ดังนั้นแฟรนไชซี ย่อมได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า/ บริการที่ได้รับการยอมรับใน
 ตลาดแล้วไปด้วย ทำให้การเริ่มต้นของธุรกิจของแฟรนไชซีเป็นไปได้รวดเร็วกว่าเพราะไม่ต้อง
 สร้างเครื่องหมายการค้าใหม่มาทำตลาดในพื้นที่ดังกล่าว

4. การประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละมาก ๆ ผู้ประกอบกิจการขนาดย่อมโดยทั่วไป
 มักจะพบว่าเป็นเรื่องยากสำหรับตนจะสามารถซื้อสินค้าและบริการในราคาถูก เนื่องจากปริมาณใน
 การสั่งซื้อที่น้อย อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการทำแฟรนไชส์ (Franchising)

แฟรนไชซอร์สามารถรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าของแฟรนไชซีเข้าด้วยกันและเพิ่ม
 อำนาจการต่อรองทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการในต้นทุนที่ถูกลง แฟรนไชซีย่อมได้รับสินค้า
 หรือวัตถุดิบในราคาที่ถูกลงตามไปด้วยซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

5. การโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน โดยทั่วไปแล้วธุรกิจที่มีขนาดใหญ่เพียงพอ
 เท่านั้น จะสามารถรองรับค่าใช้จ่ายในการโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาที่อาศัยสื่อราคาแพง ๆ
 เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ ธุรกิจอิสระขนาดเล็กเป็นจำนวนมากที่มีจำนวนสาขาน้อย
 มีเงินทุนไม่พอที่จะใช้จ่ายการโฆษณาจึงเกิดขึ้นได้ยาก โดยเฉพาะการโฆษณาในระดับภาคหรือ
 ระดับประเทศ ดังจะเห็นตัวอย่างของร้านอาหารต่าง ๆ ในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งก็เป็นผู้นำในตลาดมีผู้คน
 มากมายเป็นลูกค้า แต่ไม่สามารถจะลงทุนการโฆษณาเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ได้

6. การถ่ายโอนความเชี่ยวชาญโดยปกติแฟรนไชซอร์ จะมีการสั่งสมประสบการณ์และ
 ความชำนาญในการประกอบธุรกิจ เมื่อมีการขายสิทธิ์ แฟรนไชซอร์จะให้ความสนใจกับการ
 ถ่ายทอดความรู้ต่อแฟรนไชซี เพื่อส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ เพราะความสำเร็จและผลกำไร
 ของแฟรนไชซีย่อมเกี่ยวกับความสำเร็จของแฟรนไชซอร์ด้วยโดยตรง

7. การฝึกอบรม แฟรนไชซีย่อมได้รับการฝึกอบรมและแนะแนวทางจากแฟรนไชซอร์
 เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการได้ดีขึ้นภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียว

8. บริการช่วยเหลือจากแฟรนไชซอ แฟรนไชซีสามารถรับบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชซอในต้นทุนที่ต่ำ ตัวอย่างเช่น ความช่วยเหลือในการรับสมัครพนักงานทำบัญชี ย้ายที่ตั้งไปสู่ทำเลที่ดีขึ้น และอื่น ๆ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ หมายถึง แม้ว่าการทำแฟรนไชส์ (Franchising) จะเป็นแนวคิดที่ดีแต่ก็ไม่ได้เป็นรูปแบบที่ดีที่สุดเนื่องจากการทำแฟรนไชส์ยังมีข้อจำกัดหรือไม่เหมาะสมสำหรับบางคน ในเรื่องต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

1. สูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ดังที่ได้กล่าวแล้ว แนวคิดของการทำแฟรนไชส์คือการดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ได้รับ การพัฒนาจากแฟรนไชซอ ตามรูปแบบที่กำหนดไว้เท่านั้นที่จะเป็นเครื่องรับรองความสำเร็จของของแฟรนไชซี ดังนั้นแฟรนไชซีจึงไม่มีอิสรภาพเต็มที่ต่อการตัดสินใจ เช่น ควรขายสินค้าอะไรที่ราคาเท่าใด หรือเมื่อไหร่ที่จะเสนอขายสินค้าลดราคาและอื่น ๆ นอกจากนี้แฟรนไชซียังไม่สามารถตัดสินใจกระทำการใด ๆ เพียงลำพังได้ เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแฟรนไชซอหรือของแฟรนไชซีรายอื่น ๆ อย่างไรก็ตามยังมี แฟรนไชซอจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญในการปรึกษาหารือกับแฟรนไชซีอย่างสม่ำเสมอเพื่อทราบความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น

2. ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ ในเรื่องนี้ ทั้งที่ในแง่ของแนวคิดแล้ว แฟรนไชส์นั้นจะดูดีก็ตาม เนื่องจากความเสี่ยงทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นได้หลายปัจจัย ที่ทำให้ประสบความสำเร็จล้มเหลว ทั้งที่เกิดจากตัวแฟรนไชซีเอง หรือเกิดจากแฟรนไชซอ เช่น เรื่องการขาดเงินทุนที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ขาดวิสัยทัศน์ในการเลือกทำเลที่ตั้ง แหล่งระบายสินค้าไม่เหมาะสม การปฏิบัติที่แฟรนไชซีไม่สามารถปฏิบัติตามระบบของแฟรนไชส์ซอ หรือคุณสมบัติของแฟรนไชซอยังไม่เพียงพอเนื่องจากมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยังไม่ได้พิสูจน์ความสำเร็จ หรือได้รับการยอมรับจากตลาด เป็นต้น

3. ค่าใช้จ่ายสูง แฟรนไชซี ต้องเสียค่าใช้จ่ายล่วงหน้า เพื่อการได้มาซึ่งสิทธิ์ในการประกอบกิจการ และยังมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น เงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า ค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่ายเป็นประจำสำหรับบริการสนับสนุนที่ได้รับจากแฟรนไชซอ เมื่อรวมค่าใช้จ่ายเหล่านี้เข้าด้วยกันจะพบว่าเป็นจำนวนเงินที่สูง ซึ่งเงินจำนวนนี้จะคุ้มค่าต่อการลงทุนก็ต่อเมื่อ แฟรนไชซีได้รับผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน อย่างไรก็ตามควรพิจารณาว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาอย่างรอบคอบ ก่อนตัดสินใจลงนามในสัญญาที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่ต้องจ่ายให้กับแฟรนไชซอ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์
2. ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด
4. การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์

แฟรนไชส์ หมายถึง สัมปทาน ดังนั้น กิจการแฟรนไชส์ อาจเรียกอีกอย่างว่า ธุรกิจสัมปทาน คือธุรกิจที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 กลุ่มขึ้นไปหรือมากกว่า ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่รับผิดชอบต่างกัน แต่จะส่งเสริมซึ่งกันและกันในระบบธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์จะกระจายสินค้าหรือบริการ ไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ (บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด, 2554)

ในปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์เป็นที่นิยมมาก มีกิจการหลายกิจการที่กำเนิดจากธุรกิจแฟรนไชส์ เพราะการดำเนินงานในธุรกิจประเภทนี้ จะมีบริษัทแม่คอยแนะนำให้ความช่วยเหลือเป็นผู้เตรียมใบอนุญาต เทคนิคการผลิต การบริหารงาน ขายให้กับผู้ซื้อ สำหรับแฟรนไชส์หรือผู้ซื้อสัมปทาน เพื่อซื้อสิทธิในการเป็นเจ้าของ และดำเนินงานในลักษณะเดียวกับที่บริษัทแม่ได้วางรูปแบบไว้ ซึ่งธุรกิจที่เป็นบริษัทแม่ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จ มีแนวทางในการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไปที่มีความต้องการจะเป็นเจ้าของธุรกิจดังกล่าว ดังนั้น จากลักษณะของธุรกิจแฟรนไชส์จึงมีผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้ 2 ฝ่าย คือ

1. แฟรนไชเซอร์ (Franchisors) หรือเจ้าของธุรกิจ คือผู้ให้สัมปทานซึ่งเป็นผู้ให้ยืมเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) หรือชื่อทางการค้า (Trade Name)
2. แฟรนไชซี (Franchisees) คือ ผู้ขอรับสัมปทาน ซึ่งเป็นผู้จ่ายค่าธรรมเนียม (Royalty) และค่าธรรมเนียมขั้นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการทำธุรกิจภายใต้ชื่อ และระบบของเจ้าของแฟรนไชส์ ตามหลักการสัญญาที่ผูกพันคู่สัญญา คือ การทำแฟรนไชส์

หน้าที่ของผู้ลงทุนทำแฟรนไชส์

1. จ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise Fee) ให้กับเจ้าของแฟรนไชส์ (Franchisor) เป็นเงินก้อนแรกตามที่ตกลงกัน
2. เตรียมหาเงินลงทุน
3. เลือกหาทำเล ที่ตั้งร้านค้าที่ดีที่สุด
4. เข้ารับการฝึกอบรมจากวิทยากร ทั้งในห้องอบรม และสถานที่ทำงานจริง

ปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย มีทั้งส่วนที่เป็นสาขาจากต่างประเทศ เช่น กิจการจำหน่ายสินค้าประเภทจานด่วน (Fast Food) ได้แก่ เคเอฟซี แมคโดนัลด์ พิชซ่าฮัท ฯลฯ กิจการจำหน่ายสินค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ เซเว่น-อีเลฟเว่น ไทเกอร์มาร์ต สตาร์ชอร์ป ฯลฯ และธุรกิจแฟรนไชส์ที่กำเนิดโดยคนไทยเอง เช่น เลมอนฟาร์ม ลูกชิ้นแชมป์ ชายสี่บะหมี่เกี๊ยว ข้าวมันไก่เจมส์ ฯลฯ

คุณสมบัติที่ดีของแฟรนไชส์ซอร์

ในแง่ธุรกิจจะต้องมีกรอบแนวคิดทางธุรกิจ (Business Concept) ที่ดีมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจและมีระบบการบริหารจัดการที่ดีพอสำหรับรองรับการขยายการเติบโตในอนาคต และที่สำคัญที่สุด ธุรกิจจะต้องประสบความสำเร็จมีผลประกอบการที่มีกำไรคุ้มค่ากับการลงทุน และในแง่ของบุคคลคือตัวผู้บริหารเจ้าของแฟรนไชส์ซอร์ จะต้องมีคุณสมบัติเป็นผู้ที่มีความยืดหยุ่นสูง มีความประนีประนอมและมีความอดทนในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันที่จะเกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ผู้บริหารยังจำเป็นจะต้องเป็นนักขายที่เก่งและเป็นนักบริหารจัดการที่ดีที่เก่งทั้งการบริหารงานและบริหารคนอีกด้วย

ธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ จะต้องมีตลาดที่ใหญ่พอที่จะสร้างยอดขายจำนวนมากและตลาดจะต้องกว้างพอที่จะขยายการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ลักษณะแฟรนไชส์ที่ดีจะต้องมีระบบที่ถูกต้อง การบริหารจัดการที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน สามารถทำงานได้ง่าย แต่ธุรกิจที่ดีจะต้องมี Know How เฉพาะเป็นของตัวเองที่คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ธุรกิจที่เหมาะสมกับระบบแฟรนไชส์ ได้แก่ ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าปลีกประเภทสะดวกซื้อ บริการที่เกี่ยวข้องกับบ้านและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ เป็นต้น

การเติบโตของแฟรนไชส์

จำนวนแฟรนไชส์ในเมืองไทยมีประมาณ 300 - 500 ราย เป็นแฟรนไชส์ของคนไทย 70 % อีก 30 % เป็นแฟรนไชส์ของต่างประเทศ ธุรกิจแฟรนไชส์ในเมืองไทยมีอัตราการเติบโตอย่างน้อย 20 % ทุกปี โดยส่วนใหญ่จะเป็นแฟรนไชส์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนแฟรนไชส์

ต่างประเทศ ที่เริ่มจะเข้ามาได้แก่ แฟรนไชส์ประเภทบริการ เช่น บริการเกี่ยวกับรถยนต์ บริการเกี่ยวกับบ้านและบริการในแนวที่แปลกใหม่มากขึ้น

การสร้างระบบงานแบบแฟรนไชส์นั้น สภาพการบริหารงานจะเป็นเสมือนหนึ่งเป็นการสร้างสาขาของบริษัทเอง ดังนั้น การบริหารการจัดการจะต้องเหมือนเป็นร้านค้าของบริษัทด้วย เพียงแต่การลงทุนเป็นของแฟรนไชส์เท่านั้น ดังนั้นการทำรูปแบบแฟรนไชส์ที่ต้องการดูแลที่ดี จึงต้องมีค่าใช้จ่ายและทีมงานที่เพียงพอ รวมถึงผลกำไรของบริษัทแม่ในการดูแลธุรกิจทั้งหมด

ดังนั้นธุรกิจแฟรนไชส์จะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ

1. มีผู้ซื้อและขายแฟรนไชส์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝ่าย ก็คือ แฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซี ซึ่งมีการตกลงร่วมในการทำธุรกิจร่วมกัน
2. เครื่องหมายการค้า หรือ บริการ มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีรูปแบบระบบธุรกิจ และใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน ระบบการจัดการธุรกิจอาจจะเป็นเครื่องมือ หรือคิดสูตรขึ้นมาเอง ในการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมีมาตรฐานที่อยู่ในตราสินค้า (Brand) เดียวกัน
3. มีการจ่ายค่าตอบแทนอย่างน้อย 2 อย่างคือ ค่าแรกเข้าในการใช้เครื่องหมายการค้า (Franchise Fee) และค่าตอบแทนผลการดำเนินการ (Royalty Fee)

ประเภทของแฟรนไชส์

1. Product or Brand Franchise เป็นระบบแฟรนไชส์ที่ให้สิทธิ เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแฟรนไชส์ซอร์ รวมถึงการให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายทางการค้าของผู้ผลิต
2. Business Format Franchise เป็นระบบแฟรนไชส์ที่ให้สิทธิ เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแฟรนไชส์ซอร์ รวมถึงให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตเพื่อขายสินค้าหรือบริการ โดยมีการถ่ายทอดในวิธีการดำเนินธุรกิจแบบร้านมาตรฐาน
3. Conversion Franchise เป็นระบบแฟรนไชส์ที่ให้สิทธิ เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแฟรนไชส์ซอร์ รวมถึงการให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายทางการค้าของผู้ผลิต โดยผู้ผลิตได้เปลี่ยนธุรกิจที่มีอยู่เดิมแล้วให้เปลี่ยนมาใช้ในรูปแบบใหม่

การให้สิทธิแฟรนไชส์

การให้สิทธิแฟรนไชส์ อาจแบ่งรูปแบบได้ 3 แบบดังนี้

1. แฟรนไชส์แบบบุคคลหรือแฟรนไชส์หน่วยเดียว (Individual Franchise or Single Unit Franchise) แฟรนไชส์ประเภทนี้เป็นรูปแบบการให้สิทธิแฟรนไชส์แก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด หรือนิติบุคคลองค์กรใดในการดำเนินธุรกิจที่ได้รับสิทธิจากแฟรนไชส์ซอร์เพียงแค่ 1 แห่ง ภายในทำเลที่ตั้งหรือพื้นที่ภูมิประเทศที่กำหนดขึ้นตามสัญญา รูปแบบการให้สิทธิแบบนี้ นิยมใช้กันมากในแฟรนไชส์หลายประเภท ทั้งนี้เพราะเป็นรูปแบบที่ง่ายในการเริ่มต้น โดยแฟรนไชส์ซอร์ โดยเฉพาะ

ในช่วงเริ่มต้นของการเริ่มขยายธุรกิจด้วยแฟรนไชส์ อีกทั้งยังช่วยให้แฟรนไชส์ซอร์สามารถให้การสนับสนุนและเรียนรู้ข้อผิดพลาดของการทำแฟรนไชส์ได้โดยตรงจากสาขาต้นๆ ทำให้การปรับปรุงพัฒนา แก้ไข ทำได้ นอกจากนี้การทำแฟรนไชส์ประเภทนี้ยังช่วยให้การหาผู้สนใจเกิดขึ้นได้ง่ายกว่า เพราะขนาดการลงทุนเพียง 1 แห่ง จะต่ำกว่าการลงทุนหลายๆ แห่ง ทำให้แฟรนไชส์ที่มีการลงทุนต่อหน่วยที่สูง เช่น ร้านฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศ หรือแม้แต่แฟรนไชส์ที่มีโอกาสทางการตลาดในอนาคตนิยมใช้กันสำหรับแฟรนไชส์ซอร์ ก็มักจะนิยมใช้รูปแบบของแฟรนไชส์ประเภทนี้ เพื่อไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์เสียโอกาสในอนาคต หรือคิดค่าสิทธิสูงเกินไป กับแฟรนไชส์ซี อันเนื่องมาจากรวมค่าเสียโอกาสในอนาคตไว้ด้วย ซึ่งจะเป็นผลให้มูลค่าการลงทุนของแฟรนไชส์ซีแต่ละรายสูงไปด้วย

2. แฟรนไชส์แบบหลายหน่วยหรือแบบพัฒนาพื้นที่ (Multiunit Franchise or Area Development Franchise) แฟรนไชส์ประเภทนี้ เป็นรูปแบบการให้สิทธิแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล องค์กรต่าง ๆ ในลักษณะการกำหนดเป็นพื้นที่รับสิทธิ ที่จะสามารถดำเนินธุรกิจที่ได้รับสิทธิมาจากแฟรนไชส์ซอร์มากกว่า 1 แห่ง ตามจำนวนที่ได้ตกลงกัน รูปแบบการให้สิทธิเช่นนี้หลายท่านคงเข้าใจได้ง่ายว่า การเติบโตของการขยายตัวในแฟรนไชส์จะเป็นไปได้รวดเร็วกว่าแบบแรก หากแฟรนไชส์ซอร์คัดเลือกได้แฟรนไชส์ซีที่มีกำลังเงินทุนในการเปิดสาขากิจการได้พร้อม ๆ กัน ในเวลาอันสั้นที่ได้กำหนดไว้

3. แฟรนไชส์แบบ Subfranchise รูปแบบการให้แฟรนไชส์ประเภทนี้เป็นการให้สิทธิแก่บุคคล หรือ กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล ในพื้นที่รับสิทธิที่กำหนดเพื่อให้บุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลดังกล่าว ทำการขยายการให้สิทธิหน่วยย่อยแบบ Individual Franchise หรือ Multiunit Franchise แก่บุคคลอื่นในพื้นที่ต่อไป ในบางกรณีก็มีการเรียกผู้รับสิทธิประเภทนี้ว่า Subfranchise ก็จัดอยู่ในการให้สิทธิประเภทนี้ด้วย การให้สิทธิในลักษณะนี้เป็นการให้สิทธิที่มักจะเหมาะสมกับพื้นที่อยู่ห่างไกล ซึ่งแฟรนไชส์ซอร์ไม่สามารถให้บริการ หรือให้การสนับสนุน ได้ดี จึงจัดรูปแบบการให้สิทธิแก่บุคคลอื่นที่สามารถจะดำเนินงานดูแลงาน สนับสนุนบริการของตนในพื้นที่นั้นในลักษณะ เป็นตัวแทนของตน (Subfranchise) จากนั้นจึงดำเนินการจัดหาคัดเลือกแฟรนไชส์ซีอีกต่อหนึ่ง

สิทธิที่ให้ตามสัญญา บรรดาเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรือ โนว์ฮาว (Know-How) ทั้งหลายนี้ถือเป็นหัวใจของธุรกิจแฟรนไชส์ และจะต้องติดมากับแฟรนไชส์เสมอ

ข้อตกลงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สินค้าหรือบริการที่ต้องซื้อเข้ามาเข้าร้านเมื่อเป็นแฟรนไชส์ซีแล้วนั้น มีข้อผูกมัดอะไรหรือไม่ การเปิดเผยข้อบังคับเหล่านี้จะต้องให้แฟรนไชส์ซีรับทราบก่อนดำเนินการทางธุรกิจ หรือแฟรนไชส์ซีมีสิทธิกำหนดราคาได้เอง ถ้ากำหนดราคาขึ้นสูง

หรือขั้นต่ำ นอกจากนี้แฟรนไชส์ซอร์ที่ได้รับเงินหรือผลประโยชน์ตอบแทนจากผู้ผลิตสินค้า หรือบริการที่นำมาขายให้กับแฟรนไชส์ซี จะเรียกว่าค่าคอมมิชชั่นหรือคิกแบ็ก (Kick Back) ต้องเปิดเผย

สิทธิตามมาตรฐานแฟรนไชส์ หมายถึง แฟรนไชส์ที่มาจากต่างประเทศ คนที่สิทธินำเข้า และขายแฟรนไชส์ในประเทศต่อเรียกว่า "ซับแฟรนไชส์ซอร์" (SUBFRANCHISOR) ส่วนสัญญาแฟรนไชส์เรียกว่า "มาตรฐานแฟรนไชส์" (MASTER FRANCHISE) สิทธิตามมาตรฐานแฟรนไชส์เป็นสิทธิหลัก ดังนั้นหากสิทธิตามมาตรฐานแฟรนไชส์ต้องหยุดกิจการก็จะกระทบต่อแฟรนไชส์ซีที่ซื้อแฟรนไชส์มาอีกทอดหนึ่ง ดังนั้นต้องเปิดเผยข้อมูลของเจ้าของแฟรนไชส์ต่างประเทศให้แฟรนไชส์ในประเทศรู้ด้วย

การโอนสิทธิแฟรนไชส์ หากแฟรนไชส์ซีจะโอนกิจการของตนให้ผู้อื่นทำได้ใหม่ การโอนกิจการให้คนอื่นมีเงื่อนไขอย่างไรบ้าง แฟรนไชส์ซีหาผู้รับโอนเองได้หรือไม่ หรือต้องได้รับความยินยอมจากแฟรนไชส์ซอร์ก่อน ต้องขอใช้อะไรให้แฟรนไชส์ซอร์หรือไม่ สิ่งเหล่านี้ต้องเปิดเผยให้ผู้สนใจทราบล่วงหน้า

การต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ เงื่อนไขหรือหลักเกณฑ์ในการต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์อย่างไร เช่นในกรณีใดบ้างที่แฟรนไชส์ซอร์จะไม่ต่อสัญญาให้ หรือแฟรนไชส์ซีที่ต้องการต่อสัญญาต้องบอกก่อนล่วงหน้านานเท่าไร หรือเมื่อได้รับแจ้งว่าแฟรนไชส์ซีอยากต่อสัญญา แฟรนไชส์ซอร์ต้องตอบกลับภายในเวลาเท่าไร

พื้นที่ที่ได้สิทธิทำแฟรนไชส์ ขอบเขตพื้นที่ของแฟรนไชส์ซี พื้นที่ที่ไม่มีร้านแฟรนไชส์อื่นมาแข่งขัน ส่วนใหญ่ในเรื่องนี้จะกำหนดไว้ชัดเจนในสัญญา เช่น ระบุว่าในรัศมี 2 ก.ม. จากร้านของแฟรนไชส์ซี แฟรนไชส์ซอร์จะไม่อนุญาตให้คนอื่นมาเปิดร้านแฟรนไชส์แข่งขัน แต่บางแฟรนไชส์ก็กำหนดไว้เล็กน้อยเช่นภายในรัศมี 500 เมตร เป็นต้น การกำหนดขนาดของพื้นที่ถึงต้องอาศัยสถิติและตัวเลขพอสมควร ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านแฟรนไชส์นั้นจะมีอย่างน้อยแค่ไหน พื้นที่ที่กำหนดคงต้องให้มากพอที่ร้านนั้นจะมีกำไรอยู่ได้

ข้อจำกัดสิทธิของแฟรนไชส์ซี ข้อจำกัดสิทธิในการทำธุรกิจของแฟรนไชส์ซี ส่วนใหญ่ห้ามขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าใดกลุ่มหนึ่งโดยระบุเจาะจง สินค้าหรือบริการที่จะเอาเข้ามาขายในร้านจะจำกัดเฉพาะที่มีเครื่องหมายการค้าของแฟรนไชส์ซอร์เท่านั้น แต่บางแห่งก็มีข้อจำกัดประเภทของสินค้าที่นำมาขายด้วย

สิทธิบอกเลิกสัญญา แฟรนไชส์ซีที่เลิกสัญญาไปแล้ว ธุรกิจแฟรนไชส์มักจะกำหนดให้แฟรนไชส์ซียังคงต้องเก็บรักษาความลับในธุรกิจแฟรนไชส์นั้นต่อไปอีกระยะหนึ่ง การห้ามแฟรนไชส์ซีทำธุรกิจประเภทเดียวกันแข่งกับแฟรนไชส์นั้น อาจมีช่วงกำหนดระยะเวลาที่ห้าม รวมถึง

พื้นที่ที่ห้ามทำธุรกิจแข่งขัน เงื่อนไขเหล่านี้ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะอาจผิดกฎหมาย
ป้องกันการผูกขาดได้ ในประเทศไทยก็คือ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 254

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ หมายถึง ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ร่วมกัน
ของบุคคล 2 ฝ่าย โดยที่ฝ่ายหนึ่งขาดซึ่งความรู้ ความชำนาญ คือ แฟรนไชซี และอีกฝ่ายหนึ่งเป็น
ผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ คือ แฟรนไชซอร์ หากแฟรนไชซอร์ไม่สามารถสร้างให้แฟรนไชซี
ประสบความสำเร็จได้ เป็นการยากที่แฟรนไชซอร์จะประสบความสำเร็จได้เช่นกัน ในทางกลับกัน
หากแฟรนไชซีประสบความสำเร็จแล้วช่วยส่งผลกระทบต่อแฟรนไชซอร์ได้เช่นกัน การเข้าร่วม
แฟรนไชส์ จึงน่าจะมีข้อได้เปรียบ ดังนี้

1. โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ในการทำธุรกิจใด ๆ ย่อมมีความเสี่ยงที่จะไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากมาย แต่แนวคิดของการทำ
แฟรนไชส์ (Franchising) คือการดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ผ่านกระบวนการพัฒนาของแฟรนไชซอร์
มาเป็นระยะเวลาแรมปี และยังสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้โดยเป็นที่ยอมรับของตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความชำนาญและประสบการณ์ในการประกอบการ ดังนั้น โอกาสประสบความสำเร็จใน
ฐานะแฟรนไชซีจึงนับว่ามีสูงกว่าการประกอบธุรกิจอิสระของตัวเอง

2. ลดระยะเวลาการเรียนรู้ แฟรนไชซอร์ได้ทุ่มเทเวลาและเงินเป็นจำนวนไม่น้อยเพื่อที่จะ
สร้างและพัฒนาระบบพร้อมกันได้ทันทีขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ
มาแล้วในระยะหนึ่งออกมาเป็นคู่มือ ซึ่งแฟรนไชซีจะได้รับประโยชน์จากการถ่ายทอดความ
เชี่ยวชาญและประสบการณ์ความรู้ที่ถูกรวบรวมไว้จากแฟรนไชซอร์ ดังนั้นเป็นการประหยัดเวลา
ในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ในทันที
และมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น เนื่องจากไม่เกิดการลองผิดลองถูก

3. เครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ เครื่องหมายการค้า/ บริการ เป็นทรัพย์สินที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของทุกๆ ธุรกิจ และเป็นสิ่งที่จะเรียกได้ว่ามีค่าสูงสุดในบรรดาทรัพย์สิน
ต่างๆ ยิ่งเมื่อธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ เพราะเครื่องหมายการค้าเป็นเสมือนตัวแทนของ
ธุรกิจต่อสายตาผู้บริโภค เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงควมมีคุณภาพมาตรฐาน หรือความแตกต่าง
ของสินค้าหรือบริการของแต่ละธุรกิจ ธุรกิจแฟรนไชส์ก็เช่นกัน เนื่องจากเครื่องหมายการค้าเป็น
สิ่งจำเป็นที่ควบคู่ไปกับการให้สิทธิ ดังนั้น เมื่อธุรกิจของแฟรนไชซอร์ได้ผ่านการดำเนินการมาเป็น
ระยะเวลาหนึ่ง ตราหรือเครื่องหมายการค้า/ บริการของแฟรนไชซอร์ย่อมเป็นที่คุ้นเคยและยอมรับ
ในระดับหนึ่งของผู้บริโภค ซึ่งแฟรนไชซี ย่อมได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า/ บริการที่

ได้รับการยอมรับในตลาดแล้วไปด้วย ทำให้การเริ่มต้นของธุรกิจของแฟรนไชซีเป็นไปได้รวดเร็ว
กว่าเพราะไม่ต้องสร้างเครื่องหมายความการค้าใหม่มาทำตลาดในพื้นที่ดังกล่าว

4. การประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละมาก ๆ ผู้ประกอบกิจการขนาดย่อมโดยทั่วไป มักจะพบว่าเป็นเรื่องยากสำหรับตนจะสามารถซื้อสินค้าและบริการในราคาถูกลง เนื่องจากปริมาณ ในการสั่งซื้อที่น้อย อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการทำแฟรนไชส์ แฟรนไชส์ซอสามารถรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าของแฟรนไชซีเข้าด้วยกันและเพิ่มอำนาจการต่อรองทำให้สามารถซื้อสินค้าและ บริการในต้นทุนที่ถูกลง แฟรนไชซีซอ่อมได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบในราคาที่ถูกลงตามไปด้วย ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

5. การโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกันโดยทั่วไปแล้วธุรกิจที่มีขนาดใหญ่เพียงพอ เท่านั้น จะสามารถรองรับค่าใช้จ่ายในการโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาที่อาศัยสื่อราคาแพง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ ธุรกิจอิสระขนาดเล็กเป็นจำนวนมากที่มีจำนวนสาขาน้อย มี เงินทุนไม่พอที่จะใช้จ่ายการโฆษณาจึงเกิดขึ้นได้ยาก โดยเฉพาะการโฆษณาในระดับภาคหรือ ระดับประเทศ ดังจะเห็นตัวอย่างของร้านอาหารต่าง ๆ ในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งก็เป็นผู้นำในตลาดมีผู้คน มากมายเป็นลูกค้า แต่ไม่สามารถจะลงทุนการโฆษณาเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ได้

6. การถ่ายโอนความเชี่ยวชาญโดยปกติแฟรนไชส์ซอ จะมีการส่งมอบประสบการณ์ และความชำนาญในการประกอบธุรกิจ เมื่อมีการขายสิทธิ์ แฟรนไชส์ซอจะให้ความสนใจกับการถ่ายทอดความรู้ต่อแฟรนไชซี เพื่อส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ เพราะความสำเร็จและ ผลกำไรของแฟรนไชซีซอ่อมเกี่ยวกับความสำเร็จของแฟรนไชส์ซอด้วยโดยตรง

7. การฝึกอบรม แฟรนไชซีซอ่อมได้รับการฝึกอบรมและแนะนำแนวทางจากแฟรนไชส์ซอ เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการได้ดีขึ้นภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียว

8. บริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ แฟรนไชซีสามารถรับบริการช่วยเหลือ จากแฟรนไชส์ซอในต้นทุนที่ต่ำ ตัวอย่างเช่น ความช่วยเหลือในการรับสมัครพนักงานทำบัญชี ย้าย ที่ตั้ง ไปสู่ทำเลที่ดีขึ้น และอื่น ๆ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ หมายถึง แม้ว่าการทำแฟรนไชส์ จะเป็นแนวคิด ที่ดีแต่ก็ไม่ได้เป็นรูปแบบที่ดีที่สุดเนื่องจากการทำแฟรนไชส์ยังมีข้อจำกัดหรือไม่เหมาะสมสำหรับ บางคน ในเรื่องต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

1. สูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แนวคิดของการทำแฟรนไชส์ คือ การดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ได้รับ การพัฒนาจากแฟรนไชส์ซอ ตามรูปแบบที่กำหนดไว้เท่านั้น ที่จะเป็นเครื่องรับรองความสำเร็จของของแฟรนไชซี ดังนั้นแฟรนไชซีจึงไม่มีอิสรภาพเต็มที่ต่อ

การตัดสินใจ เช่น ควรขายสินค้าอะไรที่ราคาเท่าใด หรือเมื่อไหร่ที่จะเสนอขายสินค้าลดราคาและอื่น ๆ นอกจากนี้แฟนไชส์ซียังไม่สามารถตัดสินใจกระทำการใดๆ เพียงลำพังได้เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแฟนไชส์ซอหรือของแฟนไชส์ซีรายอื่น ๆ อย่างไรก็ตามยังมีแฟนไชส์ซอจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญในการปรึกษาหารือกับแฟนไชส์ซออย่างสม่ำเสมอเพื่อทราบความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น

2. ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ ถึงแม้จะมีโอกาสสูงในการประสบความสำเร็จจากการซื้อแฟนไชส์ซี แต่อาจกล่าวได้ว่า ไม่มีหลักประกันที่แน่นอนในเรื่องนี้ ทั้งที่ในแง่ของแนวคิดแล้วแฟนไชส์ซีนั้นจะยุติก็ตาม เนื่องจากความเสี่ยงทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นได้หลายปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จล้มเหลว ทั้งที่เกิดจากตัวแฟนไชส์ซีเองหรือเกิดจากแฟนไชส์ซอ เช่น เรื่องการขาดเงินทุนที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ขาดวิสัยทัศน์ในการเลือกทำเลที่ตั้ง แหล่งระบายสินค้าไม่เหมาะสม การปฏิบัติที่แฟนไชส์ซีไม่สามารถปฏิบัติตามระบบของแฟนไชส์ซอ หรือคุณสมบัติของแฟนไชส์ซอยังไม่เพียงพอเนื่องจากมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยังไม่ได้พิสูจน์ความสำเร็จหรือได้รับการยอมรับจากตลาด เป็นต้น

3. เพิ่มภาระค่าใช้จ่าย แฟนไชส์ซี ต้องเสียค่าใช้จ่ายล่วงหน้า เพื่อการได้มาซึ่งสิทธิ์ในการประกอบกิจการ และยังมีค่าใช้จ่าย อื่น ๆ เช่น เงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า ค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่ายเป็นประจำสำหรับบริการสนับสนุนที่ได้รับจากแฟนไชส์ซอ เมื่อรวมค่าใช้จ่ายเหล่านี้เข้าด้วยกันจะพบว่าเป็นจำนวนเงินที่สูง ซึ่งเงินจำนวนนี้จะคุ้มค่าต่อการลงทุนก็ต่อเมื่อ แฟนไชส์ซีได้รับผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน อย่างไรก็ตามนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงนามในสัญญาที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่ต้องจ่ายให้กับแฟนไชส์ซอ

ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาเยือนท้องถิ่นของตนในยุคโลกาภิวัตน์ที่ข่าวสารไร้พรมแดนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็น การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำมาใช้ในการคำนวณต้นทุน-กำไรในการจัดธุรกิจท่องเที่ยวได้อีกด้วย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้ องค์กรการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (อังกฤษ: World Tourism Organization) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง โดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของ

ประเทศไทย ซึ่งนำรายได้จากประชาชนชาวไทย และชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทย (การท่องเที่ยว, 2554) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) (SIPA) เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะนำเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ (ICT) มาพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น จึงได้ผลักดันโครงการนำร่องด้วยการสร้างพื้นฐานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กระตุ้นให้กลุ่มท่องเที่ยวร่วมกันบริการนักท่องเที่ยวผ่านเครือข่าย คอมพิวเตอร์ ซึ่งนับเป็นตัวอย่างของการใช้เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ระดับสูงภายใต้ชื่อ "Tourism e-Commerce" (อังกฤษ: Tourism Collaborative Commerce) หรือการพาณิชย์เชิงร่วมมือบนธุรกิจท่องเที่ยวขยายโอกาสทางการค้าที่ช่วยเพิ่มรายได้สู่หน่วยธุรกิจ (การท่องเที่ยว, 2554)

ประเภทของการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรมเช่น สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงรวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวสปา
5. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่นการเดินทางไปเยี่ยมเยือนลูกค้า หรือ ดูผลงานและได้ไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้น ๆ ประมาณ 1-2 วัน

ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คำว่า "อุตสาหกรรม" ตามพจนานุกรม คือ "การกระทำสิ่งใด ๆ เพื่อให้เป็นสินค้า" แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ "กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง" อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไร ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการ เฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม มีองค์ประกอบดังนี้

"โรงงาน" หมายถึง คือ สถานที่ท่องเที่ยว ที่มีสถานที่และบริการที่สะดวก การคมนาคมเข้าถึงได้ไม่ยาก มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน แต่บางครั้ง ถนนที่ขรุขระ ฝนตกน้ำท่วม ไม่มีห้องน้ำ ต้องหาอาหารรับประทานเองก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มชอบไปผจญภัยเหมือนกัน ดังนั้น หน่วยงานราชการและประชาชนในท้องถิ่นต้องกำหนดรูปแบบลักษณะการท่องเที่ยวให้ ชัดเจน และที่สำคัญต้อง ไม่ทำเป็นการทำลายสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

• วัตถุประสงค์ คือ ทรัพยากรที่นักท่องเที่ยวสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวชอบไปสัมผัสอากาศหนาวทางภาคเหนือตอนบน ในช่วงเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ หน่วยงานราชการและประชาชนในท้องถิ่น ก็ต้องทะนุบำรุงธรรมชาติ ต้นไม้ดอกไม้เมืองหนาว ให้คงอยู่และบานในช่วงเวลาดังกล่าว การลงทุน คือ โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบสาธารณูปโภค น้ำไหล ไฟสว่าง มีโทรศัพท์ ถนนหนทางดี มีสถานพยาบาลเบื้องต้น มียานพาหนะ มีอาหารและที่พัก และที่สำคัญ คือ ห้องน้ำ แรงงาน คือ มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองขายของที่ระลึก มีแรงงาน รับจ้าง เช่น ลูกหาบรับจ้างขนของขึ้นภูกระดึง มีคนทำความสะอาด พนักงานบริการ ผลผลิต ธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ บริษัทนำเที่ยว รถเช่าเรือเช่า ร้านขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นั้น ๆ เช่น อุปกรณ์ดำน้ำ เสื้อผ้า

ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อ ก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิด งานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อม กับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้ เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาท และความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมือง มีดังต่อไปนี้

อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จาก การท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออก

อื่น ๆ รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วน ช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วน ช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจาก การท่องเที่ยว เช่น การผลิต หัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการ ผลิตอาหาร ไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ ทำรายได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยว ก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็น อุตสาหกรรมบริการ ที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัท นำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้าง ก่อสร้าง เป็นต้น การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็จะ ต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่ เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจาย ออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีการใช้วัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะ เป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้า หรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากสถิติที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยว นานาชาติของโลก ได้มีปริมาณที่เพิ่ม ขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยว นานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2527 กระจัน ก็คือนักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่าปริมาณการท่องเที่ยวที่ เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียง การเริ่มต้น เท่านั้นเพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการ ด้านการขนส่งที่สามารถขนส่ง ผู้โดยสาร ได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยว จึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูง ดังแต่ก่อนเท่านั้น

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นเรื่องของ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การ สหประชาชาติประกาศว่า "การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐสนับสนุน" อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือน การเกษตรอื่น ๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ

ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้าง
ขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจน
ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มี
ความยั่งยืนไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพ ฝนฟ้าอากาศดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรือ
อุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการ
สนับสนุน และหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรือ
อุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็น
สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมี
วัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดก
ตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ ฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทใน
การสร้างสรรคความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยว จากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีก
ภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้น ที่จะได้ช่วย สร้างสรรค
ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็จะต้องมี
ผู้ลงทุนในหลาย ๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
เป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคง ให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัย ทั้งชีวิตและ
ทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้

แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้าง
สันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่ มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความ
รู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไป
มาหาสู่กัน ผลก็คือ ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยว
ระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะ
ช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรี ให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

ลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. เป็นอุตสาหกรรมบริการสินค้าคือ บริการ ได้แก่ ความสะดวกในด้านต่าง ๆ เป็นสินค้า
ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้
2. เป็นอุตสาหกรรมที่สินค้าไม่อาจจัดส่งให้แก่ผู้ซื้อได้ ผู้ซื้อต้องเดินทางมาซื้อสินค้า
หรือใช้บริการด้วยตนเองไม่ว่าจะเป็นการขนส่ง ที่พักรวม หรือแหล่งท่องเที่ยว

3. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและจำหน่าย เพราะไม่ต้องใช้วัตถุดิบในการผลิตผลผลิตคือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วต้องการเพียงการจัดระบบ การอนุรักษ์ และการพัฒนาอย่างถูกวิธี ก็จะเป็นอุตสาหกรรมที่ให้ผลผลิตไม่มีวันสิ้นสุด

4. เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ แทบทุกประเภทก่อให้เกิดการลงทุน ทางอุตสาหกรรม การนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดทั้งทางด้านแรงงาน และวัตถุดิบ

5. เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างความเจริญและเสริมความมั่นคงปลอดภัยให้แก่ท้องถิ่น โดยเฉพาะท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

6. เป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งสร้างความจริงใจ มีผลต่อสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ

ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business)

พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มาตรา 3 นิยามคำว่า “ ธุรกิจนำเที่ยว ” หมายความว่า “ การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ที่พักนัจร และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว ”

ลักษณะของธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ ในปัจจุบันประเทศไทยมีกิจการท่องเที่ยวอยู่ ประมาณ 400 แห่ง กิจการดังกล่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. กิจการนำเที่ยวรับเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศอย่างเดียว (In – bound Operator)

2. กิจการนำเที่ยวคนในประเทศไปยังต่างประเทศ (Out – bound Operator)

2.1 กิจการนำเที่ยวภายในประเทศอย่างเดียว (Local operator)

2.2 กิจการนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Local & World wide Operator)

2.3 กิจการที่ดำเนินธุรกิจทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (General Travel Agent)

ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ตัวแทนสำนักท่องเที่ยว (Travel Agent) บุคคลหรือบริษัทที่มีความสามารถจัดการนำเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร การรับ-ส่งทั้งขาไปและขากลับ การนำสถานที่และงานอื่น ๆ ของการเดินทางซึ่งเป็นการบริการให้แก่สาธารณชน เช่น บริษัท นำเที่ยว จำกัด มีความชำนาญเบ็ดเสร็จทุกอย่าง สามารถดำเนินการเองได้

2. ผู้จัดนำเที่ยวให้กับลูกค้าโดยตรง (Tour Operator) บริษัทที่มีความชำนาญในการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาด ทางด้านการจัดการเดินทางไปพักผ่อนแบบ Inclusive Tour โดยเก็บเงินล่วงหน้าแล้วมอบให้ Travel Agent เป็นผู้ขาย แต่บางครั้งก็ลงมือขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

เช่น บริษัทหรือกลุ่มคนในพื้นที่ที่มีอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำน้ำ และเรือพร้อมในจังหวัดพังงา นำเที่ยว
 ดำน้ำดูปะการังที่หมู่เกาะสิมิลัน - หมู่เกาะสุรินทร์ ก็ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวจำกัด เป็นผู้ขายบัตร
 เพราะมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวแพร่หลายอยู่แล้ว ส่วนตนก็เป็นผู้จัดรายการรับทัวร์ชุดนี้ต่ออยู่ที่
 พังงา

3. บริษัทขายส่ง (Wholesaler) บริษัทที่มีความชำนาญในงานเดินทาง กิดและเสนอ
 โปรแกรมที่ จัดไว้แบบเหมาหรือจัดขึ้นตามแต่จะรับคำสั่งมาจากลูกค้าแล้วมอบให้ Travel Agent
 รับไปขายต่อ Wholesaler ต่างกับ Tour Operator คือ Wholesaler มักไม่เสนอรายการเดินทางต่อ
 บริษัทนำเที่ยวบ่อย ๆ แต่ Tour Operator จะเสนอขายให้แก่ Retailer ด้วย

การอบรมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2554, หน้า
 3 - 4) ได้ศึกษาการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานประกอบ ในภาพรวมปี
 2554 พบว่ามีสถานประกอบการที่ใช้อินเทอร์เน็ต ประมาณ 357,267 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 16.6
 ของจำนวนสถานประกอบการทั้งสิ้น และมีบุคลากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการปฏิบัติงานเป็นประจำ
 (เฉลี่ยอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ประมาณ 1.4 ล้านคน หรือเฉลี่ยประมาณ 4.0 คนต่อกิจการ โดยมี
 วัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสูงสุด รองลงมา
 ได้แก่ ใช้รับส่งข้อมูลทางอีเมลล์ และซื้อ/ ขายสินค้า และบริการหรือดำเนินธุรกิจทางการค้า
 สำหรับช่องทางในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้น ส่วนใหญ่เชื่อมต่อทาง xDSL รองลงมา ได้แก่
 เชื่อมต่อทาง Analogue Modem และ ISDN ทั้งนี้มีสถานประกอบการทั่วประเทศในปี 2554 มี
 การใช้เว็บไซต์ในการประกอบกิจการร้อยละ 6.1 เมื่อพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า
 สถานประกอบการที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับโรงพยาบาลมีสัดส่วนการใช้เว็บไซต์ในการประกอบ
 กิจการมากที่สุด คือ ร้อยละ 71.8 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ร้อยละ
 6.9 การก่อสร้าง ร้อยละ 6.8 การขนส่งทางบกและตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว ร้อยละ 6.4 ตามลำดับ
 ในขณะที่การผลิต มีเพียงร้อยละ 2.9

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และการท่องเที่ยวแห่ง
 ประเทศไทย (2555) เล็งเห็นถึงการกำหนดแผนงานในการเสริมสร้างศักยภาพ ผู้ประกอบการและ
 บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และจากการดำเนินงานของกลุ่มสารสนเทศการตลาด (กสต.)
 ได้จัดโครงการอบรมหลักสูตรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
 ท่องเที่ยวไทย (e - Marketing for Tourism SMEs) ที่ผ่านมา พบว่า ยังมีผู้ประกอบการท่องเที่ยว อีก
 เป็นจำนวนมากที่ต้องการความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อขยายช่อง
 ทางทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย

และชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ได้แก่ กลุ่มโรงแรม ขนาดเล็ก บุติค รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว รถเช่า ร้านอาหาร ร้านสินค้าพื้นเมือง กลุ่มฟาร์มสเตย์ โฮมสเตย์ ธุรกิจคาน้ำ ธุรกิจสปา และอื่น ๆ ที่ประกอบกิจการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการดังกล่าว ควรให้ความสำคัญ และควรเข้ารับการฝึกอบรมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ เพื่อช่วยในการแนะนำ ขยายผล และต่อยอดความรู้ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ SMEs ในระดับต่าง ๆ ให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และสามารถใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจของตนได้ต่อไป ทั้งยังสอดคล้องกับการเตรียมตัวเปิดการค้าเสรี AEC ซึ่งอาจเกิดผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งนี้หากชาวต่างชาติสามารถเปิดธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ เมื่อคู่แข่งทางธุรกิจของท่านจะเพิ่มสูงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอาจต้องใช้งบลงทุนจำนวนมากในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ให้เป็นที่รู้จัก จากการศึกษาข้อมูลเมื่อต้นปี 2555 พบว่า มีคนจำกภูมิกภาคต่าง ๆ ทั่วทวีปเอเชีย มากกว่า 100 ล้านคนใช้ “อินเทอร์เน็ต” ในการหาข้อมูลและรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ส่งผลทำให้สื่อออนไลน์ถือเป็นช่องทางการตลาด เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีต้นทุนต่ำ และสามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้ในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเล็งเห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยภายหลังการเปิดการค้าเสรี จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรมีความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ในการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนช่วยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ แทรเวล เอเจนซี่ บริษัททัวร์ บริษัทบริหารจัดการ ณ แหล่งท่องเที่ยว และบริษัทบริหารจัดการประชุม ในที่นี้จะมุ่งเน้นเฉพาะ แทรเวลเอเจนซี่

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) หมายถึง ธุรกิจขายปลีกที่ได้รับให้ขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแทนผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น สายการบิน บริษัทรถไฟ และสถานที่พักผ่อน เป็นต้น

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ทำหน้าที่

1. จำหน่ายรายการท่องเที่ยว ที่บริษัทนำเที่ยวจัดขึ้น
2. เป็นตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท
3. เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองที่พักโรงแรมตลอดจนกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ

4. บริการจัดเอกสารการเดินทาง
 5. บริการต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยว
 6. บริการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 7. จัดหาราคาหรืออัตราสินค้าการท่องเที่ยว
 8. ช่วยเหลือลูกค้าในการซื้อสินค้าหรือบริการ
- ประโยชน์ของการใช้บริการของตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว
1. มีความชำนาญในการค้นหาข้อมูลและวางแผนสำหรับนักท่องเที่ยว
 2. สามารถหาข้อเสนอหรือราคาที่ดีที่สุดให้แก่นักท่องเที่ยวได้
 3. ช่วยประหยัดเวลาและความลำบากแทนนักท่องเที่ยวในการค้นหา
 4. ช่วยแก้ปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดหรือปัญหา
 5. ตัวแทนรู้จักผู้ประกอบการมากกว่านักท่องเที่ยว ทำให้เข้าถึงและต่อรองได้งานกว่า
 6. ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว รู้จักแหล่งท่องเที่ยวที่ดีกว่า

สำหรับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว หรือ แทรเวลเอเจนซี่ มีส่วนช่วยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก เพราะจะคอยช่วยเหลือในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ให้มีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวที่เปิดดำเนินการในปัจจุบัน มีทั้งกิจการส่วนตัว ที่เจ้าของธุรกิจเป็นผู้บริหารและดำเนินงานเอง ทั้งนี้ต้องอาศัยประสบการณ์ที่สั่งสมมาค่อนข้างนาน จึงจะทำให้เจ้าของกิจการสามารถบริหารจัดการด้วยตนเองได้ แต่หากนักลงทุน หรือผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนและประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว อาจจะต้องเกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาดในการให้บริการกับลูกค้า ทั้งนี้ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ที่สนใจลงทุนและดำเนินการธุรกิจ โดยได้รับการฝึกอบรม ในด้านการบริหารจัดการ การตลาด รวมถึงการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการ การบริหารการตลาดได้ค่อนข้างมาก

ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ที่ให้บริการกับลูกค้า เกี่ยวกับการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินทุกสายการบิน แพคเกจทัวร์ทั้งในและต่างประเทศ รับจอง โรงแรมทั่วโลก ประกันภัยเดินทาง บัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ลักษณะกิจการ และจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ทั้งนี้ในส่วนของการดำเนินการนำเที่ยว การจัดมัคคุเทศก์ ที่เป็นงานบริการในขณะท่องเที่ยว จะขึ้นตรงกับแฟรนไชส์ซอ เพื่อให้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในการจัดบริการครบวงจร

โดยทั่วไปการคิดค่าแฟรนไชส์ สำหรับผู้สนใจลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นตัวแทนจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ของ บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด จะคิดค่า

แฟรนไชส์กับผู้ประกอบการที่สนใจลงทุน ทำธุรกิจตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จำนวนเงินลงทุน 99,000 บาท โดยกำหนดแผนให้กับผู้ลงทุนแฟรนไชส์ คือ มีระยะเวลาคืนทุน ไม่เกิน 6 เดือน โดยกำหนดเงื่อนไขในการรับสาขาเพิ่มในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล (รับไม่ซ้ำเขต) และต่างจังหวัด (รับ 1 - 2 สาขาต่อจังหวัด) เท่านั้น โดยมีรายละเอียดในการลงทุน ดังนี้ (บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด, 2554)

1. มีทำเลที่ตั้งอยู่แล้ว ใช้พื้นที่เริ่มต้นตั้งแต่ 4 ตร.ม ขึ้นไป
 2. สามารถเปิดคู่กับธุรกิจอื่นที่มีอยู่แล้วได้
 3. หาพื้นที่เช่าในห้าง หรือ เช่าพื้นที่ตามแหล่งชุมชน ที่พักอาศัย
 4. สำหรับผู้ที่มีเป้าหมายลูกค้าอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านก็ได้
- คุณสมบัติผู้ลงทุน

1. มีหัวใจรักการบริการเป็นสำคัญ
2. มีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนี้
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต
4. มีทำเลที่ดี หรือ มีหน้าร้านอยู่แล้ว (สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเป้าหมายลูกค้า)
5. ผู้ที่ทำงานต้องมีความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์
6. ผู้ที่ทำงานต้องมีความรู้พื้นฐานในภาษาอังกฤษ

จากการศึกษาจะเห็นว่าตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SMEs มีการใช้อินเทอร์เน็ตในสถานประกอบการน้อยมากเพียง ร้อยละ 6.4 ของสถานประกอบการทั้งหมด ทั้งนี้ขัดกับการใช้บริการของลูกค้าที่ส่วนใหญ่มักเลือกใช้บริการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวอิสระ ยังขาดความรู้การใช้ช่องทางสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ แต่การเลือกซื้อแฟรนไชส์ด้านการท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้ใช้ระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการธุรกิจ และการให้บริการกับลูกค้า ซึ่งสามารถตอบสนองการตอบรับกับการเปิดเปิดการค้าเสรี AEC ที่จะถึงนี้ ได้อย่างเป็นระบบ และช่วยให้มีศักยภาพทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เมืองพัทยา เป็นเขตปกครองพิเศษเขตหนึ่งที่ตั้งตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 (เทียบเท่าเทศบาลนคร) ในเขตจังหวัดชลบุรี จัดเป็นเมืองท่องเที่ยว นานาชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลก โดยเฉพาะหาดทรายที่ทอดยาวไปตามแนวชายฝั่งทะเล จัดได้ว่ามีความสวยงามอีกแห่งของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ไปทางตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 140 กิโลเมตร ตั้งอยู่บนฝั่งทะเลทางทิศตะวันออกของอ่าวไทย ซึ่งพัทยาแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน ปัจจุบัน ได้มีแผนเสนอชื่อเมืองพัทยาค่อยุเนสโก ให้เป็นเมืองภาพยนตร์ เนื่องด้วยมีการถ่ายทำภาพยนตร์ที่พัทยาไม่น้อยกว่า 300 เรื่องต่อปี และรายได้ร้อยละ 90 มาจากการท่องเที่ยว เมืองพัทยา เป็นพื้นที่ที่ถูกประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้ คือ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ หาดจอมเทียน เกาะล้าน เกาะครก เกาะสาก และหมู่เกาะไผ่ (การท่องเที่ยว, 2555)

การท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญสาขาหนึ่ง ซึ่งทำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล ติดต่อกันมาเป็นเวลานานหลายปี และมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ จาก 323.5 พันล้านบาท ในปี 2545 เป็น 547.8 พันล้านบาท และ 592.8 พันล้านบาท ในปี 2550 และ 2553 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังส่งผลให้ธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขยายตัว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การผลิตและค้าขายของที่ระลึก บริการรถเช่า สถานที่จอดรถ เป็นต้น ธุรกิจต่าง ๆ ดังกล่าวยังคงได้รับความนิยม และมีการแข่งขันสูง ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงาน และยังเป็นกลไกที่สำคัญ ในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาคอีกด้วย ในช่วงระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ. 2545 – 2554) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 10.8 ล้านคน ในปี 2545 เป็น 14.6 ล้านคน ในปี 2551 และลดลงเหลือ 14.1 ล้านคน ในปี 2552 น่าจะเป็นผลมาจากหลาย ๆ ปัจจัย เช่น การแข็งค่าของเงินบาท ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น มาตรการปรับขึ้นภาษีการบิน การเกิดข้อพิพาทระหว่างประเทศไทย-กัมพูชา ความไม่มั่นใจในสถานการณ์ทางการเมืองของไทย และการเกิดภัยธรรมชาติ เป็นต้น จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมายังประเทศไทยในแต่ละปี ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเป็นจำนวนไม่น้อย โดยในปี 2553 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 592,794.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังพบอีกว่า ในปี 2553 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทย มีระยะเวลาพำนักโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 9.12 วัน มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน อยู่ที่ 37,279 บาท

หรือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ประมาณ 4,079 บาท แหล่งท่องเที่ยวของไทยที่เป็นที่นิยมของ
ชาวต่างชาติ จากผลการสำรวจเชิงปฏิบัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2554 ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูล
จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 69 ประเทศ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาตินิยม 10 อันดับแรก
ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อันดับที่ 1 คือ หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ อันดับที่ 2 เกาะเต่า
จังหวัดสุราษฎร์ธานี อันดับที่ 3 หาดพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นต้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555)

ตารางที่ 2- 1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในเมืองไทย 10 อันดับแรก ปี 2554

อันดับที่	แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด
1	หมู่เกาะพีพี	กระบี่
2	เกาะเต่า	สุราษฎร์ธานี
3	หาดพัทยา	ชลบุรี
4	อัลคาซาร์ คาบาเรต์	ชลบุรี
5	หาดป่าตอง	ภูเก็ต
6	เกาะเสม็ด	ระยอง
7	อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน	พังงา
8	ตลาดนัดจตุจักร	กรุงเทพฯ
9	อ่าวมาหยา	กระบี่
10	หาดจอมเทียน	ชลบุรี

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555

ตารางที่ 2 - 2 ข้อมูลผู้เยี่ยมชมและรายได้จากการท่องเที่ยวพญา

ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมชมพญา/ รายได้ (นักท่องเที่ยว + นักทัศนจร)	
	ผู้เยี่ยมชมพญา	รายได้ (ล้านบาท)
2550	6,680,658	59,347.61
2551	5,634,088	n/a (62,967.81)
2552	4,305,998	44,657.97
2553 (ม.ค. – ก.ย.)	3,405,622	15,123.17

ที่มา: เมืองพญา, 2554

ตารางที่ 2 - 3 ข้อมูลสถานพักแรมตามแหล่งท่องเที่ยวเมืองพญา

ปี พ.ศ.	จำนวนที่พัก (แห่ง)	จำนวนห้อง	วันพักเฉลี่ย(วัน)	อัตราการ เข้าพัก(%)	จำนวนคนเข้าพัก		รวม
					คนไทย	ต่างชาติ	
2551	360	38,550	3.25	41.13	830,497	2,589,594	3,420,091
2552	360	38,550	3.01	33.23	980,635	2,512,871	3,493,506
2553	368	38,729	2.36	32.99	1,013,476	2,994,147	

ที่มา: เมืองพญา, 2554

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตเมืองพญา จังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้ของผู้วิจัย ได้เลือกศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ภูมิต วงศ์หล่อสายชล และวัชรียา โกมลสุต (2550) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจคุณภาพการบริการของธุรกิจสถานที่พักแรมในเมืองพญาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจถึง 1 ด้านอย่างมีนัยสำคัญจากทั้งหมด 24 ด้าน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่มีความพึงพอใจคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจคุณภาพการบริการของผู้เดินทางทั้งชาวไทยและต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีแตกต่างกัน

ซึ่งทำให้ธุรกิจสถานที่พักผ่อนสามารถนำคุณภาพการบริการที่ลูกค้าต้องการแตกต่างกัน ไปพัฒนา
องค์กรเพื่อสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีเพื่อตรงตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขององค์กร

รุ่งนภา ต่อดุคม (2550) ศึกษาศักยภาพความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อมSMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง
คุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 15 ราย ผลการศึกษาพบว่า
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรม
เกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่เป็นเพศชาย
ช่วงอายุที่ประสบความสำเร็จจะอยู่ที่ 41 – 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการ
ทำงาน 21-30 ปี เงินที่ลงทุนเมื่อเริ่มกิจการอยู่ที่ 1 – 9.9 ล้านบาท ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ
ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าใน
จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปสาระสำคัญ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังให้กิจการ
มีการเจริญเติบโต มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเกษตรเป็นผลมาจากความรู้ความสามารถและมี
ประสบการณ์อันยาวนานทางการค้า การใช้แรงงานในพื้นที่ การส่งเสริมอุตสาหกรรม
ผู้ประกอบการขนาดกลางจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ผลการวิจัยปัญหาและอุปสรรค
ส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ
ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของ
สินค้า และบริการที่ผู้ประกอบการมีให้แก่ลูกค้า

วรรธน์ ศิริจิรกาล และศราวุธ เปรมใจ (2552) การศึกษา ศักยภาพทางการท่องเที่ยว
เชิงบวกรเมืองพัทยา วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อแสดงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงบวกรของ
เมืองพัทยา โดยวิธีการศึกษาวิวัฒนาการ สภาพปัจจุบันและแผนนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
การท่องเที่ยวเมืองพัทยา ทางด้านสังคม วิถีชีวิต เส้นทางและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จากเอกสาร
และการสำรวจภาคสนาม ผู้วิจัยพบว่า พัทยามีศักยภาพทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก
โครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงบวกร
ได้ สิ่งที่ยังไม่เพียงพอคือ

จิตสำนึกด้านบวกรของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และมีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวยามราตรี แต่
เนื่องจากเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบวกรและเชิงลบ อยู่แยกตำแหน่งและช่วงเวลา เกิด
การซ้อนทับกันในบริเวณชายหาดบางส่วนเท่านั้น พัทยาจึงสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบวกรให้
อยู่ร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงลบ โดยสามารถเอื้อประ โยชน์และไม่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อกันได้
การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงบวกรทำได้โดย การปลูกจิตสำนึกที่ดี สร้างสิ่งกระตุ้นให้
นักท่องเที่ยวรู้จักและเกิดการท่องเที่ยวในสถานที่เชิงบวกรเพิ่มขึ้นจากสื่อและหน่วยงานทาง

การท่องเที่ยว พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงบวก รวมทั้งควบคุมเวลา และขอบเขตพื้นที่ (Zoning) ของการท่องเที่ยวเชิงลบ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2553) การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการให้เช่าที่พักในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว กรณีศึกษา กรุงเทพมหานครและชลบุรี (เมืองพัทยา) จากข้อมูลรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2553 แนวโน้ม 2554 พบว่า ในปี 2553 SMEs ในธุรกิจด้าน โรงแรมและภัตตาคาร สามารถสร้างรายได้ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 12 ของ GDP SMEs และคิดเป็นร้อยละ 37.6 ของการบริการเอกชนของ SMEs อีกด้วย ธุรกิจสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยนั้น คงจะหนีไม่พ้นธุรกิจการให้เช่าที่พัก ซึ่งปัจจุบันมีความหลากหลายมาก ทั้งที่เป็นธุรกิจโรงแรม เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ อพาร์ทเมนต์ให้เช่ารายเดือนรายวัน และที่พักขนาดเล็กทั่วไป แต่สิ่งที่น่าสนใจเกิดอย่างหนึ่งคือ ธุรกิจดังกล่าวมีความสำคัญและมีการแข่งขันสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ และจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันต่อธุรกิจนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รวมทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริหารจัดการธุรกิจการให้เช่าที่พักอีกด้วย และการวิเคราะห์ถึงข้อเสนอ ข้อคิดเห็น และข้อได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างธุรกิจที่พักที่จดทะเบียน และไม่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2547 รวมทั้งการวิเคราะห์ถึงการเตรียมความพร้อมสู่ ASEAN Economic Community (AEC) และจากการวิเคราะห์ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการให้เช่าที่พักในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ในพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาพัทยานี้อาศัยจ่ายต่อคนประมาณ 3,000 บาท ส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย โดยมีปริมาณเพิ่มมากกว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ด้านตลาดเก่า เช่น เยอรมนี อังกฤษ ยังมีปริมาณนักท่องเที่ยวทรงตัว ทั้งนี้ที่ผ่านมตลาดเอเชีย เช่น จีน เกาหลี มีปัญหาเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าน้อย ซึ่งปกติในช่วง Low Season นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเข้ามาภายหลังเริ่มมีการจองเข้ามาแล้ว ทำให้ชนกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในช่วง High Season นอกจากนี้พัทยายังมีนักท่องเที่ยวแถบตะวันออกกลางมาเที่ยวด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมาหลายรอบ และมีระยะเวลาในการมาพักคราวละมากกว่า 10 วัน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงแรม ระบุว่าในช่วง 3 – 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดการจัดประชุมได้กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศจำนวนมาก เช่น กลุ่มแพทย์ บริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งผลจากสถานการณ์ทางการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวในส่วนนี้ลดลง ปัจจุบันภาคเอกชนได้สร้างและพยายามหาตลาดอื่นมาทดแทนตลาด MICE ที่ถูกยกเลิกไป ซึ่งกลุ่มลูกค้าในส่วนนี้จะขาดหายไปประมาณ 3 ปี โอกาสที่จะกลับเข้ามาค่อนข้างยาก ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ซ้ำจะทำให้ลูกค้ากลุ่มไม่กลับมาอีก ด้านตลาด ในการระบายน

สินค้า ได้รับผลกระทบเช่นกัน ซึ่งลูกค้าจากต่างประเทศไม่ใส่ใจเรื่องราคา ส่วนตลาดล่างที่น่าสนใจ คือ ตลาดการแต่งงานของชาวอินเดีย ซึ่งมีระยะเวลาในพิธีหลายวันอย่างน้อย 5 - 7 วัน ในการมาแต่งงานที่พัทยาบ่อยครั้งจะเช่าเหมาลำพาครอบครัวมาด้วย รวมถึงการนำพ่อครัวมาประกอบอาหารเช่นกัน ด้านตลาดในประเทศ น่าจะอยู่ได้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ โรงแรมเคยเสนอให้สร้างศูนย์ประชุมขนาด 10,000 คน เพื่อจับกลุ่มตลาด Intensive ระดับกลาง เช่น แอมเวย์ เอไอเอ เป็นต้น และที่ผ่านมามีเมืองพัทยาพยายามจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การจัดทำ Event เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเที่ยวพัทยาเพิ่มขึ้น ซึ่งการจัดกิจกรรมส่งผลให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น พิจารณาได้จากปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ นอกจากนั้น เมืองพัทยายังร่วมกับ ททท. จัดทำ Road Show ในภาคใต้ และภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ เสนอให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) จัดสัมมนาโดยเลือกพัทยาเป็นสถานที่จัดประชุม ทั้งนี้ เมืองพัทยายังจะชำระค่าอาหารให้กับกลุ่มดังกล่าว 1 มื้อ เพื่อแลกกับการใช้จ่ายที่มากกว่า ในส่วนนี้ผู้ประกอบการและเมืองพัทยามีความเห็นให้หน่วยงานภาครัฐเพิ่มค่าที่พักแรม ค่าอาหาร และค่าอาหารว่าง เพื่อลดความยากลำบากในการทำงานลดคอร์รัปชัน และสร้างมาตรฐานและการบริหารงาน โรงแรมให้อยู่ในมาตรฐานที่ดีอีกทางหนึ่ง ส่วนการประชาสัมพันธ์กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศได้ร่วมกับสื่อต่าง ๆ เช่น FTV การประกวด Cat Walk โดยทางผู้บริหารเมืองพัทยาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ไปร่วมงานที่ประเทศรัสเซีย อินเดีย เป็นต้น

จริญญา ฅพิกุล (2554) การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเชียงรายเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย โดยผลการศึกษาพบว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในด้านกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ และ ด้านการบริหารและการจัดการ จากการวิเคราะห์ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย คือพัฒนาถนนหรือเส้นทางคมนาคมให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล อนุรักษ์ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติหรือการคงรักษาสภาพดั้งเดิม เพื่อให้เกิดคุณค่าและนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา ไม่ทำลายความสวยงามของธรรมชาติ มีอุปกรณ์รองรับของปริมาณขยะที่เพียงพอ และออกแบบให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ควรมีการจัดการด้านคุณภาพอากาศ และไม่สร้างความรำคาญในแหล่งท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว รักษาความงดงามด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติความเป็นมาทางด้าน

ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม สร้างความมีเอกลักษณ์เฉพาะตนของแหล่งท่องเที่ยว ดูแลให้
 1 ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง
 จัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ที่กล่าวถึงการอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยว การมีศูนย์บริการ
 นักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

พนทิพย์ นาร ไสว และคณะ (2554) การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบ
 ความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์
 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ
 ธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมี
 ความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
 0.05 ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 9 องค์ประกอบ คือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้าน
 ความใฝ่ใจในความสำเร็จ ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้านความคิดสร้างสรรค์
 ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด และ
 ด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมในจังหวัด
 ภาคเหนือตอนล่างของไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า
 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ในการที่จะทำให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จ ได้นั้นจะเกิดจากความ
 ตั้งใจ และต้องกล้าลงมือทำ มีการมองแบบมุมกว้าง มีการพิจารณาความเหมาะสมในการทำธุรกิจ
 มองคู่แข่งและมีการมองหาคู่ตลาด

ธิดารักษ์ นิภาวณิช (2554) การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย
 ในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (Factors Affecting Thai Tourists Travelling to Pattaya City) มี
 วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปัจจัยที่มี
 ผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
 ชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมือง
 พัทยา จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของ
 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 ราย พบว่า
 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายร้อยละ 4.4 มีอายุ อยู่
 ในช่วง 26-40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง
 บริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท และพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล
 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาทต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์ใน
 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยเดินทางมากับเพื่อน ชื่นชอบกิจกรรมทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ
 พักค้างคืนที่บังกะโล/ริสอร์ท เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2-3

วัน ปัจจัยที่ผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญระดับปานกลางในทุกปัจจัย สำหรับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในอันดับแรกในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1. ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 2. ด้านการเดินทาง ภายในพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 3. ด้านการเดินทาง ไป-มาเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 4. ด้านอรรถาธิบายของคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอรรถาธิบายของคนท้องถิ่น 5. ด้านระดับราคาสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจระดับราคาของสถานที่ท่องเที่ยว 6. ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความปลอดภัยในที่พัก 7. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และ 8. ด้านข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือ และหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ผู้สนใจเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งเป็นผู้สนใจลงทุนธุรกิจในเมืองพัตธา จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยขอจำนวนและรายชื่อผู้สนใจจาก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่จัดโครงการอบรมผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นผู้เข้าอบรมในเดือนมกราคม 2555 สองกลุ่ม ๆ ละ 35 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 70 คน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ชลบุรี จึงได้กำหนดขนาดของตัวอย่างโดยใช้วิธีการเปิดตารางจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน วุฒิสาศิ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 138) ได้จำนวนตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 59 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. สร้างเครื่องมือของผู้วิจัยอาศัยหลักและแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ ดังต่อไปนี้
 - 1.1 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย ข้อได้เปรียบเสียเปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัตธา จังหวัดชลบุรี

1.2 กำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพของผู้ประกอบการรายใหม่

2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบ เสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการ รายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากตัวแปร หรือความคิดเห็นข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยแบบสอบถาม แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพของอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีคำตอบให้ เลือก (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัด ชลบุรี ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า (2547) ได้แก่ ด้านโอกาสแห่ง ความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านย่นระยะ เวลาการเรียนรู้ ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อที่ละมาก ๆ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจาก แฟรนไชส์ซอ เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบ ลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า (2547) ได้แก่ ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบ ลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 สามารถกำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของ ลิเคิร์ต ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยมาก

การแปลความหมายผลการวิเคราะห์ ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 มีดังนี้ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 276)

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด

การสร้างเครื่องมือ และทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. การสร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ได้มาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหา หลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ใช่ตัวอย่าง ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยใช้วิธีการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน กรอบแนวความคิดที่จะศึกษาพร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้สอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการศึกษา โดยนำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์เพื่อขอคำแนะนำ และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

1.4 นำแบบสอบถาม ที่ได้เตรียมไว้ให้กลุ่มตัวอย่างวิจัยดูนำมาทดสอบก่อน (Pre-test) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และความชัดเจนของแบบสอบถามแต่ละข้อในทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 20 คน เมื่อได้ผลมาแล้วจึงนำมาตรวจสอบด้านภาษา ตลอดจนผลข้อมูลที่ได้จากการ Try Out หากพบปัญหาจึงดำเนินการแก้ไขปรับปรุง เพื่อสามารถนำไปใช้ในการสอบถามจริง

การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ใช่บุคคลเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติค่าอัลฟาที่ได้แสดงระดับความคงที่ของข้อสอบถาม ได้ผลรวมค่า Reliability Alpha = .81 โดยได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ .20 - .64

2. นำแบบสอบถามที่วิเคราะห์ผล และปรับแก้เรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์ เพื่อดำเนินการแก้ไขให้สมบูรณ์ ก่อนดำเนินการจัดพิมพ์เพื่อใช้เป็นแบบสอบถามการวิจัยฉบับสมบูรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบตามต้องการแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยเป็นคำตอบให้เลือกตอบ (Multiple Choice Questions) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์ปัจจัย ความคิดเห็นข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัฒนาจังหวัดชลบุรี วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ค่าสถิติทั้งหมด ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ เมื่อคำนวณค่าต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว โดยมีเกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยคำนึงถึงระยะห่างที่เท่ากัน ซึ่งถือว่าระยะห่างระหว่างจุดต่าง ๆ บนมาตรวัดเท่ากัน โดยตลอด (วุฒิชชาติ สุนทรสมย์, 2555, หน้า 196) แปลความหมายของค่าคะแนน ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่า	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่า	เห็นด้วยในระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่า	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่า	เห็นด้วยในระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แสดงว่า เห็นด้วยในระดับดีมาก

ตารางที่ 3-1 รายละเอียดการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	รายละเอียด	สถิติ เชิงอนุมาน
1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ที่สนใจลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อ ข้อได้เปรียบ ของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน	เพศ ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	t -Test
	อายุ ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	t- Test
	ระดับการศึกษา ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	F- test
	สถานภาพของอาชีพของผู้ประกอบการรายใหม่ ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	F- test
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	F- test
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ที่สนใจลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อ ข้อเสียเปรียบ ของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน	เพศ ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	t -Test
	อายุ ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	t- Test
	ระดับการศึกษา ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	F- test
	สถานภาพของอาชีพของผู้ประกอบการรายใหม่ ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	F- test
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นฯ แตกต่างกัน	F- test

โดยในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัด ชลบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 59 ชุด เป็นไปตามจำนวนตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ โดยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อได้เปรียบการเข้าร่วมแฟรนไชส์ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
จำหน่ายการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย
การท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

F แทน ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution

t แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution

* แทน ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยประชากรของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs

ตารางที่ 4-1 จำนวน และค่าร้อยละ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ รายใหม่ SMEs (n =59)

ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	25	42.40
หญิง	34	57.60
รวม	59	100.00
อายุ		
20 – 29 ปี	54	91.50
30 – 39 ปี	5	8.50
รวม	59	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า / เท่ากับ ปวช. / ม.6	2	3.40
ปวส. / อนุปริญญา	6	10.20
ปริญญาตรี	51	86.40
รวม	59	100.00
สถานภาพของอาชีพ		
ผู้ว่างงาน	28	47.50
นักศึกษาจบใหม่	7	11.90
ผู้ประกอบการ	7	11.90
พนักงานบริษัทเอกชน	17	28.80
รวม	59	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 30,000 บาท	52	88.10
30,001 – 40,000 บาท	2	3.40
40,001 – 50,000 บาท	5	8.50
รวม	59	100.00

จากตารางที่ 4-1 จำนวนและค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตาม
 ฝั่งซ้ายประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs (n =59) จำนวนทั้งสิ้น 59 คน สามารถ
 อธิบายได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.40 และ
 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.60

อายุ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปี คิดเป็น
 ร้อยละ 91.50 และช่วงอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.50

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับ
 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 86.40 รองลงมา คือระดับอนุปริญญา หรือปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.20
 และต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ม.6 หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่ เป็นผู้ไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ
 47.50 รองลงมา เป็น พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.80 และเป็นนักเรียน หรือนักศึกษา
 และธุรกิจส่วนตัว มีจำนวนที่เท่ากันเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 11.90 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า
 หรือเท่ากับ 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 88.10 รองลงมาคือ รายได้ 40,001 – 50,000 บาท คิดเป็น
 ร้อยละ 8.50 และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา
จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
จำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี
โดยรวม และรายด้าน

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	การแปล ผล	ลำดับ ที่
1. ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น	4.22	.403	มากที่สุด	7
2. ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้	4.35	.363	มากที่สุด	4
3. ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ	4.34	.448	มากที่สุด	5
4. ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละหลายๆ	4.49	.388	มากที่สุด	1
5. ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน	4.16	.459	มาก	8
6. ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ	4.35	.510	มากที่สุด	3
7. ด้านการฝึกอบรม	4.38	.551	มากที่สุด	2
8. ด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ	4.27	.552	มากที่สุด	6
รวมเฉลี่ย	4.32	.203	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ธุรกิจ
แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา
จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น โดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจาก
มากไปน้อยดังนี้ ประเด็นข้อที่ 4 ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละหลายๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.49 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่ 7 ด้านการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ประเด็นข้อที่ 6 ด้านการ
ถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ประเด็นข้อที่ 2 ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.35 ประเด็นข้อที่ 3 ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34
ประเด็นข้อที่ 8 ด้านการได้รับความช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ประเด็นข้อที่

- 1 ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และความเห็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นข้อที่ 5 ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
 ด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. มั่นใจว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์นี้ จะช่วยสร้างโอกาสความมั่นคงทางธุรกิจได้สูงและง่าย มากกว่าการริเริ่มสร้างใหม่ด้วยตนเอง	4.14	.507	มาก	4
2. เชื่อถือความสามารถในกระบวนการพัฒนาระบบการให้บริการของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ที่จะช่วยให้การประกอบธุรกิจได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ง่ายขึ้น	4.17	.530	มาก	3
3. มั่นใจว่าธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ มีความชำนาญและประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้	4.20	.550	มาก	2
4. เห็นว่าธุรกิจแฟรนไชส์นี้ เปิดโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในการเปิด AEC ปี 2558 และจะช่วยให้กิจการมีโอกาสประสบความสำเร็จที่สูงขึ้น	4.36	.609	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.21	.403	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว ด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด ประเด็นข้อที่ 4 เห็นว่าธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวนี เปิดโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยในการเปิด AEC ปี 2558 และจะช่วยให้กิจการมีโอกาสประสบความสำเร็จที่สูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา และลำดับถัดไปเห็นด้วยมาก คือ ประเด็นข้อที่ 3 มั่นใจว่าธุรกิจ

แฟรนไชส์ฯ นี้ มีความชำนาญและประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ประเด็นข้อที่ 2 เชื่อถือความสามารถในกระบวนการพัฒนาระบบการให้บริการของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ที่จะช่วยให้การประกอบธุรกิจได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ง่ายขึ้นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ประเด็นข้อที่ 1 มั่นใจว่าการซื้อธุรกิจ แฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยสร้างโอกาสความมั่นคงทางธุรกิจได้สูงและง่ายมากกว่าการริเริ่มสร้างใหม่ด้วยตนเอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ตัวแทน
เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านการย่นระยะเวลาการเรียนรู้

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะมีการสร้างระบบงานในการดำเนินธุรกิจไว้ให้กับผู้ลงทุนเรียบร้อยแล้ว	4.37	.667	มากที่สุด	2
2. การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และการแข่งขันในตลาดได้ง่ายขึ้น	4.31	.595	มากที่สุด	3
3. การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยประหยัดเวลาในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น	4.25	.659	มากที่สุด	4
4. การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูก หรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว	4.47	.626	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.35	.363	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ตัวแทนเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว ด้านการย่นระยะเวลาการเรียนรู้ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 4 เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูก หรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.47 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่ 2 การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะมีการสร้างระบบงานในการดำเนินธุรกิจไว้ให้กับผู้ลงทุนเรียบร้อยแล้ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ประเด็นข้อที่ 3 การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และการแข่งขันในตลาดได้ง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และประเด็นข้อที่ 3 การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยประหยัด เวลาในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย จะได้รับการยอมรับในตลาดได้ง่ายขึ้น	4.32	.571	มากที่สุด	2
2. เห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย จะมีโอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มในพัทธาได้ง่ายขึ้น	4.39	.644	มากที่สุด	1
3. เห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะได้รับการตอบรับจากลูกค้าได้ดีกว่าการเปิดธุรกิจทัวร์แบบไม่มีแฟรนไชส์	4.31	.676	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ย	4.34	.448	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 2 เห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะมีโอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มในพัทธาได้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะได้รับการยอมรับในตลาดได้ง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ประเด็นข้อที่ 2 เห็นว่าธุรกิจ

แฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว โอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มใน
 พักผ่อนได้ง่ายขึ้น และประเด็นที่ 3 เห็นว่าธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว สามารถ
 ขยายสาขาแฟรนไชส์ในพำนัก และจะได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ดีกว่า การเปิดธุรกิจทัวร์แบบ
 ไม่มีแฟรนไชส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพำนัก จังหวัด
 ชลบุรี

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นว่าราคาต้นทุนค่าโรงแรม ค่าที่พัก ค่าตัวต่าง ๆ ที่ ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ได้รับ ในอัตราพิเศษ หรือถูกกว่าธุรกิจทัวร์แบบเดี่ยว ๆ	4.39	.670	มากที่สุด	2
2. เห็นว่าหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้มี อำนาจต่อรอง กับ Supplier หรือสถานประกอบการ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ข้อได้เปรียบในการ แข่งขันได้มากกว่าการเปิดทำธุรกิจด้วยตนเอง	4.59	.495	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.49	.388	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อที่ละมาก ๆ พบว่า
 ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพำนัก จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มี
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถ
 เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ส่วนใหญ่อยู่ในประเด็นข้อที่ 2 เห็นว่า หากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้
 จะช่วยให้มีอำนาจต่อรองกับ Supplier หรือสถานประกอบการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มี
 ข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้มากกว่าการเปิดทำธุรกิจด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และ
 ประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่าราคาต้นทุนค่าโรงแรม ค่าที่พัก ค่าตัวต่าง ๆ ที่ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทน
 จำหน่ายการท่องเที่ยว ได้รับในอัตราพิเศษ หรือถูกกว่าธุรกิจทัวร์แบบเดี่ยว ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39
 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
 เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
 ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการสนับสนุนการขายร่วมกันกับสำนักงานใหญ่	4.41	.619	มากที่สุด	1
2. เห็นด้วย กับความคุ้มค่ากับเงินลงทุน 99,000 บาท ในแฟรนไชส์นี้ ซึ่งผู้ลงทุนจะได้รับ เสื้อยูนิฟอร์ม 5 ตัว โบร์ชัวร์ส่งเสริมการขาย 1,000 ใบ คลิปเครื่องบินพรีเมียม 100 อัน ไฟล์รูปภาพ วิดีโอ โลโก้แอร์ไลน์ โลโก้บริษัท ป้ายชื่อร้าน ใบเสร็จรับเงิน นามบัตร ธงโฆษณาตั้งพื้นพร้อมขาตั้ง 2 ชุด ซอฟต์แวร์ระบบบริหารจัดการ และการดำเนินงานทั้งสำรองที่นั่งตัวเครื่องบินและจองโรงแรมแบบ Real time แพคเกจทัวร์ที่ขายได้ทุกเส้นทางทั่วโลก Email บริษัท คอร์สอบรมธุรกิจ 1-2 วัน คู่มือ และเอกสารประกอบการขายอื่น ๆ	3.92	.836	มาก	2
รวมเฉลี่ย	4.16	.459	มาก	-

จากตารางที่ 4-7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการสนับสนุนการขายร่วมกันกับสำนักงานใหญ่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นข้อที่ 2 เห็นด้วย กับความคุ้มค่ากับเงินลงทุน 99,000 บาท ในแฟรนไชส์นี้ ซึ่งผู้ลงทุนจะได้รับ เสื้อยูนิฟอร์ม 5 ตัว โบร์ชัวร์ส่งเสริมการขาย 1,000 ใบ คลิปเครื่องบินพรีเมียม 100 อัน ไฟล์รูปภาพ วิดีโอ โลโก้แอร์ไลน์ โลโก้บริษัท ป้ายชื่อร้าน ใบเสร็จรับเงิน นามบัตร ธงโฆษณาตั้งพื้นพร้อมขาตั้ง 2 ชุด ซอฟต์แวร์ระบบบริหารจัดการและการดำเนินงานทั้งสำรองที่นั่งตัวเครื่องบินและ

จองโรงแรมแบบ Real time แพคเกจทัวร์ที่ขายได้ทุกเส้นทางทั่วโลก อีเมล บริษัท คอร์ส อบรม
ธุรกิจ 1-2 วัน คู่มือ และเอกสารประกอบการขายอื่น ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ

	ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1.	เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการบริหารจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	4.27	.552	มากที่สุด	2
2.	เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ทราบวิธีการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจรกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี	4.42	.593	มากที่สุด	1
	รวมเฉลี่ย	4.35	.511	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถ
เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ทราบ
วิธีการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจรกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และ
ประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการบริหารจัดการ
ในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
 จําหน่ายการทอ้งเท็ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพททยา จังหวัดชลบุรี
 ด้านการฝีกอบรม

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ ได้รับการฝีกอบรมจากเจ้าของแฟรนไชส์ เพื่อ พัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	4.42	.622	มากที่สุด	1
2. เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ท่านจะ ได้รับการฝีกอบรมแนะแนวทางจากเจ้าของแฟ รนไชส์เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการได้ดีขึ้น ภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียวกัน	4.34	.659	มากที่สุด	2
รวมเฉลี่ย	4.38	.536	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนจําหน่ายการทอ้งเท็ยว ด้านการฝีกอบรม พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพททยา
 จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถ
 เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ได้รับ
 การฝีกอบรมจากเจ้าของแฟรนไชส์ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42
 และประเด็นข้อที่ 2 เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับการฝีกอบรมแนะแนวทางจาก
 เจ้าของแฟรนไชส์เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการได้ดีขึ้นภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียวกัน
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านบริการช่วยเหลือ

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับความรู้ และทักษะในการบริหารบุคลากรในองค์กร	4.19	.656	มาก	2
2. เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับความรู้ และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี	4.36	.689	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.27	.552	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านบริการช่วยเหลือ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในประเด็นข้อที่ 2 เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับความรู้และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และประเด็นข้อที่ 1 เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับความรู้ และทักษะในการบริหารบุคลากรในองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
 เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการ รายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา
 จังหวัดชลบุรี โดยรวม และรายด้าน

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ ที่
1. ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ	4.24	.381	มากที่สุด	3
2. ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ	4.37	.431	มากที่สุด	2
3. ด้านค่าใช้จ่ายสูง	4.44	.388	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.35	.270	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี มี
 ความคิดเห็น โดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจาก
 มากไปน้อยดังนี้ ประเด็นข้อที่ 3 ด้านค่าใช้จ่ายสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ ประเด็นข้อที่
 2 ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และ ประเด็นข้อที่ 1 ด้านการสูญเสีย
 อิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นด้วย กับการยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้ รูปแบบที่เจ้าของ แฟรนไชส์ฯ ได้กำหนดไว้ เช่น การตั้งราคาขาย การเสนอขายสินค้าลดราคาและ อื่น ๆ เป็นต้น จะช่วยรับรองความสำเร็จของ ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ได้	4.14	.601	มาก	3
2. เห็นด้วย กับการยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้ รูปแบบที่เจ้าของ แฟรนไชส์ฯ ได้กำหนดไว้ จะ ช่วยรับรองความสำเร็จของแฟรนไชส์นี้ได้	4.27	.520	มากที่สุด	2
3. เห็นด้วย กับการสูญเสียอิสรภาพในการตัดสินใจ กระทำการใด ๆ เพียงลำพัง เพราะเข้าใจว่าอาจ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าของ ธุรกิจแฟรนไชส์นี้ได้	4.14	.507	มาก	4
4. เห็นด้วย กับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ที่ให้ ความสำคัญในการปรึกษาหารือกับผู้ลงทุนซื้อ ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ อย่างสม่ำเสมอเพื่อต้องการ ทราบความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความต้องการ ที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น	4.41	.495	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.24	.381	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ในภาพรวม พบว่า
ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก และลำดับรองลงมามีความคิดเห็นอยู่ในระดับ
มากที่สุด อยู่ในประเด็นข้อที่ 4 เห็นด้วยกับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ที่ให้ความสำคัญในการ
ปรึกษาหารือกับผู้ลงทุนซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ อย่างสม่ำเสมอเพื่อต้องการทราบความต้องการของ
ลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาเห็นด้วย กับ

การยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบที่เจ้าของ แฟรนไชส์ฯ ได้กำหนดไว้ จะช่วยรับรองความสำเร็จของแฟรนไชส์นี้ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่ 1 เห็นด้วยกับการยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบที่เจ้าของ แฟรนไชส์ฯ ได้กำหนดไว้ เช่น การตั้งราคาขาย การเสนอขายสินค้าลดราคาและอื่นๆ เป็นต้น จะช่วยรับรองความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และเห็นด้วยกับการสูญเสียอิสรภาพในการตัดสินใจกระทำการใด ๆ เพียงลำพัง เพราะเข้าใจว่าอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าของ ธุรกิจแฟรนไชส์นี้ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ฯ	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นด้วยกับการยอมรับว่าหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามระบบตามใจนึกที่ตนเองอยากทำให้สำเร็จได้	4.19	.601	มาก	2
2. เห็นด้วยกับการยอมรับว่า คุณสมบัติของเจ้าของ แฟรนไชส์ฯ เช่น ประสบการณ์การประกอบธุรกิจ ความสำเร็จในการขยายตลาด ไม่อาจพิสูจน์ ความสำเร็จที่ชัดเจนให้กับผู้ตัดสินใจลงทุนซื้อ แฟรนไชส์นี้ได้	4.56	.565	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.37	.431	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวด้าน ไม่มีหลักประกันความสำเร็จในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในประเด็นข้อที่ 2 เห็นด้วยกับ การยอมรับว่า คุณสมบัติของเจ้าของแฟรนไชส์ฯ เช่น ประสบการณ์การประกอบธุรกิจ ความสำเร็จในการขยายตลาด ไม่อาจพิสูจน์ความสำเร็จที่ชัดเจนให้กับผู้ตัดสินใจลงทุนซื้อ แฟรนไชส์ฯ นี้ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และเห็นด้วยมาก ประเด็นข้อที่ 1 เห็นด้วยกับการยอมรับว่า

หากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์นี้ จะทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามระบบตามใจนึกที่ตนเองอยากทำให้สำเร็จได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ตารางที่ 4-14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านค่าใช้จ่ายสูง

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับที่
1. เห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์นี้ เริ่มแรกด้วยเงินลงทุน 99,000 บาท ซึ่งยังไม่รวมเงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า	4.46	.727	มากที่สุด	1
2. เห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์นี้ เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะมีความชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์	4.39	.670	มากที่สุด	3
3. เห็นด้วยกับการพิจารณาอย่างรอบคอบ ก่อนการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ และก่อนการลงนามในสัญญาที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่ต้องจ่าย	4.46	.678	มากที่สุด	2
รวมเฉลี่ย	4.44	.388	มากที่สุด	-

จากตารางที่ 4-14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 1 เห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์นี้ เริ่มแรกด้วยเงินลงทุน 99,000 บาท ซึ่งยังไม่รวมเงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาเห็นด้วยกับการพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ และก่อนการลงนามในสัญญาที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่ต้องจ่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และประเด็นข้อที่ 2 เห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์นี้ เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะมีความชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ที่สนใจลงทุนธุรกิจทัวร์ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวส่งผลต่อ ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ (n = 59)

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายฯ ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	เพศ				t	Sig.
	เพศชาย (n= 25)		เพศหญิง (n = 34)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น	4.17	.504	4.25	.314	-.750	.045*
ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้	4.39	.298	4.32	.406	.692	.027*
ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ	4.40	.408	4.29	.477	.916	.327
ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อทีละมากๆ	4.60	.354	4.41	.398	.188	.333
ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน	4.38	.362	4.00	.461	.355	.462
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ	4.42	.640	4.29	.391	.935	.004*
ด้านการฝึกอบรม	4.42	.449	4.35	.597	.492	.106
ด้านบริการช่วยเหลือจาก แฟรนไชส์ซอ	4.40	.540	4.17	.549	1.56	.702
รวม	4.40	.207	4.26	.184	2.59	.322

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-15 พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ ในด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อทีละมากๆ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจาก

เฟรนด์ไชส์ซอ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนเพศต่างกัน ส่งผลต่อข้อได้เปรียบธุรกิจเฟรนด์ไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้ และด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจเฟรนด์ไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ (n = 59)

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมเฟรนด์ไชส์ ธุรกิจเฟรนด์ไชส์ตัวแทนจำหน่ายการ ท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	อายุ		t	Sig.		
	20 – 29 ปี (n= 54)	30 - 39 ปี (n = 5)				
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น	4.18	.387	4.60	.418	-2.158	.771
ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้	4.35	.378	4.35	.137	.011	.044*
ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ	4.36	.421	4.07	.683	.957	.217
ด้านการประหยัดค่านอกจากการซื้อทีละ มาก ๆ	4.48	.375	4.60	.548	-.474	.081
ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขาย ร่วมกัน	4.15	.472	4.30	.274	-1.098	.165
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ	4.40	.489	3.80	.447	2.838	.325
ด้านการฝึกอบรม	4.41	.550	4.10	.224	2.461	.091
ด้านบริการช่วยเหลือจาก เฟรนด์ไชส์ซอ	4.31	.544	3.90	.548	1.585	.905
รวม	4.33	.207	4.21	.140	1.678	.148

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-16 พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจเฟรนด์ไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ ใน ภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจเฟรนด์ไชส์ ตัวแทน จำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม อายุ ในด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการ

ประหยัดต่อขนาดจากการซื้อที่ละมาก ๆ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากเฟรนไชส์ขอแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอายุต่างกัน ส่งผลต่อข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจเฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านระยะเวลาการเรียนรู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจเฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจเฟรนไชส์ ฯ ของ ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ม.ปลาย/ เทียบเท่า (n=2)		อนุปริญญา/เทียบเท่า (n=6)		ปริญญาตรี (n=5)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น	4.20	.00	4.29	.29	4.21	.42	.125	.00*
ด้านระยะเวลาการเรียนรู้	4.00	.00	4.25	.22	4.38	.38	1.32	.28
ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับ								
การยอมรับ	3.00	.00	4.50	.18	4.37	.39	13.52	.00*
ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อที่ละมาก ๆ	4.00	.00	4.50	.45	4.51	.38	1.70	.19
ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน	4.00	.00	4.00	.45	4.19	.47	.561	.57
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ	4.50	.00	4.58	.49	4.31	.52	.836	.44
ด้านการฝึกอบรม	3.50	.00	4.83	.26	4.36	.52	5.65	.01*
ด้านบริการช่วยเหลือจากเฟรนไชส์ขอ	4.50	.00	4.25	.42	4.26	.58	.175	.840
รวม	3.97	.00	4.40	.13	4.32	.20	3.80	.03*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-17 พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับ การศึกษา ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อได้เปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับ การศึกษา ในด้านระยะเวลาการเรียนรู้ ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละมาก ๆ ด้าน การโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ และด้านบริการ ช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ขอแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนระดับ การศึกษาต่างกัน ส่งผลต่อข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จ ที่สูงขึ้น ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ และด้านการฝึกอบรม แตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ที่มีระดับ การศึกษาต่างกันมีข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ด้านภาพรวม และรายด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการ ยอมรับ และด้านการฝึกอบรม แตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังนั้นจึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) เพื่อ ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน ของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ม.ปลาย/เทียบเท่า	อนุฯ/เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		3.97	4.40	4.32
ม.ปลาย/เทียบเท่า	3.97	-	-.43*	-.35*
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	4.40	-	-	.08
ปริญญาตรี	4.32	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย หรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.40 และ -.35

ตารางที่ 4-19 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้า ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ม.ปลาย/เทียบเท่า	อนุฯ/เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		4.20	4.29	4.21
ม.ปลาย / เทียบเท่า	4.20	-	-.29*	-.01
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	4.29	-	-	.08
ปริญญาตรี	4.21	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรีด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น จำแนกตามระดับการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ เทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย หรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.29

ตารางที่ 4-20 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ของผู้ใช้บริการจำแนก
ตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ม.ปลาย/เทียบเท่า	อนุฯ/เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		3.00	4.50	4.37
ม.ปลาย/เทียบเท่า	3.00	-	-1.50*	-1.37*
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	4.50	-	-	.13
ปริญญาตรี	4.37	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ จำแนกตามระดับการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาระดับ
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย
หรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -1.50 และ -1.37

ตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม ของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ม.ปลาย/เทียบเท่า	อนุฯ/เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		3.50	4.83	4.36
ม.ปลาย/เทียบเท่า	3.50	-	-1.33*	-.86*
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	4.83	-	-	.47
ปริญญาตรี	4.36	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัฒนาจังหวัดชลบุรีด้านการฝึกอบรม จำแนกตามระดับการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย หรือเทียบเท่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -1.33 และ -.86

ตารางที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัฒนาจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม แฟรนไชส์ ธุรกิจแฟรนไชส์ ๆ ของผู้ประกอบการราย ใหม่ SMEs	ระดับการศึกษา								F	Sig.
	ผู้ว่างงาน (n=28)		นศ.จบใหม่ (n=7)		ผู้ประกอบการ (n=7)		บ.เอกชน (n=17)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จ ที่สูงขึ้น	4.29	.32	4.25	.25	4.07	.31	4.15	.58	.75	.53
ด้าน ย่นระยะเวลาการเรียนรู้	4.45	.45	4.36	.20	4.18	.12	4.26	.27	1.53	.22
ด้าน เครื่องหมายการค้าที่ ได้รับการยอมรับ	4.29	.52	4.67	.27	4.14	.57	4.37	.26	1.95	.13
ด้านการประหยัดต่อขนาด จากการซื้อทีละมาก ๆ	4.57	.42	4.43	.35	4.57	.45	4.35	.29	1.30	.29
ด้านการ โฆษณาและ สนับสนุนการขายร่วมกัน	3.96	.36	3.86	.48	4.64	.24	4.41	.40	10.40	.00*
ด้านการถ่ายโอน ความเชี่ยวชาญ	4.32	.49	4.57	.45	3.71	.39	4.56	.39	6.45	.01*
ด้านการฝึกอบรม	4.18	.63	4.79	.27	4.36	.24	4.59	.39	3.76	.00*
ด้านบริการช่วยเหลือจาก แฟรนไชส์ซอ	4.32	.63	4.07	.19	3.64	.24	4.53	.37	5.80	.02*
รวม	4.30	.24	4.37	.12	4.16	.12	4.40	.15	2.722	.05*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพของอาชีพภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ในด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้ ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ และด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อที่ละมาก ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสถานภาพของอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ที่มีระดับสถานภาพของอาชีพต่างกันมีข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ด้านภาพรวม และด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ แตกต่างกันเป็นรายคู่ ดังนั้นจึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 4-23 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกสถานภาพของอาชีพ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ผู้ว่างงาน	นศ.จบใหม่	ผู้ประกอบการ	บ.เอกชน
		4.30	4.37	4.16	4.40
ผู้ว่างงาน	4.30	-	-.07*	.14	-.10*
นศ.จบใหม่	4.37	-	-	-.21*	-.03
ผู้ประกอบการ	4.16	-	-	-	-.24*
บริษัทเอกชน	4.40	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นนักศึกษาจบใหม่ และพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ว่างงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.07 และ -.10

• ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่า นักศึกษาจบใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.21

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.24

ตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน จำแนกสถานภาพของอาชีพ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ผู้ว่างงาน	นศ.จบใหม่	ผู้ประกอบการ	บ.เอกชน
		3.96	3.86	4.64	4.41
ผู้ว่างงาน	3.96	-	.10	-.68*	-.45*
นศ.จบใหม่	3.86	-	-	-.58*	-.55*
ผู้ประกอบการ	4.64	-	-	-	.23
บริษัทเอกชน	4.41	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ และพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ว่างงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.68 และ -.45

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการ โฆษณาและสนับสนุน การขายร่วมกัน จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ และพนักงานบริษัท เอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า นักศึกษาจบใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ย -.58 และ -.55

ตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรีด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ จำแนกสถานภาพของอาชีพ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ผู้ว่างงาน	นศ.จบใหม่	ผู้ประกอบการ	บ.เอกชน
		4.32	4.57	3.71	4.56
ผู้ว่างงาน	4.32	-	-.25*	-.61*	.24
นศ.จบใหม่	4.57	-	-	-.86*	.01
ผู้ประกอบการ	3.71	-	-	-	-.85*
บริษัทเอกชน	4.56	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นนักศึกษาจบใหม่ และผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ว่างงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ย -.25 และ -.61

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการถ่ายโอนความ เชี่ยวชาญ จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่า นักศึกษา จบใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.86

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการถ่ายโอนความ เชี่ยวชาญ จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.85

ตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม จำแนกสถานภาพของอาชีพ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ผู้ว่างงาน	นศ.จบใหม่	ผู้ประกอบการ	บ.เอกชน
		4.18	4.79	4.36	4.59
ผู้ว่างงาน	4.18	-	-.61*	-.18*	-.41*
นศ.จบใหม่	4.79	-	-	.43	.20
ผู้ประกอบการ	4.36	-	-	-	-.23*
บริษัทเอกชน	4.53	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านการฝึกอบรม จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นนักศึกษาจบใหม่ ผู้ประกอบการ และ
พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ว่างงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมี
ผลต่างค่าเฉลี่ย -.61, -.18 และ -.41

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม จำแนก
ตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.23

ตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี ด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ขอ จำแนกสถานภาพของอาชีพ

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ผู้ว่างงาน	นศ.จบใหม่	ผู้ประกอบการ	บ.เอกชน
		4.32	4.07	3.64	4.53
ผู้ว่างงาน	4.32	-	.25	-.32*	-.21*
นศ.จบใหม่	4.07	-	-	.43	-.46*
ผู้ประกอบการ	3.64	-	-	-	-.89*
บริษัทเอกชน	4.53	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้าน
บริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ขอ จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ และ
พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ว่างงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมี
ผลต่างค่าเฉลี่ย -.32 และ -.21

ตารางที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)						F	Sig.
	> 30,000 (n=52)		30,001- 40,000 (n=2)		40,001- 50,000 (n=5)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
	ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น	4.23	.42	4.00	.00	4.20		
ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้	4.37	.38	4.50	.00	4.15	.14	.98	.38
ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ	4.37	.43	4.33	.00	4.07	.68	1.01	.37
ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อ ทีละมาก ๆ	4.46	.39	4.50	.00	4.80	.27	1.78	.18
ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขาย ร่วมกัน	4.10	.44	4.50	.00	4.70	.27	5.16	.01*
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ	4.38	.48	5.00	.00	3.80	.47	5.25	.01*
ด้านการฝึกอบรม	4.37	.55	5.00	.00	4.30	.27	1.43	.25
ด้านบริการช่วยเหลือจาก แฟรนไชส์ซอ	4.32	.51	5.00	.00	3.50	.00	8.59	.00*
รวม	4.32	.20	4.60	.00	4.19	.14	3.21	.05*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-28 พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทน จำหน่าย การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้ ด้าน เครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ และด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อทีละมาก ๆ

แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน
 ซึ่งผลต่อข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของ
 ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขาย
 ร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์
 ซอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ที่มีระดับ
 สถานภาพของอาชีพต่างกันมีข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการ
 ท่องเที่ยว ด้านภาพรวม และด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความ
 เชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ แตกต่างกันเป็นรายคู่
 ดังนั้นจึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด
 (Least Significant Difference: LSD) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
 จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.32	4.60	4.19
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.32	-	-.28*	.13
30,001-40,000	4.60	-	-	.41
40,001-50,000	4.19	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์
 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
 โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท
 มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
 .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.28

ตารางที่ 4-30 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้าน การโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.10	4.50	4.70
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.10	-	-.40*	-.60*
30,001-40,000	4.50	-	-	-.20*
40,001-50,000	4.70	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า หรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.40 และ -.60

ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าเฉลี่ย 30,001 - 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.20

ตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.38	5.00	3.80
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.38	-	-.62*	.58
30,001-40,000	5.00	-	-	1.20
40,001-50,000	3.80	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.62

ตารางที่ 4-32 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
จำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
ด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.32	5.00	3.50
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.32	-	-.68*	.82
30,001-40,000	5.00	-	-	1.50
40,001-50,000	3.50	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อได้เปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้าน

บริการช่วยเหลือจากเฟรนไชส์ขอ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.68

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ที่สนใจลงทุน ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ส่งผลต่อข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อเสียเปรียบ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายฯ ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	เพศ				t	Sig.
	เพศชาย (n= 25)		เพศหญิง (n = 34)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ	4.24	.45	4.24	.33	.04	.39
ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ	4.40	.41	4.35	.45	.42	.37
ด้านค่าใช้จ่ายสูง	4.44	.45	4.43	.34	.08	.03*
รวม	4.36	.29	4.34	.26	.28	.63

จากตารางที่ 4- 33 พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ ในด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ และด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนเพศต่างกัน ส่งผลต่อข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้านค่าใช้จ่ายสูงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของ ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	อายุ				t	Sig.
	20 – 29 ปี (n= 54)		30 - 39 ปี (n = 5)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ	4.23	.38	4.35	.38	.88	.69
ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ	4.40	.44	4.10	.22	185	2.56
ด้านค่าใช้จ่ายสูง	4.44	.39	4.40	.37	863	.22
รวม	4.35	.27	4.28	.26	.86	.60

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-34 พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุ ในด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ
แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายฯ ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	ระดับการศึกษา						F	Sig.
	ม.ปลาย/ เทียบเท่า (n=2)		อนุปริญญา/เทียบเท่า (n=6)		ปริญญาตรี (n=51)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการ								
ดำเนินธุรกิจ	3.75	.00	4.38	.21	4.24	.39	2.10	.13
ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ	4.00	.00	4.42	.20	4.38	.45	.78	.46
ด้านค่าใช้จ่ายสูง	4.33	.00	4.39	.25	4.44	.41	.12	.89
รวม	4.03	.00	4.40	.18	4.36	.28	1.54	.22

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-35 พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย
การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับ
การศึกษาในภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
จำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม
ระดับการศึกษา ในด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ
และด้านค่าใช้จ่ายสูง แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ
แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพของอาชีพ

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน จำหน่ายการท่องเที่ยวของ ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	ระดับการศึกษา								F	Sig.
	ผู้ว่างงาน (n=28)		นศ.จบใหม่ (n=7)		ผู้ประกอบการ (n=7)		บ.เอกชน (n=17)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านการสูญเสียอิสรภาพใน										
การดำเนินธุรกิจ	4.20	.35	4.46	.09	4.39	.43	4.15	.45	1.70	.18
ด้านไม่มีหลักประกัน										
ความสำเร็จ	4.39	.48	4.43	.19	4.21	.64	4.38	.33	.37	.78
ด้านค่าใช้จ่ายสูง	4.55	.30	4.48	.26	4.38	.49	4.25	.46	2.21	.10
รวม	4.38	.25	4.46	.17	4.33	.50	4.26	.20	1.10	.36

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-36 พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย
การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ
ของอาชีพภาพรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
จำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม
สถานภาพของอาชีพ ในด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกัน
ความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4-37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจ
แฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของ ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)						F	Sig.
	> 30,000 (n=52)		30,001- 40,000 (n=2)		40,001- 50,000 (n=5)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนิน ธุรกิจ	4.25	.40	4.00	.00	4.15	.14	.56	.57
ด้าน ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ	4.41	.42	4.50	.00	3.90	.42	3.62	.03*
ด้านค่าใช้จ่ายสูง	4.44	.38	5.00	.00	4.13	.30	4.02	.02*
รวม	4.37	.26	4.50	.00	4.06	.24	3.61	.03*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-37 พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย
การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
จำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกัน อย่างไม่มี
นัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อข้อเสียเปรียบของ
การเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ด้าน ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนต่างกันมีข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว
ด้านภาพรวม และด้าน ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง แตกต่างกันเป็นรายคู่

ดังนั้นจึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.37	4.50	4.06
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.37	-	-.13*	.31
30,001-40,000	4.50	-	-	.44
40,001-50,000	4.06	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.13

ตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรีด้าน ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.41	4.50	3.90
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.41	-	-.09*	.51
30,001-40,000	4.50	-	-	.60
40,001-50,000	3.90	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.09

ตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบรายคู่ การศึกษาข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรีด้านค่าใช้จ่ายสูง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	> 30,000	30,001-40,000	40,001-50,000
		4.44	5.00	4.13
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000	4.44	-	-.56*	.31
30,001-40,000	5.00	-	-	.87
40,001-50,000	4.13	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ด้านค่าใช้จ่ายสูง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.56

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลงานวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี และการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Study) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ คือ การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากผู้เข้าอบรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่จัดโครงการอบรมผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตจังหวัดชลบุรี ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 59 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ศึกษาเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อได้เปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น ด้านย่นระยะเวลาการเรียนรู้ ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละมาก ๆ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านการฝึกอบรม และด้านบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อเสียเปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านค่าใช้จ่ายสูง

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.40 มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 91.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 86.40 ไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท

ปัจจัยข้อได้เปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี โดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก และมากที่สุด ซึ่งความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่คือ ด้านการประหยัดต่อขนาดจากการซื้อทีละมาก ๆ รองลงมาคือ ด้านการฝึกอบรม ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ ด้านขั้นตอนระยะเวลาการเรียนรู้ ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ด้านการได้รับความช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอร์ ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น และความเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ เห็นด้วยมากที่สุด คือ เห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์นี้ เปิดโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในการเปิด AEC ปี 2558 และจะช่วยให้กิจการมีโอกาสประสบความสำเร็จที่สูงขึ้น รองลงมาและลำดับถัดไปเห็นด้วยมาก คือ มั่นใจว่าธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ มีความชำนาญและประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ เชื่อถือความสามารถในกระบวนการพัฒนาระบบการให้บริการของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ที่จะช่วยให้การประกอบธุรกิจได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ง่ายขึ้น มั่นใจว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้จะช่วยสร้างโอกาสความมั่นคงทางธุรกิจได้สูงและง่าย มากกว่าการริเริ่มสร้างใหม่ด้วยตนเอง

2. ด้านการย่นระยะเวลาการเรียนรู้ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูก หรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว รองลงมาคือ การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะมีการสร้างระบบงานในการดำเนินธุรกิจไว้ให้กับผู้ลงทุนเรียบร้อยแล้ว การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และการแข่งขันในตลาดได้ง่ายขึ้น การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยประหยัด เวลาในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

3. ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพญา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เห็นว่ ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะมีโอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มในพญาได้ง่ายขึ้น รองลงมาคือ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ซึ่งเปิดดำเนินการมาเกือบ 10 ปี ในการให้บริการด้านท่องเที่ยว จะได้รับการยอมรับในตลาดได้ง่ายขึ้น และ ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะมีโอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มในพญาได้

ง่ายขึ้น และ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว สามารถขยายสาขาแฟรนไชส์ในพหุวิทยา
 ผลจะได้รับการตอบรับจากลูกค้าที่ดีกว่า การเปิดธุรกิจตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวแบบไม่มี
 แฟรนไชส์

4. ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อที่ละมาก ๆ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เห็นว่า หากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้มีอำนาจต่อรอง กับ Supplier หรือ
 สถานประกอบการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้มากกว่าการเปิดทำ
 ธุรกิจด้วยตนเอง และราคาต้นทุนค่าโรงแรม ค่าที่พัก ค่าตัวต่าง ๆ ที่ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทน
 จำหน่ายการท่องเที่ยว ได้รับในอัตราพิเศษ หรือถูกกว่าธุรกิจทัวร์แบบเดี่ยว ๆ

5. ด้านการ โฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
 ในเขตพหุวิทยา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ
 มากที่สุด เห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ
 และการสนับสนุนการขายร่วมกันกับสำนักงานใหญ่ และเห็นด้วยในระดับมาก กับความคุ้มค่ากับ
 เงินลงทุน 99,000 บาท ในแฟรนไชส์นี้ ซึ่งผู้ลงทุนจะได้รับ เสื้อยูนิฟอร์ม 5 ตัว โบร์ชัวร์ส่งเสริม
 การขาย 1,000 ใบ คลิปเครื่องบินฟรีเยี่ยม 100 อัน ไฟล์รูปภาพวิว โลโก้แอร์ไลน์ โลโก้บริษัท
 ป้ายชื่อร้าน ใบเสร็จรับเงิน นามบัตร ธงโฆษณาตั้งพื้นพร้อมขาตั้ง 2 ชุด ซอฟต์แวร์ระบบบริหาร
 จัดการและการทำงานทั้งสำรองที่นั่งตัวเครื่องบินและจอง โรงแรมแบบทันที (Real Time) แพคเกจ
 ทัวร์ที่ขายได้ทุกเส้นทางทั่วโลก อีเมล บริษัท คอรัส อบรมธุรกิจ 1-2 วัน คู่มือ และเอกสาร
 ประกอบการขายอื่น ๆ

6. ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่
 เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ทราบวิธีการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร
 กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการบริหาร
 จัดการในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

7. ด้านการฝึกอบรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เห็นว่า การซื้อ
 ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ได้รับการฝึกอบรมจากเจ้าของแฟรนไชส์ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้า
 อย่างต่อเนื่อง และเห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับการฝึกอบรมแนะแนวทางจากเจ้าของ
 แฟรนไชส์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการ ได้ดีขึ้น ภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียวกัน

8. ด้านบริการช่วยเหลือ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพหุวิทยา จังหวัดชลบุรี
 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับ
 ความรู้และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี
 และเห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับความรู้ และทักษะในการบริหารบุคลากรในองค์กร

ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็น โดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ คือ ด้านค่าใช้จ่ายสูง รองลงมาด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ และด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยอธิบายรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ ที่ให้ความสำคัญในการปรึกษาหารือกับผู้ลงทุนซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ อย่างสม่ำเสมอเพื่อต้องการทราบความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละท้องที่ รองลงมาการยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบที่เจ้าของแฟรนไชส์ได้กำหนดไว้ จะช่วยรับรองความสำเร็จของแฟรนไชส์นี้ได้ ความคิดเห็นในระดับมาก คือ การยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบที่เจ้าของ แฟรนไชส์ได้กำหนดไว้ เช่น การตั้งราคาขาย การเสนอขายสินค้าลดราคาและอื่น ๆ เป็นต้น จะช่วยรับรองความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์นี้ได้ และการสูญเสียอิสรภาพในการตัดสินใจกระทำการใด ๆ เพียงลำพัง เพราะเข้าใจว่าอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเจ้าของ ธุรกิจแฟรนไชส์นี้ได้

2. ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การยอมรับว่า คุณสมบัติของเจ้าของแฟรนไชส์ เช่น ประสบการณ์การประกอบธุรกิจ ความสำเร็จในการขยายตลาด ไม่อาจพิสูจน์ความสำเร็จที่ชัดเจนให้กับผู้ตัดสินใจลงทุนซื้อแฟรนไชส์ นี้ได้ และเห็นด้วยมาก คือ หากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ จะทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามระบบตามใจนึกที่ตนเองอยากทำให้สำเร็จได้

3. ด้านค่าใช้จ่ายสูง ในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์ นี้ เริ่มแรกด้วยเงินลงทุน 99,000 บาท ซึ่งยังไม่รวมเงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า รองลงมาเห็นด้วยกับการพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ และก่อนการลงนามในสัญญาที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่ต้องจ่าย และเห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์ นี้ เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะมีความชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการเปรียบเทียบการศึกษาข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี ดังนี้

1. ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา สถานภาพของอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
2. ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพของอาชีพ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.40 มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 91.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 86.40 ไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับงานวิจัยของรุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่สอดคล้องกัน คือ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี และไม่สอดคล้องกันในช่วงอายุที่ประสบความสำเร็จจะอยู่ที่ 41 - 50 ปี ทั้งนี้สาเหตุที่ไม่สอดคล้องกันเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะแตกต่างกัน คือ งานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษา เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ทำให้ช่วงอายุไม่สอดคล้องกัน แต่ที่สอดคล้องกันคือ เพศชาย และการศึกษาระดับปริญญาตรี แสดงว่าผู้ที่ทำงานประจำในหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นเพศชาย จบการศึกษาระดับปริญญา มีโอกาสที่จะเปลี่ยนมาทำธุรกิจส่วนตัวเมื่ออายุประมาณ 20 ตอนปลาย โดยใช้ระยะเวลาในการทำธุรกิจส่วนตัวประมาณ 10 ปี มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจสนใจซื้อแฟรนไชส์ น่าจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ซึ่งมีความมุ่งมั่นเป็นพื้นฐานที่จะประกอบอาชีพส่วนตัว

ปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของ ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัฒนา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุด ในด้าน โอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น คือ เห็นว่าธุรกิจแฟรนไชส์นี้ เปิดโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในการเปิด AEC ปี 2558 และจะช่วยให้กิจการมี โอกาส ได้รับความสำเร็จที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ (15-17 มีนาคม พ.ศ. 2555) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมสำคัญนำ รายได้เข้าสู่ประเทศ โดยที่ ชาญโชติ ชมพูนุท (2554) ยังได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจหลักของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจบริการนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยเฉพาะในปี 2558 เป็นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยิ่งเป็นโอกาสที่ดี สำหรับผู้สนใจทำธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาข้อมูลของฐานเศรษฐกิจ (เมษายน 2555) เห็นว่า ประเทศไทยถูกกำหนดให้ประเทศสมาชิกรับผิดชอบในการจัดทำแผนดำเนินการ (Roadmap) ไป ผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การค้าบริการ (การท่องเที่ยวรวมอยู่ในการค้าบริการ) ตั้งเป้าหมาย การเจรจาเปิดเสรีการค้าบริการอย่างชัดเจน ให้เป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น และพัฒนาระบบการยอมรับ ร่วมกัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบวิชาชีพในสาขาบริการ ทั้งนี้การเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน จะเป็นผลดีต่อประเทศไทย เนื่องจากสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ เอื้ออำนวยให้ป็นศูนย์กลางของภูมิภาคนี้ ประกอบกับที่ผ่านมอาเซียนมีความสำคัญทางเศรษฐกิจ กับไทย ทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการและท่องเที่ยวไทยควรมีการปรับตัวให้สูงขึ้น ตามแนวคิดของ ศรีรัตน์ ธิราชปานะ (2555) กล่าวว่าการเปิดเสรีจะแบ่งธุรกิจบริการ และท่องเที่ยว เป็น 4 ด้าน คือ 1. โรงแรม และร้านอาหาร 2. ตัวแทนนำเที่ยว 3. มัคคุเทศก์ และ 4. ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งธุรกิจด้าน การท่องเที่ยว ถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวแบบได้ประโยชน์ทางตรง ยิ่งไปกว่านั้นคือ การ คาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2563 ภูมิภาคเอเชียและ แปซิฟิกจะกลายเป็นจุดหมายยอดนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก (มีสัดส่วนตลาดเป็น 1 ใน 4 ของ ตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก) โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (2555) กล่าวว่า การเปิดตลาด AEC ส่งผลให้ภาคบริการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมีแนวโน้มแข่งขันสูงขึ้น ดังนั้นธุรกิจด้าน การท่องเที่ยวควรเตรียมรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาจำนวนมาก โดยการเร่งพัฒนา ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแห่งใหม่ รวมถึงปรับปรุงภาคบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความพร้อมมากที่สุด เพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว มีโอกาสได้รับการตอบรับที่ดีจากการลงทุน และส่งผลให้เกิดการคุ้มค่าต่อการทำธุรกิจเป็น อย่างมาก

จากการอภิปรายผลข้างต้นจะเห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวมีโอกาสอย่างมากที่จะเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะหลังจากการเปิด AEC ในปี 2558 โดยจากการศึกษาพบว่า ด้านการขนส่งระยะเวลาการเรียนรู้ คือ การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูก หรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ เห็นธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะมีโอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มในพหุวิทยาได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลของ ฉินชานันท์ เอี่ยมเพชร (2555) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อ ปี 2554 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2553 ซึ่งภาคบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยนับว่ามีศักยภาพค่อนข้างสูง ทั้งในส่วนของความพร้อมในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวน่าจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น เพื่อเข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะด้าน โรงแรมที่พัก ซึ่งเป็นเครือข่ายของบรรดานักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามมา ดังนั้นการซื้อแฟรนไชส์ธุรกิจการท่องเที่ยวกับผู้ที่มีประสบการณ์ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว รวมถึงมีเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ จึงเห็นว่าการซื้อแฟรนไชส์ธุรกิจ พร้อมทั้งการได้รับเครื่องหมายธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จะส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ที่สนใจทำธุรกิจท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะได้รับผลการตอบแทนจากการลงทุนอย่างคุ้มค่า และลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจได้ นอกจากนี้ยังสามารถปรับตัวโดยใช้ประโยชน์จากผู้มีประสบการณ์การทำธุรกิจท่องเที่ยว ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นจากการเป็นอาเซียนเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด รวมทั้งการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยอาศัยจุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวของไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจแฟรนไชส์นี้ยังสามารถนำประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาด้านแอปพลิเคชัน รวมทั้งเว็บไซต์ เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกการจอง รวมทั้งใช้ช่องทางนี้ให้นักท่องเที่ยวได้แบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งที่กล่าวมานั้นถือแนวทางการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ด้านการท่องเที่ยว กับมืออาชีพ โดยอาศัยเครื่องมือทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยว ที่นำไปใช้และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อที่ละมาก ๆ โดยเห็นว่าหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้มีอำนาจต่อรอง กับ Supplier หรือสถานประกอบการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ได้มากกว่าการเปิดทำธุรกิจด้วยตนเอง ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน คือ การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

และการสนับสนุนการขายร่วมกันกับสำนักงานใหญ่ ซึ่งตรงกับบริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด (2554) เป็นข้อมูลออนไลน์ อธิบายถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การตลาด รวมถึงการขยายสาขาเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น และการขยายส่วนแบ่งในตลาดบริการท่องเที่ยวของไทย ตลอดจนการขยายฐานทางการตลาดเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ทั้งนี้ข้อได้เปรียบในการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์นี้ คือการได้รับการช่วยเหลือในการทำธุรกิจทุกทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจากข้อมูลออนไลน์ ซึ่งอธิบายว่าการซื้อแฟรนไชส์ จะสะดวกสำหรับผู้ซื้อแฟรนไชส์ คือบริษัทแม่คอยแนะนำให้ความช่วยเหลือเป็นผู้เตรียมใบอนุญาต เทคนิคการผลิต การบริหารงานขายให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์ ซึ่งแฟรนไชส์ซอร์ (Franchisors) จะให้สัมปทานซึ่งเป็นผู้ให้ยืมเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) หรือชื่อทางการค้า (Trade Name) เพื่อดำเนินธุรกิจซึ่งแฟรนไชส์ซี ย่อมได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า/ บริการที่ได้รับการยอมรับในตลาดแล้วไปด้วย ทำให้การเริ่มต้นของธุรกิจของแฟรนไชส์ซี เป็นไปได้รวดเร็วกว่าเพราะไม่ต้องสร้างเครื่องหมายการค้าใหม่มาทำตลาดในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้ แฟรนไชส์ซอร์ สามารถรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าของแฟรนไชส์ซีเข้าด้วยกันและเพิ่มอำนาจการต่อรองทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการในต้นทุนที่ถูกลง แฟรนไชส์ซี ย่อมได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบในราคาที่ถูกลงตามไปด้วยซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ซึ่งสามารถโฆษณาโดยอาศัยสื่อราคาแพงๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือ โทรทัศน์ เนื่องจากแฟรนไชส์ซอร์ มีเงินทุนจากค่าแฟรนไชส์ซอร์แต่ละราย มาใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาได้ง่ายยิ่งขึ้น

ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ทราบวิธีการให้บริการในการท่องเที่ยวแบบครบวงจรกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้านการฝึกอบรม เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้จะทำให้ได้รับการฝึกอบรมจากเจ้าของแฟรนไชส์ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ด้านบริการช่วยเหลือ เห็นว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับความรู้และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน ตามข้อมูลของ www.thaifranchisecenter.com ซึ่งเป็นข้อมูลออนไลน์ อธิบายว่าผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การตลาด รวมถึงการขยายสาขาเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการขยายฐานทางการตลาดเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 เพื่อให้บริการรับรองโรงแรม จำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รับทำประกันเดินทาง จำหน่ายบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งการให้บริการแบบครบวงจรจะทำให้แฟรนไชส์ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวมีจุดแข็ง โดยเป็นศูนย์รวมบริการที่ครบวงจร เพื่อ

ตอบรับความต้องการของลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งตรงกันกับ ข้อมูลของ บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ ไทเวิล จำกัด (2555) อธิบายไว้ว่า บริษัทฯ เป็นธุรกิจ จำหน่ายตัว เครื่องบินทุกสายการบิน แพคเกจทัวร์ทั้งในและต่างประเทศ รับจองโรงแรมทั่วโลก ประกันภัย เดินทาง บัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ลักษณะกิจการ จำหน่ายตัวเครื่องบิน และให้บริการ ท่องเที่ยวครบวงจร ทั้งนี้ไม่ได้อธิบายเรื่องการฝึกอบรม หรือการเข้าช่วยเหลือการบริการ แต่ ระบุคุณสมบัติผู้ลงทุน ซึ่ง ไม่มีรายละเอียดของการฝึกอบรม ดังนั้น เจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ขอ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมกับแฟรนไชส์ซี เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้า อย่างต่อเนื่อง และควรส่งเสริมการเข้าร่วมบริหารงานให้กับแฟรนไชส์ซี เพื่อช่วยเหลือ กับ แฟรนไชส์ซี ให้ได้รับความรู้และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดใน พื้นที่เพื่อให้แฟรนไชส์ซีมีความชัดเจนที่จะได้รับความช่วยเหลือหากตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์นี้ และ เห็นภาพของการบริหารงานที่ชัดเจนมากกว่านี้ ทั้งยังช่วยให้แฟรนไชส์ซีเกิดความมั่นใจที่จะ สามารถบริหารงานในร้านแฟรนไชส์ให้เกิดประสิทธิภาพได้

ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดย ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ คือเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ ที่ให้ความสำคัญในการ ปรึกษาหารือกับผู้ลงทุนซื้อธุรกิจแฟรนไชส์นี้ อย่างสม่ำเสมอเพื่อต้องการทราบความต้องการขอ ลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละท้องที่ ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ เห็นด้วย กับ การยอมรับว่าคุณสมบัติของเจ้าของแฟรนไชส์ฯ เช่น ประสบการณ์การประกอบธุรกิจ ความสำเร็จ ในการขยายตลาด ไม่อาจพิสูจน์ความสำเร็จที่ชัดเจนให้กับผู้ตัดสินใจลงทุนซื้อแฟรนไชส์ฯ นี้ได้ และด้านค่าใช้จ่ายสูง เห็นว่า เงินลงทุนแฟรนไชส์ฯ นี้ เริ่มแรกด้วยเงินลงทุน 99,000 บาท ซึ่งยังไม่ รวมเงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะขยายแฟรนไชส์ให้กับผู้ประกอบการที่สนใจซื้อแฟรนไชส์ โดยต้องการให้ ผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้ สามารถมีอาชีพที่ตัวเองฝันได้ ซึ่งคุณสมบัติของผู้สนใจทำธุรกิจ จะต้องมีความ รักการบริการเป็นสำคัญ มีความตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนี้ ทั้งนี้ผู้ลงทุนทำ แฟรนไชส์ จำเป็นต้องตรวจสอบหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบภายหลังจากซื้อแฟรนไชส์ ตามข้อมูล ของ www.thaifranchisecenter.com ซึ่งเป็นข้อมูลออนไลน์ อธิบายว่า หน้าที่ของผู้ลงทุนทำ แฟรนไชส์ นอกจากจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise Fee) ให้กับเจ้าของ แฟรนไชส์ (Franchisor) เป็นเงินก้อนแรกตามที่ตกลงกันจะต้องทำการเตรียมหาเงินลงทุน เลือกลงทำเล ที่ตั้งร้านค้าที่ดีที่สุดและการเข้ารับการฝึกอบรมจากวิทยากร ทั้งในห้องอบรม และสถานที่ทำงาน จริง โดยจะต้องสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ คือ การดำเนินธุรกิจตามวิธีที่ได้รับการพัฒนา

จากแฟรนไชส์ซอ ทั้งนี้ยังมีแฟรนไชส์ซอจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญในการบริหารหรือกับแฟรนไชส์ซออย่างสม่ำเสมอเพื่อทราบความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น

จากการศึกษาข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี พบว่า ข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ และอายุในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ ส่วนระดับการศึกษา สถานภาพของอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพของอาชีพในภาพรวมแตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) (2553) พบว่า ธุรกิจการให้เช่าที่พักในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว ภูมิศึกษากรุงเทพมหานครและชลบุรี (เมืองพัทธา) มีความสำคัญและมีการแข่งขันสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ และจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันต่อธุรกิจนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลการได้เปรียบเสียเปรียบส่งผลต่อตัวแปรอื่น ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบเสียเปรียบกับธุรกิจท่องเที่ยว มีหลายประการ เช่น ปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยการแข่งขัน รวมถึงปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายปัจจัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว หรือปัจจัยบวกจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวดีขึ้น เช่นการสร้างมาตรฐานและการบริหารงานให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองพัทธา รวมถึงการประชาสัมพันธ์กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศโดยร่วมกับสื่อต่าง ๆ เช่น FTV การประกวด Cat Walk โดยอาจจะได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ เช่น ทางผู้บริหารเมืองพัทธา ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในแคมเปญต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยบวกที่เป็นข้อได้เปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจด้านท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวควรเตรียมรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาจำนวนมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี เห็นด้วยมากที่สุดกับธุรกิจแฟรนไชส์นี้ จะเปิดโอกาสที่ดีที่สุดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในการเปิด AEC ปี 2558 และจะช่วยให้กิจการมีโอกาสได้รับความสำเร็จที่สูงขึ้นด้วยเหตุนี้ แฟรนไชส์ขอ จึงควรเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแห่งใหม่ รวมถึงปรับปรุงภาคบริการที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมมากที่สุด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทย และส่งผลให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับการตอบรับที่ดีจากการลงทุน และส่งผลให้แฟรนไชส์ขอเห็นความคุ้มค่าต่อการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ ธุรกิจท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นอย่างมาก
2. การซื้อแฟรนไชส์ธุรกิจท่องเที่ยวกับผู้ที่ม่ประสบการณ์ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว รวมถึงมีเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ มีโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs สนใจลงทุนมากที่สุด เพราะการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูก หรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว รองลงมาคือ การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะมีการสร้างระบบงานในการดำเนินธุรกิจไว้ให้กับผู้ลงทุนเรียบร้อยแล้ว นอกจากนั้นยังช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และการแข่งขันในตลาดได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้มากกว่าการเปิดทำธุรกิจด้วยตนเอง และราคาต้นทุนค่าบริการต่างๆ ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ได้รับในอัตราพิเศษ หรือถูกกว่าธุรกิจทัวร์แบบเดี่ยวๆ ปัจจุบันนี้เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ที่สนใจทำธุรกิจท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะได้รับผลการตอบแทนจากการลงทุนอย่างคุ้มค่า และลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจได้ นอกจากนั้นยังสามารถปรับตัวโดยใช้ประโยชน์จากผู้มีประสบการณ์การทำธุรกิจท่องเที่ยว ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นจากการเป็นอาเซียนเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด รวมทั้งการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยอาศัยจุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวของไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ธุรกิจแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ควรพัฒนางานสารสนเทศ โดยการนำประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาด้านแอปพลิเคชัน รวมทั้งเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกการจอง ช่องทางนี้ให้นักท่องเที่ยวได้แบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งที่กล่าวมานั้นถือแนวทางการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ด้านการท่องเที่ยวกับมืออาชีพ โดยอาศัยเครื่องมือทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่นำไปใช้และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการในธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์การตลาด รวมถึงการขยายสาขาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ เช่น พัทยา เป็นทำเลที่น่าสนใจ และเป็นตลาดที่มีโอกาสขยายตัวต่อการรองรับกับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น และการขยายส่วนแบ่งในตลาดบริการท่องเที่ยวของไทย ตลอดจนการขยายฐานทางการตลาดเพื่อก้าวเข้าสู่ประชาเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ทั้งนี้ข้อได้เปรียบในการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ขอควรรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าของแฟรนไชส์เข้าด้วยกันและเพิ่มอำนาจการต่อรองทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการในต้นทุนที่ถูกลง แฟรนไชส์ที่ยอมรับได้รับสินค้าหรือวัตถุดิบในราคาที่ถูกลงตามไปด้วยซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน ซึ่งสามารถโฆษณาโดยอาศัยสื่อราคาแพง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุหรือโทรทัศน์ เนื่องจากแฟรนไชส์ขอ มีเงินทุนจากค่าแฟรนไชส์ขอแต่ละราย มาใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาได้ง่ายยิ่งขึ้น

5. ควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมกับแฟรนไชส์ซี เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และควรส่งเสริมการเข้าร่วมบริหารงาน เพื่อช่วยเหลือกับแฟรนไชส์ซี ให้ได้รับความรู้และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดในพื้นที่เพื่อให้แฟรนไชส์ซีมีความชัดเจนที่จะได้รับความช่วยเหลือหากตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์นี้ และเห็นภาพของการบริหารงานที่ชัดเจนมากกว่านี้ ทั้งนี้ยังช่วยให้แฟรนไชส์ซีเกิดความมั่นใจที่จะสามารถบริหารงานในร้านแฟรนไชส์ให้เกิดประสิทธิภาพได้

โดยสรุปจากการศึกษา และข้อเสนอแนะข้างต้น จะเห็นได้ว่าความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความเป็นไปได้มาก ที่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs รายใหม่ สนใจที่จะลงทุนแฟรนไชส์ ธุรกิจทัวร์ กับธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่ ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด กับธุรกิจแฟรนไชส์นี้ โดยให้เหตุผลว่า ธุรกิจนี้ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูกหรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากแฟรนไชส์ขอมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ที่จะสามารถเปิดโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในการเปิด AEC ปี 2558 ซึ่งจะช่วยให้มีศักยภาพทางการแข่งขันกับคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาต้นทุนค่าบริการต่าง ๆ ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ได้รับในอัตราพิเศษ หรือถูกกว่าธุรกิจทัวร์แบบเดี่ยว ๆ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเห็นได้ชัดเจนว่า การลงทุนแฟรนไชส์นี้จะช่วยให้กิจการมีโอกาสประสบความสำเร็จได้อย่างมาก

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่อ้างอิงถึงธุรกิจท่องเที่ยว ดังนั้นในสภาพการแข่งขันของธุรกิจ เช่น การเปิดสาขา หรือการเปิดแฟรนไชส์ ที่มีเพิ่มสูงขึ้น จึงจำเป็นที่ธุรกิจท่องเที่ยวแบบครบวงจร เพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น ไปยังพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรี เช่น บางแสน ศรีราชา สัตหีบ เป็นต้น หรือในภาคตะวันออก ที่มีหลายจังหวัด ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวกันอย่างมาก เพื่อให้เห็นข้อมูลความเป็นไปได้ในการขยายตัวทางธุรกิจ และได้ข้อมูลในการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ หรือใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจลงทุนซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs
2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม โดยใช้การเปรียบเทียบ t-Test และ One-way ANOVA จึงควรมีการศึกษารูปแบบอื่นเพื่อให้เห็นความชัดเจนของตัวแปรมากยิ่งขึ้น เช่น การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise) เพื่อนำผลที่ได้ไปทำนายองค์ประกอบและพัฒนาใช้กับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความน่าจะเป็นในการส่งผลต่อการใช้บริการกับธุรกิจท่องเที่ยวต่อไป
3. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดลองกำหนดตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมดของความได้เปรียบเสียเปรียบของการเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยความต้องการของลูกค้า ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน เพื่อให้ทราบแนวคิดกลยุทธ์เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยว. (2554). วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก
<http://www.tourismroi.com>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด*. วันที่ค้นข้อมูล 18
พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://marketingdatabase.tat.or.th>
- จริญญา ณพิกุล. (2554). *การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงราย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการโรงแรมและ
การท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ชาญโชติ ชมพูนุท. (2554). *ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจ โรงแรม*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555,
เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiihdc.org/web/index.php?option=com>
- คิวเข้มพนักงาน โรงแรม - ทัวร์. (2555, 15-17 มีนาคม). *ฐานเศรษฐกิจ*. หน้า 22.
- ณิชนันท์ เอี่ยมเพชร. (2555). *การท่องเที่ยวไทยในอาเซียนและทิศทางหลังเปิด AEC*.
วันที่ค้นข้อมูล 27 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com>
- ทวิศักดิ์ ตั้งปฐมวงศ์. (2552). *การกำหนดความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียน (AEC)*. มหาสารคาม: วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ท่องเที่ยวปี 2555. (2555). *กรุงเทพธุรกิจ*. วันที่ค้นข้อมูล 22 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก
<http://www.bangkokbiznews.com/home>
- ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์รวมธุรกิจไทย. (ม.ป.ป.). วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555,
เข้าถึงได้จาก <http://www.thaifranchisecenter.com>
- ธิดารักษ์ นิภาวณิช. (2554). *การศึกษابัณฑิตที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมือง
พัทลุง*. การศึกษาแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัท พรีเมียร์ เวิลด์ แทรเวล จำกัด. (2554). *สุดยอดแฟรนไชส์ เดือนกันยายน 2554*. วันที่ค้นข้อมูล
26 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.thaifranchisecenter.com>
- ฝนทิพย์ ฆารไสว และคณะ. (2554). *การศึกษาคู่คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
ของธุรกิจ โรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย*. พิษณุโลก: คณะวิทยาการ
จัดการและสารสนเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- พัฒนศักดิ์ สุ่นตระกูล. (2555). *เมนูแฟกเจอร์ริง เอ็กซ์โป 2012” ฟอรัม ครั้งที่ 2* ที่ จ.ชลบุรี ข้อมูล :
 มติชนออนไลน์. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก
http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid
- ภูมิต วงศ์หล่อสายชล และวัชรียา โกมลสุด. (2550). การศึกษาความพึงพอใจคุณภาพ การบริการ
 ของธุรกิจสถานที่พักแรมในเมืองพัทยาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวและ
 ชาวต่างชาติ. *วารสารพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 3(1), 1 - 3.
- เมืองพัทยา. (2554). *แผนการพัฒนาเมืองพัทยา*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555,
 เข้าถึงได้จาก <http://www.pattaya.go.th/city-information>
- รุ่งนภา ต่อดูม. (2550). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs
 ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรรธน์ ศิริจิรกาล และศราวุธ เปรมใจ. (2552). *การศึกษา ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงบวกเมือง
 พัทยา*. กรุงเทพฯ: สาขาสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิกิพีเดีย. (2555). *การท่องเที่ยว*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก
<http://www.wikipedia.org>
- วุฒิชชาติ สุนทรสมบัติ. (2555). *การวิจัยการตลาดและระบบสารสนเทศทางการตลาด*. กรุงเทพฯ:
 สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น.
- ศรียรัตน์ ธิรัฐปานะ. (2555). *แถลงข่าวประชาสัมพันธ์*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555,
 เข้าถึงได้จาก. <http://www.matichon.co.th>
- ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
 (2555). *การอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ
 ธุรกิจท่องเที่ยว*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก
<http://inter.tourismthailand.org/th/home>
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า. (2547). *ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2547*.
 วันที่ค้นข้อมูล 28 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.dbd.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *ศูนย์ข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยว*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน
 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.service.nso.co.th>
- _____. (2554). *ศูนย์ข้อมูลสถิติจังหวัด*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555,
 เข้าถึงได้ <http://www.service.nso.co.th>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) (2553). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการให้เช่าที่พักในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานครและชลบุรี (เมืองพัทยา). วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th>

สุรรัตน์ ดวงสุวรรณ. (2550). คุณลักษณะฝีมือแรงงานที่พึงประสงค์ของอุตสาหกรรมการโรงแรม ในแหล่งท่องเที่ยว ภาคใต้. กระจวบศิริพันธ์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบ เสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์
ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้สนใจลงทุนธุรกิจในเขตเมืองพัทธา จังหวัดชลบุรี โดยเข้าอบรมผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตจังหวัดชลบุรี
2. การเก็บข้อมูลครั้งนี้จะไม่มีการนำเสนอหรือเปิดเผยเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จะนำไปเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ในหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เท่านั้น
3. แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ฯ
 - ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วมแฟรนไชส์ฯ

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา
จังหวัดชลบุรี

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า/เท่ากับ 20 ปี

2. 20 – 29 ปี

3. 30 – 39 ปี

4. 40 – 49 ปี

5. 50 – 59 ปี

6. ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า

2. อนุปริญญา / เทียบเท่า

3. ปริญญาตรี

4. ปริญญาโท

5. สูงกว่าปริญญาโท

4. สถานภาพของอาชีพ

- 1. ผู้ว่างงาน
- 2. นักศึกษาจบใหม่
- 3. ผู้ประกอบการ
- 4. ทายาทเจ้าของกิจการ ที่เตรียมเข้ารับการสืบทอดธุรกิจ
- 5. พนักงานบริษัทเอกชน
- 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 7. อื่นๆ (ระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1. น้อยกว่า 30,000 บาท
- 2. 30,001 – 40,000 บาท
- 3. 40,001 – 50,000 บาท
- 4. 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วมเฟรนไชส์ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย การท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี (รายละเอียด ธุรกิจอยู่แนบท้ายแบบสอบถามนี้)

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านโอกาสแห่งความสำเร็จที่สูงขึ้น					
1.1 ท่านมั่นใจว่าการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยสร้างโอกาสความมั่นคงทางธุรกิจได้สูงและง่าย มากกว่าการริเริ่มสร้างใหม่ด้วยตนเอง					
1.2 ท่านเชื่อต่อความสามารถในกระบวนการพัฒนาระบบการให้บริการของธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ที่จะช่วยให้การประกอบธุรกิจได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ง่ายขึ้น					
1.3 ท่านมั่นใจว่าธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ มีความชำนาญและประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้					
1.4 ท่านเห็นว่าธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ เปิดโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในการเปิด AEC ปี 2558 และจะช่วยให้กิจการมีโอกาสประสบความสำเร็จที่สูงขึ้น					
2. ด้านการย่นระยะเวลาการเรียนรู้					
2.1 ท่านเห็นด้วย กับการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะมีการสร้างระบบงานในการดำเนินธุรกิจไว้ให้กับผู้ลงทุนเรียบร้อยแล้ว					

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. ด้านการยื่นระยะเวลาการเรียนรู้ (ต่อ)					
2.2 ท่านเห็นด้วย กับการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และการแข่งขันในตลาดได้ง่ายขึ้น					
2.3 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยประหยัดเวลาในการเรียนรู้ถึงวิธีการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น					
2.4 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ไม่เสี่ยงกับการลองผิดลองถูก หรือสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว					
3. ด้านเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ					
3.1 ท่านเห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ซึ่งเปิดดำเนินการมาเกือบ 10 ปี ในการให้บริการด้านท่องเที่ยว จะได้รับการยอมรับในตลาดได้ง่ายขึ้น					
3.2 ท่านเห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ จะมีโอกาสได้รับการยอมรับ และสามารถขยายสาขาเพิ่มในพิทยาได้ง่ายขึ้น					
3.3 ท่านเห็นว่า ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ สามารถขยายสาขาแฟรนไชส์ในพิทยา และ จะได้รับการตอบรับจากลูกค้าได้ดีกว่า การเปิดธุรกิจทัวร์แบบไม่มี แฟรนไชส์					
4. ด้านการประหยัดต้นทุนจากการซื้อที่ละมากๆ					
4.1 ท่านเห็นว่า ราคาต้นทุนค่าโรงแรม ค่าที่พัก ค่าตัว ต่างๆ ที่ ธุรกิจแฟรนไชส์ฯ ได้รับในอัตราพิเศษ หรือถูกกว่าธุรกิจทัวร์แบบเดี่ยวๆ					
4.2 ท่านเห็นว่า หากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะช่วยให้มีอำนาจต่อรอง กับ Supplier หรือสถานประกอบการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีข้อ ได้เปรียบในการแข่งขัน ได้มากกว่าการเปิดทำธุรกิจด้วยตนเอง					
5. ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน					
5.1 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการสนับสนุนการขายร่วมกันกับสำนักงานใหญ่					

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยข้อได้เปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5. ด้านการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน (ต่อ)					
5.2 ท่านเห็นด้วย กับความคุ้มค่ากับเงินลงทุน 99,000 บาท ในแฟรนไชส์นี้ ซึ่งผู้ลงทุนจะได้รับ เสื้อยูนิฟอร์ม 5 ตัว, โบรชัวร์ส่งเสริมการขาย 1,000 ใบ, คลิปเครื่องบินฟรีเอ็มเอ็ม100 อัน, ไฟล์รูปภาพวิว โลโก้แอร์ไลน์ โลโก้บริษัท ป้ายชื่อร้าน, ใบเสร็จรับเงิน นามบัตร, ธงโฆษณา ตั้งพื้นพร้อมขาตั้ง 2 ชุด, ซอฟต์แวร์ระบบบริหารจัดการและการทำงาน ทั้งสำรองที่นั่งตัวเครื่องบินและจอง โรงแรมแบบ Real time, แพคเกจทัวร์ที่ขายได้ทุกเส้นทางทั่วโลก, Email บริษัท, คอร์สอบรมธุรกิจ 1-2 วัน, คู่มือ และเอกสารประกอบการขายอื่นๆ					
6. ด้านการถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ					
6.1 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการบริหารจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
6.2 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ทราบวิธีการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจรกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
7. ด้านการฝึกอบรม					
7.1 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ จะทำให้ได้รับการฝึกอบรมจากเจ้าของแฟรนไชส์ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง					
7.2 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ท่านจะได้รับการฝึกอบรมแนะแนวทางจากเจ้าของแฟรนไชส์เพื่อช่วยส่งเสริมให้ประกอบการได้ดีขึ้นภายใต้มาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียวกัน					
8. ด้านบริการช่วยเหลือ					
8.1 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ท่านจะได้รับความรู้และทักษะในการบริหารบุคลากรในองค์กร					
8.2 ท่านเห็นว่า การซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ฯ นี้ ท่านจะได้รับความรู้ และทักษะในการวิเคราะห์สภาพตลาด และการแข่งขันกับตลาดในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี					

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว
ของผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี (รายละเอียดธุรกิจอยู่บน
ท้ายแบบสอบถามนี้)

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการสูญเสียอิสรภาพในการดำเนินธุรกิจ					
1.1 ท่านเห็นด้วย กับการยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบที่ เจ้าของ แฟรนไชส์ ได้กำหนดไว้ เช่น การตั้งราคาขาย การเสนอขาย สินค้าลดราคาและอื่นๆ เป็นต้น จะช่วยรับรองความสำเร็จของ ธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ได้					
1.2 ท่านเห็นด้วย กับการยินยอมการบริหารธุรกิจภายใต้รูปแบบที่ เจ้าของ แฟรนไชส์ ได้กำหนดไว้ จะช่วยรับรองความสำเร็จของแฟ รนไชส์ นี้ได้					
1.3 ท่านเห็นด้วย กับการสูญเสียอิสรภาพในการตัดสินใจกระทำ การใดๆ เพียงลำพัง เพราะเข้าใจว่าอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ของเจ้าของ ธุรกิจแฟรนไชส์นี้ได้					
1.4 ท่านเห็นด้วย กับการที่เจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ ที่ให้ความสำคัญ ในการปรึกษาหารือกับผู้ลงทุนซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อต้องการทราบความต้องการของลูกค้าซึ่งมีความต้องการที่แตกต่าง กันในแต่ละท้องถิ่น					
2. ด้านไม่มีหลักประกันความสำเร็จ					
2.1 ท่านเห็นด้วยกับการยอมรับว่า หากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ นี้ จะทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามระบบตามใจนึกที่ตนเองอยากทำให้ สำเร็จได้					
2.2 ท่านเห็นด้วยกับการยอมรับว่า คุณสมบัติของเจ้าของแฟรน ไชส์ เช่น ประสบการณ์การประกอบธุรกิจ ความสำเร็จในการขยาย ตลาด ไม่อาจพิสูจน์ความสำเร็จที่ชัดเจนให้กับผู้ตัดสินใจลงทุนซื้อแฟ รนไชส์ นี้ได้					
3. ด้านค่าใช้จ่ายสูง					
3.1 ท่านเห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์ นี้ เริ่มแรก ด้วยเงิน ลงทุน 99,000 บาท ซึ่งยังไม่รวมเงินลงทุนเพื่อตกแต่งร้านค้า					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยข้อเสียเปรียบของการเข้าร่วม ธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านค่าใช้จ่ายสูง (ต่อ)					
3.2 ท่านเห็นด้วยกับเงินลงทุนแฟรนไชส์ฯ นี้ เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะมีความชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์ฯ					
3.3 ท่านเห็นด้วยกับการพิจารณาอย่างรอบคอบ ก่อนการตัดสินใจซื้อ แฟรนไชส์ฯ และก่อนการลงทุนในสัญญาที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายใดๆ ที่ต้องจ่าย					

ภาคผนวก ข

การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางที่ ข-1 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัย
 ที่ส่งผลต่อข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบธุรกิจแฟรนไชส์ ตัวแทนการท่องเที่ยว ของ
 ผู้ประกอบการรายใหม่ SMEs ในเขตพัทธา จังหวัดชลบุรี

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)	ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
Q2.1.1	.63	Q.2.6.1	.27
Q2.1.2	.45	Q.2.6.2	.58
Q2.1.3	.57	Q.2.7.1	.22
Q2.1.4	.64	Q.2.7.1	.42
Q2.2.1	.27	Q.2.8.1	.20
Q2.2.2	.58	Q.2.8.2	.26
Q2.2.3	.20	Q3.1.1	.55
Q2.2.4	.26	Q3.1.2	.33
Q2.3.1	.21	Q3.1.3	.54
Q2.3.2	.51	Q3.1.4	.22
Q2.3.3	.20	Q3.2.1	.35
Q2.4.1	.21	Q3.2.2	.29
Q2.4.2	.59	Q3.3.1	.22
Q2.5.1	.20	Q3.3.2	.20
Q2.5.2	.63	Q3.3.3	.21

หมายเหตุ ค่าความเชื่อมั่น โดยรวมทั้งฉบับ เท่ากับ .81