

การพิจารณาก่อนเป็นแฟรนไชส์ซี Consideration before Being a Franchisee

ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์

Siripat Srichan

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: siriput.sri@neu.ac.th

วันที่รับบทความ(Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

29 มกราคม 2564

21 เมษายน 2564

3 พฤษภาคม 2564

บทคัดย่อ

สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่หัตถ์ทำให้ทุกธุรกิจต้องปรับตัวและหาแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้อยู่รอด สร้างความได้เปรียบคู่แข่งขัน และเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว ธุรกิจแฟรนไชส์จึงเป็นทางเลือกในการสร้างอาชีพอิสระให้กับผู้ที่ต้องการมีอาชีพเป็นของตนเองได้อย่างรวดเร็ว การซื้อแฟรนไชส์จึงเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่อยากเสี่ยงการเป็นผู้ประกอบการแต่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ ขาดความรู้ในการทำธุรกิจ และต้องการประสบความสำเร็จในเวลาเร็ว จุดเด่นของธุรกิจแฟรนไชส์คือ มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอร์ ประหยัดเงินทุนด้านต้นทุนวัตถุดิบและการโฆษณา แต่ก็มีข้อที่พึงระวังคือมักจะเกิดความขัดแย้งระหว่างแฟรนไชส์ซีกับแฟรนไชส์ซอร์ และต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง วิธีการที่ควรพิจารณาก่อนซื้อแฟรนไชส์คือการประเมินปัจจัยต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ ได้แก่ คุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้ที่ต้องการเป็นแฟรนไชส์ซี เงินลงทุน ความชื่นชอบในธุรกิจ การเลือกแฟรนไชส์ที่มีระบบ และการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากแฟรนไชส์ซอร์

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, ธุรกิจแฟรนไชส์, แฟรนไชส์ซี, แฟรนไชส์ซอร์, ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์

ABSTRACT

The current environment of business operation regularly changes, whether it is the aspects of economic, society, politics, technology and health, especially the change caused by the epidemic of COVID-19 that affects economic contraction. Therefore, it causes all the business need to adapt and find guidelines to operate the business and create competitive advantage growth over long term stability. However, franchising is an alternative for those

who are lack of entrepreneurial skill knowledge of doing business but intend to be an entrepreneur and be successful in short time. The advantages of a franchise business are high chance of success, widely known brand, service provided by the franchisor, including save cost on raw materials and advertisement. On the other hand, there are also cautions, namely: a conflict between the franchisee and franchisor and high cost. In consequence, the method for consideration before deciding to buy a franchise are to evaluate the factors as following: personal characteristics of the franchisee, investment, business interest, choosing systematic franchise, and asking for more information from the franchisor.

Keywords: Entrepreneur, Franchise, Franchisee, Franchisor, Franchise Fee

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 จึงทำให้ผู้คนบางกลุ่มประสบปัญหาจากการทำงาน รายได้ไม่เพียงพอ มีผู้ว่างงานในปี พ.ศ.2563 เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 0.89 จำนวนผู้ว่างงาน 6.5 แสนคน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) ขาดสภาพคล่องและกำลังมองหาหนทางสร้างอาชีพหลักและเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ พิจารณาได้จากความถี่ของการจัดงานมหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 34-36 ในเดือนกุมภาพันธ์ สิงหาคม และ พฤศจิกายน 2563 และไตรมาส 3 เป็นต้นมา มีการจัดงานเกี่ยวกับธุรกิจ แฟรนไชส์เพื่อรองรับผู้สนใจซื้อแฟรนไชส์ จำนวน 7 งานติดต่อกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 งานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ ไตรมาส 3-4 ปี 2563

วันที่จัดงาน	ชื่องาน	สถานที่
1-5 กรกฎาคม 2563	กรมพัฒนาฯ สร้างอาชีพ	ลานโปรโมชั่น ชั้น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พระราม 3
20-23 สิงหาคม 2563	มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 35	เอ็มซีซีฮอลล์ ชั้น 4 ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ นครราชสีมา
4 กันยายน 2563	MHA Road Show 2020 คู่คิดธุรกิจอาหารวิถีใหม่	แม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ
14-17 ตุลาคม 2563	Thailand Franchise & Business Opportunities (TFBO)	EH 102-104 ศูนย์ประชุมไบเทค บางนา
29 ตุลาคม – 1 พฤศจิกายน 2563	SMART SME EXPO 2020	ฮอลล์ 9-10 ศูนย์ประชุมอิมแพค เมืองทองธานี
5-8 พฤศจิกายน 2563	มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 36	ชั้น 4 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์เกต บางใหญ่
6-8 พฤศจิกายน 2563	ขอนแก่นกาแฟ เบเกอร์รี่ ไอศกรีม ปีที่ 3	ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ขอนแก่น

ที่มา ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์ 2563

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจ (Entrepreneurship) เป็นอาชีพที่ได้รับความนิยมมากโดยเฉพาะธุรกิจอาหาร ในแต่ละปีมีมูลค่าเกือบ 400,000 ล้านบาท และเติบโตขึ้นทุกปี ๆ ในสัดส่วนร้อยละ 4.0 - 6.8 (กรุงศรี กรุ๊ปเอ็มอี, 2564) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มนุษย์ต้องการมากที่สุด การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) จึงเป็นอาชีพอิสระในการสร้างรายได้และสร้างความมั่งคั่งทางฐานะได้เป็นอย่างดี ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่หลายคนใช้เป็นโอกาสในการประกอบอาชีพ เนื่องจากเป็นการเริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายและสามารถเป็นผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็วแม้ไม่มีความรู้และขาดทักษะ แต่มีเงื่อนไขต้องจ่ายเงินเป็นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกิจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับธุรกิจแฟรนไชส์แต่ละประเภทที่มีการกำหนดจำนวนเงินลงทุน ตั้งแต่หลักพันจนถึงหลักล้าน สำหรับโอกาสในการประสบความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์จึงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่ ความสำเร็จของสินค้า ชื่อเสียงของธุรกิจแฟรนไชส์ การเลือกทำเลที่ตั้ง ความตั้งใจของแฟรนไชส์ซี เป็นต้น ดังนั้น ผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการและมีความตั้งใจทำธุรกิจแฟรนไชส์ ควรศึกษาหลักเกณฑ์การลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ที่สนใจให้ละเอียด ชัดเจน และควรประเมินหลักเกณฑ์ดังกล่าวก่อนตัดสินใจเป็นแฟรนไชส์ซี และเมื่อได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์แล้วควรตั้งใจทำธุรกิจอย่างจริงจังเพื่อจะได้ประสบความสำเร็จในที่สุด

ธุรกิจแฟรนไชส์

เป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะเป็นช่องทางหนึ่งสำหรับการขยายธุรกิจและนำผลิตภัณฑ์ของตนไปสู่ผู้บริโภค เป็นที่รวมผู้ประกอบการในฐานะนักธุรกิจอิสระมาเข้าร่วมเป็นองค์กรขนาดใหญ่ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตนเองแต่ยังคงปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ (Frederick, 2016) ธุรกิจแฟรนไชส์ประกอบด้วย แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) หรือผู้ขายสิทธิแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นผู้อนุญาตให้ใช้ผลิตภัณฑ์ ชื่อทางการค้า ทรัพย์สินทางปัญญา วิธีการ กำหนดหลักเกณฑ์ให้ปฏิบัติตามสัญญา ให้การสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ สนับสนุนให้ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องด้วยการจัดหาวัตถุดิบ สินค้า ให้การฝึกอบรม ส่งเสริมการตลาด และให้คำปรึกษาแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นคู่สัญญาที่จำกัดอำนาจการให้สิทธิแฟรนไชส์ตามกำหนดระยะเวลา คือแฟรนไชส์ซี (Franchisee) หรือผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ ซึ่งต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นการตอบแทน ได้แก่ เงินค่าตอบแทนในการอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) เงินค่าธรรมเนียมการทำธุรกิจต่อเนื่อง (Royalty Fee) โดยเก็บเป็นร้อยละของผลกำไร และค่าธรรมเนียมอื่นๆ แล้วแต่ แฟรนไชส์ซอร์จะเรียกเก็บ เช่น ค่าฝึกอบรมเพิ่มเติม ค่าการตลาด และค่าโฆษณา เป็นต้น (Longenecker, Moore, & Petty, 1994; Seid & Mazero, 2017; Bisio & Kohler, 2017; Grossman & Katz Esq, 2017) สรุปได้ว่า ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อและมีการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อแลกกับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและมีความเป็นเอกลักษณ์แบบเดียวกันทั้งหมดภายใต้ชื่อและตราสินค้า

การพิจารณาเหตุผลของการซื้อแฟรนไชส์

ผู้ประกอบการเป็นอาชีพหนึ่งที่มีอิสระทางความคิดและอิสระทางรายได้ เป็นผู้ก่อตั้งองค์กรขึ้นมา และมีบทบาทสำคัญในการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Gartner, 1990) นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่ยอมรับความเสี่ยงจากความล้มเหลวในการทำธุรกิจ (Shapero, 1975) การเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้นได้ด้วย 4 รูปแบบ คือ 1) การรับช่วงต่อกิจการจากครอบครัว 2) การสร้างธุรกิจใหม่ด้วยตนเอง 3) การซื้อกิจการต่อจากผู้อื่น และ 4) การซื้อแฟรนไชส์ (ผุสดี รุมาคม, 2538) สำหรับวิธีที่ 1-3 นั้น ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาใช้ความสามารถของตนเองและต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจให้แตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ แต่ในรูปแบบที่ 4 การเป็นแฟรนไชส์ซี จะต้องเรียนรู้การถ่ายทอดธุรกิจจากแฟรนไชส์ซอร์และไม่สามารถสร้างสรรค์ธุรกิจให้แตกต่างจากร้านต้นแบบ (Pilot Project) ได้ เนื่องจากธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบเดียวกันทั้งหมดทุกสาขา

เหตุใดจึงต้องซื้อแฟรนไชส์

เหตุผลของการเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนมากเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเงินคือต้องการเงินใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน สร้างฐานะทางการเงินให้มั่นคง ต่อยอดทางการเงิน ฯลฯ แต่จะเริ่มต้นด้วยการสร้างธุรกิจขึ้นมาเองหรือการซื้อแฟรนไชส์นั้น มีลักษณะแตกต่างกันอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัย ทักษะการทำงานของแต่ละคน สำหรับผู้ที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์จะตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ขาดความรู้ในการทำธุรกิจ

เหตุผลที่ต้องซื้อแฟรนไชส์ของคนกลุ่มหนึ่งที่ขาดความรู้ในการทำธุรกิจแต่มีความต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจและไม่รู้จะเริ่มอย่างไร ธุรกิจแฟรนไชส์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจแฟรนไชส์จะมีการถ่ายทอดความรู้ทั้งระบบงานในการทำธุรกิจต่างๆ ให้กับแฟรนไชส์ซี มีคู่มือธุรกิจ มีอุปกรณ์และวัตถุดิบให้พร้อมก่อนเปิดดำเนินการ มีการอบรมพนักงานจนเกิดความเชี่ยวชาญ ตลอดจนมีการให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาสัญญาแฟรนไชส์

2. ต้องการประสบความสำเร็จในเวลาอันรวดเร็ว

ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นทางเลือกในการเริ่มต้นธุรกิจ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการทำธุรกิจและต้องการประสบความสำเร็จในเวลาอันรวดเร็ว ไม่ต้องการลองผิดลองถูกเอง ใช้เงินที่สะสมมาทำงานแทนตัวเอง แต่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อปฏิบัติของแฟรนไชส์ซอร์ที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว เมื่อมีความตั้งใจและเอาใจใส่ธุรกิจก็จะทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกันกับแฟรนไชส์ซอร์

3. ต้องการทำเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

หลายคนต้องการซื้อแฟรนไชส์ในการทำเป็นอาชีพหลักเพื่อเลี้ยงชีพและอีกหลายคนซื้อแฟรนไชส์เพื่อต้องการหารายได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากงานประจำ ธุรกิจแฟรนไชส์สามารถทำให้ความฝันของหลายคนที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการเป็นจริงได้ สำหรับผู้ที่ต้องการทำเป็นอาชีพหลักจะมีเวลาและความตั้งใจในการทำธุรกิจอยู่แล้วจะประสบความสำเร็จได้ไม่ยากนัก ส่วนผู้ที่ต้องการทำเป็นอาชีพเสริมจำเป็นที่จะต้องมีความตั้งใจ

ความเอาใจใส่ การแบ่งเวลาและมีความพร้อมในทุก ๆ เรื่องจึงจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แฟรนไชส์ได้เช่นเดียวกัน

จุดเด่นของการซื้อแฟรนไชส์

ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากในต่างประเทศและเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยมากกว่า 3 ทศวรรษ (ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์, 2560) ได้มีการพิสูจน์ความสำเร็จของแฟรนไชส์จากการมีแฟรนไชส์ซีร่วมเปิดธุรกิจในหลายๆ สาขาทั่วประเทศ ตัวอย่างธุรกิจแฟรนไชส์ต่างประเทศ เช่น เดอะพิชซ่าคอมปะนี สเวนเซนส์ โคคาโคล่า คุ่มอง แมทแอนด์รีดดิ้งเซ็นเตอร์ ควิกเลน เป็นต้น ตัวอย่างธุรกิจแฟรนไชส์ไทย เช่น แบล็คแคนยอนคอฟฟี่ ไก่ย่างห้าดาว เจียงลูกชิ้นปลา วงษ์พาณิชย์ สมาร์ทเบรน ดังนั้น จุดเด่นของการซื้อแฟรนไชส์ มีดังต่อไปนี้

1. มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

เนื่องจากแฟรนไชส์ซอร์ได้พัฒนาธุรกิจที่มีระบบและได้มาตรฐาน มีความพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ความเชี่ยวชาญและการจัดฝึกอบรมให้จนชำนาญเมื่อพร้อมจึงอนุญาตให้เปิดธุรกิจ ดังนั้น แฟรนไชส์ซีจึงประหยัดเวลาในการเรียนรู้ด้วยตนเองและลดความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจ

2. มีความได้เปรียบในการใช้เครื่องหมายการค้าหรือตราयीห่อ

เครื่องหมายการค้าหรือตราयीห่อของแฟรนไชส์ซอร์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในตลาดเป้าหมายเป็นอย่างดี ซึ่งเครื่องหมายการค้าหรือตราयीห่อนั้นเป็นสิ่งที่พิสูจน์ถึงการยอมรับของลูกค้าและจะนำมาซึ่งยอดขายในวันแรกที่เริ่มเปิดธุรกิจและทำให้มียอดขายอย่างต่อเนื่อง

3. มีบริการช่วยเหลือจากแฟรนไชส์ซอร์

การทำธุรกิจแฟรนไชส์ไม่ได้ทำเพียงลำพังคนเดียว มีแฟรนไชส์ซอร์เป็นที่ปรึกษาและเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจที่คอยช่วยเหลือ ช่วยแก้ไขปัญหา ช่วยปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ ให้มีความเจริญก้าวหน้าและประสบความสำเร็จไปพร้อมๆ กับแฟรนไชส์ซอร์

4. มีการประหยัดเงินทุน

การประหยัดเงินทุนทำให้แฟรนไชส์ซีมีสภาพคล่องทางการเงิน การประหยัดเงินทุนเกิดจากการที่แฟรนไชส์ซอร์มีอำนาจในการเจรจาต่อรองจากการสั่งซื้อแต่ละครั้งในปริมาณมากๆ ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จึงทำให้ต้นทุนวัตถุดิบหรือสินค้าถูกลง เมื่อนำมาขายให้กับแฟรนไชส์ซีจึงขายในราคาที่ถูกลงกว่าราคาตลาดทั่วไป แฟรนไชส์ซีสามารถประหยัดเงินทุนของต้นทุนสินค้าได้ทำให้มีเงินเหลือมีสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น นอกจากนี้แฟรนไชส์ซียังสามารถลดต้นทุนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้อีกทางหนึ่งด้วย เนื่องจากแฟรนไชส์ซอร์จะมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จากส่วนกลางและกระจายข้อมูลให้กับลูกค้าได้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการซื้อสินค้าจึงสามารถซื้อที่สาขาแฟรนไชส์ทุกแห่ง

จุดด้อยของการซื้อแฟรนไชส์

ธุรกิจแฟรนไชส์มีจุดด้อยที่ควรพิจารณาร่วมด้วยก่อนตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ และควรเลือกธุรกิจแฟรนไชส์ที่เหมาะสมกับบุคลิกลักษณะนิสัยของตนเองให้สอดคล้องกับธุรกิจแฟรนไชส์นั้นๆ จึงจะทำให้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจแฟรนไชส์ จุดด้อยของการซื้อธุรกิจแฟรนไชส์มี 2 ข้อ ควรพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ ดังต่อไปนี้

1. ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างแฟรนไชส์ซีกับแฟรนไชส์ซอร์ ความขัดแย้งเกิดขึ้นได้ในหลายๆ กรณี ดังนี้

1.1 การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแฟรนไชส์ หากในสัญญาแฟรนไชส์กำหนดไว้ชัดเจนห้ามปรับแต่งหรือดัดแปลงธุรกิจ แต่แฟรนไชส์ซีต้องการปรับแต่งหรือดัดแปลงธุรกิจในแบบของตนเองก็ไม่สามารถทำได้เนื่องจากขัดแย้งกับสัญญาแฟรนไชส์ ปัญหานี้เกิดขึ้นบ่อยครั้งมาก ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่มีรูปแบบเดียวกันทั้งหมด หากมีการปรับแต่งหรือดัดแปลงธุรกิจจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของแฟรนไชส์ซอร์และสาขาแฟรนไชส์ซีอื่นๆ เนื่องจากลูกค้าจะเกิดความสับสนได้ในกรณีที่เคยไปใช้สาขาแฟรนไชส์อื่นๆ และมาใช้สาขาแฟรนไชส์ซีที่มีการปรับเปลี่ยนหรือดัดแปลง อันจะทำให้ได้รับบริการที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งผู้ที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์จะต้องทำความเข้าใจลักษณะของแฟรนไชส์และต้องอ่านสัญญาแฟรนไชส์ให้ชัดเจน หากสามารถปฏิบัติตามได้ทุกข้อในสัญญาจึงตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ แต่ถ้าไม่สามารถทำได้ก็ควรสร้างธุรกิจที่เป็นของตนเองขึ้นมาและใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของตนเองในการสร้างธุรกิจ ตัวอย่างที่แฟรนไชส์ซีขัดแย้งกับแฟรนไชส์ซอร์ เช่น การดัดแปลงสูตรส่วนผสมบางอย่าง การไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีตราหือและเครื่องหมายการค้าของแฟรนไชส์ซอร์ การนำสินค้าออกเหนือจากที่กำหนดไว้มาขายเพิ่มเติม การโฆษณาลดราคาหรือแจกของแถมที่นอกเหนือจากนโยบายของแฟรนไชส์ซอร์ เป็นต้น

1.2 การไม่ได้รับการบริการหลังการขาย เมื่อเปิดขายแฟรนไชส์มาระยะหนึ่งแฟรนไชส์ซีประสบปัญหาและนำเสนอปัญหาให้แฟรนไชส์ซอร์ได้รับทราบแล้วแต่แฟรนไชส์ซอร์ไม่สนใจแก้ไขปัญหา หรือปรับปรุงหรือพัฒนาระบบให้ดีขึ้นทำให้แฟรนไชส์ซีเผชิญปัญหาตามลำพัง แฟรนไชส์ซีดำเนินธุรกิจได้อย่างยากลำบาก ต่อมาจึงยกเลิกสัญญาแฟรนไชส์ในที่สุด ปัญหาการไม่ได้รับการช่วยเหลือและการสนับสนุนการให้บริการหลังการขายของแฟรนไชส์ซอร์เกิดขึ้นในกรณีที่แฟรนไชส์ซอร์มีมือใหม่และขาดประสบการณ์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นแฟรนไชส์ที่เน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแฟรนไชส์ซอร์ (Product or Brand Franchising) มากกว่าแฟรนไชส์ขายระบบงาน (Business Format Franchising) และมักจะขายแฟรนไชส์ในราคาไม่สูงและไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมอื่น ๆ

1.3 การโฆษณาเกินความเป็นจริง แฟรนไชส์ซอร์มักจะโฆษณาถึงความสำเร็จของแฟรนไชส์ เช่น คืนทุนภายใน 3 เดือน ทำให้แฟรนไชส์ซีเชื่อและตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ แฟรนไชส์ซีส่วนใหญ่คาดหวังว่าหากซื้อธุรกิจแฟรนไชส์แล้วสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้เหมือนสาขาอื่นๆ แต่ความจริงแล้วไม่มีหลักประกันความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำธุรกิจแฟรนไชส์ไม่ได้อยู่ที่แฟรนไชส์ซอร์อย่างเดียวยังต้องอาศัยแฟรนไชส์ซีด้วย สิ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจแฟรนไชส์ซีประสบความสำเร็จคือ

การเลือกทำเลที่ตั้ง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค การมีเงินทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง การมีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์ที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนด การมีพนักงานที่ดี เป็นต้น นอกจากนี้จะต้องสำรวจ สังเกตและศึกษาความสำเร็จของแฟรนไชส์ซีในสาขาอื่น ๆ ด้วย

2. การมีค่าใช้จ่ายสูง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนั้นแฟรนไชส์ซอร์จะเรียกเก็บตลอดระยะเวลาสัญญาแฟรนไชส์ แฟรนไชส์ซีบางคนไม่ต้องการจ่ายเพราะคิดว่าแฟรนไชส์ซอร์เอาเปรียบ แต่ถ้ามองตามหลักเหตุและผลแล้วเป็นค่าใช้จ่ายที่ควรจ่าย เพราะค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะนำมาซึ่งความมั่นคงของการทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ยั่งยืนต่อไป เพราะรายได้เหล่านี้จะนำไปใช้ในการสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือและพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ทั้งระบบให้มีความก้าวหน้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อแฟรนไชส์ มีดังต่อไปนี้

2.1 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสิทธิ (Franchise Fee) เป็นค่าใช้จ่ายส่วนแรกที่ได้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์ และการได้รับการถ่ายทอดระบบงานแฟรนไชส์ บางครั้งเรียกว่าค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Initial Fee)

2.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเนื่อง (Royalty Fee) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นหลังจากที่แฟรนไชส์ซีดำเนินธุรกิจแล้วมีรายได้ต่อเนื่องจะเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นอัตราร้อยละของรายได้ต่อเดือนหรือต่อปี เพื่อที่แฟรนไชส์ซอร์จะนำเงินเหล่านี้ไปใช้ในการให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (Marketing Fee) เป็นค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการโฆษณา การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ของแฟรนไชส์ทั้งระบบจะเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นอัตราร้อยละของรายได้ต่อเดือน หรือต่อปีเพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักและย้าเตือนความทรงจำของลูกค้า

2.4 ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งร้าน (Decoration Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการตกแต่งร้านสาขาตามรูปแบบร้านที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนด จะเรียกเก็บเพิ่มเติมเมื่อแฟรนไชส์ซีเลือกรูปแบบร้านสาขาแล้ว เช่น ทำเลในห้างสรรพสินค้าหรือทำเลที่แฟรนไชส์ซอร์เลือกให้จะมีค่าตกแต่งร้านสูงมาก แต่ถ้าเป็นรูปแบบร้านทำเลที่แฟรนไชส์ซีจัดหาเองมีรูปแบบเป็นร้าน (Kiosk) หรือรถเข็นจะมีค่าตกแต่งไม่สูงเพราะเป็นร้านขนาดเล็กอาจรวมอยู่ในค่าแฟรนไชส์

2.5 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าฝึกอบรมเพิ่มเติม ค่าเปลี่ยน/ย้ายร้านแฟรนไชส์ เป็นต้น เป็นค่าธรรมเนียมที่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยแต่มีการกำหนดไว้ในสัญญาแฟรนไชส์ ค่าธรรมเนียมการฝึกอบรมเพิ่มเติมนี้จะเก็บเมื่อมีการฝึกอบรมเกินจำนวนครั้งที่กำหนดในสัญญาแฟรนไชส์ เกิดขึ้นในกรณีที่พนักงานในร้านของแฟรนไชส์ซีลาออกจึงต้องส่งมาฝึกอบรมเพิ่มเติม หรือค่าเปลี่ยน/ย้ายร้านแฟรนไชส์ เกิดขึ้นในกรณีที่แฟรนไชส์ซีหมดสัญญาเช่าพื้นที่จึงต้องหาสถานที่ใหม่จะต้องแจ้งแฟรนไชส์ซอร์ให้มาประเมินทำเลที่ตั้งใหม่ ติดตั้งประกอบ และตกแต่งร้านเพิ่มเติม

การประเมินก่อนตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์

การทำธุรกิจแฟรนไชส์อาจเกิดความเข้าใจผิดในเรื่องการจ่ายเงินเพื่อแลกกับการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แฟรนไชส์ซอร์มักจะคิดว่ายอมจ่ายเงินซื้อแฟรนไชส์เพื่อให้แฟรนไชส์ซอร์เป็นผู้ช่วยทุกอย่างให้ร้านแฟรนไชส์อยู่รอดและมีกำไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทั้งสองฝ่ายที่จะต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำธุรกิจแฟรนไชส์อย่างแท้จริง แฟรนไชส์ซีต้องมีความรักและความต้องการประกอบธุรกิจจริง ๆ ไม่ได้เกิดขึ้นเพราะวัตถุประสงค์อื่น เช่น ซื้อแฟรนไชส์เพื่อรอเวลา ทำธุรกิจหลายอย่างแต่ทำแฟรนไชส์เพื่อเสริมหรือหาธุรกิจอื่นมาเติมในพื้นที่ให้เต็ม หากอาชีพให้กับคนในครอบครัว เป็นต้น หลักเกณฑ์ที่จะต้องพิจารณาเบื้องต้นก่อนตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์เพื่อให้แน่ใจว่าเมื่อซื้อแฟรนไชส์แล้วจะสามารถดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ต่อไปได้อย่างยั่งยืน ประเด็นที่ควรประเมินมีดังต่อไปนี้

1. คุณสมบัติส่วนบุคคล

คุณสมบัติส่วนบุคคลที่จะต้องมีการเป็นผู้ประกอบการคือความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม บุคคล และระบบงาน (เจน จันทรสสุภาเสน และคณะ, 2563) การเป็นแฟรนไชส์ซีก็เช่นกันจะต้องมีคุณสมบัติส่วนบุคคล คือ มีเวลาเต็มที่กับธุรกิจ มีวินัยในการปฏิบัติตามระเบียบของแฟรนไชส์ซอร์ มีความเอาใจใส่ในธุรกิจได้เป็นอย่างดี มีทัศนคติที่ดี มีความสามารถในการวิเคราะห์ทำเลที่ดี มีความสามารถในการจัดการคน มีความสามารถในการจัดการเงิน มีความสามารถในการปรับตัวและมีความรักหรือความชื่นชอบ (Passion) การทำธุรกิจแฟรนไชส์

2. เงินลงทุน

พิจารณาเงินลงทุนผู้ที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์จำเป็นที่จะต้องพิจารณาเงินทุนของตนเองมีเพียงพอกับงบประมาณในการซื้อแฟรนไชส์ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและมีเงินทุนไว้ใช้ระหว่างที่ธุรกิจยังไม่มีลูกค้าประจำ ซึ่งแต่ละแฟรนไชส์จะมีราคาขายหลายระดับมาก ในประเทศไทยมีราคาระดับหลักพันบาทจนถึงหลักล้านบาท ทั้งนี้ผู้ประสงค์จะซื้อแฟรนไชส์จำเป็นต้องทราบรายละเอียดของแต่ละแฟรนไชส์ บางแฟรนไชส์ไม่ได้มีเฉพาะค่าสิทธิแฟรนไชส์อย่างเดียว แต่ยังมีค่าธรรมเนียมอื่น ๆ เพิ่มเติม

กรณีที่ไม่มีเงินทุนเพียงพอจำเป็นจะต้องหาแหล่งกู้ยืมเงิน และต้องพิจารณาความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยและเงินต้นคืน นอกจากนี้ ธุรกิจแฟรนไชส์บางรายที่มีชื่อเสียงมีการทำข้อตกลงไว้กับสถาบันการเงินบางแห่งให้บริการค้ำประกันธุรกิจแก่แฟรนไชส์ซีและมีบริการผ่อนชำระเป็นรายงวด ซึ่งจะช่วยแบ่งเบาภาระการลงทุนได้

3. ความชื่นชอบและการหาข้อมูล

พิจารณาธุรกิจที่ชื่นชอบและหาข้อมูลให้มากพอ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสิทธิแฟรนไชส์จำเป็นจะต้องค้นหาประเภทธุรกิจที่ชื่นชอบ ประเภทธุรกิจที่มีความถนัด ประเภทธุรกิจที่มีความรู้ความชำนาญ เพราะถ้าหากทำธุรกิจในสิ่งที่ชื่นชอบจะทำให้มีความสุขในสิ่งที่ทำ และนำความรู้ความเข้าใจจากที่ได้รับไปบริการลูกค้า ตัวอย่างเช่น สำนวณตนเองพบว่าตนเองเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบในการดื่มกาแฟก็ควรที่จะเลือกซื้อแฟรนไชส์กาแฟ แหล่งที่ใช้ในการหาข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์มีหลายแหล่ง เช่น

เว็บไซต์ www.thaifranchisecenter.com) เว็บไซต์ www.franchisefocus.co.th ฯลฯ หรือหากชอบอ่านหนังสือ ได้แก่ นิตยสารเอสเอ็มอีชี้อ่งรวย นิตยสารสร้างอาชีพ นิตยสารตั้งตัว ฯลฯ หรือหากชอบเข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการธุรกิจ ได้แก่ งานมหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ งาน TFBO งาน SMART SME EXPO ฯลฯ

4. การเลือกแฟรนไชส์ที่มีระบบ

พิจารณาเลือกแฟรนไชส์ที่มีระบบทันสมัยและมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ เพราะแฟรนไชส์ที่เป็นระบบจะมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า มีประสบการณ์ในการขายแฟรนไชส์มานาน จะทำให้การสอนงานแฟรนไชส์เป็นระบบด้วย หากกรณีที่ปัญหาในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซอร์จะมีทีมงานช่วยแก้ไขปัญหา การพิจารณาว่าแฟรนไชส์มีระบบทันสมัยและมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพหรือไม่พิจารณาจากจำนวนสาขาของแฟรนไชส์ซอร์ที่เปิดขายเองต้องมีมากกว่า 3 สาขา และสาขาที่ได้ขายสิทธิไปแล้วมีจำนวนมากกว่า 10 สาขา เพราะว่าแฟรนไชส์ซอร์จะมีประสบการณ์จากการเปิดสาขาของตนเองและการขยายสาขาในทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละสาขาจะนำมาปรับใช้กับสาขาที่จะเกิดขึ้นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากธุรกิจแฟรนไชส์ที่สนใจเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อตอบคำถามที่สงสัย การจะตัดสินใจเลือกซื้อแฟรนไชส์ที่ดีไม่ใช่เรื่องยากจึงต้องหาข้อมูลให้มากที่สุดก่อนการตัดสินใจคำถามที่ควรถามแฟรนไชส์ซอร์ เช่น ระยะเวลาที่ดำเนินการขายแฟรนไชส์ จำนวนสาขาของแฟรนไชส์ซอร์ และสาขาของแฟรนไชส์ซี หลักการเลือกทำเลที่ตั้ง ระยะเวลาคืนทุน การสั่งซื้อวัตถุดิบ อัตราการจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ สัญญาแฟรนไชส์ ฯลฯ

ตัวอย่างการพิจารณาหลักเกณฑ์การเลือกแฟรนไชส์ ดังต่อไปนี้

แฟรนไชส์ A ทำธุรกิจมา มีประสบการณ์ 10 ปี แต่เริ่มมาขายแฟรนไชส์ได้เพียง 1 ปี และไม่มีร้านสาขาของตนเองแต่มีสาขาของแฟรนไชส์ซี ส่วนแฟรนไชส์ B ทำธุรกิจแฟรนไชส์และขายแฟรนไชส์มา 5 ปี มีร้านสาขาของตนเอง 3 สาขา และมีสาขาของแฟรนไชส์ซี จากกรณีนี้ควรเลือกซื้อแฟรนไชส์ B เนื่องจากมีประสบการณ์ในการบริหารแฟรนไชส์มานาน ลองผิดลองถูกจนเข้าใจระบบแฟรนไชส์ได้เป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำแฟรนไชส์ซีได้มากกว่าแฟรนไชส์ A

ตัวอย่างคำถามในการพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์

คำถามที่ยกตัวอย่างมานี้จะช่วยให้ผู้ที่มีความประสงค์จะซื้อแฟรนไชส์มีความมั่นใจในตนเองก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นเพียงตัวอย่างของคำถามที่ใช้เป็นแนวทาง มี 4 ประเด็น คือ ถามแฟรนไชส์ซอร์ ถามแฟรนไชส์ซี ถามลูกค้า และถามตนเอง ดังนี้

ตัวอย่างคำถามในการสอบถามข้อมูลแฟรนไชส์ซอร์ก่อนตัดสินใจซื้อ

1. สาขาที่ประสบความสำเร็จมีกี่รายและเขาทำอย่างไรจึงประสบความสำเร็จ

2. สาขาที่ประสบความสำเร็จล้มเหลวมีกี่รายและเกิดจากสาเหตุอะไร
3. ถ้าสาขาประสบผลขาดทุน จะทำอย่างไร
3. กรณีที่มีสาขาจำนวนมาก มีวิธีการดูแลสาขาเหล่านั้นอย่างไรบ้าง
4. นโยบายการขยายสาขาเป็นอย่างไร พิจารณาจากระยะห่างของพื้นที่หรือไม่
5. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจอย่างไร
6. มีแผนการตลาดที่จะช่วยกระตุ้นยอดขายของแต่ละสาขาอย่างไร
7. การสั่งซื้อสินค้ามีขั้นต่ำและมีค่าขนส่งอย่างไร
8. สาขาจะได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องหรือไม่ และมีค่าใช้จ่ายเพิ่มหรือไม่
9. นโยบายการส่งเสริมการตลาดมีอย่างไรบ้าง ต้องเสียค่าใช้จ่ายอย่างไร
10. วิธีการติดต่อทีมงานเพื่อขอความช่วยเหลือคือใคร และติดต่อเวลาใดได้บ้าง

ตัวอย่างคำถามในการสอบถามข้อมูลแฟรนไชส์ที่เปิดมาก่อนแล้วก่อนตัดสินใจซื้อ

1. ขายแฟรนไชส์มาแล้วกี่ปี คิดว่าประสบความสำเร็จหรือยัง
2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำแฟรนไชส์นี้ที่ควรระวังเรื่องอะไรบ้าง และแนะนำแนวทางแก้ปัญหา
3. ช่วงเวลาไหนขายดีที่สุด
4. รายได้คุ้มกับค่าใช้จ่ายแฟรนไชส์ที่ลงทุนไปหรือไม่
5. แนะนำให้ควรซื้อแฟรนไชส์หรือไม่ อย่างไร

ตัวอย่างคำถามในการสอบถามข้อมูลลูกค้าของแฟรนไชส์ก่อนตัดสินใจซื้อ

1. ชอบซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการอะไรมากที่สุด เพราะเหตุใด
2. ชอบซื้อสินค้าหรือบริการของแฟรนไชส์นี้เพราะเหตุใด
3. มาซื้อหรือใช้บริการประสบปัญหาอะไรบ้าง และได้รับการแก้ไขปัญหหรือไม่ อย่างไร
4. เคยไปซื้อหรือใช้บริการสาขาแฟรนไชส์อื่นๆ หรือไม่ มีความแตกต่างกับมาซื้อหรือใช้บริการที่สาขานี้หรือไม่ อย่างไร
5. ชอบการส่งเสริมการตลาดแบบไหนมากที่สุด เพราะเหตุใด
6. ถ้ามีสาขาแฟรนไชส์มาเปิดอีกจะไปใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตัวอย่างคำถามในการสอบถามข้อมูลของตนเองก่อนตัดสินใจซื้อ

1. รักและชื่นชอบแฟรนไชส์นี้หรือไม่อย่างไร
 2. สามารถทำงานหนัก ตื่นแต่เช้าและเข้านอนดึกได้หรือไม่
 3. สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของแฟรนไชส์ซอร์ได้ทุกข้อหรือไม่
 4. ระดับความอดทนต่องานและการติดต่อจากผู้อื่น เช่น ทีมงาน แฟรนไชส์ซอร์ ลูกค้า พนักงาน
- จาก 1 ถึง 10 อยู่ในระดับใด

5. สามารถสอนงานและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานได้หรือไม่
6. สามารถรักษาความสัมพันธ์และตอบสนองกับลูกค้าได้ดีหรือไม่
7. หากประสบปัญหาด้านเงินทุนขาดสภาพคล่องจะสามารถหาได้จากแหล่งใด
8. มีความมั่นใจว่าทำธุรกิจนี้ได้ในระดับใดจาก 1 ถึง 10

วิธีการติดต่อซื้อแฟรนไชส์

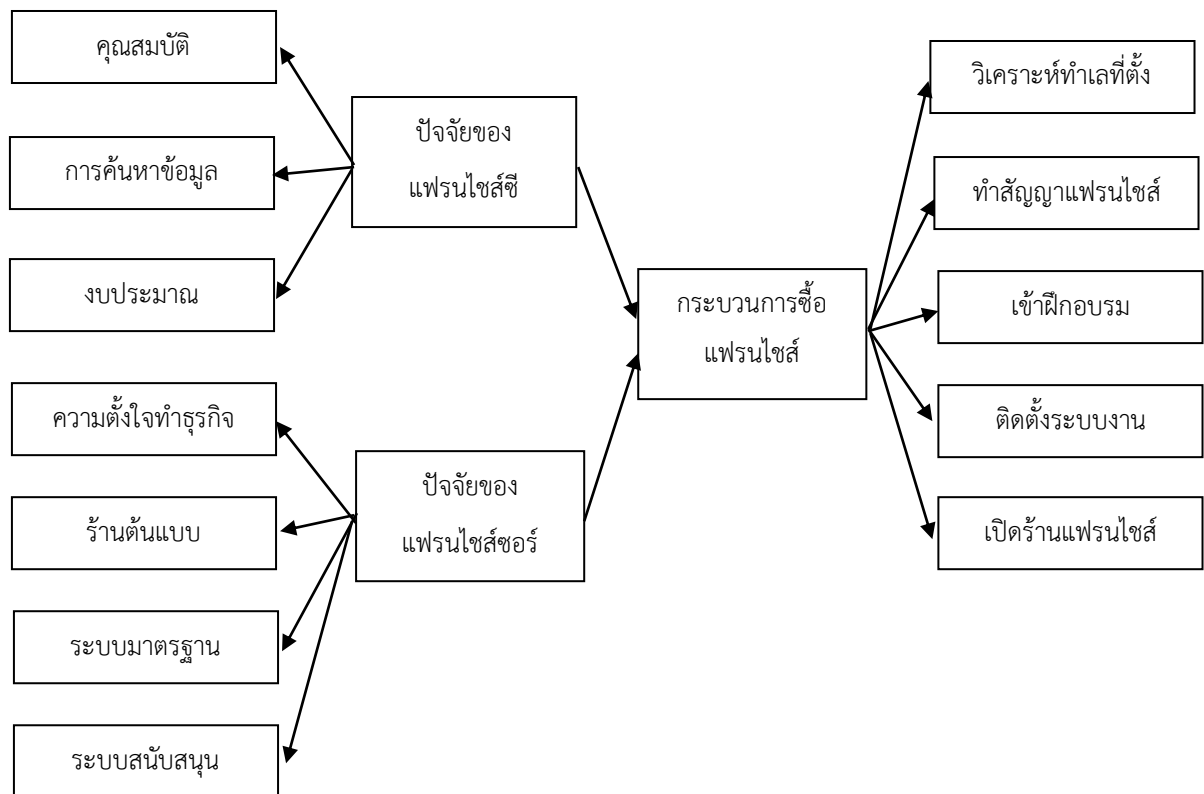
ผู้ประสงค์จะซื้อแฟรนไชส์ต้องติดต่อเจ้าของธุรกิจเพื่อขอซื้อสิทธิแฟรนไชส์ในการเปิดร้านแฟรนไชส์ซอร์แต่ละรายอาจมีวิธีการคัดเลือกผู้ที่ประสงค์จะซื้อสิทธิแฟรนไชส์ผ่านการสัมภาษณ์หรือการทดสอบบางอย่าง เมื่อผ่านแล้วจึงวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง ติดต่อให้ทำสัญญาแฟรนไชส์ และอาจจะมีการเก็บค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นค่าธรรมเนียมแรกเข้าในการเริ่มทำธุรกิจ กำหนดการให้เข้ารับการฝึกอบรมการทำธุรกิจแฟรนไชส์ ส่งมอบอุปกรณ์และติดตั้ง และมีการจัดส่งเจ้าหน้าที่เพื่อไปอำนวยความสะดวกในการเปิดร้านวันแรก

สรุปแนวทางการพิจารณาการตัดสินใจเป็นแฟรนไชส์ซี

จากภาพที่ 1 แนวทางการพิจารณาตัดสินใจเป็นแฟรนไชส์ซี ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน คือ แฟรนไชส์ซี แฟรนไชส์ซอร์ และกระบวนการซื้อแฟรนไชส์ สำหรับปัจจัยของแฟรนไชส์ซี จะประกอบด้วย ปัจจัยคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการเป็นแฟรนไชส์ซี ได้แก่ ความขยัน ความอดทน ความชื่นชอบในธุรกิจแฟรนไชส์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบและสัญญาแฟรนไชส์ เป็นต้น ส่วนการค้นหาข้อมูลจากแหล่งค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ หนังสือ นิตยสาร การจัดแสดงนิทรรศการ เป็นต้น ส่วนงบประมาณจะเป็นแหล่งที่มาของงบประมาณ การแบ่งเงินไว้ใช้จ่ายช่วงเริ่มต้นธุรกิจและการเจริญเติบโต

สำหรับปัจจัยแฟรนไชส์ซอร์ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของแฟรนไชส์ซอร์คือความตั้งใจทำธุรกิจ ค้นหาข้อมูลได้จากการตั้งคำถาม การศึกษาประวัติความเป็นมาของแฟรนไชส์ซอร์และประวัติธุรกิจแฟรนไชส์ ส่วนร้านต้นแบบ สามารถศึกษาได้จากจำนวนร้านต้นแบบและระยะเวลาการเปิดร้านต้นแบบ และระบบมาตรฐานของแฟรนไชส์ สามารถศึกษาได้จากกระบวนการตลาด การสนับสนุนการช่วยเหลือแฟรนไชส์ซี นโยบายการตลาดแฟรนไชส์ นโยบายการขยายธุรกิจแฟรนไชส์

สำหรับกระบวนการซื้อแฟรนไชส์ เป็นลำดับขั้นตอนการดำเนินการติดต่อสอบถามและสมัครเพื่อซื้อแฟรนไชส์ เมื่อผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติจากแฟรนไชส์ซอร์แล้ว จะนัดพบและพูดคุยถึงทำเลที่ตั้งที่ต้องการจะเปิดแฟรนไชส์ และวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง เมื่อผ่านตามเกณฑ์ของแฟรนไชส์ซอร์แล้ว จึงนัดทำสัญญาแฟรนไชส์ พร้อมกับการจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ แล้วจึงนัดให้ส่งพนักงานและแฟรนไชส์ซีเข้าอบรมตามระยะเวลาที่กำหนด เมื่อผ่านการอบรมแล้วจึงนัดหมายส่งมอบอุปกรณ์ วัสดุดิบ และติดตั้งระบบงาน เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงเปิดร้านแฟรนไชส์โดยมีทีมงานของแฟรนไชส์ซอร์ร่วมงานเพื่อคอยช่วยเหลือสนับสนุน ส่งเสริมการตลาดร่วมด้วยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับแฟรนไชส์ซีและกระตุ้นยอดขายในวันแรกที่เปิดดำเนินการ



ภาพที่ 1 แนวทางการพิจารณาตัดสินใจเป็นแฟรนไชส์ซี

เอกสารอ้างอิง

กรุงศรีกรุเอสเอ็มอี. (2564). *ร้านอาหาร-ธุรกิจทำเงินที่มีอนาคต*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2563, จาก

<https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/restaurant-make-money-future>

เจน จันทรสุภาเสน, อำพล ชะโยมชัย, ณัฐวัฒน์ แซงภูเขียว และ แก้วตา ผิวพรรณ. (2563). อิทธิพลของพฤติกรรมผู้ประกอบการ ความสามารถในการปรับตัว และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ: ข้อมูลเชิงประจักษ์จากโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(1), 5-18.

ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์. 2563. *รวม 32 งานออกกบฏSMEs & Franchise 2563*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2563 จาก <http://www.thaimescenter.com/%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1-32-%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%9A%E0%B8%B9%E0%B8%98-smes-franchise-2563/>.

ฟูสดี รุมาคม. (2538). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพมหานคร: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

- ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์. (2560). รูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ในธุรกิจแฟรนไชส์ไทยประเภทอาหาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 6(1), 1-16.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ภาวะสังคมไทยไตรมาสสี่และภาพรวมปี 2563 สืบค้นเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5492&filename=socialoutlook_report
- Bisio, R. and Kohler. M. (2017). *The Educated Franchisee* (3rded). Minnesota: Tasora.
- Frederick, H., O'Connor, A., and Kuratko, D.F. (2016). *Entrepreneurship: Theory/Process/Practice* (4thed). China: Translation & Printing Services.
- Gartner, W.B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing*, 5, 15-28.
- Grossman, R. and Katz Esq, M.J. (2017). *Franchise Bible: How to Buy a Franchise or Franchise Your Own Business*. (8thed.). California: Entrepreneur Press.
- Longenecker, J.G., Moore, C.W., and Petty, J.W. (1994). *Small Business Management: and Entrepreneurial Emphasis* (9thed.). Ohio: South- Western Publishing.
- Seid, M.H., and Mazero, J. (2017). *Franchise Management*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Shapero, A. (1975). *Entrepreneurship and economic development*. Milwaukee: Project ISEED, Ltd.