



คู่มือการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์
ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ
การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

2561



เส้นทางการเข้าสู่มาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ 2561

ธุรกิจแฟรนไชส์ ถือเป็นเส้นทางลัดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจมือใหม่ที่ต้องการย่นระยะเวลาในการเริ่มต้นทำธุรกิจ แต่ต้องการการรับประกันความสำเร็จจากธุรกิจต้นแบบ นอกจากนี้ ธุรกิจแฟรนไชส์ยังเป็นสาขาธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ช่วยพัฒนาและใช้เป็นกลยุทธ์ในการขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว สามารถลดข้อจำกัดและสร้างความได้เปรียบในด้านแหล่งเงินทุนและบุคลากรที่จะมาร่วมสร้างความเจริญเติบโตให้กับองค์กร รวมทั้งสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ (แฟรนไชส์ซี) ให้มีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่า และรวดเร็วกว่าการเริ่มต้นธุรกิจด้วยตนเอง โดยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีทักษะการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีคุณภาพการดำเนินธุรกิจที่เป็นมาตรฐาน รวมทั้งมีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือคู่แข่งในตลาด ทั้งนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อความสำเร็จที่ยั่งยืนดังกล่าว จึงได้จัดทำคู่มือการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้เรียนรู้การบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นระบบ ใช้เป็นเส้นทางการเข้าสู่มาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีความน่าเชื่อถือ และเติบโตในธุรกิจแฟรนไชส์ได้อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

กองส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
กันยายน 2561



(หน้า 23 – 52)

FINISH 3

บทสรุปการพัฒนาระดับมาตรฐาน ●

ธุรกิจแฟรนไชส์

The Best Practice ●

กรณีศึกษาธุรกิจแฟรนไชส์

(หน้า 17 – 22)

2 CHECK POINT

- กระบวนการพัฒนาระดับมาตรฐาน
ธุรกิจแฟรนไชส์

(หน้า 3 – 16)

START 1

เข้าใจธุรกิจแฟรนไชส์ ●

เข้าใจศักยภาพธุรกิจตนเอง ●

เข้าใจเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ●

การบริหารจัดการธุรกิจในระบบ

แฟรนไชส์ ปี 2561

FINISH 3

บทสรุปการพัฒนาระดับมาตรฐาน ●

ธุรกิจแฟรนไชส์

The Best Practice ●

กรณีศึกษาธุรกิจแฟรนไชส์

2 CHECK POINT

กระบวนการพัฒนาระดับมาตรฐาน

ธุรกิจแฟรนไชส์

1

START

เข้าใจธุรกิจแฟรนไชส์ ●

เข้าใจศักยภาพธุรกิจตนเอง ●

เข้าใจเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ●

การบริหารจัดการธุรกิจในระบบ

แฟรนไชส์ ปี 2561

เข้าใจธุรกิจแฟรนไชส์

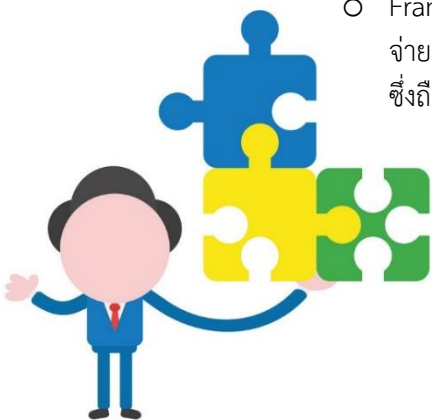
แฟรนไชส์ (Franchise) คือ กระบวนการทางธุรกิจที่องค์กรธุรกิจหนึ่งๆ ได้พัฒนาวิธีการและรูปแบบจนได้รับการพิสูจน์ด้วยระยะเวลาแล้วว่า ประสบความสำเร็จในการประกอบการและการจัดการธุรกิจในระดับหนึ่ง และได้ถ่ายทอดสิทธิ์ในการประกอบธุรกิจตามวิธีการและรูปแบบดังกล่าวพร้อมกับตัวสินค้าหรือบริการ ให้กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น ภายใต้ตราหรือเครื่องหมายการค้าและบริการอันหนึ่งอันใด โดยกระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการทำนิติกรรมระหว่างบุคคล 2 กลุ่ม ในบางกรณีอาจรวมถึงบุคคลอื่นด้วย หรือ คือข้อตกลงกันระหว่างเจ้าของธุรกิจอนุญาตให้ผู้ขอรับสิทธิ์ดำเนินธุรกิจและบริการภายใต้ชื่อการค้าของตน และปฏิบัติตามรูปแบบการทำธุรกิจของเจ้าของสิทธิ์ตามสัญญาที่ตกลงกันได้

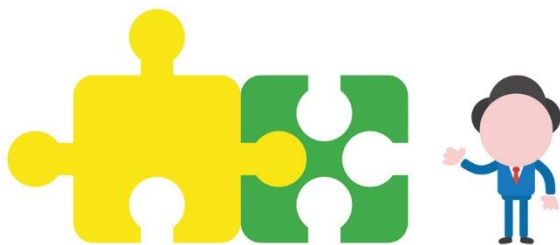
ธุรกิจแฟรนไชส์ควรประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) ผู้ให้สิทธิ์ที่เป็นเจ้าของชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า และระบบการจัดการธุรกิจนั้นๆ
2. แฟรนไชส์ซี (Franchisee) ผู้รับสิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจตามระบบที่เจ้าของสิทธิ์ได้จัดเตรียมไว้ และใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยต้องจ่ายค่าตอบแทนการใช้สิทธิ์
3. ค่าตอบแทนในการใช้สิทธิ์ อย่างน้อย 2 อย่าง ได้แก่

- Franchise Fee ค่าตอบแทนที่เป็นจำนวนเงินที่แน่นอนจะจ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน หรือเรียกว่า ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ซึ่งถือว่าการจ่ายค่าสิทธิ์ต่างๆ ให้แก่แฟรนไชส์ซอร์

- Royalty Fee ค่าตอบแทนที่ต้องจ่ายอย่างต่อเนื่องตามสัดส่วนของผลการดำเนินงาน อาจจะมีเรียกเก็บเป็นเปอร์เซ็นต์ ต่อเดือนหรือต่อปีจากยอดขาย หรือ บางกิจการอาจเรียกเก็บจากยอดสั่งซื้อสินค้า





แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) หมายถึง

เจ้าของสิทธิ์ ซึ่งเป็นผู้ที่คิดค้นวิธีการทำธุรกิจจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้ขายสิทธิ์การดำเนินการขายชื่อการค้าของตัวเองให้แก่ผู้อื่น อย่างเช่น เซสเตอร์ เป็นผู้คิดค้นร้านอาหารประเภทไก่ย่างและสุตอาหาร มีรูปแบบการจัดการร้าน การจัดการเฉพาะตัว จนกระทั่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแล้ว ขายระบบทั้งหมดให้แก่ผู้อื่น บริษัทของเซสเตอร์อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของสิทธิ์และเป็นผู้ขายแฟรนไชส์ให้ผู้อื่น เรียกว่า แฟรนไชส์ซอร์

แฟรนไชส์ซี (Franchisee) หมายถึง

ผู้รับสิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจ ตามระบบที่เจ้าของสิทธิ์ได้จัดเตรียมไว้ รวมทั้งใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนในการให้สิทธิ์ รวมทั้งจ่ายค่าตอบแทนตามผลประกอบการ ซึ่งคือ ผู้ซื้อแฟรนไชส์

ประเภทธุรกิจแฟรนไชส์

จากลักษณะการขยายธุรกิจแฟรนไชส์โดยทั่วไป แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) Product and Brand Franchising

เป็นการให้สิทธิ์ในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าในยี่ห้อสินค้านั้น แฟรนไชส์ประเภทนี้ แฟรนไชส์ซอร์ฐานะผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในผลิตภัณฑ์นั้นๆ มักจะกำหนดมาตรฐานทางคุณภาพด้านต่างๆ ให้แฟรนไชส์ซีปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยส่วนใหญ่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ประเภทนี้ จะทำหน้าที่ในการจัดจำหน่าย

1 START

ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มากกว่าที่จะเป็นผู้ผลิตเสียเอง โดยปกติมักจะเป็นผู้ค้าปลีกเป็นส่วนมาก เช่น ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์จะเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์ให้กับบริษัทผู้ผลิต เป็นต้น นอกจากนี้ เจ้าของแฟรนไชส์จะไม่เข้าไปควบคุมการดำเนินธุรกิจของผู้ซื้อแฟรนไชส์ แต่เจ้าของแฟรนไชส์จะดูแลควบคุมในด้านมาตรฐานให้เป็นไปตามข้อกำหนดเท่านั้น

2) Business Format Franchising

เป็นรูปแบบแฟรนไชส์ที่แฟรนไชส์ซอร์จะกำหนดระบบของการดำเนินธุรกิจให้ใช้เหมือนกันทั่วโลก ทั้งสินค้า เครื่องหมายการค้า วิธีบริหารระบบการเงิน ระบบงานต่างๆ รวมทั้งแผนการตลาด ผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์จะได้รับสิทธิในการให้บริการ หรือ ทำการผลิตสินค้าที่มีสูตรหรือส่วนประกอบเฉพาะ หรือ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้รูปแบบและเครื่องหมายทางการค้าของเจ้าของแฟรนไชส์ โดยมีการถ่ายทอดระบบและวิธีการดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานให้ผู้ซื้อแฟรนไชส์ปฏิบัติตามให้เป็นไปตามมาตรฐานที่เจ้าของแฟรนไชส์กำหนด เพื่อรักษาภาพลักษณ์และศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดของเจ้าของแฟรนไชส์ ทั้งนี้ ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของทั้งเจ้าของและผู้ซื้อแฟรนไชส์จะมีการระบุไว้อย่างชัดเจนในสัญญาแฟรนไชส์ โดยยึดถือประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

3) Conversion Franchising

เป็นระบบแฟรนไชส์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการอิสระ ซึ่งต้องการให้ธุรกิจเข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ โดยมีรูปแบบ หรือ ใช้เครื่องหมายทางการค้าที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป และเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค แฟรนไชส์รูปแบบนี้อาจเป็นการร่วมทุนกันระหว่างแฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซี แต่ผลเสียอยู่ที่การดำเนินงานจะถูกควบคุมจากเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์มากกว่าการดำเนินธุรกิจโดยปกติ และ ผลตอบแทนที่ได้ ต้องนำไปแบ่งกับเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ ในฐานะผู้เป็นหุ้นส่วน ตัวอย่างเช่น แฟรนไชส์ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจศูนย์บริการรถยนต์ เป็นต้น





1 START

เข้าใจศักยภาพของธุรกิจตนเอง

การเข้าใจศักยภาพของธุรกิจด้วยการประเมินตนเอง (Self Assessment Franchise Test : SAFT) เป็นรูปแบบประเมินหนึ่งของการพัฒนาองค์กรตามโครงการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยเป็นแบบประเมินที่ให้ผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ใช้สำหรับประเมินศักยภาพธุรกิจด้วยตนเอง (Self Assessment) ด้วยการสำรวจและทบทวนผลการดำเนินงานธุรกิจที่ได้ดำเนินการมาในอดีต และนำผลประเมินที่ได้รับมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติมในอนาคต

การประเมินตนเองแบ่งเป็น 6 ด้าน คะแนนเต็ม 300 คะแนน มีรายละเอียดดังนี้

	ด้านการประเมิน	รวม 60 ข้อ	300 คะแนน
	ด้านความเชี่ยวชาญ ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์	10 ข้อ	50 คะแนน
	ด้านลักษณะเฉพาะของ ธุรกิจแฟรนไชส์	10 ข้อ	50 คะแนน
	ด้านการบริหารจัดการองค์กร และการให้บริการธุรกิจแฟรนไชส์	15 ข้อ	75 คะแนน
	ด้านการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์	15 ข้อ	75 คะแนน
	ด้านงบประมาณ	5 ข้อ	25 คะแนน
	ด้านรูปแบบการจัดการร้านค้า	5 ข้อ	25 คะแนน

1 START

สำหรับการพิจารณาคะแนนจากผลการประเมินตนเอง (SAFT) ทั้ง 6 ด้านข้างต้น จะเป็นการคำนวณคะแนนประเมินในแต่ละด้านให้มีสัดส่วนเท่ากัน กล่าวคือ คิดสัดส่วนของทุกด้านการประเมินที่ 100 เปอร์เซ็นต์ (ผลคะแนนประเมินหารด้วยคะแนนเต็ม คูณร้อย) ซึ่งการคำนวณดังกล่าว จะทำให้สามารถพิจารณาเปรียบเทียบผลการประเมินในแต่ละด้านได้ เนื่องจากคะแนนเต็มของแต่ละด้านมีน้ำหนักที่ไม่เท่ากัน

ทั้งนี้ ค่าคะแนนมาตรฐานในการประเมินตนเอง คือ 195 คะแนน จากเต็ม 300 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 65 จากคะแนนเต็ม



1 START

เข้าใจเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ ในระบบแฟรนไชส์ ปี 2561

ที่มาของเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ

จากการตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาและยกระดับให้ธุรกิจแฟรนไชส์ มีระบบการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานเทียบเท่ากับระดับสากล รวมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคและกลุ่มบุคคลที่ได้รับสิทธิ์ในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จึงได้จัดทำ “เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์” ขึ้น เพื่อให้เหมาะสำหรับการนำไปใช้ปฏิบัติในทุกสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ไทย โดยมีค่านิยมและกรอบแนวคิดตามแนวทางของเกณฑ์การตัดสินรางวัลมาตรฐานคุณภาพแห่งชาติ ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์ในแต่ละประเภท สามารถพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานเฉพาะตามแต่สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจของตน และสามารถพัฒนาขีดความสามารถในเชิงการจัดการเทียบเท่ากับองค์กรที่ยอมรับกันว่ามีความคุณภาพในระดับสากล

ทั้งนี้ ค่านิยมหลักและกรอบแนวคิดเชิงเทคนิคในการจัดทำ “เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์” มาจากเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award – TQA) 2559 – 2560 ซึ่งจัดทำตามแนวทางเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา The Malcolm Baldrige National Quality Award : MBNQA อันเป็นที่ยอมรับและมีการนำไปใช้มากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก โดยมี 4 ลักษณะที่สำคัญของเกณฑ์ ดังนี้



1 START



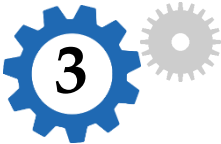
มุ่งเน้นค่านิยมและแนวคิดหลัก 11 ประการ ได้แก่

- 1) มุมมองเชิงระบบ (Systems Perspective)
- 2) การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ (Visionary Leadership)
- 3) ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focused Excellence)
- 4) การให้ความสำคัญกับบุคลากร (Valuing People)
- 5) การเรียนรู้ระดับองค์กรและความคล่องตัว (Organizational Learning and Agility)
- 6) การมุ่งเน้นความสำเร็จ (Focus on Success)
- 7) การจัดการเพื่อนวัตกรรม (Managing for Innovation)
- 8) การจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง (Management by Fact)
- 9) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Societal Responsibility)
- 10) จริยธรรมและความโปร่งใส (Ethics and Transparency)
- 11) การส่งมอบคุณค่าและผลลัพธ์ (Delivering Value and Results)

มุ่งมั่นในกระบวนการ



มุ่งเน้นในผลลัพธ์ จาก 3 มุมมอง



- 1) มุมมองภายนอก (ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอื่น มององค์กรอย่างไร)
- 2) มุมมองภายใน (การปฏิบัติการขององค์กร มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างไร)
- 3) มุมมองอนาคต (องค์กรเรียนรู้และเติบโตหรือไม่)

มุ่งเน้นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกัน



การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกันระหว่างเกณฑ์ในหมวดต่างๆ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของมุมมองเชิงระบบ

1 START

จากค่านิยมหลักและกรอบแนวคิดเชิงเทคนิคข้างต้น ได้นำมาบูรณาการเป็นเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (Total Quality Franchise Management : TQFM) เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจแฟรนไชส์ไทยให้มีความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการคุณภาพและมีความสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า อันจะนำไปสู่การเป็นองค์กรแฟรนไชส์ที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าและองค์กรต่างๆ ในระดับสากล โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ในทิศทางที่ถูกต้องและมีความเป็นสากล
- 2) ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ เพิ่มขีดความสามารถและผลลัพธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์
- 3) สร้างความมีเสถียรภาพและความน่าเชื่อถือแก่กลุ่มธุรกิจแฟรนไชส์

1 START

รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

การประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ประกอบด้วยเกณฑ์มาตรฐาน 7 หมวด มีคะแนนเต็ม 1,000 คะแนน ซึ่งกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้ภายหลังจากที่ธุรกิจได้รับการพัฒนายกระดับการบริหารจัดการตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์แล้ว จะต้องมีความประเมินโดยรวมไม่ต่ำกว่า 650 คะแนน จากเต็ม 1,000 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 65 จากคะแนนเต็ม จึงจะผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งนี้ สำหรับรายละเอียดเกณฑ์มาตรฐาน ทั้ง 7 หมวด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



หมวด 1 การนำองค์กร (คะแนนเต็ม 110 คะแนน)

การปฏิบัติตนของผู้บริหารแฟรนไชส์ ชี้นำและทำให้องค์กรมีความสำเร็จที่ยั่งยืน รวมทั้งจัดระบบการกำกับดูแลกิจการ ให้มีความรับผิดชอบด้านกฎหมาย จริยธรรม และต่อสังคม



หมวด 2 กลยุทธ์ (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งรวมถึงการพัฒนากลยุทธ์ การถ่ายทอดกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ และการวัดผลความก้าวหน้า



หมวด 3 ลูกค้า (คะแนนเต็ม 120 คะแนน)

การสร้างความผูกพันกับลูกค้า (รวมถึงคู่ค้าผู้ซื้อแฟรนไชส์) เพื่อความสำเร็จด้านการตลาดในระยะยาว ครอบคลุมถึงวิธีการที่กิจการรับฟังเสียงของลูกค้า/คู่ค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า/คู่ค้า และใช้สารสนเทศเกี่ยวกับลูกค้า/คู่ค้า เพื่อปรับปรุงและค้นหาโอกาสทางการตลาด

1 START



หมวด 4 การจัดการวิเคราะห์และการจัดการความรู้ (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

การเลือก รวบรวม วิเคราะห์ จัดการ และปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศ และสินทรัพย์ทางความรู้ (Knowledge Assets) ซึ่งรวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) การเรียนรู้และการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการใช้ผลการทบทวนเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการของกิจการ



หมวด 5 บุคลากร (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)

การประเมินความต้องการด้านขีดความสามารถและอัตรากำลังบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี) และการสร้างสภาพแวดล้อมของบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี) ที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี ตลอดจนการสร้างความผูกพัน การจัดการ และพัฒนาบุคลากร เพื่อนำศักยภาพมาใช้อย่างเต็มที่ ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการของธุรกิจโดยรวม



หมวด 6 การปฏิบัติการ (คะแนนเต็ม 120 คะแนน)

การออกแบบ จัดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงาน รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิผลของการปฏิบัติการเพื่อส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า (ซึ่งรวมถึงแฟรนไชส์ซี)



หมวด 7 ผลลัพธ์ (คะแนนเต็ม 350 คะแนน)

การประเมินผลการดำเนินการและการปรับปรุงในด้านที่สำคัญทุกด้านขององค์กร ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ผลลัพธ์ด้านมุ่งเน้นลูกค้า ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากรผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร และ ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด โดยการวัดระดับ ผลการดำเนินการ การวัดแนวโน้ม การวัดโดยเปรียบเทียบและการวัดผลเชิงบูรณาการ

1 START



ภาพรวมของเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการ
ธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

หมวด		รายละเอียด / หัวข้อย่อย TQFM	คะแนนเต็ม
1.		การนำองค์กร (Leadership)	110
	1.1	การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์	60
	1.2	การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม	50
2.		กลยุทธ์ (Strategy)	100
	2.1	การจัดทำกลยุทธ์	50
	2.2	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	50
3		ลูกค้า (Customer)	120
	3.1	เสียงของลูกค้า	55
	3.2	ความผูกพันของลูกค้า	65
4.		การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (Measurement, Analysis and Knowledge Management)	100
	4.1	การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผล การดำเนินการ	55
	4.2	การจัดการความรู้ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ	45
5.		บุคลากร (Workforce)	100
	5.1	สภาพแวดล้อมของบุคลากร	45
	5.2	การสร้างความผูกพันของบุคลากร	55
6.		การปฏิบัติการ (Operations)	120
	6.1	กระบวนการทำงาน	65
	6.2	ประสิทธิผลของการปฏิบัติการ	55
7.		ผลลัพธ์ (Result)	350
	7.1	ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ	80
	7.2	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	80
	7.3	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร	60
	7.4	ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร	65
	7.5	ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด	65
		คะแนนรวม	1,000

1 START

แนวทางการประเมินผล

การประเมินผลในหมวด 1 - 6

การประเมินผลได้นำเครื่องมือที่เรียกว่า Deming Cycle มาประยุกต์ใช้ มีลักษณะของการดำเนินการเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร สามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สามารถติดตามและวัดผลได้ด้วยขั้นตอน 4 ขั้น ซึ่งประกอบด้วย

- 1) **Plan** หมายถึง ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินงานทางธุรกิจ จัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงการกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้
- 2) **Do** หมายถึง ผู้ประกอบการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
- 3) **Check** หมายถึง ผู้ประกอบการมีการประเมินผลการดำเนินงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวัดผลการทำงาน
- 4) **Act** หมายถึง ผู้ประกอบการนำผลการดำเนินงาน อันได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการวิเคราะห์ผล เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้เกิดกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

การวัดผลในหมวด 7 หมวดผลลัพธ์ แบ่งออกเป็น 4 ขั้น ดังต่อไปนี้

- 1) **ผลการดำเนินงาน (Level)** กิจกรรมกำหนดตัวชี้วัด และรายงานผลลัพธ์ของตัวชี้วัดที่สำคัญในแต่ละด้าน
- 2) **ติดตามแนวโน้ม (Trend)** กิจกรรมมีการรายงานผลลัพธ์ โดยแสดงแนวโน้มเปรียบเทียบอย่างน้อย 3 ช่วงเวลา
- 3) **เปรียบเทียบกับผู้อื่น (Compare)** กิจกรรมมีการรายงานผลลัพธ์โดยเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของตนที่ผ่านมาหรือ คู่แข่งขัน คู่เทียบ หรือ ธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- 4) **บูรณาการผลลัพธ์ (Integration)** กิจกรรมมีการรายงานความเชื่อมโยงผลลัพธ์กับเป้าหมายพันธกิจ หรือ ผลลัพธ์อื่น

1 START

ในแต่ละชั้นของการวัดผลในหมวด 1 - 7 จะประกอบด้วยค่าคะแนน 0 - 5 คือ

คะแนน 0 ค่าความหมาย ไม่มี / ไม่ได้ดำเนินการ

คะแนน 1 - 4 ค่าความหมาย มีการดำเนินการบางส่วน

คะแนน 5 ค่าความหมาย มีการดำเนินการครบถ้วนสมบูรณ์ / ได้ผลดีที่สุด

สำหรับการพิจารณาคะแนนจากผลการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (TQFM) ทั้ง 7 หมวดข้างต้น จะเป็นการคำนวณคะแนนประเมินในแต่ละหมวดให้มีสัดส่วนเท่ากัน กล่าวคือ คิดสัดส่วนของทุกหมวดเกณฑ์การประเมินที่ 100 เปอร์เซ็นต์ (ผลคะแนนประเมินหารด้วยคะแนนเต็ม คูณร้อย) ซึ่งการคำนวณดังกล่าว จะทำให้สามารถพิจารณาเปรียบเทียบผลการประเมินในแต่ละหมวดได้ เนื่องจากคะแนนเต็มของแต่ละหมวดมีน้ำหนักที่ไม่เท่ากัน

FINISH 3

บทสรุปการพัฒนายกระดับมาตรฐาน ●

ธุรกิจแฟรนไชส์

The Best Practice ●

กรณีศึกษาธุรกิจแฟรนไชส์

2

CHECK POINT

กระบวนการพัฒนายกระดับมาตรฐาน

ธุรกิจแฟรนไชส์

START 1

เข้าใจธุรกิจแฟรนไชส์ ●

เข้าใจศักยภาพธุรกิจตนเอง ●

เข้าใจเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ●

การบริหารจัดการธุรกิจในระบบ

แฟรนไชส์ ปี 2561

2 CHECK POINT

กระบวนการพัฒนายกระดับมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์

ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์จะผ่าน 5 กระบวนการพัฒนายกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ มีรายละเอียดดังนี้



01

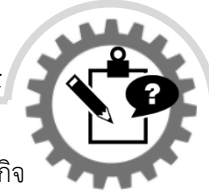
Networking Activity

กิจกรรมเสริมสร้างความเข้าใจแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจ และสร้างพันธมิตรเครือข่าย

02

Standard Assessment

ประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพการบริหารจัดการ ณ สถานที่ประกอบธุรกิจ



03

One on One Consulting on Site

ที่ปรึกษาเข้าให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ ณ สถานที่ประกอบธุรกิจ รายละเอียด 2 ครั้ง



04

Group Assessment Activity

กิจกรรมประเมินผลร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากการให้คำปรึกษา



05

Showcase Learning

การศึกษาดูงานธุรกิจแฟรนไชส์ต้นแบบที่มีมาตรฐานการบริหารจัดการที่ดี



2 CHECK POINT



Networking Activity

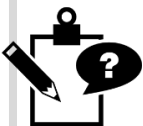
กิจกรรมเสริมสร้างความเข้าใจแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจ และสร้างพันธมิตรเครือข่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้เตรียมความพร้อมในการเข้าสู่กระบวนการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยดำเนินการ :

- ชี้แจง สร้างความเข้าใจภาพรวมและการดำเนินงานตลอดโครงการให้ธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับทราบ
- สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (Total Quality Franchise Management : TQFM) ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- ธุรกิจแฟรนไชส์ประเมิน วิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง ด้วยแบบประเมินตนเอง (Self Assessment Franchise Test : SAFT) ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- สร้างความรู้จัก สร้างเครือข่ายระหว่างธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อต่อยอดการดำเนินธุรกิจในอนาคต

Standard Assessment



ประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ ณ สถานประกอบการธุรกิจ โดยทีมที่ปรึกษาเข้าตรวจประเมินด้วยการใช้แบบประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (Total Quality Franchise Management : TQFM) ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า



โดยมุ่งเน้นที่เกณฑ์ประเมิน 7 ด้านหลัก ได้แก่ การนำองค์กร กลยุทธ์ ลูกค้า การวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ บุคลากร การปฏิบัติการ และผลลัพธ์

2 CHECK POINT



One on One Consulting on Site

ที่ปรึกษาดำเนินการเข้าให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาหรือการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการ ให้มีมาตรฐานคุณภาพ รวมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของธุรกิจแฟรนไชส์ให้เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ณ สถานที่ประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ การเข้าให้คำปรึกษา (One on One Consulting on Site) จะแบ่งเป็น 2 ครั้ง ดังนี้



One on One Consulting on Site

Day 1

Problem or Development Analysis

Problem or Development Coaching & Consulting 1

Day 2

Monitoring

Problem or Development Coaching & Consulting 2

ครั้งที่ 1 (Day 1) : ที่ปรึกษาประเมิน วิเคราะห์ผลที่ได้รับจากการประเมินตนเอง (SAFT) และการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (TQFM) ให้ผู้ประกอบการได้รับทราบถึงประเด็นที่ควรพิจารณาพัฒนาหรือปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานคุณภาพ นอกจากนี้ที่ปรึกษาจะให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก พร้อมทั้งกำหนดโจทย์ในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของธุรกิจแฟรนไชส์ให้เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

ครั้งที่ 2 (Day 2) : ที่ปรึกษาจะเข้าติดตามการดำเนินงานตามโจทย์ที่กำหนดไว้ในครั้งที่ 1 รวมทั้งคอยช่วยให้ปรึกษาเชิงลึกและสรุปผลในการแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงาน เพื่อยกระดับการบริหารจัดการของธุรกิจแฟรนไชส์ให้เข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

2 CHECK POINT

Group Assessment Activity

04

หลังจากธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับคำปรึกษาและได้รับการพัฒนาแล้ว จะมีการเข้าร่วมกิจกรรมประเมินผลร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากการให้คำปรึกษา โดยมีการแบ่งกลุ่มธุรกิจและนำเสนอสิ่งที่ได้รับระหว่างกัน



05

Showcase Learning

นอกจากการเข้าให้คำปรึกษา ณ สถานประกอบการธุรกิจ (One on One Consulting on Site) และกิจกรรมประเมินผลร่วมกันระหว่างธุรกิจแฟรนไชส์แล้ว ธุรกิจแฟรนไชส์จะได้ศึกษาดูงานธุรกิจแฟรนไชส์ต้นแบบที่มีมาตรฐานการบริหารจัดการที่ดี โดยได้รับการเรียนรู้ การถ่ายทอดประสบการณ์การบริหารจัดการธุรกิจ ณ สถานที่ปฏิบัติงานจริงของธุรกิจ

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ มีประสบการณ์ในระบบการบริหารจัดการที่หลากหลายและกว้างขวางขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น



2 CHECK POINT

หลังจากกระบวนการพัฒนายกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ข้างต้น ธุรกิจแฟรนไชส์จะได้รับการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (Total Quality Franchise Management : TQFM) อีกครั้ง ซึ่งกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากำหนดให้ภายหลังจากที่ธุรกิจได้รับการพัฒนายกระดับการบริหารจัดการตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์แล้ว จะต้องมีการประเมินโดยรวมไม่ต่ำกว่า 650 คะแนน จากเต็ม 1,000 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 65 จากคะแนนเต็ม จึงจะผ่านเกณฑ์มาตรฐาน



3

FINISH

บทสรุปการพัฒนาระดับมาตรฐาน ●

ธุรกิจแฟรนไชส์

The Best Practice ●

กรณีศึกษาธุรกิจแฟรนไชส์

2 CHECK POINT

กระบวนการพัฒนาระดับมาตรฐาน
ธุรกิจแฟรนไชส์

START 1

เข้าใจธุรกิจแฟรนไชส์ ●

เข้าใจศักยภาพธุรกิจตนเอง ●

เข้าใจเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ●

การบริหารจัดการธุรกิจในระบบ

แฟรนไชส์ ปี 2561

บทสรุปการพัฒนายกระดับมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์

แม้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์จะถือเป็นเส้นทางลัดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจมือใหม่ที่ต้องการย่นระยะเวลาในการเริ่มต้นธุรกิจ และในขณะเดียวกัน ยังเป็นเส้นทางลัดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจต้นแบบที่ต้องการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว แต่การประสบความสำเร็จในธุรกิจแฟรนไชส์บนพื้นฐานของความยั่งยืนนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องมีคุณสมบัติและองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการ ซึ่งการพัฒนายกระดับธุรกิจแฟรนไชส์ให้มีมาตรฐาน ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นเครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจแฟรนไชส์สามารถเรียนรู้เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นระบบ ใช้เป็นเส้นทางในการเข้าสู่มาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีความน่าเชื่อถือ และเติบโตในธุรกิจแฟรนไชส์ได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ สรุปหัวใจสำคัญของการพัฒนายกระดับมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ทั้ง 7 ด้าน ดังนี้



การนำองค์กร

จุดยืน วิสัยทัศน์และเป้าหมายการทำธุรกิจของผู้นำองค์กรมีความชัดเจน และไม่เก็บเป้าหมายไว้ที่ตนเอง แต่ถ่ายทอดสื่อสารให้กับบุคลากรและคู่ค้าให้เดินไปในทิศทางเดียวกัน

ประสบการณ์เรียนรู้ของผู้นำองค์กรต้องแท้ มีการเรียนรู้ปัญหา อุปสรรค ความล้มเหลว ศึกษาและแก้ไข จนได้แนวทางที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

ผู้นำองค์กรยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พร้อมเรียนรู้และปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ

3 FINISH



กลยุทธ์

พัฒนางานกลยุทธ์ธุรกิจแฟรนไชส์ภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของตนเอง ควบคู่กับการวิเคราะห์สถานการณ์/สภาพแวดล้อมธุรกิจในปัจจุบัน

ธุรกิจแฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จต้องสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีจุดเด่น (Signature) ที่ตรงความต้องการเชิงลึกของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีวิธีการนำเสนอที่มีเสน่ห์ สร้างตัวตนของธุรกิจ

นอกจากกลยุทธ์การตลาดในภาพรวมของธุรกิจแล้ว ต้องให้ความสำคัญในการดำเนิน กลยุทธ์เฉพาะที่เหมาะสมในแต่ละสาขาแฟรนไชส์ แต่ละพื้นที่ (Local Store Marketing) ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันทั้งสภาพแวดล้อมและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

มีการกำหนดกลยุทธ์แฟรนไชส์ที่ชัดเจนบนพื้นฐานข้อมูลที่ต้อง โดยเฉพาะการกำหนด วิธีการให้สิทธิ การกำหนดค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ การกำหนดพื้นที่ให้สิทธิ และการกำหนดระยะเวลาให้สิทธิ



ลูกค้า

ให้ความสำคัญครอบคลุมทั้งกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจ(แฟรนไชส์ซี) และลูกค้าปลายทาง(ผู้บริโภค)

เข้าใจบทบาทของแฟรนไชส์ซี ซึ่งจะมีความขัดแย้งกันระหว่างการเป็น “ลูกค้า” และการเป็น “เจ้าของ” เพื่อการวางแผนการบริหารจัดการแฟรนไชส์ซีที่มีประสิทธิภาพ

รับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ในการการบริหาร จัดการและการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งรับทราบประเด็นความต้องการเพิ่มเติมจากลูกค้า

3 FINISH



การวัด การวิเคราะห์และการจัดการความรู้

มีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน ครอบคลุมแต่ละกระบวนการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

มีวิธีการติดตามการดำเนินงานในแต่ละกระบวนการ พร้อมเก็บบันทึกข้อมูลอย่างถูกต้อง เพื่อทบทวนและวิเคราะห์ผลอย่างเป็นระบบ พร้อมส่งต่อผลที่ได้รับสู่ผู้ปฏิบัติ

ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพย์สินทางความรู้ของธุรกิจ (Knowledge Assets) และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของธุรกิจ (Intellectual Property) เพื่อรักษาจุดแข็งธุรกิจ



บุคลากร

บุคลากรเป็นหนึ่งในทรัพยากรสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจแฟรนไชส์ประสบความสำเร็จ ธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดแผนผังองค์กรแฟรนไชส์ที่ชัดเจน มีการจัดสรรกำลัง กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งงาน กำหนดวิธีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ

ให้ความสำคัญกับกระบวนการอบรมให้ความรู้ และวิธีปฏิบัติต่างๆ กับบุคลากรทั้งในส่วน บุคลากรภายใน และแฟรนไชส์ซี โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับมาตรฐานธุรกิจ

ใส่ใจในกระบวนการคัดสรรบุคลากรและแฟรนไชส์ซี ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมคู่ควร กับธุรกิจแฟรนไชส์ โดยยึดหลักการเติบโตเรียนรู้ไปด้วยกัน

3 FINISH



การปฏิบัติการ

ขยายแฟรนไชส์อย่างมีระบบ มีขั้นตอนเป็นลำดับ ไม่ขยายเกินกำลังศักยภาพและความสามารถในการบริหารจัดการระบบการดำเนินงานภายใน ได้แก่ ระบบคน / ระบบการทำงาน – การผลิต การขาย การบริการ การส่ง / ระบบตลาด / ระบบการเงิน

ให้ความสำคัญกับเครื่องมือการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกสาขาแฟรนไชส์ เช่น คู่มือการปฏิบัติการแฟรนไชส์ ระบบบริหารจัดการหน้าร้าน (Point of Sale : POS) สัญญาแฟรนไชส์ เป็นต้น

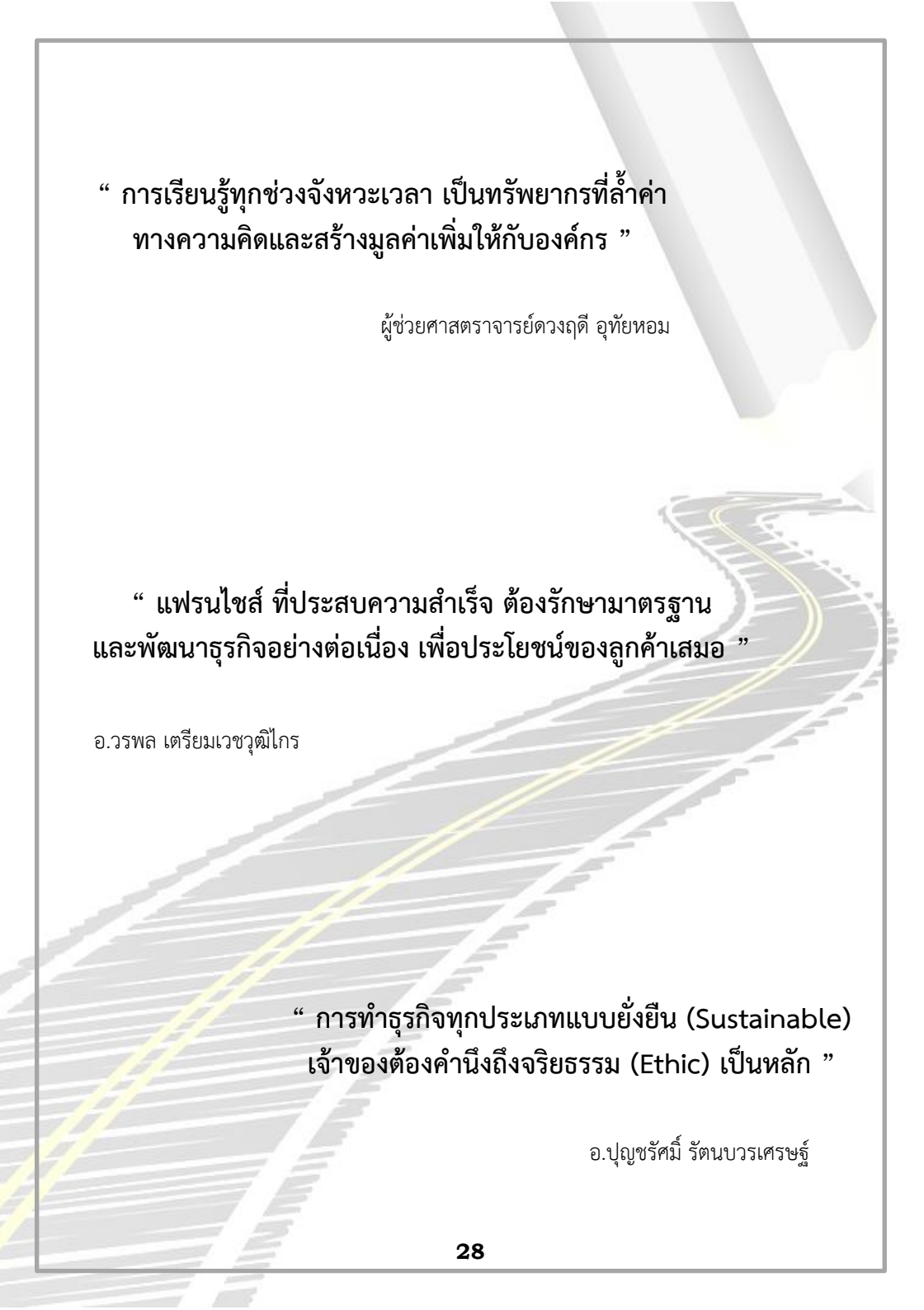
มีระบบการติดตามควบคุมมาตรฐานการปฏิบัติงานของทุกสาขาแฟรนไชส์ให้เป็นไปในมาตรฐานเดียวกัน



ผลลัพธ์

กำหนดความถี่ในการประเมินวัดผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์/บริการ กระบวนการ ลูกค้า บุคลากร การนำองค์กร การเงิน และการตลาดเทียบกับตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างเป้าหมายและผลลัพธ์การดำเนินงาน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาปรับกระบวนการดำเนินงานต่างๆ

กำหนดคู่แข่งทางธุรกิจเพื่อจับตาการดำเนินงานของคู่แข่ง พร้อมเปรียบเทียบกับการดำเนินงานของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเรียนรู้กระบวนการพัฒนา



“ การเรียนรู้ทุกช่วงจังหวะเวลา เป็นทรัพยากรที่ล้ำค่า
ทางความคิดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ”

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงฤดี อุทัยหอม

“ แพรนไซส์ ที่ประสบความสำเร็จ ต้องรักษามาตรฐาน
และพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ของลูกค้าเสมอ ”

อ.วรพล เตரியมเวชวุฒิไกร

“ การทำธุรกิจทุกประเภทแบบยั่งยืน (Sustainable)
เจ้าของต้องคำนึงถึงจริยธรรม (Ethic) เป็นหลัก ”

อ.บุญชรัศม์ รัตนบวรเศรษฐ์

“ วัฒนธรรม คือ ส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์ เพราะแฟรนไชส์ซีมักมองหาแฟรนไชส์ที่มีแบรนด์ที่แตกต่างจากคนอื่นในตลาด และมีวัฒนธรรมที่เห็นถึงคุณค่าและสอดคล้องกับแนวคิดการทำธุรกิจของพวกเขา ดังนั้น แฟรนไชส์ซอร์อย่างลิ้มที่จะส่งเสริมความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบในการทำธุรกิจ ”

รองศาสตราจารย์พีระ เจริญพร

...การทำธุรกิจ เปรียบเหมือนการไล่เสื่อและติดกระดุม...
ดังนั้น ต้องเริ่มให้ถูกต้องอย่างมีสติ แค่ก่ลัดผิดเม็ดตั้งแต่เม็ดแรก
และจนเม็ดสุดท้ายพบว่า ผิดแต่ต้น...หนักใจแน่

ดร.สุกิต เอี่ยมหเจริญ

“ แพรนไชส์ คือ Business Model ที่ทำให้เราไปด้วยกันได้ไกล และไปได้ไว กว่าไปเพียงลำพัง ”

ศาสตราจารย์วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล

“ แพรนไชส์ที่ดี ไม่ได้อยู่ที่จำนวนสาขาที่มี แต่อยู่ที่ทุกงานที่ต้องมีคุณภาพ ทุกสาขาที่ขยายต้องมีมาตรฐานที่สุดแล้ว....แบรนด์เราอยู่ในใจลูกค้าตลอดไป ”

อ.สิทธิชัย ทรงอภิมาศ

“ การสร้างมูลค่าแพรนไชส์ที่ดีที่สุด คือ การเพิ่มนวัตกรรมที่แตกต่าง ”

อ.รัฐ ดำรงค์ศรี

The Best Practice

กรณีศึกษาธุรกิจแฟรนไชส์

จากการพัฒนาระดับการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปีพ.ศ. 2561 พบว่า มีธุรกิจแฟรนไชส์ที่ผ่านมาตรฐานในระดับ Best Practice จำนวน 10 ธุรกิจ กล่าวคือ เป็นธุรกิจที่มีการดำเนินงานที่สามารถเป็นกรณีตัวอย่างที่น่าสนใจ สามารถนำไปเป็นแนวคิด หรือ ปรับเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจได้

ทั้งนี้ ได้สรุปข้อมูลที่น่าสนใจของธุรกิจระดับ Best Practice ในแต่ละรายพอสังเขป ประกอบด้วย ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ รายละเอียดของธุรกิจ เงื่อนไขการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ และปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success) เพื่อใช้เป็นแนวทางต่อยอดความรู้ ดังนี้





บริษัท ดิลิเชียส สตอรี่ จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : ขนมบ้านอู๋ม

รายละเอียดธุรกิจ : ร้านขนม (ของฝาก)

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ร้าน "ขนมบ้านอู๋ม" เป็นกิจการเบเกอรี่ที่เริ่มเปิดตั้งแต่รุ่นคุณพ่อคุณแม่ ในชื่อร้านเดิมคือ "อั้ง เต็ก หมง" ต่อมา คุณอู๋ม หรือคุณจิราภรณ์ อังคเรืองรัตน์ ลูกสาวที่เรียนจบมาด้านเทคโนโลยีด้านอาหาร ได้เข้ามาสานงานต่อจากกิจการทางบ้าน จึงได้ปรับเปลี่ยนหน้าตาร้าน เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขยายกิจการจนกลายเป็นร้านของฝากที่มีชื่อเสียงของจังหวัดฉะเชิงเทรา ขนมบ้านอู๋ม ผลิตเบเกอรี่มากมาย ผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อให้กับร้าน เป็นขนมแบบทานง่าย ได้แก่ ชิฟฟอนมะพร้าวอ่อน และขนมปังไส้สังขยา นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นอีกมากมาย เป็นขนมที่ผลิตสด ไม่ใส่สารกันบูด ขนมบางอย่างอาจเก็บไว้ได้ไม่นาน หรือต้องเก็บในที่เย็นเท่านั้น ขนมบ้านอู๋มเป็นหนึ่งในร้านขนมและเบเกอรี่ที่มีชื่อเสียงประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา ร้านมีขนมขึ้นชื่อหลายอย่าง เช่น ชิฟฟอนเค้ก ขนมปังสังขยา

ทั้งนี้ บริษัท ดิลิเชียส สตอรี่ จำกัด มีวิสัยทัศน์ใน 3 – 5 ปีข้างหน้า ในการเป็นผู้นำร้านแฟรนไชส์ขายขนมและของฝาก

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2545

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2560

ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท

ปีที่จัดเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.) : 2560

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 15 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 13 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ซี 2 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) : 300,000 บาท

ระยะเวลาให้สิทธิ์ : 6 ปี

เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา : 800,000 – 1,000,000 บาท

ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee) : 300,000 บาท

ค่าบริหารการตลาด (Marketing Fee) : 500,000 บาท

ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ : 2 ปี

ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา : 30 – 60 ตารางเมตร

พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ) : 2 คน

ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา : 7 วัน

ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง : 7 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “ขนมบ้านอู๋ม”

● หมวด 1 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรใส่ใจในการเรียนรู้และหาองค์ความรู้อยู่เสมอ มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน รวมทั้งมีความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง กล้าทดลอง ทำให้ค้นพบโอกาสในการขยายธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

● หมวด 2 กลยุทธ์

ธุรกิจมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและแบรนด์อยู่ตลอดเวลา ทำให้กลยุทธ์และแบรนด์มีความชัดเจนและเข้มแข็งขึ้น โดยธุรกิจมีการปรับโลโก้ของผลิตภัณฑ์ให้มีความชัดเจนแสดงถึงร้านขนมของฝาก เพื่อสื่อไปถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

นอกจากนี้ธุรกิจมีกลยุทธ์การตลาดเข้ามาสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น กิจกรรมในวันสำคัญ กิจกรรมแอดไลน์รับสินค้าฟรี กิจกรรมโปรโมชั่นแนะนำสินค้าใหม่ เป็นต้น

● หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

ธุรกิจมีการวิเคราะห์ ทบทวนผลลัพธ์การดำเนินงานที่ได้ เพื่อหาจุดอ่อนของธุรกิจในการบริหารสาขาแฟรนไชส์ เช่น การบริหารเงิน การบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นปัญหาหลักของแฟรนไชส์ซี และเข้าไปช่วยเหลือ วิเคราะห์ปัญหาจนสามารถแก้ไขปัญหาก็ประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ ธุรกิจเริ่มต้นในระบบแฟรนไชส์ด้วยการทดสอบดำเนินการในร้านต้นแบบ เพื่อสร้างระบบควบคุมตรวจสอบ ระบบการกระจายสินค้า และจัดทำคู่มือปฏิบัติการ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และระบบต่างๆ ให้กับแฟรนไชส์ซี





บริษัท ตะวันดากรุ๊ป จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : ผัดไทชาววังตะวันดา

รายละเอียดธุรกิจ : ผัดไท

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ผัดไทชาววังตะวันดา เริ่มต้นจากคุณสุภาดา ตะวันดา ทำร้านอาหารตามสั่งโดยมีชื่อร้านว่า “Blue TAWAN” ซึ่งหลังจากขายได้ไม่นานพบว่า เมนูผัดไทขายดีกว่าเมนูอื่นๆ มาก คุณสุภาดาจึงมีแนวคิดที่เปิดร้านโดยขายผัดไทเพียงเมนูเดียว จากนั้นเลยนำความคิดมาเปิดร้านผัดไท ซึ่งมียอดขายค่อนข้างดีจึงมีแนวคิดที่ขยายแฟรนไชส์ จึงเริ่มศึกษาค้นคว้าวิธีให้ปรุงผัดไทให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นจนได้พบสูตรที่ลงตัว หลังจากเปิดขายแฟรนไชส์ได้ไม่นานก็ยกธุรกิจให้กับลูกสาว คือคุณพรพรรณ ประนันท์ เป็นคนดูแลแทน ในส่วนของแฟรนไชส์ผัดไทจะมีสูตรน้ำปรุงให้สามารถนำไปตระหว่างผัด ซึ่งรสชาติจะเหมือนกันในทุกสาขา และที่สำคัญแฟรนไชส์ผัดไทนี้จะไม่มีการใช้น้ำมันผัดเลย และไม่มีการใช้ผงชูรสอีกด้วย ทั้งนี้ ผัดไทชาววังตะวันตามีวิสัยทัศน์ใน 3 – 5 ปี ข้างหน้า ที่ต้องการนำองค์กรมุ่งสู่ความเป็นผู้นำทางด้านแฟรนไชส์อาหารและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งให้ความรู้ การเริ่มต้นธุรกิจแฟรนไชส์ รวมถึงการวางแผนในด้านต่างๆ กับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจ

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2555

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2559

ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท

ปีที่จดทะเบียนรายการค้า (ปีพ.ศ.) : 2557

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 52 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 1 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ซี 51 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) : 39,000 – 89,000 บาท

ระยะเวลาให้สิทธิ์ : ไม่ได้กำหนด

เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา : 39,000 – 89,000 บาท

ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee) : ไม่มี

ค่าบริการการตลาด (Marketing Fee) : ไม่มี

ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ : 3 เดือน

ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา : 8 ตารางเมตร

พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ) : 1 คน

ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา : 1 วัน

ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง : 1 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “ผัดไทชาววังตะวันตก”

● หมวด 1 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ และมีความใส่ใจในการกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยไม่ใช้น้ำมันและผงชูรสในทุกเมนูอาหาร นอกจากนี้ ธุรกิจยังรับซื้อวัตถุดิบบางอย่างจากชาวบ้านโดยตรง เช่น ผักกาด มะขาม เป็นต้น

● หมวด 5 บุคลากร

ธุรกิจมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรให้กับแฟรนไชส์ซีด้วยการมีระบบการจัดหาบุคลากรให้แก่สาขาแฟรนไชส์ และมีการแนะนำการหาพนักงานใหม่ให้กับแฟรนไชส์ซี นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีมุมมองในการบริหารแฟรนไชส์แบบญาติพี่น้องโดยใช้หัวใจในการทำงาน เช่น มีการหาพื้นที่ทำเลที่เหมาะสมให้กับแฟรนไชส์ซี ส่งต่อสาขาที่ดำเนินการอยู่ให้กับแฟรนไชส์ซี เป็นต้น



● หมวด 6 การปฏิบัติการ

ธุรกิจมีการควบคุมการกระบวนการทำงานของแฟรนไชส์ซีให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และสามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบของแฟรนไชส์ซีไม่ให้สูง โดยจำกัดวัตถุดิบที่แฟรนไชส์ซีต้องหาดด้วยตนเองให้น้อยที่สุด และส่งวัตถุดิบจากส่วนกลางด้วยการผลิตจากโรงงานตนเอง เช่น เส้น แป้งหอยทอด ขนมหักกาด โดยกำหนดราคาต่ำกว่าท้องตลาด ทำให้แฟรนไชส์ซีใช้วัตถุดิบจากส่วนกลางเท่านั้น สามารถควบคุมมาตรฐานของสินค้าได้เป็นอย่างดี





บริษัท บ้านย่า สเตอโรง จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : บ้านย่า สเต็กเฮ้าส์ (Baanya Steak House)

รายละเอียดธุรกิจ : สเต็ก อาหารไทย เครื่องดื่มกาแฟ เบเกอรี่

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

บ้านย่า สเต็ก เฮ้าส์ เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2554 โดยมีคณะผู้บริหาร คือ คุณพันธิกา วงศ์ดี และคุณเด่นระพี วงศ์ดี จุดเริ่มต้นของกิจการ เริ่มจากแนวคิดของการต้องการสร้างร้านอาหารดีๆ ให้คนในเมืองโคราชได้มีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งต้องการนำอาหารสไตล์ตะวันตกปรับให้ถูกปากคนไทยมากขึ้น จากความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับความสามารถในการทำอาหาร จึงออกมาเป็นร้านอาหารที่มีเมนูหลากหลายถูกใจลูกค้า และยังคงคอนเซ็ปต์ให้ร้านมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนด้วยความเป็นไทยที่ผสมกับวัฒนธรรมตะวันตกได้อย่างกลมกล่อมลงตัว โดยที่มาของชื่อ บ้านย่า สเต็ก เฮ้าส์ นั้นมาจากชื่อของท่านท้าวสุรนารี หรือที่คนโคราชเรียกกันว่า “ย่าโม” ซึ่งท่าน คือ วีรชนของคนโคราช เป็นแรงบันดาลใจให้ชื่อ “บ้านย่า สเต็ก เฮ้าส์” ทั้งนี้ บ้านย่า สเต็ก เฮ้าส์ มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำตลาดด้านธุรกิจแฟรนไชส์ สเต็กไทย โดยคนไทย ภายใน 3 – 5 ปีข้างหน้า และขยายสาขาทั่วประเทศ โดยมีเป้าหมาย 5 ปี ที่ 55 สาขา

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2559

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2559

ทุนจดทะเบียน : 2,000,000 บาท

ปีที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.) : 2558

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 19 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 3 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ซี 16 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) : 650,000 บาท

ระยะเวลาให้สิทธิ์ : 5 ปี ต่อ 5 ปี

เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา : 3,310,000 บาท

ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee) : ร้อยละ 3 ของยอดขายต่อเดือน

ค่าบริหารการตลาด (Marketing Fee) : ร้อยละ 2 ของยอดขายต่อเดือน

ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ : 33 เดือน

ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา : 120 - 150 ตารางเมตร

พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ) : 9 คน

ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา : 35 - 60 วัน

ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง : 7 - 10 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “บ้านย่า สเต็กเฮ้าส์”

● หมวด 1 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรมีประสบการณ์ดำเนินธุรกิจด้านอาหารเป็นอย่างดี มีการกำหนดแผน/ทิศทางธุรกิจ และนำไปสู่การปฏิบัติได้ชัดเจน โดยเรียนรู้ความล้มเหลวและความสำเร็จจากต้นแบบที่ตนเองได้ดำเนินการมาก่อน

● หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

ธุรกิจมีการจัดตั้งทีม เพื่อพัฒนาธุรกิจนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการระบบทั้งหมด และถ่ายทอดให้กับแฟรนไชส์ซีผ่านสาขาต้นแบบ ที่เปรียบเหมือนโรงเรียนสอนหลักสูตรแฟรนไชส์ รวมทั้งถ่ายทอดผ่านการรวบรวมข้อมูลในคู่มือการปฏิบัติการ ซึ่งประกอบด้วยวิธีการประกอบอาหารในเมนูต่างๆ การจัดเก็บ

วัตถุดิบอย่างถูกวิธี การบริหารจัดการหน้าร้าน การใช้งานระบบเทคโนโลยี เป็นต้น



● หมวด 6 การปฏิบัติการ

นอกจากการจัดทำคู่มือปฏิบัติการที่เป็นสายลักษณะอักษรชัดเจนให้กับแฟรนไชส์ซีแล้ว ธุรกิจยังมีกระบวนการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และให้ความสำคัญกับการจัดส่งวัตถุดิบเพื่อรักษาคุณภาพตั้งแต่ต้นทางจนถึงหน้าร้าน เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจ รวมทั้ง มีการคิดค้นสูตรซอสบ้านย่าสเต็ก เฮ้าส์ โดยเฉพาะเพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพซอสในทุกๆ สาขา





บริษัท บุญนำพา (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : บุญนำพา

รายละเอียดธุรกิจ : บริการจัดเลี้ยง อาหาร งานอีเว้นท์

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ทีมงานบุญนำพาเริ่มมาจากผู้ก่อตั้งได้จัดงานทำบุญบ้าน และจัดพิธีตั้งศาลพระภูมิ โดยได้เรียนเชิญอาจารย์ มุนินทร์ มุนินโท มาเป็นผู้จัดพิธีตั้งศาลพระภูมิให้ ท่านอาจารย์ได้อธิบายวิธีการบูชา การทำบุญ รวมถึงการใช้ชีวิต และวิถีคิดในการดำเนินชีวิตของท่าน ด้วยวัยในตอนนั้นของท่าน ท่านอายุ 70 ปี แต่หน้าตายังดูมั่งใส อิมไปด้วยบุญ เมื่อเทียบกับพ่อของผม ซึ่งวัยในตอนนั้น อายุ 72 ปี แต่ดูแข็งแรงสู้ไม่ได้ ท่านอาจารย์บอกว่า “ตัวฉัน อยู่แต่กับสิ่งดีๆ อยู่แต่กับงานบุญ แนะนำให้คนทำแต่สิ่งดีๆ ฉันก็มีความสุข ฉันมีเวลาให้ครอบครัว เท่านั้นฉันก็มีความสุขมากแล้ว” คำกล่าวของท่านอาจารย์นั่นเอง จึงเป็นให้ผมคิดขึ้นมาว่า ตัวผมเอง ปกติก็ทำและรับจัดงานอสังหาริมทรัพย์ให้กับคนอื่น มาโดยตลอด แล้วเหตุใดจึงไม่เอาความสามารถนั้น มาจัดงานบุญ และนำบุญมาที่บ้านให้กับคนทั่วไปที่ไม่มีเวลา แต่อยากทำบุญ ซึ่งเป็นสิริมงคลกับตัวเอง บ้าน ออฟฟิศ รวมถึงบุคคลอื่นที่ได้อยู่ ได้อาศัย ได้ทำงานในสถานที่นั้นๆ ด้วย จึงเป็นสาเหตุให้เกิด “บุญนำพา” และตั้งใจจริงกับการจัดงานบุญ และรักษาตำรับไว้ซึ่งประเพณี และพิธีการที่ถูกต้อง “บุญนำพา” มีวิสัยทัศน์ (3 – 5 ปีข้างหน้า) คือ ต้องการเป็นบริษัทด้านบริการจัดงานอีเว้นท์และธุรกิจจัดเลี้ยง งานงานบุญที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีลูกค้าที่ชัดเจน มีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2558

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2558

ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท

ปีที่จัดเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.) : 2559

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 5 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 1 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ 4 สาขา



เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee)	: 100,000 บาท
ระยะเวลาให้สิทธิ์	: 3 ปี
เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา	: 150,000 บาท
ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee)	: 20,000 บาท / เดือน
ค่าบริการการตลาด (Marketing Fee)	: ไม่มี
ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ	: 18 เดือน
ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา	: 3 x 5 เมตร
พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ)	: 3 คน
ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา	: 30 วัน
ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง	: ไม่มี

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “บุญนำพา”

● หมวด 3 ลูกค้า

ธุรกิจมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าในเชิงลึก โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรอบด้าน ครบวงจร เช่น จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ดูแลครอบคลุมในรายละเอียดของพิธีกรรมต่างๆ อาหารรองรับ (จัดทำครัวกลางที่เป็นมาตรฐาน) ดูแลจัดเลี้ยงผู้ร่วมงาน การห่ออาหารกลับสำหรับเจ้าภาพและผู้ร่วมงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) เช่น จัดกิจกรรมทำบุญท้าวไร่ไหว้พระ ซึ่งหลังจากร่วมกิจกรรมทำให้ลูกค้าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวบุญนำพา รวมทั้งมีการโทรสอบถามความพึงพอใจจากลูกค้าหลังจกพิธีการแล้วเสร็จทุกครั้ง เพื่อเก็บข้อมูลบริการที่ลูกค้ายังไม่ประทับใจ และเก็บข้อมูลรายละเอียดที่ลูกค้าชอบ เช่น ประเภทอาหาร พิธีการ พนักงาน เป็นต้น



● หมวด 5 บุคลากร

ธุรกิจเน้นให้ความสำคัญในการบริหารจัดการบุคลากร ทั้งในส่วนของบุคลากรภายในและแฟรนไชส์ซี โดยมีระบบการอบรมบุคลากรภายในที่เข้ามาร่วมในองค์กรให้มียอดความรู้ในกระบวนการขั้นตอนการทำพิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่ต้นจนจบ

สำหรับแฟรนไชส์ซี ธุรกิจมีการคัดเลือกและควบคุมการดำเนินการของแฟรนไชส์ซีอย่างเข้มข้น โดยไม่เน้นขายแฟรนไชส์จำนวนมาก แต่เน้นที่คุณภาพของแฟรนไชส์แต่ละรายเป็นหลัก เนื่องจากเป็นแฟรนไชส์ประเภทธุรกิจบริการ หากให้บริการผิดพลาดหรือทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ จะทำให้ผลกระทบต่อแบรนด์ในภาพรวม ซึ่งธุรกิจมีการตั้งเกณฑ์คุณภาพไว้ หากแฟรนไชส์ซีไม่สามารถปฏิบัติตามได้จะถูกตัดสิทธิ์ รวมทั้งมีการส่งใบเตือนหากแฟรนไชส์ซีปฏิบัติไม่ถูกต้องตามมาตรฐาน

● หมวด 6 การปฏิบัติการ



ธุรกิจมีการวางกระบวนการเพื่อควบคุมมาตรฐานที่ชัดเจน เช่น มีการควบคุมมาตรฐานคุณภาพอาหาร โดยจัดทำครัวกลางของตนเองเพื่อรองรับการจัดเลี้ยง งานสัมมนาและงานพิธีการในทุกๆ วัน จัดทำสังฆทานภายใต้แบรนด์ของตนเอง เพื่อคัดเลือกของที่มีคุณภาพ จัดทำระบบติดตามเรียลไทม์ (Tracking) เพื่อตรวจสอบให้บริการที่หน้างานของแฟรนไชส์ซีในแต่ละขั้นตอน ระบบการแบ่งแยกลูกค้าในแต่ละพื้นที่ เป็นต้น



บริษัท โฟกัสฮิวแมนนิตี้ อินเทอร์เน็ตเนชันแนล จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : 072 จิตคณิต ดร.เมียง

รายละเอียดธุรกิจ : สอนให้เด็กมีทักษะในการคำนวณการวิเคราะห์ และเหตุผลใช้ลูกคิด

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

เมื่อปีพ.ศ. 2540 ดร.เมียง กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฟกัส ฮิวแมนนิตี้ อินเทอร์เน็ตเนชันแนล จำกัด ผู้ก่อตั้งสถาบัน 072 จิตคณิต มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพทางคณิตศาสตร์ ให้กับเยาวชนไทยให้มีความสามารถทัดเทียมนานาชาติ โดยบินข้ามฟ้าไปอบรม และเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมลูกคิดและคณิตศาสตร์นานาชาติ I.A.M.A (International Abacus and Mathematics Association) สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวัน ประเทศต้นฉบับของจิตคณิตที่สวยอดที่สุดในโลก ซึ่งก่อตั้งมายาวนานกว่า 30 ปี โดยมีคุณจาง ชิง เหลียงเป็นประธานสมาคมคนปัจจุบัน มีสมาชิกทั้งหมด 20 กว่าประเทศทั่วโลก อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อเมริกา แคนาดา บราซิล มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย กัมพูชา เป็นต้น ด้วยประสบการณ์สอน 20 ปี สร้างเยาวชนให้มีความเป็นเลิศทางคณิตศาสตร์กว่า 10,000 คน อบรมครูและผู้ประกอบการกว่า 200 คน ผ่านการพิสูจน์จากรายการเข้านี้ที่ช่อง 3 รายการข่าว ITV และสื่อมวลชนหลายฉบับ ปัจจุบันได้เล็งเห็นความจำเป็นในการขยายความรู้สู่ทุกชุมชนในประเทศไทย จึงได้เปิดรับผู้ร่วมอุดมการณ์ที่สนใจธุรกิจการศึกษาในระบบแฟรนไชส์ที่มีโอกาสเติบโตอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น (ประเทศไทยมีประชากรเป็นอันดับที่ 19 ของโลก) มีทารกแรกเกิดเฉลี่ย 1.13 ล้านคนต่อปี กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนจิตคณิตมีถึง 10 ล้านคน ทั้งนี้ บริษัท โฟกัสฮิวแมนนิตี้ อินเทอร์เน็ตเนชันแนล จำกัด มีวิสัยทัศน์ (3 – 5 ปีข้างหน้า) ที่จะเป็นสถาบันพัฒนาผู้เรียนวัย 4 - 12 ปี โดยหลักสูตร 072 จิตคณิต ดร.เมียง ที่ได้รับความไว้วางใจของผู้ปกครอง อันดับ 1 ของประเทศ มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศและมีคุณภาพตามมาตรฐาน

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2548

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2548

ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท

ปีที่จัดเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.) : อยู่ระหว่างดำเนินการ

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 25 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 10 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ซี 15 สาขา



เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee)	: 200,000 บาท
ระยะเวลาให้สิทธิ์	: 5 ปี
เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา	: 200,000 บาท
ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee)	: ไม่มี
ค่าบริการการตลาด (Marketing Fee)	: 10 - 15 % / ปี
ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ	: 24 เดือน
ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา	: 60 ตารางเมตร
พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ)	: 2 คน
ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา	: 1 วัน
ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง	: 1 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “072 จินตคณิต ดร.เมียง”

● หมวด 1 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน โดย 10 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจเป็นการเรียนรู้ พัฒนาและจัดทำหลักสูตรจนมีความมั่นใจ จึงเริ่มถ่ายทอดองค์ความรู้และรูปแบบธุรกิจในลักษณะแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่มีศักยภาพ

นอกจากนี้ ผู้นำองค์กรยังมีการกำกับดูแลและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมอบทุนการศึกษาให้กับเด็กที่ด้อยโอกาสได้มีโอกาสเรียนจินตคณิต ซึ่งในทุกสาขาจะมีการคัดเลือกเด็กเข้าเรียนฟรีตลอดตั้งแต่วัย 1 ถึง 10

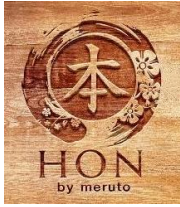


● หมวด 3 ลูกค้า

ธุรกิจมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวผ่านการต่อยอดการเรียนรู้จินตคณิต ด้วยการจัดกิจกรรมแข่งขันทั้งระดับภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการรับฟังเสียงจากลูกค้า โดยการสำรวจความพึงพอใจเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขการบริการ

● หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

ธุรกิจมีระบบการรวบรวมข้อมูล การวัดและการประเมินผลการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (ผู้ปกครอง) รวมถึงมีการรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆ และจัดทำกรอบถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคลากร (ครู) อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งแฟรนไชส์ซี



บริษัท เมรุโตะ เทรดิง จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : Meruto Sushi

รายละเอียดธุรกิจ : ร้านอาหารญี่ปุ่น

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

บริษัท เมรุโตะ เทรดิง จำกัด เจ้าของร้านอาหารญี่ปุ่น เมรุโตะ หนึ่งในผู้นำร้านอาหารชั้นสูงสไตล์ซูชิ โอมากาเสะ ได้เสนอธุรกิจแฟรนไชส์ภายใต้ชื่อว่า Hon by Meruto โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับวงการซูชิของประเทศไทยขึ้นไปอีกระดับ ให้ผู้บริโภคได้สัมผัสบริการและรสชาติระดับร้านโอมากาเสะแท้ๆ โดยมีอิสระให้เลือกรับประทานที่มากขึ้นและมีการเข้าถึงที่ง่ายขึ้น

สูตรอาหารและเมนูต่างๆ ที่ทางร้านคิดค้นขึ้นเกิดจากการผนวกตำราซูชิโอมากาเสะเข้ากับรสชาติในอุดมคติของเชฟอาร์ม กิรติ ผู้ก่อตั้งร้านเมรุโตะ จนออกมาเป็นรสชาติ ออริจินัล ตำรับเมรุโตะ ที่ถูกปากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือแม้กระทั่งชาวญี่ปุ่นเอง จนเกิดการบอกปากต่อปากและมีการจองคิวข้ามเดือน อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ร้านเมรุโตะชนะเลิศจากทั่วโลก คือ การบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเองไม่เหมือนใคร ซึ่งเกิดจากการฝึกฝนบรรมพนักงานอย่างเข้มงวดตามมาตรฐานที่ทางบริษัทกำหนดขึ้น

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.)	:	2558
รูปแบบกิจการ	:	บริษัทจำกัด
ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.)	:	2558
ทุนจดทะเบียน	:	8,000,000 บาท
ปีที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.)	:	2558
จำนวนสาขาที่ดำเนินการ	:	4 สาขา
		จำนวนสาขาที่บริหารเอง 2 สาขา
		จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ 2 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee)	:	3,000,000 บาท
ระยะเวลาให้สิทธิ์	:	3 ปี
เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา	:	7,000,000 บาท
ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee)	:	300,000 บาทต่อปี
ค่าบริหารการตลาด (Marketing Fee)	:	ร้อยละ 10 ของยอดขาย
ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ	:	ไม่เปิดเผย
ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา	:	80 ตารางเมตร
พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ)	:	3 คน
ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา	:	90 วัน
ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง	:	3 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “Meruto Sushi”

● หมวด 2 กลยุทธ์

ผู้นำองค์กรมองการขยายธุรกิจด้วยระบบแฟรนไชส์ เป็นกลยุทธ์สำคัญ ดังนั้น การดำเนินงานจะไม่จบเพียง การขายแฟรนไชส์เท่านั้น แต่จะมีกลยุทธ์ในการ วิเคราะห์จุดเด่นของแต่ละสาขา และช่วยคิดทำกลยุทธ์ ทางการตลาดให้กับแฟรนไชส์ซีทุกๆ ราย



นอกจากนี้ ธุรกิจมีการวางแผนสร้างเครื่องมือทางการตลาด ต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ เช่น ช่องทางออนไลน์ ออฟไลน์ ในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอในทุกๆ วัน การสร้างระบบสมาชิก (Membership) เป็นต้น

● หมวด 5 บุคลากร

ธุรกิจเน้นความสำคัญในการคัดเลือกและอบรมให้องค์ความรู้แก่บุคลากรภายใน และแฟรนไชส์ซี โดยการคัดเลือกแฟรนไชส์ซี ธุรกิจมีการสัมภาษณ์คัดสรรผู้ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ไม่เพียงแต่มีเงินลงทุนและมีความประสงค์ทำธุรกิจเท่านั้น

● หมวด 6 การปฏิบัติการ

ธุรกิจมีการดำเนินการกำหนดระบบการก่อสร้างสาขาใหม่และระยะเวลาดำเนินการ ที่ชัดเจน โดยได้ทบทวน จัดวางระบบการทำสัญญา โดยการสำรวจทำเลพื้นที่ คาดการณ์ระยะเวลาการก่อสร้างที่ควรเป็น และกำหนดในสัญญา ทำให้เกิดความชัดเจนในระบบการจัดการสาขาที่จะเปิดใหม่

นอกจากนี้ ธุรกิจมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานแฟรนไชส์ ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินและสินทรัพย์ทางความรู้ของธุรกิจที่สำคัญ เพื่อ ถ่ายทอดให้กับแฟรนไชส์ซี



บริษัท เวคอัพ (ประเทศไทย) จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : Wake up Coffee

รายละเอียดธุรกิจ : เครื่องดื่ม เบเกอรี่ ของหวาน

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

Wake up Coffee เป็นร้านกาแฟชื่อดังจากเชียงใหม่ โดยจุดเด่นของร้าน Wake up 24 Hrs. คือคอนเซ็ปต์ การเปิดบริการของร้านตลอด 24 ชั่วโมง โดยลูกค้าจะมานั่งทำงาน สร้างสมาธิท่ามกลางบรรยากาศที่เงียบสงบ ผ่อนคลาย หรือใครที่อยากจะทำขนมก็สามารถทำได้อย่างเต็มที่ และที่สำคัญใครที่ชอบในการดื่มกาแฟ หรือจะพาครอบครัวแวะมาหาของหวานอร่อยๆ ก็สามารถแวะเวียนมาได้ เพราะมีเครื่องดื่มและขนมหลากหลายชนิดไว้บริการ ดังสโลแกนที่ว่า The Capital of Beverage ทั้งนี้ บริษัท เวคอัพ (ประเทศไทย) จำกัด มีวิสัยทัศน์ (ใน 3 – 5 ปี ข้างหน้า) ในการเป็นร้านกาแฟและเครื่องดื่มที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2556

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2556

ทุนจดทะเบียน : 2,000,000 บาท

ปีที่จัดเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.) : 2561

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 13 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 5 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ 8 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) : 350,000 บาท

ระยะเวลาให้สิทธิ์ : 10 ปี

เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา : 3,500,000 - 4,500,000 บาท

ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee) : ร้อยละ 5 ของรายได้ต่อเดือน

ค่าบริการการตลาด (Marketing Fee) : ร้อยละ 3 ของรายได้ต่อเดือน

ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ : 36 เดือน

ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา : 200 ตารางเมตร

พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ) : 8 คน

ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา : 10 วัน

ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง : 10 วัน



Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “Wake up Coffee”

● หมวด 3 ลูกค้า

ธุรกิจให้ความสำคัญกับทั้งลูกค้าปลายทาง (End-user) และลูกค้าที่เป็นคู่ค้า อย่างแฟรนไชส์ซี โดยมีการสำรวจทำแบบสอบถามกับลูกค้าปลายทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการ



เช่น ลูกค้าตำหนิเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าพบที่หน้าร้านแต่บางครั้งผู้บริหารไม่พบ นอกจากนี้ ลูกค้ายังมีการแนะนำเมนูที่อยากรับประทาน ทำให้ธุรกิจได้พัฒนาสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ

สำหรับคู่ค้าแฟรนไชส์ ธุรกิจมีการสนับสนุนการดำเนินงาน ตั้งแต่การสำรวจพื้นที่ก่อนเปิดร้านเพื่อให้มั่นใจถึงความเหมาะสมกับธุรกิจ การให้คำปรึกษาเรื่องการออกแบบร้าน ให้คำปรึกษาระหว่างการก่อสร้างและตกแต่งร้าน ตลอดจนการพัฒนาาระบบสนับสนุนการดำเนินงาน

● หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนาการบริหารจัดการแฟรนไชส์โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนเป็นอย่างมาก โดยมีการพัฒนาระบบ POS คิดเงินด้วยตนเอง โดยแฟรนไชส์ซีสามารถดูข้อมูลยอดขายได้แบบเรียลไทม์ผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ หรือสามารถตรวจสอบได้ว่าแก้วหายไปที่ไหน ซาหายไปที่กรัม ซึ่งมีการรายงานในระบบดังกล่าว และมีการรักษาความปลอดภัยค่อนข้างสูง

● หมวด 6 การปฏิบัติการ

ธุรกิจมีการอัพเดทคู่มือการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีการจัดทำวิดีโอคู่มือบนออนไลน์เพื่อความสะดวกสำหรับแฟรนไชส์ซี นอกจากนี้ ยังมีการวางบิลชำระค่าวัตถุดิบในระบบออนไลน์ ชำระบนออนไลน์ และแจ้งหลักฐานการชำระเงินผ่านออนไลน์





บริษัท ศูนย์บริการวิชาการเรือสำราญและการโรงแรม จำกัด

ชื่อสินค้าหรือบริการ : โรงเรียนสอนการอาชีพเรือสำราญและการโรงแรม

รายละเอียดธุรกิจ : สอนการอาชีพเรือสำราญและการโรงแรม

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

โรงเรียนสอนการอาชีพเรือสำราญและการโรงแรม (Cruise & Hotel Training School) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ เป็นสถาบันฝึกอบรมสายเลือดไทยเพื่อผลิตบุคลากรไปทำงานกับบริษัทเรือสำราญระดับโลก ที่ก่อตั้งขึ้นภายใต้อุดมการณ์ และความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการให้ความรู้ความเข้าใจในสายงานวิชาชีพเรือสำราญ โดยเพิ่มขีดความสามารถด้านการทำงานบนเรือสำราญเพื่อช่วยให้คนไทยได้ไปทำงานในเรือสำราญระดับโลกได้มากยิ่งขึ้น เพื่อนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทย ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของแรงงานไทยเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยมีความมุ่งมั่นจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวทันนานาชาติ ด้วยการพัฒนาภาษาอังกฤษ บุคลิกภาพ และทักษะในการทำงานให้กับบุคลากรภายในประเทศ โดยทีมอาจารย์ที่มีคุณภาพ และประสบความสำเร็จในการทำงานเรือสำราญระดับโลก ทั้งนี้ โรงเรียนสอนการอาชีพเรือสำราญและการโรงแรม มีวิสัยทัศน์ (3 – 5 ปีข้างหน้า) ที่จะมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำและความเป็นเลิศทางทักษะวิชาชีพเรือสำราญ เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักเรียนสู่ความสำเร็จ ให้สมกับปณิธาน “พนักงานเรือสำราญ สร้างงาน สร้างอนาคต” โดยการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ ทั้งด้านภาษาอังกฤษ บุคลิกภาพและทักษะวิชาชีพ

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2559

รูปแบบกิจการ : บริษัทจำกัด

ปีที่ตั้งทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2559

ทุนจดทะเบียน : 4,000,000 บาท

ปีที่ตั้งเครื่องหมายการค้า (ปี พ.ศ.) : 2559

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 16 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 4 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ 12 สาขา



เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee)	: 150,000 บาท
ระยะเวลาให้สิทธิ์	: 6 ปี
เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา	: 300,000 บาท
ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee)	: 20 % ของรายได้ / เดือน
ค่าบริการการตลาด (Marketing Fee)	: ไม่มี
ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ	: 12 เดือน
ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา	: มากกว่า 100 ตารางเมตร
พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ)	: 3 คน
ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา	: 30 วัน
ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง	: 30 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “โรงเรียนสอนการอาชีพเรือสำราญและการโรงแรม”



● หมวด 3 ลูกค้า

ธุรกิจมีการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (แฟรนไชส์ซี) อย่างต่อเนื่อง เช่น มีกิจกรรมการอบรมและดูงานให้กับแฟรนไชส์ซี โดยมีการกำหนดให้สิทธิ์การดูงาน 2 คน เมื่อทำยอดนักศึกษาได้จำนวน 20 คน นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการสอบถามถึงปัญหาการดำเนินงานต่างๆ ของแฟรนไชส์ซีเพื่อช่วยให้คำปรึกษาและหาแนวทางแก้ไขปัญหา

● หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

ธุรกิจมีการรับฟังและรวบรวมข้อมูลย้อนกลับของแต่ละสาขาแฟรนไชส์เพื่อประเมินการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ธุรกิจมีการส่งกำลังบุคลากรจากส่วนกลางไปช่วยแนะแนวสาขาใหม่ โดยมีการตรวจเยี่ยมสาขาใหม่เดือนละ 1 ครั้ง ส่วนสาขาที่มีความเข้มแข็งแล้วจะตรวจเยี่ยมตามตารางเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานที่เป็นระบบให้แก่แฟรนไชส์ซี โดยถ่ายทอดกระบวนการและวิธีการให้บริการต่างๆ อย่างครบถ้วน

● หมวด 5 บุคลากร

ธุรกิจจำกัดการขยายสาขาแฟรนไชส์ จังหวัดละ 1 สาขาเท่านั้น เพื่อคัดกรองแฟรนไชส์ซีที่มีคุณภาพ สามารถดูแลอบรมให้อรรถกัมกับแฟรนไชส์ซีได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ธุรกิจให้ความสำคัญในการคัดสรรบุคลากรที่มีศักยภาพตรงกับหลักสูตรการสอนเท่านั้น



ห้างหุ้นส่วนจำกัด บียอนด์มิลค์

ชื่อสินค้าหรือบริการ : Beyond Milk นมแปรรูป

รายละเอียดธุรกิจ : นมแปรรูป

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

BEYOND CAFE เกิดขึ้นจากความฝันเล็กๆ ของเด็กผู้หญิงคนหนึ่ง ที่อยากจะแบ่งปันความสุขของเธอสู่นมเด็กทุกๆ ชั้นในร้าน และทุกครั้งที่เห็นรอยยิ้มของเพื่อนๆ เมื่อทานขนม ก็เปรียบเสมือนเพื่อนๆ ทุกคนกำลังมอบความสุขกลับคืนมา นอกจากนั้น การสร้างพื้นที่เล็กๆ ยังเป็นจุดนัดพบของเพื่อนที่อยากจะแบ่งปันความสุขให้แกกัน ทำให้กลายเป็นที่พบปะสังสรรค์ เป็นครอบครัว เป็นห้องทำงาน และเป็นห้องสมุดของน้องๆ ทั้งนี้ ในการดำเนินธุรกิจ Beyond Milk มีวิสัยทัศน์ (ใน 3 – 5 ปีข้างหน้า) ที่จะเป็นผู้นำธุรกิจด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์จากนมที่มีคุณภาพ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรงของเยาวชนและคนทั่วไปในระยะยาว

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2560

รูปแบบกิจการ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2560

ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท

ปีที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า(ปีพ.ศ.) : 2560

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 4 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 2 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ 2 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) : 200,000 บาท

ระยะเวลาให้สิทธิ์ : ไม่ได้กำหนด

เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา : ไม่มี

ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee) : ร้อยละ 3.5 จากกำไรต่อเดือน

ค่าบริหารการตลาด (Marketing Fee) : ร้อยละ 2.5 จากกำไรต่อเดือน

ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ : 8 เดือน

ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา : 40 ตารางเมตร

พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ) : 2 คน

ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา : 2 วัน

ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง : 2 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “Beyond Milk นมแปรรูป”

● หมวด 1 การนำองค์กร

ผู้นำองค์กรเริ่มต้นดำเนินธุรกิจด้วยจุดยืนที่ชัดเจน โดยมีความใส่ใจและจริงจังที่จะเพิ่มปริมาณผู้ดื่มนมที่มีคุณภาพ มีแนวคิดที่ต้องการส่งเสริมให้เด็กได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพและให้มีสุขภาพแข็งแรง ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจจึงเน้นคุณค่าทางอาหารจากนมพลาสมาเจอร์โรซ์ 100% มีความสะอาดและมีระบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ดีเพื่อควบคุมคุณภาพ



● หมวด 2 กลยุทธ์

ธุรกิจมีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาสูตรส่วนผสมที่สามารถทำให้ไขมันในนมเป็นไอศกรีม ซึ่งต่างจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดที่นำผงชอพต์เสิร์ฟผสมน้ำใส่เครื่องทำไอศกรีม

นอกจากนี้ ธุรกิจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนให้เด็กนักเรียนเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยจำหน่ายคูปองให้กับผู้ปกครองที่ต้องการให้เด็กนักเรียนดื่มนมทุกวัน

● หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

ธุรกิจมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การวิเคราะห์ยอดขาย กำไรขาดทุน และวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mixes) ในแต่ละตัว ดังนั้น จึงมีการต่อยอดผลการทบทวนไปใช้ประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ให้กับธุรกิจ





ห้างหุ้นส่วนจำกัด โปรโจ

ชื่อสินค้าหรือบริการ : A CUP Coffee

รายละเอียดธุรกิจ : กาแฟสด

รายละเอียดธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

A CUP Coffee เริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 บนเส้นทางสายกาแฟจากรถเคลื่อนที่แห่งแรกบนถนนสาทร หลังจากนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2556 ได้เข้าแข่งขันจนได้รับรางวัล Champ Thailand Indy Barista รอบแชมป์ชิงแชมป์รับถ้วยประทานจากพระเจ้าหลานเธอพระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา และได้รับรางวัลเครื่องดื่มยอดเยี่ยม Best Signature Drink และได้บินไปเรียนรู้การชงกาแฟอย่างมืออาชีพที่ประเทศออสเตรเลีย และได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์เพื่อทำร้านกาแฟในรูปแบบใหม่ Premium Take Away Coffee จนถึงปี พ.ศ. 2558 ได้เปิด A Cup Academy เพื่อมุ่งพัฒนาการกาแฟไทยให้มีคุณภาพ ซึ่งเป็นการอบรมชงกาแฟอย่างมีมาตรฐานให้แก่ผู้สนใจเข้ามาในธุรกิจกาแฟที่กำลังเติบโต ทั้งนี้ ใน 3 – 5 ปีข้างหน้า A Cup Coffee มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นร้านกาแฟสดแบบ Take Away อันดับ 1 ในใจพนักงานออฟฟิศ

ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2552

รูปแบบกิจการ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ (ปีพ.ศ.) : 2559

ทุนจดทะเบียน : 500,000 บาท

ปีที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ปีพ.ศ.) : 2552

จำนวนสาขาที่ดำเนินการ : 10 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารเอง 3 สาขา

จำนวนสาขาที่บริหารโดยแฟรนไชส์ 7 สาขา

เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) : 100,000 บาท

ระยะเวลาให้สิทธิ์ : 3 ปี

เงินลงทุนเริ่มต้นต่อ 1 สาขา : 790,000 บาท

ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ์ (Royalty Fee) : ร้อยละ 3 ของยอดขายต่อเดือน

ค่าบริการการตลาด (Marketing Fee) : 500,000 บาท ต่อปี

ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ : 1.5 เดือน

ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา : 3 x 3 เมตร / 5 x 9 เมตร

พนักงานประจำสาขา (เฉลี่ยสาขาละ) : 2-4 คน

ระยะเวลาอบรมแฟรนไชส์ ก่อนเปิดสาขา : 1 วัน

ระยะเวลาอบรมการทำงานในพื้นที่จริง : 4 - 5 วัน

Key Success ของธุรกิจแฟรนไชส์แบรนด์ “A CUP Coffee”

● หมวด 2 กลยุทธ์

ธุรกิจมีจุดยืนที่ชัดเจนในการวางพื้นที่เป้าหมายของสาขาในย่านออฟฟิศเท่านั้น ดังนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงมีความชัดเจนเช่นกัน โดยรูปแบบในแต่ละสาขาจะสามารถรองรับจำนวนการผลิตได้มาก มีความรวดเร็วในการให้บริการ ธุรกิจวางตำแหน่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าต่อลูกค้า โดยใช้เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพ แต่ราคาสามารถจับต้องได้



● หมวด 3 ลูกค้า

ธุรกิจมีการจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า โดยมองลูกค้าเหมือนดั่งญาติพี่น้อง ทำให้ได้รับผลตอบรับจากลูกค้าอย่างดี ลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นลูกค้าประจำ ทานกาแฟที่ร้านทุกวันกว่าร้อยละ 80

● หมวด 5 บุคลากร

ผู้น่าองค้มีมุมมองว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ บุคลากร ดังนั้นจึงมีการดำเนินการคัดเลือกบุคลากรเข้าร่วมทำงานค่อนข้างเข้มงวด โดยพิจารณาทักษะ ความสามารถ และใจรักบริการ โดยมีการกำหนดค่าตอบแทนให้กับบุคลากรที่ดีและชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีการอบรมเรื่องการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ



เครื่องมือการเข้าสู่มาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์

ภายใต้การพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ
การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ ปี 2561

● แบบประเมินตนเอง (The Self Assessment Franchise Test : SAFT) ●

● แบบประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ
ในระบบแฟรนไชส์ (Total Quality Franchise Management : TQFM) ●
และแบบการลงให้คำปรึกษา ณ สถานประกอบการธุรกิจ

Day 1 : Assessment and Diagnostic

Day 2 : Analysis and Consulting 1

Day 3 : Monitoring and Consulting 2

แบบประเมินตนเอง (The Self Assessment Franchise Test : SAFT)

กิจกรรมยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์
ภายใต้โครงการยกระดับธุรกิจแฟรนไชส์สู่ตลาดโลก ปีงบประมาณ 2561

ชื่อสถานประกอบธุรกิจ

ชื่อผู้ประกอบธุรกิจ

ตำแหน่ง

หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้

อีเมล

วันที่ประเมิน

ลงชื่อ

(.....

คำชี้แจง

1. แบบประเมินตนเองชุดนี้ เป็นแบบประเมินหนึ่งของการพัฒนาองค์กรตามโครงการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการคุณภาพธุรกิจแฟรนไชส์ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
2. วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการแฟรนไชส์ได้ใช้สำหรับการประเมินศักยภาพธุรกิจด้วยตนเอง (Self Assessment) เป็นการสำรวจ ทบทวนผลการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ที่ได้ดำเนินการมา เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของตนเอง
3. ข้อมูลของธุรกิจที่ได้รับการประเมิน ถือเป็นข้อมูลความลับ และนำเสนอเพียงเฉพาะการประเมินสภาพธุรกิจแฟรนไชส์ในลักษณะภาพรวมเท่านั้น



แบบประเมินศักยภาพในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย X ในหมายเลขคะแนนที่ท่านประเมินว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	ปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด
1	2	3	4	5

1. ด้านความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1.	ท่านมีความเข้าใจระบบแฟรนไชส์เป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
2.	ท่านมีข้อมูลด้านความต้องการสินค้า/บริการของท่านในตลาดเป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
3.	ท่านมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจด้านนี้มาเป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
4.	ท่านมีความรู้ด้านตัวสินค้าและบริการเป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
5.	ท่านมีแผนธุรกิจแฟรนไชส์และแผนการตลาดอย่างละเอียด	1	2	3	4	5
6.	ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้จำหน่าย (Supplier) ในการจัดซื้อวัตถุดิบ/อื่นๆ	1	2	3	4	5
7.	ท่านมีแหล่งผลิตวัตถุดิบ	1	2	3	4	5
8.	ท่านมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำตลาด	1	2	3	4	5
9.	ท่านเป็นผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญและการบริหารงานอย่างมืออาชีพ	1	2	3	4	5
10.	ปัจจุบันผลการดำเนินธุรกิจของท่านคุ้มทุน/มีกำไร	1	2	3	4	5
รวมคะแนน						

2. ด้านลักษณะเฉพาะของธุรกิจแฟรนไชส์

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1.	ท่านมีผลิตภัณฑ์ที่ผู้อื่นไม่สามารถผลิตได้	1	2	3	4	5
2.	ท่านมีกระบวนการผลิตที่ผู้อื่นไม่สามารถผลิตได้	1	2	3	4	5
3.	ท่านมีวัตถุดิบที่ผู้อื่นไม่มี	1	2	3	4	5
4.	ท่านมีความรู้เฉพาะที่ผู้อื่นไม่มี	1	2	3	4	5
5.	ธุรกิจของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง	1	2	3	4	5
6.	ธุรกิจของท่านสามารถถ่ายทอดสอนผู้อื่นได้อย่างเป็นระบบ	1	2	3	4	5
7.	สินค้า/บริการของท่านมีตลาดกว้าง	1	2	3	4	5
8.	สินค้า/บริการของท่านมีความจำเป็นต่อผู้บริโภค มีการใช้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
9.	ท่านสามารถควบคุมข้อมูลสำคัญที่เป็นความลับทางธุรกิจเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบได้	1	2	3	4	5
10.	ท่านเป็นเจ้าของสิทธิที่ถูกต้อง เครื่องหมายการค้า/สิทธิบัตร/ลิขสิทธิ์ของธุรกิจ	1	2	3	4	5
รวมคะแนน						

3. ด้านการบริหารจัดการองค์กรและการให้บริการธุรกิจแฟรนไชส์

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1.	ท่านมีโครงสร้างการบริหารงานแฟรนไชส์ มีหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านแฟรนไชส์	1	2	3	4	5
2.	ท่านมีโครงสร้าง ฝั่งองค์กรสาขาแฟรนไชส์/จำนวนพนักงานที่ต้องใช้/บทบาทหน้าที่	1	2	3	4	5
3.	ท่านมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์และการสื่อสารนโยบายชัดเจน ทั้งถึงทั้งหน่วยงานส่วนกลางและสาขาแฟรนไชส์	1	2	3	4	5

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
4.	ท่านมีทีมงานที่สามารถเปิดร้านใหม่ให้กับสาขาแฟรนไชส์ได้อย่างสมบูรณ์ เช่น ทำการคัดสรรพื้นที่เปิดร้าน และวิเคราะห์ธุรกิจเบื้องต้น	1	2	3	4	5
5.	ท่านมีคู่มือการบริหารงานแฟรนไชส์	1	2	3	4	5
6.	ท่านมีสัญญาแฟรนไชส์	1	2	3	4	5
7.	ท่านมีการวิจัยและพัฒนาสินค้า/บริการอย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
8.	ท่านมีการจัดการคลังสินค้าและระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพ (ขั้นตอนการส่งสินค้า/วัตถุดิบ การรับสินค้า การชำระเงิน การจัดเก็บสินค้า/วัตถุดิบ ระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า/วัตถุดิบ)	1	2	3	4	5
9.	ท่านมีระบบการทำงานที่ทันสมัย เช่น มีระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดเก็บข้อมูล/ประมวลผลการดำเนินงาน และควบคุมงานระหว่างสาขาแฟรนไชส์และสำนักงานใหญ่	1	2	3	4	5
10.	ท่านมีโครงสร้างด้านการเงินการลงทุนของร้านสาขาอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เช่น ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ต้องใช้ การประมาณการยอดขายรายวันเดือน/ การประมาณผลกำไร ระยะเวลาการคืนทุน	1	2	3	4	5
11.	ท่านมีระบบการจัดทำบัญชีสำหรับสาขาแฟรนไชส์/ระบบการชำระเงิน ณ จุดขาย	1	2	3	4	5
12.	ท่านมีกระบวนการติดตาม ตรวจสอบแฟรนไชส์ชื่ออย่างเป็นระบบสม่ำเสมอ	1	2	3	4	5
13.	ท่านให้การสนับสนุนการดำเนินงานของแฟรนไชส์ฯ โดยกำหนดรูปแบบการสนับสนุนทั้งก่อนและหลังการเปิดกิจการสาขาแฟรนไชส์ เช่น การเตรียมการเปิดร้าน การอบรมแฟรนไชส์ฯ ก่อนเปิดกิจการ การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ การพัฒนาเสริมความรู้หลังเปิดสาขา หรือกรณีมีสินค้าตัวใหม่	1	2	3	4	5
14.	ท่านมีการจัดประชุมร่วมกับแฟรนไชส์ชื่ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการ เพื่อให้การสนับสนุนแก้ไขปัญหาได้ทันเวลา ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน	1	2	3	4	5
15.	ท่านมีระบบการสื่อสารกับแฟรนไชส์ชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5
	รวมคะแนน					

4. ด้านการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1.	กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั่วไปรู้จักตราสินค้าของท่าน	1	2	3	4	5
2.	ตราสินค้าของท่านได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักดี	1	2	3	4	5
3.	สินค้า/บริการของท่านมีจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งเห็นได้ชัดเจน	1	2	3	4	5
4.	ท่านมีแผนการตลาดเพื่อสร้างยอดขายสินค้า/บริการ (รวมการส่งเสริมการขาย ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แบรนด์) และมีแผนการตลาด ในการสรรหาแฟรนไชส์ฯ และงบประมาณที่จะต้องใช้	1	2	3	4	5
5.	ความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ ด้านค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาแฟรนไชส์ เมื่อเปรียบเทียบกับแฟรนไชส์อื่นในตลาดเดียวกัน	1	2	3	4	5
6.	ความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคาสินค้า/บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาของสินค้าอื่นในตลาดเดียวกัน	1	2	3	4	5
7.	ความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ ด้านคุณภาพของสินค้า/บริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้าอื่นในตลาดเดียวกัน	1	2	3	4	5
8.	ความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ กรณีที่มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด	1	2	3	4	5
9.	ความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ กรณีมีสินค้า/บริการ เข้ามาทดแทนสินค้า/บริการของท่าน	1	2	3	4	5
10.	ท่านมีระบบการคัดเลือกแฟรนไชส์ฯที่ดี	1	2	3	4	5
11.	ท่านมีความพร้อมในการขยายงานไปในจังหวัดพื้นที่เป้าหมาย/ เช่น สามารถจัดระบบการขนส่งวัตถุดิบไปยังแฟรนไชส์ฯได้อย่างสะดวก การเข้าไปเยี่ยมเยียน การตรวจสอบทำโต๊ะหก	1	2	3	4	5

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
12.	ท่านมีช่องทาง/หน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า/คู่ค้า (แฟรนไชส์ซี) อยู่ในระดับใด	1	2	3	4	5
13.	ท่านมีกระบวนการการแก้ไขป้องกันเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า/ คู่ค้าอยู่ใน (แฟรนไชส์ซี) ระดับใด	1	2	3	4	5
14.	แฟรนไชส์ซีของท่านในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกับท่านอยู่ในระดับใด	1	2	3	4	5
15.	ท่านสามารถดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ได้ แม้ในภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มชะลอตัว	1	2	3	4	5
รวมคะแนน						

5. ด้านงบประมาณ

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1.	ท่านมีระบบการช่วยเหลือด้านการเงินเพื่อการลงทุนให้กับแฟรนไชส์ซีรายใหม่	1	2	3	4	5
2.	ปัจจุบันธุรกิจของท่าน มีความมั่นคง ทั้งด้านการเงินและสภาพธุรกิจ	1	2	3	4	5
3.	ปัจจุบันธุรกิจของท่านถือว่า ขนาดการลงทุนต่อ 1 สาขา ไม่สูงหรือต่ำเกินไป	1	2	3	4	5
4.	ราคาขายวัตถุดิบของท่านอยู่ในระดับที่เหมาะสม	1	2	3	4	5
5.	ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของท่าน สร้างผลกำไรให้แก่แฟรนไชส์ซี และให้ผลตอบแทนแก่ท่านในรูปของค่าบริหารหรือ Royalty Fee	1	2	3	4	5
รวมคะแนน						

6. ด้านรูปแบบการจัดการร้านค้า

ข้อ	หัวข้อ	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1.	ปัจจุบันท่านมีร้านต้นแบบของธุรกิจที่สมบูรณ์	1	2	3	4	5
2.	การวางรูปแบบร้านในแต่ละขนาดมีรูปแบบสวยงาม เหมาะสม	1	2	3	4	5
3.	เอกลักษณ์หรือภาพลักษณ์ของร้านค้าในด้านการจัดทำป้ายหน้าร้าน/การออกแบบ Mascot	1	2	3	4	5
4.	การจัดการตกแต่งภายในร้าน การจัดทำ Shop Layout การวางสินค้าภายในร้าน	1	2	3	4	5
5.	การแต่งกายของพนักงานขายประจำร้าน มีชุดยูนิฟอร์ม สวมใส่อุปกรณ์ตามรูปแบบที่กำหนด	1	2	3	4	5
รวมคะแนน						

สรุปการประเมินศักยภาพในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์

ด้าน	จำนวนข้อ	คะแนนเต็ม	ผลประเมิน
1. ด้านความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์	10	50	
2. ด้านลักษณะเฉพาะของธุรกิจแฟรนไชส์	10	50	
3. ด้านการบริหารจัดการองค์กรและการให้บริการธุรกิจแฟรนไชส์	15	75	
4. ด้านการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์	15	75	
5. ด้านงบประมาณ	5	25	
6. ด้านรูปแบบการจัดการร้านค้า	5	25	
รวมคะแนน	60	300	

สิ่งที่ท่านต้องการและคาดหวังจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

.....

.....

.....

.....

Day 1

Assessment and Diagnostic

กิจกรรมยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์
ภายใต้โครงการยกระดับธุรกิจแฟรนไชส์สู่ตลาดโลก ปีงบประมาณ 2561

รายละเอียดเอกสาร

1. ข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์
2. แบบประเมินเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์
(Total Quality Franchise Management : TQFM)
3. สรุปการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์

ชื่อสถานประกอบธุรกิจ

ชื่อผู้ประกอบธุรกิจ

(.....)

ตำแหน่ง

ชื่อผู้ประเมิน

(.....)

วัน/เดือน/ปี ที่เข้าประเมิน

เวลาที่เข้าประเมิน



เอกสาร 1

ข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์และรายละเอียด

คำชี้แจง : ระบุรายละเอียดข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์และรายละเอียด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลธุรกิจแฟรนไชส์

- ชื่อผู้ประกอบการ (นาย/นาง/นางสาว) นามสกุล
- หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน - - - -
- เบอร์มือถือ : 4. ID Line :
- อีเมล
- ตำแหน่ง 1) เจ้าของกิจการ/ทายาทธุรกิจ 2) กรรมการบริหาร 3) ผู้จัดการ 4) อื่นๆ (ระบุ)
- ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ในธุรกิจ ปี
- ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ เลขที่ หมู่ที่ ซอย ถนน ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด

ส่วนที่ 2 รายละเอียด

- ชื่อกิจการ :
- ชื่อตราสินค้า/บริการ (Brand) (กรณีแตกต่างจากชื่อกิจการ) :
- ประเภทธุรกิจ 1) อาหารและเครื่องดื่ม ระบุรายละเอียด
- 2) การศึกษา ระบุรายละเอียด
- 3) ความงามและสปา ระบุรายละเอียด
- 4) ค้าปลีก ระบุรายละเอียด
- 5) บริการ ระบุรายละเอียด
- 6) อื่นๆ ระบุ
- ปีที่เริ่มประกอบธุรกิจ ปี พ.ศ.
- รูปแบบกิจการ 1) บริษัทมหาชนจำกัด (บมจ.) 2) บริษัทจำกัด (บจ.) 3) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (ทส.)
- 4) ห้างหุ้นส่วนจำกัด (ทง.) 5) ทะเบียนพาณิชย์ 6) คณะบุคคล
- 7) บุคคลธรรมดา 8) อื่นๆ ระบุ
- ปีที่จดทะเบียนธุรกิจ ปี พ.ศ. 15.ทุนจดทะเบียน บาท
- เลขทะเบียนนิติบุคคล/ทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี)
- ตราสินค้า/บริการ (Brand) มีการจดเครื่องหมายการค้า ปี พ.ศ.
- จำนวนพนักงานของกิจการ (ไม่รวมพนักงานของผู้ซื้อแฟรนไชส์) คน
- ที่ตั้งสถานประกอบการ เลขที่ หมู่ที่ ซอย ถนน ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์
- โทรศัพท์ 21.โทรสาร 22.มือถือ
- อีเมล 24.เว็บไซต์ 25.เฟสบุ๊ค
- ปัจจุบันมีสาขาที่ดำเนินการ จำนวน สาขา
 - เป็นสาขาที่บริหารด้วยตนเอง สาขา
 - ตั้งอยู่ในกทม. สาขา
 - ตั้งอยู่ต่างจังหวัด สาขา
 - ตั้งอยู่ต่างประเทศ สาขา
- 3.1) ระบุประเทศ

- 26.2 เป็นสาขาที่บริหารด้วยโดยแฟรนไชส์ซี สาขา 1) ตั้งอยู่ในกทม. สาขา
 2) ตั้งอยู่ต่างจังหวัด สาขา
 3) ตั้งอยู่ต่างประเทศ สาขา

3.1) ระบุประเทศ

27. เงื่อนไขการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์

27.1 ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee/Entrance Fee) บาท

27.2 ระยะเวลาให้สิทธิ์ (สัญญา/ข้อตกลงแฟรนไชส์กำหนดระยะเวลา) ปี

27.3 เงินลงทุนเริ่มต้น (Initial Investment) ต่อ 1 สาขา บาท ประกอบด้วย

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

27.4 ค่าธรรมเนียมรายปีการใช้สิทธิ (Loyalty Fee)

- 1) บาท ต่อ ปี / เดือน (เลือกวงกลมปี หรือ เดือน)
- 2) % ของ ต่อ ปี / เดือน (เลือกวงกลมปี หรือ เดือน)

27.5 ค่าบริหารการตลาด (Marketing Fee)

- 1) บาท ต่อ ปี / เดือน (เลือกวงกลมปี หรือ เดือน)
- 2) % ของ ต่อ ปี / เดือน (เลือกวงกลมปี หรือ เดือน)

27.6 ระยะเวลาในการคืนทุน ประมาณ เดือน (คำนวณให้หน่วยเป็นเดือน)

27.7 ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการสำหรับ 1 สาขา ตารางเมตร

27.8 พนักงานประจำสาขา จำนวนเฉลี่ยสาขาสละ คน

28. การสนับสนุนการดำเนินงานของแฟรนไชส์ซี

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) คู่มือการปฏิบัติงาน | <input type="checkbox"/> 2) ร้านสาขาต้นแบบ | <input type="checkbox"/> 3) แผนการประชาสัมพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> 4) แผนการตลาด | <input type="checkbox"/> 5) ทีมงานสนับสนุน | <input type="checkbox"/> 6) เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร |
| <input type="checkbox"/> 7) การวิจัยและพัฒนาสินค้า/บริการ | <input type="checkbox"/> 8) กระบวนการควบคุมคุณภาพ | <input type="checkbox"/> 9) มาตรฐานสินค้า/บริการ |
| <input type="checkbox"/> 10) การฝึกอบรม | | |

10.1 ระยะเวลาในการอบรมแฟรนไชส์ซี ก่อนเปิดสาขาได้จริง ใช้เวลา วัน

10.2 การอบรมการทำงานในพื้นที่จริง วัน

- 11) อื่นๆ ระบุ
-

29. ข้อมูลต้นทุน ยอดขาย งบประมาณ

29.1 โดยเฉลี่ยต้นทุนต่อปี (ภาพรวมธุรกิจ) อยู่ที่ประมาณ บาท ต่อ ปี

29.2 งบประมาณการตลาด (เช่น โฆษณาประชาสัมพันธ์ ออกบูธ) อยู่ที่ประมาณ % ของยอดขาย

29.3 โดยเฉลี่ยยอดขายต่อปี (ภาพรวมธุรกิจ) อยู่ที่ประมาณ บาท ต่อ ปี

29.4 งบประมาณการยอดขายของสาขาแฟรนไชส์ซี 1 สาขา บาท ต่อ เดือน

30. ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 1 แนวทางการประเมินผล

1.1 การประเมินผลในหมวด 1 - 6

การประเมินผลได้นำเครื่องมือที่เรียกว่า Deming Cycle มาประยุกต์ใช้ มีลักษณะของการดำเนินการเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร สามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สามารถติดตามและวัดผลได้ด้วยขั้นตอน 4 ขั้น ซึ่งประกอบด้วย

- 1) Plan หมายถึง ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินงานทางธุรกิจ จัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงการกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้
- 2) Do หมายถึง ผู้ประกอบการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
- 3) Check หมายถึง ผู้ประกอบการมีการประเมินผลการดำเนินงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวัดผลการทำงาน
- 4) Act หมายถึง ผู้ประกอบการนำผลการดำเนินงาน อันได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการวิเคราะห์ผล เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้เกิดกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

1.2 การวัดผลในหมวด 7 หมวดผลลัพธ์ แบ่งออกเป็น 4 ชั้น ดังต่อไปนี้คือ

- 1) ผลการดำเนินงาน (Level) กิจกรรมกำหนดตัวชี้วัด และรายงานผลลัพธ์ของตัวชี้วัดที่สำคัญในแต่ละด้าน
- 2) ติดตามแนวโน้ม (Trend) กิจกรรมมีการรายงานผลลัพธ์ โดยแสดงแนวโน้มเปรียบเทียบกับอย่างน้อย 3 ช่วงเวลา
- 3) เปรียบเทียบกับผู้อื่น (Compare) กิจกรรมมีการรายงานผลลัพธ์โดยเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของตนที่ผ่านมาหรือคู่แข่งชั้น คู่เทียบ หรือ ธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- 4) บูรณาการผลลัพธ์ (Integration) กิจกรรมมีการรายงานความเชื่อมโยงผลลัพธ์กับเป้าหมาย พันธกิจ หรือ ผลลัพธ์อื่น

1.3 ในแต่ละชั้นของการวัดผลในหมวด 1 - 7 จะประกอบไปด้วยค่าคะแนน 0 - 5 คือ

คะแนน	0	คำความหมาย	ไม่มี ไม่ได้ดำเนินการ
คะแนน	1 - 4	คำความหมาย	มีการดำเนินการบางส่วน
คะแนน	5	คำความหมาย	มีการดำเนินการครบถ้วนสมบูรณ์ / ได้ผลดีที่สุด

1.4 รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐาน 7 หมวด

หมวด 1 การนำองค์กร	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้บริหารแฟรนไชส์ ชี้นำและทำให้องค์กรมีความสำเร็จที่ยั่งยืน รวมทั้งจัดระบบการกำกับดูแลกิจการ ให้ความสำคัญรับผิดชอบด้านกฎหมาย จริยธรรม และต่อสังคม
หมวด 2 กลยุทธ์	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งรวมถึงการพัฒนากลยุทธ์ การถ่ายทอดกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ และการวัดผลความก้าวหน้า
หมวด 3 ลูกค้า	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการสร้างความผูกพันกับลูกค้า (รวมถึงคู่ค้าผู้ซื้อแฟรนไชส์) เพื่อความสำเร็จด้านการตลาดในระยะยาว ครอบคลุมถึงวิธีการที่กิจการรับฟังเสียงของลูกค้า/คู่ค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า/คู่ค้า และใช้สารสนเทศเกี่ยวกับลูกค้า/คู่ค้า เพื่อปรับปรุงและค้นหาโอกาสทางการตลาด
หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการเลือก รวบรวม วิเคราะห์ จัดการ และปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศ และสินทรัพย์ทางความรู้ (Knowledge Assets) ซึ่งรวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) การเรียนรู้และการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการใช้ผลการทบทวนเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการของกิจการ
หมวด 5 บุคลากร	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับกระบวนการประเมินความต้องการด้านขีดความสามารถและอัตรากำลังบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี) และการสร้างสภาพแวดล้อมของบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี) ที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี ตลอดจนการสร้างความรู้ความผูกพัน จัดการ และพัฒนาบุคลากรเพื่อนำศักยภาพมาใช้อย่างเต็มที่ ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการของธุรกิจโดยรวม
หมวด 6 การปฏิบัติการ	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการออกแบบ จัดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงาน รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพของการปฏิบัติการเพื่อส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า (ซึ่งรวมถึงแฟรนไชส์ซี)
หมวด 7 ผลลัพธ์	: เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินการและการปรับปรุงในด้านที่สำคัญทุกด้านขององค์กร ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ผลลัพธ์ด้านมุ่งเน้นลูกค้า ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากรผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร และ ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด โดยการวัดระดับผลการดำเนินการ การวัดแนวโน้ม การวัดโดยเปรียบเทียบ และการวัดผลเชิงบูรณาการ

ส่วนที่ 2 แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพการบริการจัดการธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย "กลม" ในช่องที่ประเมินธุรกิจแฟรนไชส์ตามความเป็นจริง

ลำดับ	รายละเอียดองค์มาตรฐานคุณภาพการบริการจัดการธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์	คะแนนเต็ม	เตรียมการ (Plan)					การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนนก่อนดำเนินการ	ค่าวงน้ำหนัก	คะแนนหลังดำเนินการ										
			0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1				2	3	4	5						
1.	หมวด 1 การนำองค์กร (Leadership)	110																										รวมคะแนน							
1.1	การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์	(60)																										รวมคะแนน							
	1. ผู้บริหารแฟรนไชส์มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงานธุรกิจและถ่ายทอดแผนระบบการนำองค์กร	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
	2. ผู้บริหารแฟรนไชส์ส่งเสริมการประพฤติปฏิบัติตามกฎหมาย และเคารพประเพณีปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และสร้างสภาพแวดล้อมองค์กรให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
	3. ผู้บริหารแฟรนไชส์สร้างองค์กรที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
1.2	กำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม	(50)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมกำกับดูแลและปรับปรุงเชิงรุกจากในต้นน้ำการขยายธุรกิจต่อตามกฎหมาย และประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
	2. กิจกรรมกำกับดูแลและปรับปรุงองค์กรให้บรรลุผล ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสนับสนุนชุมชน	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
หมายเหตุ :																																			
2.	หมวด 2 กลยุทธ์ (Strategy)	100																										รวมคะแนน							
2.1	การจัดทำกลยุทธ์	(50)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมกระบวนการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และสอดคล้องกับวัฒนธรรมหลักขององค์กร	50	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		2.50	
2.2	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	(50)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมแผนกลยุทธ์นำยอดสู่แผนปฏิบัติการที่มีแผนงานธุรกิจแฟรนไชส์	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	

ลำดับ	รายละเอียดของพื้นที่/มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจ/ระบบแฟรนไชส์	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)		การนำไปปฏิบัติ (Do)		การติดตามผล (Check)		การปรับปรุง (Act)		คะแนนก่อน ตรวจพื้นที่	ค่าจ้าง พื้นที่	คะแนนหลัง ตรวจพื้นที่				
			0	1	2	3	4	5	0	1				2	3	4	5
	2. กิจกรรมถ่ายทอดแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติ โดยมี การวัดผลการปฏิบัติการด้วยตัวชี้วัด	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
หมายเหตุ :																	
3.	หมวด 3 ลูกค้า (Customer)	120												รวมคะแนน			
3.1	เสียงของลูกค้า/ผู้ค้า	(55)												รวมคะแนน			
	1. กิจกรรมวิจัยการสะท้อนกลับจากลูกค้า/ผู้ค้า และ นำสารสนเทศนั้นไปใช้ประโยชน์	30	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.50	
	2. กิจกรรมวิจัยประเมินความพึงพอใจและความผูกพัน ลูกค้า/ผู้ค้า โดยเปรียบเทียบกับตนเอง/ปีที่ผ่านมา หรือองค์กรอื่น	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
3.2	ความผูกพันของลูกค้า/ผู้ค้า	(65)												รวมคะแนน			
	1. กิจกรรมตอบสนองความต้องการของลูกค้า/ผู้ค้า เพื่อ การสร้างความผูกพัน	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
	2. กิจกรรมวิจัยการทำให้ลูกค้าซึ่งรวมถึงผู้ค้าสามารถ สืบค้นสารสนเทศและรับการสนับสนุน	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
	3. กิจกรรมวิจัยสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาลูกค้า/ผู้ค้า เพิ่ม ลูกค้า/ผู้ค้า ยกระดับภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์ และจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้า/ผู้ค้า	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
หมายเหตุ :																	
4.	หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (Measurement, Analysis and Knowledge Management)	100												รวมคะแนน			
4.1	การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผลการดำเนินงาน	(55)												รวมคะแนน			
	1. กิจกรรมใช้ข้อมูลและสารสนเทศเพื่อติดตามและเปรียบเทียบ ผลการปฏิบัติการประจำวันและผลการดำเนินงาน	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
	2. กิจกรรมวิจัยวิเคราะห์ ทบทวน และปรับปรุงผลการ ดำเนินงาน	30	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.50	

ส่วนที่ 3 ภาพรวมคะแนนตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

คำชี้แจง : คะแนนรวมจากการประเมินธุรกิจแฟรนไชส์ (ส่วนที่ 2)

หมวด		รายละเอียด / หัวข้อย่อย TQFM	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้รับ
1.		การนำองค์กร (Leadership)	110	
	1.1	การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์	60	
	1.2	การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม	50	
2.		กลยุทธ์ (Strategy)	100	
	2.1	การจัดทำกลยุทธ์	50	
	2.2	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	50	
3		ลูกค้า (Customer)	120	
	3.1	เสียงของลูกค้า	55	
	3.2	ความผูกพันของลูกค้า	65	
4.		การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (Measurement, Analysis and Knowledge Management)	100	
	4.1	การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผล การดำเนินการ	55	
	4.2	การจัดการความรู้ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ	45	
5.		บุคลากร (Workforce)	100	
	5.1	สภาพแวดล้อมของบุคลากร	45	
	5.2	การสร้างความผูกพันของบุคลากร	55	
6.		การปฏิบัติการ (Operations)	120	
	6.1	กระบวนการทำงาน	65	
	6.2	ประสิทธิผลของการปฏิบัติการ	55	
7.		ผลลัพธ์ (Result)	350	
	7.1	ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ	80	
	7.2	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	80	
	7.3	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร	60	
	7.4	ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร	65	
	7.5	ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด	65	
		คะแนนรวม	1,000	

เอกสาร 3 สรุปการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์

คำชี้แจง : สรุปการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์โดยพิจารณาหัวข้อทั้ง 7 หัวข้อ ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

หมวด	จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths)	จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses)	ปัญหา/อุปสรรค หรือ สิ่งที่ต้องการพัฒนา
<p>1. ภาพน้องสัตว์</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>2. กลยุทธ์</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>3. ลูกค้า</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

หมวด	จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths)	จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses)	ปัญหา/อุปสรรค หรือ สิ่งที่ต้องการพัฒนา
<p>4.</p> <p>การวัด การวิเคราะห์ และ การจัดทราความรู้</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>5.</p> <p>บุคลากร</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>6.</p> <p>การปฏิบัติการ</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>7.</p> <p>ผลิตภัณฑ์</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

Day 2

Analysis and Consulting 1

กิจกรรมยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์
ภายใต้โครงการยกระดับธุรกิจแฟรนไชส์สู่ตลาดโลก ปีงบประมาณ 2561

รายละเอียดเอกสาร

1. เอกสารการวินิจฉัยและให้คำปรึกษาหัวข้อที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้
มีมาตรฐานคุณภาพ
2. หัวข้อที่ต้องการพัฒนาหรือปรับปรุงในช่วงการให้คำปรึกษา (ผลลัพธ์ระยะสั้น)

ชื่อสถานประกอบการ
.....

ชื่อผู้ประกอบการ
(.....)

ตำแหน่ง

ชื่อที่ปรึกษา
(.....)

วันเดือน/ปี ที่เข้าให้คำปรึกษา

เวลาที่เข้าให้คำปรึกษา



เอกสาร 1

เอกสารการวินิจฉัยและให้คำปรึกษาหัวข้อที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานคุณภาพ

คำชี้แจง : ระบุหัวข้อที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุงจากการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (TQFM) เพื่อรับการวินิจฉัยและให้คำปรึกษา (พิจารณาจากเอกสาร Day1)

สรุปหัวข้อ
ที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุง
จาก TQFM
ข้อ 1 หมวด

สาเหตุของปัญหา/อุปสรรค
ในการพัฒนาหรือปรับปรุง

วิธีการ แนวทาง ขั้นตอน
ในการพัฒนาหรือแก้ไข
ปัญหา/อุปสรรค
เพื่อยกระดับให้เข้าสู่เกณฑ์
มาตรฐาน

สรุปหัวข้อ
ที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุง
จาก TQFM

ข้อ 2 หมวด

.....



สาเหตุของปัญหา/อุปสรรค
ในการพัฒนาหรือปรับปรุง



วิธีการ แนวทาง ขั้นตอน
ในการพัฒนาหรือแก้ไข
ปัญหา/อุปสรรค
เพื่อยกระดับให้เข้าสู่เกณฑ์
มาตรฐาน

สรุปหัวข้อ
ที่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุง
จาก TQFM

ข้อ 3 หมวด

.....



สาเหตุของปัญหา/อุปสรรค
ในการพัฒนาหรือปรับปรุง



วิธีการ แนวทาง ขั้นตอน
ในการพัฒนาหรือแก้ไข
ปัญหา/อุปสรรค
เพื่อยกระดับให้เข้าสู่เกณฑ์
มาตรฐาน

เอกสาร 2

หัวข้อที่ต้องการพัฒนาหรือปรับปรุงในช่วงการให้คำปรึกษา (ผลลัพธ์ระยะสั้น)

ระบุ 1 หัวข้อที่ธุรกิจแฟรนไชส์ต้องการพัฒนาหรือปรับปรุงในช่วงการให้คำปรึกษา เพื่อเป็นผลลัพธ์ระยะสั้น ภายใต้หัวข้อตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ (TOFM)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ

(.....)

ตำแหน่ง

Day 3

Monitoring and Consulting 2

กิจกรรมยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์
ภายใต้โครงการยกระดับธุรกิจแฟรนไชส์สู่ตลาดโลก ปีงบประมาณ 2561

รายละเอียดเอกสาร

1. เอกสารการติดตามและให้คำปรึกษา
2. แบบประเมินเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์
(Total Quality Franchise Management : TQFM)
3. แบบประเมินการเข้าให้คำปรึกษา

ชื่อสถานประกอบธุรกิจ

ชื่อผู้ประกอบธุรกิจ

(.....

ตำแหน่ง

ชื่อที่ปรึกษา

(.....

วันเดือนปี ที่เข้าให้คำปรึกษา

เวลาที่เข้าให้คำปรึกษา



ส่วนที่ 1 แนวทางการประเมินผล

1.1 การประเมินผลในหมวด 1 - 6

การประเมินผลได้นำเครื่องมือที่เรียกว่า Deming Cycle มาประยุกต์ใช้ มีลักษณะของการดำเนินการเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร สามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สามารถติดตามและวัดผลได้ด้วยขั้นตอน 4 ขั้น ซึ่งประกอบด้วย

- 1) Plan หมายถึง ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินงานทางธุรกิจ จัดทำแผนธุรกิจ รวมถึงการกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้
- 2) Do หมายถึง ผู้ประกอบการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
- 3) Check หมายถึง ผู้ประกอบการมีการประเมินผลการดำเนินงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวัดผลการทำงาน
- 4) Act หมายถึง ผู้ประกอบการนำผลการดำเนินงาน อันได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการวิเคราะห์ผล เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้เกิดกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

1.2 การวัดผลในหมวด 7 หมวดผลลัพธ์ แบ่งออกเป็น 4 ชั้น ดังต่อไปนี้คือ

- 1) ผลการดำเนินงาน (Level) กิจกรรมกำหนดตัวชี้วัด และรายงานผลลัพธ์ของตัวชี้วัดที่สำคัญในแต่ละด้าน
- 2) ติดตามแนวโน้ม (Trend) กิจกรรมมีการรายงานผลลัพธ์ โดยแสดงแนวโน้มเปรียบเทียบกับอย่างน้อย 3 ช่วงเวลา
- 3) เปรียบเทียบกับผู้อื่น (Compare) กิจกรรมมีการรายงานผลลัพธ์โดยเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของคนที่ผ่านมหาวิทยาลัย คู่แข่งขัน คู่เทียบ หรือ ธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- 4) บูรณาการผลลัพธ์ (Integration) กิจกรรมมีการรายงานความเชื่อมโยงผลลัพธ์กับเป้าหมาย พันธกิจ หรือ ผลลัพธ์อื่น

1.3 ในแต่ละชั้นของการวัดผลในหมวด 1 - 7 จะประกอบไปด้วยค่าคะแนน 0 - 5 คือ

คะแนน	0	คำความหมาย	ไม่มี ไม่ได้ดำเนินการ
คะแนน	1 - 4	คำความหมาย	มีการดำเนินการบางส่วน
คะแนน	5	คำความหมาย	มีการดำเนินการครบถ้วนสมบูรณ์ / ได้ผลดีที่สุด

1.4 รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐาน 7 หมวด

- หมวด 1 การนำองค์กร : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้บริหารแฟรนไชส์ ซื่อสัตย์และทำให้องค์กรมีความสำเร็จที่ยั่งยืน รวมทั้งจัดระบบการกำกับดูแลกิจการ ให้มีความรับผิดชอบด้านกฎหมาย จริยธรรม และต่อสังคม
- หมวด 2 กลยุทธ์ : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งรวมถึงการพัฒนากลยุทธ์ การถ่ายทอดกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ และการวัดผลความก้าวหน้า
- หมวด 3 ลูกค้า : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการสร้างความผูกพันกับลูกค้า (รวมถึงคู่ค้าผู้ซื้อแฟรนไชส์) เพื่อความสำเร็จด้านการตลาดในระยะยาว ครอบคลุมถึงวิธีการที่กิจการรับฟังเสียงของลูกค้า/คู่ค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า/คู่ค้า และใช้สารสนเทศเกี่ยวกับลูกค้า/คู่ค้า เพื่อปรับปรุงและค้นหาโอกาสทางการตลาด
- หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการเลือก รวบรวม วิเคราะห์ จัดการ และปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศ และสินทรัพย์ทางความรู้ (Knowledge Assets) ซึ่งรวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) การเรียนรู้และการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการใช้ผลการทบทวนเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการของกิจการ
- หมวด 5 บุคลากร : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความต้องการด้านขีดความสามารถและอัตราค่าจ้างบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี) และการสร้างสภาพแวดล้อมของบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี) ที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี ตลอดจนการสร้างความรู้ ทัศนคติ และการพัฒนาบุคลากรเพื่อรักษากฎเกณฑ์ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับความต้องการของธุรกิจโดยรวม
- หมวด 6 การปฏิบัติการ : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการออกแบบ จัดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงาน รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพของการปฏิบัติการเพื่อสนองคุณค่าลูกค้า (ซึ่งรวมถึงแฟรนไชส์ซี)
- หมวด 7 ผลลัพธ์ : เป็นเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินการและการปรับปรุงในด้านที่สำคัญทุกด้านขององค์กร ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ผลลัพธ์ด้านมุ่งเน้นลูกค้า ผลลัพธ์ด้านกรรมมุ่งเน้นบุคลากรผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร และ ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด โดยการวัดระดับผลการดำเนินการ การวัดแนวโน้ม การวัดโดยเปรียบเทียบ และการวัดผลเชิงบูรณาการ

ส่วนที่ 2 แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย "วงกลม" ในช่องที่ประเมินธุรกิจแฟรนไชส์ตามความเป็นจริง

ลำดับ	รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์	คะแนนเต็ม	เตรียมการ (Plan)					การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนนก่อนตรวจน้ำหนัก	ค่าถ่วงน้ำหนัก	คะแนนหลังตรวจน้ำหนัก									
			0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1				2	3	4	5					
1.	หมวด 1 การนำองค์กร (Leadership)	110																										รวมคะแนน						
1.1	การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์	(60)																										รวมคะแนน						
	1. ผู้บริหารแฟรนไชส์มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงานธุรกิจและถ่ายทอดผ่านระบบการนำองค์กร	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1	
	2. ผู้บริหารแฟรนไชส์ส่งเสริมการประพฤติปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และการประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม และสร้างสภาพแวดล้อมองค์กรให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1	
	3. ผู้บริหารแฟรนไชส์สร้างองค์กรที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1	
1.2	กำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม	(50)																										รวมคะแนน						
	1. กิจการกำกับดูแลและปรับปรุงกิจการให้ดำเนินการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1.25	
	2. กิจการกำกับดูแลและปรับปรุงองค์กรให้บรรลุผล ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสนับสนุนชุมชน	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1.25	
หมายเหตุ :																																		

2.	หมวด 2 กลยุทธ์ (Strategy)	100																										รวมคะแนน						
2.1	การจัดทำกลยุทธ์	(50)																										รวมคะแนน						
	1. กิจการมีกระบวนการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และสอดคล้องกับสมรรถนะหลักขององค์กร	50	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	2.50	
2.2	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	(50)																										รวมคะแนน						
	1. กิจการนำแผนกลยุทธ์ถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการที่เหมาะสมและธุรกิจแฟรนไชส์	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1.25	
	2. กิจการถ่ายทอดแผนปฏิบัติการไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการจัดผลการปฏิบัติการด้วยตัวชี้วัด	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	1.25	

ลำดับ	รายละเอียดแผนพัฒนาคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)					การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนนก่อน ดำเนินงาน	ค่าจ้าง น้ำหนัก	คะแนนหลัง ดำเนินงาน										
			0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1				2	3	4	5						
หมายเหตุ :																																			
3.	หมวด 3 ลูกค้า (Customer)	120																										รวมคะแนน							
3.1	เสียงของลูกค้า/คู่ค้า	(55)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมวิเคราะห์หาสารสนเทศจากลูกค้า/คู่ค้า และ นำสารสนเทศนั้นไปใช้ประโยชน์	30	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.50	
	2. กิจกรรมวิจัยประเมินความพึงพอใจและความผูกพัน ลูกค้า/คู่ค้า โดยเปรียบเทียบกับตนเองในปีที่ผ่านมา หรือองค์กรอื่น	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
3.2	ความผูกพันของลูกค้า/คู่ค้า	(65)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมตอบสนองความต้องการของลูกค้า/คู่ค้า เพื่อ สร้างความผูกพัน	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
	2. กิจกรรมวิธีการที่ใช้ลูกค้าซึ่งรวมถึงผู้สามารถ สืบค้นสารสนเทศและรับการสนับสนุน	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
	3. กิจกรรมวิจัยสร้างความสัมพันธ์เพื่อรักษาลูกค้า/คู่ค้า ให้ ลูกค้า/คู่ค้า ยกระดับภาพลักษณ์ สร้างความสัมพันธ์ และจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้า/คู่ค้า	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1	
หมายเหตุ :																																			
4.	หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (Measurement, Analysis and Knowledge Management)	100																										รวมคะแนน							
4.1	การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผลการดำเนินงาน	(55)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมใช้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อติดตามและเปรียบ เทียบการปฏิบัติการประจำวันและผลการดำเนินงาน	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	
	2. กิจกรรมวิธีการวิเคราะห์ ทบทวน และปรับปรุงผลการ ดำเนินงาน	30	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.50	
4.2	การจัดการความรู้ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ	(45)																										รวมคะแนน							
	1. กิจกรรมวิธีการจัดการสินทรัพย์ทางความรู้	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25	

ลำดับ	รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์	คะแนน เต็ม	เตรียมการ (Plan)			การนำไปปฏิบัติ (Do)					การติดตามผล (Check)					การปรับปรุง (Act)					คะแนนก่อน ตัวนำหลัก	ค่าตั้ง น้ำหนัก	คะแนนหลัง ตัวนำหลัก									
			0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5				0	1	2	3	4	5			
	2. กิจกรรมมีวิธีการจัดการสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1				
หมายเหตุ :																																
5.	หมวด 5 บุคลากร (Workforce)	100																										รวมคะแนน				
5.1	สภาพแวดล้อมของบุคลากร	(45)																										รวมคะแนน				
	1. กิจกรรมมีวิธีการจัดรูปแบบการทำงานและการบริการ บุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์)	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25				
	2. กิจกรรมมีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์) ตรงกับความต้องการของกิจการ	20	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1				
5.2	การสร้างความรู้ผูกพันของบุคลากร	(55)																										รวมคะแนน				
	1. กิจกรรมเสริมสร้างความผูกพันและจัดระบบประเมิน ความรู้ผูกพันของบุคลากร และมีวิธีการขับเคลื่อนความ ผูกพันและเสริมสร้างพลังใจของบุคลากร	25	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.25				
	2. กิจกรรมมีวิธีการพัฒนาบุคลากรและแฟรนไชส์	30	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		1.50				
หมายเหตุ :																																
6.	หมวด 6 การปฏิบัติการ (Operations)	120																										รวมคะแนน				
6.1	กระบวนการทำงาน	(65)																										รวมคะแนน				
	1. กิจกรรมมีวิธีการออกแบบ จัดการและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และกระบวนการทำงานที่สำคัญ	65	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		3.25				
6.2	ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการ	(55)																														
	1. กิจกรรมมีวิธีการทำใหม่มีใจความบริหารจัดการ	55	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5		2.75				
หมายเหตุ :																																

ลำดับ ลำดับ	รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์	คะแนน เต็ม	ผลการดำเนินงาน (Level)	ติดตามแนวโน้ม (Trend)	เปรียบเทียบกับผู้ อื่น (Compare)	บูรณาการผลลัพธ์ (Integration)					คะแนนก่อน ดวงนำหลัก	ค่าวง นำหลัก	คะแนนหลัง ดวงนำหลัก
						0	1	2	3	4			
7.	หมวด 7 ผลลัพธ์ (Results)	350										รวมคะแนน	
7.1	ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	(80)										รวมคะแนน	
	1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า	30	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1.50	
	2. ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการ	25	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1.25	
	3. ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	25	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1.25	
7.2	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	(80)										รวมคะแนน	
	1. ด้านความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า	80	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	4	
7.3	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร	(60)										รวมคะแนน	
	1. ด้านขีดความสามารถและอัตราค่าจ้าง	20	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1	
	2. ด้านบรรยากาศการทำงานและความผูกพันของบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี)	20	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1	
	3. ด้านการพัฒนาบุคลากร (รวมถึงแฟรนไชส์ซี)	20	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1	
7.4	ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร	(65)										รวมคะแนน	
	1. ด้านการบรรลุกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเชิงธุรกิจ	35	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1.75	
	2. ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร และความ รับผิดชอบต่อสังคม	30	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	1.50	
7.5	ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด	(65)										รวมคะแนน	
	1. ผลการดำเนินงานด้านการเงินและการตลาด	65	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	0 1 2 3 4 5	3.25	
	หมายเหตุ :												
		1,000											คะแนนรวม TOFM

ส่วนที่ 3 ภาพรวมคะแนนตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์

คำชี้แจง : คะแนนรวมจากการประเมินธุรกิจแฟรนไชส์ (ส่วนที่ 2)

หมวด		รายละเอียด / หัวข้อย่อย TQFM	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้รับ
1.		การนำองค์กร (Leadership)	110	
	1.1	การนำองค์กรโดยผู้บริหารแฟรนไชส์	60	
	1.2	การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม	50	
2.		กลยุทธ์ (Strategy)	100	
	2.1	การจัดทำกลยุทธ์	50	
	2.2	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	50	
3		ลูกค้า (Customer)	120	
	3.1	เสียงของลูกค้า	55	
	3.2	ความผูกพันของลูกค้า	65	
4.		การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (Measurement, Analysis and Knowledge Management)	100	
	4.1	การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผล การดำเนินการ	55	
	4.2	การจัดการความรู้ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ	45	
5.		บุคลากร (Workforce)	100	
	5.1	สภาพแวดล้อมของบุคลากร	45	
	5.2	การสร้างความผูกพันของบุคลากร	55	
6.		การปฏิบัติการ (Operations)	120	
	6.1	กระบวนการทำงาน	65	
	6.2	ประสิทธิผลของการปฏิบัติการ	55	
7.		ผลลัพธ์ (Result)	350	
	7.1	ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ	80	
	7.2	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	80	
	7.3	ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร	60	
	7.4	ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร	65	
	7.5	ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด	65	
		คะแนนรวม	1,000	

เอกสาร 3 แบบประเมินการเข้าให้คำปรึกษา

คำชี้แจง : ท่านมีความคิดเห็นต่อการเข้าให้คำปรึกษาในระดับใด (กรุณาทำเครื่องหมาย “ X ” ในช่องระดับคะแนนที่ท่านเห็นว่าควรจะได้รับ หรือ ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด) โดยที่ 1 คะแนน = ควรปรับปรุง จนถึง 5 คะแนน = ดีมาก

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
1. ที่ปรึกษาเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของท่าน	1	2	3	4	5
2. การให้คำปรึกษาชัดเจนและตรงประเด็น	1	2	3	4	5
3. ความสามารถในการถ่ายทอดของที่ปรึกษา	1	2	3	4	5
4. ความรู้ความสามารถของที่ปรึกษา (ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์)	1	2	3	4	5
5. ภาพรวมในการเข้าให้คำปรึกษา	1	2	3	4	5



DBD

**FRANCHISE
STANDARD**



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

กระทรวงพาณิชย์

Department of Business Development

Ministry of Commerce



www.dbd.go.th

สายด่วน 1570