

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความคิดเห็นของผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ต่อการดำเนินธุรกิจ
 แฟรนไชส์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายพงศธร ศรีท่าพระ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ
 อาจารย์ นันทนา คำนวน กรรมการ
 อาจารย์ นิตยา วัฒนคุณ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ต่อการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์และปัญหาของการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ได้ศึกษาจากประชากรทั้งหมด คือ ผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ที่มีธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีทั้งหมด 33 ราย แบ่งเป็นประเภทอาหารและภัตตาคาร 13 ราย ร้านค้าสะดวกซื้อจำนวน 7 ราย โรงเรียนสอนภาษา กวดวิชา และคอมพิวเตอร์จำนวน 6 ราย สารสนเทศ อุปกรณ์สำนักงาน ไปรษณีย์เอกชนและงานพิมพ์จำนวน 3 ราย และประเภทอื่นๆ 4 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยวิธีหาค่าความถี่ อัตราร้อยละ และค่าเฉลี่ย และผลการศึกษาครั้งนี้

ในการศึกษาพบว่าผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีลักษณะการลงทุนแบบลงทุนเองทั้งหมด ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 1-4 ปี มีจำนวนพนักงาน 6-15 คน และพบว่าผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นเพศหญิง 18 ราย เพศชาย 15 ราย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี สมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท และมีธุรกิจส่วนตัวอยู่แล้วก่อนซื้อสิทธิแฟรนไชส์

ผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีขั้นตอนปฏิบัติก่อนการซื้อสิทธิแฟรนไชส์คือ ตรวจสอบความพร้อมของตนเอง ศึกษาและตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทแม่ และศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมากกว่าขั้นตอนอื่นๆ สาเหตุที่ผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ส่วนใหญ่ ซื้อสิทธิเพราะ ได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักแล้ว และต้องการ

มีธุรกิจส่วนตัว เหตุผลที่เลือกซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ปัจจุบันเพราะตัวสินค้า และชื่อเสียงบริษัทแม่ และกลยุทธ์ธุรกิจของบริษัทแม่มากกว่าเหตุผลอื่นๆ

หลักเกณฑ์ต่างๆที่สำคัญ ที่ผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประเภทอาหารและภัตตาคารใช้ในการพิจารณาเพื่อดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์ คือ เงื่อนไขที่กำหนดโดยเจ้าของสิทธิ์ ร้านค้าสะดวกซื้อ คือ การตลาดของบริษัทแม่ โรงเรียนสอนภาษาควววิชาและคอมพิวเตอร์ คือ ตัวตัวสินค้า ชื่อเสียงบริษัทแม่ เขตและทำเลที่ตั้ง การเงินและการลงทุน และผู้บริโภคในท้องถิ่น สารสนเทศ อุปกรณ์สำนักงาน ไปรษณีย์เอกชน และงานพิมพ์ คือ ชื่อเสียงของบริษัทแม่ การตลาดของบริษัทแม่ และเขตและทำเลที่ตั้ง และประเภทอื่นๆ คือ เขตและทำเลที่ตั้ง และข้อตกลงและสัญญาตามลำดับ

ผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อ การดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์ ในด้านการกำหนดและสนับสนุนด้านการจัดการ การตลาด และด้านข้อตกลงและสัญญาจากเจ้าของสิทธิ์ที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ส่วนด้านการเงินได้รับที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเหมาะสม โดยที่ประเภทร้านค้าสะดวกซื้อได้รับการกำหนดและสนับสนุนจากเจ้าของสิทธิ์ในด้านการตลาด และการจัดการมากกว่าประเภทอื่นคิดเป็นร้อยละ 89.3 และ 81.0 ตามลำดับ ส่วนประเภทอาหารและภัตตาคารได้รับการกำหนดและสนับสนุนด้านการตลาด ด้านการเงิน และการจัดการ น้อยกว่าประเภทอื่นคิดเป็นร้อยละ 66.7 61.5 และ 59.0 ตามลำดับ ผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ประเภทอื่นๆได้รับการกำหนดและสนับสนุนในด้านข้อตกลงและสัญญา และการเงินมากกว่าประเภทอื่นคิดเป็นร้อยละ 81.3 และ 75.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ประเภท สารสนเทศ อุปกรณ์สำนักงาน ไปรษณีย์เอกชน และงานพิมพ์ได้รับการกำหนดด้านข้อตกลงและสัญญาน้อยกว่าประเภทอื่นคิดเป็นร้อยละ 56.3

ผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีปัญหาในด้านการจัดการ การตลาด การเงิน และข้อตกลงและสัญญาที่ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีปัญหาน้อย

ในความคิดเห็นของผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการจัดการ คือ ขาดการจัดองค์กรที่ดี บุคลากรไม่มีคุณภาพ และขาดบุคลากร มากกว่าปัญหาอื่นๆ ปัญหาด้านการตลาดที่มีปัญหามากกว่าปัญหาอื่นๆ คือ ที่จอดรถไม่สะดวก ปัญหาด้านการเงิน คือ ยอดขายลดลง และกำไรน้อย มากกว่าปัญหาอื่นๆ ปัญหาด้านข้อตกลงและสัญญาคือ ข้อตกลงเสียเปรียบมากกว่าปัญหาอื่นๆ

Independent Study Title : The Franchisee's Opinion Toward The Franchise Business in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai

Author : Mr. Pongsatorn Sritapra

M.B.A : Business Administration

Examining Committee :

Assist. Prof.	Dararatana Bonchaliew	Chairman
Lecturer	Nantana Khamnuan	Member
Lecturer	Nittaya Watanakun	Member

Abstract

The objectives of this independent study were to study the franchisee's opinion toward the franchise business and problems in the operation of franchise business in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.

The study was done among all of the 33 franchisees in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai. There were 13 food chains and restaurants, 7 convenience stores, 6 language and computer training centers, 3 office automation, information technology and communication outlets, 2 beauty and cosmetic shops, 1 book store and 1 video rental shop. The devices used to collect the data were the questionnaires. The data was analyzed by a statistic package program (SPSS). The analysis included the calculation of frequency, percentage and mean. The results of the research were analyzed and described as follows :

It was found that most of the franchisees had operated for 1-4 years. The number of staff were 6 -15 persons. The franchisees are 54.5 percent of female and 45.5 percent of males. Their ages were between 25 – 35 years and were married in majority. They held master and higher degree and have been running their own business before buying franchise.

The main procedure guidelines of consideration prior to purchase the franchise were self-assessment, franchisors' profiles study and project feasibility. Their reasons of purchasing the franchise were good brand image of the franchise and to be entrepreneur. Most recognized

criteria of taking a franchise in the franchisee opinions were products, franchisor's reputation and franchisor's business strategies.

The food chains and restaurants franchisees considered franchisor's conditions as the importance criterion. Where as the convenience stores determined franchisor's marketing. Language and computer training center considered products, franchisor's reputation, area and territories, investment and finance and local consumers. Office automation, information technology and communications outlets considered franchisor's reputation, franchisor's marketing, and area and territories accordingly. The others franchisee considered area and territories and contract and agreement

The major of the franchisee's opinion toward the supported and appointed of management, marketing and contract and agreement aspect by the franchisor was at the average of good level whereas financial aspect was at the average of moderate level.

The majority of convenience stores were support and appointed for marketing and management aspects at 89.3 and 81.0 percent respectively whereas food chain and restaurants were the least supported and appointed in majority when compare to the other business in marketing, financial and management aspects at 66.7, 61.5 and 59.0 percent respectively. The other franchise business were majority supported and appointed of contracts and agreements and financial at 81.3 and 75.0 percent. Where as the office automation, information technology and communications outlets in majority got the lowest supported and appointed of contracts and agreements at 56.3 percent

In majority, the franchisee opinion toward management, marketing, financing and contract and agreement problems were at the average of low level.

The major management problems in the franchisee opinion were lack of good organizing, unqualified staff, and lacking of staff . The most serious marketing problem was inconvenience parking. The sales decreased and low profit were more severe in financial problems. And the highest contract and agreement problem was disadvantages of the franchisee according to the agreement.