

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของคนไทยมีมากขึ้น จะเห็นได้จากการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์แหล่งน้ำอันเป็นต้นกำเนิดของป่าไม้ การอนุรักษ์พันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ต่างๆ ความสนใจกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ทำให้คนมีความต้องการที่จะอยู่ใกล้ชิดสิ่งเหล่านี้มากขึ้น เพื่อที่จะได้สัมผัสรับรู้ถึงความมีชีวิต ความสดชื่น ซึ่งสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนได้ง่ายที่สุดน่าที่จะเป็นการมีต้นไม้และดอกไม้ประดับตามบ้าน สำนักงาน หรือตามสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากนี้ยังสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มอบหรือฝากแก่บุคคลอื่นได้ด้วย ซึ่งอาจเป็นคนใกล้ชิดหรือผู้ที่เคารพนับถือ เพื่อเป็นสื่อแสดงความรู้สึกในวาระต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความเคารพในพระพุทธศาสนา ความยินดีต่อบุคคลอื่นเนื่องจาก มีความก้าวหน้าในอาชีพหน้าที่ การงาน สำเร็จการศึกษา ขึ้นบ้านใหม่ ความเป็นห่วงเห็นอกเห็นใจ เช่น อวยพรให้หายป่วย เสียใจต่อการจากไป ความรัก ความเป็นมิตรภาพ ความสำนึกในสิ่งที่ได้รับหรือทำลงไป เช่น ขอบคุ้ม ขอโทษ และผู้ที่มีส่วนในการทำสิ่งเหล่านี้ให้เป็นจริงส่วนหนึ่งก็คือ ร้านจำหน่ายต้นไม้ และดอกไม้ อาจเรียกอีกอย่างได้ว่าร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ร้านจำหน่ายดอกไม้ ร้านจัดดอกไม้ ซึ่งในการค้นคว้าแบบอิสระนี้จะขอกกล่าวถึงร้านจัดดอกไม้เพียงอย่างเดียว

แม้ความต้องการใช้ดอกไม้จะมีมากขึ้น แต่ร้านจัดดอกไม้ก็มีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน และประเทศไทยก็ยังใช้ดอกไม้ในโอกาสต่างๆ น้อยกว่าชาวตะวันตกมาก¹ กอรปกับสภาพเศรษฐกิจในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา และความเข้าใจของคนบางกลุ่มที่คิดว่าดอกไม้เป็นของฟุ่มเฟือย โดยจะให้อโอกาสสำคัญๆ เท่านั้น ทำให้ความต้องการใช้ดอกไม้ในเมืองไทยไม่โตเท่าที่ควร ส่งผลให้ร้านจัดดอกไม้มีการแข่งขันสูง² ซึ่งร้านจัดดอกไม้แต่ละร้านจะต้องพยายามค้นหาให้ได้ว่าจะขายให้ใคร อะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร โดยที่ ใครก็คือชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ อายุเท่าไร เพศอะไร เป็นนักท่องเที่ยวหรือคนทำงาน อะไรก็คือสินค้าที่จะจำหน่ายหรือรูปแบบของดอกไม้ที่จัด ที่ไหนก็คือสถานที่ที่จะขายดอกไม้หรือทำเลที่ตั้งของร้านที่ผู้ซื้อจะซื้อได้ เมื่อไรก็คือช่วงเวลาที่จะจำหน่าย เข้า กลางวัน เย็น กลางคืน หรือทั้งวันทั้งคืน อย่างไรก็ตามวิธีการที่จะขายดอกไม้แก่ผู้ซื้อ

¹ “มิสลิลี เปิดเดลิเวอรี่แฟรนไชส์ดอกไม้”, กรุงเทพธุรกิจ, (13 กุมภาพันธ์ 2542), หน้า 5.

² “ร้านจัดดอกไม้ พึ่งทำเล-ความชำนาญ”, คู่แข่งรายวัน, (17 เมษายน 2540), หน้า A10.

ซึ่งอาจเป็นการมาซื้อที่ร้าน โทรศัพท์หรือโทรสารสั่ง กระทั่งการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือใช้อินเทอร์เน็ตสั่งก็ได้ และที่สำคัญจะต้องควบคุมค่าใช้จ่ายไม่ให้เกินรายได้ที่ได้รับในช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งก็คือค่าเช่าสถานที่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าดอกไม้ใบไม้ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าสินค้าอื่นที่นำมาใช้หรือประดับกับดอกไม้ รวมทั้งค่าจ้างแรงงาน เพื่อให้ร้านจัดดอกไม้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมั่นใจ

วิธีการที่ร้านจัดดอกไม้ทั่วไปนิยมทำกันเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจก็คือการตั้งสาขา หรือสร้างเครือข่าย รวมทั้งการเป็นสมาชิกเครือข่าย โดยมีจุดประสงค์เพื่อระบายสินค้าที่มีอยู่ให้ได้มากที่สุด รวมทั้งเป็นการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาและสถานที่จะมีความต้องการไม่เท่ากัน ทำให้ร้านจัดดอกไม้สามารถจัดสรรโยกย้ายวัตถุดิบได้อย่างคุ้มค่า และสร้างโอกาสในการขายให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามคุณภาพของงานที่ได้อาจไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ขึ้นอยู่กับการควบคุมของเจ้าของหรือตัวแทนผู้ดูแลว่าจะสามารถควบคุมดูแลได้มากน้อยขนาดไหน รวมทั้งความสามารถของผู้ประกอบการของแต่ละร้านสาขาหรือร้านเครือข่าย และยังมีเทคนิคอีกอย่างหนึ่งที่ใช้สร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจซึ่งถือว่าเป็นของใหม่สำหรับเมืองไทยก็คือการใช้ระบบแฟรนไชส์

แฟรนไชส์ คือ ระบบธุรกิจที่ประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ เจ้าของสิทธิซึ่งจะต้องถ่ายทอดวิทยาการการทำธุรกิจทุกอย่างให้แก่ผู้รับสิทธิอย่างใกล้ชิด ผู้รับสิทธิจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการใช้ชื่อสินค้าเป็นค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (Franchise Fee) และผู้รับสิทธิจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นอัตราร้อยละ (Royalty Fee)

ยุคแห่งความรุ่งเรืองช่วงแรกของแฟรนไชส์อยู่ในช่วงทศวรรษที่ 1960 ถึง 1970 นับตั้งแต่แฟรนไชส์แมคโดนัลด์ประสบความสำเร็จอย่างสูง สามารถนำหุ้นออกจำหน่ายแก่มหาชนได้หมดตั้งแต่วันแรกของการเปิดขาย ในตลาดหุ้นที่เมืองนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้มูลค่าของหุ้นแมคโดนัลด์มีราคาเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ด้วยความสำเร็จนี้ทำให้แฟรนไชส์ต่างๆ ในยุคนั้นต่างพากันทยอยขายหุ้นสู่มหาชน เช่น Kentucky Fried Chicken หรือ KFC

ในช่วงปีทศวรรษ 1980 ถึง 1990 ความสำเร็จของระบบแฟรนไชส์เป็นที่ยอมรับของนักธุรกิจ นักการตลาดต่างๆ สังเกตเห็นได้จากในสหรัฐอเมริกา มีแฟรนไชส์รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เกิดตามมาอีกเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ยอดขายในระบบแฟรนไชส์ในสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้น โดยมีขนาดประมาณร้อยละ 35 ของยอดขายปลีกทั้งหมดหรือประมาณ 7 แสนกว่าล้านดอลลาร์ และยังมีจำนวนแฟรนไชส์ใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา ส่งผลให้ธุรกิจระบบแฟรนไชส์กลับมารุ่งเรืองอีกครั้ง และในทางกลับกันธุรกิจอิสระต่างๆ ที่อยู่นอกระบบแฟรนไชส์มักจะประสบความล้มเหลว โดยมีผู้ค้าที่อยู่รอดเพียงร้อยละ 20 หลังจากประกอบการไปแล้ว 5 ปี ขณะที่ในระบบแฟรนไชส์จะมีผู้

ประสบความสำเร็จเพียง ร้อยละ 20 เท่านั้น หมายความว่าการทำงานธุรกิจในระบบแฟรนไชส์มี โอกาสประสบความสำเร็จสูงถึง ร้อยละ 80

ธานี ปิติสุข³ กล่าวว่า ในการลงทุนทำกิจการตามลำพังคนเดียวนั้น ต้องเผชิญกับปัญหา ต่างๆ มากมายหลายด้าน ถ้าผิดพลาดอาจขาดทุนย่อยยับ แต่ถ้าผู้ลงทุนเข้าร่วมลงทุนกับบริษัทผู้ ขายแฟรนไชส์ ผู้ขายแฟรนไชส์ก็จะแนะนำสูตรสำเร็จในการประกอบธุรกิจแก่ผู้ลงทุนชุดหนึ่ง สูตรสำเร็จนี้ประกอบด้วย การเลือกทำเลที่ตั้งร้าน การนำเข้าสินค้า การฝึกอบรมพนักงาน การ บริหารกิจการ การขาย การโฆษณา การเงิน การประกันและกฎหมายต่างๆ สูตรสำเร็จนี้เคย ทดลองใช้ได้ผลในที่อื่นๆมาแล้ว การเปิดร้านแฟรนไชส์จึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับนักลงทุนที่ อยากรับมือกิจการเป็นของตัวเองแต่ขาดความรู้และประสบการณ์ในการค้าขาย นอกจากนี้การเพิ่มขึ้น ของร้านแฟรนไชส์จะช่วยลดเงินทุน แรงงาน ของบริษัทผู้ขายแฟรนไชส์ได้ ช่วยให้บริษัทผู้ขาย แฟรนไชส์บรรลุเป้าหมายในการขยายตลาดได้เร็วยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค อีกด้วย กล่าวคือ ระบบแฟรนไชส์ช่วยให้ร้านค้าเหล่านี้สามารถหาสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน ราคายุติธรรม มาสนองแก่ผู้บริโภคได้

เนื่องจากแฟรนไชส์เป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้วว่ามีประสิทธิภาพ และได้ รับความนิยมมากในหลายๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ช่วยแก้ไขข้อเสียของการที่ไม่อาจควบคุม คุณภาพของงานและการจัดการได้ตามที่กำหนด ผู้ขายแฟรนไชส์สามารถขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ผู้ซื้อแฟรนไชส์สามารถเริ่มต้นธุรกิจด้วยความมั่นใจ ดังนั้นการใช้ระบบแฟรนไชส์กับธุรกิจ ร้านจัดดอกไม้ น่าจะช่วยให้ธุรกิจเจริญเติบโตและมีศักยภาพในการแข่งขัน เพราะธุรกิจที่ได้สิทธิ์ ในแฟรนไชส์จะมีการแสดงเอกลักษณ์ที่ชัดเจน เช่น การมีรูปแบบและลักษณะของร้านในทิศทาง เดียวกัน แม้ว่าจะตั้งอยู่ในทำเลที่แตกต่างกัน การมีรูปแบบการให้บริการที่ชัดเจน และความมีประ สิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีหน่วยงานที่คอยดูแลให้คำแนะนำ และช่วยสร้างสิ่ง กระตุ้นทางการตลาด สามารถเพิ่มยอดขายและฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ที่ศึกษาต้องการที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำแนว คิดการประกอบธุรกิจในระบบแฟรนไชส์เข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านจัดดอกไม้ เพื่อที่จะได้ ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

³ ธานี ปิติสุข, แฟรนไชส์ : เส้นทางใหม่ของการทำธุรกิจ, พิมพ์ครั้งที่ 2, (นานมีบุ๊คส์, 2539) : หน้า

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้
ในธุรกิจ

1.3 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ประกอบการ	หมายถึง	ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ หรือผู้ที่มีส่วนได้เสียจากการดำเนินงาน หรือผู้ที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานของธุรกิจนั้น
ร้านจัดดอกไม้	หมายถึง	กิจการที่ดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดรายได้ส่วนหนึ่งมาจากการนำดอกไม้มาจัดรวมอยู่ในภาชนะ จัดเป็นช่อ หรือในรูปแบบอื่นๆ
การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้แบบมีสาขา ⁴	หมายถึง	ธุรกิจที่ดำเนินกิจการ โดยมีชื่อร้านเดียวกันหลายๆร้าน ซึ่งมีเจ้าของเป็นบุคคลเดียวกัน รับจัดดอกไม้ส่งตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้แบบมีเครือข่าย ⁵	หมายถึง	ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ที่ดำเนินกิจการ โดยมีร้านจัดดอกไม้ที่มีชื่อแตกต่างกันหลายๆร้าน ซึ่งมีเจ้าของต่างกัน ตกลงช่วยกันทำธุรกิจโดยรับหรือส่งคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อให้ร้านจัดดอกไม้ในเขตที่รับผิดชอบจัดดอกไม้ส่งให้ลูกค้า

⁴ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้จำนวน 58 ราย ทำให้เห็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบมีสาขาและแบบมีเครือข่าย.

⁵ เพิ่งอ้าง.

แฟรนไชส์ ⁶	หมายถึง สัญญาที่ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้รับสิทธิ (Franchisee) ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้ชื่อและภาพลักษณ์ของ เจ้าของสิทธิซึ่งก็คือบริษัทแม่ (Franchisor) ในการ ขายสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างเป็นระบบเครือข่าย โดยเจ้าของสิทธิจะถ่ายทอดวิธีการ (Know-How) ในการทำธุรกิจทุกขั้นตอนให้แก่ผู้รับสิทธิ ทั้งนี้ ผู้รับสิทธิจะต้องจ่ายค่าตอบแทนในการใช้ชื่อการค้าเป็นค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (Franchise Fee) หรือ ตามสัดส่วนของผลการดำเนินงาน (Royalty Fee)
ผู้ขายแฟรนไชส์	หมายถึง เจ้าของสิทธิ ซึ่งเป็นผู้ที่คิดค้นวิธีการทำธุรกิจจนมี ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้ขายสิทธิการค้า การดำเนินการและชื่อการค้าของตัวเองให้แก่ผู้อื่น
ผู้ซื้อแฟรนไชส์ ⁷	หมายถึง ผู้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจตามระบบที่เจ้าของ สิทธิได้จัดเตรียมไว้ รวมทั้งใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนในการใช้สิทธิ (Franchise Fee) และค่าธรรมเนียมในการดำเนินงาน (Royalty Fee) ตามผล ประกอบการให้แก่ผู้ขายแฟรนไชส์
ค่าตอบแทนในการใช้สิทธิ ⁸	หมายถึง ค่าตอบแทนที่เป็นจำนวนเงินที่แน่นอนที่จ่ายให้แก่ ผู้ขายแฟรนไชส์เพื่อรับสิทธิและฝึกอบรม เรียก อีกอย่างว่าค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Entry Fee)

⁶ ทีมงานนิตยสารแฟรนไชส์ โฟกัส, โอกาสธุรกิจ & แฟรนไชส์, (บริษัท โอ เอส พรินท์ติ้ง เฮาส์ จำกัด, 2541) : หน้า 66.

ธานี ปิติสุข, แฟรนไชส์ : เส้นทางใหม่ของการทำธุรกิจ, พิมพ์ครั้งที่ 2, (นานมีบุ๊คส์, 2539) : หน้า 16.

Kursh, Harry, *The Franchise Boom : New Revised Edition*, (Englewood Cliffs, NJ. :Prentice-Hall Inc., 1968) : p. ix.

⁷ ทีมงานนิตยสารแฟรนไชส์ โฟกัส, หน้า 67.

⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 67.

<p>ค่าธรรมเนียมในการดำเนินงาน⁹</p>	<p>หมายถึง ค่าตอบแทนที่ต้องจ่ายอย่างต่อเนื่องตามสัดส่วนของผลการดำเนินงาน อาจเรียกเก็บเป็นร้อยละของยอดขายต่อเดือนหรือต่อปี หรือร้อยละของยอดสั่งซื้อสินค้าก็ได้</p>
<p>สิ่งกระตุ้นทางการตลาด¹⁰</p>	<p>หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดกำหนดขึ้น ได้แก่ ผลตอบแทน ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ได้แก่ เศรษฐกิจการเมือง เทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรม</p>

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบแฟรนไชส์
2. ทำให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้
3. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ในธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมของร้านจัดดอกไม้ในลักษณะแฟรนไชส์

⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 68.

¹⁰ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, (กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและไอเท็กซ์, 2541) : หน้า 129.