

การพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์

1. ความเป็นมา/หลักการและเหตุผล

ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย มีการเจริญเติบโตมาตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 30 ปี โดยเฉพาะการเติบโตของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา มีธุรกิจแฟรนไชส์ที่เป็นไทยแท้กว่า 400 กิจการ อย่างไรก็ตามจากการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟรนไชส์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มด้านปริมาณมากกว่าคุณภาพ การขยายตัวของแฟรนไชส์ไทยไปสู่ต่างประเทศ ยังทำได้ไม่มากนัก จำนวนแฟรนไชส์ไทยที่สามารถขยายสู่ต่างประเทศได้จริงมีอยู่น้อยกว่า 5% ของจำนวนแฟรนไชส์ทั้งหมด ทำให้แนวคิดในการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ไทยสู่มาตรฐานระดับสากลเป็นความจำเป็นที่ต่อเนื่องกับการพัฒนาที่ผ่านมา

ในระยะแรกของโครงการ คือในปี 2551 กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้จัดทำ “เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์แห่งชาติ” ขึ้น โดยอิงหลักการแนวทางระบบสากลนิยมของ Thailand Quality Award (TQA) ซึ่งจัดทำขึ้นตามแนวทางมาตรฐานคุณภาพแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (Malcolm Baldrige National Quality Award - MBNQA) ที่เป็นที่ยอมรับและมีการนำไปใช้กว่า 70 ประเทศทั่วโลก โดยเป็นระบบเกณฑ์ที่เน้นการส่งเสริมและพัฒนาองค์กรธุรกิจของตนให้มีคุณภาพและความเป็นเลิศ ทั้งนี้ก็เพราะคุณภาพเป็นหัวใจสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจในทุกระดับ จากในอดีตเมื่อ 30 ปีก่อน ที่เน้นการทำระบบคุณภาพการผลิต ที่เรียกว่า Quality Control (QC) ซึ่งเป็นระบบที่เน้นการควบคุมคุณภาพในการผลิตสินค้า มาสู่ยุคระบบคุณภาพทั้งองค์กรที่ระบบคุณภาพนั้นได้ก้าวล้ำสูงขึ้นถึงระดับการพัฒนาความเป็นเลิศขององค์กร (Excellence Organization) กล่าวคือ เป็นการเน้นการทำงานด้วยคุณภาพและความเป็นเลิศในทุกคน ทุกหน่วยงาน ทุกระดับ และทุกกระบวนการขององค์กรสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม กระตุ้น เพื่อปรับปรุงวิธีดำเนินงาน สมรรถนะ ความสามารถ และผลลัพธ์ ขององค์กรแฟรนไชส์ในประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันบนเวทีการค้าโลกได้

2. การพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่มาตรฐานคุณภาพ

ในปี 2552 กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ดำเนินการต่อเนื่อง สู่ขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม โดยได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์และจัดทำเครื่องมือสำหรับการตรวจประเมินธุรกิจแฟรนไชส์ตามกรอบเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ที่ได้จัดทำขึ้น เมื่อปี 2551 พร้อมทั้งจัดทำคู่มือการประเมินธุรกิจตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดังกล่าว และจัดอันดับธุรกิจ สำหรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ จัดทำใน 2 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการประเมินของผู้ประกอบธุรกิจ โดยใช้แบบประเมินตนเอง (Self Assessment Franchise Test หรือ SAFT) ซึ่งจะชี้ให้เห็นภาพของระบบธุรกิจที่เน้นรูปแบบการดำเนินการระบบแฟรนไชส์ ที่ต้องมีความพร้อมขององค์กรและความเชี่ยวชาญในธุรกิจเป็นสำคัญ

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการประเมินจากสถานประกอบการจริง โดยผู้เชี่ยวชาญด้านคุณภาพ โดยใช้แบบประเมิน Total Quality Franchise Management หรือ TQFM ซึ่งจะเน้นทางด้านผลประกอบการ กระบวนการจัดการและการตลาด โดยจะนำคะแนนจาก 2 ขั้นตอนมาเป็นตัวแปรพิจารณา สัดส่วนการให้น้ำหนัก SAFT = 30 และ TQFM = 70

เมื่อมีการประเมินและคัดเลือกธุรกิจที่ได้มาตรฐานเสร็จสิ้นแล้ว กรมพัฒนาธุรกิจการค้ายังให้ความสำคัญกับธุรกิจที่ยังไม่มีมาตรฐานคุณภาพด้วยเช่นกัน จึงได้มีการกระบวนกรในการพัฒนาระดับธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐาน โดยธุรกิจที่ผ่านการประเมินแล้ว จะพบว่าตนมีข้ออ่อน ข้อบกพร่องในด้านใดกรมฯ ได้จัดทำหลักสูตรและคู่มือการพัฒนาเพื่อนำมาพัฒนาระดับสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ที่สูงขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม โดยคู่มือการพัฒนาสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพนี้ยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพต่อไป สำหรับผู้ประกอบการแฟรนไชส์รายอื่นอีกด้วย

ผลการดำเนินงานการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ปี 2552

- ♦ มีธุรกิจแฟรนไชส์ที่สมัครขอเข้ารับการประเมิน จำนวนทั้งสิ้น 98 ราย โดยในเบื้องต้นประเมิน โดยใช้แบบประเมินตนเอง ทั้ง 98 ราย
- ♦ มีธุรกิจเข้ารับการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวินิจัย (Total Quality Franchise Management - TQFM) จำนวน 61 ราย
- ♦ จัดเรียงลำดับคะแนน และนำเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการคุณภาพมาตรฐานแฟรนไชส์ ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจแฟรนไชส์ หน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ เข้าร่วมเป็นกรรมการ จำนวนทั้งสิ้น 15 คน
- ♦ มีธุรกิจที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ จำนวน 39 ราย ซึ่งจะได้รับประกาศเกียรติคุณจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ และสิทธิในการใช้เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์
- ♦ จากธุรกิจที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพทั้ง 39 ราย จะทำการพิจารณารางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ระดับยอดเยี่ยมในภาพรวม และจำแนกตามกรอบเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแต่ละด้าน รวม 8 รางวัล โดยรูปแบบของรางวัลทั้ง 9 รางวัล จะเป็นโล่รางวัลจากนายกรัฐมนตรีดังนี้

1) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ยอดเยี่ยม ประจำปี 2552-53

(The Best Franchise of The Year Award 2009-10) ได้แก่ The Pizza Company

2) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านวิสัยทัศน์

(Excellence Franchise Leadership Award) ได้แก่ Coca Suki

3) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านยุทธศาสตร์องค์กร

(Excellence Franchise Strategic Management Award) ได้แก่ Moly Care

4) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านการสร้างสรรค์ลูกค้า

(Excellence Franchise Customer & Marketing Focus Award) ได้แก่ Win-sent Center Service

5) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านการพัฒนาองค์ความรู้

(Excellence Franchise Knowledge Management Award) ได้แก่ G.M. Tour Travel

6) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านทรัพยากรบุคคล

(Excellence Human Resource Management Award) ได้แก่ โชคดีดื่มชา

7) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านการบริหารจัดการ

(Excellence Franchise Process Management Award) ได้แก่ True Coffee

8) รางวัลมาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ดีเด่นด้านผลประกอบการ

(Excellence Franchise Business Performance Award) ได้แก่ Chester Grill

นอกจากนี้ ได้มอบรางวัลพิเศษสำหรับผู้สนับสนุนข่าวสารทางด้านธุรกิจแฟรนไชส์ จำนวน 1 รางวัลคือ รางวัลสื่อสร้างสรรค์ธุรกิจแฟรนไชส์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ผู้จัดการ 360 องศา

การพัฒนาเพื่อยกระดับสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ

♦ สำหรับธุรกิจที่ประเมินแล้ว ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพหรือยังมีจุดอ่อนในด้านต่าง ๆ จะถูกคัดเลือกเข้าสู่การพัฒนา เพื่อยกระดับสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ แฟรนไชส์ที่สูงขึ้น มีผู้เข้ารับการพัฒนทั้งสิ้น 50 ราย โดยรูปแบบของการพัฒนา ประกอบด้วย การอบรมเชิงปฏิบัติการ เป็นเวลา 36 ชั่วโมง และการให้คำปรึกษาเชิงลึก 18 ชั่วโมง

ตราสัญลักษณ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์

♦ ตราสัญลักษณ์ปี 2552



3. การดำเนินการในปี 2553

ในปี 2553 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยังคงดำเนินการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ ภายใต้โครงการพัฒนาธุรกิจ แฟรนไชส์สู่มาตรฐานสากล เพื่อสานต่อโครงการและแผนงานที่จะพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์เช่นเดียวกับปี 2552 ที่ผ่านมา โดยจะมุ่งเน้นทางด้านการประเมินธุรกิจ และพัฒนาธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ขณะเดียวกันก็มีการสร้างนักประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นด้วย เพื่อเพิ่มบุคลากรที่จะทำหน้าที่ในการประเมินธุรกิจตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ซึ่งจะเป็นทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐ และองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมการค้า ทำให้สามารถประเมินธุรกิจได้ในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากโครงการเป็นการดำเนินการต่อเนื่อง จึงต้องมีการศึกษาเพื่อการยึดแนวทางการจัดทำแผนมาตรฐานที่ได้เริ่มมาแล้ว โดยมีการศึกษาเพื่อปรับปรุงพัฒนาการวัดด้วยเกณฑ์และเครื่องมือการตรวจสอบให้ถูกต้องและได้รับการยอมรับ รวมถึงสามารถเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ที่ถูกต้อง สามารถสร้างธุรกิจได้ยั่งยืนยิ่งขึ้น ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องในปี 2553 มีรายละเอียดต่อไปนี้

กระบวนการดำเนินการ

การออกแบบกิจกรรม 4 กิจกรรมหลัก 9 กิจกรรมย่อย

1. การสร้างทีมนักวินิจฉัยและการสร้างความตระหนักเกณฑ์มาตรฐานแฟรนไชส์

เพื่อเป็นการสร้างทีมผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความเข้าใจด้านมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ สามารถดำเนินการตรวจสอบประเมินมาตรฐานของธุรกิจแฟรนไชส์ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานแฟรนไชส์ที่ถูกพัฒนาขึ้นในปี 2552 โดยการออกแบบหลักสูตรการฝึกอบรมนักวินิจฉัย เพื่อให้ความรู้ด้านมาตรฐานแฟรนไชส์ และเกณฑ์การประเมินมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ รวมถึงแนวทางการใช้เครื่องมือการตรวจสอบประเมินมาตรฐานแฟรนไชส์ในการตรวจสอบธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้ทีมนักวินิจฉัยสามารถตรวจสอบมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเกณฑ์ในการให้คะแนนมาตรฐานธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม การพิจารณาตัวชี้วัดในการให้คะแนนมาตรฐานธุรกิจเป็นไปในทิศทางและมาตรฐานเดียวกัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างนักวินิจฉัยจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน

นอกจากนั้นจะมีการจัดงานสัมมนาเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการให้ประชาชนทั่วไป นักธุรกิจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในวงการแฟรนไชส์ได้ทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ เพื่อสร้างความตระหนักในเกณฑ์มาตรฐานแฟรนไชส์ โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจแฟรนไชส์เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 100 ราย

2. การประเมินธุรกิจแฟรนไชส์และจัดกลุ่มธุรกิจตามผลคะแนน

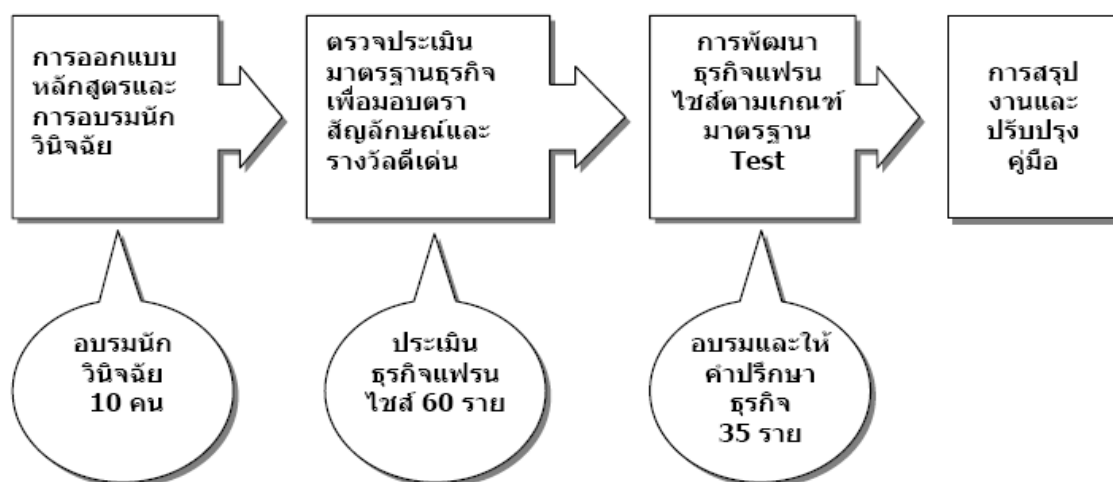
การจัดการประเมินและวิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการในธุรกิจแฟรนไชส์ของประเทศไทย ไม่น้อยกว่า 60 ธุรกิจ เป็นการประเมินตามกรอบคู่มือการประเมินตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ที่ได้จัดทำขึ้นในปี 2552 จากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากการประเมินตนเองของธุรกิจและจากการวินิจฉัยของผู้เชี่ยวชาญมาจัดกลุ่มเพื่อสรุปผลว่าธุรกิจแฟรนไชส์รายใดที่ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานและจะได้รับตรา

เมื่อการตรวจประเมินมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว คณะทำงานและทีมนักวิจัยจะนำข้อมูลความคิดเห็นของทีมงาน ข้อเสนอแนะจากกิจกรรมการประเมินธุรกิจ มาทำการปรับปรุงและพัฒนาคู่มือที่ใช้ในการตรวจประเมินเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

3. การออกแบบหลักสูตรและดำเนินการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่เกณฑ์มาตรฐาน เป็นกิจกรรมที่วางเป้าหมายในการยกระดับมาตรฐานธุรกิจแฟรนไชส์ที่เข้าร่วมโครงการ ด้วยการออกแบบและกำหนดรูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมให้กับธุรกิจแต่ละกลุ่มที่ถูกจัดไว้ ตามผลคะแนนการประเมินมาตรฐานธุรกิจโดยนำคู่มือแนวทางการพัฒนาธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ที่ได้จัดทำไว้ในปี 2552 มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการพัฒนา มีการดำเนินงานจัดการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาที่เหมาะสมกับธุรกิจแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้มีการจัดประเมินธุรกิจก่อนการเข้ารับการอบรมในโครงการและวัดผลภายหลังเสร็จสิ้นการอบรม (Pre-Test & Post-Test) ทั้งนี้ผู้ที่เข้ารับการอบรมจะต้องจัดทำแผนงานการพัฒนาธุรกิจของตนเองเพื่อสามารถเข้าสู่การพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐานได้จริง โดยดำเนินการพัฒนาธุรกิจจำนวนไม่น้อยกว่า 35 ธุรกิจในปี 2553

4. การสรุปงานและประเมินผลภาพรวมของโครงการ เป็นการสรุปและประเมินผลการทำงานโครงการในภาพรวม วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง พร้อมทั้งให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการใช้คู่มือเพื่อการตรวจประเมิน และ เพื่อพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์สู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แผนผังกระบวนการดำเนินงาน 4 กิจกรรมหลัก



♦ ตราสัญลักษณ์ปี 2553

สำหรับปี 2553 กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ออกแบบตรามาตรฐานคุณภาพใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับ ตรากรมฯ ที่ได้ปรับเปลี่ยนด้วยเช่นกัน ดังนี้



4. ประโยชน์ที่มีต่อธุรกิจแฟรนไชส์

4.1 ผู้ขายแฟรนไชส์

ผู้ขายแฟรนไชส์ ทุกประเภท ทุกขนาดที่นำเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์ไปใช้ จะได้ประโยชน์ในทุกขั้นตอน เริ่มจาก การประเมินตนเอง ผู้บริหารจะทราบถึงสภาพที่แท้จริงว่า ระบบการบริหารจัดการของตนยังขาดตกบกพร่องในเรื่องใดบ้าง ทำให้สามารถกำหนดวิธีการและเป้าหมายที่ชัดเจน ในการจัดทำแผนปฏิบัติการ และเมื่อองค์กรได้ปฏิบัติตามแผนจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ หรือมีความพร้อม และสมัครเข้ารับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่ว่าองค์กรจะผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ และได้รับเครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์หรือไม่ก็ตาม องค์กรจะได้รับรายงาน ผลการประเมิน ทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน ซึ่งจะประโยชน์ต่อการนำไปวางแผนปรับปรุงองค์กรให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นต่อไป

ในส่วนขององค์กรที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแฟรนไชส์และได้รับสิทธิในการนำ เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์มาตรฐานคุณภาพไปใช้ ก็จะได้รับ การยอมรับจากองค์กรต่าง ๆ ทั้ง ภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กร หรือ ตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นแล้ว ยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจทั้งในประเทศและ ต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ขายแฟรนไชส์รายอื่นที่ประสงค์จะพัฒนาตนเองให้เข้าสู่ เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพได้เรียนรู้ และนำไปเป็นแบบอย่างหรือประยุกต์ใช้ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ เช่นเดียวกัน

4.2 ผู้ที่สนใจจะซื้อหรือลงทุนในระบบแฟรนไชส์ กลุ่มรวมถึงผู้บริโภค

เนื่องจากเครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ดังกล่าว เป็นสื่อที่บ่งบอกถึงควมมีมาตรฐานของ ธุรกิจ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ และการบริการ จึงเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือหรือการยอมรับแก่ผู้ที่ สนใจจะเลือกซื้อหรือลงทุนในระบบแฟรนไชส์ ซึ่งกลุ่มรวมถึงผู้บริโภคด้วย

สำนักส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ

พฤษภาคม 2553