



**K SME** Analysis

# เฟรนไชส์ยังโต โอกาสทองนักลงทุน



## ประเด็นสำคัญ

- ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยในปัจจุบัน มีมูลค่าตลาดประมาณ 2.2-2.3 แสนล้านบาทเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี โดยในส่วนของเจ้าของแฟรนไชส์ ล่าสุดมีจำนวน 572 ราย เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20.3 ต่อปี (ปี 2549-2560) โดยในแต่ละปีมีผู้สนใจรายใหม่ๆ ที่อาจเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ถึงกว่า 15,000-20,000 ราย
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีโอกาสเติบโตในระยะข้างหน้า ต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ แฟรนไชส์ที่ตอบสนองสังคมผู้สูงอายุ แฟรนไชส์ที่ตอบสนองคนรุ่นใหม่ และแฟรนไชส์ที่อิงกับกระแส E-Commerce ที่กำลังมีบทบาทมากขึ้น
- ประเด็นที่ต้องติดตาม สำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ในระยะต่อไปก็คือ การแข่งขันในธุรกิจแฟรนไชส์มีค่อนข้างสูงเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาก็คือ ทำอย่างไรการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์จึงจะประสบความสำเร็จ ซึ่งอาจต้องเริ่มจากการเลือกแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในตลาด ซึ่งมีการอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการผลิตและการตลาดอย่างสม่ำเสมอ ขณะเดียวกันในส่วนของผู้ลงทุนเอง ก็ควรมีการติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการ ประการสำคัญคือ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการบริหารธุรกิจเพื่อช่วยลดต้นทุน รวมถึงเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกด้านการชำระเงินของลูกค้า

## ภาพรวมธุรกิจแฟรนไชส์...หลายปีจจัยหนุนธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การเติบโตของธุรกิจแฟรนไชส์มีค่อนข้างสูง ทั้งในฝั่งของจำนวนผู้เป็นเจ้าของแฟรนไชส์หรือแฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) และทางฝั่งของตัวแทนรายย่อยหรือแฟรนไชส์ซี (Franchisee) โดยจำนวนธุรกิจแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20.3 ต่อปี (ปี 2549-2560) และล่าสุด ณ วันที่ 2 สิงหาคม 2561 มีจำนวน 572 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.3 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 และมีการประเมินว่า มูลค่าตลาดของธุรกิจแฟรนไชส์อยู่ที่ประมาณกว่า 200,000 ล้านบาทในปี 2560 และคาดว่าในปี 2561 มูลค่าตลาดจะเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15

ในจำนวนธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจอาหารมีสัดส่วนมากที่สุดประมาณร้อยละ 22.9 แต่ธุรกิจที่มีการเติบโตสูงจะเป็นธุรกิจบริการ ธุรกิจด้านการศึกษา และธุรกิจเบเกอรี่ ขณะที่จำนวนแฟรนไชส์ ณ ปัจจุบันก็มีถึงกว่า 1 แสนสาขาทั่วประเทศ และยังคงมีเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยพิจารณาได้จากผู้สนใจรายละเอียดย่อยเกี่ยวกับแฟรนไชส์ที่มีถึงกว่า 15,000-20,000 รายต่อปี (นับตั้งแต่ปี 2552 ถึงปัจจุบัน มีจำนวนผู้ขอข้อมูลรวมกันกว่า 1.7 แสนราย และมากกว่าร้อยละ 50 จะเป็นการขอข้อมูลเกี่ยวกับแฟรนไชส์ อาหาร/เครื่องดื่มและไอศกรีม) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่สนใจเข้าสู่ธุรกิจนี้

## จำนวนธุรกิจและจำนวนสาขาของแฟรนไชส์

ประเภทธุรกิจ	จำนวนกิจการ (ราย)	การเติบโตเฉลี่ยต่อปี (2549-2560) (ร้อยละ)	การเติบโต 7M61 เทียบกับสิ้นปี 60 (ร้อยละ)	จำนวนสาขาปัจจุบัน (แห่ง)
1. อาหาร	131	19.1	9.2	21,036
2. เครื่องดื่ม/ไอศกรีม	125	17.5	6.8	20,220
3. การศึกษา	104	27.4	7.2	3,241
4. บริการ	43	53.0	19.4	16,204
5. เบเกอรี่	40	24.9	11.1	2,105
6. โอกาสทางธุรกิจ	38	21.9	8.6	24,141
7. ค้าปลีก	36	18.2	9.1	13,933
8. ความงาม	29	22.3	3.6	1,474
9. งานพิมพ์	16	16.4	0.0	463
10. อสังหาริมทรัพย์	7	22.5	16.7	197
11. หนังสือ/วิดีโอ	3	4.2	0.0	95
<b>รวม</b>	<b>572</b>	<b>22.5</b>	<b>8.3</b>	<b>103,109</b>

ที่มา Thai Franchise Center ข้อมูล ณ 2 สิงหาคม 2561

โดยปัจจัยที่ยังคงสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจแฟรนไชส์ที่สำคัญ มีดังนี้



### 5 ปัจจัยช่วยแฟรนไชส์โต

- ✔ คนรุ่นใหม่อยากเป็นเจ้าของธุรกิจ
- ✔ การขยายธุรกิจด้วยระบบแฟรนไชส์
- ✔ เข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ง่ายขึ้น
- ✔ การเข้ามาของแฟรนไชส์ต่างประเทศ
- ✔ ภาครัฐและสถาบันการเงินสนับสนุน



#### • ปัจจัยสนับสนุนการเติบโต

คนรุ่นใหม่ที่สนใจอยากเป็นเจ้าของกิจการมีเพิ่มขึ้น จากเดิมที่นิยมทำงานราชการหรือพนักงานบริษัท ก็สนใจที่จะทำอาชีพอิสระหรือเป็นเจ้าของกิจการมากขึ้น โดยเฉพาะนักศึกษาที่จบใหม่หรือทำงานไม่นานที่อยู่ในกลุ่ม GenY (อายุ 21-38 ปี ซึ่งมีรวมกันประมาณ 17.3 ล้านคน) ซึ่งงานประจำที่ทำอาจไม่ตอบโจทย์ทางด้านลักษณะงานหรืออาจไม่พึงพอใจด้านรายได้ ประกอบกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาขึ้น ทำให้เข้ามาแทนที่แรงงานคนในหลายสาขาอาชีพ ซึ่งกลุ่มนี้ก็มีโอกาสในการเปลี่ยนงานไปสู่ธุรกิจแฟรนไชส์เช่นเดียวกัน



ความหลากหลายของธุรกิจที่ใช้รูปแบบแฟรนไชส์ขยายกิจการ การที่เจ้าของธุรกิจสนใจเข้ามาขยายกิจการด้วยระบบแฟรนไชส์มากขึ้น ทำให้ปัจจุบัน มีแฟรนไชส์หลากหลายประเภทให้ผู้สนใจเลือก เพื่อให้ตรงกับความต้องการหรือสนใจ รวมถึงเหมาะสมกับเงินทุน/ทำเล/หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้การตัดสินใจทำธุรกิจแฟรนไชส์มีทางเลือกมากขึ้น

การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่สะดวก ปัจจุบัน มีช่องทางต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทแฟรนไชส์รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เงินลงทุนอย่างละเอียด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ทำให้ข้อมูลต่าง ๆ ไปถึงผู้สนใจจำนวนมาก

การเข้ามาของธุรกิจแฟรนไชส์ต่างประเทศ จากมูลค่าตลาดแฟรนไชส์ที่สูงของไทย ประกอบกับความต้องการใช้ไทยเป็นฐานแฟรนไชส์ เพื่อต่อยอดการลงทุนไปยังประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ส่งผลให้แฟรนไชส์ต่างประเทศสนใจเข้ามาดำเนินธุรกิจในไทยมากขึ้น โดยมีการคาดการณ์ว่า ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า แฟรนไชส์ต่างประเทศจะมีสัดส่วนเพิ่มเป็นร้อยละ 10 จากปัจจุบันที่มีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 5 โดยส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากผู้ประกอบการไทยมีการติดต่อซื้อแฟรนไชส์ต่างประเทศเข้ามาในไทยเพิ่มขึ้น

ภาครัฐและสถาบันการเงินให้ความสำคัญ ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐของไทย มีการจัดอบรมหลักสูตรการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ให้มีมาตรฐาน รวมถึงการจัดงานแสดงเกี่ยวกับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ขณะที่สถาบันการเงินเองก็มีความร่วมมือกับเจ้าของสิทธิ์แฟรนไชส์ ที่ได้รับความนิยมหรือมีการคัดธุรกิจที่มีมาตรฐาน และประสบความสำเร็จแล้ว เพื่ออำนวยความสะดวกในการสนับสนุนเงินกู้ให้กับผู้สนใจลงทุนธุรกิจ



- แฟรนไชส์ที่น่าสนใจลงทุนในปี 2561

แฟรนไชส์ที่ตอบสนองเทรนด์ผู้สูงอายุ ประเทศไทยอยู่ในช่วงสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุจำนวนมากมีรายได้จากเงินบำนาญบำนาญ เงินสะสมหรือเงินจากลูกหลานเพื่อใช้สอยพอสมควร (ประมาณร้อยละ 16.1 หรือประมาณ 1.8 ล้านคนที่มีรายได้ 100,000 บาทต่อปีขึ้นไป) ดังนั้นพฤติกรรมความต้องการสินค้าและบริการของผู้สูงอายุ จะเป็นโอกาสในทางธุรกิจของแฟรนไชส์ อาทิ ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ บริการด้านการขนส่งและการเดินทาง บริการทัวร์ผู้สูงอายุ บริการดูแลสัตว์เลี้ยง ธุรกิจซักอบรีด แต่ผู้ประกอบการเหล่านี้อาจต้องอำนวยความสะดวกโดยการให้บริการถึงสถานที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ

แฟรนไชส์ที่ตอบสนองของคนรุ่นใหม่ ปัจจุบันคนรุ่นใหม่ (GenY อายุ 21-38 ปี ซึ่งมีรวมกันประมาณ 17.3 ล้านคน และ GenZ เฉพาะช่วงอายุระหว่าง 18-20 ปีที่มีประมาณ 3.7 ล้านคน) มีจำนวนและกำลังซื้อเพิ่มขึ้น พฤติกรรมกลุ่มนี้ค่อนข้างเร่งรีบ มีการใช้เทคโนโลยีซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงมีการใช้เวลาไปกับกิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากงานที่ทำเช่น กีฬา การท่องเที่ยว ประการสำคัญ กลุ่มนี้ยังมีความต้องการเรียนรู้ทักษะต่างๆ เพื่อเพิ่มเติมศักยภาพการทำงาน ซึ่งแฟรนไชส์ที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ อาทิ แฟรนไชส์เกี่ยวกับการดูแลและบำรุงรักษารถ สำหรับผู้ที่ไม่ได้มีเวลาดูแลเอง แฟรนไชส์ซักอบรีด แฟรนไชส์ส่งอาหารหรือสินค้าเดลิเวอรี่ แฟรนไชส์ด้านการพัฒนาทักษะ อาทิ ภาษา ศิลปะ กีฬา หรือเทคโนโลยี เป็นต้น

แฟรนไชส์ที่อิงกับกระแส E-Commerce ในยุคที่การค้าออนไลน์มีบทบาทมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่ามูลค่าตลาด E-Commerce ในรูปแบบ B2C ภาคการค้าปลีกสินค้าในปี 2561 จะอยู่ที่ประมาณ 2.4 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 20.3 เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน) ส่งผลให้ความต้องการธุรกิจสินค้าหรือบริการ ที่เกี่ยวเนื่องมีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจโลจิสติกส์ที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ไปรษณีย์ รับและบรรจุ ขนส่งพัสดุ ที่สนับสนุนผู้ประกอบการ E-Commerce ขนาดกลางขนาดย่อม (SME) รวมถึงผู้ประกอบการในรูปแบบ C2C (Consumer-to-Consumer) ที่อาจต้องการคนกลางจัดการสินค้า เพื่อให้ถึงมือผู้ซื้อได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีต้นทุนไม่สูงมาก

### โอกาสและความท้าทายในระยะข้างหน้าของธุรกิจแฟรนไชส์

การดำเนินธุรกิจภายใต้รูปแบบแฟรนไชส์ ได้ช่วยเพิ่มโอกาสของการประสบความสำเร็จ ให้กับผู้สนใจ ได้สูงกว่าการเริ่มกิจการด้วยตนเอง เนื่องจากตัวแฟรนไชส์เองได้ถูกทดสอบมากระยะหนึ่งจากเจ้าของแฟรนไชส์ ที่อยู่ในตลาด ทำให้ไม่ต้องลงทุนทางด้านการศึกษาประชาสัมพันธ์ธุรกิจมาก อย่างไรก็ตาม ในทุกธุรกิจ ก็ย่อมจะมีโอกาสและความท้าทายรออยู่เบื้องหน้า ซึ่ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินโอกาสและความท้าทายของธุรกิจแฟรนไชส์ มีดังนี้



### 3 โอกาสธุรกิจแฟรนไชส์

- ✓ ความเชื่อมั่นของนักลงทุน
- ✓ การขยายแฟรนไชส์ไปต่างจังหวัด
- ✓ การขยายแฟรนไชส์ไปต่างประเทศ

- **โอกาสทางธุรกิจ**

**ความเชื่อมั่นของนักลงทุน** ปัจจุบัน ความเชื่อมั่นด้านเศรษฐกิจ และการจับจ่ายเริ่มฟื้นตัว จึงถือเป็นปัจจัยบวกต่อการขยายตลาดแฟรนไชส์ โดยเฉพาะแฟรนไชส์ขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินลงทุนมากพอสมควร เนื่องจากนักลงทุนมีความเชื่อมั่นมากขึ้น ขณะที่ประเภทของแฟรนไชส์ที่น่าจะมีให้เลือกมากขึ้น เนื่องจากเจ้าของสิทธิ์ สนใจนำธุรกิจเข้ามาในระบบแฟรนไชส์มากขึ้นเช่นกัน

**การขยายแฟรนไชส์ไปต่างจังหวัด** ปัจจุบันการขยายตัวของความเป็นเมืองได้กระจายไปสู่จังหวัดต่างๆ ตามการกระจายการลงทุนของภาครัฐ ส่งผลให้เมืองใหญ่ในต่างจังหวัดจำนวนมาก มีจำนวนประชากรอยู่หนาแน่น อาทิ ชลบุรี ระยอง ภูเก็ต สงขลา เชียงใหม่ พิษณุโลก ซึ่งเป็นโอกาสของธุรกิจแฟรนไชส์จากเดิมที่กระจุกตัวในกรุงเทพและปริมณฑล ขยายไปสู่ต่างจังหวัดที่มีจำนวนประชากรรวมถึงนักท่องเที่ยวสูง

**การขยายแฟรนไชส์ไปต่างประเทศ** โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียนซึ่งศักยภาพด้านกำลังซื้อกำลังเพิ่มสูงขึ้นในกลุ่มคนชั้นกลาง โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านทั้งเวียดนาม เมียนมา สปป.ลาว และกัมพูชา ซึ่งสินค้าและบริการของไทย เป็นที่รู้จักและได้รับความยอมรับค่อนข้างสูง โดยแฟรนไชส์ที่สนใจลงทุน อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม เบเกอรี่ การศึกษา กีฬา ความงามและสุขภาพ โดยจากข้อมูลเบื้องต้นของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า ปัจจุบันแฟรนไชส์ของไทยมีการขยายการลงทุนไป 22 ราย ใน 37 ประเทศ (ข้อมูลปี 2559) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศในอาเซียน ทั้งนี้การขยายแฟรนไชส์ในประเทศเพื่อนบ้าน อาจทำโดยนักลงทุนท้องถิ่นซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ หรือนักลงทุนไทยที่มีความเชี่ยวชาญตลาดประเทศเพื่อนบ้าน อาจเห็นโอกาสจึงลงทุนซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ เพื่อเข้าไปตั้งสาขาในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งต้องพิจารณากฎหมายของแต่ละประเทศด้วย

- **ความท้าทายทางธุรกิจ**

**การแข่งขันที่มีมากขึ้น** ดังได้กล่าวมาเบื้องต้นว่า มีผู้สนใจเข้าสู่ธุรกิจแฟรนไชส์ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ เนื่องจากช่วยให้ผู้สนใจเริ่มต้นธุรกิจได้ทันที และมีโอกาสความสำเร็จสูง และยิ่งความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น ก็ทำให้คนเห็นโอกาสและตัดสินใจลงทุนเร็วขึ้น ดังนั้นระดับการแข่งขันจึงสูงขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากรูปแบบสินค้าหรือบริการที่ไม่แตกต่างกัน อาทิ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่คนนิยมลงทุนมาก โดยเฉพาะการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ในทำเลที่ใกล้เคียงกัน และจับลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน

**การดูแลจากเจ้าของสิทธิ์** การเข้ามาของผู้สนใจลงทุนแฟรนไชส์จำนวนมาก อาจทำให้เจ้าของสิทธิ์ที่ยังมีการบริหารจัดการธุรกิจไม่ดีพอ ทำให้การดูแลนักลงทุนทั้งทางด้านการอบรมองค์ความรู้ทางด้านการผลิต การตลาด อาจไม่ทั่วถึง ทำให้เป็นจุดอ่อนทางการแนะนำหรือแก้ปัญหาให้กับผู้ลงทุน

**ความคาดหวังทางธุรกิจ** เนื่องจากปัจจุบันคนรุ่นใหม่ สนใจเป็นเจ้าของกิจการในรูปแบบแฟรนไชส์ค่อนข้างมาก ซึ่งกลุ่มนี้บางส่วนอาจมีความคาดหวังด้านผลตอบแทนที่รวดเร็ว ซึ่งบางครั้งมีหลายปัจจัยที่อาจทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ เช่น ทำเลร้านค้าไม่เหมาะสม คู่แข่งในพื้นที่ซึ่งมีจำนวนมาก กำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง หรือเป็นธุรกิจที่ไม่มีความชำนาญ แต่เลือกเพราะเหมาะสมกับเงินลงทุนที่มี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มักจะทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และทำให้ระยะเวลาการคืนทุนใช้เวลานานกว่าที่เจ้าของแฟรนไชส์ประเมินไว้



## ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการแฟรนไชส์

ธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทุกธุรกิจ ผู้ประกอบการรายใหม่เป็นจำนวนมาก ต่างสนใจเข้าสู่ธุรกิจด้วยวิธีการนี้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางขนาดย่อม ที่มองหาธุรกิจที่จะลงทุนที่มีโอกาสประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตามธุรกิจแฟรนไชส์ก็เหมือนกับธุรกิจทั่วไป ที่ย่อมมีความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อสนับสนุนความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งมีดังนี้



**4 รูปแบบแฟรนไชส์ ที่ช่วยเพิ่มโอกาสสำเร็จ**

- ▶ มีชื่อเสียง และประสบความสำเร็จในตลาด
- ▶ มีการอบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี
- ▶ มีความยืดหยุ่น
- ▶ สอดคล้องกับผู้ลงทุน

### • รูปแบบแฟรนไชส์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จ

**แฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จในตลาด** การเลือกแฟรนไชส์บริษัทที่มีชื่อเสียง หรือมีส่วนแบ่งในตลาดสูง รวมถึงมีความได้เปรียบทางด้านงบประมาณประชาสัมพันธ์จากบริษัทแม่ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ธุรกิจที่เข้าไปซื้อแฟรนไชส์มีโอกาสประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น ประการสำคัญ การหาแหล่งเงินลงทุนจากสถาบันการเงิน ก็มีโอกาสได้รับการพิจารณาสูงเช่นกัน อย่างไรก็ตาม แฟรนไชส์ที่มีขนาดใหญ่หรือมีชื่อเสียง อาจมีความท้าทายจากกฎระเบียบและเงื่อนไข รวมถึงการตรวจสอบที่สูงกว่าธุรกิจขนาดเล็กทั่วไป เนื่องจากเจ้าของสิทธิ์ต้องการรักษาคุณภาพมาตรฐาน และชื่อเสียงของธุรกิจ นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายทางด้านสิทธิ์หรือส่วนแบ่งรายได้ ก็อาจสูงกว่าแฟรนไชส์ทั่วไป ทำให้ระยะเวลาการคืนทุนอาจนานขึ้น (แฟรนไชส์ขนาดใหญ่ที่มีการลงทุนสูงจะใช้เวลาในการคืนทุนอย่างต่ำ 3-5 ปีขึ้นไป)

**แฟรนไชส์ที่มีการอบรมหรือถ่ายทอดเทคโนโลยีสม่ำเสมอ** แฟรนไชส์ที่ดีควรต้องมีการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่อง อาทิ เทคโนโลยีการผลิตที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ลักษณะหรือพฤติกรรมตลาดของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงช่องทางการจำหน่ายที่จะช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น เป็นต้น

**แฟรนไชส์ที่มีความยืดหยุ่น** ปกติข้อจำกัดของธุรกิจแฟรนไชส์คือ เงื่อนไขการทำธุรกิจจากเจ้าของแฟรนไชส์ที่กำหนดให้ผู้ซื้อแฟรนไชส์ต้องปฏิบัติตาม ส่งผลให้บางครั้งมีความขัดแย้งเกิดขึ้น และต้องยกเลิกสัญญาะหว่างกันไป ดังนั้นแฟรนไชส์ที่สามารถต่อรองเงื่อนไข หรือปรับรูปแบบธุรกิจตามความต้องการของผู้ซื้อแฟรนไชส์ได้บ้าง ในบางกรณี อาทิ ใ้เลือกทางด้านรูปแบบการทำตลาด การตกแต่งร้าน เพื่อให้เหมาะสมกับทำเลหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยลดความขัดแย้ง และการทำธุรกิจร่วมกันประสบความสำเร็จ

แฟรนไชส์ที่สอดคล้องกับผู้ลงทุน ทั้งทางด้านความชอบและมีความถนัดหรือเชี่ยวชาญในธุรกิจ ประกอบกับ ทำเลร้านค้าที่เหมาะสม ทั้งจำนวนลูกค้าที่สัญจรไปมา หรือสถานที่ซึ่งลูกค้าเดินทางสะดวก ประการสำคัญ พื้นที่นั้นยังไม่มีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจคล้ายหรือใกล้เคียงกันตั้งอยู่

- **ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ**

การศึกษาระยะเวลาการคืนทุน สำหรับผู้ประกอบการที่มีเงินทุนจำกัด โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ควรเลือก แฟรนไชส์ที่มีระยะเวลาการคืนทุนไม่นานเกินไป ต่อเมื่อเริ่มสะสมทุนได้ระดับหนึ่ง จึงเริ่มขยายสาขาธุรกิจ หรือ ลงทุนในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

การสร้างโอกาสทางการแข่งขัน ผู้ลงทุนต้องสร้างความแตกต่างทางด้านบริการ บางครั้งอาจต้องเดินเข้าหา ลูกค้าแทนที่จะให้ลูกค้ามาหา อาทิ ธุรกิจที่ให้บริการผู้สูงอายุ อาจต้องเข้าไปรับงานในสถานที่พัก อาทิ บริการ ซักอบรีด การดูแลสัตว์เลี้ยง หรือการนำสินค้าไปยังพื้นที่ต่างๆ ผ่านรถเคลื่อนที่ โดยไม่ยึดติดกับทำเลเดิม

การติดตามพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการสินค้าไม่เหมือนใคร โดดเด่น โดนใจ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการศึกษาความต้องการ ของผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ ที่ตรงตามความต้องการ อาทิ การออกนวัตกรรมใหม่ๆ เช่นรสชาติ บรรจุภัณฑ์ หรือกลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจและให้สินค้ามีความเคลื่อนไหว จะช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจและมีการกลับมาซื้อต่อเนื่อง

การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาบริหารธุรกิจ ทั้งทางด้านการผลิตและการขนส่ง เพื่อช่วยบริหารต้นทุน การใช้เทคโนโลยีเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการชำระเงิน อาทิ E-Wallet หรือระบบ (QR Code)

กล่าวโดยสรุป ธุรกิจแฟรนไชส์กำลังได้รับความนิยมจากผู้สนใจจะเริ่มต้นกิจการ และในช่วงที่เศรษฐกิจ กำลังอยู่ในช่วงฟื้นตัว ยิ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นทั้งต่อเจ้าของแฟรนไชส์ และผู้ซื้อสิทธิให้เพิ่มการลงทุนมากขึ้น ทั้งนี้ในระยะต่อไป ผู้ประกอบการแฟรนไชส์ อาจต้องติดตามประเด็นเกี่ยวกับกฎหมายแฟรนไชส์ หรือร่างพระราชบัญญัติ การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พ.ศ.... ซึ่งปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาโดยสภานิติบัญญัติแห่งชาติ โดยมี สาระสำคัญในการควบคุมดูแลธุรกิจนี้ให้มีประสิทธิภาพ และช่วยคุ้มครองผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ให้ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งจะทำให้นักลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศมีความเชื่อมั่นต่อการลงทุนมากขึ้น อันจะเป็นผลดีต่อการเติบโต ของธุรกิจแฟรนไชส์อย่างยั่งยืนในอนาคต

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จัก  
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่