



คู่มือการจัดทำต้นแบบการนำเสนอและเจรจาธุรกิจ
สำหรับ **Franchise Go Inter**

คู่มือการจัดทำต้นแบบการนำเสนอและเจรจาธุรกิจ

สำหรับ Franchise Go Inter

คำนำ

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบในการนำเสนอและเจรจาธุรกิจสำหรับแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงธุรกิจ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีโอกาสพบกับผู้ที่สนใจลงทุน พร้อมทั้งเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการได้แนะนำธุรกิจของตนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ งานแสดงธุรกิจเป็นงานที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นงานที่รวมเอาผู้ประกอบการต่างๆ เข้ามาไว้ด้วยกัน ซึ่งจะดึงดูดนักลงทุนที่กำลังมองหาธุรกิจจากทั่วทุกมุมโลกให้มาเยี่ยมชมและเลือกธุรกิจที่สนใจ ธุรกิจต่างๆ ที่มาร่วมงานแสดงนั้น จึงต้องสร้างจุดเด่นและวางแผนการเตรียมตัวมาให้ดี เพราะผู้ลงทุนจะมีโอกาสเลือกและได้เห็นธุรกิจต่างๆ ที่น่าสนใจมากมายในการมาเยี่ยมชมงานแสดงธุรกิจ หากผู้ประกอบการขาดการวางแผนงานและการเตรียมความพร้อมสำหรับการออกงานแสดงธุรกิจ ก็เท่ากับเป็นการกระทำที่สูญเปล่าไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆ ในทางการตลาดแม้แต่น้อย และยังอาจทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจเองดูไม่น่าเชื่อถืออีกด้วย

คู่มือการเตรียมความพร้อมนี้จัดทำขึ้นให้มีเนื้อหาครอบคลุมปัจจัยสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพและมีความพร้อมเพียงพอสำหรับการนำเสนอธุรกิจหรือการเจรจาธุรกิจผ่านการร่วมออกงานแสดงธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ (Franchise Go Inter) ซึ่งผู้ประกอบการต้องเตรียมตัวให้พร้อม ในทุกด้านเพื่อให้ธุรกิจของผู้ประกอบการมีความโดดเด่น และเป็นที่สนใจของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ได้เมื่อผ่านช่วงงานแสดงธุรกิจไปแล้วไม่ว่าจะนานแค่ไหน การจัดเตรียมความพร้อมของงานจะแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. การเตรียมการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)
2. การเตรียมเอกสารต่างๆ ที่ต้องใช้ (Documentary)
3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)
4. กระบวนการขายและขั้นตอนการขายแฟรนไชส์ต่างประเทศ (Master Franchsie)

ทั้งนี้ การเตรียมความพร้อมสำหรับการร่วมงานแสดงธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพสำหรับการออกไปร่วมงานในต่างประเทศ นอกเหนือจากการเตรียมความพร้อมพื้นฐานแล้ว การศึกษาเกี่ยวกับการตลาดต่างประเทศ รูปแบบของการขายแฟรนไชส์ในต่างประเทศ ล้วนแต่มีความสำคัญทั้งสิ้น การขายแฟรนไชส์นั้นเป็นการขายด้วยกระบวนการมากกว่าการขายด้วยความสามารถหรือทักษะการขายแบบนักขายทั่วไป ดังนั้นลำดับขั้นตอนต่างๆ มีความสำคัญและมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะสรรหาผู้ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดสำหรับการให้สิทธิ์ในการซื้อแฟรนไชส์ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการเตรียมตัวเพื่อนำเสนอธุรกิจและเจรจาธุรกิจ ช่วยในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ต่อไป

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

สารบัญ

ทำความเข้าใจกับระบบแฟรนไชส์	1
การเตรียมพร้อมเมื่อต้องเข้าตลาดต่างประเทศ	2
การทำการตลาดแฟรนไชส์สู่ต่างประเทศ	4
การเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงธุรกิจ (Exhibition)	8
ก่อนขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์	10
การจัดเตรียมความพร้อมของงาน	12
1. เตรียมตัวกับการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)	12
2. การเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ (Documentary)	36
3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)	39
4. กระบวนการและขั้นตอนการขยายแฟรนไชส์สู่ต่างประเทศ (Master Franchsie)	41

คู่มือการจัดทำต้นแบบการนำเสนอและเจรจาธุรกิจ สำหรับ Franchise Go Inter

ทำความเข้าใจกับระบบแฟรนไชส์

ระบบแฟรนไชส์ คือ การโคลนนิ่งธุรกิจหรือการสร้างธุรกิจให้สามารถถ่ายทอดเป็นสาขาที่ต่อเนื่องได้ ด้วยการบริหารงานที่ทำให้มี “ความเป็นมาตรฐาน” และการสร้างรูปแบบร้านค้าที่เหมือนกับร้านต้นแบบกระจายออกไปเป็นร้านสาขา และสามารถสร้างร้านเหล่านั้นให้ประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกับการดำเนินการของร้านที่เป็นแม่แบบ จุดประสงค์ของการโคลนนิ่งก็คือ การสร้างสิ่งที่ดีคงที่เหมือนกันกับต้นแบบแต่ให้มากขึ้นในด้านจำนวน ดังนั้น ร้านที่เป็นต้นแบบต้องเป็นธุรกิจที่มีรายได้ มีผลกำไรทางธุรกิจที่ดีและมีประโยชน์จริงกับผู้บริโภค การสร้างธุรกิจให้เป็นแฟรนไชส์ได้จึงต้องศึกษาเข้าใจระบบงาน การทำงานทุกกระบวนการของร้าน มีการกระตุ้นความต้องการในตลาดทั้งสินค้าและตราสินค้า การสร้าง แฟรนไชส์ต้องมีทั้งชื่อเสียงของตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับ สินค้าต้องมีมาตรฐาน ทีมงานที่คอยพัฒนาระบบ และมีการบริหารจัดการความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริง

“ความเชี่ยวชาญ” คือ ความสามารถที่จะทำอะไรได้ดีกว่าหรือที่คนอื่นไม่สามารถทำได้ การทำอะไรที่คนอื่นทำไม่ได้มันต้องมีวิธีการซึ่งต้องเป็นกระบวนการที่ประกอบกันเป็นรูปแบบ ทำซ้ำได้ ควบคุมได้จริง นั่นคือการมีระบบงานที่ดีนั่นเอง

หลักการของการสร้างแฟรนไชส์ให้ได้นั้น ต้องเริ่มจากความสามารถที่สร้างตลาด สร้างความนิยมในสินค้าและบริการที่นำเสนอได้จริง เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายเสียก่อน และทำให้ธุรกิจเติบโตด้วยการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเนื่องจากความสามารถที่จะวางรูปแบบการทำงานได้อย่างเป็นระบบ มีความเป็นมาตรฐานจนขยายวิธีการได้ต่อเนื่องไม่มีข้อจำกัด รวมทั้งพิสูจน์ได้ถึงผลประโยชน์ที่ธุรกิจอย่างต่อเนือง และเมื่อองค์กรมีสมาชิกในระบบแฟรนไชส์ขึ้นมาแล้ว สิ่งที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นในมวลหมู่สมาชิก คือ ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ไม่ว่าในตัวผู้เข้าร่วมสมาชิกเอง บริษัทที่เป็นบริษัทแม่กับสมาชิก รวมถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อบริษัทคู่ค้าทั้งหลาย องค์กรที่เป็นระบบแฟรนไชส์จึงเป็นเสมือนองค์กรที่ต้องสามารถสานประโยชน์ร่วมกันได้เป็นอย่างดี (Hunt, 1973)

“ร่วมกันสร้าง แบ่งกันรวย ช่วยกันโต”

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์



การเตรียมพร้อมเมื่อต้องเข้าตลาดต่างประเทศ

ปัจจัยหลักในการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดในระบบการค้ามีอยู่หลายด้าน แต่จุดที่สำคัญอย่างมากต่อการสร้างตลาดได้อย่างถาวร คือ การเตรียมความพร้อมของแบรนด์ ความพร้อมของตัวสินค้า และการเตรียมตัวด้านการบริการ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมาก เพราะเมื่อมีโอกาสสร้างตลาดได้แล้ว การรักษาคุณภาพด้านต่างๆ ไว้ได้อย่างต่อเนื่องก็คือการสร้างธุรกิจขนาดเล็กให้สามารถอยู่ได้ในระยะยาวในตลาดต่างประเทศ

ความพร้อมด้านแบรนด์

ถ้าเริ่มทำความเข้าใจธรรมชาติของแบรนด์ที่มีความเชื่อมโยงกับองค์ประกอบด้านคุณภาพและราคา “แบรนด์” จะเป็นการสร้างความรู้สึกให้ผู้บริโภคมีจากประสบการณ์ที่ได้รับจากตัวสินค้า ขณะที่การจัดวางตำแหน่งของแบรนด์ในตลาดก็เป็นกลยุทธ์ในการทำธุรกิจ การสร้างแบรนด์ขึ้นมาช่วงที่สำคัญที่สุดก็คือ เริ่มสร้างตลาดของตนเอง แม้ว่าในบางครั้งที่แบรนด์ที่มีภายในประเทศอาจจะยังไม่เป็นที่รู้จัก แต่กลับก้าวกระโดดบุกตลาดต่างประเทศก่อนก็เป็นแนวทางที่ปฏิบัติกันเสมอ แต่ถ้าแบรนด์ที่มีการยอมรับในประเทศด้วย ก็ยังสร้างความมั่นคง และง่ายยิ่งขึ้นกับการขยายตลาดในภูมิภาค กลับกันถ้าหากวางสินค้าเป็นที่นิยมในตลาดที่ห่างไกลอย่างประเทศในกลุ่มยักษ์ใหญ่สามประเทศ (Triad) เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา และแถบยุโรป ก็สามารถหวนกลับมาความเข้มแข็งของแบรนด์ของตนกลับมารุกในประเทศและแถบเพื่อนบ้านได้ด้วย ทั้ง 2 กลยุทธ์เป็นไปได้เสมอ แต่ในทุกๆ วิธีควรต้องเริ่มจากการกำหนดมาตรฐานตำแหน่งของสินค้าและความเข้มแข็งของแบรนด์ ต้องเตรียมการที่จะสร้างแบรนด์ให้ Inter ไปด้วย เพราะการวางแบรนด์ของตนเองในรูปแบบสากลทั้งภาษาและความหมายที่เกี่ยวข้องถึงผลิตภัณฑ์ ต้องยอมรับว่า ชื่อแบรนด์ในรูปแบบภาษาสากลบางครั้งก็เพื่อสร้างความรู้สึกของคุณภาพในระดับโลกมากขึ้น เมื่อต้องมีการลงโฆษณาในนิตยสารการส่งออก หรือแม้กระทั่งการเขียนบทความวิจารณ์ในนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ดังนั้น การนำเสนอสินค้าผ่านเอกสารที่รายละเอียดครบถ้วนพร้อมที่จะเสนอได้ว่ามี “แบรนด์” ที่ดีจริง สำหรับตลาด สร้างความเชื่อถือต่อคุณภาพ ความสามารถการผลิตได้ดี ปัจจัยที่จะถูกประเมินจากผู้นำเข้าในแต่ละประเทศ คือ สินค้าที่ต้องมีคุณภาพตามที่ได้ตกลง อย่างสม่ำเสมอแน่นอน ราคาที่เหมาะสมไม่ขึ้นหรือลงเร็วเกินไปในขณะที่สามารถควบคุมเรื่อง เวลา ได้ดี

ความพร้อมด้านตัวสินค้า

เราจะต้องสามารถสร้างความพร้อมทางธุรกิจในด้านสินค้าได้ด้วย 3 ประเด็นที่ชัดเจนต่อไปนี้ คือ การย้ายเดือนของธุรกิจขนาดกลางและเล็กที่จะต้องสร้างขึ้นมา การสร้างความได้เปรียบจากความแตกต่าง ต้องทำให้สินค้าของเราแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งตรงนี้ขึ้นอยู่กับ R&D ที่สร้างสิ่งที่น่าสนใจใหม่ วิจัยความต้องการของลูกค้าเพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าให้ตรงกับลูกค้าและแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่แล้วในตลาด (Different) เท่ากับสร้างทางเลือกมีมากขึ้น เช่น แชมพูสระผมแต่เดิมนั้นไม่

ว่าจะเป็นผมชนิดใดใช้ได้อย่างเดียวกัน แต่เดี๋ยวนี้มีหลายข้อให้เลือกลงตามความต้องการของลูกค้า สินค้ากลายเป็นนวัตกรรมทั้งสร้างขึ้นมาสำหรับผมสั้น ผมยาว ผมแห้ง ผมมัน ผมดัด ผมมีรังแค ส่วนเรื่องคุณภาพ สินค้าชนะด้วยคุณภาพ ซึ่งตรงกับคำว่า “ตรงใจลูกค้า” สิ่งที่เราเรียกว่าคุณภาพดีของสินค้าแต่ละประเภทย่อมไม่เหมือนกัน รถยนต์คุณภาพดีก็มีนิยามอย่างหนึ่ง โรงแรมที่ดีก็มีนิยามอย่างหนึ่ง โรงพยาบาลที่ดีก็มีนิยามอย่างหนึ่ง คอมพิวเตอร์คุณภาพดีก็มีนิยามอย่างหนึ่ง ต้องเรียนรู้ให้ได้ว่า ลูกค้าของเรานิยามคำว่า Quality ว่าอย่างไร ในธุรกิจนั้นคนผลิตคนทำไม่มีสิทธินิยามคุณภาพสินค้า คนที่มีสิทธินิยามคือ “ลูกค้า” เราต้องหาให้ได้ว่า ลูกค้ากำหนดคุณภาพที่ต้องการนั้นเป็นอย่างไร เพื่อให้ตรงใจลูกค้า ธุรกิจทั่วไปจึงต้องมีการทำวิจัยเพื่อให้รู้ว่า Quality Definition ในสายตาลูกค้าเป้าหมายคืออะไร สินค้าต้องคุ้ม ต้องสร้างความรู้สึกรู้สึกคุ้มค่าให้กับสินค้าบริการที่นำเสนอ มักจะเข้าใจผิดว่าการแข่งขันทางธุรกิจนั้นต้องใช้ราคาต่ำเป็นเครื่องมือ ซึ่งความเป็นจริงสิ่งสำคัญที่สุดไม่ใช่ราคาสูงหรือต่ำแต่อยู่ที่เหตุผลว่าราคาที่ตั้งนั้นคุ้มหรือไม่

ความพร้อมด้านการบริการ

ในปัจจุบันหัวใจของการดำเนินธุรกิจ คือ การพัฒนาระบบงานรูปแบบของการทำงาน การออกแบบการให้บริการที่จับใจและทำอย่างไรให้ตรงใจลูกค้า การพัฒนาระบบงานนั้นจำเป็นต้องสร้างขึ้นเพื่อแข่งขันตามยุคซึ่งมีการแข่งขันทั้งภายในประเทศหรือการแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติที่พยายามเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยเกือบจะทุกธุรกิจ การปรับตัวและแข่งขันกับการกระจายตัวสร้างสาขา ด้วยความได้เปรียบไปในทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นต้นทุนทางการเงิน การจัดการบริหารงานเทคโนโลยีต่างๆ ที่นำมาใช้ แต่สิ่งที่ทุกธุรกิจสามารถสร้างขึ้นเพื่อการแข่งขัน มักจะมุ่งไปคือการสร้างการบริการที่จับใจ เน้นความรวดเร็วและความสะดวกในการใช้บริการ การบริการจึงเป็นเครื่องมือที่สร้างยอดขายได้และสร้างลูกค้าประจำต่อเนื่อง การบริการเพื่อจะชนะใจลูกค้าถือเป็นขั้นตอนที่จะทำให้ลูกค้ากลับมาจับจ่ายใช้สอยกันอีกครั้ง

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ คือ เรื่องการสร้างความพร้อมที่ต้องมีให้ได้ ไม่อย่างนั้นการขายสินค้าเข้าไปในประเทศใดก็ได้แล้วแต่ ในที่สุดก็จะไม่คุ้มค่ากับการลงทุน เพราะกว่าจะสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้ในตลาดต่างประเทศจนลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าและบริการ แต่เมื่อซื้อไปแล้วเพียงครั้งเดียว ลูกค้าก็ไม่กลับมาซื้อสินค้าและบริการอีก ถ้าหากเป็นอย่างนี้ธุรกิจแบบข้ามประเทศแล้วเป็นแบบนี้ทำอย่างไรก็ไม่โต คิดจะทำการค้าเพื่อตลาดโลกแล้วก็ชวนกันพิถิพิถันกันดีกว่าไม่อย่างนั้นก็ต้องหาลูกค้ากันไม่มีวันจบ

การทำการตลาดแฟรนไชส์ผู้ต่างประเทศ

ปรากฏการณ์ในโลกปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจและการค้า เป้าหมายการทำธุรกิจไม่ได้ถูกจำกัดแต่ตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป การขยายตลาดออกไปต่างประเทศกลายเป็นเป้าหมายที่ท้าทายต่อผู้ประกอบการเกือบทุกราย และด้วยเงื่อนไขเวลาที่มีความเหมาะสมจากการเปิด AEC ที่กำลังจะเริ่มในปลายปี 2558 นี้ ถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์สามารถขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้ โดยประเทศเป้าหมายลำดับแรก ควรมีพื้นที่เป้าหมายที่ไม่ไกลจากประเทศไทยมากนัก เนื่องจากจะมีวัฒนธรรม รูปแบบการใช้ชีวิต ภูมิอากาศที่ไม่แตกต่างกันมากนักเกินไป รวมทั้งระยะทางไม่ห่างกันมาก ทำให้สะดวกต่อการเข้าไปสนับสนุนและตรวจสอบมาตรฐานต่างๆ ในอนาคต

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการขยายแฟรนไชส์ไปต่างประเทศ

การจะนำแฟรนไชส์ไปขายต่างประเทศ ต้องทำการศึกษาและเลือกประเทศที่จะขยายธุรกิจออกไป เหตุผลที่สำคัญที่สุดก็คือ “การเรียนรู้หาประสบการณ์ (Learning & Experiences)” ระบบธุรกิจแฟรนไชส์ต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์ในการสร้างความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น การเรียนรู้และการสะสมประสบการณ์ที่ได้จากการแก้ปัญหาต่างๆ จะช่วยให้ทีมงานและธุรกิจมีความเข้มแข็งมากขึ้น และนำสิ่งที่ได้รับจากประสบการณ์นั้นๆ มาปรับปรุงแนวทางการทำงาน และกลยุทธ์ที่ต้องใช้ในการขยายตลาดไปต่างประเทศ ตลาด ASEAN เป็นตลาดที่ทุกคนและทุกประเทศต่างมุ่งเป้าหมายใครที่สามารถเข้าไปสร้างตลาดของธุรกิจตัวเองได้ก่อนก็จะเป็นข้อได้เปรียบ ไม่เพียงตลาด ASEAN แต่ความมองไปที่ ASEAN+6 ซึ่งมีจำนวนประชากรมากถึงครึ่งหนึ่งของประชากรโลก ปัจจัยที่ควรพิจารณาให้ดีก่อนการตัดสินใจขยายตลาดมีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางสังคม (Social Analysis)

- มีการเพิ่มหรือลดของประชากรในสังคมและพื้นที่ที่มากน้อยเพียงใด
- พฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยเน้นสินค้านำเข้าหรือสินค้าในพื้นที่ยี่มากกว่ากัน
- การรับข่าวสาร และ การบอกต่อ มีผลเพียงใด
- พฤติกรรมด้านอื่นๆ เช่น การดูแลสุขภาพ การเสริมความงาม การเดินทางและใช้ชีวิตการทำงาน
- วิถีชีวิตของคน หรือ Life Style
- พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า จากที่ไหน พิจารณาจากอะไร ไปอย่างไร
- อัตราการอพยพ เข้า - ออก ของคนในชุมชน
- คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
- อายุและเพศ
- สิทธิ และ เสรีภาพ ของชุมชน

2. ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Political Analysis)

- สถานะความมั่นคงและรูปแบบของรัฐบาล ว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด
- ปัญหาคอร์รัปชันที่มีในประเทศ มีมากจนภาษีของประชาชนไม่ได้ถูกนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่
- อิสรเสรีภาพในการทำธุรกิจหลากหลายรูปแบบของแต่ละท้องถิ่น
- กฎระเบียบปฏิบัติและข้อห้ามต่างๆ ในการทำธุรกิจ
- การควบคุมการนำเข้าและการส่งออก
- กฎหมายด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม การละเมิดลิขสิทธิ์ การขโมยข้อมูล สวัสดิการพนักงาน
- การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ให้ความคุ้มครองและครอบคลุมแค่ไหน

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Analysis)

- ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินฝืด และ อัตราดอกเบี้ย
- อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราในประเทศ
- อัตราการว่างงานของคนในประเทศ
- อัตราค่าแรงขั้นต่ำและค่าแรงเฉลี่ยของคนในประเทศ
- ระดับชนชั้น และกำลังซื้อของคนในประเทศ
- เพดานราคาของสินค้าและบริการในธุรกิจที่สนใจ
- ตลาดหุ้นของประเทศ
- วงจรธุรกิจที่เราสนใจ
- พื้นที่เศรษฐกิจ

4. ปัจจัยทางด้านกฎหมาย (Legal Analysis)

กฎหมายของประเทศต่างๆ ที่ออกมามีผลกระทบกับธุรกิจและผู้ลงทุน ธุรกิจควรพิจารณาว่ามีกฎหมายใดที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ โดยเฉพาะเรื่องสินค้าและบริการที่เราดำเนินการอยู่ ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทั้งทางตรงหรือทางอ้อม กฎหมายดังกล่าวสร้างข้อจำกัดหรือสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจนั้นๆ และมีข้อบังคับหรือเรื่องที่ธุรกิจต้องปฏิบัติตามกฎหมายนั้นๆ อย่างไรบ้าง

5. ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ (Technology Analysis)

- เทคโนโลยีพื้นฐานของพื้นที่นั้นๆ
- อัตราการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี
- ปริมาณของผู้ที่ทำหน้าที่สร้างและพัฒนาเทคโนโลยี
- ระดับของเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมในชุมชน
- เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

- การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ของประเทศ

6. อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power Of Customers)

บางครั้งผู้ซื้อมีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่พวกเขาต้องการ สำหรับผู้ประกอบการแล้วการลดราคาขายจะทำให้รายได้ลดลง ส่วนการเพิ่มคุณภาพก็จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น และนำไปสู่ผลกำไรที่ลดลง โดยเฉพาะธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าน้อยและไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ลูกค้าก็จะมีอำนาจการต่อรองสูงขึ้น และจะยิ่งสูงขึ้นไปอีกถ้าลูกค้ามีการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อในปริมาณที่มาก เพราะลูกค้ามีสิทธิในการเลือกที่จะซื้อกับผู้ประกอบการเจ้าอื่นๆ ที่สามารถให้เงื่อนไขตามที่ต้องการได้

7. อำนาจต่อรองของ Supplier (The Bargaining Power Of Suppliers)

การร่วมมือกันของ Supplier เพื่อลดอำนาจการต่อรองของลูกค้า เพื่อให้กลุ่มของตัวเองขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้นหรือมีคุณภาพที่น้อยลงโดยที่เราไม่มีสิทธิเลือกมากนัก โดยเฉพาะหากธุรกิจเราต้องเจอกับ Supplier ที่มีจำนวนน้อย ก็เสี่ยงที่จะต้องเผชิญกับสถานการณ์เช่นนี้ได้ยาก และเมื่อธุรกิจเราควบคุมราคาได้ยากก็จะส่งผลให้ต้นทุนของธุรกิจสูงขึ้นนั่นเอง

8. ภัยคุกคามจากคู่แข่งในตลาดและผู้ประกอบการใหม่ (Threat Of Competitors and New Entrants)

คู่แข่งที่อยู่ในตลาดในประเทศนั้นๆ ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องพิจารณา เนื่องจากคู่แข่งมีประสบการณ์การทำธุรกิจและฐานของลูกค้าเดิมในตลาดอยู่แล้ว รวมทั้งนักลงทุนใหม่ๆ ที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดในเวลาไม่นานนัก เมื่อเห็นว่าธุรกิจนั้นๆ มีความน่าสนใจ

9. สินค้าทดแทน (Threat Of Substitutes)

เมื่อฐานลูกค้าที่เราสามารถหาสินค้าที่มาทดแทนสินค้าของเราได้อย่างง่าย โดยสินค้าทดแทนนั้นอาจมีราคาที่ถูกกว่าหรือมีคุณภาพบางส่วนที่ดีกว่าสินค้าของเรา จนเป็นเหตุผลที่จะเลิกซื้อสินค้าและบริการของเราแล้วหันไปใช้สินค้าทดแทนนั้นๆ จะทำให้การเติบโตของยอดขายและกำไรตกลงทันที เราต้องมั่นใจว่า สินค้าและบริการของเรามีจุดเด่นอะไรที่ธุรกิจอื่นไม่สามารถหาสินค้ามาทดแทนได้ นั่นคือการมุ่งสร้าง “คุณค่า” ให้กับสินค้าและบริการที่เรากำลังนำเสนออยู่อย่างต่อเนื่องนั่นเอง

10. พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner)

เรื่องที่มีความสำคัญมากในการขยายธุรกิจไปต่างประเทศก็คือ การหาพันธมิตรทางธุรกิจ เราไม่สามารถรู้และเข้าใจสถานะของตลาดในพื้นที่ได้ดีไปกว่าคนที่อยู่ในพื้นที่ พันธมิตรจะมีความรู้เรื่องช่องทางในการทำตลาด รู้ด้านกฎหมาย มีความสัมพันธ์ที่ดีกับทั้งรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น ซึ่งการทำงานร่วมกับคนท้องถิ่นต้องอาศัยความไว้วางใจเชื่อใจกันเป็นอย่างมาก เมื่อได้พันธมิตรแล้วควรพัฒนาความสัมพันธ์ที่มีต่อกันให้มากขึ้น

11. ศึกษาระบบ Logistic และ เส้นทางคมนาคม

การศึกษาระบบ Logistic และ เส้นทางขนส่ง การคมนาคม ในแต่ละประเทศมีความสำคัญกับธุรกิจมาก มีผลกับต้นทุนของสินค้าและบริการ ตลอดจนต้นทุนแรงงานและเวลาที่ใช้ในการขนส่งจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง หากธุรกิจมีการลงทุนขยายตลาดไปยังหลายประเทศ การขนส่งที่เชื่อมต่อกันได้จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี

เมื่อเข้าใจการทำการตลาดแฟรนไชส์ต่างประเทศและปัจจัยที่ต้องพิจารณาแล้ว สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจต่อไป คือ การเตรียมความพร้อมการเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงธุรกิจ (Exhibition) ซึ่งถือว่าเป็นจุดที่จะนำเสนอรูปแบบธุรกิจให้กับผู้ที่สนใจซื้อแฟรนไชส์

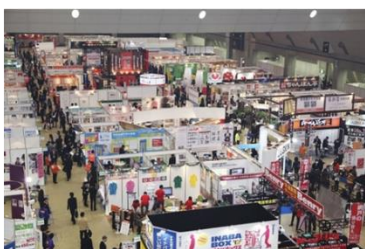
การเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงธุรกิจ (Exhibition)

งานแสดงธุรกิจ (Exhibition) เป็นงานที่มีความสำคัญ เพราะเป็นงานที่รวมเอาธุรกิจที่ต้องการขยายด้วยระบบแฟรนไชส์มาไว้ด้วยกัน และเป็นงานที่ได้รับความนิยมจากผู้ลงทุนและผู้ที่กำลังมองหาการลงทุนในธุรกิจที่ต้องการมากขึ้นเรื่อยๆ งานแสดงธุรกิจมีมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้ประกอบการสามารถใช้โอกาสจากการเข้าร่วมงานแสดงธุรกิจนี้ เพื่อมองหากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ตลอดจนนำธุรกิจไปสู่ตลาดให้เป็นที่รู้จักได้ทั้งในระดับท้องถิ่นภายในประเทศ และระดับสากลที่อยู่ต่างประเทศต่างๆ และเนื่องจากมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากจึงก่อให้เกิดการแข่งขันกันสร้างจุดเด่นและความน่าสนใจให้กับธุรกิจของตัวเอง ผู้ประกอบการจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมในการที่จะเข้าร่วมงานให้ดี ซึ่งการเตรียมความพร้อมนั้นอาจต้องใช้เวลาเตรียมล่วงหน้าอย่างน้อย 4-6 เดือน สำหรับผู้ประกอบการใหม่เลยทีเดียว ที่เดียว เรื่องที่ต้องให้ความสำคัญมากมีอยู่ 3 เรื่อง คือ

1. การเตรียมการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)
2. การเตรียมเรื่องเอกสารที่ต้องใช้ (Documentary)
3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)

ผู้ประกอบการที่จะเริ่มขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ จำเป็นต้องตรวจสอบธุรกิจตัวเองให้ดีก่อนว่ามีองค์ประกอบของความพร้อมเพียงใดสำหรับการขยายสาขาด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ ความพร้อมดังกล่าวจะมีนัยสำคัญคือ **หนึ่ง** แบนด์ของธุรกิจเป็นที่รู้จักในวงกว้างและได้รับความนิยมขนาดไหน ซึ่งหมายถึงมีฐานลูกค้าของธุรกิจใหญ่เพียงใด รวมทั้งภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการเป็นอย่างไร **สอง** ธุรกิจมีสาขามากแค่ไหน จำนวนสาขาคือสิ่งที่จะบอกถึงความเชี่ยวชาญและความสามารถในการบริหารจัดการสาขา เรื่องนี้คือความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง และ **สาม** ทีมงานและระบบงาน เป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ความเชี่ยวชาญต่างๆ นั้น สามารถถ่ายทอดได้อย่างเป็นระบบเมื่อผู้ประกอบการมีองค์ประกอบของความพร้อม 3 ข้อดังกล่าวแล้ว การเริ่มต้นขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์จะเป็นเดินหน้ารุกตลาดเพื่อสร้างการเติบโตและส่วนแบ่งการตลาดต่อไป

รูปแบบการจัดงานนิทรรศการแฟรนไชส์ในต่างประเทศ



ก่อนขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์

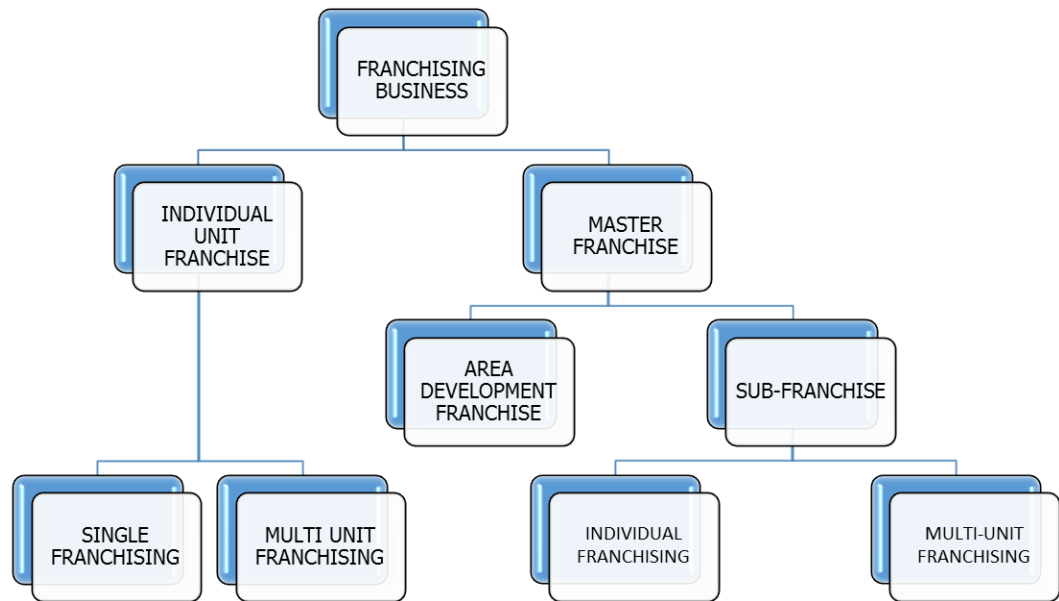
ผู้ประกอบการควรต้องมีเครื่องมือและข้อมูลที่สำคัญจำเป็นต้องรู้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนอย่างมีเป้าหมาย ไม่ใช่ขยายไปก่อนแล้วค่อยไปว่ากัน เครื่องมือและข้อมูลต่างๆ ที่ควรจะต้องมีต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน คำถามที่ต้องการคำตอบมีดังต่อไปนี้

1. อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่พึงเรียกเก็บนั้น เหมาะสมแล้วหรือไม่ ?
2. มูลค่าการลงทุนต่อสาขาของร้าน ประมาณเท่าไร ?
3. ทำเลที่เหมาะสมสำหรับการเปิดร้าน มีเกณฑ์ในการพิจารณาอะไรบ้าง ?
4. กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรองของธุรกิจ คือใคร ?
5. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนของแฟรนไชส์ซี และระยะเวลาคืนทุน เป็นเท่าไร ?
6. เกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาผู้ที่เข้าร่วมธุรกิจประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ?
7. หากขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ จะเลือกรูปแบบใดในการให้สิทธิ ?
8. หากขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ผู้ประกอบการต้องการจำนวนของร้านสาขาเท่าไร ถึงจะเหมาะสมกับการสนับสนุน ?
9. ทีมงานที่มีอยู่ มีศักยภาพในการสนับสนุนการสร้างสาขาได้เพียงใด ?

คำถามเหล่านี้มีไว้สำหรับให้ผู้ประกอบการได้ทบทวน และเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นขยายธุรกิจต่อไป สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการคือ การเป็นผู้ประกอบการที่ต้องมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจของตนเองเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นความเชี่ยวชาญด้านสินค้าและบริการ ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการทีมงานอย่างเป็นระบบ ความเชี่ยวชาญด้านการสร้างตลาดและฐานลูกค้าของธุรกิจ ตลอดจนความเชี่ยวชาญที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับแฟรนไชส์ซีได้ หากผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญครบทุกด้าน การขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์จะทรงพลังและสร้างความยั่งยืนได้อย่างแน่นอนที่สุด



แผนภาพแสดงลักษณะของการให้สิทธิในระบบแฟรนไชส์



การจัดเตรียมความพร้อมของงาน

1. เตรียมตัวกับการตกแต่งพื้นที่ (Space management & Decoration)

การตกแต่งพื้นที่ที่มีความสำคัญมากสำหรับการไปร่วมออกงานแสดงธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการต้องแสดงให้เห็นให้ผู้สนใจเข้าใจและเข้าถึงแนวคิดของธุรกิจได้โดยผ่านการตกแต่งพื้นที่ที่แสดง ซึ่งวิธีการที่ง่ายที่สุดก็คือการออกแบบพื้นที่ให้เหมือนกับลักษณะร้านปัจจุบันนั่นเอง



การตกแต่งพื้นที่ในลักษณะนี้แม้ว่าจะให้ความรู้สึกและแสดง “แนวคิดของร้าน (Shop concept)” ได้ดีที่สุด แต่ก็ต้องใช้งบประมาณสูงด้วยเช่นกัน รวมทั้งการเคลื่อนย้ายขนย้ายสำหรับไปแสดงในต่างประเทศบ่อยๆ อาจมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูง จึงเหมาะกับการงานแสดงธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการมุ่งหวังเรื่องการสร้างภาพลักษณ์และสร้างความน่าสนใจ รวมถึงแสดงศักยภาพของธุรกิจ ให้กับผู้สนใจเข้าชมงานเพื่อการจดจำและการนำไปประชาสัมพันธ์ต่อไป

การตกแต่งพื้นที่อีกลักษณะหนึ่งที่นิยมใช้กัน คือ การใช้อุปกรณ์มาตรฐานต่างๆเข้ามาช่วยซึ่งสามารถถอดเก็บและประกอบได้ง่าย สามารถเคลื่อนย้ายไปได้สะดวกและมีราคาไม่สูงมาก

ภาพแสดงอุปกรณ์มาตรฐานต่างๆ

(ตัวอย่างอุปกรณ์มาตรฐานต่างๆ ที่แสดงไว้รวมทั้งราคา เป็นเพียงการแนะนำเบื้องต้นสำหรับในประเทศไทยเท่านั้น)



ภาพแสดงอุปกรณ์มาตรฐานต่างๆ



หลักเกณฑ์ในการกำหนด Concept ของ Booth

1. ต้องไม่ซับซ้อนจนเกินไป กำหนดพื้นที่ใช้สอยให้ถูกวัตถุประสงค์
2. เน้นตราสินค้า และทำให้ธุรกิจเด่นชัดกว่าคู่แข่งอื่นๆ
3. การจัดองค์รวมให้เป็นหนึ่งเดียวกัน
4. เน้นความรู้สึกที่ดีและน่าประทับใจ เมื่อมีผู้มาเยี่ยมชม ทั้งการต้อนรับและการบริการ
5. กำหนดขั้นตอนในการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอ

อาจใช้เทคนิคขององค์ประกอบอื่นๆ ที่มีสีสันเพื่อสร้างความน่าสนใจต่างๆ เช่น การแต่งตัวของเจ้าหน้าที่ ของที่ระลึก การนำเสนอที่มีการเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อเรียกให้เข้ามาเยี่ยมชม Booth

รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การจัดแสดงแบบเต็มรูปแบบ



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การจัดแสดงแบบเต็มรูปแบบ



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การแสดงแบบง่ายและใช้อุปกรณ์มาตรฐาน



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การจัดแสดงแบบ Show case



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การจัดแสดงแบบ Show case



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การจัดแสดงแบบ Show case



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม : การสร้างจุดเด่นให้กับ Booth ด้วยองค์ประกอบอื่นๆ



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม :

การใช้อุปกรณ์มาตรฐานและการสร้างจุดเด่นให้กับ Booth แบบง่ายๆ



รูปแบบการจัด Booth ที่เหมาะสม :

การใช้อุปกรณ์มาตรฐานและการสร้างจุดเด่นให้กับ Booth แบบง่ายๆ



รูปแบบการจัด Booth ที่ไม่เหมาะสม



การตกแต่งที่ไม่เอาใจใส่
และไม่มีจุดดึงดูด

ใช้ก๊อปปี้หนังสือ ไม่เรียบร้อยและ
การใช้วัสดุที่เหี่ยวห่อ



รูปแบบการจัด Booth ที่ไม่เหมาะสม



ปล่อยให้ Booth ว่างไว้ ขาดความเป็นมืออาชีพไม่มีการเตรียมพร้อม

การตกแต่งที่ไม่เรียบร้อย
โดยใช้กระดาษคิดปะะ ทำให้ไม่น่าดู



คำแนะนำเพิ่มเติม

ก่อนการออกงานแสดงนิทรรศการ ควรทำการศึกษาข้อมูลของงานให้ดี เช่น ข้อมูลของผู้จัดงานเป็นใคร มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดงานอย่างไร ผลงานการจัดงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร มีสถิติผู้เข้าชมงานมากน้อยเท่าไร มาจากไหนบ้าง ใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์งานอย่างไร เคยจัดงานในสถานที่หรือประเทศใดมาแล้วบ้าง ผู้เข้าร่วมงานหลักของผู้จัดงานเป็นใครบ้าง ราคาพื้นที่ต่อตารางเมตรเท่าไร มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรให้บ้าง

ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ควรระลึกไว้ว่าการขยายธุรกิจด้วยกลยุทธ์แฟรนไชส์ ควรมีการวางแผนการขายไว้ให้ชัดเจน โดยเฉพาะการขายไปยังต่างประเทศ ซึ่งต้องวางแผนให้ละเอียดรอบคอบตลอดจนต้องเตรียมเครื่องมือที่ต้องใช้ให้ดี

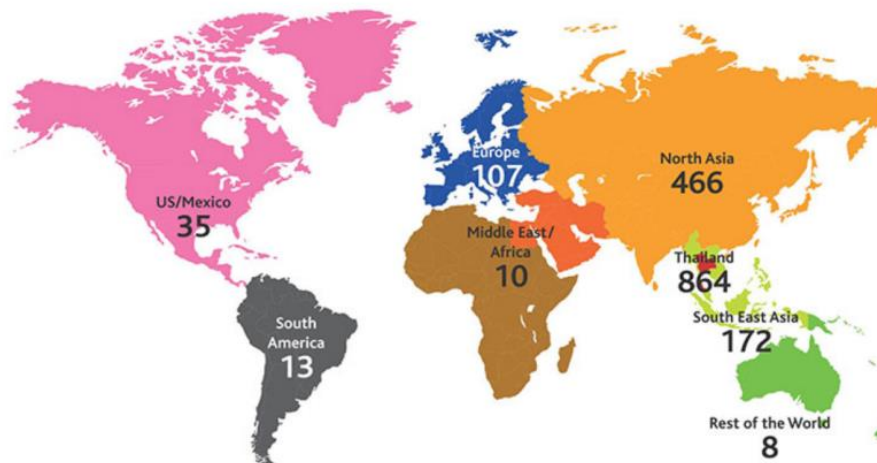
ตัวอย่างข้อมูลของผู้จัดงาน



ตัวอย่างข้อมูลของผู้จัดงาน

THAIFEX-World of Food Asia proves its mettle as one of Asia's top food and hospitality exhibition by welcoming **1,675** exhibitors from **33** countries across **3** specialized trade shows and **12** product sectors.

Exhibitor's breakdown by region



FAST FACTS

1,675



exhibitors from
33 countries

24 country &
provincial
groups

48%

International

52%

Local (Thailand)

35,205 Quality buyers came to THAIFEX-World of Food Asia 2015 to source and purchase. Amongst them, **27,931** trade visitors came from within Thailand, while **7,274** were International buyers.

71%

trade visitors
hold these job
titles:

- CEO/COO/CFO
- Sole Proprietor
- Managing Director
- General Manager
- Director
- Head of Department
- Sales & Marketing Manager
- Purchasing & Procurement Director/Manager
- Culinary Professionals

27,931

Local Visitors

2,610

North Asia

1,731

Southeast Asia (excluding Thailand)

1,435

Europe, USA and Rest of the World

733

Indo-China

421

South Asia

344

Western Asia & Middle East



รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยปี พ.ศ.2559

ลำดับ	ชื่อโครงการ	วันที่	สถานที่
1	งานมหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพครั้งที่ 16	25-28 กุมภาพันธ์ 59	ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว
2	งาน SME Biz Asia 2016	26-28 กุมภาพันธ์ 59	อิมแพ็ค เมืองทองธานี
3	งาน THAI FRANCHISE AND SMEs Expo 2016 ปีที่ 10	10-13 มีนาคม 59	อิมแพ็ค เมืองทองธานี
4	มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 17	12-15 พฤษภาคม 59	เดอะมอลล์ บางกะปิ
5	THAIFEX-World of Food Asia 2016	25-29 พฤษภาคม 59	อิมแพ็ค เมืองทองธานี
6	Smart SME Expo 2016	30 มิถุนายน – 3 กรกฎาคม 59	อิมแพ็ค เมืองทองธานี
7	TFBO 2016 Thailand Franchise & Business Opportunities	4-7 สิงหาคม 59	ไบเทค บางนา
8	ASEAN Retail 2016	4-7 สิงหาคม 59	ไบเทค บางนา
9	RETAIL-EX 2016	25-27 สิงหาคม 59	อิมแพ็ค เมืองทองธานี
10	มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 18	6-9 ตุลาคม 59	เซ็นทรัล เวสต์เกต (บางใหญ่)
11	มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 19	14-18 ธันวาคม 59	แพชั่นไอส์แลนด์

มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 16
25-28 กุมภาพันธ์ 2559
เซ็นทรัล ลาดพร้าว

พบกับ...
- พบกับแฟรนไชส์ชั้นนำ
- พบกับนักลงทุนชั้นนำ
- พบกับสื่อมวลชนชั้นนำ

ติดต่อ: 02-756-9631, 086-336-2384

มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 16
25-28 กุมภาพันธ์ 2559
เซ็นทรัล ลาดพร้าว

พบกับ...
- พบกับแฟรนไชส์ชั้นนำ
- พบกับนักลงทุนชั้นนำ
- พบกับสื่อมวลชนชั้นนำ

ติดต่อ: 02-756-9631, 086-336-2384

แผนการจัดงานปี 2016 มหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 16-19

วันที่	สถานที่	จำนวน	รายละเอียด
ครั้งที่ 16	25-28 กุมภาพันธ์ 2559	888 คู่มือ 5	พื้นที่จัดแสดง 2 ชั้น จาก 50,000 บาท
ครั้งที่ 17	12-15 พฤษภาคม 2559	888 คู่มือ 4	พื้นที่จัดแสดง 2 ชั้น จาก 50,000 บาท
ครั้งที่ 18	6-9 ตุลาคม 2559	888 คู่มือ 4	พื้นที่จัดแสดง 2 ชั้น จาก 50,000 บาท
ครั้งที่ 19	14-18 ธันวาคม 2559	888 คู่มือ 4	พื้นที่จัดแสดง 2 ชั้น จาก 50,000 บาท

ติดต่อ: 02-756-9631, 086-336-2384

THAIFEX-World of Food Asia 2015
A Record Milestone

70,000 sqm of exhibition space

1,052 chefs and 47 judges at 2 world-class chef challenges

1,675 exhibitors from 13 countries/regions

270 international food & beverage products

35,205 Trade Visitors from 117 countries

ติดต่อ: 08-6336-2384, 02756-9631

รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016



Hong Kong International Licensing Show 2016



(Franchise, Business SMEs, Conference) Hong Kong

Monday, 11 - Wednesday, 13 January 2016

13th Hong Kong Licensing Show Draws Record Attendance The 13th HKTDC Hong Kong International Licensing Show, attracted a record of more than 19,700 vi...



The Franchise Show – Montreal

(Franchise, Business SMEs, Conference) Canada

Saturday, 16 - Sunday, 17 January 2016

Have you ever dreamed of running your own business? Franchising offers you the chance to be in business for yourself, but not by yourself. For more ...



Myanmar International Franchise & SME Expo 2016

(Franchise, Business SMEs, Conference) Myanmar

Friday, 22 - Sunday, 24 January 2016

ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Myanmar International Franchise & SME Expo 2016 / งานแสดงสินค้าแฟรนไชส์และเอสเอ็มอี มียนานาชาติประเทศพม่า 2016 ...



รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016

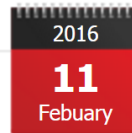


The Franchise Show in Calgary 🇨🇦

(Franchise, Business SMEs, Conference) Canada

Saturday, 6 - Sunday, 7 February 2016

Have you ever dreamed of running your own business? Franchising offers you the chance to be in business for yourself, but not by yourself. For more ...

[Attend](#)[Register](#)

FRANCHISE EXPO SOUTH 2016 🇺🇸

(Franchise, Business SMEs, Conference) United States

Thursday, 11 - Saturday, 13 February 2016

FIND THE BUSINESS YOU'VE ALWAYS BEEN LOOKING FOR — IN JUST ONE WEEKEND!

[Attend](#)[Register](#)

The Franchise Show London 2016 🇬🇧

(Franchise, Business SMEs, Conference) United Kingdom

Friday, 19 - Saturday, 20 February 2016

Join thousands of entrepreneurs and business owners at The Franchise Show, the best franchise event in the country. Meet with the best proven franch...

[Attend](#)[Register](#)

รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016



IFA Annual Convention

(Franchise, Business SMEs, Conference) United States

Saturday, 20 - Tuesday, 23 February 2016

IFA's Annual Convention is the premier event in Franchising.

Attend

Register



The Franchise Show-Toronto 2016

(Franchise, Business SMEs, Conference) Canada

Saturday, 20 - Sunday, 21 February 2016

The Franchise Show-Toronto is a 2 day event being held from 20th February to the 21st February 2016 at the Metro Toronto Convention Centre North Bui...

Attend

Register



FranquiAtlántico 2016

(Franchise, Business SMEs, Conference) Spain

Friday, 26 - Saturday, 27 February 2016

Great satisfaction of the exhibitors at the fifteenth edition of FranquiAtlántico Hall. More than five thousand visitors a qualified profile H...

Attend

Register

รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016

2016

3

March



FRANCHISE SEOUL 2016 🇰🇷

(Franchise, Business SMEs, Conference) South Korea

Thursday, 3 - Saturday, 5 March 2016

Franchise Seoul is a leading and large-scale exhibition in Korea for entrepreneurs, start-ups, global brands, business franchisors, and franchisees.

Attend

Register



International Franchise Fair FIF 2016 🇲🇽

(Franchise, Business SMEs, Conference) Mexico

Thursday, 3 - Saturday, 5 March 2016

INTERNATIONAL FRANCHISE EXHIBITION evolves through greater vocation and willingness of entrepreneurs to begin the road to a business. Your search is...

Attend

Register

2016

9

March



TOKYO FRANCHISE SHOW 2016 🇯🇵

(Franchise, Business SMEs, Conference) Japan

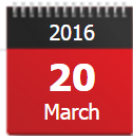
Wednesday, 9 - Friday, 11 March 2016

TOKYO FRANCHISE SHOW remains Japan's largest trade show for franchisors and new businesses seeking a business partner. It features franchisors in th...

Attend

Register

รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016



Franchise Expo Paris 2016

(Franchise, Business SMEs, Conference) France

Sunday, 20 - Wednesday, 23 March 2016

International Franchise Exhibition. Franchise Expo Paris is the international hub connecting investors from 83 countries with the most renowned franch...

Attend

Register



C-star – Shanghai's International Trade Fair for Solutions and Trends all Retail

(Franchise, Business SMEs, Conference) China

Wednesday, 18 - Friday, 20 May 2016

The C-star Retail Conference is one part of the extensive supporting program for C-star, Shanghai's International Trade Fair for Solutions and Trend...

Attend

Register



International Franchise, License and Business Concept Expo & Conference (IFRA 2016)

(Franchise, Business SMEs, Conference) Indonesia

Friday, 3 - Sunday, 5 June 2016

After gaining huge success on previous event, PT. Dyandra Promosindo, endorsed by Indonesia Franchise Association (AFI) is once again proudly present ...

Attend

Register

รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016



FRANCHISE ASIA PHILIPPINES 2016 🇵🇭

(Franchise, Business SMEs, Conference) Philippines

Friday, 22 - Sunday, 24 July 2016

FRANCHISE ASIA PHILIPPINES 2016 International Franchise Expo

Attend

Register



MYANMAR RETAIL EXPO 2016 🇲🇲

(Franchise, Business SMEs, Conference) Myanmar

Thursday, 18 - Saturday, 20 August 2016

MYANMAR RETAIL EXPO ครั้งที่ 1 กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 18-20 สิงหาคม 2016 โดยจัดร่วมกับ Myanmar Foodbev 2016 ที่ Tatmadaw Hall ณ เมืองย่างกุ้ง ประ...

Attend

Register



4th International Conference on Sustainable Development, ICSD-2016, Rome, Italy 🇮🇹

(Education, Books, Science) Italy

Friday, 16 - Saturday, 17 September 2016

Conference Objective and Philosophical Framework The International Conference on Sustainable Development is inspired from the critica...

Attend

Register

รายละเอียดงานแสดงธุรกิจแฟรนไชส์ในต่างประเทศปี 2016



Food ingredients Asia 2016

(Food, Drinks) Indonesia

Wednesday, 21 - Friday, 23 September 2016

Fi Asia is a well established show in the Fi portfolio, having run since 1996 to service the extensive Southeast Asian food industry. In 2010, the d...

[Attend](#)

[Register](#)

2. การเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ (Documentary)

วัตถุประสงค์ที่สำคัญในการออกงานนิทรรศการนั้น คือ การสร้างการรับรู้และมองหาผู้มุ่งหวังที่จะลงทุน ดังนั้น เอกสารที่จำเป็นสำหรับการออกงานนิทรรศการ จึงต้องเป็นเอกสารที่ทำหน้าที่ในการแนะนำบริษัทและธุรกิจ รวมทั้ง เอกสารที่ทำหน้าที่บันทึกข้อมูลของผู้เข้ามาเยี่ยมชม Booth เพื่อนำไปใช้ดำเนินการต่อเมื่อจบงานนิทรรศการ เอกสารหลักที่ต้องใช้ในการออกงานแสดงได้แก่

1) Franchise Brochure

หน้าที่ของ Franchise Brochure คือ การทำให้ผู้สนใจและเยี่ยมชม Booth ได้รู้จักความเป็นมาของธุรกิจ ประวัติ และศักยภาพของบริษัท ซึ่งหมายถึง ศักยภาพทุกด้านของธุรกิจซึ่งรวมถึงผู้บริหารและทีมงานของธุรกิจที่มีอยู่ ตลอดจนการให้ข้อมูลเรื่องสินค้าและบริการของธุรกิจ ลักษณะร้านค้าและพื้นที่ที่ต้องการใช้ ขั้นตอนและคุณสมบัติของผู้ที่ต้องการจะเข้ามาเป็นแฟรนไชส์ซีและการสนับสนุนจากทีมงานของบริษัทฯ ที่เตรียมไว้สำหรับผู้ที่ได้รับสิทธิ์เป็นแฟรนไชส์ซี



การจัดทำ Franchise Brochure ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบและภาพลักษณ์ของธุรกิจ การเลือกใช้ตัวหนังสือ ภาพประกอบ การจัดวาง ตลอดจนสีที่ใช้ ต้องคงความเป็นอัตลักษณ์ของธุรกิจให้ดี หากผู้ประกอบการที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ก็ต้องทำให้มีภาษาอังกฤษหรือภาษาท้องถิ่นที่ต้องการจะเข้าไปเปิดตลาดในประเทศนั้นๆ เพิ่มเติม

2) Lead Sheet

เราจะเรียกผู้ที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชม Booth ว่า Lead โดยปกติ Lead จะเข้ามาเพื่อขอข้อมูลและซักถามข้อมูลเพิ่มเติมมากมาย ทีมงานจึงต้องรู้ว่าขอบเขตการให้ข้อมูลจะให้ได้มากแค่ไหน ข้อมูลหลักที่ทีมงานจะต้องให้กับผู้สนใจ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับความเป็นมาของธุรกิจ แนวคิดธุรกิจ สินค้าและบริการ ตลอดจนแนวคิดร้าน รวมทั้งตลาดและกลุ่มผู้บริโภคหลัก จำนวนสาขา ระบบการให้การสนับสนุน หลังจากให้ข้อมูลกับผู้เข้ามาเยี่ยมชม Booth แล้ว ทีมงานจะต้องขอข้อมูลในการติดต่อกลับจาก Lead ข้อมูลดังกล่าวจะผ่านการกรอกในแบบฟอร์มที่เรียกว่า Lead Sheet ซึ่งจะมีช่องสำหรับการขอข้อมูล Lead เบื้องต้น เพื่อใช้ในการดำเนินการภายหลังจากงานนิทรรศการเสร็จสิ้นต่อไป

3) Lead Record

ในแต่ละวันของการออกงานแสดงนิทรรศการ รายชื่อ Lead ที่ได้จาก Lead Sheet ควรนำมาสรุปลงใน Lead Record เพื่อที่จะได้ทำการสรุปและแยกข้อมูลต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่ การออกแบบ Lead Sheet และ Lead Record จะขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ประกอบการว่าต้องการให้ Lead ให้ข้อมูลมากน้อยเพียงใดและต้องการข้อมูลแค่ไหน ข้อมูลที่ต้องการในเบื้องต้นนั้นไม่ควรจะลึกหรือมากเกินไป ควรเป็นข้อมูลพื้นฐานโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการติดต่อภายหลัง และใช้ในการประเมินความสนใจที่ Lead มีต่อธุรกิจ รวมทั้งการให้ข้อมูลของทีมงาน และการขอข้อมูลเพิ่มเติมจาก Lead

4) Franchise Sales Kit

เมื่อมีความจำเป็นต้องคุยกับ Lead ที่มีความสนใจและต้องการลงทุนอย่างจริงจัง ผู้ประกอบการควรจัดทำเครื่องมือในการขายแฟรนไชส์ไว้ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลและเนื้อหาที่จำเป็นต้องใช้ในการพูดคุยกับ Lead ที่สนใจ เครื่องมือดังกล่าว คือ Franchise Kit ซึ่งมีเนื้อหาที่สำคัญประกอบด้วย

- ความเป็นมาของบริษัท (Company profile)
- แนวคิดและหลักการเรื่องแฟรนไชส์ (Franchise concept)
- สิทธิประโยชน์ของแฟรนไชส์ซี (Franchisee benefits)
- แนวคิดทางการตลาด (Marketing concept)
- รายละเอียดของธุรกิจ : ร้านค้า สินค้าและบริการ (Shop & Product details)

ตัวอย่าง Lead sheet และ Lead Record อย่างง่าย

LEAD SHEET

REQUEST FOR ADDITIONAL INFORMATION

NAME

ADDRESS _____

TEL

MOBILE

EMAIL

OCCUPATION/COMPANY _____

NOTE: _____

Prospect Record

วันที่	เวลา	สรุปการสนทนา / ข้อมูลที่ได้รับ	วัสดุที่ส่งให้	วันที่ติดตาม

3. การเตรียมคนและการกำหนดหน้าที่ (People & Role)

เมื่อผู้ประกอบการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องกำหนดเป้าหมายไว้ว่า ต้องการจะขยายธุรกิจไปยังประเทศใด ในกรณีที่ไปร่วมงานแสดงนิทรรศการยังต่างประเทศ รวมทั้งมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า จะต้องมีการเพิ่มจำนวนสาขาที่ต้องการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเท่าไร ดังนั้น การร่วมงานแสดงนิทรรศการทุกครั้ง จึงต้องหาบุคลากรที่มีความเหมาะสม เพื่อให้สามารถนำเสนอธุรกิจและโน้มน้าวให้ผู้เข้าชม Booth ให้ข้อมูลที่จำเป็นได้ ตลอดจนสร้างการจดจำที่ดีให้กับ Lead ผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาหาผู้ที่เข้ามารับผิดชอบใน Booth โดยพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

1. มีบุคลิกภาพที่ดี มีความกระตือรือร้น พุดจาน่าเชื่อถือ
2. มีทักษะในการนำเสนอ ทักษะในการรับฟัง ที่ดี
3. มีความสามารถทางภาษา (กรณีไปต่างประเทศ)
4. มีทัศนคติที่ดีและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รักการพบปะพูดคุยกับคนทั่วไป
5. เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ มีเป้าหมายที่ชัดเจนในชีวิต

คุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ที่จะไปปฏิบัติงานใน Booth จะทำให้เกิดความได้เปรียบเมื่อ Lead ผ่านหรือเข้ามาเยี่ยมชม เพราะคุณสมบัติเหล่านี้จะสร้างความน่าสนใจให้กับธุรกิจ และสามารถเชิญชวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเข้ามาให้ข้อมูลและนำเสนอธุรกิจได้ แต่ก่อนที่ทีมงานเหล่านี้จะไปประจำอยู่ที่ Booth ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมสำหรับแนวทางในการปฏิบัติของผู้ปฏิบัติการใน Booth ดังนี้

1. กำหนดจำนวนเป้าหมายของ Lead ที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ
2. การจัดเวลาเข้าทำงานให้สัมพันธ์กับระยะเวลาของงานนิทรรศการและจำนวนผู้ที่ปฏิบัติงานใน Booth
3. การกำหนดผู้มีหน้าที่รับผิดชอบประจำ Booth ในแต่ละรอบการทำงาน
4. ขั้นตอนการปฏิบัติงานตั้งแต่การเริ่มต้นเข้ามาเปิด Booth จนกระทั่งการปิด Booth
5. การทักทาย และ การกล่าวขอบคุณและส่ง Lead ออกจาก Booth
6. วิธีการและขั้นตอนการนำเสนอธุรกิจ ทั้งกรณีที่มีอุปกรณ์ช่วย เช่น Video presentation หรือการนำเสนอผ่าน Franchise Brochure
7. เตรียมคำถามและคำตอบ สำหรับ Lead ที่เข้ามาเยี่ยมชม Booth ตลอดจนคำถามที่ทีมงานควรสอบถาม Lead
8. วิธีการขอให้ Lead ให้ข้อมูลผ่าน Lead sheet
9. กำหนดแบบฟอร์มสำหรับสวไมล์ของทีมงานที่ไปปฏิบัติงานใน Booth

รายการเตรียมความพร้อมออกงานแสดงนิทรรศการ						
ชื่องานแสดง _____		สถานที่ _____				
ระยะเวลา _____		ผู้รับผิดชอบโครงการ _____				
ลำดับ	งานที่ต้องดำเนินการ	กำหนดแล้วเสร็จ	ผู้รับผิดชอบ	สถานะของงาน		
				On	Fin.	C/N
1	การออกแบบ Booth					
2	ขนาดพื้นที่ _____ sqm.					
3	พิจารณาแบบ-1st Draft					
4	พิจารณาแบบ-2nd Draft					
5	พิจารณาแบบ-3rd Draft					
6	Final - Perspective					
7	อุปกรณ์ที่ต้องใช้เพิ่มเติม					
8	สรุปงบประมาณที่ต้องใช้					
9	การเข้าดำเนินการติดตั้งและตกแต่งพื้นที่					
10	การขนย้ายอุปกรณ์ที่ต้องใช้เข้าพื้นที่					
11	เอกสารที่ต้องใช้					
12	Franchise brochure จำนวน _____ pcs.					
13	Lead sheet จำนวน _____ pcs.					
14	Lead record จำนวน _____ pcs.					
15	Franchise sales kit จำนวน _____ pcs.					
16	การเตรียมทีมงานที่ปฏิบัติงาน					
17	การคัดเลือก					
18	การอบรมเบื้องต้น					
19	การจัดรอบการทำงาน					
20	ชุดฟอร์มที่ต้องใช้ จำนวน _____ ชุด					
21	การรื้อถอนและขนย้าย					
22	ขนย้ายอุปกรณ์ที่เก็บกลับ					
23	รื้อถอนอุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่ง					
24	สรุป ผลการปฏิบัติงาน					
25	แผนการดำเนินงานขั้นตอนต่อไป					

กระบวนการและขั้นตอนการขายแฟรนไชส์ต่างประเทศ (Master Franchise)

หลังจากได้รายชื่อ Lead จากการออก Booth ในงานนิทรรศการที่ต่างประเทศมาแล้ว ก็จะนำเข้าสู่กระบวนการการขาย แฟรนไชส์ต่อไป โดยทั่วไปนั้นขั้นตอนการขายจะเริ่มจาก “การแสดงความสนใจของผู้ที่ต้องการลงทุน” และไปสิ้นสุดที่ “การเซ็นสัญญา” มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้สนใจส่งหนังสือแสดงความสนใจเป็น Master Franchise ผู้สนใจอาจเป็นผู้ที่ไปชมงานแสดงธุรกิจ หรือ ผู้ที่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตหรือการลงโฆษณาต่างๆ ที่แฟรนไชส์ซอร์ได้ดำเนินการไว้ตามแผนการตลาด
2. แฟรนไชส์ซอร์ส่งแบบฟอร์มใบสมัครและหนังสือ NDA (Non-Disclosure Agreement : หนังสือสัญญาว่าจะไม่เปิดเผยข้อมูล) ผู้สนใจกรอกแบบฟอร์มใบสมัครและลงนามใน NDA พร้อมกับส่งกลับให้แฟรนไชส์ซอร์แบบฟอร์มใบสมัคร
3. แฟรนไชส์ซอร์ส่งข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ (ข้อมูลบริษัท, Shop and Product Concept, งบประมาณในการลงทุน) และเชิญให้เข้ามาเพื่อพบปะเจรจาธุรกิจกัน
4. การประชุมร่วมครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันในแนวคิดของธุรกิจ ก่อนที่จะไปชมร้านค้าต้นแบบ
5. เยี่ยมชมร้านค้าต้นแบบ ทดลองผลิตภัณฑ์และบริการ
- 6.หารือและวางกำหนดเวลาในการพัฒนาธุรกิจร่วมกัน
7. แฟรนไชส์ซอร์ส่งแบบฟอร์มการจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) เพื่อให้ผู้สนใจกรอกข้อมูลส่งกลับมาโดยหัวข้อของแผนธุรกิจที่ผู้สนใจต้องทำเสนอได้แก่
 - วัตถุประสงค์ในการลงทุน
 - ประวัติของผู้สนใจธุรกิจ
 - วิเคราะห์ตลาดและสถานะของอุตสาหกรรมโดยรวม
 - วิเคราะห์สถานะการแข่งขันและคู่แข่งของธุรกิจ
 - พฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่
 - วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคในการลงทุน
 - วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ
 - แผนการลงทุน
 - แผนการตลาด
 - แผนการเงิน
 - แผนบุคลากร
8. ผู้สนใจเขียนแผนธุรกิจตามแบบฟอร์มที่ส่งให้แฟรนไชส์ซอร์
9. แฟรนไชส์ซอร์พิจารณาและให้คำแนะนำเพื่อปรับแผนธุรกิจแก่ผู้สนใจ
10. ผู้สนใจแก้ไขแผนธุรกิจตามที่แฟรนไชส์ซอร์แนะนำให้ปรับ
11. แฟรนไชส์ซอร์ทบทวนแผนธุรกิจ

12. แฟรนไชส์ซอร์เตรียมแผนการเข้าเยี่ยมผู้ลงทุนเพื่อวิเคราะห์ทำเลใน 2 ปีแรก และประเมินศักยภาพของผู้ที่จะมาเป็นแฟรนไชส์ซีและเตรียมการประชุมร่วมกัน
13. แฟรนไชส์ซอร์ส่งข้อเสนอการเป็น Master Franchise
14. ผู้สนใจเจรจาพูดคุยในเงื่อนไขและตัดสินใจข้อเสนอที่แฟรนไชส์ซอร์ส่งมา
15. เยี่ยมชมสำนักงานใหญ่ของแฟรนไชส์ซอร์เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของทีมสนับสนุนและทีมปฏิบัติการ
16. ประชุมวางแผนการเริ่มต้นพัฒนาธุรกิจโดยกำหนดกรอบเวลา ปรับแผนธุรกิจให้มีความเข้มแข็งและประเมินศักยภาพทางการเงินของผู้สนใจ
17. แฟรนไชส์ซอร์จัดทำและส่งหนังสือแสดงความจำนง (LOI : Letter of Intent)
18. ผู้สนใจพิจารณาตัดสินใจและลงชื่อในหนังสือแสดงความจำนง พร้อมทั้งชำระเงินค่ามัดจำสิทธิ์
19. แฟรนไชส์ซอร์ส่งสัญญาแฟรนไชส์
20. แฟรนไชส์ซอร์ผู้สนใจพิจารณาและลงนามในสัญญาแฟรนไชส์
21. จัดแถลงข่าวพิธีลงนามทำสัญญาร่วมกัน โดยจัดทั้งสองประเทศ



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์