

การวิเคราะห์ระบบแฟรนไชส์ด้านธุรกิจอาหารในประเทศไทย
กรณีศึกษา บริษัทเดอะพิซซ่า จำกัด(มหาชน) ผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย



นางสาวพรสวรรค์ วงษ์กาญจนกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-334-782-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AN EMPIRICAL ANALYSIS OF FRANCHISE SYSTEM IN THAILAND

FOCUSED ON FAST FOOD BUSINESS

: CASE STUDY OF THE PIZZA PUBLIC CO., LTD. SUCCESS FRANCHISEE IN THAILAND

MissPornsawan Wongkanchanakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in International Economics and Finance

Department of Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

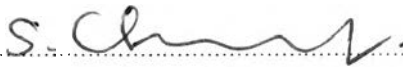
Academic Year 2000

ISBN 974-334-782-8

Copyright of Chulalongkorn University

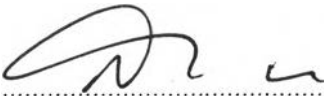
Thesis Title An Empirical Analysis of Franchise System in Thailand
 Focused on Fast Food Business
 Case Study of The Pizza Public Co., Ltd. Success Franchisee in Thailand
By Miss Pornsawan Wongkanchanakul
Department Master of Arts in International Economics and Finance
Thesis Advisor Assoc.Prof.Somchai Ratanakomut, Ph. D.


Accepted by the Faculty of Economics, Chulalongkorn University in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Master's Degree

.....Dean, Faculty of Economics
(Assoc.Prof.Suthiphand Chirathivat, Ph.D.)

THESIS COMMITTEE

.....Chairman
(Assoc.Prof.Sriwongse Sumitra)

.....Thesis Advisor
(Assoc.Prof.Somchai Ratanakomut, Ph.D.)

.....Member
(Assoc.Prof.Narathip Chutiwongse)

..... Member
(Assoc.Prof.Buddhagarn Rutchatorn, Ph.D.)

นางสาวพรสวรรค์ วงษ์กาญจนกุล : ชื่อวิทยานิพนธ์. An Empirical Analysis of Franchise System in Thailand. Focused on Fast Food Business. Cased Study of The Pizza Public Co., Ltd. Success Franchisee in Thailand. อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.สมชาย รัตนโกมุท, 92หน้า. ISBN 974-334-782-8

ปัจจุบันนี้ธุรกิจแฟรนไชส์เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในชีวิตประจำวันของคนไทยอย่างมาก ทั้งธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการ อาทิเช่น ศูนย์บริการและจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่, ศูนย์บริการรถ ออป รีด, ศูนย์บริการเสริมความงาม, ร้านอาหาร, ร้านขายยา ฯลฯ ถึงแม้ว่าระบบแฟรนไชส์จะเข้ามา เผยแพร่ ในประเทศไทยเป็นระยะเวลาอันยาวนานก็ตาม ยังมีคนจำนวนไม่น้อยที่อาจไม่เข้าใจว่า แฟรนไชส์คืออะไร มีข้อดี และข้อเสียอย่างไรกับการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้

การศึกษานี้จึงมุ่งหวังที่จะวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของระบบแฟรนไชส์ ที่มีต่อ ผู้ซื้อสิทธิ์ที่เรียกว่าแฟรนไชส์ซี และเจ้าของสิทธิ์ ที่เรียกว่าแฟรนไชส์เซอร์ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่ จะนำไปสู่ ความสำเร็จในธุรกิจแฟรนไชส์ โดยนำกรณีศึกษาของ บริษัท เดอะพิซซ่า จำกัด (มหาชน) ผู้ประสบความสำเร็จในการซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้ามาดำเนินการในประเทศไทยมาเพื่อศึกษาถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จ และปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างเจ้าของสิทธิ์และผู้ซื้อสิทธิ์ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษานี้จะสามารถนำเสนอข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจและผู้ต้องการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์นี้

จากการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ รวมถึงข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าธุรกิจแฟรนไชส์ที่ได้รับความนิยมสูงจากผู้ลงทุน ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร และ ธุรกิจค้าปลีกประเภทมีมาร์เก็ต แฟรนไชส์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยโดยมากเป็นแฟรนไชส์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการส่งออกธุรกิจแฟรนไชส์ มายังประเทศไทย ได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศญี่ปุ่น

สาเหตุที่ผู้ลงทุนตัดสินใจลงทุนกับธุรกิจแฟรนไชส์ เนื่องจากมีข้อดีคือ ช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจโดย อาศัยชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จักอยู่แล้วในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และประโยชน์จากการเป็นเครือข่ายของบริษัทใหญ่ที่ช่วยเสริมกำลัง การต่อรองในการเช่าสถานที่, การสั่งซื้อวัตถุดิบต่างๆ ในราคาพิเศษ นอกจากนี้ยังได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องจากเจ้าของสิทธิ์ อย่างไรก็ตาม แฟรนไชส์นั้นมีข้อเสีย คือ ผู้ซื้อสิทธิ์จะต้องดำเนินการธุรกิจตามข้อกำหนดของเจ้าของสิทธิ์ อันทำให้ขาดอิสระในการดำเนินงาน และในผู้ขายสิทธิ์บางราย ที่ขาดประสบการณ์ในการดำเนินงาน อาจนำมาซึ่ง ความล้มเหลวทั้งแก่ธุรกิจของเจ้าของสิทธิ์เอง และ ผู้ซื้อสิทธิ์ด้วยเช่นกัน

จากกรณีศึกษาของ บริษัท เดอะพิซซ่า จำกัด (มหาชน) ผู้ซื้อสิทธิ์ดำเนินการธุรกิจ พิซซ่าฮัทในประเทศไทย จากบริษัท ไทรคอน เรสต์อูรนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นพบว่า เดอะพิซซ่า สามารถดำเนินการตามข้อกำหนดของเจ้าของสิทธิ์ได้เป็นอย่างดี และยังมุ่งเน้นการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจของตนเองอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจาก พิซซ่าฮัท แล้ว เดอะพิซซ่า ยังได้รับสิทธิ์ดำเนินการสินค้าอีกหลายชนิด ได้แก่ สเวนเซนส์, ซิชซ์เลอร์, แดรี่ควีน, เบอร์เกอร์ คิงส์, และ ซิกเก็น ทรีท ซึ่งล้วนได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีธุรกิจเสริมซึ่งธุรกิจเหล่านั้นสามารถรองรับ การขยายตัวของ เดอะพิซซ่า ได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างที่สามารถเห็นได้ชัดเจน คือ การเปิดโรงงานผลิตเนยแข็ง และ ไอศกรีมของตนเอง ซึ่งเนยแข็งและไอศกรีม ล้วนเป็นวัตถุดิบหลักของสินค้า เครือเดอะพิซซ่าทั้งสิ้น นโยบายนี้สามารถทดแทนการนำเข้า และลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ พร้อมทั้งช่วยเสริมประสิทธิภาพ ในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ของเดอะพิซซ่า ได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษานี้กล่าวได้ว่า ความสำเร็จในธุรกิจแฟรนไชส์นั้นประกอบด้วยหลายปัจจัย นอกจากระบบการดำเนินงานที่ผู้ซื้อสิทธิ์ได้รับจากเจ้าของสิทธิ์แล้ว ผู้ซื้อสิทธิ์ยังต้องมีด้วยความตั้งใจในการพัฒนาสินค้า,บริการ และบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพอยู่เสมอ

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศ

ปีการศึกษา 2543

ลายมือชื่อนิติกร..... Pornsawan

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... P u

Miss Pornsawan Wongkanchanakul: THESIS TITLE. An Empirical Analysis of Franchise System in Thailand. Focused on Fast Food Business. Case Study of The Pizza Public Co., Ltd. Success Franchisee in Thailand.

THESIS ADVISOR: Assoc.Prof.Somchai Ratanakomut, Ph.D., 92 pp.ISBN 974-334-782-8

Nowadays franchise has an important role to Thais lifestyle both goods and services business i.e. Mobile phone's service center, beauty center, dry cleaner, restaurant, pharmacy, etc. Although franchise has been introduced in Thailand for several years, people might confuse about the concept of franchise, advantage and disadvantage that franchisee might receive from franchise system.

This study intends to analyze the advantage and disadvantage of franchise from both the franchisor and franchisee's viewpoints. The study further examines the key of success franchisee in Thailand. Case study of The Pizza Public Co., Ltd.

A qualitative approach is taken towards the method of the study and analysis. Data comes from both primary and secondary sources. Primary data from interviews with the consumer and franchisee concentrated in Bangkok Metropolitan area. The secondary data is drawn from various publications of government offices, business magazines and newspapers.

This study discovered that most of well-known franchise operations in Thailand are foreign franchises i.e. the United States of America, Japan. The major sectors of franchise are fast food and retailing business. This study also found that most of the franchisees take a franchise because of brand name, know-how and economies of scale.

In examining case study of The Pizza Public Co., Ltd. franchisee of Pizza Hut Inc., Group Company of Tricon International Restaurant Inc. The Pizza has effective management performance, systematically operation and continuous research and development which intended to reach 100% customer's satisfaction. The aforesaid are the crucial factors leading to success in franchise business. The Pizza also established Minor Cheese Co., Ltd. to produce and supply raw material to their group company. Having their own manufacturing facilities for cheese and ice cream has become a very strong competitive advantage of the company.

From this study found that the success of franchise business is consisted of cooperate and intention of franchisor and franchisee.

Department of Economics

Field of study International Economics and Finance

Academic year 2000

Student's signature.....

Advisor's signature.....




ACKNOWLEDGEMENTS

I would like to express my deepest appreciation to Assoc.Prof.Sriwongse Sumitra, the chairman of my thesis committee, for her generous guidance, invaluable comments, suggestions and encouragement through out my work.

I am grateful to my thesis advisor, Assoc.Prof.Somchai Ratanakomut, Ph.D., and my thesis committees, Assoc.Prof.Narathip Chutiwongse, and Assoc.Prof.Buddhagarn Rutchatorn, Ph.D., for their comments and valuable suggestions which were beneficial to leading me to the completion of thesis dissertation.

Lastly, but not least, I would like to take this opportunity to express my deep appreciation and gratitude for all the encouragement extended to me by my dear family especially my dear grandmother.

Any shortcoming in this study is solely my own responsibility.

Pornsawan Wongkanchanakul

September, 2000

CONTENTS

Abstract (Thai).....	iv
Abstract (English).....	v
Acknowledgements.....	vi
Contents.....	vii
List of Tables.....	ix
List of Figures	xi

Chapter I Introduction

1.1 Statement of Problem.....	2
1.2 Objectives of the Study.....	3
1.3 Hypothesis of the Study.....	3
1.4 Scope of the Study.....	3
1.5 Methodology and Data Sources.....	3
1.6 Organization of the Study.....	4

Chapter II Background of Franchise in Thailand

2.1 Historical Background of Franchise.....	5
2.2 The Development of Franchise in Thailand.....	7
2.3 Information of Fast Food Business in Thailand.....	19

Chapter III Theoretical Framework

3.1 Franchise Theoretical Framework.....	29
3.1.1 Reason for Franchising.....	29
3.1.2 Prerequisites to Launch a Franchise Program.....	33
3.1.3 Franchising Terminology.....	34

3.2 Current Trends in Consumer Behavior.....	36
3.3 Advantage and Disadvantage of Franchise from Franchisee Point of View.....	39
3.4 Advantage and Disadvantage of Franchise from Franchisor Point of View.....	45
3.5 The Key of Success and Failure in Franchise.....	46

Chapter IV Case Study of The Pizza Public Co., Ltd.

4.1 The Analysis of The Pizza Public Co., Ltd. Franchisee of Pizza Hut.....	54
4.1.1 Background of Pizza Hut and The Pizza Public Co., Ltd.	54
4.1.2 Managerial Analysis.....	56
4.1.3 Operating Analysis.....	57
4.1.4 Financial Analysis.....	61
4.1.5 Marketing Analysis.....	65
4.1.6 Franchise Agreement.....	67
4.1.7 Conflict of Pizza Hut in Thailand.....	68
4.1.8 The Study of Competitor of Pizza Hut.....	69
4.2 Consumer Behavior of Pizza in Bangkok Metropolitan.....	73

Chapter V Summary and Conclusion.....78

References.....83

Appendix

Franchise Application Form.....	85
Questionnaire of Pizza's Consumer Behavior.....	88

Biography92

LIST OF TABLES

2.1 Expansion Rate of Franchisor and Franchisee Store in Thailand	12
2.2 Expansion Rate of Franchise in Thailand from 1994 to 1996	12
2.3 Percentage of Franchise Established in each period since 1988 to 2000	13
2.4 Percentage of Franchise Granting in each period since 1988 to 2000	13
2.5 Number of Franchise Outlet per Franchise Brand name	13
2.6 Gender of the franchisee owner	13
2.7 The Education Background of Franchisee	14
2.8 Post-Occupation of Franchisee	14
2.9 Ratio of franchise store's location	14
2.10 Term of Franchise Contract	14
2.11 The reason of Franchise expansion into suburban	16
2.12 Potential Area of Franchise's expansion	16
2.13 Franchisor's Support	17
2.14 Operation Manual Support	17
2.15 Qualification of Franchisee	17
2.16 Initial Investment Budget for new franchisee	18
2.17 Satisfaction of Franchisee to Franchisor	18
2.18 Success and Failure Factor of Franchise	19
2.19 The International Fast Food Business in Thailand during 199-01998	23
2.20 Growth Rate of Fast Food Business in Thailand during 1990-1998	23
2.21 List of Terminated Fast Food Restaurant during 1996-1998	23
2.22 Brand Share of Pizza in Delivery Market	24
2.24 Aided TV advertising Awareness of Quick Service Restaurant	27
2.25 Summarize Fast Food event since 1997 to current situation	28
3.1 Major Plus and Minus in the Franchising Calculation	40

4.1 Group Company of The Pizza Public Co., Ltd.	56
4.2 Sales Volume of Main Products of The Pizza Public Co., Ltd. 1991-1993	57
4.3 How people spending money during economics crisis	58
4.4 The expansion rate and sales volume of Pizza Hut 1993-1996	61
4.5 Cost Analysis of Pizza Hut; operated by The Pizza Public Co., Ltd.	63
4.6 Advertising Awareness 4 th 1998 to 1 st 1999	66
4.7 Brand Performance 1 st 1998 and 1 st 1999	67
4.8 The Percentage of Narai Pizzeria's Service	69
4.9 Narai's Franchise Expense	72
4.10 Consumer Behavior of Pizza in Bangkok Metropolitan	73

LIST OF FIGURES

2.1 Foreign Direct Investment of the United States in Asia	20
2.2 Major Market Segment of Fast Food Business in Thailand during 1990-1996	23
4.1 Share of Total Operating Profit by Division	60